

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19期(总第19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
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7月24日
星期四

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

九洲四海襄盛举 品牌盛事耀全球

—— 第9届亚洲品牌盛典将在香港隆重举行

9月9日,来自全世界的政商领袖、各个行业优秀的专家代表和业界精英们将齐聚香江之畔,踏上光芒四射的千尺红毯,迎接本年度最大的品牌盛事——亚洲品牌盛典颁奖典礼,共同见证亚洲品牌光辉荣耀的时刻。

第9届亚洲品牌盛典由亚洲品牌协会发起,联合亚洲电视、人民日报《环球时报》社、国家发改委中国经济导报社共同主办,本届盛典以“大文化、大商圈、大数据”为主题,定于2014年9月8日至10日在香港隆重举行,亚洲政界领导、品牌领袖、国内外经济学者、媒体机构将出席本届盛典,这将是亚洲品牌界旷世空前的一次大聚会。

作为亚洲品牌盛典的重要主题环节,亚洲品牌盛典颁奖典礼是盛典活动最根本的构成,从2006到2013,亚洲品牌盛典颁奖典礼推出了年度亚洲品牌500强排行榜、亚洲品牌年度人

物、亚洲品牌十大领军人物、亚洲名优品牌等优秀人物和企业品牌,记录了属于亚洲品牌的辉煌,见证了一大批知名企业成为亚洲年度品牌领袖,成功彰显出亚洲品牌的世界地位,使亚洲品牌的世界影响力日渐深远。

亚洲品牌国际论坛作为亚洲品牌盛典的重要环节,每年都有一些闪光的思想火花在这里绽放。国际化的商业理念、无国界的品牌对话、尖锐化的智慧碰撞、无数媒体的集中聚焦,成就了亚洲品牌国际论坛无与伦比的高端定位。

盛典另一项主题活动——亚洲品牌小姐大赛作为中国选美的巅峰之作,它代表了时尚与品牌、国际化与商业化的完美结合,这场声势浩大的美丽风暴,利用广泛的传播渗透力及深度的美丽震撼力,让美丽赛事真正成为企业品牌走向国际舞台的桥梁。

作为亚洲品牌界的年度盛宴,活

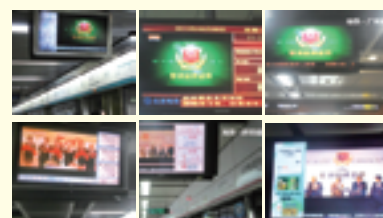
动在国际上产生了重大影响,每年都有来自各个国家和地区高端媒体的参与。从电视媒体到网络媒体,从传统媒体到新媒体,报道面覆盖了各个行业高端人群,受众人数数以亿计,现代社会发达的信息传播方式使亚洲品牌盛典变成了一场全媒体的狂欢。

今年的第9届亚洲品牌盛典将有九大主题活动,这是亚洲品牌盛典举办以来前所未有的壮举。在亚洲品牌500强排行榜发布、盛典颁奖典礼、亚洲品牌小姐大赛和品牌战略论坛之外,增加了品牌圣火传递、Top100亚洲首席品牌官毕业典礼、亚洲名优品牌巡展、品牌梦工厂全球发布会、星耀亚洲文化盛典(亚洲品牌代言人颁奖典礼、亚洲品牌微电影启动仪式、亚洲品牌小姐大赛总决赛)共九项主题活动,届时这场亚洲品牌盛事将更加耀世瞩目、波澜壮阔。

(张欣)

协会新闻

品牌盛典荣光巨献 媒体再掀新狂澜



7月4日起,亚洲品牌盛典在北京、广州、南京、深圳、天津、重庆等全国的30个城市地铁广告全面开播。此外,全国30个城市高铁候车室的电视广告和高铁上唯一指定的报刊《青年时报》,京沪、京广高铁桌贴广告同步于7月11日全面报道和刊登亚洲品牌盛典实况。亚洲品牌盛典全国性的媒体新狂欢时代强势来袭再掀新的媒体狂澜。

(文/闫玺亦)

Asia Club空中商学院筹备会议在科尔沁举行

7月9日,Asia Club空中商学院筹备会议在科尔沁大草原举行。

亚洲品牌协会执行主席贾明辉女士,九洲天中投资发展集团董事局主席段永刚先生,环天航空董事长汪龙先生,亚洲品牌协会常务秘书长王建功先生,亚洲品牌协会金融顾问周展女士,九洲天中投资发展集团总裁张建民先生,环天通用航空有限公司副总裁、董事会秘书刘繁宏先生,环天航空·空中商学院秘书长于金龙先生,香港爱家金融集团董事长陈利影先生,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尔先生,亚洲品牌小姐大赛执委会秘书长高晓飞女士,中健祥集团董事长石峻峰先生,以及环天航空的其他领导和2名机长参加了本次会议。

(文/张丽新)

新闻导航

第二版
央企如何构建强势品牌文化?

第三版
本土娱乐巨擘是怎样炼成的

第四版
到盛典现场刷新你的朋友圈

ASIA BRAND CEREMONY 第9届亚洲品牌盛典

THE LIST OF TOP 500 ASIA BRAND 亚洲品牌500强排行榜

亚洲品牌年度奥斯卡 ASIA BRAND ANNUAL "OSCAR"

2014.9.9 香港拉开帷幕... www.asiabrand.cn 电话: +8610-8857 1558

运营管理机构: 亚洲品牌集团

主办机构: 亚洲品牌协会 亚洲电视 环球网 中国经济导报

公益合作机构: 九洲天中集团 唯一指定布艺 美英亚无纺布艺 蓝湾团注礼服 品牌 - 指定宣传媒体 亚洲品牌导报

合作媒体: 新华网 中国新闻网 大公网 搜狐财经 21世纪网 中国经济网 中国小康网 中国商业电讯 ECN财经网 汇通网 汇金网 浙商杂志社 《中国西部》杂志 全景网 财经网 京华时报 中国全景网 31会议网 企业网景 新浪传媒 《青年时报》 华秋传媒 华秋传媒 旭美传媒

品牌大品

央企如何构建优秀品牌文化？

第一，从品牌精神层面要注入新的内涵，这个内涵必须能够感染到旗下业务单元，让大家感同身受，体现出集团品牌的包容力，展现集团品牌的核心价值。

比如中国建筑的品牌使命在2012年进行了重新设计，调整为“拓展幸福空间”，这个使命对于下属成员企业是有号召力的。因为“幸福”是一个永恒主题和永远的追求，“拓展幸福空间”可以作为每一个成员单位存在的共同意义。这条使命具备灯塔的作用和统领旗下品牌共同发展的号召力。例如，中海地产作为中国建筑的子公司，其品牌非常知名，其品牌定位“精品、生活、创造”已经深入人心。中国建筑的“拓展幸福空间”不仅不与之冲突，而且还能够凸显这种精品、生活、创造的终极意义，就是创造幸福的空间，幸福的生活方式。所以，从这个角度，中国建筑已经在品牌精神层面找到了激发成员单位认同的普世价值。

第二，从品牌载体层面要鼓励广泛参与。当集团确定新的品牌理念内涵之

后，要充分发挥下属各单位的力量开展互动讨论，讨论过程是一个重要的宣贯过程，以此来推动品牌文化的完善和根植。

第三，从品牌群体方面要拓宽传播覆盖面。品牌文化最终要让外部公众感受到，尤其是利益相关者。这样，品牌才能够发挥出真正有助于业务，有助于企业现实收益的关键力量。

在这一方面，中粮显然做得更为出色一些。中粮的品牌主张“产业链好产品”，以及“自然之源塑造品质生活”，通过精彩活动、美味人生、品牌产品、企业责任、企业内刊、领袖访谈、微博微信等一系列方式拓宽传播覆盖面。

企业责任是央企必不可少的一环，但是要有企业品牌化的表达，形成企业独有的品牌标签，中粮的社会责任报告有句口号——“为国家尽责，为耕者谋利，为食者造福”，这能够充分展现企业的品牌特色。

中粮的企业内刊是《忠良文化》，原来叫做《今日中粮报》，相对而言，



品牌时事

手机品牌忠诚度调查：苹果最高诺基亚第三

新浪科技讯 北京时间7月16日上午消息，市场研究机构Statista最新公布的智能手机用户忠诚度调查报告显示，iPhone用户的品牌忠诚度依然最高，诺基亚(7.44，-0.06，-0.80%)居第三位，比排在第二的三星低19%。



宝马发布“i”品牌360服务内容

中国新闻网7月17日讯 新能源汽车鼓励政策快马加鞭出炉，正刺激着车企加速布局。日前，宝马发布了

旗下“i”品牌360度服务方案的具体内容，包括家庭充电方案、专业的售后服务、灵活的金融解决方案、以及公共区域充电等在内的一系列量身定制的电动出行服务和产品。宝马方面表示，与传



统汽车不同，新能源汽车作为未来发展方向，需要一系列服务方案确保车辆的驾驶体验。

某巧克力品牌广告唯美浪漫 堪比《小时代3》

人民网7月17日讯 7月9日，德芙通过其官方微博发布了邓紫棋版德芙女孩新一季的广告场景。充满欧式风情

名家微博话品牌

大卫·奥格威：随便哪个傻瓜都能达成一笔交易，但创建一个品牌却需要天才，信仰和毅力。
—— 奥美广告公司创始人大卫·奥格威



菲利普·科特勒：伟大的品牌是公司维持超额利润的唯一途径，伟大的品牌感觉了感性收益，而不是理性收益。
—— 现代营销学之父，美国西北大学凯洛格管理学院终身教授菲利普·科特勒



罗伯特·郭思达：我们所有的工厂和设施可能明天会被全部烧光，但是你永远无法动摇公司的品牌价值；所有这些实际上来源于我们品牌特许的良好声誉和公司内的集体智慧。
—— 可口可乐前CEO罗伯特·郭思达



尹同耀：没有自己的品牌，造多少车都是别人的辉煌。以我为主，整合世界资源，服务国际国内两个市场，这样的“中国品牌”才能让中国汽车具有真正的国际竞争力。
—— 奇瑞公司总经理尹同耀



《忠良文化》更品牌化了。从此中粮文化有了新内涵——“忠良文化”，它要求中粮的经理人和员工做到又“忠”又“良”，即“高境界做人，专业化做事”，这些都让中粮的品牌文化更具张力。

在微信、微博等新媒体领域，中粮无疑是众多央企中跑得最快的企业，他们微博、微信话题、内容、热点都做得有声有色，也为旗下众多品牌网罗了忠实的用户资源，形成了一定的粉丝经济。

由此可见，中粮善于将文化找到更多载体，然后辐射更多群体，最终收获更多的品牌份额。

总之，央企当前需要明确并重视品牌文化的塑造，首当其冲应该建立良好的企业文化，这是品牌文化的土壤，然后重新梳理品牌文化的三要素：精神、载体、群体。凝练能够具有包容力的精神，动员和创新更多传播载体，才能影响更多群体，锻造真正属于顾客的强势品牌。

(信息来源于网络)

的花店及咖啡馆，让整部广告场景洋溢着浓浓的地中海风情。同时，德芙女孩邓紫棋及男神金秀贤的出演更是为广告增添了不少浪漫色彩。德芙新一季广告“心的节奏”画面精致唯美，堪比《小时代3：刺金时代》。



儿童家具抽检 30个品牌10件不合格

沈阳日报7月16日讯 记者从沈阳市消费者协会了解到，日前市消协工作人员以普通消费者身份在全市各大家居卖场分别选购了儿童床头柜、衣柜、书柜、餐椅等30个品牌的儿童家具样品，委托专业检测机构检测，依据2012年8

月出台的儿童家具新国标GB2007-2011《儿童家具通用技术条件》的标准进行检测。结果显示，有10个样品质量不符合国家标准。迪士尼、至小白屋等知名品牌也上了不合格产品名单。



扫描进入亚洲会

Asia Club (亚洲会)是由亚洲品牌协会和ATV亚洲电视联合创办，汇聚千名品牌领袖的全球高端品牌服务组织。亚洲会将矢志不渝的以“大文化、大商圈、大数据”的系统服务理念，深度推动亚太地区企业品牌和资本的全面发展。

品牌人物

亚洲品牌协会副主席成员单位、第9届亚洲品牌盛典邀请嘉宾

本土娱乐巨擘是怎样炼成的

—— 华谊兄弟股份有限公司总裁王中军



影是外行的王中军，一手打造了国内第一家创业板上市的民营影视制作公司。

与导演冯小刚一样，身为华谊兄弟传媒集团总裁的王中军，小时候立志考取中央美术学院。可事与愿违，与画家梦擦肩而过，随后，王中军便远赴美国留学，开始了另一段人生。在美期间，王中军一天工作15个小时，“开车送外卖，人家给小费，一块或者五块，甚至更少。”对于

然后直邮给使馆和三星级以上的高级公寓。他当时印象最深的是每天早上骑着自行车到地铁口，锁好车，然后坐地铁，到建国门下车，再去公司。而后不久，中国银行全国15000多家网点的标准化规范工程，使华谊广告立刻摆脱了困境，并一举奠定了在国内CI领域的地位。名利双收的这一单买卖，让王中军先后接下了国家电力、中石化、农行金穗卡、华夏银行等大单子。“这是太简单的方式，其实国外已经有几十年的历史了，中国没有。这不是我创新的，而是我学来别人的方式。”三年后，华谊广告公司进入中国十大广告公司行列，其实力已不输国内的其他4A广告公司。

而巧遇电影却纯属偶然。涉足电影圈，王中军自认为是“无心插柳”。1998年的一天，王中军在路边碰见了他出国前在广告公司的同事刘晓玲，一直在电视剧圈里做事的刘晓玲告诉王中军拍电视剧怎么赚钱，王中军有些心动。很快，王中军投资拍了自己的第一部电视剧《心理诊所》，虽然没有拍戏的经验，但王中军利用自己做广告的优势，进行了很好的推广，第一部戏居然盈利百分之百！尝到甜头的王中军一头扎进电影圈里，从此一发不可收拾。2000年12月18日，华谊兄弟太合影视投资公司正式挂牌成立。王中军出任总

裁。如今，华谊兄弟已经成为中国最大的私营电影公司，并在电影市场上演绎着资本化的进程。海外票房分成、多元化、重组、上市……在不知不觉中，华谊兄弟正改变着中国电影人传统的市场观。王中军的华谊兄弟共投拍电影十多部，在中国内地电影票房排行榜上创造了连续3年冠军的传奇神话。

2013年10月，全国工商联60华诞之际，《中国工商》杂志、华商韬略编辑委员会、中华工商联合出版社联合发起《民营力量璀璨中国梦——100位对民族产业贡献卓著的民营功勋企业家》荣誉报道活动，彰显民营经济及民营企业家的民族成就与国家贡献，王中军获“对民族产业贡献卓著的民营功勋企业家”荣誉。

身为中国电影产业的代表，王中军一跃成为年度经济人物候选人。王中军把中国电影做成了不赔钱甚至是赚钱的大买卖。

王中军认为自己所在的这个产业“钱”途无量，“在美国，以电影为代表的娱乐产业，是仅次于军工的第二大产业，迪斯尼、时代华纳这样的企业都是上千亿美元的规模，我们从事着和他们一样的产业。”王中军认为，在中国这样的市场，一定能够产生出足以和时代华纳抗衡的娱乐产业巨头来。(汲坤)

会员专区

常务秘书长王建功与一电科技董事长张显志探讨无人机技术发展思路

7月13日，深圳一电科技有限公司董事长张显志到访亚洲品牌协会文化中心，协会常务秘书长王建功先生亲切接待，二人就无人机技术的军用和民用发展思路进行了深入探讨。此外，九洲天中投资发展集团董事局主席段永刚先生，张建民总裁等人还冒雨进行了无人机的试飞。

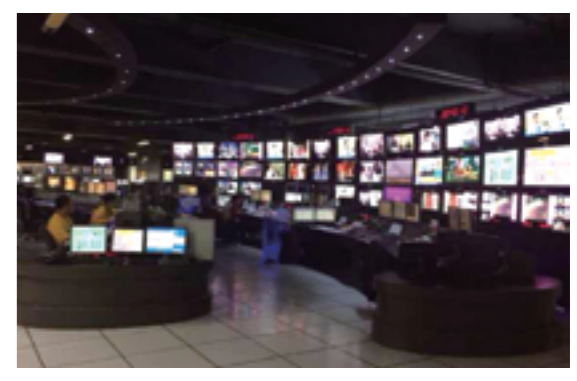
此次会谈是继7月2日亚洲品牌协会常务秘书长王建功先生到访深圳一电



科技集团之后，两人的又一次亲切会面交谈。二人就无人机技术在军用和民用等多领域的发展进行的深入细致的探讨，将为成长中的深圳一电科技集团和亚洲品牌协会的未来发展提供新的思路。同时，双方对各自企业的发展和未来规划进行的详细介绍，增强了对彼此企业的进一步了解，也将有利于双方未来达成有效合作，互利共赢。(文/闫玺亦)

主席团领导考察盛典直播举办场地

7月22日，亚洲品牌协会联席主席、合展集团董事局主席田伟先生，亚洲品牌协会秘书长、亚洲电视主席王征先生，亚洲品牌协会常务秘书长王建功一行赴亚洲品牌盛典举办地亚洲电视演播大厅参观考察。



第9届亚洲品牌盛典即将于9月9日在香港盛大开幕，各方准备工作均已进入最后的冲刺阶段。作为盛典活动的国际电视直播媒体和亚洲品牌协会重要的战略合作伙伴，亚视电视也在进行最后的紧密筹备。

通过第8届亚洲品牌盛典在亚视演播大厅的成功举办，亚视与亚洲品牌协会已形达成了合作的默契。此次考察，旨在确保盛典最终的顺利进行和高品质举办。(闫玺亦)



4 聚焦品牌

本期责任编辑：张丽新 美术编辑：李晓丽

**到盛典现场
刷新你的“朋友圈”**

——第9届亚洲品牌盛典
邀您光临顶级企业家的大派对





王景海
王中军
王永民
黄如论
段永刚
颜韶峰
张国立
杨孙西
王征
霍震寰
季克良
谢吉人
赖小民
冯小刚
马云
许家印

ASIA BRAND CEREMONY
第9届亚洲品牌盛典
2014.9.9 中国·香港

想和千位亚洲顶级企业家共同见证品牌文化的魅力吗?
想与千名亚洲品牌领袖们交流共享品牌商圈的资源吗?
想知道千家亚洲领军企业玩转解码品牌数据的奥秘吗?

亚洲品牌盛典组委会秘书处 T: 8610/8857 1709 8857 9588 F: 010-88571525 E: abrand2014@163.com W: www.asiabrand.cn

香港

国门LED广告屏

深圳

皇岗口岸 ★ 国门媒体



文致科源传媒



4006051388

