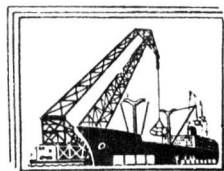


名牌战略十一策

**经济天地**

○吴廷荣 徐红庆

企业走向市场,与国内外强者竞争,迫切需要实施名牌战略,以名牌争夺市场,争夺更多的消费者。企业实施名牌战略是个系统工程,需要多种途径同时运用。这里采撷古今中外实施名牌的十一种策略例举如下:

一、引入国际标准创名牌。采用国际标准,生产优质名牌产品,是各类产品扩销占领市场制高点的先决条件之一。一位外商曾到我国一家较大的公司订购一种商品,当发现未采用国际标准后,马上拂袖而去,使一笔几百万元的买卖告吹。该公司接受教训,立即组织力量,翻译了20多万字的国际标准资料,建立70项国际公认的产品标准和检测方法,引进30多台先进的检测仪器,所有产品均按国际标准生产,终于获得国家银质奖,产品响了名声,也畅销于国内外市场,当年就有10多家外商争相与该合资,企业取得了较好的名牌效益。

二、聘请“伯乐相马”树名牌。古时有一卖骏马的人,接连三天站在集市上无人问津。于是他请伯乐到集市上看一看他的马,付给伯乐一个早晨的报酬。伯乐绕着他的马走一圈,走时又回头看一眼。这时买马者纷至,这匹马的身价一下子涨了十倍。由此可见,古代人就有请名人相骏马的先例。当今我们的企业产品有了名牌的质量之后,仍须聘请“伯乐”来声扬声扬,以免“养在深闺人不识”。

三、争取名人评价扬名牌。辽宁石化公司请世界著名企业——美国莫比尔公司评定自己生产的润滑油,证明其技术指标全部达国际标准,

“好风凭借力,送我上青天”,产品的知名度大大提高,成为名牌产品,一举开拓了几十个国家和地区的市场,扩大了外贸份额。当然,请“名人”评价并非易事,如果产品质量不过硬,人家是不会评价或发给“通行证”的。只有技术尖、质量高的产品,才能博得国际著名企业和权威机构的赞许。

四、借助路名桥名铸名牌。据报载,首都“东三环”工程上的15座立交桥和人行过街桥,其中6座桥名被企业买去,分别换上了“燕莎桥”、“威力桥”、“长虹桥”等企业或产品名称。借助桥名、路名、河名及至地名浇铸名牌企业、名牌产品,可以塑造好企业及产品形象,取得长远的经济效益。

五、打破常规思维辟名牌。在一次宴会上,酒瓶内塞取不出来,众人一筹莫展,一名小客人接过酒瓶用筷子把塞子捅进瓶内,使酒顺畅地倒出来。一厂长受到启发,回去和科技人员一起改变电灯照明由上向下发光的定式,逆向思维,研制出由下发光经天花板反射照明的新电光照明具,产品一经使用,独具柔和自然感。一位外商见后,大加赞许,当即提出购货,使这家企业产品一举成为名牌畅销产品。企业打破常规思维,开发与众不同的名、新、特产品,是高明之举。

六、善于借古嫁接出名牌。人们往往喜欢新鲜的东西,有些古老产品对一些老人来说,虽有名但不新,但对一些后生或洋人来说却是名新皆存了。广西民族服装厂集丰富多彩的时装文

明史、工艺美术史与目前流行时装款式之长,开发了一种别具一格的仿古时装。由于这种时装展示出了中华民族古今服装艺术的绚丽丰姿,而又对款式作了新的改进,从而赢得了市场,跻身于国际有名气的服装行业,创建了名牌企业及名牌产品。

七、巧着“外衣”美名牌。一则消息说,我国东北产的人参与南朝鲜的质量可相比美,但因包装质量差,在国际市场上价格只有南朝鲜的四分之一。类似的事,比比皆是。由此可见,即使有了名特优货物,或是企业创出了名产品,还要注重包装,巧着“外衣”,只有把内在的高质量和外在的完美形式统一起来,才能实现名牌产品的整体价值。

八、抓住奇异扩名牌。美国有一怀孕5个月的婴儿,出生3个月后体质健壮、喜笑可爱,被人们认为“奇特婴儿。”于是,许多生产经营婴儿营养食品的厂商闻讯而来,用这“奇特婴儿”做广告,以表明自己生产的食品对婴儿健康的良好效果,提高了产品及企业的知名度。

十、集聚“他山之石”攻名牌。江苏盐城通宇皮革有限公司先后借助了丰田公司、尼桑公司的名牌系列车搞配套,提高产品技术质量,壮大企业实力,使产品挤上名牌车。汽车摩擦材料获得江苏省优秀新技术、新产品“金牛”奖和国家新技术、新产品“金奖”,畅销美国、南韩等28个国家和地区,并取得了巨大的名牌效益,使企业效益三年翻五番。

十、加大舆论宣传爆名牌。一些企业的产品得了名牌以后,企业经营者就坐待“求婚”者上门,对瞬息万变的市场行情闭目塞听,于是使自己的名牌渐渐地失去应变能力。而江苏盐城燕舞集团,每年花费上百万元的资金用于广告宣传,使“燕舞”深入国内千家万户,其名企业、名产品地位在市场上久盛不衰。

十一、拿起法律武器保名牌。由于名牌产品信誉好、市场广阔,带来了极好的经营效益。因而,这些也成为一些不法厂商及经营者行假使劣的目标。因此,名牌产品厂家不关注这些情况并运用法律武器维护自己的合法权益,辛苦创

建设市场

振兴经济

○季新南

1986年,江苏省通州市川港镇曾以“桃花”、“乐乐”电风扇为龙头,带动全镇经济蓬勃发展。那一年,该镇实现工业产值1.01亿元,成为通州市第二个亿元镇。“桃花盛开”和“乐乐进万家”也就成了全镇上下的骄傲。省内外前来参观考察的人络绎不绝。可是,不到3年,由于市场变化等多方面的原因,盛开的“桃花”凋谢了,“乐乐”不乐了,几十家为之配套生产的工厂纷纷倒闭。1990年,全镇工业产值只有5600万元,镇村企业亏损额达2700万元。镇财政连年欠收,镇机关、学校和多数企业发不出工资。

1991年4月,新调整的镇党委、政府领导班子,面对重重困难,深感肩上担子的重大。

他们上任伊始,就深入实际,调查研究从何入手振兴川港经济。在调研中发现川港镇的志浩村,北部和东部分别与姜灶镇、海门县三星镇相邻,地处3个乡镇的交界,早在八十年代农民就自发地做起了绣品交易。当时南通县委黄冰

造的名牌产品就会遭受损害。江苏省盐城市城区工业局善于用法律武器保护自己,从而使获得国家A级的自行车胎、国家金奖的编织离合器面片、江苏省优秀产品奖的高级原子灰等10多种名牌产品健康地发展。