

# 关于品牌建设在企业经营管理中的作用分析

张瑞娟

中国船舶集团有限公司第七一三研究所

DOI:10.12238/ej.v8i3.2394

**[摘要]** 在企业发展中,通常需要做好市场开发、产品打造等多方面的建设工作,以保障企业经济稳定发展,尤其是品牌建设对企业市场竞争能力的提升存在极大的影响。但是,在多种因素的影响下,品牌建设极易被企业所忽视,致使企业发展难以达到理想标准,实际竞争能力有待进一步提升。在市场经济的不断发展下,许多企业逐渐提升对品牌建设的重视程度,将其充分融入企业管理、对外经营当中。在规范开展品牌建设工作时,不仅能够为企业发展带来极大的经济效益,还能够做到对企业文化、市场形象的优化,以此助推企业实现进一步发展。基于此,文章从品牌建设对企业发展的影响着手,针对品牌建设在企业经营管理中的重要作用展开了深入分析,并为品牌建设提出几点有效策略。

**[关键词]** 品牌建设; 企业经济; 企业管理

**中图分类号:** F27 **文献标识码:** A

## Analysis of the Role of Brand Building in Enterprise Management

Ruijuan Zhang

China shipping group co., ltd. No.713 institute

**[Abstract]** In the development of enterprises, it is usually necessary to do a good job in market development, product creation and other aspects of construction work to ensure the stable development of the enterprise's economy, especially brand building, which has a great impact on the improvement of the enterprise's market competitiveness. However, under the influence of various factors, brand building is easily overlooked by enterprises, making it difficult for them to achieve ideal standards of development, and their actual competitiveness needs to be further improved. With the continuous development of the market economy, many enterprises have gradually increased their emphasis on brand building and fully integrated it into their management and external operations. When carrying out brand building work in a standardized manner, it can not only bring great economic benefits to the development of enterprises, but also optimize corporate culture and market image, thereby promoting further development of enterprises. Based on this, the article starts with the impact of brand building on enterprise development, conducts in-depth analysis on the important role of brand building in enterprise management, and proposes several effective strategies for brand building.

**[Key words]** brand building; Enterprise economy; business management

### 引言

当前,在经济高速发展下,企业数量的不断增多也带来了巨大竞争压力,这对企业的发展造成极大的影响。在此情况下,许多企业逐渐提升对品牌建设工作的高度重视,深刻认识到品牌建设对企业长远发展的重要意义,并采取多种科学、有效的品牌建设策略,积极构建特色品牌,全面落实品牌宣传活动。在规范开展品牌建设工作,能够帮助企业提高经济效益,使其始终具备较强的市场竞争能力,不断提升企业经营管理水平<sup>[1]</sup>。因此,在企业发展中,相关部门有必要强化对品牌建设工作研究,明确品牌建设的重要作用,将其重要价值进行充

分发挥,这对其企业经济建设也有着重要意义。

### 1 品牌对企业发展的影响

从品牌打造视角来看,品牌能够充分展现企业在市场中的推广情况。对于企业经济商品而言,若想让客户都表示较高的认可程度,并形成属于自身的市场环境,那么整个操作流程就存在较高的难度;而这也是品牌建设的基础要求,并充分展现了企业形象、市场信誉,是企业文化层面的重要展现。同时,唯有应用自身独有事物才能够构建属于自身发展特点的企业品牌,所以品牌也是企业发展的重要竞争力。从品牌反作用视角来看,在做好品牌建设的情况下,品牌除了能够充分展现出消费

者心中的企业形象,在一定程度上还会对商品利润带来较大的影响<sup>[2]</sup>。一般情况下,在科学的品牌建设下,通过形成良好企业品牌能够为企业发展带来远超自身价值的额外利润;并且还会受到时间、空间等多方面的影响,若能在消费者群众当中形成极为深刻的品牌印象,那么就能够对几代人的消费行为带来一定影响,并且还能够突破文化观念、经济体系影响其他消费者,以此为企业发展提供有力的支持。

## 2 品牌建设在企业经营管理中的重要作用

### 2.1 有助于优化产品方向,满足市场发展需要

对于企业发展而言,最重要的就是将股东价值进行充分发挥,而这能否顺利实现则与现金流的顺利流动存在较为紧密的联系,唯有在科学、规范的经营策略下,具备较强的盈利能力,才可以促进企业高效开展生产活动、融资活动,从而帮助企业实现全面发展。在此阶段,企业产品就占据着重要地位,在一定程度上会对企业利润带来较大的影响。对于企业发展而言,产品的制作需要综合早期成本投入、资金回流情况等多方面影响因素展开深入分析,但最重要的就是明确自身发展方向,明确具体产品定位。在定位产品方向时,应做好对市场发展状况的深入调查,除了要综合分析消费者自身需求,还要从政策发展、市场竞争等多方面展开调查;而品牌建设则是企业构建自身名片的重要过程,唯有获取相应名片,才能够做到对自身发展定位的明确规划,后续企业产品优化、开发也能够严格按照企业品牌方向,从而帮助企业占据有利的竞争地位,保障企业经济稳定发展<sup>[3]</sup>。

需要注意的是,企业品牌宣传并非永远固定不变,尽管部分品牌在时代不断发展下,能够为消费者埋下较为深刻的固有印象,但也仅限于一部分,大多数品牌也会在时代不断发展下出现明显改变,所以企业应当结合市场实际做好对品牌倡议发展的优化,再应用对应品牌建设策略助推企业产品实现进一步发展。在此阶段,除了要充分发挥品牌所具备的导向作用,还能够在生产、经营活动中起到较强的推进作用,使其产品生产、销售等多个环节始终保持紧密连接。若企业在发展阶段未能全面落实品牌建设,那么后续企业发展就需要投入许多资金支持,而这就极易造成资金周转困难、占用等多种不良现象的发生,很难起到较为显著的推广效果。同时,广告推广所起到的销售还会受到多种不良因素的影响,许多广告投放很难达到理想效果,再加上市场、产品之间缺乏较强的关联度,致使产品销售工作难以得到高效开展,从而对后续生产活动带来不良影响,最终导致企业经营出现不良现象。在此情况下,品牌建设工作的开展除了能够提供产品开发的可靠路线,还能够促进产品顺利融入市场当中,使其能够充分满足市场发展需要,以此保障企业各项经营活动的稳定开展。

### 2.2 有助于强化企业内部管理

对于企业而言,也是属于社会群体,除了拥有较强的经济属性,还有着一定文化属性。对此,在企业发展阶段,企业文化也占据着重要地位,属于社会文化的重要组成部分之一,在一定程度上会对市场秩序、氛围等多方面带来较大的影响。在此阶段,品牌在

企业经营管理活动中的作用除了能够充分展现于企业经济效益,还能够体现于自身社会形象树立方面。在开展品牌建设时,企业将会在市场上逐渐形成自身社会形象,而整个操作流程也属于建设、守护的相结合阶段,所以企业构建以及保持良好社会形象存在较大的操作难度;而在毁坏企业社会形象方面却极为简单<sup>[4]</sup>。在品牌建设的帮助下,企业能够充分展现出自身良好社会形象,夯实内部文化建设基础,这在一定程度上也能够帮助企业内部进一步强化各项管理工作。

在企业发展中,最重要的就是正向现金流的获取,以此保障企业在市场竞争中始终占据关键地位。对于该目标的实现而言,除了会受到产品成本、销售价格的影响,还与企业自身管理、经营模式存在极大的联系。因此,在现代企业管理工作中,内部管理模式的优化具有重要作用,这主要是相较于传统企业组织方式,当下许多企业大多采取劳动合同的方式形成良好、稳定的签约关系,其内部组成也存在较高的复杂性。另外,在时代不断发展下,企业所开展的经营活动也需要综合多方面因素展开深入分析,往往导致企业竞争失败的原因并非市场竞争的影响,而是内部管理问题;所以,在现代企业发展中,内部管理大多存在较高的标准。在此情况下,品牌建设除了能够帮助企业做好对社会形象的树立,还能够指导企业不断强化内部管理。对于此项引导而言,重点体现于内部员工均具备较强的品牌意识,促使各部门主动展开相互协作,从而促进品牌建设工作的高效开展,以此可以有效规避各部门之间的不良竞争、责任推诿问题的发生,并且还可以帮助企业做好对已有资源配置的优化工作,进而实现对管理质量的有效提升。

### 2.3 有助于增强市场竞争力

在科技高速发展下,企业需要严格按照市场变化做好对经营决策的调整工作,若企业无法主动适应时代变化趋势,那么以往所制定的经营策略在一定程度上就会对企业经营造成不良影响,甚至还会促使企业倒闭问题的发生。因此,企业在发展中需要预留充足的力量,以便能够第一时间做好对自身经营方向的调整工作,从而为企业产品的销售、生产提供有力的支持,促进企业实现长远发展。

此外,在提升企业竞争力方面还能够充分体现于新市场的开拓。一般情况下,市场可以详细划分为国际市场、区域市场等多方面内容,但从产品类型、公司层级等多方面展开划分时又存在明显的差异特点,所以企业在发展中做好市场方向的选择占据着重要地位。首先,若想顺利进入目标市场就需要得到相应资格认证,而这就就需要应用大量流动资金,除了要提前做好早期投入,还要在市场中精确投放企业广告,以此不断增强自身竞争能力<sup>[5]</sup>。

在此阶段,企业一般需要消耗大量资金才能够达到预期效果;若未能顺利完成对市场的开拓工作,那么就会对现金流的运行带来不良影响,甚至还会导致企业破产。所以,市场开拓也属于许多企业在发展中的冒险行为;而在积极开展品牌建设工作的情况下,则能够帮助企业始终在市场环境下占据更高的活力

水平,使其处于可攻、可守的局面,能够最大限度降低市场开拓环节的风险,使其拥有充足的精力应对市场风险,以此保障企业实现稳定发展。具体而言,通过全面落实品牌建设,不仅能够对企业当下发展带来极大的影响,还会间接影响企业长远发展,需要企业相关部门时刻保持对品牌建设的重视程度。

### 3 企业品牌建设的强化策略

#### 3.1 找准品牌定位

现阶段,国内各大企业均在不断强化对品牌的建设工作,但受到同质化问题的影响,实际建设效果很难达到理想标准。对于此类不良现象的发生,主要是企业未能及时做好对自身的品牌建设的准确定位,尚未形成自身特色。对此,企业应当结合自身发展状况,除了要明确品牌定位,还要充分展现出质量、服务等多方面因素<sup>[6]</sup>。以中船海为高科技有限公司为例,央企驻郑全资国有企业,成立于2010年9月,公司承担着七一三军民共用技术转化、科技创新以及面向民用市场的产业孵化工作,其品牌定位可以从市场、产品、客户角度展开明确划分。对于市场定位而言,主要从事于高端技术研发方面,如何驱动单元是国内最新研制的新一代全国产化、数字化的海为伺服驱动单元,具备丰富的对外接口、集成度高、可靠性高等多种特点,在陆海空天警等领域均有着广泛运用。在产品定位方面,大部分设备均有着现代化、高技术含量的特点,重点强化对前沿技术的开发;而在客户定位方面主要针对行业高端客户,以先进研制能力、个性化产品辅助设计满足不同用户的使用需要,以此让客户能够获得安全、可靠的产品,进而有效提升客户对自身产品的满意度。

#### 3.2 拓宽宣传渠道

对于品牌建设而言,除了要在早期完成对品牌的树立,还要从后期强化品牌经营、管理工作,这样才能够将品牌的重要价值充分发挥。对此,在品牌宣传工作中,相关部门要能够规范应用网络工具不断扩大宣传范围,实现对品牌建设效率的有效提升。比如,在中船海为高科技有限公司中,企业发展规模相对较大,下设三个事业部、一个智能产业发展中心、2个生产制造基地、3家控股公司;而由于自身产品大多属于前沿科技,在品牌建设中的宣传重心也应当侧重于对自身先进技术的展现。对此,在实

际宣传工作中,可以采取文字、图片相结合的方式,除了要提前做好对先进产品的宣传工作,还可以展现企业实验平台、研发中心,让客户能够深入了解该技术的技术含量,进而树立良好的品牌形象,提高客户对自身产品的认可程度。

### 4 结束语

综上所述,在企业发展中,品牌建设占据着重要地位,尽管品牌建设存在较大的难度,实际建设时间也相对较长,但企业若想实现长远发展,就必须全面落实品牌建设工作,以此充分保障企业经济的稳定发展。在此阶段,企业需要做好对自身的准确定位,结合市场发展情况、企业实际等展开综合分析,从客户、市场展开明确规划,以此为品牌建设工作开展提供明确的发展方向。另外,在完成早期品牌建设以后,企业还要投入充足的精力做好对品牌形象的维护,以此将品牌价值充分发挥,确保企业能够始终处于稳定发展状态。在未来发展中,企业还要不断强化对品牌建设的探索,引入更多先进技术,高效开展品牌建设工作,以此助推企业实现全面发展。

#### [参考文献]

- [1]赵永林.产业集群下中小企业品牌建设的路径分析[J].全国流通经济,2023,(24):71-74.
- [2]张荣,王宇.林产品品牌建设问题研究——以泰安市岱岳区为例[J].新农业,2023,(21):63-65.
- [3]严慧慧.关于品牌建设在企业经营管理中的作用分析[J].老字号品牌营销,2022,(02):22-24.
- [4]向英.电力企业经营管理中的品牌建设工作开展分析[J].商业观察,2021,(31):85-87.
- [5]张洁.信息化建设在石油企业经营管理中的作用分析[J].中小企业管理与科技(中旬刊),2021,(08):25-26.
- [6]赵梦蝶.品牌建设在企业经营管理中的作用分析[J].商展经济,2021,(05):22-24.

#### 作者简介:

张瑞娟(1980--),女,汉族,河南新密人,本科,中小学教师系列教育管理副高级、自动化装备事业部经营管理办公室副主任。现从事的主要工作或方向:经营管理、品牌建设。