

索引号: 000014349/2016-00127

主题分类: 市场监管、安全生产监管\质量监督

发文机关: 国务院办公厅

成文日期: 2016年06月10日

标题: 国务院办公厅关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见

发文字号: 国办发〔2016〕44号

发布日期: 2016年06月20日

主题词:

国务院办公厅关于发挥品牌引领作用
推动供需结构升级的意见

国办发〔2016〕44号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现，代表着供给结构和需求结构的升级方向。当前，我国品牌发展严重滞后于经济发展，产品质量不高、创新能力不强、企业诚信意识淡薄等问题比较突出。为更好发挥品牌引领作用、推动供给结构和需求结构升级，经国务院同意，现提出以下意见：

一、重要意义

随着我国经济发展，居民收入快速增加，中等收入群体持续扩大，消费结构不断升级，消费者对产品和服务的消费提出更高要求，更加注重品质，讲究品牌消费，呈现出个性化、多样化、高端化、体验式消费特点。发挥品牌引领作用，推动供给结构和需求结构升级，是深入贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享发展理念的必然要求，是今后一段时期加快经济发展方式由外延扩张型向内涵集约型转变、由规模速度型向质量效率型转变的重要举措。发挥品牌引领作用，推动供给结构和需求结构升级，有利于激发企业创新创造活力，促进生产要素合理配置，提高全要素生产率，提升产品品质，实现价值链升级，增加有效供给，提高供给体系的质量和效率；有利于引领消费，创造新需求，树立自主品牌消费信心，挖掘消费潜力，更好发挥需求对经济增长的拉动作用，满足人们更高层次的物质文化需求；有利于促进企业诚实守信，强化企业环境保护、资源节约、公益慈善等社会责任，实现更加和谐、更加公平、更可持续的发展。

二、基本思路

按照党中央、国务院关于推进供给侧结构性改革的总体要求，积极探索有效路径和方法，更好发挥品牌引领作用，加快推动供给结构优化升级，适应引领需求结构优化升级，为经济发展提供持续动力。以发挥品牌引领作用为切入点，充分发挥市场决定性作用、企业主体作用、政府推动作用和社会参与作用，围绕优化政策法规环境、提高企业综合竞争力、营造良好社会氛围，大力实施品牌基础建设工程、供给结构升级工程、需求结构升级工程，增品种、提品质、创品牌，提高供给体系的质量和效率，满足居民消费升级需求，扩大国内消费需求，引导境外消费回流，推动供给总量、供给结构更好地适应需求总量、需求结构的发展变化。

三、主要任务

发挥好政府、企业、社会作用，立足当前，着眼长远，持之以恒，攻坚克难，着力解决制约品牌发展和供需结构升级的突出问题。

（一）进一步优化政策法规环境。加快政府职能转变，创新管理和服务方式，为发挥品牌引领作用推动供给结构和需求结构升级保驾护航。完善标准体系，提高计量能力、检验检测能力、认证认可服务能力、质量控制和技术评价能力，不断夯实质量技术基础。增强科技创新支撑，为品牌发展提供持续动力。健全品牌发展法律法规，完善扶持政策，净化市场环境。加强自主品牌宣传和展示，倡导自主品牌消费。

（二）切实提高企业综合竞争力。发挥企业主体作用，切实增强品牌意识，苦练内功，改善供给，适应需求，做大做强品牌。支持企业加大品牌建设投入，增强自主创新能力，追求卓越质量，不断丰富产品品种，提升产品品质，建立品牌管理体系，提高品牌培育能力。引导企业诚信经营，信守承诺，积极履行社会责任，不断提升品牌形象。加强人才队伍建设

相关报道

- 国务院办公厅印发《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》

解读

- 新政 | 如何发挥中国品牌引领作用？国务院出实招！

图解

- 图解：国务院办公厅关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见

设,发挥企业家领军作用,培养引进品牌管理专业人才,造就一大批技艺精湛、技术高超的技能人才。

(三) 大力营造良好社会氛围。凝聚社会共识,积极支持自主品牌发展,助力供给结构和需求结构升级。培养消费者自主品牌情感,树立消费信心,扩大自主品牌消费。发挥好行业协会桥梁作用,加强中介机构能力建设,为品牌建设和产业升级提供专业有效的服务。坚持正确舆论导向,关注自主品牌成长,讲好中国品牌故事。

四、重大工程

根据主要任务,按照可操作、可实施、可落地的原则,抓紧实施以下重大工程。

(一) 品牌基础建设工程。围绕品牌影响因素,打牢品牌发展基础,为发挥品牌引领作用创造条件。

1. 推行更高质量标准。加强标准制修订工作,提高相关产品和服务领域标准水平,推动国际国内标准接轨。鼓励企业制定高于国家标准或行业标准的企业标准,支持具有核心竞争力的专利技术向标准转化,增强企业市场竞争力。加快开展团体标准制定等试点工作,满足创新发展对标准多样化的需要。实施企业产品和服务标准自我声明公开和监督制度,接受社会监督,提高企业改进质量的内生动力和外在压力。

2. 提升检验检测能力。加强检验检测能力建设,提升检验检测技术装备水平。加快具备条件的经营性检验检测认证事业单位转企改制,推动检验检测认证服务市场化进程。鼓励民营企业和其他社会资本投资检验检测服务,支持具备条件的生产制造企业申请相关资质,面向社会提供检验检测服务。打破部门垄断和行业壁垒,营造检验检测机构平等参与竞争的良好环境,尽快形成具有权威性和公信力的第三方检验检测机构。加强国家计量基准建设和标准物质研究,推进先进计量技术和方法在企业的广泛应用。

3. 搭建持续创新平台。加强研发机构建设,支持有实力的企业牵头开展行业共性关键技术攻关,加快突破制约行业发展的技术瓶颈,推动行业创新发展。鼓励具备条件的企业建设产品设计创新中心,提高产品设计能力,针对消费趋势和特点,不断开发新产品。支持重点企业利用互联网技术建立大数据平台,动态分析市场变化,精准定位消费需求,为开展服务创新和商业模式创新提供支撑。加速创新成果转化成为现实生产力,催生经济发展新动能。

4. 增强品牌建设软实力。培育若干具有国际影响力的品牌评价理论研究机构 and 品牌评价机构,开展品牌基础理论、价值评价、发展指数等研究,提高品牌研究水平,发布客观公正的品牌价值评价结果以及品牌发展指数,逐步提高公信力。开展品牌评价标准建设工作,完善品牌评价相关国家标准,制定操作规范,提高标准的可操作性;积极参与品牌评价相关国际标准制定,推动建立全球统一的品牌评价体系,增强我国在品牌评价中的国际话语权。鼓励发展一批品牌建设中介服务企业和建设一批品牌专业化服务平台,提供设计、营销、咨询等方面的专业服务。

(二) 供给结构升级工程。以增品种、提品质、创品牌为主要内容,从一、二、三产业着手,采取有效举措,推动供给结构升级。

1. 丰富产品和服务品种。支持食品龙头企业提高技术研发和精深加工能力,针对特殊人群需求,生产适销对路的功能食品。鼓励有实力的企业针对工业消费品市场热点,加快研发、设计和制造,及时推出一批新产品。支持企业利用现代信息技术,推进个性化定制、柔性化生产,满足消费者差异化需求。开发一批有潜质的旅游资源,形成以旅游景区、旅游度假区、旅游休闲区、国际特色旅游目的地等为支撑的现代旅游业品牌体系,增加旅游产品供给,丰富旅游体验,满足大众旅游需求。

2. 增加优质农产品供给。加强农产品产地环境保护和源头治理,实施严格的农业投入品使用管理制度,加快健全农产品质量监管体系,逐步实现农产品质量安全可追溯。全面提升农产品质量安全等级,大力发展无公害农产品、绿色食品、有机农产品和地理标志农产品。参照出口农产品种植和生产标准,建设一批优质农产品种植和生产基地,提高农产品质量和附加值,满足中高端需求。大力发展优质特色农产品,支持乡村创建线上销售渠道,扩大优质特色农产品销售范围,打造农产品品牌和地理标志品牌,满足更多消费者需求。

3. 推出一批制造业精品。支持企业开展战略性新兴产业研发、生产和应用示范,提高新材料质量,增强自给保障能力,为生产精品提供支撑。优选一批零部件生产企业,开展关键零部件自主研发、试验和制造,提高产品性能和稳定性,为精品提供可靠性保障。鼓励企业采用先进质量管理方法,提高质量在线监测控制和产品全生命周期质量追溯能力。支持重点企业瞄准国际标杆企业,创新产品设计,优化工艺流程,加强上下游企业合作,尽快推出一批质量好、附加值高的精品,促进制造业升级。

4. 提高生活服务品质。支持生活服务领域优势企业整合现有资源,形成服务专业、覆盖面广、影响力大、放心安全的连锁机构,提高服务质量和效率,打造生活服务企业品牌。鼓励社会资本投资社区养老建设,采取市场化运作方式,提供高品质养老服务供给。鼓励有条

件的城乡社区依托社区综合服务设施，建设生活服务中心，提供方便、可信赖的家政、儿童托管和居家养老等服务。

（三）需求结构升级工程。发挥品牌影响力，切实采取可行措施，扩大自主品牌产品消费，适应引领消费结构升级。

1. 努力提振消费信心。统筹利用现有资源，建设有公信力的产品质量信息平台，全面、及时、准确发布产品质量信息，为政府、企业和教育科研机构等提供服务，为消费者判断产品质量高低提供真实可信的依据，便于选购优质产品，通过市场实现优胜劣汰。结合社会信用体系建设，建立企业诚信管理体系，规范企业数据采集，整合现有信息资源，建立企业信用档案，逐步加大信息开发利用力度。鼓励中介机构开展企业信用和社会责任评价，发布企业信用报告，督促企业坚守诚信底线，提高信用水平，在消费者心目中树立良好企业形象。

2. 宣传展示自主品牌。设立“中国品牌日”，大力宣传知名自主品牌，讲好中国品牌故事，提高自主品牌影响力和认知度。鼓励各级电视台、广播电台以及平面、网络等媒体，在重要时段、重要版面安排自主品牌公益宣传。定期举办中国自主品牌博览会，在重点出入境口岸设置自主品牌产品展销厅，在世界重要市场举办中国自主品牌巡展推介会，扩大自主品牌的知名度和影响力。

3. 推动农村消费升级。加强农村产品质量安全和消费知识宣传普及，提高农村居民质量安全意识，树立科学消费观念，自觉抵制假冒伪劣产品。开展农村市场专项整治，清理“三无”产品，拓展农村品牌产品消费的市场空间。加快有条件的乡村建设光纤网络，支持电商及连锁商业企业打造城乡一体的商贸物流体系，保障品牌产品渠道畅通，便捷农村消费品牌产品，让农村居民共享数字化生活。深入推进新型城镇化建设，释放潜在消费需求。

4. 持续扩大城镇消费。鼓励家电、家具、汽车、电子等耐用消费品更新换代，适应绿色环保、方便快捷的生活需求。鼓励传统出版企业、广播影视与互联网企业合作，加快发展数字出版、网络视听等新兴文化产业，扩大消费群体，增加互动体验。有条件的地区可建设康养旅游基地，提供养老、养生、旅游、度假等服务，满足高品质健康休闲消费需求。合理开发利用冰雪、低空空域等资源，发展冰雪体育和航空体育产业，支持冰雪运动营地和航空飞行营地建设，扩大体育休闲消费。推动房车、邮轮、游艇等高端产品消费，满足高收入群体消费升级需求。

五、保障措施

（一）净化市场环境。建立更加严格的市场监管体系，加大专项整治联合执法行动力度，实现联合执法常态化，提高执法的有效性，追究执法不力责任。严厉打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品行为，依法惩治违法犯罪分子。破除地方保护和行业壁垒，有效预防和制止各类垄断行为和不正当竞争行为，维护公平竞争市场秩序。

（二）清除制约因素。清理、废除制约自主品牌产品消费的各项规定或做法，形成有利于发挥品牌引领作用、推动供给结构和需求结构升级的体制机制。建立产品质量、知识产权等领域失信联合惩戒机制，健全黑名单制度，大幅提高失信成本。研究提高违反产品质量法、知识产权保护相关法律法规等犯罪行为的量刑标准，建立商品质量惩罚性赔偿制度，对相关企业和责任人依法实行市场禁入。完善汽车、计算机、家电等耐用消费品举证责任倒置制度，降低消费者维权成本。支持高等院校开设品牌相关课程，培养品牌创建、推广、维护等专业人才。

（三）制定激励政策。积极发挥财政资金引导作用，带动更多社会资本投入，支持自主品牌发展。鼓励银行业金融机构向企业提供以品牌为基础的商标权、专利权等质押贷款。发挥国家奖项激励作用，鼓励产品创新，弘扬工匠精神。

（四）抓好组织实施。各地区、各部门要统一思想、提高认识，深刻理解经济新常态下发挥品牌引领作用、推动供给结构和需求结构升级的重要意义，切实落实工作任务，扎实推进重大工程，力争尽早取得实效。国务院有关部门要结合本部门职责，制定出台具体的政策措施。各省级人民政府要结合本地区实际，制定出台具体的实施方案。

国务院办公厅

2016年6月10日

（此件公开发布）

保存本页

打印本页

关闭窗口

国务院	总理	新闻	政策	互动	服务	数据	国情
领导动态	最新	要闻	文件库	督查	公民	指数趋势	宪法
常务会议 视窗	讲话	专题	解读	我向总理说句话	企业	快速查询	国旗
全体会议	文章	政务联播	中央有关文件	高端访谈	外国人	数据要闻	国歌
组织机构	媒体报道	新闻发布	双创	文津圆桌	社会组织	商品价格	国徽
政府工作报告	视频	人事	公报	意见征集	政府权责清单	生猪信息	版图
	音频	滚动	法律法规		部门大厅	统计公报	行政区划
	图片库					数据说	直通地方

国务院部门网站 ▲ 地方政府网站 ▲ 驻港澳机构网站 ▲ 驻外机构 ▲ 媒体 ▲ 中央企业网站 ▲

链接：全国人大 | 全国政协 | 最高人民法院 | 最高人民检察院



中国政府网 | 关于本网 | 网站声明 | 网站地图 | 联系我们

版权所有：中国政府网 京ICP备05070218号 中文域名：中国政府网.政务

