

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10期（总第10期）
网址：www.asiabrand.cn

亚洲品牌导报

Brand Winning Future 品牌决胜未来



主办：亚洲品牌协会 亚洲电视台 国家发展改革委中国经济导报社

人民日报《环球时报》社 新华社《经济参考报》社 经济日报中国经济信息杂志社

（会员资料 免费交流）

顾问：王国良 冯 并 李保民 李连仲 丰田正和 王霄鹏
王亚星 孔泾源 周 君 宋承敏 Jugal Kishore Johnl Conant

2013年6月26日
星期三

邮箱：
yzppdp@163.com

电话：010/88572950

总 编：王建功
副 主 编：孙景义 王宜强
执行主编：尉军平

品牌大观

理赔服务再度升级



据报道，专注创新、提升价值，全方位、多视角努力探求优质服务体系的建立是生命人寿不懈的追求。为配合理赔服务提升行动，生命人寿斥资购置了一批全新理赔查勘专用车辆。这一排印有生命人寿LOGO的全新捷达理赔查勘车精神帅气，为着理赔服务提升随时候命。生命理赔速度，加大油门，走起！

在理赔服务方面屡有亮点的生命人寿在异地受理全国通赔、“带息理赔”、“1234”特色关爱等理赔新举推出之后，最近又谋求理赔服务的再度升级。为配合理赔服务提升行动，斥资购置了一批全新理赔查勘专用车辆。该批理赔查勘车辆车型为1.6L白色捷达典藏版，参照公司VI手册中交通工具具体范例，同时结合车辆特点及当地车辆管理部门的要求，在车身印制公司标识。目前，生命人寿各机构理赔查勘专用车辆配置已陆续到位，部分已交付使用。

“理赔”是客户极为关心的话题，理赔难、理赔拖延一直是最让投保人头疼的事情。大批量理赔查勘专用车辆的配置为生命理赔人员以最快的速度前往出事现场，更好地为客户服务提供了物质保障。解决部分客户居于偏远乡村、郊区，出险后不能及时有效固定证据，因时间延误导致证据缺失等问题。能够在第一时间保证事故的真实性，从而更迅速更准确的做出核赔结论，提高理赔效率，节省客户的人力和时间。2009年，新《保险法》的实施对理赔程序和时限的规定提出了更高的要求，以此为契，生命人寿以雄厚的财务实力为基础，开发了业内领先的动力核心业务处理系统，根据客户体验不断优化、规范业务处理流程，又依赖训练有素的专业团队，异地受理全国通赔、“带息

理赔”、“1234”特色关爱理赔服务自推出以来就得以顺利实施，真正得到社会各界的广泛认可。然而，要在充满竞争的保险行业保持优势，除了立足于产品的保障性、创新性及收益性考虑，消费者更关注产品的服务品牌及能力。作为一家聚保险、金融和实业相结合的综合保险集团，此次查勘车辆的配置是公司实力及服务能力的完美体现。

生命人寿保险股份有限公司是一家全国性的专业寿险公司，成立于2002年3月4日，总部现位于深圳。股东由深圳市富德金融投资控股有限公司、东京海上日动火灾保险株式会社等国内外资金雄厚的企业构成。截止到目前为止注册资金达117.52亿元，是国内资本实力最强的寿险公司之一。

公司遵从“爱心、服务、创新、价值”的经营理念，秉持“内诚于心，

外信于行”的核心价值观，不断倡导求新、求变、求发展。

自成立以来，生命人寿相继获得了“亚洲品牌500强”、“中国寿险行业十大最具影响力知名品牌”、“中国最具成长性保险公司”、“十大最值得信赖的寿险公司”、“金融中国·2010年度最具综合实力保险品牌”、

“2011年度最受信赖保险公司”等荣誉称号。

十年的跨越式发展，生命人寿已经迈上了一个新的台阶，一个初具雏形的保险集团已经形成，集团化、专业化的发展战略，要求寿险、财险各子公司专注创新、提升价值，全方位、多视角努力探求优质服务体系的建立，而查勘车辆的配置亦将作为这一体系建立的突破起点，在以品牌决胜未来的服务灵魂时代，加大油门，走起！（张鑫）



生命人寿大厦

盛典新闻

“2013亚洲品牌年度人物”候选人出炉

本报讯 日前，第8届亚洲品牌盛典——“2013亚洲品牌年度人物”入围候选人出炉。（详见第四版）阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官马云、北京燕京啤酒股份有限公司董事长李福成、日本资生堂（中国）投资有限公司董事长镰田正志、三一集团董事长梁稳根、珠海格力电器集团董事长董明珠等60位企业家入围。最终获奖名单将于2013年9月9日第8届亚洲品牌盛典颁奖典礼上隆重揭晓。

“2013亚洲品牌年度人物”入围候选人榜单容纳了亚洲范围内各个行业对亚洲品牌做出突出贡献的企业家和精英，充分体现了盛典奖项评选公开公平、高端权威、国际化、高品质的活动定位，这份荣誉将为增强亚洲品牌优势竞争力，创造全新机遇，让亚洲品牌价值无限传播创造出新的发力点！

据悉，本届活动由亚洲品牌协会、亚洲电视台、国家发展改革委中国经济导报社、人民日报《环球时报》社、新华社《经济参考报》社、经济日报中国经济信息杂志社联合主办，将于2013年9月8-10日在香港举行。（张丽新）

国内多家媒体报道第8届亚洲品牌盛典

本报讯 随着第8届亚洲品牌盛典的启动和各项大奖的推出，本届亚洲品牌盛典已经在社会上引起了广泛的关注，目前为止，包括新浪网、搜狐网、环球网、凤凰网、网易等国内大型门户网站，以及《环球时报》、《京华时报》和《春城晚报》等具有较大影响力的媒体对第8届亚洲品牌盛典相关活动进行了不同篇幅的报道。（张丽新）

新闻导航

- P1 理赔服务再度升级
——生命人寿
- P2 文化品牌：远东的动力源
——远东控股集团
- P3 品牌人物
马云、张瑞敏
- P4 候选人展示

名家微博话品牌



人民日报：外交部长王毅换乘国产红旗H7，两个字：支持！官员优先乘坐自主品牌车，这本是多国通例。不知何年何月起，豪车洋车竟成公权力的符号、官本位的象征？自主品牌，承载国家梦想、民族荣光。让国产车成为官员“标配”，少些贪贵求洋，多些“红旗”飘飘，官员才有面子，国家才有尊严。
——《人民日报》法人微博



许小年：今天讲建立品牌的三个条件：私有产权保护、法治和宗教般的情怀（非功利追求）。建立和维护品牌需要投资，产权和法治的作用是保证品牌投资的回报。仅有商业利益的驱动是不够的，若无“为伊消瘦得人憔悴”的精神，出不了好品牌。
—— 中欧国际工商学院经济学与金融学教授许小年



胡锡进：这位是广汽乘用车总经理吴松，肯定地对我说，十年内，中国自主品牌车将占据今天国产彩电冰箱在中国的地位，并在世界获一席之地。挺传祺，挺中国自主品牌车。

——《环球时报》总编辑胡锡进



周鸿：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。我在雅虎时建议用独立搜索品牌以区分门户定位，人们提到雅虎会想到门户网站新闻邮件而不是搜索专家，你是什么不重要，人们认为你是什么才重要。
—— 奇虎360董事长周鸿

品牌大品

文化品牌：远东的动力源

—— 远东控股集团有限公司



在2008年到2012年的四年时间里，远东控股集团品牌价值从56亿元飙升到123亿元，并且成为国内首家民企“企业文化示范基地”，文化凝聚力空前。这与远东控股集团资深副总裁兼首席品牌官徐浩然主导执行的“企业品牌、产品品牌、个人品牌”齐头并进的策略下，企业家的个人品牌与远东企业文化相得益彰，成为远东持续发展的强大动力。

文化为魂

一个没有核心价值观的企业，就像人没有信念一样，难以走远。徐浩然认为，远东创立至今23年，规模和影响力不断扩大，这得益于以蒋锡培为核心的管理团队对企业内部治理和企业文化建设的重视。

远东控股集团有限公司董事长蒋锡培一直强调“以客户服务为中心”是企业经营的永恒法则，因此，他大力倡导让客户满意，为客户提供

优质的产品和服务，提升客户价值的经营理念。如今，经过多年的发展，远东已形成了相对完善的企业文化建设体系，“和”与“灵”成为远东的文化灵魂。“和”的原意是指人的态度和缓、平静，又指人与人之间要和和睦、和谐。“灵”的原意代表灵敏、灵活、空灵。远东把“和”定义于保持和睦、和谐、团结合作、相对均衡的关系，让企业保持平稳安全状态的这样一种处世哲学，因此产生了“以和为本，以灵为术”的远东核心价值观，其中以“一握远东手，永远是朋友”体现得最为明显。

幸福当家

董事长蒋锡培认为，幸福感最终决定竞争力。员工的幸福感是体现一个企业的思想、理念和行为的方向标和温度表。远东高度关注员工的幸福感，采访时，记者不仅看到了整洁的厂区厂房，还有一栋栋条件媲美星级酒店宿舍楼的宿舍楼，图书馆里藏书数量和质量上乘，体育活动中心各类设施齐全，一线员工就餐的食堂窗明几净，

专门为员工开设的网吧免费让休班员工放松身心。这些都是远东创造的软环境，让员工免除后顾之忧，充分参与企业发展，并共享企业发展成果。

“远东一直营造人人平等，互相关爱，幸福生活的氛围”，蒋锡培对记者说：“在安置外地的身障人士上班时，可能要父母陪着，这意味着我们还要安排好父母。身障的孩子有了工作，父母开心得不得了。这是远东独特的文化。”

品牌有道

文化作用于企业，对内是凝聚人心，对外则是附着于品牌效应。近几年来，徐浩然把自己的品牌思想倾注于远东的实践之中。

“一谈起品牌，人的第一印象就是‘虚无缥缈’，感觉好像在云端，没有实实在在的产品、利润来的直接。电，大家都知道，能照明，能制冷发热，能作为动力能源，你的手机要用电，你的电脑要用电，你的汽车要用电等等，现代生活几乎离不开电，如果没有电，他们就如同废品

一般。然而你却看不见它，但它却处处存在。”徐浩然说，“品牌就这么一个概念，你虽然看不见，摸不着，但是它却无处不在，它总是通过不同的方式表现出来，例如客户对产品质量的认同，员工对企业发展前景的认同，社会对公益慈善的认同等等，这些都在体现品牌文化。”

徐浩然认为，从远东的品牌塑造过程来看，中小企业打造品牌，可以有一个很好的利器，就是三品共进：个人品牌、企业品牌、产品品牌三者形成一个等边三角形。企业文化和企业家的个人品牌就像一个硬币的两面，一个企业的品牌是建立在企业家的个人品牌之上的。企业领袖的个人品牌，是企业最好的形象代言人。

2013年5月，远东将迎来23周年生日，截止到2012年，远东品牌资产已达123亿多元，打造“百年品牌”、“千亿品牌”任重道远。

（张鑫）

品牌时事

海尔热水器全球销量第一

和讯网6月21日讯 世界权威独立机构英国建筑服务研究与信息协会（BSRIA）最新发布的调研数据显示，海尔电储水式热水器的全球总销量市场占有率为17%，居2012年销量全球第一。海尔热水器全品类（包括电热、燃热和太阳能、空气源热泵等）全球总销量市场占有率为9%，也稳居全球销量第一。

美国爱达荷州州长向世贸颁发“杰出贡献奖”

亚品网6月21日讯 2013年4月24日，美国爱达荷州州长欧士杰先生在爱达荷专场答谢会上，代表州政府向世贸通总裁Winner Xing博士颁发了“杰出贡献奖”证书，以表

彰世贸通移民机构在EB-5业界所作出的突出贡献。当天会议现场共有来自中国大陆、中国台湾、韩国等地区的十多家亚洲企业代表出席，而世贸通是唯一一家来自中国大陆的获奖企业。

森马服饰20亿买“假洋品牌”两日暴跌15%

中国经济网6月21日讯 “服装业最大并购案”森马服饰约20亿元收购中哲慕尚71%股权并不被投资者看好。森马服饰复牌后已连续两天暴跌，昨天该股盘中一度跌停，至收盘跌8.70%，报21元。算上19日6.77%的跌幅，森马服饰两个交易日累计下跌近15%，以7000万股流通股本计算，蒸发了2.57亿元的市值。

北京公车采购增加本地自主品牌

新京报6月21日讯 北京市财政局有关负责人表示，今后是否必须购买国产车，要严格按照中央规定进行，目前尚无这方面的文件。记者查询得知，北京市财政局、北京市监察局在2004年曾经联合下发了《关于加强党政机关公务用车管理的通知》。通知第三条第二款规定，必须坚持使用国产汽车的原则，严禁配备使用进口车。

优酷土豆品牌差异化架构曝光

北京商报6月21日讯 进入优酷土豆合并后的第三个100天，优酷土豆集团董事长兼CEO古永锵为强化两个品牌差异在内部架构层面开出药方：集团BU（业务单元）化运营，将现有业务划分成优酷、土豆网两大BU，由集团统一领导，用古永锵的话说，“这有助于减少内耗、双拳出击”。



品牌人物

Haier
海尔

从抡锤者到领头羊!

—— 海尔集团首席执行官张瑞敏

张瑞敏，一个喜欢哲学的企业家，一个读了不少书的学者，问及企业家成功的秘诀，他的回答是“不断提高素质”。1984年张瑞敏来到一个亏损147万、几乎一半人想调走的工厂。转过几年，发生了一个故事：76台“瑞雪”牌冰箱经检验不合格，张瑞敏命令直接责任者自己动手砸毁了这批冰箱。从那时起直到今天，干部汇报工作时如果用了“一切正常”4个字，就被看做不合格，因为他缺乏发现问题，发现矛盾的素质，不能把有可能发生的事事先处理掉。

现在的海尔集团其全球收入高达70亿美元，不仅在印度尼西亚、菲律宾开设了工厂，而且开始将目光投向了日本、欧洲以及美国。而作为全球最大的家电市场，美国无疑成为了海尔海外扩张策略的重中之重。一直由本土制造商一统天下的美国家用电器市场，正是由于张瑞敏率海尔抢滩美国，将彻底改变这一格局。业内人士分析，美国家电市场由此将面临重新洗牌。

“海尔现象”让国人为之感奋，同时也触发了海内外传媒对“海尔真相”的深层次探究与揣度。任凭风吹浪打，海尔岿然不动。外界评论，海尔到美国去风险太大，张瑞敏则以斩截的语气回应，“如果不去风险更大！”海尔还是那个海尔，首席执行官张瑞敏的一举一动无不透着“领袖

群伦”的味道。

张瑞敏将海尔2005年美国市场的销售目标锁定在10亿美元，同时打入美国大众家电市场，占据美国冰箱市场10%的份额。海尔美国总部的负责人MichaelJemal表示，要实现这样的目标并非不可能，海尔的主流产品如空调、洗衣机以及家用冰箱正在逐步获得消费者的认同。

对于海尔的实力，张瑞敏拥有足够的信心，他为海尔进军美国市场制定好了一整套计划。其中海尔在美国卡罗莱纳州的小镇Camden投资兴建的工厂成了这套计划的中心。海尔之这么做的原因：首先，如果从中国本土将产品运抵美国销售，这样成本太高。其次，海尔喜欢将工厂和产品设计中中心靠近市场设置。

张瑞敏说，如果没有改革开放根本不可能有海尔，也不可能有张瑞敏今天所谓的成功。踏上时代节拍，就能够做好，明天能不能做好，这个就很难说。比如曾为全世界胶卷业霸主的柯达，因为没有踏上信息化、速度化的节拍，说没就没了。

这个时代发展太快，做企业要时刻关注时代的变化，要永远抓住时代的脉搏。其实说到底，就是要永远地挑战自我。他说到了，也做到了。2012年，张瑞敏再次掀起管理模式创新的浪潮，提出“人单合一”的双赢模式。

海尔张瑞敏砸冰箱的故事大家都很清楚。张瑞敏上台不久，就收到一封顾客来信，信上说，他要买一台冰箱，结果挑了很多台都有毛病，最后勉强拉走一台。张瑞敏对库存冰箱进行了检查，发现了76台缺陷冰箱。张把员工召集到车间，问大家怎么办。

对于问题冰箱怎么处理的问题，有职工表示，产品不影响使用，不如便宜点处理给员工。当时冰箱的市价是800元，相当于职工两年的收入。结果，张瑞敏表示，问题冰箱要全部砸掉，谁干的谁来砸。其中，张瑞敏领头，亲手砸了第一锤。

张瑞敏仍然在坚持着自己的管理探索，他称之为让每个人都做自己的CEO。张瑞敏在“人治”方面仍然走在时代的前列。因为他坚信，没有成功的企业，只有时代的企业。时代赋予企业很多内涵，这些内涵的具体体现仍然要落实到企业的生产者——人的身上。故而，张瑞敏提出，人单合一。其实说来简单，就是人性化的个性定制，从生产时以生产者考虑对象到以消费者为考虑对象，充分考虑消费者的感观，以生产出消费者满意的产品为目标。

张瑞敏说，海尔创业将近28年的时间，能够发展到今天，始终把人放到第一位。他也用自己的行动践行了这一思想。任何时候，他都牢记这一点。张瑞敏作为共和国的同龄人，其

他人已经在享受生活的时候，他仍然坚持在管理执行的第一岗，不断创新自己的模式和理

这首先要称颂的是张瑞敏的品牌战略贯彻彻底，从向76台问题冰箱抡锤的那一刹那，他肯定将所有的问题考虑透彻，不然不会痛下决心将每台价值职工两年工资的电脑付之一炬。这恰恰是他考虑得足够成熟，眼光才足够长远。

真正意识到，品质是产品制胜的不二法门，没有产品的质量，就谈不上企业，更不论其他。那么，质量的来源在哪里？归根结底还是在人。人是生产的源泉。只有将品质的观念成功灌输给职工，产品的品质才能真正落到实处。（谭小芳）



海尔集团首席执行官 张瑞敏

马云是一个难以复制的中国梦

—— 阿里巴巴集团董事局主席马云

马云的CEO卸任令很多人联想到《笑傲江湖》中衡山派高手刘正风的“金盆洗手”大会，作为武侠和金庸迷的马云在阿里内部的绰号就是风清扬，只是这个风清扬做了刘正风想做而未成

人和他一起相信十年后电子商务会在中国大发展，十年中无数人为此付出了巨大的代价，今日电商的发展盛况达到了他当初难以置信的局面。

十年后的现在，为了一个理想，

坚持十年，这是每一个人的梦想。”

马云出身平凡，不是官二代不是富二代，三次高复考上大学，相貌丑找工作艰难。14年的创业，创造了目前集电商、金融和物流于一身的阿里千亿美元产业，开创的电子商务模式提供了无数就业与致富机会；几乎没有负面新闻，有良知，聪明，口才好，真诚不嚣张。

他14年的从商经历就像是一个“中国梦”，带领阿里人共同享有人生出彩的机会，共同享有梦想成真的机会，共同享有与时代一起成长与进步的机会，但是他的成功难以复制。

最近一段马云18年前见义勇为喝止偷窨井盖大汉的视频走红。1995年杭州电视台做了个测试，到马路上撬窨井盖，看有没有人会站出来制止。那天唯一一个站出来的屌丝青年，名叫马云，他来回绕了4圈，最后喝止偷窨井盖的大汉。

从做一个充满正义感和社会责任感的普通青年开始，加上马云对社会和人性深刻的深刻洞察，出口成章的演说和感染力，让在晚会现场的我都难以抑制对未来的美好展望。

深刻的社会洞察力，是说他在14

年前就预判和相信电子商务的前景和对社会的变革。一直存在着小企业做生意难道问题，这个问题就是阿里的机会。这不只是一桩生意，更是一场社会的变革。

深刻的人性洞察力，是指他能通过经典的语言和思想火花，能够激发受众的积极性，提高团队成员的执行力，这些都是缺一不可的。

相比事业上的成功，功成身退的马云才能说是具有“中国梦”特色。马云说他经常从太极中获得哲学上的思考，比如阴阳转换，进退自如，收放由心。选择在事业上的巅峰时期卸任CEO一职，留下一个成功的身影，同时把未来交给更年轻，更能干的年轻人。

“这世界谁也没把握你能红五年，谁也没有可能说你会不败，你会不老，你会不糊涂。解决你不败，不老，不糊涂的唯一办法，相信年轻人。因为相信他们，就是相信未来。”

未来会有更多的中国年轻人会走向成功，创造奇迹，实现梦想，但马云注定会成为一段难以复制的传奇。

（王霄）



阿里巴巴集团董事局主席 马云

功的事——功成身退，笑傲江湖。

马云说十年前的今天是“非典”在中国最危险的时候，阿里十几个年轻

他和阿里人依旧对未来充满理想。马云说：“30年以后的今天，是我们今天这帮人决定的，改变自己，从点滴做起。

4“2013亚洲品牌年度人物”候选人公示

2013年6月26日 星期三



高德康
波司登集团总裁



周海江
红豆集团董事长



孙亮
山东高速集团董事长



梁稳根
三一集团董事长



傅建伟
古越龙山董事长



赖小民
中国华融资产管理总裁



唐桥
五粮液集团董事长



沈文荣
沙钢集团总裁



尹明善
力帆集团董事长



刘瑞旗
恒源祥集团董事长



刘明忠
新兴际华集团董事长



御手洗富士夫
日本佳能株式会社社长



郑俊阳
韩国浦项制铁公司会长



郑昌泓
中国南车董事长



江永雄
台湾皇冠集团董事长



王长田
光线传媒有限公司总裁



施崇堂
华硕电脑董事长



丁世忠
安踏体育公司董事长



尹同耀
奇瑞汽车董事长



马明辉
皇朝傢俬执行总裁



Kan Trakulhoon
暹罗水泥集团总裁



周君廉
周生生集团主席



CHUNG MONG HYUCK
韩国现代董事长



常德传
青岛港集团董事局主席



鲁冠球
万向集团董事局主席



李宁
李宁体育公司董事长



李秋喜
山西杏花村汾酒董事长



马云
阿里巴巴首席执行官



李福成
燕京啤酒董事长



雷军
小米公司董事长



李书福
吉利控股集团董事长



王健林
大连万达集团董事长



刘强东
京东商城董事局主席



俞敏洪
新东方集团董事长



侯为贵
中兴通讯公司董事长



辛东彬
韩国乐天集团会长



周厚健
海信集团董事长



宁高宁
中粮集团董事长



马化腾
腾讯公司董事会主席



李彦宏
百度公司董事长



李兆基
香港恒基地产主席



大坪文雄
日本松下董事长



王景海
完达山乳业董事长



董明珠
格力电器董事长



宋林
华润集团董事长



马明哲
平安集团董事长



董文标
民生银行董事长



张近东
苏宁电器集团董事长



胡茂元
上汽集团董事长



古永锵
优酷土豆集团董事长



高国富
太平洋保险董事长



常振明
中信集团董事长



魏建军
长城汽车董事长



刘永好
新希望集团董事长



刘德树
中化集团公司总裁



镰田正志
资生堂(中国)董事长