

2009年公务员申论范文每日一例(5月25日)公务员考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/585/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_85_AC_c26_585139.htm

品牌是企业开拓市场、占领市场的最强有力的武器之一。站在市场的角度看，品牌是企业的第一生产力。从产品的角度看，生产的技术、工艺和质量决定和产生产品的价值，而品牌则可以使产品产生更大的附加值，即超价值。以美国市场上畅销的芭比娃娃为例，现在美国市场上销售的芭比娃娃，基本上都是中国内地的工厂生产和加工的。芭比娃娃在美国市场的平均售价为10美元，而我们的平均出口价仅为0.4美元。这就是质量价值和品牌价值的惊人之比。品牌竞争在很大程度上克服了商品在质量和价格竞争中存在的对消费者信息不对称的弊端，使消费者在市场品牌的价值面前实现了商业和消费上的人人平等，最大限度地保护了消费者的消费利益和消费权利，是市场经济公开、公平、公正这一优越性的充分体现。品牌还是衡量一个国家国际竞争力的重要指标之一。要想知道这个国家的国际竞争力究竟如何，看看其拥有多少国际知名品牌便可一清二楚。这被认为是考察一个国家竞争力最简单、最有效、最直观的方法之一。同理，这也同样适用于对一个地区经济竞争力的考察和了解。如果说质量是产品的生命，那么品牌就是企业的生命。质量体现在产品上，而产品和企业则必须聚焦在品牌上。品牌有时代代表的不仅仅是企业的信誉。有些国际知名大品牌的背后还隐含着国家、民族、社会甚至是政府的信誉。国际知名大品牌中不仅包含商业和经济因素，更有文化和地缘政治甚至国际政治的因素。对此，我们要有明确而清

醒的认识。在我们进行品牌培育、发展和创新时，要充分考虑到这一点，以此确定我们发展的正确方向和准确定位，从容应对来自外界的挑战和冲击。

一要树立强烈的品牌意识。品牌意识是随着我国社会主义市场经济的不断深入而不断深化的。品牌意识在很大程度上也反映了一个地方市场经济的发展或发达程度。特别是当市场经济发展到一定阶段时，品牌的竞争就变得不可避免，而且呈现出随市场发展而日益激烈的态势。这时，品牌的市场作用和经济价值开始彰显和凸现。部分企业特别一些国有大中型企业品牌意识不强，客观上和我省经济欠发达、市场体系不健全且发育程度比较低有直接关系；主观则和一些企业走出去、打出去的意识不强，行动不力有一定关系。这个走出去和打出去的范围和方向既包括国内其它省区市场，更要涵盖国际市场。国际市场如今已是品牌的天下；而国内市场则正日益品牌化。品牌的作用在不断加强，品牌对经济发展的贡献度在不断提升。如果我们在思想和行动上跟不上，不急起直追，则落后和落伍都是必然的。

二要突出和抓住重点，要围绕重点地区的重点产业，重点产业的重点企业，重点企业的重点产品，合力攻坚，集中突破；三要在强势产业和名优产品中培育、开发、提升和创新我们的品牌，这样基础牢，见效快，能持久，效益好；四要以产品品牌带动企业品牌，以企业品牌带动产业品牌，以产业品牌带动区域和城市品牌，这样逐级带动，相互拉动，品牌创新之路就能越走越宽，品牌对地方经济发展的贡献就会越来越大。

五要践行科学发展观，把科学发展观的要发展和怎样发展落实到各项具体工作中去，不断增强市场开拓意识和发展创新意识。我们应该看到，随着国内市场的发

展特别是其国际化程度的不断提高，品牌的作用日益得到更多企业的重视。我们要树立以市场经济求发展，以品牌建设带市场的发展理念；加强统一规划和精心指导，把品牌建设作为市场建设的重要和关键一环来抓，以品牌建设促市场建设，以市场建设促经济和社会发展。更多信息请访问：百考试题公务员网校 公务员论坛 公务员在线题库 相关链接：百考试题公务员加入收藏 "#F2F7FB" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com