

“制造名城”战略下株洲民营企业品牌竞争力提升路径研究

江朝

(湖南化工职业技术学院, 湖南 株洲 412004)

【摘要】党的十九大报告中提出,要支持民营企业的发展,激发各类市场主体活力。习近平总书记也曾在民营企业的座谈会上提出民营经济在稳增长、促创新、增就业、改民生等方面发挥的重要作用。近年来,株洲大力培育制造名城,作为传统的工业大市和制造业大市,民营经济成为了培育制造名城、建设幸福株洲的一大强劲支柱。

虽然株洲目前已成为制造强市,但存在一个突出表现是制造业品牌建设仍落后于制造业发展,株洲民营企业普遍存在企业品牌竞争实力不强的问题。加上近几年疫情环境的影响,部分株洲民营企业发展受到影响和冲击。要全力培育制造名城、建设幸福株洲,民营企业的品牌竞争力不可忽视,只有不断提升民营企业的品牌竞争实力,主导企业才能真正做优。

【关键词】制造名城;民营企业;品牌竞争力;提升路径

一、株洲民营企业发展现状

(一)民营企业蓬勃发展,市场主体规模不断扩大

2022年上半年,株洲市场主体新增企业中绝大多数为民营企业,民营企业数量不断增加,规模不断扩大。从湖南民企百强榜单来看,2022年,株洲有11家民营企业上榜,其中唐人神集团股份有限公司位列全省第八,株洲的民营企业上榜数量排全省第二,仅次于长沙。而在2016年,株洲入选企业仅4家。在过去5年,株洲民营企业数量增长率达58%以上,民营企业已成为株洲乃至湖南智造的主角,目前,株洲累计有7家民企成功上市,株洲民营企业发展蓬勃向上。

(二)整体经济势力增强

数据显示,2021年,株洲民营经济增加值达到2383.3亿元,占GDP总值的69.7%,民营经济增加值增长了9.3%,平均增长幅度高于全省其他地区,排在全省第一位。株洲民间投资占全社会固定投资的64.6%,占税收的70%以上,解决城镇劳动就业80%以上,民营市场主体数量占全市市场经济主体数量的98.2%,株洲民营企业成为株洲经济社会发展的“主力军”。

(三)社会贡献不断突出

在国家脱贫攻坚、乡村振兴等发展战略下,株洲民营企业积极响应号召,加入到发展队伍中来。民营企业及商业协会共同集资献力,投身到“万企联村、

共同发展”等活动中,促成约16万人加入到农业生产发展队伍,帮扶人数达2.5万余人。众多民营企业也参与到爱心助残、敬老爱幼和党建帮扶行动中,对接炎陵、茶陵县的国家级贫困村,帮扶金额达200多万元。唐人神集团还积极参与到公益活动中,成立了教育扶贫基金会,为贫困大学生送去温暖。株洲民营企业用实际行动展现民营企业的责任担当,为国家脱贫攻坚和乡村振兴工作贡献力量。

二、株洲民营企业品牌竞争力建设存在的问题

企业品牌竞争力,是企业核心竞争力的重要表现。对民营企业来说,注重品牌运营,打造品牌竞争力是提高企业综合素质和抗风险能力、从根本上提升企业的核心竞争力、保持企业长久发展的致胜之道。当前,株洲市民营企业品牌竞争力建设主要存在以下方面的问题:

(一)提升企业品牌竞争力的意识不够

正泰集团懂董事长南存先生曾说:“民企本身有趋利性,但品牌是无价的。在创名牌背后我们甘愿付出,这不仅是利润问题,而是一种超利润的精神”。但令人遗憾的是,当前,株洲民营企业中有品牌意识的企业家较少,相当多的民营企业家缺乏对品牌竞争力方面的认识,他们当中有些认为提高企业品牌竞争力只要靠短期内加大广告宣传力度,提高产品的知名度就具有了品牌竞争力,而事实上,品牌的创立与维护需要广告投入,但品牌竞争力绝不是仅靠广告建立的,“形成和提升一个产品的品

牌竞争力，是一个持之以恒的全方位努力过程。没有长远的战略规划和安排，不进行全面的打造和管理，是不可能培育和形成有长期生存与发展能力的品牌及其竞争力的。”

（二）民营企业抵御风险能力差，管理方式落后

虽然近几年株洲民营企业数量不断增加，但大多数为中小微企业，部分企业存在管理不严、经营环境差、资金能力不足、产品附加值不高的现象，企业抵御风险能力较差，再加上这几年疫情环境的影响，众多民营企业受到较大冲击。比如民营企业中的制造业，由于产业链的交织影响，只要一个环节出问题，就会牵连到整个生产，疫情的爆发，导致很多制造业企业被迫停工停产，影响资金回笼，而民营企业融资难的现象也较为突出，一些商业银行对民营企业的贷款门槛相对较高，在此环境下，部分民营企业资金困难，难以维持生产经营，企业的生存与发展面临着较大的挑战，甚至可能导致破产。

再加上株洲部分民营企业是家族式的管理，血缘关系以及与老板的关系决定了管理者的权利和地位，在这种环境下，很容易出现内部的腐败、财务管理不善等现象，企业缺乏有效的激励机制，管理效率低，企业文化建设受阻，企业长远发展受到影响。

（三）企业品牌文化缺失

文化是品牌的灵魂，是让消费者认同品牌价值、对品牌产生共鸣的重要因素，也是建立产品和消费者之间情感纽带的重要桥梁，文化内涵建设对制造业企业来说尤为重要。株洲中小民营企业很多是制造业，且起步较晚，企业制度不健全，一部分企业盲目追求利润而忽略了品牌文化建设，做代加工和贴牌生产，导致产品技术含量低，价格便宜，品牌文化的缺失使得株洲中小民营企业品牌竞争力低。

（四）品牌建设人才匮乏

人才是企业最宝贵的资源，株洲民营企业品牌建设离不开高端人才的支持。近几年，株洲紧紧以“六项人才工程”为抓手，政府出台了一系列政策为广大民营企业提供人才支撑，然而，目前株洲民营企业人才紧缺的现象仍然突出，人才问题始终成为制约株洲民营企业品牌竞争力提升的一个严重困境，吸引和留住人才对提升民营企业品牌竞争力至关重要。

调查发现，很多民营企业都反映企业存在招人难、留人难、高端人才数量不足，人才结构不够合理的现象。主要有以下几个方面的原因：首先，相较于国有企业和合资企业，由于自身实力的限制，民营企业的发展规模小、工作环境不太理想、福利待

遇相对不高，对人才的吸引力较小；其次，部分高校毕业生对民营企业有偏见，有不愿意到民营企业就业的心理，存在花了大力气高成本培养出来的人才，却把企业当跳板的现象，人才流失率较高。一部分劳动力相对密集的制造业企业为了节约劳动力成本，招用一些文化素质偏低的工人，企业缺少创建品牌方面的高精尖人才。

三、株洲提升民营企业品牌竞争力的路径对策

品牌竞争力是影响民营企业生存和发展的重要因素，打造企业品牌竞争力是一个长期而艰巨的过程，株洲民营企业提升品牌竞争力的基本路径和对策主要有以下几点：

（一）提升品牌发展意识

株洲民营企业应该深刻认识到实施品牌建设、提高品牌竞争力对企业长远发展有着非常重要的意义，因此，牢固树立品牌意识，制定企业品牌发展规划，形成浓厚的品牌氛围是民营企业打造品牌竞争力工作的重点内容。政府部门应该加强对企业家的引导和帮助，可通过对民营企业提供专业的培训，例如专题讲座、专题研讨等方式，提高民营企业家的品牌发展意识。政府也可以通过制定一些企业品牌建设的激励措施，鼓励民营企业走上品牌建设和发展的道路。更重要的是，要让民营企业认识到树立正确的品牌意识不仅是领导者的责任，企业的每一位员工同样需要有提高企业品牌竞争力的共同认识和自觉行动，才能在品牌竞争力建设过程中凝聚力量。

（二）不断加强技术创新

创新是企业发展的新动力，技术创新是民营企业品牌竞争力的基础和长远发展的根本。面对激烈的竞争环境，株洲民营企业需在充分认清自身优劣势的基础上加大技术创新的投入力度，引进高端技术人才、加强技术型人才的管理，在产品设计、产品质量、产品工艺、产品服务等方面下狠功夫，不断完善企业的研发机制，可以通过技术转化、技术引进、技术改造等来促进技术成果转化。此外，还可以主动参与产学研联合，积极对接和高等院校及科研单位的合作，不断提高产品技术含量，研发出富有创新的产品，开拓新市场，提高顾客价值，打造企业的品牌竞争实力。

（三）努力拓宽企业融资渠道，改善融资环境

首先，对于株洲民营企业自身来说，需要加强信息披露，提高信息透明度，不断完善治理结构和能力，优化融资渠道，可定期开展信用评级制定，提高公司知名度。其次，政府方面。政府一方面要加大力度

帮助民营企业减税降负,把实质性的减税项目落实到位,让行政性的收费项目更规范。同时健全民营企业参与政策的制定,提高各项涉企政策的透明度。另一方面,要充分发挥地方中小金融机构的作用,整合金融资源,加大地方中小金融机构,如株洲商业银行、农村信用合作社等的金融创新力度。并且在政策上给予这些中小金融机构更多的支持与优待,引导金融机构创新金融服务和产品。

(四) 加强品牌文化创新

新时代企业之间的竞争实质上是品牌的竞争,更是品牌文化的竞争。品牌文化是指通过外部传播途径,让消费者品牌在心理和精神上的高度认同,从而建立起来的品牌价值、品牌忠诚。株洲民营企业在进行品牌文化创新时,要充分利用好品牌自身、外部人力财力等方面的优势资源,准确定位,在品牌中融入企业文化和企业核心价值观,尽可能完美地展现出品牌的文化价值。同时,要根据目标消费人群的需求及产品的特征,寻找合适的切入点,将优秀的企业家故事、品牌发展历程、当地民族文化等元素融入到品牌文化中,努力打造与产品相关的有特色的品牌文化,让消费者产生情感共鸣。

此外,还应该注重服务营销的理念。民营企业在为消费者提供服务的过程中,要注意细节,改变服务方式,优化服务内容,针对消费者的个性化需求打造具有特色的服务形式,体现以顾客为中心的服务理念,培养顾客对品牌的忠诚度。

(五) 完善人才引进和培养机制

优秀的人才是企业宝贵的无形资产,株洲民营企业要以积极的态度不断完善人才的引进和培养机制,树立以人为本的管理思想,调整优化人力资源结构,不断优化员工激励机制。民营企业对人才的吸引力较小,通过增加对员工的培训来调动工作积极性是一种很好的方式,可考虑内部晋升的方式,挖掘有潜力的优秀员工,并重点培养,让他们成为企业品牌建设中的骨干力量,将企业使命贯穿于员工个人价值的实现过程中,让员工获得心理上的归属感和满足感。株洲民营企业对人才的管理,应采用引进加培养相结合的方式,吸引优秀人才加入到品牌建设的行列中来的同时,要提供给他们广阔的发展和晋升空间,促使人才与民营企业更好地结合,让人才得到不断发展和提高。

(六) 塑造品牌形象,实施品牌战略

株洲民营企业要了解自身所处的发展阶段,结合市场环境实施品牌战略。可借助公共关系、营销

推广、人员促销等方式塑造自身企业的品牌形象,将企业文化融入到品牌管理中,及时向消费者传递企业咨询,与消费者建立良好的互动关系。品牌塑造是一个长期的过程,株洲民营企业可以充分利用当前良好的互联网营销环境,高效便捷且低成本地与客户保持业务联系。此外,株洲民营企业要想长远发展,就必须制定系统长远的品牌战略规划,结合行业和企业自身的特点,采取技术优势、服务优势、成本优势等品牌策略来提升品牌竞争力,保证企业长期的可持续发展。

在品牌竞争激烈的市场环境中,株洲民营企业唯有不断提升企业品牌核心竞争力,扎实提升企业的综合实力,才能克服前进中的重重困难,让自身具备竞争优势,在企业日常运营中不断改善,实现转型升级的飞跃,在“培育制造名城、建设幸福株洲”中作出更大贡献。

参考文献:

- [1] 习近平.在民营企业座谈会上的讲话[N].人民日报,2018-11-02(002).
- [2] 张艾莉,毕思琦.中小民营企业融资路径探索[J].人民论坛,2020(27):68-69.
- [3] 徐江,李翔宇,曹忠威.吉林省民营企业发展的现状、问题及对策[J].税务与经济,2019(3):103-107.
- [4] 田晖,肖琛.中国企业文化竞争力评价与高质量发展治理效应:基于湖南省民营企业的实证调查[J].河南师范大学学报(哲学社会科学版),2020,47(2):28-36.
- [5] 陈钦兰.中国民营企业品牌竞争发展的路径研究——基于关系视角[D].中国流通经济,2010(10).
- [6] 李光斗.品牌竞争力[M].北京:中国人民大学出版社,2004.
- [7] 吴琮,王倩,詹辉.湖北省民营企业品牌战略实施的现状、问题与建议[J].市场周刊·理论研究,2011(05).

基金项目: 本文为2022年株洲市委统战部课题《“制造名城”战略下株洲民营企业品牌竞争力提升路径研究》(项目编号:2022116)的阶段性研究成果。

作者简介: 江朝,女,1984年6月生,硕士研究生,湖南化工职业技术学院,讲师,研究方向:工商管理。