

关于征集中国灯具装饰品牌集群

成员单位的函

各有关单位：

为充分落实国家品牌发展战略要求，推进经济高质量发展，培育和壮大一批具备国际竞争力和影响力的中国品牌，受中国品牌建设促进会委托，中国质量认证中心作为秘书处，专注于灯具照明、装饰装修材料、壁纸壁布、纺织面料、陶瓷卫浴、家居产品等领域，牵头组建“中国灯具装饰品牌集群”（以下简称集群），征集行业内具有影响力的企业加入并开展“中国品牌”的建设工作。

本集群旨在以市场为导向，以灯具照明、装饰装修材料、壁纸壁布、纺织面料、陶瓷卫浴、家居产品的产业链服务为支撑，促进行业产品质量水平整体提升，培育和提升品牌价值，保护和发展中国灯具装饰品牌，形成联合发展、优势互补、利益共享的创新机制。集群通过建立公共服务平台、共同制定灯具装饰行业品牌评价标准、提供产业政策及技术咨询、开展国际交流与合作等方式，协调和组织集群成员之间的广泛合作，从而提高各成员自身的品牌管理水平和市场竞争力，打造集群品牌形象，共同树立中国灯具装饰品牌在国际上的影响力和话语权。

本集群不收取会费或年费，集群活动所涉及费用由参与活动的

集群成员共同承担。如贵单位有意向加入本集群，请按照实际情况填写企业基本信息表，加盖公章后在 6 月 23 日前以传真或快递邮寄等方式进行反馈。

本集群将对信息表进行审核，待征集成员单位工作结束后，以正式函件的形式向符合条件的相关单位发送邀请函。

电 话：010-57276580

传 真：010-88955180

附件 1：中国灯具装饰品牌集群公约（征求意见稿）

附件 2：企业基本信息调查表

附件 3：中国品牌建设促进会简

介附件 4：中国品牌集群简介

中国灯具装饰品牌集群秘书处

2020 年 6 月 17 日

附件 2

企业基本情况调查表

企业名称			
企业联系人		职务	
联系电话		邮箱	
主要产品			
业务领域（可多选）	<input type="checkbox"/> 生产经营 <input type="checkbox"/> 原辅材料制备 <input type="checkbox"/> 生产设备制造 <input type="checkbox"/> 贸易流通 <input type="checkbox"/> 科研创新 <input type="checkbox"/> 科技物流 <input type="checkbox"/> 电子商务 <input type="checkbox"/> 品牌宣传 <input type="checkbox"/> 其他 _____（请列明）		
年份 经济指标	2019 年	2018 年	2017 年
总资产（亿元）			
净资产（亿元）			
销售额（亿元）			
利润率（%）			
营收增速（%）			
电子商务收入（万元）			
自主品牌名称			
是否已加入中国品促会组织成立的其它品牌集群	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否（如选择是，请填写集群名称）		
获得的品牌荣誉称号（多选）	<input type="checkbox"/> 中国驰名商标 <input type="checkbox"/> 中华老字号 <input type="checkbox"/> 省级著名商标 <input type="checkbox"/> 省级名牌 <input type="checkbox"/> 地方老字号 <input type="checkbox"/> 其他_____（请注明）		
资质认证情况 <input type="checkbox"/> 国际认证	<input type="checkbox"/> 产品认证	（请填写具体认证名称）	
	<input type="checkbox"/> 体系认证	（请填写具体认证名称）	
	<input type="checkbox"/> 其他认证	（请填写具体认证名称）	
	是否拥有 CNAS 认可实验室		
<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否			

	是否通过省级工程技术中心认定 <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
	是否拥有地理标志产品 <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
发明专利数量（项）		省级以上科技奖项（个）	
是否拥有博士后/院士工作站	<input type="checkbox"/> 是（请具体列明名称）_____ <input type="checkbox"/> 否		
省级以上重点龙头企业（个）		近 5 年获得政府质量奖（个）	
参与制定标准数量（项）	<input type="checkbox"/> 国家标准 _____	<input type="checkbox"/> 行业标准 _____	<input type="checkbox"/> 团体标准 _____
诚信经营	是否守法经营、信用良好，无违法违规和违纪行为 <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
	近三年内（2017-2019 年）无重大产品质量安全问题 <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
	近三年内（2017-2019 年）没有涉及媒体曝光、权益纠纷、消费投诉等严重影响企业形象和声誉等相关问题 <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		

附件 3

中国品牌建设促进会简介

中国品牌建设促进会(以下简称“促进会”)英文名称“China Council for Brand Development”，英文简称“CCBD”。于 2013 年 6 月 18 日在北京正式成立。促进会是由原国家质量监督检验检疫总局（现国家市场监督管理总局）、国家财政部、工信部、中国国际贸促会、中央电视台等五家单位联合发起，经国务院同意、民政部批准的唯一从事品牌工作的全国性社会团体；是全国品牌建设领域及相关领域的企事业单位、科研院所、大专院校、品牌创新科研单位、优秀产品及产业单位、相关社会团体和知名专家学者、优秀科技工作者及高级管理人才自愿组成，旨在促进中国品牌建设事业发展和提高产品质量的全国性、非营利性社会团体组织。促进会隶属于国家市场监督管理总局。

促进会第一届理事会成立选举理事 309 人，其中常务理事 75 人。全国人大副委员长张平任理事会名誉理事长，全国政协委员、国家质检总局原副局长刘平均担任理事会理事长。促进会是国际标准化组织品牌评价技术委员会 ISO/TC289 的秘书处单位，担任着 ISO/TC289 的国际秘书，同时也是全国品牌评价标准化技术委员会 SAC/TC532 的秘书处单位。促进会下设秘书处以及专家委员会、评价发布工作委员会、中国品牌杂志社、中国国家品牌网和专业技术委员会等机构。其中专业技术委员会有：机械制造、冶金建材、家用电器、食品、药品、纺织服装、汽车、通讯、能源化工、农产

品、餐饮酒店、旅游、珠宝玉石、金融、交通运输、地理标志与区域品牌等十六个专业技术委员会。促进会还将根据工作需要逐步设立相关机构以增强社会影响力和促进事业发展。

宗旨

为响应习近平总书记“推动中国产品向中国品牌转变”和李克强总理“加强质量、标准和品牌建设”的指示精神。促进会全力倡导“科学、公正、公开、公认”的原则，打造“中国品牌、质量上乘、服务优良、开拓创新”的理念，为中国品牌走向世界、提升中国品牌国际影响力和竞争力做出积极贡献。

职能

中国品牌建设促进会遵守宪法、法律、法规和国家政策，遵守社会道德风尚。

(一)贯彻落实国家品牌建设制度的方针、政策和法规，组织开展品牌建设规律和理论的研究，推动相关法规标准的制定。

(二)开展国内外品牌建设发展现状调查研究，组织制定我国品牌建设的发展规划，动态分析中国品牌发展趋势，跟踪品牌企业和名牌产品的质量状况，为政府部门决策提供建议。

(三)承担品牌评价与国际接轨的有关工作，积极开展国际合作与交流，与 ISO、IEC、ITU 三大国际标准化组织合作，承担品牌评价国际标准制修订的协调联络，开展国际间有关品牌评价机构的友好往来、学术交流和经济技术合作，学习借鉴发达国家品牌建设

经验，在国际上宣传推广我国优秀自主品牌。

(四)接受相关政府部门委托，组织开展品牌评价和品牌授权工作；开展品牌备案，建立全国品牌信息平台，发布品牌评价结果；参与有关行政部门对品牌的监督、检查。

(五)为企业提供品牌业务咨询和增值服务，指导企业提升品牌价值 and 效应。

(六)接受相关政府部门委托，承担评价机构审核和评价人员考核；组织开展品牌管理人员的教育和职业能力培训以及资质认定工作；开展品牌从业人员(包括品牌设计、品牌策划、品牌培育、品牌管理、品牌营销、品牌评估等领域)教育和培训工作，提升企业及从业人员品牌建设素质和能力。

(七)承担国内外学术活动；组织品牌重大活动、品牌企业展览、品牌主题论坛；加强同国内有关团体和专家的联系与协作；开展国际间品牌建设的友好往来和合作。

(八)开展品牌自律管理，推动品牌保护工作，协助会员的维权活动，维护会员合法权益；对损害企业品牌的违法行为，通过有关传播媒介予以揭露、批评。

(九)管理《中国品牌》杂志的出版发行，按照杂志管理的有关规定运行。

(十)接受政府部门和会员委托，承担品牌建设有关技术性、事务性工作，开展相关服务工作。

附件 4

中国品牌集群简介

品牌是企业乃至国家核心竞争力的综合体现，拥有国际知名品牌的数量和质量体现了一个国家的经济实力和科技水平。近年来，国务院、国家相关部委以及地方政府先后出台了加快品牌建设政策措施，党的十九大报告更明确指出，要促进我国产业迈向全球价值链中高端，培育若干世界级先进制造业集群。为贯彻落实习近平总书记“三个转变”重要思想，培育我国具有国际优势品牌走上世界，推动全球品牌经济发展，2018年，中国品牌建设促进会提出了以“中国资源、中国技术、中国特色产业集群、中国特色旅游和中华老字号”五个方面为切入点培育我国具有国际优势的品牌，计划培育50个品牌集群，各品牌集群成员可以使用“中国品牌”的统一标识参与市场竞争，提高品牌知名度和影响力。

企业集团、产业集群是不同体制国家培育品牌的路径，有利于全球经济一体化和世界品牌经济的共同发展。欧美企业集团通过几十年的强强联合，往往通过几十个甚至上百个企业的收购、兼并不断做大做强，形成了世界级的跨国集团。而中国及多数发展中国家的体制机制与美欧不同，大型国有企业受体制机制限制很难实现强强联合，不同政治体制、经济体制、社会体制下一个模式评价品牌价值是不合理的。发展中国家的产业集群与发达国家的企业集团是不同体制下品牌发展、市场拓展的产物，各具特色，最终要实现集

群品牌和集团品牌的相互认可、共同发展。因此要发挥我国的优势产业并形成集群合力，代表国家参与国际竞争。品牌集群是我国国际优势品牌培育的重中之重，也是实现我国经济高质量发展的重要途径，对推动国内外品牌经济的发展具有重要意义。

当前我国经济处在质量经济阶段，但我国消费者已进入品牌消费时代。在全球价值链体系中，少数发达国家长期占据中高端环节，而多数发展中国家处于中低端环节。近年来，美国为了自身利益，不惜违反 WTO 多边贸易协定，推行单边贸易主义。美国主导发布的“世界品牌一百强”中，美国品牌一直占据一半以上，而我国仅华为一个品牌入围，这与我国世界第二大经济体、第一大贸易国的地位极不相称。因此，我国要利用已经掌控的品牌评价国际话语权，建立客观、公正的国际品牌评价发布平台。品牌集群的培育将彻底改变我国在国际品牌评价中的落后地位，推动我国从品牌大国向品牌强国转变，这也是培育集群品牌的根本目的。

2018 年以来，我国已先后分四批宣布成立了中国茶叶、中国陶瓷、中国丝绸桑蚕、中国养生保健、中国焦煤、中国竹藤、中国建筑建材、中国茶籽油、中国消费类电子产品、中国检验检测、中国电网、中国传统医药、中国文旅、中国家具、中国运动用品、中国纺织服装服饰、中国室内空气净化、中国汽车等 30 余个品牌集群。品牌集群将以国际视野和国家高度，代表国家形象走向全球，参与品牌经济的竞争。通过制定和执行具有国际先进水平的

团体标准，引领提升行业总体水平。

中国品牌，世界共享。中国品牌发展需要国际合作，世界品牌发展需要中国力量。以“五要素”为核心的品牌价值发展理论将随着世界经济的发展、科学技术的进步、消费需求的变化以及品牌价值评价实践的不断深入而继续完善和发展，为全球消费者带来福音。我们将更好地发挥品牌的引领作用，推动供给侧结构改革和需求结构升级，着力提升中国品牌的知名度、美誉度和忠诚度，树立中国品牌的良好形象，遵循品牌发展的一般规律，努力走出一条具有中国特色的品牌发展道路。