

国际标准刊号:
ISSN2012-3919
承办:
亚洲品牌盛典组委会
协办:
亚洲品牌研究院
中国品牌协会
第21期(总第21期)
网址: www.asiabrand.cn

亚洲品牌导报

Brand Winning Future 品牌决胜未来

ASIA BRAND ASSOCIATION
亚洲品牌协会

ASIA BRAND ANNUAL MEETING
2014 亚洲品牌年会
暨中国品牌年度总评榜颁奖盛典
China Brand Year Award Presentation Ceremony
新常态下品牌发展

主办: 亚洲品牌协会 亚洲电视
人民日报《环球时报》社 大公网 亚太卫视

北京·亚洲大酒店 2015年1月2-3日
Tel: 8610-8857 1709 Fax: 8610-8857 1525

主办: 亚洲品牌协会 亚洲电视
人民日报《环球时报》社 国家发展改革委中国经济导报社 (会员资料 免费交流)

顾问: 马启智 徐锡安 王泰平 冯 并 王国良 李保民 李连仲
丰田正和 王亚星 王景福 Jugal Kishore Johnl Conant

2014年10月28日
星期五

邮箱:
yzppdp@163.com

媒体合作
010/5369 7597

总 编: 王建功
执行总编: 杨长江
主 编: 汲 坤

品牌大观

Asia Club 城市荟 —— 开启亚洲品牌新时代



9月9日, 第9届亚洲品牌盛典上, 作为亚洲品牌集团的重要事业板块之一, Asia Club城市荟举行了隆重的揭牌仪式。短短一个多月的时间里, 城市荟的建设已在世界各地如火如荼的展开。

10月17日, 亚洲会App正式获得由中华人民共和国国家版权局颁发的《计算机软件著作权等级证书》, 并将于今年年底正式在全球上线发布; 10月15日, 亚洲品牌协会主席团一行圆满结束台湾考察, 达成台北荟合作意向; 9月22日, 洛杉矶荟筹建工作基本完成; 9月13日, 深圳荟正式揭牌成立。此前, 北京荟、广州荟、常州荟、郑州荟、印尼民丹荟等各地城市荟都已达成合作并进入筹建阶段, 全球200家城市荟线上线下互联的亚

洲品牌世界版图即将展开。

Asia Club(亚洲会)是全球品牌领袖精神家园的缔造者, 商圈资源的联动者, 产业金融的构造者, 品质生活的引导者, 以“大文化 大商圈 大数据”为核心发展理念。Asia Club在全球每个城市只选择一家有实力和文化底蕴的商务会馆合作建立地区高端商务平台——城市荟, 充分利用Asia Club资源与品牌影响力为当地企业提供品牌展示、创意发布、领袖沙龙以及当地城市范围内的企业品牌100强排行等高端服务, 来

聚合和服务当地品牌领袖, 构建地区圈层经济, 进而联动亚洲品牌经济, 推动地区品牌发展。

在这里, 有来自全球200家城市荟的品牌领袖的高端商圈; 在这里, 文化与科技的力量给品牌插上翅膀; 在这里, 资本与资源协力共创品牌的神话; 在这里, 有专属定制的品牌大数据资讯; 在这里, 通过专为品牌研发的大数据技术你将与来自世界各地200家城市荟的众多品牌领袖在线上实时交流, 在线下共赢互惠。在这里, 品牌领袖云集分享商业智慧, 品牌数据如海获取价值资讯, 品牌资源荟萃商机不容错过……在这里, 一切只为品牌存在。品牌的梦想在这里升起, 走向世界。

Asia Club城市荟开启了会所经济发展的新思路, 将传统会所单一的圈层交流平台功能向商务、文化、科技、生活等全方位延伸, 构建各地品牌领袖圈



层。通过“文化+科技”的先进理念, 以亚洲会App与Asia Club城市荟线上线下无缝融合的品牌服务, 构建属于亚洲品牌领袖的工作、生活及社交方式。全球200家城市荟、100艘游艇、100架公务机和100个高尔夫球场在线实时互联, 将为品牌领袖提供出行、接待、洽谈、24小时秘书等高端商务服务。每个城市荟、每个品牌领袖都将资源暴增200倍、身价暴增200倍、品牌价值暴增200倍, 共享遍布全球的资源、资本和数据盛宴。

随着各地城市荟的纷纷揭牌成立, 未来200家城市荟的高端品牌服务平台将全球联动, 每一个城市荟的品牌领袖都置身于无限的资源海洋。在畅享全球的优质资源、资本和品牌服务的同时, 打造品牌领袖的精神家园, 一幅亚洲品牌的世界版图正在缓缓展开, 亚洲品牌的新时代即将到来。

协会新闻

2014亚洲品牌年会暨中国品牌年度总评榜颁奖将在京举行

为推动亚洲各国自主品牌建设, 提升企业品牌价值和效应, 鼓励为品牌建设进行探索和创新的企业和管理者, 大力推进品牌经济建设, 由亚洲品牌协会、亚洲电视、人民日报《环球时报》社、大公网、亚太卫视联合主办的“2014亚洲品牌年会暨中国品牌年度总评榜颁奖典礼”, 将于2015年1月2至3日在北京盛大举行。

活动以“新常态下的品牌发展”为主题, 旨在推动亚洲各国自主品牌建设, 提升企业品牌价值和效应。(详见第二版)

亚洲品牌集团200亿产业园投资项目落户商丘



10月10日, 商丘市副市长张弛与亚洲品牌协会秘书长王建功在深圳紫荆山庄正式签署了“亚洲品牌布艺创意产业园”战略合作协议。根据协议, 亚洲品牌集团将带动大品牌企业联合投资200亿元, 在商丘落户“亚洲品牌布艺创意产业园”, 并将负责整个产业园的规划、建设、管理, 以及围绕产业园而进行的“品牌服务、活动策划、大数据平台建设”等整体工作。本次战略合作也是亚洲品牌集团品牌与金融事业联合推进的结果。

新闻导航

- 第二版
2014亚洲品牌年会将在京举行
- 第三版
让资源、资本和身价
暴增200倍的奥秘
- 第四版
200亿投资打造商丘城市新名片

2014亚洲品牌年会暨中国品牌年度总评榜颁奖将在京举行



在经济全球化日益加深的今天,国际竞争更加激烈,一个国家和地区竞争力的大小集中体现在所拥有的品牌和知识产权。品牌已成为区域经济发展的主导因素,并改变着经济的发展模式。

为推动亚洲各国自主品牌建设,提升企业品牌价值和效应,鼓励为品牌建设进行探索和创新的企业和管理者,大力推进品牌经济建设,由亚洲品牌协会、亚洲电视、人民日报《环球时报》社、大公网、亚太卫视联合主办的“2014亚洲品牌年会暨中国品牌年度总评榜颁奖典礼”,将于2015年1月2至3日在北京盛大举行。

2014亚洲品牌年会以“新常态下的品牌发展”为主题,旨在推动亚洲各国自主品牌建设,提升企业品牌价值和效

应。本次年会受到了亚洲品牌界的高度重视,活动将邀请相关政府领导、企业家、专家学者和亚洲品牌领袖出席,为品牌发展建言献策,共同开启亚洲品牌的新时代。

届时,亚洲著名国际品牌管理大师、最具影响力的经济专家、品牌领袖将共同展开高端品牌战略对话。年会期间还将揭晓“亚洲品牌成长100强”、“中国品牌100强”、“中国品牌珠宝行业50强”、“中国品牌文化产业50强”、“中国(行业)年度影响力品牌”、“亚洲品牌十大最具发展力企业”、“中国品牌行业10强”、“中国品牌榜样企业”、“亚洲品牌年度领军人物大奖”、“中国品牌年度人物”、“中国(行业)品牌十大创新人物”、

“中国品牌十大杰出女性”等年度系列奖项,以表彰和宣传在品牌建设方面做出表率的企业和个人,树立品牌建设的典范,激励更多品牌企业和领军人物为发展品牌经济而不断前行。2014亚洲品牌年会将运用“大文化、大商圈、大数据”的理念,以多种形式渠道推广与宣传名优品牌,推进国际合作,以此提升亚洲品牌的国际竞争力。

据悉,2014品牌年度总评榜由(ABAS)专家系统委员会推出,该委员会由亚洲品牌协会联合中共中央政策研究室经济局、中国国务院国有资产监督管理委员会研究中心和中国人民大学商学院发起,特聘请亚洲和欧美国家的著名品牌专家和经济学家共30余人,组织编撰了《(ABAS)亚洲品牌测评体系》,集中对参评企业和品牌的市场表现、发展

潜力、质量水平、效益水平等指标和系数做出公平、公正的评价。

十一届全国人大民族委员会主任马启智,中共中央组织部原常务副部长武连元,经济日报原总编辑冯并,国务院国资委监事会专职监事、国务院国资委研究中心原党委书记、主任李保民,国家发改委中国经济导报社社长王平生,中联部行政机关系原局长李小祥等领导出席了历届活动,著名演员张国立与主持新星郭洋子担任2013年会主持,CCTV、BTV、凤凰卫视、新华社、新浪网、人民日报、经济日报、中国经济周刊、中国青年报、人民网、搜狐网等众多媒体对历届活动进行了强势联动报道。活动为加强亚洲区域经济合作,打造亚洲品牌集群,推动亚洲各国经济健康持续发展做出了积极贡献。



开启你的品牌密码

无论是在现实的世界中,还是在网络的世界里,圈子已经逐渐成为人们决胜千里之外的“不二法宝”。各种各样的圈子,已经成为一种文化的象征和重要的社交方式。在品牌的世界里,圈子是商机,也是江湖,更是百战商海危难之际的救生圈。

“你的未来取决于你跟什么样的人在一起”。圈子的作用无需多讲,品牌的意义更不用长篇累牍的赘述。可是作为品牌人,你又生活在怎样的圈子?

也许你还在思索,也许你已有自己的真知灼见,也许圈子已成为你最重要的生活方式之一。无论你在想什么,无论你的圈子如何,如果你还没来过这里,那么关于品牌你要做的还有很多。这里是品牌人的专属领域,这里是一个只为品牌的圈子,一个品牌梦开始的地方,一个让梦想走向世界的最佳舞台,这里就是Asia Club城市荟。

在这里,有来自全球200家城市荟的品牌领袖的高端商圈;在这里,文化与科技的力量给品牌插上翅膀;在这里,资本与资源协力共创品牌的神话;在这里,有专属定制的品牌大数据资讯;在这里,通过专为品牌研发的大数据技术你将与来自世界各地200家城市荟的众多品牌领袖在线上实时交流,在线下共赢互惠。在这里,品牌领袖云集分享商业智慧,品牌数据如海获取价值

资讯,品牌资源荟萃商机不容错过……在这里,一切只为品牌存在。品牌的梦想在这里升起,走向世界。

Asia Club城市荟不仅仅在于开启会所发展的新思路,将传统会所单一的圈层交流平台功能向商务、文化、科技、

生活等全方位延伸,更是增加了私密定制化的尊贵感和私密感,无形中扩展企业家领袖的社交平台。随着各地城市荟的纷纷揭牌成立,作为亚洲品牌领袖精神家园,200家城市荟的高端品牌服务平台全球联动,绘就一幅亚洲品牌的世界版图,铸就亚洲品牌的世界荣耀。

“圈子就是第一生产力”,如果你也怀有品牌的梦想,如果你的圈子让你的梦想止步不前,如果你还在寻找,如果你还在思索,进入Asia Club城市荟的圈子,开启你的品牌密码!



中华网开启全新里程 新理念、新战略、新媒体



Español Русский язык 코리아 日本語 हिन्दी Tiếng Việt Filipino Türkçe Bahasa Indonesia

多语种、全媒体、多终端的互联网服务平台

让资源、资本和身价暴增200倍的奥秘

10月17日,亚洲会App正式获得由中华人民共和国国家版权局颁发的《计算机软件著作权等级证书》,并将于今年年底在全球上线发布。

届时,将使未来全球构建的200家城市荟互通互联,为全球品牌领袖提供出行、接待、洽谈、24小时秘书等一站式高端圈层服务。每一位城市荟的品牌领袖都将同时享有全球200家城市荟、100艘游艇、100架公务机和100个高尔夫球场的高端品牌服务。从此,每一个城市荟、每一艘游艇、每一架公务机都不再是一个圈层服务的孤岛。以点连面,互通互联,让资源暴增200倍、身价增长200倍,共同构建亚洲品牌领袖圈层服务的经济体。

Asia Club(亚洲会)以“大文化 大商圈 大数据”为核心发展理念,通过线上线下的全方位高端服务,聚合各地品牌领袖,构建地区圈层经济,进而联动亚洲品牌经济,推动地区品牌发展。在大数据时代到来的今天,Asia Club也适时而动,通过“文化+科技”的先进理念,依靠文化与科技的力量基于云计算平台和O2O模式,投巨资打造了融合品牌、金融、科技等诸多优质资源于一体的纯高端企业家在线品牌服务平台——亚洲会 App。

作为Asia Club的线上载体,亚洲会App以大数据的理念成功打造了线上的大文化和大商圈,依托亚洲品牌集团的强大品牌、资源、资本和科技优势,成为了集200家媒体合作机构、4亿受众群、1万家企业资讯于一体的强大信息服务平台,实现了线上与Asia Club城市荟线下的品牌服务无缝融合。为亚洲会的品牌领袖提供线上品牌形象展示、大数据营销、在线社交沟通、获取资讯资源、客户管理、在线舆情监测、创意发布与交易等强大的商务功能。随时随地信息互联、商务服务互联、人脉互联、商脉互联。在畅享全球的优质资源、资本和品牌服务的同时,实现身价和资源的200倍增长,为每一个品牌梦想插上翱翔世界的翅

膀。正是基于亚洲会App和全球200家城市荟、100艘游艇、100架公务机、100个高尔夫球场的线上线下科技互联和全球资源资本的优化配置,亚洲会App通过数据服务平台为企业品牌发展的

引擎,以科技的手段为企业品牌建设和经营发展提供集成化的平台工具,实现线上线下沟通无间的高端服务,构建属于亚洲品牌领袖的工作、生活及社交方式,打造品牌领袖的精神家园,成就亚洲品牌大时代。





雷军：

格力是工业时代骄傲
小米代表互联网

“互联网将帮助传统企业转型升级，未来10年将出现一大批来自中国的世界品牌和企业。”10月24日于郑州举行的2014中国计算机大会上，小米董事长雷军表示，小米将着力打造智能硬件生态链。

作为一家专注于智能手机自主研发的移动互联网公司，小米一直保持每年约150%的高速增长。预计今年手机销量将达到6000万—7000万部，“这个成绩在中国市场遥遥领先”。

雷军透露，短时间内，小米能够在—个竞争异常激烈的市场中得以快速崛起，最大的秘诀在于整个组织形式和战略都是按—个互联网公司的角度来思考的，即“用互联网思维来做传统工业。”

雷军有一个很重要的理念：用硬件打造平台。当智能手机的销售量足够大以后，平台就基本构建完成了，最核心的还是操作系统，软件和服务。“试想未来5—10年，小米售出5亿部手机，每

部手机用两年，这就能构建起—个10亿用户的平台。”雷军说，在—理念指导下，小米不仅在大陆、中国台湾、中国香港市场取得了巨大的成功，也开拓了新加坡、马来西亚等海外市场，并把目标瞄准印度。

为降低成本，小米采用电商直销模式，不通过京东、淘宝等平台，而是自行构建起—个电商平台。“能把自己的电商平台铺到全球范围，通过硬件搭平台，通过软件找客户，最终把流量变成钱。”雷军说。

随着小米国际化的深入，雷军更希望把这些产品推广到各个国家和地区，让世界上的每个人都能享受来自中国科技创新的乐趣。

智能硬件生态链涵盖手机、穿戴设备、办公家用电子设备等多终端的生态链，并通过互联网服务整合，由电商平台全部打通。

雷军提出了“小米智能硬件生态

200亿投资打造商丘城市新名片

10月31日，由亚洲品牌协会联合亚洲电视、人民日报《环球时报》社、国家发展改革委中国经济导报社、商丘市人民政府联合举办的，2014亚洲品牌年会主题活动之一的“2014亚洲品牌布艺论坛暨亚洲品牌布艺产业十大领袖颁奖典礼”在河南商丘隆重举行。亚洲品牌协会常务秘书长、亚洲品牌集团董事长王建功先生出席了此次论坛并致辞。



在亚洲品牌协会副主席、亚洲品牌布艺创意产业园执行主席、凯通国际董事长刘新峰先生的陪同下，王建功秘书长和亚洲品牌协会副主席、北京锦虹佳房地产开发有限公司董事长张继胜先生，亚洲品牌协会副主席单位福建柒牌集团有限公司常务副总裁洪炳文先生、副总经理袁智勇先生，老教师租布舒适家纺董事长刁玉林先生，中国著名品牌粤盛和创始人朱承和先生，商丘富强科技公司董事长刁振强先生，中国宏泰产业市镇发展有限公司副总裁安婷女士和浙江义乌心之丹服饰有限公司董事长卢心丹女士等亚洲品牌协会主席团一行考察参观了首家落户亚洲品牌布艺创意产业园的企业——凯通国际集团。

在接下来的亚洲品牌布艺创意产业园闭门研讨会上，与会嘉宾围绕亚洲品牌布艺创意产业园的发展和新常态下企业品牌发展及产业园经济体展开了热烈的讨论。

张继胜先生表示，产业园的集聚效应使产业资源最大程度的实现了集约化，优化了企业发展的营销环境、投资环境和产业大环境。作为亚洲品牌协会副主席，他将带领公司紧随亚洲品牌集团的发展步伐，整合优质资源进行全面布局，将品牌的集团效应和社会效应最大化。

作为国内知名男装品牌领导人，洪

柳传志：我们抓住了机会积极宣传中国民营企业的发展，品牌的形成需要不断积累，这次仅仅是个好开始。对于我个人来说，收获最大的是在李约瑟研究所，高科技成果的转化，不仅对中国、对全球也是同样的问题。英国有130多个诺贝尔奖，但是技术成果转化为财富远远不够。
——联想控股董事长、联想集团创始人/名誉董事长



周鸿祎：很多成功大公司似乎不读《定位》，喜欢用一个成功品牌包打天下。但品牌越成功它在消费者心目中的认知越明确，一个品牌通吃不同领域会稀释伤害品牌。
——奇虎360董事长



李开复：品牌的经营，不是为了“开明”，而是为了强化公司品牌、使命、产品三者的关联，并提升用户的认知和感情，和公司的竞争力。
——创新工场董事长兼首席执行官



李光斗：中国品牌走向世界先决条件：1、顶层设计，须制度上保证企业长治久安，50年的厂房诞生了百年品牌；2、价值认同，没有全球认同价值观，不会有世界认同的品牌；3、品质链管理：完善中国品质链条，才能使中国制造赢得尊重。
——中央电视台品牌顾问、品牌战略专家



链”计划，希望将小米模式复制到100家企业，迄今已与20多家企业合作，研发出小米手环、移动电源等多款创意产品。小米模式和智能硬件平台等将带动更多的创业公司与小米公司合作。

记者问到小米模式能否复制时，雷军认为“小米模式很容易复制”。但一定要在观念上接受互联网思维。他表示，整个小米模式核心，就是把智能硬件产品做的足够好，跟智能手机更加紧密有效的整合在一起。

“互联网将帮助传统企业转型升级，未来10年将出现一大批来自中国的世界品牌和企业。”雷军坚信，中国有

强大的制造与研发设计能力，关键是改变观念，加大投入。“中国有把产品做好的大环境，过去许多人投资硬件热情不高，但是引入小米模式后，获得大量资本支持，就可以一步步把产品做好。”

在谈到2013年曾与董明珠的10亿赌局时，雷军显得很有信心：“5年内小米的营业额超过格力的可能性是99.99%。”

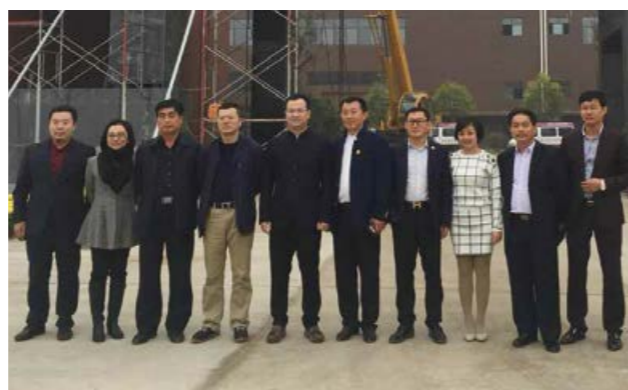
在雷军看来，格力是工业时代的骄傲，小米则代表了互联网时代的竞争力。“用互联网思维武装传统行业，将会极大地推动经济转型升级，会提高运作效率，会进一步增强我国全球化竞争力。”他说。

炳文先生则表示，未来将充分利用产业园的优质平台，协同发展，组合竞争与其他企业一起互惠共赢，谋求更大的发展。

安婷女士随后也针对亚洲品牌布艺创意产业园的发展发表了自己的意见，她表示依托产业园强大的资源集约化优势，企业的创新模式和力度将大大加快。

刁玉林先生说，产业园所构建的圈层经济体，最大化地聚合了优质资本和资源，为企业的发展提供了最佳的平台。

在热烈的气氛中，其他与会嘉宾针对产业园的发展和未来也纷纷提出了自



己的想法和建议。

最后，王建功秘书长表示，产业园经济将是未来发展的趋势，亚洲品牌集团将依托自身金融和品牌的强大优势，与商丘市政府和相关企业密切合作，将200亿元的投资和整个产业园的规划、建设、管理，以及“品牌服务、活动策划、大数据平台建设”等整体工作落到实处。利用产业集聚的强大效应推动当地经济的快速发展，将“亚洲品牌布艺创意产业园”打造成为商丘市独具特色的城市新名片。

作为亚洲品牌集团的重要事业板块之一，未来更多的产业园将在各地建立。发挥集团强大的品牌和金融优势，联合各地政府和企业，以“文化+科技”的理念结合当地经济特色，构建地区和产业集群的品牌经济体，推动地方经济与亚洲品牌的新发展。

立彰风范 领尚世界

10月24日，柒牌集团与2014年APEC会议赞助签约仪式在北京正式举行。柒牌集团作为亚洲品牌协会副主席单位，也是中国服装、服饰产业的唯一代表，荣膺“2014年亚太经合组织（APEC）会议特别赞助单位”，柒牌中华立领更以其别具一格的时尚设计与中华风范成为“2014年亚太经合组织（APEC）会议官方指定服装”，全程为2014年APEC会议提供服装、服饰支持。



第二届马来西亚投资置业行活动正式启动

2014年11月2日，由亚洲品协会会员企业天津圣宇集团主办的“第二届马来西亚投资置业行”活动在马来西亚吉隆坡正式启动。在亚洲品牌协会常务秘书长、亚洲品牌集团董事长王建功先生的带领下，由Asia Club北京荟执行主席、北京美高美国国际俱乐部董事长巴特先生，Asia Club洛杉矶荟执行主席、北京海顿新科技术股份有限公司董事长王春生先生，亚洲品牌协会副主席、亚洲品牌布艺创意产业园执行主席、凯通国际董事长刘新峰先生，亚洲品牌协会副主席、北京锦虹佳房地产开发有限公司董事长张继胜先生，亚洲品牌协会文化专业委员会副主席陈曦女士等组成的亚洲品牌协会主席团一行应邀参加了此次活动。

在9月9日于香港举行的第9届亚洲品牌盛典上，薛俊龙先生获评“亚洲品牌十大青年华商”，是亚洲品牌在马来西亚发展的杰出代表。此次活动上，王建功秘书长等协会主席团成员与天津圣宇集团董事长薛俊龙先生以及马来西亚众多杰出企业领袖进行了深入交流，达成诸多合作意向。

王秘书长对天津圣宇在海外发展所取得的优异成绩给予了高度评价，薛俊龙先生也对王秘书长多年来为推动亚洲品牌走向世界而付出的不懈努力表示深深钦佩，双方表示将继续加强合作，并将共同筹建Asia Club吉隆坡荟，为马来西亚品牌领袖提供品牌、资本、资源等商业核心要素高度共享的平台。



华谊兄弟董事长王中军以3.77亿拍得梵高名画

美国当地时间11月4日晚，在纽约苏富比印象派及现代艺术晚间拍卖会上，亚洲品牌协会副主席、华谊兄弟传媒股份有限公司董事长兼首席执行官王中军以5500万美元加上佣金拍价合计为6176.5万美元（约人民币3.77亿元）的价格拍得备受瞩目的梵高油画《雏菊与罂粟花》。



广州恒大成功实现中超4连冠

11月2日，在济南奥体中心，广州恒大用一场惊险的平局终于得到了第四个中超联赛冠军。在开创一个时代的同时，恒大球员也用实际行动兑现了马云、许家印在战



前提出的要求：一定要证明自己是亚洲冠军。由此，广州恒大成为中国足球职业联赛历史上第一支实现4连冠的球队，也是中超联赛历史上夺冠次数最多的球队。

此前的亚洲品牌500强排行榜上，恒大以卓越的品牌表现跃居前十名，此次四连冠更是让恒大品牌的发展势不可挡。



在“新常态”下寻找新机遇

随着经济增速放缓，中国进入新常态，对企业是挑战还是机遇？中国作为金砖市场的“领头羊”，外国品牌步步紧逼，本土品牌又何去何从？由国家互联网信息办公室组织的“从企业看信心”采访活动来到了上海，黄浦江畔的“弄潮儿”给出了自己的回答：经济周期有起有落，发展机遇常有常新。



“新常态更利于企业转型”

宝钢，伴随着改革开放一同成长的钢铁企业。过去十年，钢铁行业是中国经济腾飞最直接的受益者。但是，在房地产行业的疲软、整体产能过剩的情况下，钢铁行业步入了艰难时期。严峻的形势下，信心从何而来？



当记者来到宝钢汽车板车间时，车间主任骄傲地说，这是宝钢最贵的钢材。如今，宝钢的汽车板占到国内汽车行业一半份额。

目前，宝钢的产能不过占全国的6%，但却创造了全行业50%的利润。在宝钢的利润中，有很大一部分是来自汽车板业务。

效益不是从天而降，而是来自辛苦地积累。在回忆往事时，宝钢汽车板技术服务首席工程师鲍平依旧心潮难平，“宝钢开始做汽车板的时候，成品率只有1%，真是做一块亏一块。但董事长就是发狠话，说我们不能只顾着赚钱，就是亏钱也要干好汽车板。”正是有了当年的“狠”，才有了今天的顺。

如今，钢铁行业的“黄金时代”已然过去，现实如同钢铁一样冰冷。面对未来，宝钢是否还能信心如昨？

“当然，新常态下经济增速放缓是好事，这更加有利于企业转型升级。”宝钢集团经济管理研究院院长吴东鹰斩钉截铁地说，“过去中国钢铁业一直是被需求拖动，所以忽略了产业优化。现在行业供大于求，企业也冷静下来，自然会不断创新以提升品质。”

这并非一家之言。以色列素以“创业国度”著称，以色列知名创新咨询公司SIT创始人德鲁·波意德告诉记者，“随着经济增速的放缓，中国需要在高附加值产业有所建树。未来5年内，中国将会进入创新的爆发期。这也是从‘中国制造’向‘中国创造’转型的黄金时期。”

“我们感受到困难，更感受到信心”

年近七旬的刘永行依旧声音洪亮、精神矍铄。作为刘氏四兄弟中的二哥，刘永行和他的兄弟们一路走来，成为新中国商业史上的一段佳话。尽管创业至今历经艰



难，但是正如他们集团的名称，他们看到的是“希望”。

刘氏兄弟靠饲料业起家，但在东方希望集团中，饲料业的比重已不到5%。刘永行真正的主业，已经是电解铝行业。

和钢铁行业类似，受制于经济增速的放缓，中国的电解铝行业正面临着加速洗牌。但是，刘永行却满面春风地告诉记者，“我们现在活得很好。”他给记者算了笔账，仅仅十月份，他们预告净利润和折旧就有5亿元。按此计算，明年投资七八十亿元都不用贷款。

别人赚钱他赚钱，别人亏钱他还赚，刘氏兄弟有什么过人之处？刘永行说，“没什么秘诀，就是要做好小事，不求规模，老老实实地降本增效，真正做到好、快、省。”

在别人彷徨之时看到希望，所以才有了希望集团。面对未来，“我们感受到困难，更感受到信心。”刘永行激情洋溢地说，“从最初一千块发展到今天，我们是享受着改革开放的红利成长起来的。发展中一定会遇到困难、一定会遇到不顺心的事情，但只要不断改革开放，我们企业家就会不断地去改革、奋斗，去发挥我们的聪明才智。机会从不是等来的，事在人为！”



竞争让老品牌激发新活力

在一辈人的心中，上海是一个很“洋气”的地方。“洋气”的背后，是一批优秀的品牌。上世纪五六十年代，上海品牌占据全国品牌总数的70%。但如今，近三成的上海老品牌已然消失，而能被人记住的老品牌就更少了。

酒是陈的香，为什么中国的老品牌反而逐渐凋零？这其实和当初缺乏竞争有关。如今，虽然竞争更加激烈，也有不少老品牌却焕发出新活力。

上海家化是一家百年企业，从1898年成立算起，至今已有116年历史。1962年创立了被誉为“中国化妆品第一品牌”的“美加净”。2013年，上海家化在日化市场份



额排在第十，是前十名中唯一的中国企业。

上海家化董事长兼总经理谢文坚雄心不减，“作为一个百年民族品牌，不仅要再创新高，更要走出国门，成为国际一流的日化企业。把植根于中国文化的家化美——健康、美丽、自信，传递给全球。”

“回力”运动鞋也承载了一代人的回忆，无论是抗美援朝的战场，还是女排夺冠的球场，都曾有过“回力”的身影。在经历了涅槃之后，“回力”鞋也在新的道路上上一往无前。

挑战和机遇总是相伴相随，狭路相逢勇者胜。“今年整体形势比较严峻，高端品牌下沉，对我们影响比较大。但是‘回力’的战略是农村包围城市，高端品牌是城市渗透农村，未来我们总要在二三线交锋。”上海回力鞋业有限公司党委书记兼执行董事桂成钢说，“我们有自己的梦想，就是成为中国领先、世界一流的鞋类制造商和运动设备提供商。

以品牌掌控话语权 引领电线电缆行业

作为中国电线电缆行业的领军企业，宝胜始终秉承着“团结拼搏，勇创一流”的企业精神和“传输光明信息，铸就民族脊梁”的企业使命，努力打造中国电线电缆行业的民族品牌。第9届亚洲品牌盛典，宝胜集团以377名的成绩，再次荣登“2014亚洲品牌500强排行榜”。

目前，宝胜共有80个产品填补了国内空白，34个产品被评为国家级新产品，获得国家专利138项，参与起草、编制国家及行业标准80项。经过近30年的发展，宝胜已经发展成为一家以电线电缆及附件和材料为主，集电工电气、智能制造、建筑安装和物流服务为一体的大型国有企业。

宝胜规模震撼人心 管理规范现代理性
宝胜地处江苏省苏北地区的宝应县，与苏南地区相比，是一个相对欠发达地区。宝胜电缆厂1986年投产，经过29年的发展，如今已拥有名号响亮的股份制上市公司，已成为全国规模最大的电线电缆制造企业。公司占地面积近5000亩，职工总数已达4300多人。一座雄伟壮观的现代化电缆城展现在苏北大地上。凡是去拜访过宝胜的人，面对耸立的交联高塔、繁花烂漫的厂区绿化、

宽敞明亮的生产车间，一尘不染的生产设备，井然有序的生产流程等，无不为之震撼、感叹和折服。

2013年7月1日上午，省政府与中国航空工业集团在南京签署了《关于宝胜集团有限公司项目合作框架协议》，同时，市政府与中航工业全资子公司中航机电系统有限公司正式签署《重组宝胜集团有限公司协议》。根据协议，中航工业将重组宝胜集团，共同打造国内领军、国际著名的大型企业集团，并将在江苏宝应县建设航空产业园。中航参与重组以后，宝胜升级为央企，规模将扩大一倍，高端产品范围进一步扩大，提出了打造“千亿集团、百年宝胜”的宏伟目标。

技术开发行业居首 市场业绩亮丽耀眼
宝胜是南京2014年青奥会、鸟巢、国家大剧院、青藏铁路等项目的电缆产品供应商。宝胜能够在这些重大工程中中标，担纲青奥会这一类大型赛事电能和信息传输的重任，是市场对宝胜品牌的认可。多年来，宝胜一直把企业品牌建设作为企业发展和企业文化灌输的重点工作，通过多种类措施培育品牌形象。宝胜人认为，品牌是企业走向市场的“绿卡”，产品竞争首先是品牌竞争。通过多年的努力，宝胜不仅拥

有象征科技创新水平的国家重点高新技术企业、国家级企业技术中心、博士后科研工作站“三块金牌”，还连续打造了国内电线电缆行业首批“中国名牌产品”、第一件“中国驰名商标”、第一批“国家免检产品”和“中国电线电缆行业标志性品牌”四个至尊品牌。为了打造“宝胜”的这些“金字招牌”，宝胜人以质量立牌、以诚信创牌、以科技树牌、以服务争牌、以法律护牌，并努力创建世界知名品牌。青奥会选用宝胜的产品和服务，也从一个侧面印证了宝胜品牌是值得信赖的。



管理创新双驱动 品今百战突重围

市场变化的时点机遇，积极探索和创新综合经营发展之路，加快提升品今的综合竞争力。同时仍要紧密关注国家实时政策，并能够快速制定出符合制度的双轨制综合经营的战略调整，为品今的综合经营的稳步发展创造良好的行政保障。

五是加强监管，为品今双轨制综合经营创造良好监管环境。正常的投资机构，在从事一项投资项目时，很少会直接接触到项目的实体内容，从而也不能很好地管理好投资项目。此次触手实业方面，品今绝不“撒手掌柜”，而是在内部成立了有效的监管协调机制，直接参与企业的日常经营运作，以适应双轨制度的需要。

二是结合市场实际，选择品今实际情况的综合经营模式和战略定位。当前，品今典型的综合经营模式包括纯粹型金融产品和服务性实业产品。作为成熟的金融企业，品今必须从市场需求中出发，结合自身内外部资源特点，找准战略定位，选取适合自身发展的综合经营模式。服务业是实业类型与金融业相近的行业。在目前这个阶段，品今所做的就是从服务业入手，稳步地将资本逐渐渗透到加工、制造、生产等产业链的探索使品今集团的业务领域实现大跨度的覆盖，让实业与金融并举。客观来讲，金融与实业的关系实质上是相互依撑，相互促进的关系。实业将会让品今更加稳定，而金融更让实业依靠雄厚的资金实力迅速成长的道理也是不言而喻的。

在这双规并行的模式下，品今从不同程度、不同角度、制定了科学的战略指导方针。

四是抓住发展机遇，积极稳妥地将品今的综合经营向前推进。综合经营是未来品今发展的方向。应当抓住任何一

险是由不正当的关联交易引发的风险传递。在发挥综合经营优势的过程中，必须注重和加强对集团整体风险的管控，建立“防火墙”，及时发现并有效识别综合经营带来的风险。

六是全面发展，在双轨制的模式下要保证两类业务不能有所偏颇。对于原来的金融业务领域，要跟紧市场的前沿，顺应市场的趋势，对市场动态第一时间做出反应和创新。

到目前为止，品今集团已经成立了三家从事具体服务业的子公司，分别涉足餐饮领域的品今餐饮有限公司，涉足文化产业的品今文化传媒有限公司，和涉足电子支付领域的品今电子支付有限公司。

“居安思危，居危谋变”是品今的经营理念。用心遵照这一理念不仅体现了品今人不懈追求的态度，也是对品今客户的一种责任诠释。毫无疑问，在这样的发展态势下，品今的明天一定更加辉煌。

精品质 优服务

——天津圣宇投资发展有限公司

9月9日，第9届亚洲品牌盛典在香港举行，盛典上公布了亚洲优秀品牌及个人的各项获奖名单。天津圣宇集团董事长薛俊龙先生荣获“亚洲品牌十大青年华商”荣誉称号。

天津圣宇投资发展有限公司成立于2010年5月，是一家从事房地产投资、开发，房地产代理及相关业务。公司以国际化经营理念和方式快速发展，已形成一定规模。天津圣宇投资发展有限公司现有的子公司有：钛企房地产投资开发有限公司、天津中圣文化传播有限公司、天津市然通门窗制造有限公司、天津寰利国际贸易有限公司、天津德尔斯家政服务有限公司、天津德尔斯生态农业科技发展有限公司、北京中圣富投资发展有限公司、天津市中圣富房地产开发有限公司、瑞东足球俱乐部、东营瑞基置业有限公司、深圳圣宇股权投资基金管理有限公司、圣宇（香港）投资实业发展有限公司以及Timeless Amble San Bud（马来西亚穿越时空旅行社）。

天津圣宇董事长薛俊龙运用多元化经营与突破创新为发展战略，已将圣宇集团打造成以海外地产开发为产业支柱，横跨多项领域投资共同发展的综合性大型集团公司，旗下产业涉及制造业、房地产开发、影视传媒、医疗技术、农林景观、农场养殖、足球俱乐部等，在世界多个国家拥有自己的投资产业。

目前，天津圣宇房地产项目主要为旅游房产。项目遍布海外多个国家，包括：东南亚、澳大利亚、欧洲等。以高端群体为主要服务对象，房产项目以别墅为主导，强调生态与人文的和谐统一。坚持使用高端环保材料，不破坏并加以利用自然环境，打造完美的生态景观与豪华设施相配套的居住环境。

钛企房地产投资开发有限公司依托天津圣宇投资发展有限公

司，致力于为中国海外置业提供一站式海外置业服务机构。公司设有专业的调研、策划、媒体宣传及营销团队，调研部进行深入市场趋势分析，了解国内外客户的需求；公关、策划部负责广告投放、主流媒体宣传、大型活动策划。钛企国际房地产公司专注于海外地产开发、建筑工程、营销策划业务为一体，致力于海外地产开发，成功启动了“钛企国际”——海外置业的澳大利亚和马来西亚房产项目的上市，“钛企国际”的1V1一站式安家服务为所有华人房产规划提供完美的解决方案。



钛企国际”——海外置业的澳大利亚和马来西亚房产项目的上市，“钛企国际”的1V1一站式安家服务为所有华人房产规划提供完美的解决方案。



多年来，企业领导带领专业团队，走遍全球，进行深入的研究与实地考察，最终挑选出最具投资潜力、自然环境优越、政局稳定，适宜人居居住的国家与地区。公司在马来西亚、澳大利亚、西班牙投入大量资金，启用当地优秀的施工队伍，严格按照当地苛刻的施工要求，邀请国际知名设计师，建造出高质量、高品质的置业项目。公司秉承着“精品质，优服务，重慈善，守诚信”的公司理念，为客户甄选最适合客户的移民房产方案，满足客户多样化、



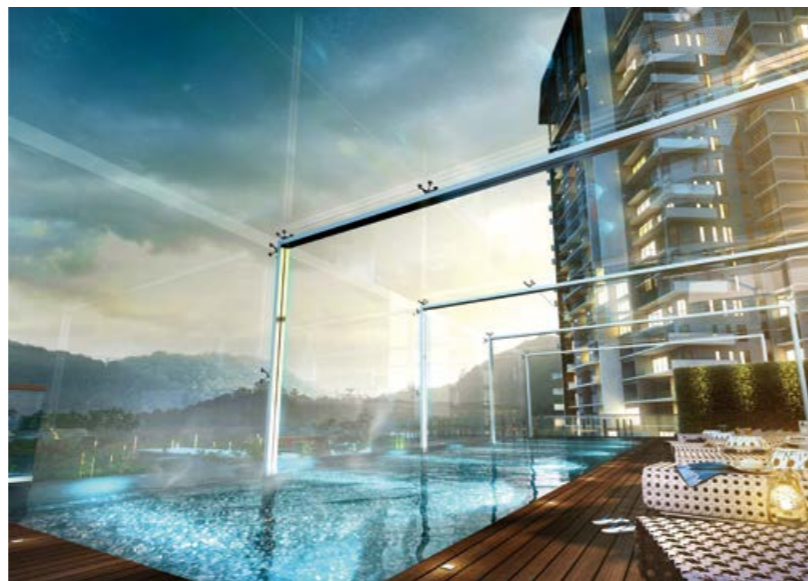
个性化、秘密性的需求，致力于打造海外置业的“私人定制”。

“钛企国际”分部设在马来西亚的吉隆坡附近，先后在马来西亚启动的“书香地、文化家——奥碧雅园项目”和“承山聚水、风水大宅——九霄



明阁”项目均可以获得“第二家园身份”。与此同时，圣宇集团在澳大利亚和马来西亚拥有土地资源储备，

值得一提的是，圣宇集团位于马来西亚的项目配套设施丰富，周边商业、医疗、教育一应俱全。建筑风格时尚简洁，人文生态与优雅品味相结合。所有房产享受永久产权，并且提供“第二家园”身份，享受马来西亚入学以及就医的优惠政策，提供代理出租服务，



年租金回报率达到总房款的百分之六到七。圣宇集团立志为您打造低投入、低风险、高回报的优质置业投资项目。在房地产市场成交不稳的情况下，内部对销售结构以及销售策略作出了一定调整，基于对市场发展的精准判断，对消费者需求的敏锐洞悉，以及对高品质生活的不懈追求，迅速启动新品优化和推售。实现销售业绩的迅速增长，在行业内率先抢占市场先机，取得了卓越的销售业绩。

圣宇集团经历过多年的摸索实践，其中在马来西亚的九霄明阁项目多次获得建筑产业奖项，打造企业知名度的同时也为马来西亚引进卓越人才和科技，多次受到马来西亚大使和参赞先生的亲切接见。圣宇集团不仅在亚洲市场创造了良好的品牌口碑，更在澳洲、欧洲等地建设从公寓到海景别墅到私人定制的特色住宅，成为“最被买家信赖的海外置业品牌”；在今年，圣宇集团也已经规划了美国和加拿大市场，致力于成为“最大的覆盖全球的海外置业品牌”！圣宇集团也有信心完成这一目标和使命！



创新医疗 诚信服务 —— 广州现代医院

星耀亚洲，联动世界，亚洲品牌竞风流！近日，由亚洲品牌协会联合亚洲电视、人民日报《环球时报》社、国家发展改革委中国经济导报社共同主办的“第9届亚洲品牌盛典”在香港隆重举行。来自亚洲各国及地区的千余名企业代表出席盛典，中国国家一级演员张国立、亚洲知名主持人吴大维、著名影星等同台助阵，亚洲数十家主流媒体记者实时报道。在本



届亚洲品牌盛典上，广州现代医院荣获“亚洲(行业)品牌十大创新企业”、“中国(行业)十大领军品牌”两项企业奖项，其总经理林绍华获得“中国(行业)品牌十大创新人物”大奖。

林绍华亮相亚洲国际品牌论坛“给力”分享获全场好评

在本届亚洲品牌盛典的重要环节——“2014亚洲国际品牌战略主题论

坛”上，来自亚洲500强部分企业家、著名企业管理学者、行业协会知名人士济济一堂，共同探讨亚洲企业品牌建设的发展现状与趋势。新晋“中国医疗品牌十大创新人物”、广州现代医院总经理林绍华先生应邀出席论坛，与现场嘉宾们分享了现代“以患者为中心”的创新服务模式，新颖的医疗机构服务模式让现场企业家们耳目一新，引得场内掌声雷动。

在林绍华总经理的发言中提到了一个特别的数据：广州现代医院的患者满意度高达95.1%，顿时现场企业家纷纷叫好，这在国内医疗行业中创造了一项奇迹！究其原因，林绍华总经理分享说：医院的工

作对象是患者，而患者在就医过程中所需求的不仅是疾病得到诊治，还需要在精神上得到关怀与呵护，这就是广州现代医院的“以患者为中心”服务理念。为满足患者的需求，广州现代医院创新性地提出了“人文听诊器”的诊疗概念，要求医生拿起“人文听诊器”听取患者所需，大力提升医疗服务质量；在非医疗服务方面，现代医院不断推陈出新，开

出60多项极具人性化的增值服务；不仅如此，现代医院的服务团队在耳濡目染中养成了“把患者当家人”的习惯，在岗位角色之外还成为了患者及家属的朋友，帮助解决生活烦恼。正是现代医院“以患者为中心”的服务精神和满足患者所需的创新手段，为现代赢得了患者与社会的一致认可。

引领现代跨越式发展 领袖树创新进取之风

2013年11月，广州现代医院正式获批升级为“二级医院”。在外人看来，现代升“二级”是“高了一个台阶”，但事实上，机遇之外更多的是挑战。从规模上说，广州现代医院的人员配置、医疗设备、技术水平等方面已然有许多问题亟待解决。为快速实现医院升级，新上任的林绍华总经理大刀阔斧，执行一系列改进措施：引进最先进的医院信息系统(HIS)，提高数据的及时性和有效性，大幅度提升了工作效率和服务效率；全面导入国际公认的最高医疗标准——JCI国际认证体系，医院管理进一步与国际接轨并向国际最高标准靠拢；实行项目负责制，把医院重点科室划分为各个项目，将科室门诊量与项目经理绩效挂钩。经过

半年的改革升级，广州现代医院实现了从一级到二级医院的平稳过渡，门诊量与去年同比增长20%，床位占用率达到98%，医院质量改进成果有目共睹。



谈及现代医院的未来规划，林绍华说，广州现代医院将以建设“普惠社区、享誉国际”的国际化医院为愿景，以患者需求为中心，推动创新，创造价值，承担责任，诚信办医。在未来5年内，广州现代医院将紧跟国内市场需求，进一步扩大医院规模，按三级医院标准去建设肿瘤科、美容整形科等重点专科；重点专科的人才引进瞄准海归学者型专家和三甲医院资深专家，让人才结构达到国际标准；加大科研投入力度，和有实力的科研机构合作，共同研究方便临床应用的医学课题；分批次送医院员工到新加坡、泰国、台湾等国家或地区学习世界先进的服务理念和管理经验，推动医院的跨越式发展。

环球老财经 laohucailing.com

www.laohucailing.com

让你成为战胜市场的人!

全球财经资讯的中文分析平台，
汇聚国内外主流机构投资者
提供原创投资分析，
致力于成为
影响全球金融市场的
互联网信息服务提供商。

以质量为生命 以创新为灵魂

—— 远东控股集团有限公司



第9届亚洲品牌盛典上隆重公布了“2014亚洲品牌500强”榜单，并现场颁发了“亚洲十大最具影响力品牌”、“中国（行业）十大领军品牌”、“亚洲（行业）品牌十大创新企业”、“亚洲名优品品牌奖”、“中国（行业）品牌十大创新人物”等各大奖项，远东控股集团荣登“亚洲品牌500强”排行榜，并获得“亚洲名优品品牌奖”，远东控股集团董事局主席蒋锡培获得“中国（行业）品牌十大创新人物”荣誉称号。

远东控股集团有限公司创建于1990年，经过五次成功改制发展成为涵盖智慧能源、地产和投资三大板块的大型民营企业集团，为“中国企业500强”、

“中国民营500强”、“中国机械工业500强”、“亚洲品牌500强”、“亚洲十大最具公信力品牌”企业、中国最佳雇主企业、全国学习型企业。目前集团年营业收入超200亿元，资产200余亿元，品牌价值198.69亿元，员工近万人。

远东控股集团与国内著名高校、科研机构联合成立的院士专家工作站、博士后科研工作站、江苏省企业研究生工作站及国家认定企业技术中心，将高层次人才与公司的实际科研课题相结合，开展科技合作和联合攻关，同时，公司引进国内先进的实验设备，并对科研项目累计投入数亿元科研经费，使得公司科技研发能力进一步提升，产品研发速度进一步加快，企业核心竞争力进一步增强，为企业的快速、健康、可持续发展提供强大的智力支持和技术保障，为企业产品抢占国际领先水平奠定坚实的基础，推动了公司所在行业的整体科研水平。

远东控股以“创造价值，服务社会”为使命，以“成为专业化、系统化、国际化、规模化的全球投资管理专家，成为备受员工热爱、备受社会尊敬的企业”为美好愿景，以“和谐共赢，灵活创新”为经营理念，坚持做到五个满意：“客户满意、员工满意、股东满意、政府满意、社会满意”。

集团下属远东智慧能源股份有限

公司（简称：“远东智慧能源”，股票代码：600869）在沪市A股主板上市，是全国重点高新技术企业、全国用户满意企业、全国重合同守信用企业、中国质量服务信誉AAA级企业，荣获2010年度最具幸福感知制造业企业、CCTV中国年度品牌、中华慈善奖、环球慈善企业奖、亚太最具社会责任感大奖等。公司业务涵盖能源系统、智能系统、工程总承包、电线电缆和电子商务五大业务板块，能源系统业务包括天然气、光伏、风力、水力、核电等清洁能源供应、运营维护系统及优化能源应用；智能系统业务包括电力监控通讯装置与自动化系统软硬件产品、分布式发电/储能与微电网接入与协调系统的开发、制作等；工程总承包业务包括智慧能源和智慧城市建设工程规划设计、安装施工、运营维护等；电线电缆业务包括架空输电导线、电力电缆、电气装备用电线电缆、特种电线电缆等四大类线缆产品，20000多个型号及规格，产品广泛服务于智能电网、智慧楼宇、工业自动化、智能交通、新能源、智慧城市建设等领域；电子商务即一网两平台：全球电缆门户网站——电缆网、全球电缆交易平台——电缆买卖和全球电缆材料交易所。

作为我国线缆行业的领军企业，远

东智慧能源销售收入连续十七年居全国电线电缆行业第一，已成为国内智能线缆品种最全销量最大的供应商，综合实力全球领先。下属远东电缆荣获行业首家全国质量奖，同时也是业内首家与国家质检机构签署质量监督协议书，实行质量监督的线缆企业。

集团在健康、持续和快速发展的道路上，预计到2020年营业收入超过1350亿元，集团净利润超过60亿元，上市公司年市值超过1500亿元，品牌价值超过500亿元，员工人均收入达12万元以上。

远东控股集团有限公司党委书记、董事局主席、首席执行官蒋锡培，中共党员，博士，高级经济师。中共十六大代表，江苏省第十一次党代会代表，江苏省第十一届、十二届人大代表，亚洲制造业协会副会长，中国企业联合会、中国企业家协会副会长，中国公益事业促进会副会长，中国国际跨国公司促进会副会长，江苏省工商业联合会副主席，江苏省电线电缆商会会长，远东大学校长。

此次在亚洲品牌盛典上获得多项大奖，正是对蒋锡培个人及远东集团的业绩的肯定与认可，未来，其在品牌建设与发展方面独树一帜的成就，也必将成为其他品牌学习的模范和榜样。

罗浮宫陶瓷连续3年登榜“亚洲品牌500强”

9月9日，第9届“亚洲品牌500强”榜单在香港公布，三星、中国移动、联想、国美等亚洲强势品牌纷纷入选。而作为国际高端瓷砖品牌的代表，罗浮宫陶瓷(LOUVRE)以高端领先的行业地位



持续稳健增长，在市场表现、发展潜力、质量水平、经营效益等综合评估中，得到了组委会专家的一致认可及高度评价。

作为亚洲品牌协会理事单位，罗浮宫陶瓷讲求品牌意识。进入2014年以

后，罗浮宫在向高端进军提供高端品牌所应有附加价值的同时，向中低端进军，力求覆盖中低、中端及高端消费者。将中低端产品的价格有效降低，回馈给消费者，扩大生存空间。这是罗浮宫陶瓷所追求的品牌诉求，也是与当前经济环境和市场相匹配的。品牌策略的不断调整，夯实罗浮宫陶瓷高端国际形象，也提升企业核心竞争力。业内人士称，连

续入选“亚洲品牌500强”，标志着罗浮宫陶瓷已经获得国际承认并具备了一定的国际品牌知名度和国际影响力。

产品聚焦升级 见证创变式品牌发展

“创变我未来”是罗浮宫诞生之日便一直遵循的发展理念，围绕产品为核心不断创新研发。根据消费者的需求，罗浮宫后期对品牌进行了大幅调整，将产品分成高中低三层九大系，即1-3系是基础系，3-6系是中高端系，6-9系是高端系，实现消费者层面全覆盖。目前其产品涵盖粗糙毛面、亚光面、水洗面、蜡面、柔光面、高光镜面6种瓷砖表面功能，集聚超清高精7通道喷墨、独家喷淋等八大巅峰优势，以国际品质、领先工艺及原创设计和创新风格引领全球的前沿时尚。

罗浮宫陶瓷首席执行官CEO杨宏波



表示，只有以领袖的姿态创变发展，优化产业结构、提高自主创新能力、完善线上线下相结合的新型营销渠道模式，

和工艺技术的创新，实现连续3年蝉联“亚洲品牌500强”榜单，再次彰显了其品牌的地位和影响力。

3年连续问鼎500强 成陶瓷品牌代表

五年的发展，罗浮宫陶瓷犹如旭日东升，一路高歌猛进，每年均创新高。她始终坚信品牌的力量，坚持品质与品牌相辅相成，坚持国内与国际市场接轨。公司业绩连续4年保持30%左右的持

才能将品牌发展态势推至高峰。连续三届蝉联“亚洲品牌500强”，是对罗浮宫陶瓷品牌崛起和发展的一种肯定和鼓励。他还谈到，希望罗浮宫将来也可以在其他领域产生自己的品牌影响力。



美尚美都品牌管理创新之路



赵新玲女士，山东鸿瑞集团执行总裁。自2005年公司成立以来，以科学有效的管理贯彻执行公司发展战略，带领公司发展民族产业，奉献社会，在社会主义物质文明和精神文明建设中作出了贡献。

为贯彻执行鸿瑞集团“产业报国”的企业方针，赵新玲女士在集团领导的指导和同事们的协作下，积极发展民族产业，科学制定规划，有效组织实施，使公司节节攀升，稳步发展。2006年，公司建立生产基地——生物科技园；2009年，科技园正式投产，形成了完备的研发、生产、销售产业链条；2010年，公司推出美尚美都项目品牌，在全国范围内进行推广；2013年，根据我国老龄化问题日益严峻的局势，鸿瑞集团推出了颐养苑养老地产项目。在发展民族产业的道路上，鸿瑞集团步伐稳健，越走越远。

赵新玲女士响应公司号召，带领员工积极履行“感恩社会、服务社会、回报社会、奉献社会”的企业使命，多年来，致力于公益事业，在公司设立“鸿瑞爱心月”、“鸿瑞爱心日”。举办公益工程，捐助残障儿童、贫困学生、患病妇女、孤寡老人、灾区群众。2008年“5.12”汶川大地震发生后，为灾区筹捐441万元。2009年4月，响应“支持城乡建设”号召，捐款175万元。2009年第十一届全运会，捐赠价值588万元的产品。目前，鸿瑞集团为社会捐款捐物总额已超过1400万元。

突出的贡献使赵新玲女士获得了一系列

殊荣：“中国百名杰出女企业家”、“2006中国经济女性成就奖”、“2007中国经济女性年度人物公益奖”、“2007十大晋商女杰”、“中华健康产业先进个人”、“2013首届烟台年度女性最美公益奖”。这些称号，凝结着赵新玲女士的智慧和汗水，也闪耀着无私大爱的精神光辉！

在日前举行的第9届亚洲品牌盛典上，各大品牌奖项的角逐异常激烈，美尚美都最终获得“亚洲名优品品牌奖”，烟台美尚美都生活用品有限公司总经理赵新玲荣获“中国（行业）品牌十大创新人物”。

美尚美都是鸿瑞集团旗下的美尚国际（香港）女性用品连锁有限公司设立的连锁机构，以女性生活用品为主导的

专卖店品牌，以女性生活用品贴心品牌为品牌定位，以关爱女性、美态肌肤、健康体质、和谐家庭、快乐生活为核心价值，与之相对应的有女性特护、护肤美妆、营养食品、居家用品主题系列产品及自主美容服务。业务范围覆盖全国，已在国内开设数家连锁店。

在品牌管理和创新中，美尚美都走出了自己独特的成功之路。

自主研发，品牌发展持续化。

市场竞争激烈的现代社会，如何保持自身企业的竞争优势，在发展中不断前进，实现可持续发展，美尚美都实行的是自主研发，以自主品牌打天下，守天下的策略。美尚美都设有自己的科技研发机构，同时与中国北京大学、中国科学院、中国食品发酵工业研究院等权威科研机构建立合作关系，根据市场需求，联合研发健康、环保、节能产品，形成了艾美尚、欧曼琳、泽兰、丹诗妮尔、盐水湖（鸿瑞）、瑞丽丽、深谷幽兰、瑞力健、鸿瑞御宝等九大自主品牌产品系列，十七项国家专利，其中三项国家发明专利，保证了产品与市场需求的高度契合，加强了核心竞争能力，使品牌健康稳健地持续发展。

完善体系，实现产业链条化。

建立完善的体系，整合优势资源，以军团的力量发挥一加一大于二的作用，更好的服务市场，同时降低成本，

加强竞争力。美尚美都自建立之初，即高瞻远瞩，建立了研产销完备的产业链条。美尚美都自控女性护理用品生产基地，首期投资1.5亿元，占地64.3亩，除设有生产车间、办公楼外，还设有可容纳200余人的五星级商务酒店标准的培训中心，形成了研发、生产、销售完整的产业链条。先进的生产设备、优质的生产原料、完善的培训制度，科学的管理体系，为美尚美都建设卓越品牌提供了有力保证。

创新经营模式，实现服务经营特色化。

为使品牌形象特色化，有效吸引消费者，提高成交率，在服务上，美尚美都采用发现式陈列、体验式购物、自助式美容服务模式，在店内设立体验区，消费者可在专业人员的指导下进行自助美容，体验自己动手的新奇感与成就感，更快乐，更时尚，更个性，引领了现代美容新时尚。从装修、配货到经营，美尚美都对所有加盟店进行统一系统的管理和指导，有配套的服务支持体系，为广大加盟商提供了全方位支持，同时彰显品牌特色，以鲜明的品牌形象赢得消费者的喜爱。

美尚美都，关爱女性，成就梦想！它以专业的管理水准服务于社会，以诚实守信的经营原则为消费者和合作伙伴打造幸福人生。在产业发展的路上，正以力求卓越的精神倾力打造一个金质品牌！

让全世界都用中国的厨具

——深圳市厨安居酒店用品设备有限公司董事长陈育民



董事总经理陈育民

第9届亚洲品牌盛典上，深圳市厨安居酒店用品设备有限公司董事长陈育民斩获“中国（行业）品牌十大创新人物”荣誉称号，深圳市厨安居酒店用品设备有限公司荣获“亚洲（行业）品牌十大创新企业”大奖。

追随梦想

陈育民的梦想是：让全世界都用中国的厨具。“品牌”不是说出来的，“品牌”是要从小到大健康开创出来的，“厨安居”这个品牌寄托了陈育民一生最大的梦想。

物流配送服务、售后跟踪服务，以“真诚服务每一天”的理念为客户提供家人般的关怀。

厨安居一路发展，满载着荣誉，2005年荣获全国行业质量示范企业，全国质量、服务诚信示范企业；2006年荣

获质量信得过产品证书、消费者信得过产品证书；2007年荣获中国名优品、质量信得过产品证书；2008年荣获深圳承诺、诚信企业联名单位，中国名优品；2011年荣获深圳市最具影响力企业等等；2013年荣获中国酒店厨房最具影响力品牌，同年董事长陈育民先生被评为中国十大著名酒店用品设备行业领军人物。厨安居已是顾客认可的航母名牌企业，国内政府部门、机关单位、餐饮企业指定购买企业。

回报社会

陈育民长期热衷公益事业，多年来为其家乡慷慨解囊，2005年支援家乡汕尾市陆丰南塘镇兴修水利，解决防洪排污问题；2009年捐资兴修家乡村道；2010年支援家乡汕尾市陆丰南塘镇卫生院排污建设；在国家出现灾难时，支援灾区 and 贫困山区建设，在2004年东南亚海啸、2006年广东乐昌水灾、2008年汶川地震、2008年南方雪灾中捐款捐物，2010年捐款广东河源和平县建设学校……

未来陈育民希望能够让世界的厨具中心在中国，让每一个人都能买到性价比最高的厨具，为更多的人提供就业机会，为创业者提供实现梦想的平台，定制一站式服务和解决方案，让采购商更加放心。

商界名媛 善行天下 —— 金运佳集团洪子晴



牌盛典上，她更是凭借在品牌建设与发展方面的突出贡献，与霍英东集团副总裁霍启刚等一同荣获了“亚洲品牌十大青年华商”的荣誉。她所拥有的集团经营项目有：房地产、珠宝、投资、能源、电讯、矿业(包括金矿、石油)。早前集团投资于新疆乌鲁木齐房地产项目，此项目有1万亩地之大，

在商场上长袖善舞、叱咤风云的女人往往被人称之为“女强人”。而洪子晴给人的感觉却是美丽、精练和无比温柔，脸上时常洋溢着亲切的笑容。她独立聪敏，拥有很多人不具备的胆识、智慧和谋略以及仁爱之心。

洪子晴不仅仅是金运佳集团控股有限公司董事局主席，她还身兼青海省特邀港区省政协委员、广东省深圳市福田区政协委员、广东省汕头市政协委员等多项职务，同时是香港国际书画家协会主席、世界书画文艺交流协会会长、中国企业战略发展研究会终身名誉主席等多个社会团体里的领军人物，并创立洪子晴慈善基金会，担任基金会主席。

9月9日，在香港举办的第9届亚洲品

70%绿化，30%建别墅，发展有学校、诊所、商场和会所的环境优美的地方。另外集团在山西考察投资煤矿，一家六证齐全的煤矿，年产量75万吨，储量2.2亿吨。集团也是哈萨克斯坦国一项储量22吨的金矿的股东，市值约1.7亿美元。同在该国的一个总储量达6.7亿桶(包括可采量、探明储量及远景资源量)的油田，集团亦拥有其75%的股权。电讯领域，经营通讯塔、电网、钢管等。集团非常看好内地受国家产业政策重点支持的绿色科技产业市场、消费品市场和资本市场的发展。集团在洛阳市涧西区投资7200亩土地，开发“洛阳动漫文化梦工场”，该项目集合3D动漫游戏产业，使洛阳市集文化创意、文化科技、

文化商业街、5D大剧院、古玩博览交易中心、洛阳文化历史博物馆等等的综合体，总投资320亿元人民币。

“施比受更为有福”正是洪子晴慈善基金会的宗旨。洪子晴慈善基金会于2008年8月成立，正值汶川大地震的灾后重建时期。迄今为止，她已经往基金会注入个人资金逾数千万元，帮助社会，不遗余力。

2008年，洪子晴与周美凤及赌王三太陈婉珍合共捐出320万善款兴建北京光彩明天儿童眼科医院，并获颁“中国慈善家”的荣誉。

另外在中国建国60周年时，获邀为《祖国不会忘记》入名书册，赞扬洪子晴对祖国贡献，获邀嘉宾还有霍英东(已故)、香港首富李嘉诚、李兆基、郑裕彤、郭鹤年、何鸿燊、霍震霆及李泽巨等港澳爱国知名人士86人，书册将永久存放于中国国家博物馆。另外洪子晴的一幅国画《梅花》更被收藏于北京军事博物馆。

2009年7月8日，洪子晴本人推出励志慈善唱片，筹款全部收益平均捐赠予香港红十字会、世界宣明会、乐施会、无国界医生四大机构作为慈善用途，亦希望招募更多义工、志愿者加入基金会一起做慈善，造福人群。

2009年5月“洪子晴慈善基金会”已在中国重庆农村建医疗诊所，救助了

偏远农村的一万名人民的生命，解决就医难、延误就医危及生命的人民。每间诊所都设有诊室、治疗室、药房，并且聘任有行医资格的乡村医生，令贫困农村人民，都有健康的身体。在香港，洪子晴也捐助15万包米给贫困家庭户，待他们也能温饱；帮助癌症病人康复、精神病人康复、弱视儿童重见光明、儿童心脏基金会、苗圃行动、保良局孤儿、仁爱堂、香港公益金、香港华光功德会、联合国儿童基金会、匡智会、救世军、奥比斯眼科慈善基金会……洪子晴数之不尽的善款和爱心捐赠，还捐款给贫困而成绩优秀的大学生们完成大学梦想，将来能为国家作出贡献。

这二十年来，洪子晴主席不断参与无数公益、慈善，探访老人、弱智儿童、精神病院、孤儿以及积极参与最近四川地震救亡工作。

洪子晴说：“希望将来基金会会有更多资源，可以将这份爱和慈善活动扩展至全世界，不只中国人、香港人受惠，以致全世界诸如非洲等贫困地区均能受益，所谓世界大同，不分种族，令全世界人都能蒙福受益。人生无常，但人间有爱，尽己所能，令这世界更美好，让生命发光发亮，祝愿世界和平、人人欢笑、人人温饱，充满喜乐、健康、幸福。”

沿袭欧洲经典，创造传世奢华

—— 深圳市卡钻世家珠宝有限公司



日前，亚洲品牌年度盛事——“第9届亚洲品牌盛典”在香港落下帷幕。“亚洲品牌500强排行榜”、“亚洲(行业)品牌十大创新企业”、“中国(行业)品牌十大创新人物”等大奖隆重揭晓，珠宝行业参会企业星光熠熠，周大福、金伯利等世界知名品牌荣列其中，而近年来发展势头强劲的珠宝行业新贵深圳市卡钻世家珠宝有限公司更是光辉无限，卡钻世家荣膺“亚洲(行业)品牌十大创新企业”称号，卡钻世家总经理郑国喜斩获“中国(行业)品牌十大创新人物”奖项。一时间，卡钻世家在业界引起了广泛关注。

卡钻世家珠宝工艺理念源自法国，

是集珠宝首饰设计、销售、服务及制造于一体的知名品牌。卡钻世家沿袭欧洲百年经典工艺，融汇高贵简约的现代时尚，不止传承文化，更传递幸福，致力于“为客户提供高性价比、最具幸福感的产品”，发扬“传承高贵，缔造美丽”，在大陆呈现来自欧洲皇室经典的奢华珠宝。卡钻世家在钻石的甄选、设计、体验式专属服务中不断创新突破，并与GIA、IGI、HRD等世界权威钻石机构、上游供应商建立了战略合作伙伴关系，在世界著名钻石之都——比利时安特卫普建立采购中心，确保产品的卓越品质及高性价比。

2008年，带着欧洲皇室经典珠宝



理念，不断创新，为中国消费者提供卓越的服务，树立卡钻世家良好的品牌形象。

短短几年时间，卡钻世家已成为珠宝行业的新贵，成为广大尊贵消费者的钟爱选择，备受业界推崇，品牌魅力正在无限绽放!

引领金融服务行业 —— 中国联合金融控股集团

在日前举行的第9届亚洲品牌盛典上，“亚洲品牌500强”排行榜隆重公布，联合金融以第459位的佳绩荣登排行榜，同时还获得了“亚洲十大最具影响力品牌”的殊荣，中国联合金融控股集团(集团)有限公司董事局主席江文填也被评为“亚洲品牌十大杰出人物”。

中国联合金融控股有限公司是由深圳联合金融集团于2011年在香港发起设立的境外投资平台，同时也是深圳联合金融集团布局西南的地区总部，是中国初具规模的、为金融机构提供专业化和全方位配套服务的综合服务商。



公司以类金融为主，金融基地建设和地产为辅，形成了“一体两翼”发展的国有控股公司。目前，类金融已形成以融资中心小额贷款为主，融资担保、小额贷款、黄金投资及租赁、股权投资基金及管理、金融供应链服务、融资租赁、票据业务、资产管理、债券融资等融资、投资、管理业务相互配合的格局。其中融资中心小额贷款业务作为类金融的核心，现已分别在重庆、贵州两地成立了重庆市融资中心小额贷款有限公司和贵州省小额贷款融资中心有限公司。

金融基地建设和地产作为公司业务

的重要两翼，由联合金融控股集团旗下的重庆联合金融控股有限公司分别围绕金融旅游度假岛、金融服务总部基地、金融服务外包产业园为主题开发了“桃花岛长江汉普顿项目”、“龙州湾金融服务总部基地”及其他金融产业园项目。

在中国人民银行和重庆市、贵州省各级政府的大力支持下，联合金融控股集团凭借创新性的金融服务理念及积累的技术和专业优势在领域取得了突破性的成绩，目前已成为中国领先的金融服务运营商和金融服务基地投资开发商，其创新先行理念及优质服务水准获得多



联合金融快速成长的步伐，集团及员工一直致力于回报社会、回报所在的城市及国家。一个平衡和稳定的社会的服务宗旨，在教育、扶贫、环保等多方面以积极的行动回馈社会。有利于企业的发展，而企业更有责任去保持社会的稳定和平。因此，联合金融秉承“联合金融，服务大众”的服务宗旨，在教育、扶贫、环保等多方面以积极的行动回馈社会。

展望未来，江文填运筹帷幄，联合金融控股集团将结合深圳“打造国家经济中心”的总体发展思路，从深圳起航，布局全国业务网络；以深圳、重庆、上海、北京等地为重点发展区域，向珠三角、长三角、长江中上游、渤海湾等经济圈推进，逐步形成覆盖全国、辐射海外的业务战略布局。



打造世界一流航运企业

——中国海运(集团)总公司

中国海运(集团)总公司(简称中国海运)组建于1997年7月1日,总部设在上海,是以航运为主业的跨国经营、跨行业、跨地区、跨所有制的特大型综合性企业集团。中国海运集团自1997年成立以来,按照“规模化、专业化、集约化”的原则进行资产重组,组建并发展各种专业船公司,同时发展相关陆岸业务,经营涉及货代、船代、物流、仓储、码头、金融投资、船舶修造、船舶运输科研、船舶物资供应、船舶贸易、劳务输出、信息技术等多种产业,在国家能源和进出口贸易中发挥了重要的运输支持和保障作用。中国海运现已发展成为以航运为主、多元发展的跨地区、跨行业、跨国经营的大型企业集团。集团拥有的集装箱、油轮、干散货三大主

力船队的规模均跻身世界前列。

9月9日,被誉为亚洲品牌年度“奥斯卡”的第9届亚洲品牌盛典在香港隆重开幕。为了表彰在过去一年中对品牌建设作出突出贡献的企业和人物,树立榜样的作用,活动现场隆重发布了“2014亚洲品牌500强排行榜”,并颁发了相关企业与人物的品牌奖项。此次

盛典上,中国海运(集团)总公司荣膺亚洲十大最具影响力品牌。

多年来,中国海运集团始终坚持企业品牌建设,从多方面不断提升企业国际竞争力。

2006年,中国海运集团提出了坚持科学发展观、建设百年中海的发展理念,旨在建立一个推动企业可持续发展的动力系统和导航系统。由于确立了“百年”愿景,打造了自觉克服短期行为、认准长期战略目标矢志不移的战略定力,中国海运才能有效抵御国际金融危机带来的严重冲击,才能在国际航运市场剧烈动荡的环境中保持稳健发展。通过转型,集团开始从数量、规模型增长,走上了效益、质量型增长的发展之路。

中国海运已迈入世界前列;在提升经营质量上,公司培育了多条国际精品航线,获得多项殊荣;在提升管理质量上,从粗放式管理向精细化管理转变。

大力加强产业结构调整,提高企业资源的整合力,形成航运、工业制造、物流码头金融“三大板块”的产业结构调整思路,加快推进转型升级,进一步延伸产业链。坚持实施“走出去”战略,不断提升国际化竞争力。自集团组建伊始,即实施“巩固沿海,发展远洋”的战略,迈出了“走出去”的步伐。习近平同志在2011年2月份访美期间和去年全国两会期间,曾先后4次提到中国海运的国际化发展,对中国海运集团的国际化经营给予了充分肯定。

近年来,中国海运围绕航运主业,初步形成“1+6”的多元化产业格局,即航运主业,加航运金融、物流、码头、船舶修造、科技信息、其它等陆岸产业。未来集团将继续坚持科学发展、建设百年中海、世界一流航运企业的发展理念,努力建成具有国际竞争力的大型国际航运企业集团。



中国·宁夏

China NingXia

镇北堡西部影城

WELCOME TO THE WEST CHINA FILM STUDIO

国家5A级旅游景区

国家文化产业示范基地
国家级非物质文化遗产综合实验基地

National AAAA Class Tourist Attraction
National Cultural Industry Demonstration Base
National Intangible Cultural Heritage Comprehensively Experiment Base

只有到了宁夏 才算游遍天下

Only to the ningxia is all over the world

地址：宁夏银川市西夏区镇北堡 电话传真：0951-2136068 2136088 网址：www.chinawfs.com

打造中国大众最喜爱法国葡萄酒品牌



在由亚洲品牌协会、亚洲电视、人民日报《环球时报》社、国家发展改革委中国经济导报社共同主办的第9届亚洲品牌盛典大型颁奖晚宴上,“法国之光”以其独特的品牌优势,荣获“亚洲名优品牌奖”。“法国之光”是百镡国际酒业与法国著名的吉洛布利城堡酒庄战略投资合作的法国葡萄酒品牌。法国之光中国品牌运营中心设在福建省厦门市,由百镡国际酒业负责管理和运营。

“法国之光”品牌源自其法文商标“Lumière de France”,意为“法国的光芒”,是法国著名的吉洛布利城堡的葡萄酒品牌,已有上百年的历史,是法国葡萄酒界著名的百年酒庄品牌,同时也是唯一一款以法国国家名称命名的葡萄酒品牌,在葡萄酒界享有盛誉,屡获“法国最受欢迎的葡萄酒之一”等法

国国内大奖,更多次获得“国际葡萄酒大奖”、“世界葡萄酒大奖”等国际殊荣,并获得法国纯手工操作葡萄酒酿造协会授权使用“纯手工酿造”标志。

一个多世纪以来,“法国之光”坚持采用传统纯手工技艺酿造葡萄酒。今天法国之光葡萄酒集团有限公司通过与法国多个知名酒庄开展战略合作,把“法国之光”葡萄酒品牌引入中国,并将更多来自法国知名产区的血统纯正和品质优异的法国酒庄葡萄酒的产品纳入“法国之光”品牌旗下,通过建立和完善从法国酒庄原产地到品牌专卖店终端、全程专业仓储运输的全产业链品质控制和体验式服务的模式,真正为中国大众消费者提供货真价实的纯正法国酒庄原瓶进口葡萄酒,倾力为中国消费者提供高品质的健康生活元素,让中国消费者体验到真正代表法国纯正品质的货真价实的葡萄酒。

品牌创新:

一、纯正法国葡萄酒代表品牌

法国之光重新定义葡萄酒消费价值观,把代表法国原产地风味的酒庄葡萄酒带给中国,让中国消费者都能享受到优质的法国葡萄酒,让喝纯正的葡萄酒成为简单的事情,很生活化,犹如不可缺少的生活伴侣;法国之光开创进口葡萄酒行业的亲民化服务营销,满足中国消费者对优质法国葡萄酒的需求,拉近与中国消费者的距离,成为品质生活和价值实现的象征消费品。

二、情牵中国,心醉法兰西

源于法国百年酒庄的历史品牌,以手工形式精心酿造的“法国之光”葡萄酒,跨越勃艮第,游历朗格多克、波尔多……聚集十大产区经典佳酿,以绝无仅有的产区土壤、气候、人文生态勾勒出每一款葡萄酒独具一格的体质;来自勃艮第吉洛布利城堡葡萄酒园,花岗岩地质结构赋予了葡萄酒饱满而丰富的体质,它引人入胜的千变万化回味,让您沉醉罗曼蒂克的法兰西风情而流连忘返;而摩根最古老的葡萄园Les Grands Cras,亦然挺立的160岁的老树藤,带来那迷人的香气和精致的内涵,让您品味历史,沉淀浮华;或者来自拥有长远历史的朗格多克,传统复古与现代文明兼收,跌宕而生姿;以及波尔多那久负盛名的品质之旅……“法国之光”承载百年品质精髓,横渡大洋,来到中国,开启华彩新乐章。在琼浆玉液与玲珑杯盏之间弥漫的不仅是酒香,更是法国优雅文化的衍生,在舌尖绕转,口腔蔓延,经过百年历练,那一抹法兰西风情浓得化不开,细细品味,那是古老历史底蕴和现代都市文明的更迭与辉映,那是泥土、阳光、雨露、空气、劳动与艺术的完美融合,那是令人心驰神往的异域情调的蔓延和传递。

从法国到中国,法国之光始终如一,原汁原味的自然封存及文化交流的使命必达,总让你陶醉其间,而耐心而又充满艺术气息的酿酒师们,总能把这

一瓶瓶充满生命韵律且风情万种的葡萄酒完美的呈现在您的面前,滴滴品尽优雅和尊贵,可口呵护今朝与未来。

三、品牌DNA

醉美法国——以正统的法兰西血统树立自身的产品、文化归属感,进行法国文化的中国演绎,满足中国消费者对法国文化的向往。

品味之旅——缔造法兰西风情的百年传承,从优良品质到优雅生活方式的打造和蔓延,解决中国消费者的认知混乱,呼应中国消费者对法国葡萄酒的健康、文化、品位全方位需求。

服务中国——传承法兰西百年经典,从法国到中国始终如一,区隔传统只卖产品的销售模式,以体贴式服务理念为中国消费者带来货真价实的法国葡萄酒,引导健康消费文化和倡导优雅生活方式,推动中国葡萄酒产业的健康发展,成为进口葡萄酒服务的价值标杆。

四、品牌核心价值

关注健康

葡萄酒具有很高的营养价值和保健作用,是世界公认的健康饮品。法国之光倡导健康消费文化,为中国消费者带来货真价实的法国葡萄酒,让中国消费者找到适合自己的、性价比高的葡萄酒,提高生活质量,改善身体健康。

追求品味

品味美酒,品位生活。葡萄酒是法国优雅生活的代表,不仅愉悦感官,更升华精神。法国之光葡萄酒,蕴含法兰西的恣意悠闲,让中国消费者轻松享受品位生活,美酒与美食共享,信念与成功兼收。品味醉美时光,始于法国之光。

乐于分享

三分酒,七分情,分享让我们走的更近。法国之光让温馨蔓延、幸福传递,与家人共度美满;让情融治、愉悦蔓延、与朋友共品优雅;让成就延续、价值绽放,与伙伴共享荣耀。

法国之光葡萄酒集团有限公司在成立之初就十分重视慈善公益事业,身体力行的为贫困大学生就学深造提供捐助,并已经在厦门、龙岩、宁德、南靖、东山、九江、格尔木等多个地区相继开展了捐助助学活动。2011年,为进一步帮助更多贫困大学生,法国之光葡萄酒集团有限公司正式成立“法国之光助学圆梦基金”,同时号召与支持法国之光全国各地的营销合作伙伴也积极的加入这个公益团队当中,使企业的发展更紧密的与社会责任积极担当,同时也是法国之光品牌倡导品位生活方式的深化体现。未来随着企业的发展,法国之光将承担更多,也帮助更多贫困学生群体,鼓励并支持他们通过学习,深造来改善生活、改变命运,享受到更高品位的生活。



打造一流资产管理公司

——中国华融资产管理股份有限公司董事长赖小民



化、多元化、综合化、国际化现代金融控股集团的路子,第三步改制引进战略投资者上市。

近几年,华融资产管理品牌建设效果非常明显,品牌竞争力大有提高。目前,公司总资产已超过4000亿元,服务网络遍及全国30个省、自治区、直辖市和香港特别行政区,在全国设有32家分公司(营业部),拥有华融湘江银行、华融租赁、华融信托、华融证券、华融期货、华融融德、华融渝富、华融(香港)国际、华融置业、华融致远、华融汇通等11家平台公司,对外提供资产管理、银行、证券、信托、租赁、投资、基金、期货、置业等全牌照、多功能、一揽子综合金融服务,可以打业务“组合拳”,已初步建设成为国有大型金融控股集团。

“做企业必须要脚踏实地,实实在在,企业只有做强主业、做大利润、做强品牌,不断推进可持续发展能力,才会立于不败之地。”面向未来,赖小民将带领中国华融充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,坚持“稳中求进、改革创新、转型升级”的发展主基调,在完成引入境内外优秀战略投资者的基础上,尽快实现公开上市。此次在亚洲品牌盛典上获奖,让赖小民更加坚定,要努力把中国华融打造成为“治理科学、管控有序、主业突出、综合经营、业绩优良”的一流资产管理公司。

在日前举行的第9届亚洲品牌盛典上,“亚洲品牌500强”、“亚洲品牌十大杰出人物”、“亚洲品牌十大杰出女性”等备受关注的奖项隆重公布。中国华融与三星、工商银行等知名品牌一并入围“亚洲品牌500强”,中国华融董事长赖小民在众多亚洲品牌领袖中脱颖而出,一举获得“亚洲品牌十大杰出人物”荣誉称号。

赖小民说,“企业必须创新,又必须稳健。”在他的带领之下,中国华融实现了跨越式发展。2013年度,中国华融实现集团拨备前利润199.85亿元,比2012年利润120.60亿元增长66%。

回顾中国华融资产管理股份有限公司的发展历程,其品牌的每一步发展归功于创新基因。可以说,中国华融资产是亚洲金融危机的产物,是深化金融体制改革的产物。按照国务院规定,到2009年10月19日,10年存续期已满,华融需要关停并转。华融从2006年起开始转型,特别是2009年加大转型力度,制定了5年三步走的发展战略:第一步推行大客户战略,第二步转型走市场



中信国安葡萄酒业
CITIC GUOAN WINE

尼雅[®] NIYA 产地生态葡萄酒 品味自然真本色 源自新疆天山北麓原生态产区

时间能够带来收获，也能带走浮华。
时光流转，我还是原来的自己。
就像尼雅，即使历经
年均2,800小时日照，万年冰川融水灌溉，
20℃以上的昼夜温差，8.0弱碱性优质土壤……
自然的味道依然不会改变。
时间去了哪里，总有一天，你自然会看到。
尼雅，品味自然真本色。



尼雅官方微信服务号：
第一时间“掌”握商城特惠资讯，
尽享优惠好礼！
更有贴身客服“小雅”随时相伴，
动动手指即刻品鉴尼雅佳酿！



尼雅官方微信订阅号：
关注“尼雅红酒生活”，
体验您身边的专业葡萄酒顾问，
免费“掌”握最全面的葡萄酒资讯，
扫一扫即刻变身红酒达人！

网址：www.guoanwine.com
咨询热线：400-065-3919
中信国安 荣誉出品
股票代码：600084

尼雅

百度一下