

# 品牌经济带动区域经济增长的机理及策略\*

## ——基于常州品牌经济

包忠明,袁淑清

(常州纺织服装职业技术学院,江苏常州 213164)

**摘要:**从品牌经济带动区域经济增长的机理来看,常州品牌经济与区域经济增长存在着相互促进、相互带动的关系,常州品牌发展带动了区域经济总量增长、促进了区域产业转型升级、推动了区域经济可持续发展。常州实施品牌经济带动区域经济增长战略,可以从以下几个方面着手:一是采取科技自主创新策略,夯实常州品牌经济发展基础;二是采取品牌规划培育策略,明确常州品牌经济发展方向;三是采取品牌发展服务策略,营造常州品牌经济发展氛围;四是采取品牌培育管理策略,提升常州品牌经济竞争力;五是采取互联网+品牌策略,寻求常州品牌经济发展新突破。

**关键词:**品牌经济;区域经济;经济增长;机理;策略常州

**中图分类号:**F127 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-2404(2018)88-0058-05

区域经济的发展离不开品牌的支撑,品牌的成长也需要区域内良好的经济氛围和经济环境。常州“十三五”规划提出“大力发展品牌经济”,“到2020年,全市自主品牌企业增加值占地区生产总值比重达到20%以上,培育形成一批拥有核心知识产权和自主品牌、具有国际竞争力的商标密集型企业。”因此,研究常州品牌经济问题,对于常州实施品牌经济带动区域经济增长战略,实现“十三五”规划发展目标,具有重要的现实意义和实用价值。

### 1 常州品牌发展的基本情况

“十二五”期间,常州围绕促进“常州制造”向“常州智造”转变这一目标,积极推进产业从低附加值向高附加值、从价格竞争向技术竞争、从成本竞争向品牌竞争的转变,着力实施品牌经济带动区域经济增长战略,全面落实品牌经济助推经济增长转型升级重要举措,使品牌经济在带动常州经济增长中发挥了积极推动作用。

根据《常州统计年鉴》的数据,2006年-2015年常州品牌数量变化情况见表1。

表 1 2008 年-2017 年常州品牌数量变化情况

年份	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
驰名商标(个)	16	22	24	36	66	66	89	99	101	105
著名商标(个)	167	188	281	239	273	284	356	393	418	423
中国名牌产品(个)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
江苏名牌产品(个)	164	169	182	186	200	218	226	225	228	230

数据来源:《常州统计年鉴》2009-2017年及常州政府网数据。

近十年来,常州知名品牌数量基本呈现逐年增长的态势(见表1)。驰名商标数量十年间增加了6.6倍,由2008年的16个增加到2017年的105个;著名商标由2008年的167个增加到2017年的423个,十年间增加了2.5倍。中国名牌产品数量十年间一直保持25个,江苏名牌产品数量十年间每年都有明显增加,由2008年的164个增加到2017年的230个,增加了1.4倍。

收稿日期:2018-07-19

作者简介:包忠明,所长,教授,主要从事应用经济学等方面的研究;袁淑清,教授,主要从事经济管理等方面的研究。

E-mail: fzjyjs@163.com

\* 基金项目:江苏省常州市社会科学研究基金项目“常州实施品牌经济带动区域经济增长研究”(CZSKL-2017C002)。

知名品牌数量的逐年增加,表明常州品牌经济发展已经步入稳步发展阶段,这是常州重视品牌发展、实施品牌发展战略的结果。常州通过强化企业品牌意识,提高了品牌自主化水平。截至目前,全市注册商标总数达 72 274 件,同比增长 18.55%,提前完成了“十三五”商标发展目标任务。通过强化产业集群品牌,提高了区域公共品牌的聚集效应。目前有“常州横林强化木地板”、“常州孟河汽摩配件”等省级产业集群品牌培育基地和 15 个市级产业集群品牌培育基地,形成了省、市两级产业集群品牌培育基地互促互动的发展格局。通过强化品牌形象,提高了品牌国际化水平。常州目前已有马德里商标国际注册体系注册国际商标 168 件,较“十一五”末增长了 1.9 倍。

## 2 常州品牌经济带动区域经济增长的机理

### 2.1 常州品牌发展带动区域经济总量增长机理

理论研究认为,品牌经济就是以区域品牌为载体,整合区域各种经济要素,带动区域经济整体运营的经济增长形态。区域经济的发展会为品牌经济增长提供良好的外部环境和发展氛围,而区域品牌的发展又为区域经济的发展提供了强有力的支撑。从近十年的统计数据来看,常州品牌发展与经济增长之间保持了基本一致性,说明常州品牌对经济快速增长起到了重要的助推作用。

近十年来,常州经济总量实现了跨越式发展,与此同时,品牌数量和质量也实现了快速增长,二者之间的增长基本保持了同步(图 1)。

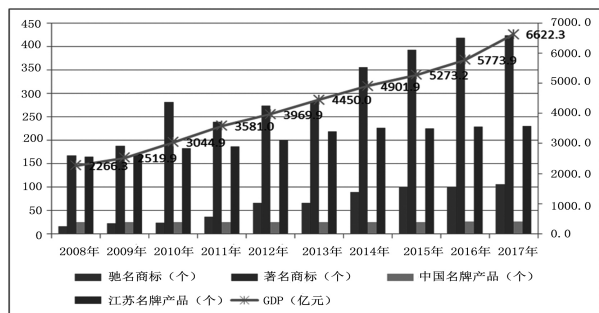


图 1 2008 年-2017 年常州品牌发展与经济总量(GDP)增长情况

数据来源:《常州统计年鉴》2009 年-2017 年及常州政府网。

程中创建了驰名商标、著名商标与中国名牌产品、江苏名牌产品等一系列知名品牌,逐渐形成了常州自主品牌集群。常州知名品牌数量随着经济的增长而成倍增加,由 2008 年的 372 个增加到 2017 年为 742 个,增加了 2 倍。品牌及品牌集群的形成,尤其是知名品牌的形成和发展,在常州区域经济发展中发挥了重要的支撑作用。品牌的发展提高了常州知名度和外在形象,增强了常州对外吸引力,为常州经济的发展奠定了基础,也为常州经济的发展提供了新动力。2008 年-2017 年的十年间,常州经济总量 GDP 从 2 266.3 亿元增加到 6 622.3 亿元,增加了近 3 倍。

### 2.2 常州品牌发展促进区域产业转型升级机理

根据有关学者的实证研究,区域知名品牌的发展不仅决定了该区域经济的发展水平和发展潜力,而且会促进该区域产业结构优化和产业转型升级。依托区域经济升级发展能够催生区域产业集群的发展壮大,产业集群的发展带动了区域各种资源要素的聚集,进而促进区域品牌的形成;而区域品牌的形成与发展,又可以助推区域产业的聚集和升级,从而形成品牌经济与产业转型升级的良性循环,提升品牌经济的发展实力。据有关部门测算,2017 年常州工业类自主品牌企业增加值已超过 1 000 亿元,占全市 GDP 比重在 20% 以上,位居全省第一位。

#### 2.2.1 品牌经济增长促进常州传统优势产业转型升级

常州采取发展品牌带动传统产业转型升级的策略,利用品牌推动产业转型升级为常州经济增长注入新动力。不断深化品牌经济带动作用,近年新认定的 51 件江苏省著名商标中有 32 件商标属于传统产业品牌,以“常柴”、“黑牡丹”、“亚邦”等品牌为代表的传统产业品牌孕育出驰名商标 48 件,占全市驰名商标总数的 48.5%。

#### 2.2.2 品牌经济促进常州现代农业产业化发展

常州积极围绕创建农产品品牌和提高农产品品牌影响力,推进农业集聚化、规模化水平,大力发展绿色农业和休闲观光农业,重点培育现代农业经营主体,使常州现代农业产业化水平不断提高。常州已注册农产品商标 2 000 多件,形成近 10 件地标式农业品牌,“玉莲”品牌成为常州市第一个农产品中国驰名商标。成功举办了第八届中国花卉博览会,被认定为国家现代农业示范区,农业现代化水平位

由图 1 可以看出,近十年来,常州在经济增长过

居全省第一方阵。

### 2.2.3 品牌经济促进常州现代服务业扩大发展

常州积极推进“常州服务”品牌战略,实施服务业优势企业培育、集聚区提升等策略,实现了生产性服务业积极发展、消费性服务业提升发展、民生性服务业发展起步的良好态势。“十二五”时期常州培育出“夏溪花木市场”、“大娘水饺”、“瑞和泰”等4件驰名商标和16件著名商标;常州获批国家电子商务示范城市、中国“旅游+互联网”创新示范城市,建成国家智慧旅游公共服务平台;西太湖科技产业园获批省国际医疗旅游先行区、苏台(常州)健康产业合作示范区。

### 2.2.4 品牌经济促进常州高新产业快速成长

常州积极推进“常州智造”品牌战略,实施先进制造业高端化发展、新兴产业快速化发展等策略,实现了先进制造业抢占产业高端、新兴产业异军突起的发展格局。在全市高新技术企业中培育出“五洋纺机”、“三恒科技”、“保龙机电”等54件驰名商标和151件著名商标;在以“千红制药”、“天合光能”、“长海玻纤”为代表的新医药、新能源、新材料等十大产业链中,培育出37件驰名商标;高新技术产业产值占规模以上工业产值比重达到43.5%左右。

## 2.3 常州品牌发展推动区域经济增长机理

投资中心论认为,当经济增长处于过剩经济状态时,资本等经济要素将向利润高的产业领域或区域聚集。这是因为市场经济的生产需要是由社会需要决定的,而社会需要具有不稳定性 and 模糊性,生产领域无法与社会需要完全吻合。资本的逐利性使得资本严格受到获利高低的影响,哪一产业领域或区域获利高就向这一领域或区域聚集。这种资本逐利的聚集,不仅会造成生产重叠和竞争激励,而且会造成生产的严重过剩。

相对于过剩经济,品牌经济利用品牌效应吸引资本等经济要素。一方面,品牌可以有效吸引消费者消费。品牌产品消费实际上是消费品品质的消费,因为品牌产品往往是优质产品和高档产品,产品质量、功能和消费服务等都优于非品牌产品。品牌产品消费也是包括消费心理、消费文化在内的一种生活档次消费,甚至是社会地位和荣誉消费。因此,品牌在消费者市场有形和无形控制着消费者的消费取向和行为,从而引领资本等经济要素向具有品牌优势的产业领域或区域聚集,使品牌经济带动了区

域经济的可持续发展。另一方面,品牌约束生产企业维持品牌生产的可持续性。如果一个知名品牌的生产企业不重视环境保护甚至造成环境污染,那么这个生产企业不仅会受到相关法律的惩治,而且通过大众传媒会极大影响企业声誉,降低消费者对品牌的认可度和忠诚度,造成消费者流失,企业经营面临巨大风险并付出惨痛的代价。因此,生产企业为了维持品牌形象,必然要约束自身的生产行为,以确保经营的可持续和品牌形象的提升。

近年来,常州在推进品牌经济可持续发展方面采取了一系列卓有成效的政策措施,尤其在利用品牌为企业融资方面取得了显著的成效。一是为知名企业与银行牵线搭桥。组织知名企业与银行融资对接洽谈会,其中一次洽谈会就签订了总额达32亿元的综合授信协议,有12家知名企业与银行签订了超过6亿元的融资协议。据统计,通过组织知名企业与银行融资对接洽谈会,为200多家知名企业提供了银企对接服务。二是扩大品牌质押融资范围。常州通过商标权质押贷款,为25家企业融资13.98亿元。品牌质押融资范围从高知名度商标企业扩大到常州重点打造的十大产业企业、转型升级的传统优势企业,为更多企业分享商标权质押的融资红利提供了政府服务。

## 3 常州实施品牌经济带动区域经济增长的策略

### 3.1 采取科技自主创新策略,夯实常州品牌经济增长基础

一方面,提供高效的政策支持。一是以有效培育常州域内产业和企业竞争力为目标,明确政府科技创新投入的主导方向和重点领域。二是以有效引导和鼓励企业加强技术创新投入为导向,推动发展高新技术,促进企业产品结构调整和产业升级,积极探索促进科技创新和自主创新的新政策,进一步提高财政、税收、信贷、融资等政策在鼓励科技创新和自主创新方面的成效。

另一方面,重点强化科技创新人力资源建设。一是创新科技创新人才培养和科技创新人才队伍建设,采取科技创新人才多元化培养与引进策略,不断完善培养人才与吸引人才相结合的科技创新人力资源建设机制。二是创新科技创新人力资源管理机制,建立健全科技创新人才激励、竞争、约束相辅相

成的管理机制,构建培养人才、吸引人才、激励人才、使用人才的科技创新人力资源政策体系,营造人尽其才、才尽其用的科技创新人力资源环境氛围。

### 3.2 采取品牌规划培育策略,明确常州品牌经济增长方向

常州培育自主品牌可以按照分类培育→扩大影响→国际品牌的基本路径来规划。一是按照产业发展规划,将自主品牌培育划分为工业品牌培育、农业品牌培育、服务品牌培育等。工业品牌培育要以实现从成本经济优势向品牌经济优势的转变为中心,着重加强居民消费品、整机制造及低污染、低能耗、高附加值产品的品牌培育;农业品牌培育要以提升常州地理标志产品品质和品牌价值为中心,积极扶持农业龙头企业和农民专业合作社创建优质农产品品牌;服务品牌要以常州重点发展的十大服务产业为中心,重点支持现代服务业龙头企业创建企业品牌,引领服务企业扩大品牌知名度。二是扩大“常州智造”、“常州服务”等公共品牌的知名度和影响力。培育区域产业集群品牌,整合提升常州区域特色经济,持续推进常州区域产业集群品牌经济增长;重点发展常州十大现代服务产业,拓宽企业经营领域,引导服务企业创建自有品牌,以服务品牌带动常州现代服务业的发展。三是推进创建常州国际品牌。积极支持企业注册国际商标和创建国际品牌,借助“一带一路”政策,引导企业通过跨国兼并、品牌收购、品牌推广等方式,实施“走出去”战略,提升自主品牌国际影响力。扶持和指导优势产业和企业在国外创建有影响力的知名品牌,同时提高自主品牌产品出口比重,提升“常州智造”和“常州服务”的国际知名度。

### 3.3 采取品牌发展服务策略,营造常州品牌经济增长氛围

#### 3.3.1 构建品牌发展服务体系

建立品牌发展领导组织机构,统筹指导监督全市品牌发展计划落实和实施情况,协调品牌发展过程中的重大问题。建立品牌信息服务平台,组建品牌发展实施专家咨询制度,积极为品牌建设提供决策咨询、战略指导和法律服务。发展品牌代理、评估、咨询等中介服务机构,切实规范中介服务行为。加强品牌专业协会建设,充分发挥其自我教育、自我管理、自我管理的作用。加强与金融机构的协调,联合金融机构等相关部门指导企业开展品牌融资质

押,完善品牌质押融资规范化运行机制,加大品牌市场运用,进一步提升品牌价值。

#### 3.3.2 强化品牌服务培训工作

根据常州品牌经济的发展需要,利用高校等培训资源,组织开展全方位的品牌服务培训。通过品牌服务培训,提高政府机构领导干部对发展品牌经济的认识和组织实施品牌经济增长战略的能力;通过品牌服务培训,规范品牌执法服务人员的业务水平,提高依法行政的能力;通过品牌服务培训,培育品牌服务中介,提高中介从业人员的品牌服务能力。

#### 3.3.3 推进品牌发展宣传工作

发挥现代大众媒体的传播和导向作用,开展品牌及品牌经济的普及性宣传,聚焦品牌经济增长,营造创建品牌、发展品牌经济的良好社会氛围。开展常州发展品牌经济战略和政策宣传,利用舆论导向作用引导企业拓展品牌市场,扩大自主品牌影响力。加强产业集群品牌、企业优秀品牌、品牌发展典型案例的宣传报道,推广品牌发展的成功经验,带动品牌经济向更高水平发展。

### 3.4 采取品牌培育管理策略,提升常州品牌经济竞争力

建立健全常州品牌培育管理制度,构建常州品牌培育管理机制,为提升常州品牌经济竞争力保驾护航。一是构建常州品牌管理制度体系。围绕常州传统产业升级、新兴产业倍增和服务业提速规划,将常州品牌培育规划制度化,促进企业完善品牌发展战略,凸显品牌经济增长活力。二是完善常州老品牌、老字号复兴制度。加强对老品牌、老字号的保护和扶持,设立政府专项基金,建立老品牌和老字号税收减免制度,扶持传统老品牌和老字号的保护和发展,使老品牌、老字号在市场竞争中焕发新的活力。三是健全政府机构多方联动机制。从促进企业技术创新、提高产品质量、创建品牌与商业信用等方面着手,加强政府规划及工商、财税、金融等管理部门的服务职能,支持企业完善品牌发展规划,培育自主品牌,提升品牌影响力。四是建立品牌产权市场运作制度。完善企业品牌管理制度,强化品牌产权价值意识,规范品牌转让及重组制度;联合银行与非银行金融机构,建立品牌产权质押融资制度,为品牌长足发展提供资金保障。五是强化品牌保护制度。建立行政、司法无缝衔接的双轨保护工作机制,建立多部门联合打假机制,切实提高商标维权效率和效能。

### 3.5 采取互联网+品牌策略,寻求常州品牌经济增长新突破

首先要强化企业品牌信息化建设。在互联网时代,企业与外部世界的距离在缩短,信息沟通的速度在加快,因此,企业品牌必须充分利用互联网,借助互联网创建并管理品牌。要制定切实促进企业信息化建设的政策法规,用政策和法规引导企业加强信息化建设,促进企业利用互联网创建品牌、宣传品牌、强化品牌。

其次,要规划构建常州品牌经济增长信息化平台。要完善常州经济管理信息化建设规划,并且在此基础上制定常州整体信息化建设规划,构建有利于常州品牌经济增长的电子政务系统和电子商务系统。政府管理信息化建设是品牌经济增长的前提条件,政府管理信息化才能实现政府引导、参与、管理品牌发展信息化。一方面,通过规范电子政务系统,实现政府经济管理部门之间、经济管理部门与企业 and 公众之间的信息共享和业务互通,及时掌握品牌经济增长情况;另一方面,通过规范电子商务系统,实现企业与企业之间、企业与客户之间的信息共享

和业务运作,利用互联网传播企业品牌,扩大企业品牌影响力和竞争力。

最后,要大力开展品牌互联网营销。要以提升“常州智造”、“常州服务”两大品牌为重点,制定长远的品牌互联网营销战略规划,利用互联网对城市品牌营销与企业品牌营销进行有效整合,充分发挥互联网营销的优势。要利用互联网营销手段来经营品牌,塑造常州品牌整体形象,突破品牌经济增长的“瓶颈”,提高常州的城市核心竞争力和吸引力,为常州品牌经济可持续发展提供有力支撑。

#### 参考文献

- [1] 谢京辉. 品牌经济的理论重构及其演化形态研究——兼论中国发展品牌经济的思路[J]. 上海经济研究, 2014(4):96-103.
- [2] 肖艳,张利群. 区域品牌经济发展机制探究[J]. 社会科学战线, 2017(9):251-255.
- [3] 吕振奎. 泉州模式的新内涵:品牌经济推进发展方式转变[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2011(2):143-146.

## The Mechanism and Strategy of Brand Economy Driving Regional Economic Growth——Based on the Brand Economy of Changzhou

BAO Zhongming, YUAN Shuqing

(Changzhou Textile Garment Institute, Changzhou Jiangsu Province 213164, China)

**Abstract:** From the mechanism of regional economic growth driven by brand economy, Changzhou brand economy and regional economic growth have the relationship of mutual promotion. The development of Changzhou brand has driven the growth of regional economic total, promoted the transformation and upgrading of regional industry, and promoted the sustainable development of regional economy. The implementation of Changzhou brand economy to promote regional economic growth strategy can start from the following aspects: first, adopt scientific and technological innovation strategy to tamp the foundation of the economic development of Changzhou brand; second, adopt brand planning and cultivation strategy to clear the direction of Changzhou brand economic development; third, adopt brand development service strategy to create brand economic development atmosphere; fourth, adopt brand cultivation management strategy to enhance the competitiveness of Changzhou brand economy; fifth, adopt the Internet + brand strategy to seek new breakthroughs in the development of Changzhou brand economy.

**Key words:** brand economy; regional economy; economic growth; mechanism; strategy Changzhou