中国企业家与首席品牌官关系现状

众所周知，品牌战略已被提升至我国国家战略的崭新高度，中央政府在全面提升社会经济品牌化程度、塑造自主品牌核心竞争力方面重拳频出，中国企业的品牌化进程迈入前所未有的高速发展期。伴随中国企业家品牌意识的觉醒和品牌思维的成熟，企业家对于品牌管理工作的重视程度日益提高，资源投入也显著增大。在这个过程中，品牌管理相关岗位大量涌现，人才需求旺盛，而以往只在外资企业中见到的首席品牌官（CBO），也越来越多地出现在快速成长的中国企业中。

首席品牌官是企业中设置的专门负责品牌战略管理与运营的高级官员，代表CEO就企业形象、品牌以及文化进行内外部沟通。CBO不仅是一种专业人才，更是一种特殊人才。因为他不仅仅是企业品牌的传播者，更是企业价值设计的参与者和企业品牌资产经营的责任者。

企业家拥有创新的灵魂、冒险的天性以及执着的本色，而首席品牌官由于专业的禁锢，在工作上难免墨守成规，不敢逾越界限。两者之间由于职业角色、专业技能、教育背景、从业经历等种种不同，加之中国社会尚未形成健全的品牌管理体系及CBO管理体制，客观上导致他们之间隔阂、矛盾甚至冲突的产生，让他们成为一对“欢喜冤家”。

为了摸清中国企业家与首席品牌官的关系现状，梳理他们的“恩怨情仇”，探究矛盾根源，促进双方构建和谐健康的发展关系，品牌中国特别策划组织本次“2014中国企业家与首席品牌官关系调查”。我们的调查对象瞄准中国自主品牌企业主群体以及首席品牌官（含品牌总监）群体，针对双方特点分别设计调查表，问题丰富、生动而又尖锐直接，让他们将自己的困惑、顾虑、烦恼、希望甚至是难以启齿的真话摆出来“晒太阳”！我们的调查数据最终将以专题报告的形式在各大主流媒体上对外发布。

本次调查题材新颖，堪称业内首创，结果一出势必将为中国品牌生态圈的构建带来积极影响。让我们共同期待《2014中国企业家与首席品牌官关系报告》的横空出世！

**2014品牌中国年度人物颁奖盛典组委会**

**二零一四年十月**

附件一

2014中国企业家与首席品牌官关系调查表

-企业家版-

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **基本信息** | | |
| 姓名： | 性别： | 年龄： |
| 手机： | 邮箱： | QQ： |
| 企业名称： 行业类别： | | |
| 企业规模：□50人以下 □50-100人 □100-500人 □500-1000人 □1000人以上 | | |
| 企业类型：□国企 □外资 □合资 □私营 □其他\_\_\_\_\_\_\_\_ | | |
| **调查内容** | | |
| 1.雇佣CBO时，会优先考虑男性还是女性？（请在选项前的方块内打“√”）  □男性♂ □女性♀ | | |
| 2.您认为CBO在什么年龄段任职合适？（请在选项前的方块内打“√”）  □25-35岁 □35岁以下 □35-45岁 □45-55岁 □55以上 | | |
| 3.您认为从事品牌行业多少年后，有资格任职CBO？（请在选项前的方块内打“√”）  □3-5年 □5-10年 □10-15年 □15年以上 | | |
| 4.您认为企业发展到什么阶段必须聘请CBO一职？（请在选项前的方块内打“√”）  □公司初创时就应聘请  □企业年营业额超过一定量级时，量级为 （请填写，如500万、1000万、1亿）  □产品年销售额超过一定量级时，量级为 （请填写，如500万、1000万、1亿）  □企业准备实施品牌延伸战略时  □产品销量出现严重下滑时  □自己的竞争对手都已经聘用CBO时  □自己或CEO的精力不足，需要人辅佐时  □其他 | | |
| 5.与CBO在公司问题上有冲突时，您选择怎样的解决办法？（请在选项前的方块内打“√”）  □按照自己的想法执行 □召集公司高层，开会商议解决  □听从CBO的建议 □辞退CBO，另寻良驹 □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | |
| 6. .以下几项CBO的行为，请按实际情况勾选符合内心的接受程度。（请在选项前的方块内打“√”）  ①很有能力，但做事有所保留，评估个人利益后才决定做多少事  □完全接受 □勉强接受 □无所谓 □不能接受 □毅然辞退 □其他\_\_\_\_\_\_\_  ②能力一般，但踏实肯干，尽心尽力工作，只是不能期待太多创新表现或突破性进展  □完全接受 □勉强接受 □无所谓 □不能接受 □毅然辞退 □其他\_\_\_\_\_\_\_  ③非常聪明，工作完成出色，只是经常会利用公司资源“做私活”  □完全接受 □勉强接受 □无所谓 □不能接受 □毅然辞退 □其他\_\_\_\_\_\_\_  ④经常拿“专业的”、“时尚的”跟领导讲道理，轻视公司原有的某些传统的、老式的营销方法或思维  □完全接受 □勉强接受 □无所谓 □不能接受 □毅然辞退 □其他\_\_\_\_\_\_\_  ⑤对领导百依百顺，完全依照领导的偏好行事，看不出自己的个人意志  □完全接受 □勉强接受 □无所谓 □不能接受 □毅然辞退 □其他\_\_\_\_\_\_\_  ⑥将个人曾经成功过的管理经验强加于我的企业  □完全接受 □勉强接受 □无所谓 □不能接受 □毅然辞退 □其他\_\_\_\_\_\_\_ | | |
| 7.您认为优秀的CBO应该具有哪些素质？  （请按照内心真实想法，按照1-7排序把序号填写在前边的括号里。）  【】人品正直  【】专业水平高  【】多干事、少拿钱  【】认同企业发展战略  【】听从命令  【】想法新颖，敢于创新  【】形象气质好  【】其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（请填写后排序） | | |
| 8.对您企业中现有的或未来将有的首席品牌官，您想说些什么？ | | |

**填写完毕请将附件发送到：zhangjiarui@brandcn.com**

**感谢您的参与，该项调查结果将作为报告的重要资料！**

**（我们保证对被调查者的资料进行严格保密，绝不外泄！）**

**2014品牌中国年度人物颁奖盛典组委会**

**二零一四年十月**