



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12月31日 星期三	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

## 新常态下的品牌发展

——2014亚洲品牌年会暨中国品牌年度总评榜颁奖典礼在京隆重举行

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”,2015年1月3日在北京亚洲大酒店隆重举行。

本届年会以“新常态下的品牌发展”为主题,受到了来自社会各界的广泛关注。第十一届全国人大民族委员会主任马启智先生,新华通讯社原副社长徐锡安先生,经济日报原总编辑冯并先生,国家发改委中国经济导报社社长王平生,著名品牌战略专家李光斗先生,亚洲品牌协会执行主席贾明辉女士,亚洲品牌协会

副主席、福建柒牌集团董事长洪肇设先生,亚洲品牌协会副主席、九州天中投资发展集团董事长段永刚先生,亚洲品牌协会副主席、中国王码集团董事长王永民先生、亚洲品牌协会常务秘书长王建功先生等政商领袖、品牌专家和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。

作为亚洲品牌的岁末年度盛事,本届年会上第10届亚洲品牌盛典启动仪式梦幻开启,十大主题活动隆重揭晓,汇聚万众瞩目。此外,晚宴上王建功秘书长代表亚洲品牌协会发布了大数据理念下诞生的全球首款专注于品牌管理工具和品牌领袖社区的品牌移动服务平台——大牌档,打造亚洲品牌领袖的线上精神家园。

在每年一度的品牌加冕礼——中国品牌年度总评榜颁奖典礼上,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、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汇聚品牌荣耀的奖项都一一揭晓。无数在过去一年中表现优异的品牌和领袖将在这里接受最高荣誉的加冕礼,并成为媒体和社会各界关注的焦点,以此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,进一步推动企业的品牌建设与国际化进程。

各大奖项的荣耀与时尚华美的时尚之星交相辉映,第10届盛典的梦幻启动与“大牌档”的科技理念,让2014亚洲品牌年会成为了一场亚洲品牌的年度智慧嘉年华,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发展做出了积极贡献。



年会新闻

### 第10届亚洲品牌盛典启动仪式盛大举行

1月3日,第10届亚洲品牌盛典启动仪式盛大举行。亚洲品牌500强发布会、亚洲品牌国际论坛、亚洲品牌国际颁奖典礼、亚洲品牌国际代言人颁奖典礼、亚洲品牌圣火传递、亚洲品牌微电影节、亚洲品牌小姐大赛总决赛等十大主题活动隆重揭晓。

### 亚洲品牌协会APP“大牌档”全球发布

王建功秘书长代表亚洲品牌协会发布了全球首款专注于品牌管理工具和品牌领袖社区的品牌移动服务平台——大牌档。专注只为做得更好,作为一款真正属于品牌人,专注大数据,只为品牌而生的APP。大牌档本着“极致、极简、极美”的原则,摒弃一切与品牌无关的功能,通过今日监测、商圈、Club和秘书等高端私享功能,为品牌领袖提供“品牌工具+领袖社区+领袖服务”的功能,打造亚洲品牌领袖的线上精神家园。

### 2014年亚洲品牌成长的100强榜单发布 大陆企业表现抢眼

1月3日,2014年亚洲品牌成长的100强榜单正式公布。此次榜单上,47家为中国大陆企业。前十名中中国大陆的就有3家企业,相较而言中国企业的影响力明显提高。

鞍钢集团、腾讯科技和乐视网三家企业表现抢眼,成为亚洲企业品牌成长的榜样,引领中国品牌的国际化发展之路。

新闻导航

- 第二版  
2014亚洲品牌年会获奖名单
- 第三版  
2014亚洲品牌年会  
榜单分析报告
- 第五版  
中欧携手 双赢合作



## 2 获奖名单

本期责任编辑：汲坤 美编：李涛

## 亚洲品牌导报

Brand Winning Future 品牌决胜未来



为了探索新常态下品牌的发展之道，亚洲品牌协会、亚洲电视、人民日报《环球时报》社、大公网、亚太卫视共同发起的“2014亚洲品牌年会”定于2015年1月2-3日在北京举行。旨在通过褒扬本年度品牌界作出突出贡献的企业和个人，备受瞩目的年度品牌及人物推选活动也隆重揭晓。

### 亚洲品牌成长 100 强

鞍钢集团公司  
广东石湾酒厂集团有限公司  
江苏隆力奇生物科技股份有限公司  
北京大好河山投资管理有限公司  
松研科技（杭州）有限公司  
江苏长三角安保服务有限公司  
太和集团  
中山市普纳度风尚家具有限公司  
北京首航直升机通用航空服务有限公司  
北京市八方开心乐饮食文化有限责任公司  
九州天中集团  
红太阳集团  
五得利面粉集团有限公司  
山东沂源恒建全锡制品有限公司  
香港轩轺国际产业集团  
中山市帝汉洋成橱柜家具有限公司（吉臣橱柜）  
山东扳倒井股份有限公司

### 中国品牌行业 10 强

华为集团  
杭州日报报业集团  
杜尔涂装系统工程（上海）有限公司  
新华联集团  
香港明珠国际集团有限公司  
伊利集团  
广东高登铝业有限公  
上海正特焊割器材制造有限公司

### 中国品牌珠宝行业 50 强

周大福珠宝金行有限公司  
广东潮宏基实业股份有限公司  
上海老庙黄金有限公司  
沈阳萃华金银珠宝股份有限公司  
浙江明牌珠宝股份有限公司  
亚细亚珠宝香港国际有限公司  
香港凯福珠宝国际集团有限公司  
福建中宝联合网络技术有限公司

### 中国品牌文化产业 50 强

中国电影股份有限公司  
北京北广传媒集团有限公司  
思美传媒股份有限公司  
江苏省广电有线信息网络股份有限公司  
香港轩轺国际产业集团  
陕西文化产业投资控股（集团）有限公司  
上海坤艺文化传播有限公司  
横店集团控股有限公司

### 中国品牌 100 强

海尔集团  
五粮液集团有限公司  
新华联集团  
方大特钢科技股份有限公司  
中国银行股份有限公司  
苹果（中国）有限公司  
通鼎集团有限公司  
湖北龙飞翔实业集团有限公司  
红太阳集团  
沈阳林大生珠宝首饰有限公司  
远东控股集团  
九州新能源汽车集团有限公司

### 中国（行业）年度影响力品牌

阿里巴巴集团  
中国银行股份有限公司  
柒牌集团  
珠海新城投资有限公司  
勐海七彩孔雀茶叶有限公司  
浩然天下资产管理（北京）有限公司

### 亚洲品牌十大最具发展力企业

腾讯公司  
日本出光兴产株式会社  
太和集团  
黑龙江省完达山乳业股份有限公司  
新加坡创新科技有限公司  
香港航空有限公司  
天宝库  
星创视界  
韩国进道时装有限公司  
台湾艾美特电器有限公司

### 中国品牌榜样企业

黑龙江省完达山乳业股份有限公司  
松研科技（杭州）有限公司  
惠州丽娜梳刷有限公司  
不莱梅贝克中国  
沈阳林大生珠宝首饰有限公司  
东方肥牛王  
中马集团有限公司  
橡胶谷集团有限公司  
香港凯福珠宝国际集团有限公司  
嘉兴日报报业传媒集团  
浙江诺之服饰限公司  
艾媒咨询  
广东皇发世家食品有限公司  
中山市宜泰家具有限公司

### 中国品牌年度人物

唐 桥 五粮液集团有限公司董事长  
许家印 恒大集团董事局主席  
段永刚 九州天中集团董事长

### 亚洲品牌年度领军人物大奖

李健熊 三垦集团董事长  
洪肇设 福建柒牌集团有限公司董事长  
郭绍兴 太和集团 CEO  
黄国林 北京大好河山投资管理有限公司董事长  
蒋锡培 远东控股集团董事局主席

### 中国品牌十大杰出女性

董明珠 珠海格力电器股份有限公司董事长  
刘丽娟·海尔 不莱梅贝克中国总经理  
夏 华 依文企业集团董事长  
周美娟 万商控股集团总裁  
冯亚丽 海亮集团有限公司董事长  
崔荣华 西安荣华企业集团董事长  
王宪榕 厦门建发集团有限公司董事长  
张 茵 玖龙纸业（控股）有限公司董事长  
何永智 重庆小天鹅投资控股集团有限公司总裁  
陈爱莲 万丰奥特控股集团有限公司董事长

### 中国（行业）品牌十大创新人物

杨泽元 宝胜集团董事局主席  
羊建文 松研科技（杭州）有限公司 总裁  
史建雄·海皓 杜尔涂装系统工程（上海）有限公司首席执行官  
李臣荣 上海绅艺文化传播有限公司总经理  
林玉明 沈阳林大生珠宝首饰有限公司董事长  
刘 巍 山东红日东方投资管理有限公司董事长  
王智民 星创视界董事长  
刘永俊 江苏长三角安保服务有限公司董事长  
张 炎 橡胶谷集团有限公司总裁  
高 歌 中国文化艺术国际交流中心主任  
张泽国 勐海七彩孔雀茶叶有限公司董事长  
黄朝曦 珠海新城投资有限公司董事长  
曹安祥 中国工艺美术大师  
徐 敏 深圳星梦动力文化传播有限公司董事长  
李志雄 中山市普纳度风尚家具有限公司董事长  
李庆朝 北京市八方开心乐饮食文化有限责任公司董事长  
王泽铭 晋陕豫黄河金三角旅游文化产业开发有限公司董事长  
丹志民 五得利面粉集团有限公司 董事长  
韦 韬 中山市帝汉洋成橱柜家具有限公司品牌总监  
徐梓峻 云南省文化馆副研究员  
赵纪文 山东扳倒井股份有限公司董事局主席  
姬剑晶 香港轩轺国际产业集团董事长

## 亚洲品牌导报

Brand Winning Future 品牌决胜未来

2014年12月31日 星期三

## 2014中国品牌100强分析报告

课题组负责人：李连仲 李保民 王亚星

执行组长：王建功

成员（部分）：陈 诚 贾秋农 曲泉儒 李蕊来 王思文 吴姗姗

周 方 贾 戎 李 激（报告完成时间：2014年12月31日）

2014年，受房地产转折性变化影响，经济下行压力进一步加大。中国采取一系列宏观调控和体制改革举措，经济运行基本平稳，全年经济增长处在预期目标区间。

2014中国品牌100强名单涵盖了金融、航空、通讯、交通物流、能源、建筑等在内的多个行业，本次排名的评价体系框架基本不变，在评价过程中根据观察企业的实际情况，通过信息跟踪与更新，及时调整品牌排名的企业样本库。本次排名由（ABAS）亚洲品牌测评体系专家系统委员会主要从四大维度对全国范围内的品牌企业进行综合计分，总分为10000分，这四大维度包括：市场表现、发展潜力、质量水平、效益水平。而四大维度又包括十项细分指标：品牌年龄、国际化程度、营销组合、品牌知名度、资产总额增长率、创新能力、售后服务、质量水平、营业收入、净利润。四大维度和十项具体指标的加权使评选工作更具科学性和客观性。

### 一、2014中国品牌100强前10名亮点

1、中国工商银行占据第一。

根据工商银行8月29日正式公布的2014年半年报，2014年上半年工行实现净利润1484亿元，较上年同期增长7.2%。基本每股收益为0.42元，较上年同期增加0.02元。每股净资产为3.86元，较上年末增加0.23元。截至6月末，工行境内分行人民币各项贷款比年初增加5231亿元，增幅为5.9%。上半年累计发放

贷款4.48万亿元，同比多放1303亿元，信贷资源的利用效率进一步提升。工行紧紧围绕实体经济发展需要，不断改善金融服务，持续推动改革创新和经营转型，切实加强风险防

控，经营发展整体呈现出“稳中有进”的良好态势。

在2014年中国品牌100强排行中，中国工商银行以ABAS综合得分9936的高分位于第一名。

2、阿里巴巴表现抢眼，雄踞第四。

阿里巴巴成立至今已有15年的历史，阿里从一个名不见经传的小公司成长为中国屈指可数的电商巨头，摇身一变成为了中小企业竞相膜拜的风向标，引领中国电子商务高速发展、互联网跨越式发展，马云用15年缔造了一个电商传奇。在本次的排行中阿里巴巴以ABAS综合得分9728的高分雄踞第四。

### 二、中小品牌发展受到政策的大力扶植，增长较快。

工业和信息化部、国家发展和改革委员会、财务部、商务部、中国人民银行、国家工商行政管理总局、国家质量监督检验检疫总局曾联合印发《关于加快我国工业企业品牌建设的指导意见》。文件提出品牌建设目标，到2015年，我国工业企业创新能力和品牌培育能力显著增强，工业企业品牌成长的市场环境明显改善。50%以上大中型工业企业制定并实施品牌战略，品牌产品市场占有率和品牌附加值显著提高。重点培育一批具有国际影响力的自主品牌。

现有的品牌政策推动了我国工业品牌和中小品牌竞争力的提高。在本届排行榜中，汽车、机械制造类品牌占总数的13%；涉及电子信息、新材料、生物技术等高新技术产品占总数的29.99%；新增中小品牌

占30.40%，涉及成套

技术装备、轨道交通装备、汽车关键零部件、大型船舶装备等重大领域。目前，以大型空分成套设备、高压电力变压器、数控机床等为代表的先进制造业发展迅猛。

### 三、世界级品牌

本次排行显示，我国虽然有很多增长表现强劲的品牌，但是世界级品牌却几乎没有。品牌经济占国民经济的份额严重偏低。到目前为止，仅有中国工商银行、中国移动、海尔集团、阿里巴巴、中国人寿等部分品牌被选为中国世界名牌产品。由此可见，中国严重缺乏世界级品牌，与此同时，

由于国际知名品牌严重短缺，中国知名品牌相对有限。因此总体而言，由知名品牌所创造的价值占国民经济的份额严重偏低，大约不足20%，而作为发达国家的美国，品牌经济占国民经

## 分析报告 3

## 2014亚洲品牌成长100强分析报告

课题组负责人：李连仲 李保民 王亚星

执行组长：王建功

成员（部分）：

陈 诚 贾秋农 曲泉儒 李蕊来 王思文

吴姗姗 周 方 贾 戎 李 激

（报告完成时间：2014年12月31日）

在全球金融危机与欧债危机阴影犹存的大背景下，亚洲新兴国家能否跨越“中等收入陷阱”，挑战显的尤为严峻，前景难测。而亚洲国家近年日趋推高的债务率，又平添了一层隐忧。

为了促进亚洲企业的发展，提高品牌的知名度，根据亚洲品牌的成长情况，排机构对2014年亚洲品牌成长的前100强进行了排名。行业选取的是跟消费者生活联系比较紧密的行业，包括了服饰（Apparel and Accessories）、食品（Food）、金融（Finance）、家电（Home Appliances）、汽车（Automobile）、酒类（Alcohol）、烟草（Tobacco）、制药（Pharmaceuticals）、通讯IT（Telecommunication、IT）、能源（Energy）、化妆品（Cosmetics）等行业。具体体现了这些企业受市场波动影响的反应能力，以及企业未来的发展潜能。

### 一、评分标准

对亚洲品牌成长100强的排名主要从四大维度对企业进行全面分析，四个维度包括企业在市场上的综合表现，在未来的发展潜力，产品的质量水平，以及经营效益等财务指标，每个维度下面又有数个评价指标，分数各为10000分，然后根据各自的权重进行加权平均得出最后的评分结果。这样得出的结果更客观公平，也更能体现不同指标对于企业的影响。

### 二、品牌成长快的半数集中在中国大陆地区

从这次的排行榜可以看出，品牌成长较快的企业名单中有47家都是中国大陆企业。14家来自日本（JAPAN），9家来自韩国（KOREA），来自中国香港（CHINA HONGKONG）的有8家，包括了排行榜中的绝大部分企业。而印度、泰国等国家的企业相对较少，中东地区则完全没有。中国大陆的企业占了将近一半，也说明了我国经济现在快速发展的趋势。中国大陆的企业排名靠前的较去年有了显著提供，前三名中有一家中国企业，一家是日本企业，一家韩国企业，前十名中国大陆的就有3家企业，相较而言中国企业的影响力明显提高。

### 三、成长快的企业集中与消费者生活较贴近的几个行业

这次排行榜中，入围企业较多的行业有通讯IT（14个）、金融（14个）、服饰（7个）、前三名企业所在的行业分别是通讯IT、家电、酒类、前三十名里面有通讯IT企业6家，酒类3家，食品1家。而这些行业都是与消费者水平密切相关的，消费水平高了，对这些生活用品上的投资也会相应加大，相反，则会缩减这方面的开支。

### 四、通讯行业的品牌增长较快

这次排行榜入围企业中，通讯行业的品牌增长较快，去年共有13家，今年有14家。造成这个结果的一方面由于信息科技革命带来的信息产业的飞速增长；近年来随着4G增值业务进入高速发展前的预热期。从通讯行业发展趋势来看，增值业务种类和应用范围将进一步扩展增多，增值业务爆发的基础进一步巩固。通讯行业市场研究报告调查显示，2014年的通讯业运行状况明显好转，行业收入增速大幅提高，固定电话拆机放缓，移动电话用户与互联网宽带用户继续保持快速增长势头。

五、名单主要采用的还是企业名牌，未出现商品品牌

排行榜可以明显看出，这次排行使用的还是企业的品牌，不对其下属的各个商品的品牌分开评价。

## 松研按摩椅—疲劳恢复专家

松研品牌（SHOUKEN）创立于本世纪初期，凭借深厚机电产品制造资源，不断地汲取与整合世界最先进的人工智能与机电一体化科技，并结合中华数千年中医（穴位按摩、气血经络）的保健养生实践，在“松研放松科技研究院”强大的资深中医按摩专家与人体工程专家团的努力下，努力创新产品，深耕精英渠道，厚积而薄发，成就中国健康放松产业疲劳恢复与按摩放松领域的领先品牌。

松研品牌（SHOUKEN）自创立以来，始终将“领取放松科技，疲劳恢复专家”作为品牌发展的核心诉求，专注于面向各类高端会所、中高檔4S店车主体休息室、航空与高尔夫VIP休息

室、企业与政府高层精英人士提供专业的按摩放松与疲劳恢复设备，为迅猛

增长的中国高端精英阶层提供商务、休闲、家居、办公一流的智能化按摩放松与深度疲劳恢复体验。

松研品牌（SHOUKEN）经过多年努力，逐步打造出了一支优秀的运营与技术团队，凝聚了一大批渠道精英，他们秉持“认真、责任、速度、分享”的核心价值观，始终不渝地专注客户价值，以“专业科技、时尚奢华”的品牌形象赢得了数千万精英阶层的广泛认同与推崇，并借此保持着健康、稳定的高速增长（年均增长率100%以上）。松研在研发与制造方面获得“国家级高新技术企业”认证，在渠道销售与服务方面名列“中国按摩椅十大畅销品牌”前茅。

展望未来，松研品牌（SHOUKEN）将志存高远而脚踏实地，进一步凝聚专家与团队智慧，强力整合上下游产业资源，致力于先进的智能科技与深厚的中国按摩保健实践深度融合，高度专注客户价值，以中国乃至全球精英人士的健康为己任，打造健康放松设备行业的全球性领导品牌。







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

## 中欧携手 双赢合作

由博鳌亚洲论坛前秘书长龙永图，法国前总理拉法兰，阿拉善生态协会创始会长、亚洲会副主席单位北京首都创业集团董事长刘晓光共同发起的主题为“中欧携手 双赢合作”的中欧企业家峰会于2014年12月6日在法国巴黎圆满闭幕。2014



年是中法建交50周年，是中法友谊的重要里程碑，中欧企业家峰会作为纪念中法建交50周年的官方活动得到了法国政府最高级别的支持和接待。

面对国内资源、市场、环境及转型升级压力，中国企业走出去是大势所趋；欧债危机为中国企业参与跨国并购和整合国内外两个市场、两种资源提供了历史性机遇。中欧企业家峰会聚焦品牌、新经济、财富传承、新型市场、金融服务，是2014年度一次汇集中国和欧洲企业及政治领袖的最重要的盛会。活动现场与会嘉宾和企业家围绕全球经济下的新挑战、全球化发展、文化与品牌管理、中欧合作与创新、可持续发展、家族企业与传承等热门话题展开讨论和交流并深入交换了意见。

峰会顺应并落实了2014年3月

中国国家主席习近平在访问欧盟期间发表的《关于深化互利共赢的中欧全面战略伙伴关系的联合声明》，深化中欧双方在贸易投资、科技创新、城镇化、环保、文化艺术等领域合作，实现优势互补和互利共赢。

峰会期间，近400名中欧政要、企业家及专家学者齐聚一堂，法国参议院副议长、前总理拉法兰，法国政府投资部主席穆雷埃，中国驻法大使邓励以及首创集团董事长刘晓光等在峰会开幕式上就中欧在经贸、文化及创新合作等主题发表了精彩的演讲。

刘晓光董事长在讲话中指出：当前中国经济正面临结构调整和转型升级的严峻挑战，企业缺乏创新技术和自主品牌；欧洲经济复苏进程缓慢，企业亟待资金注入和市场拓展，但他们拥有中国企业急需的专利、品牌、销售渠道等优势资源。积极利用中欧企业互补优势、加强双边互利合作，将推动中国经济转型并使欧洲资本市场这一全球财富集散地再次激发活力。

此外，共60余位嘉宾围绕“全球化经济一体化进程中的新挑战”、“金融产业服务实体经济”“文化传承与品牌管理”、“中欧电子商务合作与创新”、“欧洲新兴房地产投资机会与可持续发展”和“家族企业与财富传承”等专题展开热烈讨论。



峰会上，首創置業中法經貿合作區與法國領先的教育聯盟思圖迪教育集团、國際知名的律師事務所金杜律師事務所及中國机电貿易網签订了长期战略合作协议。首创经中（天津）投资有限公司与欧洲最大的娱乐内容商意大利Rainbow集团签署了战略合作协议，双方将在主题公园开发、影视动漫制作、动漫人才培养等方面开展长期战略性合作。

12月6日，峰会在卡地亚现代艺术中心基金会隆重闭幕。会后，近百位中国企业家参观了位于法国中部夏



## 柒牌男装比肩世界 中华立领成APEC官方指定服装

日前，亚洲会副主席单位柒牌集团与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。

柒牌集团以精妙设计、精湛工艺向世界展示中国男装的不凡魅力和中华时尚的磅礴气势，此次与APEC会议的携手，更是“重要时刻，我只穿中华立领”这一核心价值的体现，也宣告柒牌中华立领与国际高端财经活动合作的序幕，让世界感受到中国民族男装品牌的进步与力量。

**源起中华“和合之美” 演绎中华时尚风范**

亚洲品牌协会副主席、亚洲品牌

的完美诠释，柒牌集团期望通过国际先进工艺及版型设计与中华时尚的完美融合，打造开合有度、穿着舒适的中华立领，以承载中华民族对世界和平及和美生活的祝愿。

其中，中华立领衬衫领口和中华立领正装袖口的中国红纽扣展现了中国人民对APEC会议的热情与参与。中华立领正装领口、口袋处祥云纹饰的运用则寓意着中国人民对祥和生活的向往及对APEC会议成功举办的期许。融合中国汉服特色的领型设计，简洁、大方，符合东方人的脸型特征。中华立领正装胸前APEC会议徽章为中国风刺绣工艺，体现了对中国传统工艺的敬意与发扬，也是柒牌集团长期致力于非物质文化遗产研究、保护与传承的成果展示。所有这些设计的独到之处，是柒牌集团对中国传统文化的主动传承，也是柒牌集团在中华立领上的十年沉淀与厚积薄发。

**畅享中华时尚 弘扬民族文化**

三十五年来，柒牌集团专注服装、服饰领域，不断对中华立领进行探索与创新。作为一家具备民族自信的民营企业，柒牌集团始终践行“让中华时尚在世界传承”的品牌使命，以传承、弘扬、发展中华文化为己任，以服装、服饰为载体，将中华传统元素融入现代技艺，创造性地诠释了中华时尚新概念，打造契合中国男士体态特征，展现中国男士正直、儒雅气度的高端精品服饰，以迎合大国崛起背景下的民族自信心与民族自豪感。同时，符合现代中国男士的时尚追求与审美情操。

洪肇设表示，柒牌集团此次能够与2014年APEC会议携手，倍感荣耀，柒牌集团将借助中华立领这一激发人心的民族符号，向世界传递璀璨的中华文化及比肩世界的时尚态度。





# 王中军：华谊兄弟就是要品牌

## 三马聚首华谊剑指大娱乐

马云、马化腾、马明哲，三马再聚首，这次是华谊兄弟。在最新的这笔交易完成后，马云个人和腾讯均列第二大股东，平安成第三大股东。马明哲对新浪财经回应说：“各有所需，各有所



求”。那么华谊将分别和三马有哪些合作可能？

“三马”首次在公开场合聚首，是联手设立众安在线财产保险公司。“三马”首次在公开场合聚首，是联手设立众安在线财产保险公司。

停牌2月有余的华谊兄弟于11月19日复牌。根据公告，华谊兄弟将向杭州阿里创投、平安资产管理公司、腾讯与中信建投非公开发行A股股票共计1.44亿股，融资约36亿元。交易完成后，马云和腾讯均列第二大股东，平安成第三大股东。

作为第一个成功将影视公司送上资本市场的企业家和亚洲品牌协会副主席，王中军非常善于借助“资本”和“品牌”的力量。

“华谊兄弟这四个字非常好，公司全部的产业链、全部的产品都是要围绕这四个字，就是怎么把这四个字打造得更有价值。”王中军认为华谊兄弟所有行为都是品牌建设，就是品牌最大化。

## 做大“华谊兄弟”四个字

2013年华谊兄弟营业收入20.1亿元人民币，同比增长45.27%。短短五年间，华谊兄弟从6000万净利润，到去年翻了一倍，并几次坐上“创业板一哥”的位置。王中军的战略眼光和布局功不可没：从一家

小小的广告公司起家，到联手冯小刚坐上国内影视公司老大位置，现在更是引入了“三马”，扬言要做“狼来了”的“头狼”。王中军说，“只把自己定位于影视公司是不会有未来的。”

公司未来将发展新媒体，布局移动互联网。新媒体是未来非常重要的板块，就是互联网娱乐。华谊兄弟马不停蹄地看公司布局，除了轰动一时的“三马”加持，王中军表示将会继续整合电视剧板块，继续向互联网游戏发展，2015年的战略就是华谊电影的国际化，做和大家娱乐消费有关联的产品。华谊

逐渐变成以电影为品牌引导力的往下延伸。娱乐界的粉丝文化在互联网上对华谊兄弟的产品帮助非常大，营销效果有时难以想象。

我们看到了一个进军手游的华谊兄弟，一个进军旅游地产的华谊兄弟，一个进军互联网的华谊兄弟。这并不一件容易的事情，看上去华谊兄弟拥有更多的产业和想象，但也不得不对更多的竞争对手。在华谊兄弟想要进入的这些行业里，几乎都存在着一些巨无霸型企业，但是王中军手上有一张牌，那就是“华谊兄弟”四个字。

## 兄弟会

华谊的开始，起于兄弟创业，而在后期，更是得益于王中军的兄弟朋友。这位被马云称作中国最懒的CEO，血液里似乎流淌着无止境的慵懒和随性，但就是这一特性也让王中军结交了一大批的朋友，他称之为兄弟。

“马云在公司当副董事长，他早前就跟我说过，‘中军，拍戏别在乎赚钱，拍戏赚什么钱，拍戏就是赚知名度、赚品牌。’”王中军哈哈，“可能这就是互联网思维。”

“假如现在我们转型做中国的电影主题公园，很多人说中国主题公园70%不赚钱，我说那就对了，如果全赚钱没有可能，华谊兄弟做保证赚钱，这就是品牌的价值和管理能力。”王中军说。

## 大娱乐时代

华谊兄弟已经开启了“大娱乐”时代，从电影国际化到华谊兄弟的大娱乐品牌，王中军描绘了一个华谊兄弟未来的蓝图。就像王中军自己说的一样，“我认为今天的王中军就是已经超出我原来梦想的王中军。”未来的华谊兄弟也必将超越想象中的那样。

## 华谊意在整合全球娱乐资源

马云、马化腾的增资以及马明哲的加入，让华谊兄弟拥有了更大的野心，其对标企业不再是时代华纳兄弟而是迪斯尼。

目前华谊兄弟净资产40亿元，总资产80亿，交易完成后总资产超过100亿人民币，但换成美金也就是16亿。2014年，华谊兄弟将旗下业务整合为影视娱乐、品牌授权与实景娱乐、互联网娱乐三大板块，致力于IP内容的价值最大化和流转最大化。

据华谊2014年三季报显示，公司报告期内共实现游戏收入约2.9亿元，约占公司总体营业收入的30%。也就是说，截至3Q，隶属互联网娱乐板块的游戏业务已成为华谊兄弟营收中占比较高的主营业务之一，华谊互联网娱乐板块成为继影视娱乐板块之后快速发力的第二板块。



# 金雅福集团：黄金全产业链先行者

作为中国领先的黄金珠宝服务商，金雅福集团是国内黄金珠宝产业领域具有全产业链竞争优势的大型集团公司。用董事长黄仕坤的话说，金雅福是珠宝首饰行业里率先进军黄金投资行业的公司，是黄金投资领域里从珠宝首饰业起家的公司，无论在哪一领域，金雅福都是第一个吃螃蟹的。8年来，金雅福集团全面打通黄金上中下游关联产业，真正实现了黄金蓝海战略，“黄金全产业链先行者”名副其实。

金雅福集团成立于2006年，总部坐落深圳罗湖繁华地段——世界金融中心。自成立以来，金雅福集团积极响应国家“藏金于民”的发展战略，推广“藏富于民”的发展理念。全面整合黄金产业价值链资源，为广大客户提供以黄金产业为核心的消费、投资、理财等分梯次多元化的全方位服务，形成了以品牌为基础、以创新能力为核心、以全产业链竞争为特点的企业核心竞争力。

凭借多年来在黄金领域的精耕细作，金雅福集团现已拥有了自主创新品牌金雅福首饰、国王金殿、KINGHOOD、珠宝之星、黄金之星、金雅福投资、金雅福·黄金财富中心、动力之星、恒能动力等十余个，营销网络遍布全国各地。截止2014年6月，金雅福集团全国



共有分支机构500多家，分布在全国20多个省份，安置就业总人数超过1万人。

在公司持续发展的过程中，金雅福集团亦十分注重企业的创新能力，把“创新”作为企业文化的灵魂，通过研发创新、设计创新、产品创新、服务创新、品牌创新、工作方式创新等，不断为企业向前发展注入新动力。金雅福集团“创新”的发展理念亦让其赢得诸多社会荣誉，2011年第十届深圳企业新纪录颁奖典礼上，金雅福集团一举斩获7项创新大奖，光耀鹏城。集团荣获“自主创新企业金奖”，新型商业模式“珠宝+投资+电子商务”

荣获“创新项目奖”；另外荣获的5项企业新纪录均为国内同行首创，分别为国内最小的金币“一克金”、国内首个铂金电子交易平台、国内首支黄金现货私募基金、国内黄金电子商务第一门户网站——珠宝之星、国内黄金珠宝行业创新商业模式。凭借在品牌建设领域的突出表现，继前4届荣获“亚洲品牌500强”后，第9届亚洲品牌盛典上金雅福集团再次登榜，位列264名，排名较上一届上升了16位。同时，公司还荣膺“中国（行业）十大领军品牌”，董事



长黄仕坤获“亚洲品牌十大杰出人物”荣誉称号。

在品牌迅速发展壮大的同时，金雅福集团始终不忘社会责任与使命，积极参与各类慈善公益活动。截止目前，集团旗下共设有“天使之心”和“金雅福员工爱心基金”两个慈善公益项目。

“天使之心”为救助贫困患儿专设，后逐渐扩大项目帮扶范围，涵盖扶贫助学、援助灾区等；“金雅福员工爱心基金”则是为帮扶内部家庭经济困难员工而设。值得一提的是，以上两个项目资金均来自公司捐款与员工自愿捐款。这

意味着，当金雅福集团成长为合格的企业公民之时，越来越多的金雅福人也正在成长为合格的社会公民，加入到关爱他人、回报社会的行列中来。

依托过去8年发展所搭建的平台和框架，2014年金雅福集团全面开启“二次创业”新征程，有效整合内外部资源，明确提出未来3至5年“做稳黄金珠宝业务、做强投资交易业务、做大财富管理业务”的新发展目标。根据以往经验，新的战略规划和发展目标的提出，又将会使金雅福的产业步入另一个发展快车道，全面迎来发展新格局。



## 融聚产业未来 赢聚品牌发展

2014年9月9日，

第9届亚洲品牌盛典上，亚洲品牌布艺创意产业园隆重揭牌。亚洲电视主要投资人王征先生、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、亚洲品牌布艺创意产业园执行主席刘新峰先生共同为产业园揭牌。

亚洲品牌布艺创意产业园是由亚洲品牌协会联合凯通国际集团共同打造的亚洲最大的布艺创意产业集群园区，总建筑面积33万平方米，总投资22亿人民币，旨在构建一个完整的“创意、研发、生产、营销、物流、参观、会展、游览、培训、金融、科技”的产业链条和产业集群群，在结合当地优秀的历史文化的同时，共同打造一个独具品牌魅力的商业综合体，从而放大资源集群价值，扩大品牌创意收益。

亚洲品牌布艺创意产业园将集合更多的产业优惠政策、更优秀的投资环境、更快捷的物流交通，为将来4000家

企业入驻、拉动上万人就业提供了最适宜的环境，而园区内的企业在成为亚洲



品牌协会布艺专委会成员，享受最具优惠的产业政策、最优美的会展环境、最优质的行业资源的同时，还将持续享受亚洲品牌协会的“大文化、大商圈、大数据”的高端服务。

亚洲品牌布艺创意产业园将通过文化与科技进行三维立体的无缝融合，以打造中国最顶级的“文化+科技”布艺集聚群品牌综合运营体，构建一个“创意 世界 未来”的中国乃至全亚洲聚焦的布艺品牌创意集聚群基地。

## 加美亚无缝壁布

商丘加美亚无缝壁布销售有限公司

隶属于凯通国际集团，是一家集专业研发、生产、销售、施工于一体的无缝墙布公司。公司位于六朝古都，享誉海内外的三商之源·华商之都、中国历史文化名城河南省商丘市。

公司拥有一批经验丰富的专业技术人员和高素质的技术工人，配备先进的生产设备和检查设备，制定健全的管理制度和科学严谨的质量体系，近年来公司加大研发力量，先后与英国诺丁汉大学设计学院及有关科研、设计机构建立合作关系，研发最新花型及工艺，对传统工艺和生产流程进行了多次改进和

求发展，以管理求效益”的发展战略，贯穿于产品的研发、生产、检验、售后服务等整个过程。高品质的产品质量和完善的售后服务带来了良好的市场效益，公司产品在国内市场有良好

的市场前景，同时还远销中东亚、欧盟等国家！



完善，现公司生产和销售的加美亚无缝壁布拥有烫金、植绒、绣花、印金、洒金、滴塑、压皱、复合、涂层、提花等品种，同时拥有纳米防水、防油、防污，添加抗菌防霉、阻燃等技术。不翘边，不发黄，使用寿命长，不会散发有害气体等优点，所采用的发泡涂层有隔热、隔冷、透气透湿的环保和节能作用。目前，公司大约开发了30个版本，花色已经达到1000多个。产品风格涵盖欧式、工程、田园、现代、中式、儿童、简约等，



# 莱特妮丝——女人幸福的缔造者

品牌。

## 莱特妮丝，美丽全球

Lightness于2001年在香港成立了亚太区总部，并迅速地在韩国、日本、马来西亚、新加坡、印尼、文莱、泰国、加拿大、美国、南非、阿联酋、蒙古等国家分别设立了集团公司及办事处。目前，莱特妮丝，除了在香港建立了亚太营销总部，并且在中国、马来西亚、新加坡等地区成立了该地区的营销总部。

## 科技引领 时尚生活

### ●先进研发技术，引领时尚生活

莱特妮丝秉承“女人幸福的缔造者”的使命，时刻把握潮流脉动，坚持运用最新高科技面料，以女性幸福为本的理念，引导全球女性健康、美丽的时尚生活。它重视人体工学原理，强调舒适与健康。坚持以高品质的缝制工艺标准，有着高品质的国际新型面料与顶尖的时尚流行设计，

贴心的为女性创造出更完美更自信的产品。

### ●贴心的终端服务，方便你我她

莱特妮丝制定了对导购人员的培训体系，包括产品知识、销售技



巧、个人心态及成长等内容。公司的培训会从一开业一直持续下去，让导购人员的水平不断增长，素质日益提高，真正做到终端制胜！

### ●全方位的售前/售后服务，给您带来无限保障

为满足客户需求，莱特妮丝推出了一款美体软件，该美体系统主要实现了对客户的资料统计、身材数据统计、客户身材数据的变化管理和美体建议，以及美体师专业推荐产品等。

售后部门都配备了最为专业的设备和技术、服务人员，力求以最佳的品质达到更贴心的维修服务。女性的需求，是Lightness永远的追求！在多元化的战略下，Lightness将为人类带来更多的健康和美丽！为女性缔造更多的幸福和美丽！

凭借引领时尚的先进理念和强大的品牌优势，莱特妮丝获选2014亚洲品牌小姐大赛指定泳装品牌，在参赛佳丽的倾心演绎下，成为了亚洲品牌国际化的优秀代表和现场一道美丽的风景。







## 技术铸就品牌 创新赢得未来

——中科恒源科技股份有限公司



中科恒源科技股份有限公司（以下简称“中科恒源”）是专业从事清洁能源领域开发、生产与应用，和风能与太阳能中小型综合应用系统整体解决方案提供商和核心零部件供应商。公司于2005年8月成立，在全国设立19个分支机构，在湖南益阳、怀化及内蒙古包头分别建立了一个生产基地、一个售后服务中心和一个备用生产基地。

依托雄厚的核心技术优势与系统集成优势，中科恒源为客户提供丰富的风能与太阳能中小型综合应用系统整体解决方案；核心业务覆盖公共照明、独立供电、监控系统、屋顶光伏用户侧并网电站和大型地面光伏电站等应用领域。

## 国际一流技术优势 专业领先行业资质

中科恒源在北京市和长沙市分别建立了研发中心，其中专职新产品与新技术研发人员近50人，应用设计类技术人员70余人，各类仪器设备100多台（套）；并自建市级工程技术中心，拥有完善的各类实验测试设备，如风洞、盐雾、高低温、沙尘、振动等。

核心技术包括中小型发电机技术和电控产品技术。公司目前已拥有中小型风力发电机的整体研发设计技术，主要大规模推广应用的产品为300瓦、600瓦水平轴风力发电机；已具备100瓦、1千瓦、2千瓦等水平轴风力发电机与垂直轴风力发电机等相关研发设计与生产技术，将在公司业务发展延伸下逐步扩大产品型谱；在电控产品技术方面，公司拥有一批电力电子技术领域的专业研发技术团队，具有自行研发设计的风力发电机智能控制器、风光互补路灯控制器、风光互补控逆一体机、独立光伏路灯控制器、无线模块与上位机模块、远程新能源监控系统等电控类产品技术，上述技术设计的产品可有效匹配公司自有风机类产品，也可独立作为标准产品销售。

中科恒源自主创新的风光互补发电技术、智能控制技术、远程监控管理技术居于行业先进地位，已广泛推广应用于国内城镇公共基础建设新能源项目中。公司与国内多家著名高校及科研机

构建立了广泛的合作关系，并成立了国内首家“离网型风力与风光互补发电工程技术研究中心”，通过了北京市企业技术中心和湖南省工程技术研究中心认定，并承担起国家火炬计划产业化、北京市高新成果转化和首都设计提升计划项目，企业技术实力跻身行业前列。目前，中科恒源科技股份有限公司、国家太阳能光伏产品质量监督检验中心、复旦大学电光源研究所三家主编单位，正在进行国内新能源领域内的首个国家能效方面的评价标准的编制工作。

## 秉持先进公司文化 践行自身社会责任

公司始终坚持以“呵护绿色地球，提供恒久能源”为使命，立志成为“清洁能源的领航者”。公司秉承创新、合作、责任、诚信的核心价值观，在创造经济效益的同时，也注重履行企业的社会责任，赢得了各级政府及新能源行业内外公众的广泛认可与赞誉。如震后的云南楚雄、青海玉树、四川雅安，中科恒源在获知信息的第一时间即派专车、专人捐赠风光互补照明等物资、参与援助灾区恢复重建工作；在长株潭两型社会展览馆，中科恒源作为政府授权的友好合作伙伴，无论在投资规划、开馆建设到接待宣传，始终

积极配合政府部门参与建设工作，使得展馆外的新能源设施已成为两型社会展区重要的亮点。

## 斩获多项国际荣誉 展现光明发展前景

经过多年努力，中科恒源已建立了一个覆盖面广泛的营销服务网络，各类成功的工程案例遍布中国大江南北以及

入用户侧并网电站领域的湖南灰汤华天城屋顶电站开始建设；同年，云南、湖南森林防火监控项目投入运行，标志森林防火火监控系统商业化开始。2012年，酒泉、哈密子公司成立，标志公司进入大型光伏地面电站领域；2013年12月，新疆哈密20MW、喀什40MW、甘肃玉门20MW、青羊沟滩30MW、金塔9MW等一系列



海外部分国家和地区。

中科恒源创造了多项专利及专有技术，在国际上获得了广泛的认可和赞誉，曾获得由联合国工业发展组织主持评选的“全球可再生能源领域最具投资价值的十大领先技术蓝天奖”，“第35届日内瓦国际发明展特别金奖”等多项大奖，并入选“世界十大绿色发明”和中国最具成长力创新型企业，成为新能源领域中最具影响力的代表性企业。

2009年，G320国道项目首破风光互补照明千万大关。2011年，标志公司进

电站已成功并网发电，中科恒源大型地面电站建设迈入新的发展阶段。

在风光领域取得巨大发展的同时，中科恒源还将未来发展战略瞄准了天然气分布式能源领域——冷热电三联供。未来一个五年规划期内是天然气及非常规气资源开采的高峰期，而作为燃气类资源下游产业，以分布式能源为特色的冷热电三联供无疑将会取得巨大发展。



## 传承悠悠华夏史 开启艺术新篇章

——神玉艺术馆

玉是精美的器物，也是中华文明的符号。其蕴含着民族复兴的深刻密码，闪烁着圣哲先贤思想和智慧的光芒；传承着悠久延绵的中华文脉，承载着民族璀璨的文化与文明。玉被誉为大地的舍利，是宇宙送给人类地球的精神财富，是人类的瑰宝。

神玉艺术馆，诞生于2010年3月，位于北京市北三环中路福建大厦西，双全集团董事局主席王伟斌亲自担任馆长，是中国收藏界难得一见的企业家馆长。神玉艺术馆是以共建文化大繁荣大发展为舞台，以推动民族复兴为使命，珍藏了历代的玉器艺术珍品，其中不乏绝世之作、传世之作、震撼之作，它们记载着华夏八千年的沧桑、闪耀着圣哲智慧的光芒、凝聚着艺术大师的心血、体现着真善美的底蕴、启迪着如何获得如玉人生。神玉艺术馆力求打造中华民族共有的精神家园与心灵归宿的殿堂，是服务于民众、服务于全球的文化艺术交流港。

神玉艺术馆的缘起：一个民族的伟大复兴在于民族精神的复兴，民族精神的复兴在于人文精神的复兴，人文精神的复兴在于文明的复兴，文明的复兴在于文化的复兴。

神玉艺术馆的使命：传承中华文明，振奋民族精神，构建和谐社会，推动民族复兴。

神玉艺术馆的目标：成为最伟大的艺术馆。

神玉艺术馆的定位：文化大繁荣大发展的舞台，文化创意产业成长的阵地，文化创意产品传播的试验田，共建中华民族共有的精神家园和心灵归宿的殿堂，是服务于民众，服务于全球的文化艺术交流港。

神玉艺术馆的宗旨：以玉载道，以道立德，以德养心，以心明人。

开启文化产业新模式  
神玉艺术馆以做“文明承载世界”的最伟大艺术馆为愿景，始终秉承“以玉载道、以道立德、以德养心、以心明人”的宗旨，整体以“一个事业两个组织七个产业”进行规划，即“神玉艺术馆一个文化事业平台；神玉理事会和神玉基金会两个公益组织平台；神玉服务、神玉典藏、神玉传媒、神玉生活网、神玉艺术品交易、神玉金融和神玉别院七个创意产业平台”，各业务领域紧密配合，协同馆办、财务、人事、安保、行政等职能板块，共同构成了具有时代特色的艺术馆运营体系，形成了独具创新的文化创意产业活链条。独有的

产业模式，实现了神玉艺术馆文化公益事业与文化创意产业的“双轨并行”，文化创新和科技创新的“双轮驱动”。艺术文化化、文化故事化、故事娱乐化、娱乐生活化、生活体验化、体验服务化、服务产品化、产品标准化、标准复制化。通过“使命是源泉，文化是灵魂，产业是载体，机制是保障”的跨越式发展打造“文化产业航母”，使玉文化成为面向世界的中国文化名片。

神玉艺术馆的商业定位：“一个中心，两个宗旨，三个维度，五大产品，六项服务”。

一个中心——幸福生活中心  
两个宗旨——品质生活提供者，美好生活服务商  
三个维度——身心健康、事业成功、家庭幸福  
五大产品——茶玉禅香、文房四宝、健康养生、生活起居、旅游纪念  
六项服务——艺术品鉴、文化授习、健康养生、旅游度假、商道智库、艺术投资  
神玉艺术馆创新的客户关系：走进神玉门，就是神玉人。  
神玉艺术馆的人文理念：尊重与平等，合作与分享。  
神玉艺术馆的产业规划：今天的

神玉艺术馆，形成了神玉服务、神玉典藏、神玉传媒、神玉生活网、神玉艺术品交易、神玉金融和神玉别院七大支柱产业，建立了北京、承德、昆明、保亭四家神玉书院，北京、上海、南京、广州和昆明五大文化产业集团，并规划在未来十年落实一百家神玉实体项目。

置身神玉艺术馆，如玉海扬帆，饕餮了一场美玉精神食粮，共享了一次中华文化盛宴。经风霜雨雪，成良材美质；怀广大心胸，和天地万物；秉宽容感恩，悟人间正道；蒙慈悲仁爱，得如玉人生。





美裕传奇

淡淡月光掠过五常市的夜空，轻柔微风抚过民乐村的稻田，饱满的稻穗在大地上拔节成熟，逐日酝酿着如今的“美裕传奇”。

馨香百年 美裕相传

美裕公司成立于2005年，是一家以大米为核心，集研发、种植、生产、加工、销售为一体的综合性米业公司。美裕用心传承中华千年稻米文化，以求引领世界大米发展潮流。

随着稻花香大米名满全国，代表着

扎根于此。这样看似荒蛮冷清的自然地带，我们不仅成功种植出了稻米，还培育出了世界上最好的散发着原稻香味的粳米。这阳光下金黄的灿烂，不得不说是个奇迹。

美裕大米种植在森林落叶千年积淀而成的富含微量元素的肥沃腐殖土上——成自河流腐叶的黑土地；其御用灌溉水源来全球稀缺的生态河流——源自原始森林凤凰山的拉林河。黑土平原土质疏松透气性强营养素多，利于优质水稻的培育和成长；拉林河水质纯净清



稻花香大米生产最高标准的“美裕”二字也日渐风靡，成为追求品质生活的时尚之选。美裕大米由被誉为“稻花香之父”的农民水稻专家田永太先生研制培育而来。在此基础上，田永太先生不断优化品种，优化品质，力求完美，先后研发出“美裕1号”、“美裕2号”等系列稻种。美裕大米始终追求品质上乘，米粒均匀，色泽光亮，醇厚绵长，芳香四溢，即具有泰国香米的芬芳味觉，又具有日本大米的绵软感受，集二者精华于一体。美裕大米的耀世出现和持续发展，打破了由泰国香米和日本大米引领行业的格局。让每一个家庭都吃到健康幸福的原生好米，成为每一个美裕人的不懈追求。

美裕大米是对农业文明的用心传承，也是对家庭情怀的引领。美裕大米开创了美裕模式，也将继续缔造着美裕传奇。

天赋潜质 自然恩宠

北纬45度亚洲大陆东方，地球气候中的寒冷地区，按照常理此地并不产道，然而大自然的神奇馈赠却总是造就惊艳传奇。

自然原始的关东生态环境，迄今保持着原生状态，美裕大米种植地悄然

澈无污染且富含矿物质，达到国家一级灌溉水质标准且可直接饮用。美裕水稻基地三面环山的马蹄形地势，不仅挡住了春夏季节影响稻株生长的东南季风，而且阻留了在盛夏季节水稻灌浆期所需的松嫩平原暖流。长无霜期与和日照积温，同样优化了稻花香水稻多样化营养物质的积累。这片肥沃的土地、这条清澈的河水、这块天然的地形、这种独特的气候……成了自然赠与我们的一片锦缎，我们美裕人用自己的勤劳耕耘实现了锦上添花——一片片金黄的美裕稻花！

天赋之力，章法自然。灵山秀水的地域，得天独厚的气候，勤劳奋进的美裕，共同孕育出美裕大米的传奇魅力，成为美裕大米享誉贡米之乡的神奇密码。

大米成长记

美裕坚持生产高品质食材，选择纯净无污的肥沃地块、不施化肥农药、杜绝除草剂和生长素，坚持不使用转基因技术。美裕人懂得，好大米需要充足的阳光、雨露和时间，只有在它真正自然成熟时，食品才会带给我们最佳口感和极佳营养。所以，我们坚持自然农法，遵循天然生长规律。真正实现从种植、生产、加工、储运全过程可追溯管理，

让每一粒稻米都拥有完整的生长日记。

工艺之道 恒念物力维艰

脱俗的气质源于独特的生态环境，精良的工艺犹如锦上添花，成就了美裕大米的珍稀和高贵。

育种环节

美裕公司拥有自主水稻研究所及资深的专家团队，并特聘水稻育种专家田永太先生（五优稻1号、五优稻3号、稻花香2号的培育者，曾获中华农业科教奖、黑龙江省科技重大效益奖，被誉为

美裕®  
中国顶级优质大米品牌

温存储保鲜的操作方式，将稻谷的鲜活期由几个月延长到一整年，对全行业的存储保鲜模式做出了突破贡献。美裕公司坚持全程低温存储、管控冷链运输，并率先对产品进行充氮保鲜包装，有效保证了稻米的新鲜，开创了粮食类产品充氮包装的先河。

每一粒美裕大米的诞生，都要经历一场残酷的竞争。从选种到种植，从收获到加工，对品种的精选，对工艺的苛刻，从根本上决定了美裕大米的纯正血统，成就了美裕大米的原味品质，同时也造就了它独特的口感，保障了丰富的营养不流失。

高贵品质 始终如一

好气候、好土壤、好水源、好空气、好种子、好工艺——诸多优质条件在这里珠联璧合，使美裕大米既保持了自己的地域性特征，又具备了普通大米难以媲美的好口感、高营养。其米粒青如玉，晶莹透亮，质重如砂。煮粥浆汁如乳，蒸饭油亮溢香。

令人折服的不止这甘醇柔韧的稻香，还有蕴含在稻香里丰富的营养。在天然无污染的生态环境中成长起来的美裕大米，无任何农药残留，安全美味更营养。

赞誉如画 实至名归

自2005年创立之初，美裕公司就已树立了“尊重自然、顺应自然、保护自然”的生态文明理念。目前美裕产品已覆盖全国24座特一、二线城市逾百家终端。在北京的赛特购物中心、新光天地、百盛购物中心、蓝色港湾、BHG精品超市等优质平台已经连续畅销七年。在其他城市的济南银座广场、成都王府井百货、伊势丹百货，仁和春天百货，上海的久光百货、第一八佰伴等30多家终端也已连续畅销五年。同时美裕公司与顺峰饮食集团（全国29家分店）、净雅饮食集团（全国15家分店）、阿森鲍鱼集团、香港马会等近百余家高档酒楼、五星级酒店和私人会所建立了长期合作。

目前美裕品牌已深入人心，美裕产品也为大众所熟知和喜爱，并日渐成为家庭食用及馈赠亲友的时尚首选。



创新金融服务 打造新型经济增长模式

河南九洲天中投资发展集团的前身驻马店市精工汽车维修有限公司成



立于1994年，集团经历20年的发展，成为一个资本规模50亿元、投融资能力100亿元人民币的产业化集团。

集团公司的核心生产力是为实体经济提供金融服务，不断迈向社会化、服务型企业之路，建设与打造具有中国特色的实体经济模式、金融创新模式。

集团公司投资、并购、参与的主要建设项目有：舞钢电影城暨影视产业园项目、中国社工协会舞钢养老示范基地项目、九洲瑞阳现代农业综合开发项目、河南九洲金雀电动汽车生产项目、清真食品出口加工区项目、甲醇制汽油生产项目、黄麻纤维无纺布生产线、石武高铁驻马店客运站核心区建设项目、通用机场飞行区和临空产业区建设项目、吾邦达计算机操作系统及应用产品研发生产基地项目

等。集团公司近年来围绕“产业布局”、“社会服务”、“平台延伸”彰显“资本”、“创新”两个驱动力，达到主业专精、辅业多元，实现了企业从单一传统产业模式转向了集团化，专业化现代产业、社会化服务的格局。集团公司投身中小企业服务事

发展，生产有机、绿色、或无公害粮食果蔬，实现从田间餐桌的食品安全保障。

集团公司投身公益和慈善事业。中社社会工作发展基金会九洲公益基金（简称“九洲公益基金”）是由集团公司发起设立，由国家民政部主管，受民政部和中国社会工作协会的

领导监督的中国社会工作协会专项基



业。集团公司与河南省中小企业发展服务中心共建的河南省中小企业服务大厅于2013年9月17日在郑州启动运行。集团公司支持涉农中小企业

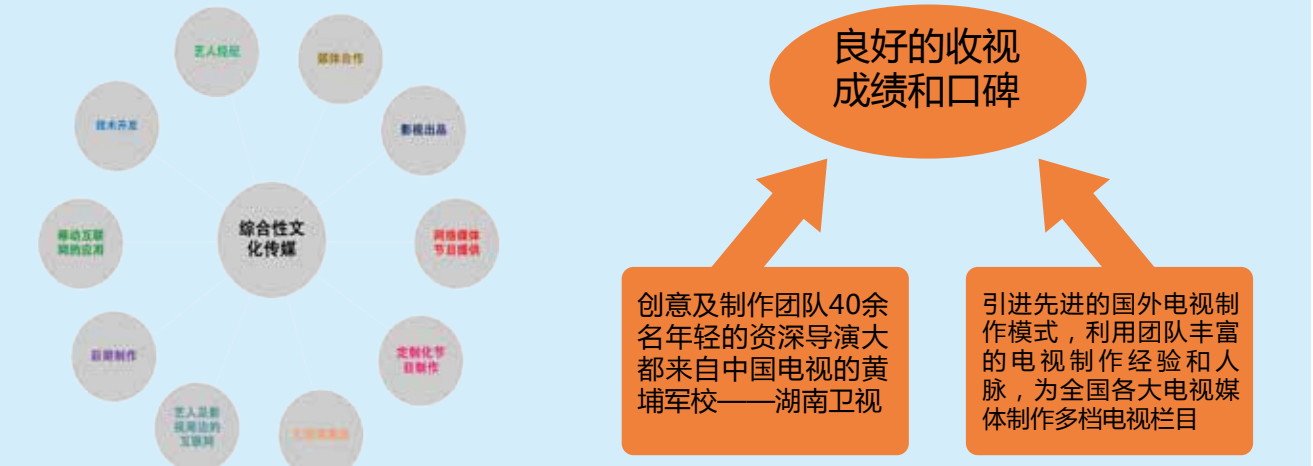
金之一。集团公司捐赠设立了中国社会发展基金会少儿助残基金。为智障少儿成长送去温暖，带来光明。

集团公司在段永刚董事长的带领

北京鑫佑文化传媒有限公司

北京鑫佑文化传媒有限公司是一家集演艺、宣传、节目制作、影视出品、技术开发等多项业务与一身的综合性文化传媒公司。公司致力于打造“全行业文化传播”的概念，以多元化形式进行文化传播。

公司围绕客户的具体情况 & 诉求，提供集平台、宣传、后期、周边等于一体的媒介资源立体化，跨界载体传播。同时，公司还将提供影视整合传播营销，媒介策划执行，网络互动营销，公关策划执行，市场研究、节目制作承接、影视出品、技术开发等多元化业务单元的综合性广告与媒体服务。



全媒体影视内容策划不制作

大型晚会、活动策划不执行

电视频道整体策划不设计

企业形象策划不全媒介推广

广告制作，媒介培训，展览承办等





## 艺于至诚 行以致远

——中亚工艺品股份有限公司

中阳集团·中亚工艺品股份有限公司，始建于1995年，是经有关



部门批准的一家集白蜡杆研发、种植、加工工艺、销售等于一体的股份有限公司。现有职工300余人，其中大专以上学历的200余人，硕士研究生4人，具有中级以上技术职称的有60余人。公司设有“九部一室一车间”即生产部、技术部、安检部、质检部、设备部、供应部、营销部、市场调研部、产品研发部、综合办公室、生产车

间。

中阳集团·中亚工艺品股份有限公司是一家管理严谨、工艺先进、经营稳健、实力雄厚的一流公司。位于中国河南宁陵县产业集聚区。由于其独特的土质、水质和地理气候特点，种植白蜡杆已有300多年的历史。目前全县种植白蜡杆面积已达20多万亩，年产1000-1200万根，它的特点是通体洁白如玉、坚而不硬、柔而不折。天然绿色灌木丛生植物，是生产高档工艺产品的理想天然原材料。

中亚工艺品股份有限公司生产的产品有：白蜡干藤编、柳编、草编三大系列，主要产品有成套三人、双人沙发；成套餐桌、餐椅、室内外装饰用的格式花架；沙滩、游泳池旁边用的沙滩躺椅；休闲用的休闲椅、逍遥椅、可调式躺椅、成套穿条沙发、茶几、转椅、老板办公椅等；柳编制品有：柳编箱、花篮、帽、沙发、茶几等。草编系列主要有：男女各式草鞋、草垫。以上产品主要适用于国内外中、高档宾馆、酒店、办公室、会议室、家庭、娱乐、休闲、海滩、室内游泳池、别墅及户外休闲娱乐场所，是集实用和装饰、绿色天然、环保无公害为一体的艺术产品，既有欣

赏价值，又有实用价值，并有“回归自然，返璞归真”的独特艺术品位，曾被誉为“东方艺术珍品”。产品已畅销至北京、上海、天津、深圳、广州、厦门、南京等地，还出口美国、西班牙、菲律宾、加拿大、新加坡、日本等国家。并在北京、上海等地设有产品直销、售后服务机构、对售出的产品实行跟踪服务，终生服务。

中亚工艺品股份有限公司，

与大专院校、科研机构合作，共同研究，彻底解决了白蜡杆虫蛀、软化等技术难题，被列入了“国家星火计划项目”，科技成果被省科委鉴定为国内先进水平，荣获国家科委“优秀项目”奖、荣获林业部“十年成果银奖”，被联合国经济与社会理事会授予“千年环保金奖”。受到了江泽民、朱镕基、李岚清、田纪云、李克强、张思卿等中央领导人及省市领导的肯定和赞赏。

中亚工艺品股份有限公司，以“走出河南，走出中国走向世界”的博大胸怀为企业愿景，以“做一

等人，干一等事，创一等行业”为企业价值观，以“把人类带进健康新时代”为企业精神，以“海纳百川，兼容并蓄，标新立异”为经营理念，以“大气从容，待人以诚，规范服务”为服务理念，热情欢迎国内外广大客户来厂参观、指导、合作、投资，共同创建中阳集团更加美好的明天！

艺于至诚，行以致远——中亚工艺风景独好！



## 自主创新 砥砺前行



红太阳是一家集科研、制造、国内外市场全产业链，以生命科学、健康产业、节能环保等先进制造业为主体，以连锁经营、产业电商、文化旅游、金融服务等“五大”现代服务业和农业为新业态，拥有占地1.77万亩、员工6200名、总资产超500亿元、年产值销售“双超”150亿元、年创利税利润“双超”10亿元、国际专利及市场准入“双超”千件，旗下生命科学、健康产业、节能环保、现代服务业等“四核主业”动物科学、植物科学、健康农业、功能食品、节能发动机、环保新材料、文化旅游、国际市场营销“八大产业”，以农资连锁、国际贸易、投资置业等现代服务业为支撑，集科研、制造、国际国内市场等上下游产业链为一体，55家全资及控股子公司（其中一家上市公司、五家拟上市公司）的国家大型重点高新技术企业集团和中国十大领袖企业、国家重点高新技术企业。

红太阳不仅已获得自主知识产权和国家级新产品等371件，其中发明专

利316件，国际专利79件，正在申请和可申请的专利达1000余项，其中发明专利660件，而且在拥有一件“中国驰名商标、二大类最具市场竞争力品牌、三大环保农药产业链、四件中国名牌、五大洲市场美誉度、六十个影响世界的民族品牌之一”的基础上，位列中国制造企业500强、中国民营企业500强、中国现代服务业500强、中国石油化工行业30强、中国农药行业“十连冠”，形成了小行业大品牌的名品、名牌、名企的成果发展优势。

创业25年来，虽然仅靠借贷5000元起步，但我们坚持以创新驱动为引领，以要素和创意驱动“三动联动”的滚动发展战略为举措，历经五次创新转型，我们不仅走出了一条“创新驱动、前无古人、改写历史、绿色发展”的发展之路，而且还为未来成就千亿级企业夯实了资本、人才、市场、技术、品牌、载体、文化、公共关系、产业与产业链等内外部发展的“九大”优势。

红太阳创造了从无品牌到中国百强和行业首位的“名牌、名品、名企”等“三名”企业；为国家解决了既要保证“粮食生产安全”，又要保证“食品安全”的历史难题的民族责任企业；创建了一家能参与国际竞争的“自主人才、自主品牌、自主市场、自主创新”的国家级可持续发展的不断创新创业的尊严企业；创造了一家为社会、为生态环境保护不可估量的价值企业。



“凯福珠宝”是香港凯福珠宝国际集团有限公司旗下品牌，集团创建于1943年，业务范围开展主要在海外及港澳台等地，2008年，为迎合市场发展，凯福珠宝品牌正式来到中国大陆。

坚持以“232计划”为品牌长期战略目标

“2”北京、深圳两大运营中心南北呼应，分别开拓我国南北市场  
“3”一、二、三线城市齐头并进  
“2”直营店与加盟店同时并进  
进入大陆市场以来，大力开展黄金首饰、钻石、翡翠及其他珠宝饰品连锁零售业务。秉承“皇室风范、高贵典雅、诚信价实、服务至上”的品牌价值观，以时尚、典雅的风格、精益求精的产品品质，赢得了广大消费者的青睐。同时也获得国家相关部门和社会各界的高度评价，在业界享有极高的知名度和美誉度。先后获得全国质量检验稳定合格产品、纯金精品优良生产企业、全国质量诚信承诺优秀示范企业、天然翡翠商标使用权等诸多殊荣，彰显了品牌价值。



## 凯福珠宝与您共创百年荣誉品牌

打造“第一文化珠宝品牌”

珠宝行业进入“你追我赶”的时代，行业内产品款式趋同、相互模仿已成行业潜规则。在这种环境下，凯福珠宝坚决树立自己的标准，绝不趋同，以创建“第一文化珠宝品牌”为目标，并为之努力奋斗。凯福珠宝2013年启动精品艺术项目，致力于将传统文化与时尚设计相结合。项目长期与国家级、北京市级非物质文化遗产传承人、中国工艺美术大师、北京市工艺美术大师等行业资深人士合作，开放式交流，深入探讨传统工艺的传承和在此基础上的创新设计。项目发展至今，特别是在花丝镶嵌、金银器等传统工艺及其衍生产品上的开发创新已取得骄人成绩，正逐步迈进产业化发展道路。

## 黄国林引领“大好河山”开创“旅游反哺养老”先河

“我这一生不求得到什么，只想给地球上留下点什么；报效国家，为千万老人谋福祉，让更多老人过上好日子”，是黄国林一生的理想与追求，也是他创办北京大好河山投资管理有限公司（下文简称“大好河山”）的初衷和心愿。秉承“关爱服务老人，传

老”为基础，黄国林与“大好河山”通过探索实践，创造性地总结出“四纲并举”实现社会化养老可持续性发展的理论体系和产业架构。随着“旅游改变养老生活方式”理念得到广大城市退休老年人的认可和接受，逐步深入人心，旅游养老已成为广大城市中老年人的

深受老年朋友好评，大好河山得民心，助老畅游笑人生，如今道路越走越宽阔，前程一片似锦。

“大好河山”创办活跃长者幸福会，圆梦“地球老人村”。以关爱“空巢老人”，丰富老人精神文化生活为目标，“大好河山”创办了活

机遇。“大好河山”提出旅游养老大战略，计划到2018年网点覆盖全国300多个城市，解决上万人的就业问题，开展“百万候鸟大迁徙”运动，让中国人实现“走亲式”旅游这一美好愿望，是大好河山人的养老中国梦。

作为中国公益事业促进会



的副会长，黄国林一直热心于公益事业，多年来拿出50万元资助家乡在北京就读的36名贫困大学生，为正阳县医院捐赠4辆救护车，为家乡教育基金会捐助10万元，为白血病患者捐助3万元等。由于他对社会作出的突出贡献，今年9月30日，黄国林受国务院邀请出席人民大会堂国庆招待会。黄国林还赢得2013中国公益事业形象大使·2014中国经济最具影响力十大年度人物·第二十六届国际科学与和平周和平使者·中国产业经济促进会常务副会长·中国企业创新杰出人物荣誉称号。

黄国林引领下的“大好河山”，坚定不移地致力于养老服务，做大夕阳事业，做强朝阳产业，必将与日月争辉，与山河同在。大好河山开创的“旅游反哺养老”新模式和“四纲并举”社会化养老可持续性发展的成功实践，也必将树起时代的坐标，对中国养老事业发展产生深远影响。



承孝道文明”的服务宗旨，“大好河山”在黄国林的引领下，大胆创新、勇于实践，积极探索适合国情养老发展模式，开创了我国“旅游反哺养老”先河，实现了经济效益的双赢。

“大好河山”走在时代的前沿，在业界率先倡导“旅游改变养老生活方式”理念。我国进入全民旅游时代，旅游成为城镇居民的日常生活方式，近年来我国国内游客每年30亿左右人次的出行量和2030年旅游休闲产业将成为我国国民经济发展支柱产业之一的市场需求，以及我国步入老龄社会，目前2亿多老年人所面临的养老问题。如何使旅游与养老有机结合，不断满足我国老年人群体日益增长的养老服务需求？立足于此，黄国林从国情出发，在业界率先提出“旅游改变养老生活方式”（即边旅游边养老）的理念。

“大好河山”创新养老服务模式，“四纲并举”推进社会化养老可持续性发展。以“旅游改变养老生活方式”理念为指导，以“旅游反哺养

一种时尚生活元素。“大好河山”创新养老服务模式，成为了社会化养老的一面旗帜，专业养老的杰出典范。中央电视台等多家媒体先后对其进行宣传报道。

“有家·有爱·有关怀”是对大好河山人的真实写照，也说出了广大老年朋友的心声。

大好河山公司以“科学化、制度化、专业化、人性化、规范化”为管理方略，“大好河山”本着自由进出、自愿参与的原则，竭诚为老年人服务，四年多来，组织数万人次老年人外出旅游活动中，没有发生一起经济纠纷，也没有发生一起重大安全事故。老年团每次出行按十个客户配一名员工陪同，每团配备一名专职保健医生，坚持零购物，保证老人住得好，吃得好，玩得好，靠良好信誉和口碑，“大好河山”赢得了社会认可，独创了品牌。黄总平易近人，以身作则，率先垂范，与老人同游，亲自为老人排照片，在人们心目中享有很高的声誉，用他的真诚与品格，感动他人，



# 天地唯一 大道太和

——太和集团有限公司



太和集團CEO 郭紹興

郭紹興，出生于印度尼西亚，致力于印尼产品的国际贸易、产品研发、中印文化交流项目、银行、航空公司投资和农业发展等，是印尼贸易部的全力支持对象。2010年，郭紹興在澳門成立太和集團有限公司，并擔任首席执行官。

太和集团以“天地唯一，大道太和”为企业核心理念。旗下子公司有印尼街，上海品岛木业有限公司，上海佳堤国际贸易有限公司，蕪川生物科技有限公司，晶目虎绿色医药产业有限公司，PT.Sun Resort, PT.Harimau Sumergi, Pt Harimau Forwarding Jaya, Pt Batulicin等。此外，太和集团还在印尼成立Yayasan Indonesian Street City（印尼街城慈善基金），每年将盈利的部分资金用来救济有需要的人们，特别是印尼贫困农村。

目前，在印尼民丹岛市政府的全力支持下，由太和集团在印尼民丹岛投资的印尼街城项目正在大力建设当中。印尼街城计划建成一个集商业、贸易、旅游、居住和休闲为一体的生态之城。总规划面积约1000公顷，总投资金额预计达300亿美元，总开发期限预计为15—20年，共分为五期进行开发。



同时，借助民丹岛免税区的便利，印尼街城还将建成中国出口到印尼及其他东盟国家的最大的商品批发和集散地，成为中印两国经济文化交流的中心。而且，针对外籍人士，印尼街城可提供完善的投资移民个性便捷服务以及度假旅游对接服务。



亞洲22世紀 未來生態之城



## 普纳度·风尚家创领全球最新商业模式

中山市普纳度风尚家居有限公司成立于2011年，是香港上市公司中国家居（HK: 00692）成功实施重大战略转型的创新单位。多年来，以推动中国整体家居产业工业化和信息化的融合为使命，以提供全屋家居一站式整体解决的服务式体验方案为经营定位，自主运营【普纳度·风尚家】整体家居服务品牌，服务国内整体家居行业。

### 创新变革推动管理升级

经过多年发展的磨砺，公司全面创新、锐意进取，凭借对国内外市场变化趋势的洞察，提出业务转型思路，走整装家居服务标准化，创新变革行业格局的道路。凭借集团公司的雄厚实力，通过调整公司政策，完善业务考核办法，推动公司整体家居业务进行升级，走出了传统家居企业的发展之路，公司经营规模、利润水平得到提升，行业影响力和社会地位不断提高。

在推动企业高速发展中，公司提出了“全屋家居一站式整体解决的服务式体验方案”的全新定位，整合家居供应链，布局千城万店的战略规划，以及“构建整装家居大平台”的终极发展战略目标，通过战略研讨会研讨等模式，将阶段性目标细化到业务转型、管理提升、人力资源优化、财务系统重构等多个模块，科学统筹，有序推进。

结合公司业务的发展环境，密切关注产业动向，对产业链进行垂直整合，打造产业整合平台。目前公司产业已经形成产业集成规模化效应，供应渠道系统初步形成，品牌文化建设、推广，自有品牌的产品研发、空间设计，以及完善、整合优质的OEM家居产品供应链，从产品的设计、生产、仓储、物流、配送、安装、售后等一站式整体解决方案各环节的业务正在加速进行；



### 系统管理推动业绩高升

公司在董事会的领导下进行集团化管理，依靠中国家居上市集团公司的背景实力，实现家居产业单元的优势资源整合，以产品创新和服务式营销为核心，服务客户，创造业绩。运用创新商业模式-整体家居解决方案，立足公司优势，整合泛家居资源，拓展多渠道销售系统，打造品牌价值，传递高尚品质和品牌文化，占领高端消费人群，打造家居行业新的品牌标杆。

普纳度·风尚家获行业权威机构以及消费者高度认可，先后荣获“亚洲十大最具投资价值品牌”、“亚洲品牌成长100强”、“中国木制品行业十大最具影响力品牌”、“广东省最受消费者信赖品牌”、“广东省著名品牌”、“中国驰名商标”、“中国泛家居企业500强”、“百佳创新示范企业”等荣誉奖项，普纳度风尚家品牌价值直线上升，对于集团公司来说，普纳度风尚家品牌助力中国家居控股资本市场。

集团公司以亚洲市场为品牌发展战略目标，在中国中山市投资10亿元，建立占地面积30多万平方米的普纳度·风尚家国际物流园，控股PRADO STYLE，全面进入中国市场，负责品牌推广和产品营销工作，打造高端家居，成为家居行业企业转型升级典范。

亞太衛視

亞太夢

APS

亞太衛視通過亞太六號星  
24小時實時播出  
節目信號覆蓋64個國家和地區  
覆蓋人口近30億  
擁有全球68%的華人收視



香港總部 Hong Kong  
香港灣仔皇后大道東28號金鐘中心11樓5室  
Rm5, 11/F, Tesbury Center, 28 Queen's Rd E, Wan Chai, Hong Kong  
電話: 00852-2856 9868  
深圳基地 Shengzhen  
深圳市布龍路中海信科技園總部經濟大廈18/19樓  
18&19F, Zhonghain Science & Technology Park, Bulan Rd, Shenzhen, P.R. China  
傳真: 0755-8951 1612 電話: 0755-8951 1600  
網址: www.apstv.tv



六大特有优势  
一瓶五粮美酒

SIX UNIQUE SUPERIORITIES  
A BOTTLE OF MELLOW LIQUOR



www.wuliangye.com.cn





**金伯利钻石**  
KIMBERLITE DIAMOND

*Blossoming in nature and inspiring yourself*

绽放本真 灵动自我

TEL : ( +86 ) 400-889-8858 www.kimberlite.com.cn



**SUNWOO 圣宇集团**  
SUNWOO GROUP

圣宇集团是以海外地产开发为产业支柱，横跨多项领域投资共同发展，运用多元化经营与突破创新为发展战略，逐渐发展为综合性大型集团企业。集团所涉及的经营领域囊括房地产、制造、传媒、贸易、生态农业、服务、基金、足球等多个产业，并以更快的速度发展壮大。

集团旗下拥有天津钛企国际有限公司、北京中圣营富投资发展有限公司、天津中圣房地产开发公司、山东东营瑞基房地产开发公司、天津中圣文化传播有限公司、天津然通门窗制造有限公司、深圳圣宇股权投资基金管理有限公司、香港圣宇投资实业发展有限公司等多个全资子公司。

**钛企国际**  
TITANIUM QUEST INTERNATIONAL

钛企国际（英文称Titanium Quest International）作为圣宇的核心产业，总部设立在马来西亚，是专注于海外地产开发、建筑工程、营销策划业务为一体，致力于全球地产开发企业，先后在马来西亚投资开发奥碧雅园、玖霄云阁等项目，同时在澳大利亚、西班牙有充足的土地资源储备。公司秉承着“精品质，优服务，重慈善，守诚信”的公司理念，为客户甄选最适合的移民房产方案，满足客户多样化、私密性的需求。并建立优秀的销售团队为高端客户提供专业的海外投资服务，为所有华人规划专属提供解决方案，致力于打造海外置业的“私人定制”。





天津圣宇投资发展有限公司是一家以多元产业发展，多地区同步拓展为特色的大型投资公司；“圣宇集团”是其注册品牌名。“专业、高效、创新”是集团的宗旨，主要体现在专业的设备、专业的技术以及专业的人才；高质量的产品、快速的经营模式以及高效的服务；我们拥有大量的高精尖人才，汲取国际领先的管理模式同时鼓励员工不断学习、与时俱进，在完善的基础上开拓创新。

“圣宇集团”资金实力雄厚；下设房地产、建材、门窗制造、医疗设备、文化传媒、基金、足球等多个产业的全资子公司，包括：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、天津垵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、北京中圣营富投资发展有限公司、天津市中圣营富房地产开发有限公司、瑞龙足球俱乐部、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等。同时“圣宇集团”又是国内首批拓展海外投资的企业；经过多年的实地考察和综合各地经济、政治、文化等因素，在马来西亚、澳大利亚、美国、塞浦路斯以及西班牙相继建立分公司。

“圣宇集团”坚持“天道酬勤、地道酬善、人道酬诚、商道酬信”的古训：脚踏实地，质量为本，从成立至今开发了多个优质项目，创造了一个又一个商界传奇。万众一心，以人为本，为员工创造最佳的办公条件和薪资待遇。全心全意，顾客至上，真正做到有求必应、零投诉的售后服务。在2014年荣获奖项有“中国年度诚信企业奖”、“绿效企业奖”、“绿色责任奖”等。