

青海中小企业品牌建设问题及对策研究

作者：青海大学 蔡守琴

【摘要】文章在分析青海中小企业品牌建设现状和问题的基础上，探讨了其品牌建设的策略，力求促进青海中小企业的发展步伐。1、强化品牌意识；2、提炼品牌特色，做好品牌定位；3、提高产品质量，做好产品品牌；4、进行品牌创新，确立品牌的竞争优势；5、加强文化建设，提高品牌知名度；6、加强多民族文化的培养和宣传。

【关键词】青海中小企业；品牌问题；品牌建设

一、青海中小企业品牌建设概况：

青海中小企业品牌产品具有鲜明的地域特色和优势。近年来，青海中小企业发展势头良好，具有很大的市场前景。青海省政府和财政部门的支持以及各项政策的优惠，加上企业自身的进步和借鉴一些知名品牌企业的管理理念和经验，青海中小企业开始逐步向品牌化方向迈进。

在任何一种体制类型的经济中，中小企业都是一股重要而活跃的力量。据统计，2006年青海中小企业数总计为425个，其中中型企业为51个，占有中小企业的比重为12%；小型企业为374个，占有中小企业的比重为88%，中小型企业占青海省企业总数的比重高达97.7%；规模以上中小企业完成工业产值165.07亿元，实现利润总额8.52亿元，上缴利税总额17.77亿元，分别比2002年增长2.19倍、4.39倍和2.62倍[1]。与大型企业相比较，中小企业表现出企业规模小，经营灵活，批量小，多样化的一些特征，有利于使企业做强做精，可以集中优势更好地进行品牌建设和树立企业品牌形象。根据青海省工商局统计，青海中小企业的商标申请量也由2005年的350件增加到2006年的780件，再到2007年的3169件。青海中小企业以其对生存环境的应变能力，向人们展现了其顽强的生命力。

但我们也应当看到，青海中小企业品牌建设工作才刚刚起步，无论是在品牌产品数量、品牌经济总量，还是品牌档次、产品质量上，与省外相比都存在很大差距。其原因主要是青海很多中小企业缺乏品牌建设意识，没有品牌经营观念，对品牌的培育缺乏战略眼光，培育和争创品牌的积极性还不高，甚至有的中小企业只顾眼前利益，忽视品牌创建，大部分企业技术创新投入不足，创新意识不强，77%的企业用于技术开发创新经费不到产品销售收入的1%[2]。虽然青海也有很多优势资源，但许多好的产品和资质优良的企业因此而丧失了应有的市场竞争力，从而导致了中小企业整体发展上的进程和品牌建设步伐的缓慢。所以，青海中小企业必须高度重视品牌的创建工作，并将其作为企业发展战略的重要组成部分来抓，借鉴那些知名企业的品牌管理方法和经验，强化品牌建设工作，保持企业更好更快的发展势头，为青海国民经济的发展做出更大的贡献。

二、青海中小企业品牌建设中存在的问题：

1、青海中小企业品牌意识淡薄



长期以来,青海中小企业在发展过程中,缺乏品牌意识,创品牌、树品牌,依靠品牌增加产品附加值,增强竞争实力的意识淡薄,商标意识和品牌自我保护差。由于青海中小企业一般规模较小,资金不足,管理水平落后,企业生产和营销依然停留在产品观念上,忽视品牌创立和品牌经营。因此,中小企业要进行品牌建设和谋求自身的发展,首要的问题就是必须改变观念,树立正确的品牌意识。

2、缺乏清晰的品牌个性和品牌定位

成功的营销经验告诉我们,一个品牌要让消费者接受,完全没有必要把它塑造成一个全能的形象,只要有一方面胜出竞争者就已具有取胜的优势。国外许多知名品牌也往往只靠某一方面的优势而成为名牌[3]。品牌的定位就是消费人群定位。对于中小企业来说,品牌定位一定要和产品的个性概念结合起来,这样才能让消费者容易辨别和认识。青海许多中小企业在品牌建设中盲目跟风,盲目模仿,导致品牌没有个性,失去了差异化原则,也就失去了竞争性。

3、缺乏良好的品牌塑造和推广策略

青海的中小企业往往由于资金缺乏,难以支持很多的品牌推广和宣传,使得青海中小企业的许多优势产品没有被推广出去,因而影响了整个中小企业的发展速度。没有强化消费者对企业和产品的认知度,降低了中小企业的整体品牌形象。

4、品牌创新不够

青海部分企业虽然有了一些品牌,也发挥着一定的品牌效益,但在技术改进、企业创新方面投入少,在新产品、新技术、新工艺等方面研发成果可利用的少,拥有自主知识产权的核心技术更少。一部分企业的产品只限于初级开发,对产品的精深加工和深度开发不足,无法利用已有的品牌优势延伸品牌链条。除了品牌创新不够,青海省的中小企业在技术,经营管理等一些方法和理念上没有创新意识,不够重视。

三、青海中小企业品牌建设的对策:

1、强化品牌意识

青海中小企业要树立品牌意识,就要转变品牌观念,要认识到品牌是企业唯一最有价值的资产;要明确在市场经济环境中,竞争是激烈的,竞争对手可以复制产品、服务、技术以及流程,但是它们无法复制一个卓越品牌。

2、提炼品牌特色,做好品牌定位

青海中小企业要搞好品牌建设,首要工作是进行品牌定位,即塑造一个与目标市场有关的品牌形象。由于企业规模小、资金少等因素,首先可以以当地的消费者为自己的目标市场。同时,应注重品牌个性的开发与塑造,把握品牌的细分市场的特征和差异性。要充分发挥报纸、电视、广播、杂志等新闻媒体的宣传作用,开辟品牌战略专栏,大力开展品牌宣传。

3、提升品牌形象(李师傅:3前边空2格)

青海中小企业在进行产品品牌的宣传和推广工作过程中,切不能照搬大型企业的方法和模式,斥巨资大搞广告宣传。一定要结合自身的实际,量力而行。青海中小企业可以寻求与具备实力的品牌策划公司合作。同时还可以适时地培养出优秀的品牌管理人才。同时,重视质量管理,树立质量第一、以质取胜的经营理念,最终实现从局部区域性的品牌向知名品牌的跨越。

4、提高产品质量,做好产品品牌

青海中小企业要严把质量关,用质量锻造品牌。有了品牌的根基,还要有品牌的支撑。质量品牌的本质、基础,也是品牌的生命。在品牌创立过程中,可以把主要精力放在商标的设计上,力求标识新颖、独特、有吸引力,能够承载产品信息,注重企业信息的新闻效应。青海的中小企业完全可以根据自身实力确定自己品牌建设的层次,大处着眼,小处着手,加紧品牌资产的积累,努力创造一个属于自己的品牌时代。



5、进行品牌创新，确立品牌的竞争优势

创新是当今品牌争夺市场参与竞争、扩大生存空间的有力武器。任何品牌，无论有多久的历史、多么显赫的业绩、多响的名气，如果没有创新，不给产品或服务以新的功能，或赋予品牌新的内涵，企业及其品牌经营都是注定要失败的。另一方面消费者的需求永远是喜新厌旧的，企业只有不断创新，从品质、功能、外观、款式、包装、服务等方面不断地充实品牌的内涵，企业才能不断发展，品牌才能长盛不衰。青海中小企业进行品牌建设，一定要进行品牌创新，改进管理技术，扔掉那套老式的管理经验和方法，多派人去外地考察和学习，与省外一些知名企业形成互动，把他们企业的优秀人才请进来做指导，学习他们先进的管理理念和方法，让品牌永葆青春。

6、加强文化建设，提高品牌知名度

青海具有悠久的历史文化，加强多民族文化的培养和宣传，对青海中小企业品牌建设可以起到推动作用。青海中小企业可以利用这些文化资源进行品牌建设，在发展中小企业经济的同时利用青海省的特色文化资源，如“三江源文化”、“黄河文化”等对这些文化的运用和建设，提高青海中小企业的知名度，加快中小企业品牌建设的步伐，提升整体品牌形象，使青海中小企业的发展蒸蒸日上。

【参考文献】

- [1] 青海省统计局. 青海省统计年鉴 2007. 中国统计出版社, 总第 23 期
- [2] 翟松天等. 2005 年青海经济蓝皮书[M]. 青海人民出版社
- [3] 郭静. 品牌定位[J]. 石油工业技术监督 2003, (6)

