

中华人民共和国商务部

商建函[2023]634号

商务部关于加强商务领域品牌建设的指导意见

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团商务主管部门：

为贯彻落实《质量强国建设纲要》关于完善品牌培育发展机制、开展中国品牌创建行动等部署要求，进一步健全商务领域促进品牌培育发展的工作机制，持续扩大品牌消费，现就加强商务领域品牌建设提出以下意见：

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，充分发挥商务工作联通内外、贯通城乡、衔接产销的优势，通过促进品牌新发展、提升商业新品质、拓展推广新渠道、丰富消费新场景，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变，提高中国品牌在全球市场的影响力，增强我国超大规模市场对全球品牌的吸引力，促进扩大内需战略实施和贸易强国加快建设。

二、工作目标

到2025年，培育建设一批引领品牌发展新趋势、消费升级新赛道的新消费品牌创新城市，推动形成一批集成商业创新、文化创

意、科技赋能的“必购必带”城市礼物；不断提高商业品牌企业知名度，持续拓展品牌展销渠道、丰富品牌消费场景，增强“中国商品”品牌和“中国服务”品牌国内国际影响力，充分发挥品牌建设对商务高质量发展的促进作用。

到 2035 年，商务领域品牌建设成效更加显著，形成一批享誉世界的中国商品和服务品牌，一批服务卓越、影响力大的知名商业企业，品牌成为促进国内供需结构升级、增强贸易竞争优势的有力支撑，在稳固消费大国地位、促进贸易强国建设中发挥更大作用。

三、主要任务

(一)促进品牌新发展。

1. 推动品牌创新发展。培育建设新消费品牌创新城市，依托商业集聚区、线上平台、文创园区、科创园区、国家电子商务示范基地等建设新消费品牌孵化基地，构建品牌企业、商业企业、媒体机构、投资主体等多方参与的新消费品牌孵化生态圈，孵化培育一批在细分市场具备独特优势的品牌。加强对中华老字号、传统特色品牌的培育保护，支持做精做强，促进守正创新，打造“百年老店”。

2. 增强品牌文化赋能。推动品牌与文化融合创新，实施“城市有礼”行动，鼓励各地深化商旅文体科技融合，创建城市礼物公共品牌，培育扶持一批城市礼物开发主体，整合新老品牌资源，开发系列集成商业创新、文化创意、科技赋能、受消费者欢迎的城市礼物，丰富城市“必购必带”特色商品。鼓励企业推进产品设计、文化创意、技术创新与品牌建设融合发展，积极推动中华文化元素融

入品牌建设。

3. 提升品牌国际化水平。鼓励企业实施品牌国际化战略,开展商标和专利境外注册,针对不同市场完善营销体系,提升国际化水平。开展跨境电商品牌培育专项行动。拓展“丝路电商”布局,引导电商企业带动品牌企业开拓海外市场。鼓励具备条件的商业企业“走出去”,提升知名度和美誉度,创建具有国际影响力的服务品牌。鼓励中华老字号企业发挥品牌效应,带动中医药、中餐等产业开拓国际市场。

(二)提升商业新品质。

1. 壮大商业品牌企业。加强对批发、零售、餐饮、家政、商务服务、仓储物流等行业和领域企业品牌建设的支持。鼓励具备条件的企业建设布局根植中国、面向全球的商业服务网络,形成一批具有国际影响力的商业领军品牌企业。支持商业企业深耕本地市场,拓展辐射范围,加快连锁化网络化发展、数字化智能化转型,形成一批具备地域特色、服务区域发展的区域骨干品牌企业。推动中小微商贸企业发掘细分市场潜力,在技术、服务、业态等方面加强创新,实现特色化、品质化、品牌化发展。

2. 提升商业服务品质。坚持以标准化引领商业品牌建设,持续开展企业标准“领跑者”活动,推出一批高质量企业标准。弘扬中国优秀传统商业文化,引导企业诚信经营,塑造良好品牌形象。鼓励企业提升服务质量,加强员工培训,增强爱岗敬业的职业精神和专业技能。鼓励商业企业发展自有商品品牌。鼓励各地深入挖

掘传统烹饪技艺和餐饮文化,打造地方特色餐饮品牌。创新丰富家政服务,培育优质服务品牌。推动商业企业与旅游、文化、健康、体育、养老、托幼等服务行业融合跨界发展,积极运用新理念和新技术,拓展服务功能,提升服务品质。

3. 扩大商业品牌影响。依托服贸会、消博会等重要平台,加强对商业企业品牌的宣传推广。鼓励各地、商协会结合相关展会、活动等宣传推广商业企业品牌、商业品质服务;组织开展选树优秀店长、商业技术能手等活动,为商业领域从业者搭建切磋技艺、交流经验、展现风采的平台,促进商业企业品牌价值提升。

(三)拓展推广新渠道。

1. 搭建首发首秀平台。以具备一定影响力的时装周、美妆节、汽车展、电子展、文创节等为载体,打造一批品牌首发首秀展示平台。鼓励具备条件的地方,制定促进首发经济的政策措施,明确标准规范,吸引国内外知名品牌开首店、发新品。鼓励平台企业打造新品网络首发中心。

2. 促进品牌展销推广。创新开展品牌“中华行”“跨境行”“进名店”“进名街”等活动,支持品牌企业参加广交会、服贸会等国内国际知名展会。以企业为主体,支持“三同”品牌营销推广,推动“三同”商品进平台、进社区、进展会、进商超。鼓励京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝地区双城经济圈等重点区域建立健全品牌展销区域合作机制。鼓励各地探索建立城市间品牌展销互助渠道,搭建产销对接平台,加强国内大市场联动。

3. 扩大优质品牌进口。充分利用进博会、消博会等开放平台,多渠道扩大优质商品和服务进口。发挥进口贸易促进创新示范区作用,积极增加境外优质品牌商品进口,促进跨境电商零售进口规范健康持续发展。支持具备条件的商业企业完善跨国采购国际供应链,更好利用全球商品和服务满足国内生产消费需求。

(四)丰富消费新场景。

1. 建设品牌消费载体。有序推进行街改造提升,开展智慧商圈、智慧商店示范创建,建设一刻钟便民生活圈。加强县域商业体系建设,丰富农村消费新业态新模式。深化“数商兴农”,鼓励商业企业、平台企业等各类市场主体进一步向农村延伸服务网络,促进品牌消费进农村。

2. 打造品牌消费地标。鼓励国际消费中心城市等具备条件的地方,打造若干云集世界精品、引领时尚潮流、彰显文化特色的国际一流品牌消费地标,成为中国品牌引领世界风尚的展示窗、国际品牌进入中国市场的优选地。鼓励各地因地制宜,建设商业、科技、文化、体育等融合的国潮消费集聚区。

3. 办好消费促进活动。高质量举办“全国消费促进月”“老字号嘉年华”“中华美食荟”“双品网购节”等消费促进活动。鼓励各地开展具有本地特色的消费促进活动。支持品牌企业参加各类消费促进活动,持续扩大品牌消费。

四、保障措施

(一)强化组织领导。

各级商务主管部门要充分认识品牌建设的重大意义,把品牌建设作为推动商务高质量发展的重要工作,加强部门协同,调动各方力量,形成工作合力,进一步建立健全促进品牌培育发展的工作机制和支持举措。

(二)组织开展试点。

各省级商务主管部门要积极推动具备条件和意愿的城市制定新消费品牌创新城市培育建设实施方案,加强培育建设支持指导。培育建设城市要结合本地实际,探索建设新消费品牌孵化基地,创新举措促进新消费品牌成长发展。商务部将组织开展全国性试点,加强经验模式总结推广。

(三)加强人才培养。

鼓励高等院校、职业院校加强品牌相关课程建设,培养具有国际视野和品牌管理专业素质的企业家、商业人才。鼓励院校、贸促机构、协会、企业共建共享品牌人才实习实训基地,深化产教融合与校企合作,搭建教育实践和技能提升平台,为品牌建设提供人才支撑。

(四)促进国际合作。

发挥我驻外使领馆经商机构作用,做好信息咨询、企业对接等方面服务,为品牌企业提供更多贸易投资和国际合作机会。商务部将发布相关国别贸易投资指南,引导企业开拓多元化国际市场,

加强海外知识产权风险预警与维权援助服务,促进品牌保护国际合作,为品牌发展营造有利国际环境。

(五)做好总结宣传。

各级商务主管部门要及时总结经验做法,加强宣传推广。商务部将建立商务领域促进品牌培育发展的目标和评价体系,定期发布商务领域品牌发展报告,编印典型案例,组织学习交流,营造有利于品牌发展的良好氛围。



商务部办公厅

2023年10月31日印发

