國務院辦公廳 關於發揮品牌引領作用 推動供需結構升級的意見

品牌是企業乃至國家競爭力的綜合體現，代表著供給結構和需求結構的升級方向。當前，中國品牌發展嚴重滯後於經濟發展，產品品質不高、創新能力不強、企業誠信意識淡薄等問題比較突出。為此國務院辦公廳發佈了《國務院辦公廳關於發揮品牌引領作用推動供需結構升級的意見》，以更好地發揮品牌引領作用、推動供給結構和需求結構升級。

一、品牌引領作用重要性

隨著中國經濟發展，居民收入快速增加，中等收入群體持續擴大，消費結構不斷升級，消費者對產品和服務的要求更高，更加注重品質，講究品牌消費，呈現出個性化、多樣化、高端化、體驗式的消費特點。

「發揮品牌引領作用，推動供給結構和需求結構升級」是深入貫徹和落實創新、協調、綠色、開放、共享發展理念的必然要求，是今後一段時期使經濟發展方式由外延擴張型向內涵集約型轉變、由規模速度型向品質效率型轉變的重要舉措。同時，這項舉措也有利於：

1. 激發企業創新創造活力，促進生產要素合理配置，提高全要素生產率，提升產品品質，實現價值鏈升級，增加有效供給，提高供給體系的品質和效率；

2. 引領消費，創造新需求，樹立自主品牌消費信心，挖掘消費潛力，更好發揮需求對經濟增長的拉動作用，滿足人們更高層次的物質文化需求；
3. 促進企業誠實守信，加強企業環境保護、資源節約、公益慈善等社會責任，實現更加和諧、更加公平、更可持續的發展。

二、基本方針

按照黨中央、國務院關於推進供給側結構性改革的總體要求，中國會積極探索有效路向和方法，更好地發揮品牌引領作用，加快推動供給和需求結構的優化與升級，為經濟發展提供持續動力。

中國會以發揮品牌引領作用為切入點，充分發揮市場決定性作用、企業主體作用、政府推動

作用和社會參與作用，圍繞優化政策法規環境、提高企業綜合競爭力、營造良好社會氛圍，大力實施品牌基礎建設工程、供給結構升級工程、需求結構升級工程，增品種、提品質、創品牌，提高供給體系的品質和效率，滿足居民消費升級需求，擴大國內消費需求，引導境外消費回流，推動供給總量和供給結構更好地適應需求總量與需求結構的發展變化。

三、主要任務

中國將致力發揮好政府、企業、社會作用，著力解決制約品牌發展和供需結構升級的突出問題。

（一）進一步優化政策法規環境

1. 加快政府職能轉變，創新管理和服務方式，為發揮品牌引領作用，以及推動供給結構和需求結構升級保駕護航。
2. 完善標準體系，提高計量能力、檢驗檢測能力、認證認可服務能力、品質控制和技術評價能力，不斷鞏固品質技術基礎。
3. 增強科技創新的支援，為品牌發展提供持續動力。
4. 完善品牌發展法律法規，以及扶持政策，淨化市場環境。
5. 加強自主品牌的宣傳和展示，倡導自主品牌消費。

（二）切實提高企業綜合競爭力

1. 發揮企業主體作用，切實增強品牌意識，苦練內功，改善供給，適應需求，做大做強品牌。
2. 支持企業加大品牌建設投入，增強自主創新能力，追求卓越品質，不斷豐富產品品種，提升產品品質，建立品牌管理體系，提高品牌培育能力。

3. 引導企業誠實經營，信守承諾，積極履行社會責任，不斷提升品牌形象。
4. 加強建設人才隊伍，發揮企業家領軍作用，培養引進品牌管理專業人才，造就一大批技藝精湛、技術高超的技能人才。

（三）大力營造良好社會氛圍

1. 凝聚社會共識，積極支持自主品牌發展，協助供給結構和需求結構升級。
2. 培養消費者對自主品牌的情感，樹立信心，擴大自主品牌消費。
3. 發揮好行業協會橋樑作用，加強中介機構能力，為品牌建設和產業升級，提供專業有效的服務。
4. 堅持正確輿論導向，關注自主品牌成長，講好中國品牌故事。

四、重大工程

中國各相關部門會根據主要任務，按照可操作、可實施、可落地的原則，盡力實施以下重大工程。

（一）品牌基礎建設工程

圍繞品牌影響因素，加固品牌發展基礎，為發揮品牌引領作用創造條件。

1. 推行更高質量標準

- 加強標準制修訂工作，提高相關產品和服務領域標準水平，推動國際國內標準接軌。
- 鼓勵企業制定高於國家標準或行業標準的企業標準，支持具有核心競爭力的專利技術轉化為標準，增強企業市場競爭力。
- 加快開展團體標準制定等試點工作，滿足創新發展對標準多樣化的需要。
- 實施企業產品和服務標準自我聲明公開和監督制度，接受社會監督，提高企業改進品質的內生動力和外在壓力。

2. 提升檢驗檢測能力

- 加強建設檢驗檢測能力，提升相關技術裝備水平。
- 加快具備條件的經營性檢驗檢測認證事業單位轉企改制，推動相關服務的市場化進程。
- 鼓勵民營企業和其他社會資本投資檢驗檢測服務，支持具備條件的生產製造企業申請相關資質，並面向社會提供這類型服務。
- 打破部門壟斷和行業壁壘，營造檢驗檢測機構平等參與競爭的良好環境，盡快形成具有權威性和公信力的第三方檢驗檢測機構。
- 加強建設國家計量基標準和標準物質研究，在企業普及先進計量技術和方法。

3. 搭建持續創新平台

- 加強建設研發機構，支持有實力的企業牽頭開展行業共性關鍵技術攻關，加快突破制約行業發展的技術瓶頸，推動行業創新發展。
- 鼓勵具備條件的企業建設產品設計创新中心，提高產品設計能力，針對消費趨勢和特點，不斷開發新產品。
- 支持重點企業利用互聯網技術建立大數據平台，動態分析市場變化，精準定位消費需求，為開展服務創新和商業模式創新提供支援。
- 加速創新成果轉化成現實生產力，催生經濟發展新動能。

4. 增強品牌建設軟實力

- 培育若干具有國際影響力的品牌評價理論研究機構和品牌評價機構，開展品牌基礎理論、價值評價、發展指數等研究，提高品牌研究水平，發佈客觀公正的品牌價值評價結果，以及品牌發展指數，逐步提高公信力。

- 開展品牌評價標準建設工作，完善品牌評價相關國家標準，制定操作規範，提高標準的可操作性。
- 積極參與品牌評價相關國際標準制定，推動建立全球統一的品牌評價體系，增強中國在品牌評價中的國際話語權。
- 鼓勵發展一批品牌建設中介服務企業，建設一批品牌專業化服務平台，提供設計、營銷、諮詢等方面的專業服務。

(二) 供給結構升級工程

以增品種、提品質、創品牌為主要內容，從不同產業著手，採取有效措施，推動供給結構升級。

1. 豐富產品和服務品種

- 支持食品龍頭企業提高技術研發和精深加工能力，針對特殊人群需求，生產適合的功能食品。
- 鼓勵有實力的企業針對工業消費品市場熱點，加快研發、設計和製造，及時推出一批新產品。
- 支持企業利用現代信息技術，推進個性化訂製、柔性化生產(Flexible Production，指透過自動化、信息、人工智能等技術，滿足多樣化、小規模、周期可控要求的生產方式)，滿足消費者差異化需求。
- 開發一批有潛質的旅遊資源，形成以旅遊景區、旅遊度假區、旅遊休閒區、國際特色旅遊目的地等為支撐的現代旅遊業品牌體系，增加旅遊產品供給，豐富旅遊體驗，滿足大眾旅遊需求。

2. 推出一批製造業精品

- 支持企業開展戰略性新材料研發、生產和應用示範，提高新材料品質，增強自給保障能力，為生產精品提供支援。

- 優選一批零部件生產企業，開展關鍵零部件自主研發、試驗和製造，提高產品性能和穩定性，為精品提供可靠保障。
- 鼓勵企業採用先進品質管理方法，提高品質在線監測控制，以及產品全生命週期品質追溯能力。
- 支持重點企業瞄準國際標桿企業，創新產品設計，優化工藝流程，加強上下游企業合作，盡快推出一批品質好、附加值高的精品，促進製造業升級。

（三）需求結構升級工程

發揮品牌影響力，切實採取可行措施，擴大自主品牌產品消費，適應和引領消費結構升級。

1. 努力提振消費信心

- 統籌並利用現有資源，建設有公信力的產品品質信息平台，全面、及時、準確發佈產品品質信息，為政府、企業和教育科研機構等提供服務，為消費者判斷產品品質高低，提供真實可信的依據，便於選購優質產品，通過市場實現優勝劣汰。
- 結合社會信用體系建設，建立企業誠信管理體系，規範企業數據採集，整合現有信息資源，建立企業信用檔案，逐步加大信息開發利用力度。
- 鼓勵中介機構開展企業信用和社會責任評價，發佈企業信用報告，督促企業堅守誠信底線，提高信用水平，在消費者心目中樹立良好企業形象。

2. 宣傳展示自主品牌

- 設立「中國品牌日」，大力宣傳知名自主品牌，講好中國品牌故事，提高自主品牌影響力和認知度。
- 鼓勵各級電視台、廣播電台，以及平面、網絡等媒體，在重要時段、重要版面安排自主品牌公益宣傳。

- 定期舉辦中國自主品牌博覽會，在重點出入口岸設置自主品牌產品展銷廳，在世界重要市場舉辦中國自主品牌巡展推介會，擴大自主品牌的知名度和影響力。

3. 推動農村消費升級

- 加強宣傳並普及農村產品品質安全和消費知識，提高農村居民品質安全意識，樹立科學消費觀念，自覺抵制假冒偽劣產品。
- 開展農村市場專項整治，清理「三無」產品，拓展農村品牌產品消費的市場空間。
- 加快有條件的鄉村建設光纖網絡，支持電商及連鎖商業企業打造城鄉一體的商貿物流體系，保障品牌產品渠道暢通，便捷農村消費品牌產品，讓農村居民共享數字化生活。
- 深入推進新型城鎮化建設，釋放潛在消費需求。

4. 持續擴大城鎮消費

- 鼓勵家電、家具、汽車、電子等耐用消費品更新換代，適應綠色環保、方便快捷的生活需求。
- 鼓勵傳統出版企業、廣播影視與互聯網企業合作，加快發展數字出版、網絡視聽等新興文化產業，擴大消費群體，增加互動體驗。
- 有條件的地區可建設康養旅遊基地，提供養老、養生、旅遊、度假等服務，滿足高品質健康休閒消費需求。
- 合理開發利用冰雪、低空空域等資源，發展冰雪體育和航空體育產業，支持冰雪運動營地和航空飛行營地建設，擴大體育休閒消費。
- 推動房車、郵輪、遊艇等高端產品消費，滿足高收入群體消費升級需求。

五、保障措施

(一) 淨化市場環境

1. 建立更加嚴格的市場監管體系，加大專項整治聯合執法行動力度，使聯合執法常態化，提高執法的有效性，並追究執法不力責任。
2. 嚴厲打擊侵犯知識產權和製售假冒偽劣商品的行為，依法懲治違法犯罪分子。
3. 破除地方保護和行業壁壘，有效預防和制止各類壟斷行為，以及不正當競爭行為，維護公平競爭市場秩序。

(二) 清除制約因素

1. 清理、廢除制約自主品牌產品消費的各項規定或做法，形成有利於發揮品牌引領作用、推動供給結構和需求結構升級的體制機制。
2. 建立產品品質、知識產權等領域失信聯合懲戒機制，完善黑名單制度，大幅提高失信成本。
3. 研究提高違反產品質量法、知識產權保護相關法律法規等犯罪行為的量刑標準，建立商品品質懲罰性賠償制度，對相關企業、責任人依法實行市場禁入。
4. 完善汽車、計算機、家電等耐用消費品舉證責任倒置制度，降低消費者維權成本。

5. 支持高等院校開設品牌相關課程，培養品牌創建、推廣、維護等專業人才。

(三) 制定激勵政策

1. 積極發揮財政資金引導作用，帶動更多社會資本投入，支持自主品牌發展。
2. 鼓勵銀行業金融機構向企業提供以品牌為基礎的商標權、專利權等質押貸款。
3. 發揮國家獎項激勵作用，鼓勵產品創新，弘揚工匠精神。

(四) 組織實施

1. 中國各地區、各部門將統一思想、提高相關認識，深刻理解經濟新常態下發揮品牌引領作用、推動供給結構和需求結構升級的重要性，切實落實工作任務，紮實推進重大工程，力爭盡早取得實效。
2. 國務院有關部門會結合本部門職責，制定並出台具體的政策措施。
3. 各省級人民政府也會結合當地實際情況，制定並出台具體的實施方案。

以上內容只為《國務院辦公廳關於發揮品牌引領作用推動供需結構升級的意見》的部分內容，詳細內容請瀏覽以下網址：

http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-06/20/content_5083778.htm ■