

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23期(总第23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  
人民日报《环球时报》社

亚洲电视  
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、九洲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、亚洲品牌协会常务副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。

在一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持续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

**亚洲品牌年会**  
Brand Winning Future 亚洲品牌年会  
ASIA BRAND ASSOCIATION 亚洲品牌协会

**2014 亚洲品牌年会**  
暨中国品牌年度总评榜颁奖典礼  
Asian Brands Annual Meeting  
Chin Brand Year Award Presentation Ceremony  
中国·北京 2015年1月2-3日

**获奖名单**

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  
执行机构：中企家园（北京）文化发展股份有限公司

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  
九洲天中集团  
红太阳集团  
五得利面粉集团有限公司  
山东沂源恒建全蝎制品有限公司  
香港轩辕国际产业集团  
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  
香港凯福珠宝国际集团有限公司  
伊利集团  
广东高登铝业有限公司  
上海正特焊接器材制造有限公司

**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  
北京广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  
香港轩辕国际产业集团  
陕西文化产业投资控股（集团）有限公司  
上海绅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 九洲天中集团董事长

**亚洲品牌年度领军人物大奖**

李健熙 三星集团董事长  
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（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  
珠海新域投资有限公司  
渤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潜力企业**

腾讯公司  
日本出光兴产株式会社  
大和集团  
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

**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  
史晓峰 杜尔涂装系统工程（上海）有限公司首席执行总裁  
李臣英 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 海渤七彩孔雀茶叶有限公司董事长  
黄朝曦 珠海新域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 香港轩辕国际产业集团董事长

## 分析报告 3

### 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年上半年报，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屈指可数的电商巨头，摇身一变成为中小企业竞相膜拜的风向标，引领中国电子商务高速发展、互联网跳跃式发展，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、商务部、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稀缺，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，品牌经济占国民经济份额高达60%以上。

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。



### 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，本机构对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。中国大陆的企业占据了将近一半，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，前十名中中国大陆的就有3家企业，相较于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切的几个行业

这次排行榜中，入围企业比较多的行业有通讯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，未出现商品名牌

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。



# 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！  
更有贴心客服“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](http://www.guoanwine.com)  
咨询热线：400-065-9919  
中信国安 荣誉出品  
股票代码：600084

尼雅

百度一下

## 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、亚洲协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年度一次汇集中欧企业和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、文化传承与品牌管理、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、科研创新、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，中国驻法公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，企业融资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。



斗湖市的中法经贸产业园，该园区占地460公顷，首创集团未来将在此打造一个集教育、研发、仓储物流和企业总部于一体的产业园区，共同助力中国企业的国际化进程，此举得到商务部、国开行以及法国政府的高度关注和大力支持。夏斗湖市市长等政府领导会见了中国企业家，并与中国企业家就在中法经济贸易合作区的美好前景展开了深入讨论。



## 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

协会服装专业委员会主席、柒牌集团董事长洪肇设就此次与2014年APEC会议的合作过程进行了通报：在近365天的筹备过程中，柒牌一共有2000多名员工投入到赞助服装的设计、量体、生产、检测、物流等关键环节，其中提出的设计整改方案就多达6稿，而每一件服装更是经过400多道精湛工艺。此次柒牌集团出色地完成了2014年APEC会议组委会交予的任务，再次证明了柒牌集团通过35年的长足发展，在研发设计、量体定制、规模生产、专业检测、物流配送等方面奠定了业界领先地位，同时，更让我们见证了中国男装品牌的不断壮大与中华时尚崛起。

洪肇设透露，本次APEC会议官方指定服装设计灵感来源于根植在中华文化的“和合之美”，“和合”自古以来就是中华民族一直强调的处事哲学及生活之道，体现了中华民族热爱和平、兼容并蓄的性格，同时，

“和合之美”的设计理念也是对本次APEC会议主题：“共建面向未来的亚太伙伴关系”



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。

### 创享中华时尚 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，各有所得。”



### 做大“华谊兄弟”四个字

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、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士尼。

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，但也不得不面对更多的竞争对手。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的主题公园，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

## 亚洲会副主席盛希泰 携手 俞敏洪创立洪泰基金

日前，亚洲会副主席、华泰联合证券有限责任公司前董事长、资深投行家盛希泰先生携手新东方科技教育集团俞敏洪先生联合创立洪泰基金，以金融手段鼎力支持“草根”创业。

洪泰基金的LP(有限合伙人)团队规模强大，成立仪式上赛富基金创始人阎焱、华谊兄弟董事



长王中军和老牛基金会创始人牛根生外，还有广东奥飞动漫文化股份有限公司副董事长蔡晓东、高瓴资本董事长张磊、中坤投资董事长黄怒波、新奥集团主席王玉锁、劲牌公司董事长兼总裁吴少勋、富华国际集团总裁赵勇、德展集团董事长张湧、蓝色光标董事长赵文权、七匹狼实业股份有限公司董事长周少雄等多



位业界大佬到场站台认购。

盛希泰具有二十年金融行业实践及管理经验，曾任华泰联合证券有限责任公司董事长，培养了中国资本市场最优秀的并购团队，培育了中联重科、大族激光、蓝色光标等数十家行业领先的上市公司，被俞敏洪称为“中国PE行业最著名的投资人”。盛希泰具有深厚的财务、金融、投资、管理等专业理论素养，目前已出版专著六部，其中大部分属于在相关领

域领先之作。新东方董事长俞敏洪此前也参与过多只基金，比如徐小平发起设立的真格基金。

两位业界大佬强强联合，再加上超级豪华的LP团队，未来洪泰基金的表现令人关注。

盛希泰介绍，洪泰基金第一期基金的

规模为2亿元。投资方向主要有三个：一是跟吃喝玩乐相关的项目；二是大健康和教育相关的项目；三是移动互联网的相关领域。

洪泰基金拟投的项目，覆盖了文化娱乐、饮食、教育、轻奢消费、服务、电商等领域。这些企业都是处于品牌成长期的中小企业，在洪泰基金的强大支持下必将迎来品牌发展的新机遇。未来亚洲品牌协会将携手洪泰基金等金融机构共同搭建品牌发展的金融平台，帮助更多的新晋品牌走出国门，走向世界。



## 品质生活 完美人生



福特、上海通用别克等中高端汽车品牌。

房地产事业部专注于高端住宅、商业地产项目开发。其“万丽海景”项目立于青岛浮山湾畔，左拥CBD，右揽八大关，建基于青岛的稀缺地脉之上，承载青岛百年人居理想，现已成为中国藏品级海岸豪宅。

奢侈品事业部代理销售劳斯莱斯、宾利、法拉利、玛莎拉蒂等超豪华汽车品牌和意大利Azimut“阿兹慕”豪华游艇、美国Leopard“猎豹”双体帆船（全国总代理）、丹麦X-Yachts单体帆船（全国总代理）、丹麦Dragonfly“蜻蜓”三体帆船（全国总代理）。同时，福日代理销售意大利Minotti、Poltrona Frau、Poliform、Cassina等高级进口家具品牌，并运营美国塞斯纳、瑞士JPS私人公务机业务。

基于福日集团高端产品平台，福日集团福卡会是一个提供高端前沿生活服务的管理平台，可尊享非凡游艇体验、酒店会所生活、豪车服务、专属空中旅行等。更多异业资源网络扩张中，旨在打造高端资源整合供应平台。

福日集团定位于“高端品牌整合运营商”，通过打造高端人群的生活社交平台，以名车、豪宅、游艇帆船、私人飞机、进口家居、私人会所等业务，为客户提供“海陆空”全方位的高品质的时尚生活服务。

“海陆空”是人类的生活空间，是大自然的馈赠，但绝大多数人从来没有乘坐过游艇、帆船、摩托艇等畅游大海，从来没有乘坐过私人飞机、滑翔伞等翱翔蓝天，不能不说这是莫大的人生遗憾！脱离陆地的羁绊，投入海洋、天空的怀抱，您将获得完全不一样的自由感和美的享受……

福日集团以“品质生活 完美人生”为客户价值主张，愿与热爱生活的您一道驰骋海陆空，不断探索高品质、正能量、健康、阳光的前沿生活方式，“享”您所未想，体验原来未体验之事。衷心希望您的生活会因此更加精彩，您的人生会因此更加完美！

“品质生活 完美人生”，从福日起航！If you can dream it, you can achieve it!



## 将品牌做成一种信仰 —— 山东金河投资管理有限公司



山东金河投资管理有限公司成立于2011年3月，位于美丽的世界风筝都——山东省潍坊市，金河投资公司自成立以来，始终把发展作为第一要务，把支持三农及中小型企业的发展、关注环保文化事业作为发展方向，解放思想，改革创新，围绕打造中国一流投资公司的战略目标，着力培育一流企业，坚定推行一流管理，培养建立一流团队，走出了独具特色的投资管理公司的品牌发展之路。

**品牌不是明日黄花**  
作为新兴投融资企业和行业联盟的发起人、策划人和执行者，山东金河投资管理有限公司董事长韩海行执着于自己所从事的事业，本着负责任的态度专注于民族品牌的设立，他越来越感受到自己有强烈的使命感去扛上中国的大旗，为国家的经济进步打气出力，为中国农民改善生存状况，过上幸福安康的生活付出了自己最大的热忱和心血，他要让金河成为国家和中国农民的品牌符号，让中国农民为拥有金河而信心爆棚，让金河成为让中国农民自豪的国产品牌，让全中国有一天认识到，金河是为数不多的最好品牌里面的一个。

**顺应社会趋势**  
国家提出“十二五”规划方针，十八大进一步明确了对投资建设领域的开放政策，这些无疑在鼓励民间资本加快进入行业步伐，促进民间融资的发展。国务院颁布《鼓励引导民间投资健康发展的若干意见》将民间融资引热，成为民间融资名正言顺进驻国家行业的标志。

**创新企业发展**  
创新是企业发展的动力，金河投资公司通过不断创新的金融投资渠道，凭借理性、知识和经验，为客户提供专业、多元、个性化的投资组合方案及实施支持，使客户享受到专业化的投资咨询服务及附加价值，以实现客户财富增长最大化。同时，金河投资公司给所投资企业带来的不仅是雄厚的资金，更是一整套强有力的资源，通过营造良好的发展环境，联络和推荐客户、合作伙伴、服务机构及顾问资源，提供运营流程方面的咨询、财务和资金管理咨询服务，以此为所投资项目提供强有力的支持，引领合作伙伴共同发展。

金河投资公司深找到了一条符合

“民族品牌就是中国梦”！金河公司就是这样一家‘专注品牌管理、携手行业共谱发展’的民间投融资公司。”韩海行说。

为自身获得应有的尊重和外界更多的青睐和信任，是每个中国企业实现品牌创造的梦想。“中国制造”、“国产

品牌”受到了越来越多国人的期待和重视，超一流的国产品牌是每个中国企业家、每个中国人不懈追求的终极目标，如何化解产业化带来的发展阵痛，如何在经济发展困境中顽强冲击，企业需要考虑的决不再是行业内部的联合与妥协、争端与合作，而是伫立整个行业的发展，共同致力于行业对外品牌的挖掘与建立，作为每个行业的领军企业、行业领导者，树立自身的品牌价值成为关乎整个行业运转模式的企业行为、行业行为，乃至国家行为，企业迫切需要在行业自律的同时深挖企业的优势点，集中利用企业的资源优势，创造发展平台，创新资源经济，扩大企业的信誉度和美誉度，将企业发展和带动行业发展结合起来。一个企业的品牌能够成为整个行业的金字招牌，更多的企业去加强品牌经营，形成品牌效应，整个行业就会有大发展，形成行业内良性协调与互相促进。同时企业也能够乘风破浪，行业也能够扩大经营，形成有规模的产业。规模扩大的产业多了，各产业顺势形成相互增促壮大、此起彼伏的增长势头，产业链就会加强、提升，国家经济就会形成大的跨越和整体上扬。

### 金河载誉而行

品牌的腾飞，因为骄人的业绩，金河投资先后荣获“中国民间投融资行业最具影响力品牌”、“全国消费者（用户）满意放心单位”、“中国企业文化经营AAA级示范单位”、“中国民间借贷服务最具投资价值品牌”、“全国服务质量、信誉、规范、标准5A级单位”、“潍坊市慈善会慈善之星”等一系列荣誉称号。如今，金河投资管理有限公司，已经形成了资产经营与资本经营相结合、实体经济和虚拟经济相结合、战略管理和财务管理相结合的发展模式和管理体系，成功塑造了“金河投资”卓越的企业品牌特性。

未来五年，韩海行将发展山东省第一个民间银行平台，通过多元化方式助力山东省农村经济建设发展。韩海行要将金河品牌做一个品牌信仰，将金河变成品牌意识，用意识带动行为，要让人在金河有无往不利的感觉，要相信金河的商业价值，相信金河是经商正道，用金河照亮人生，要相信在金河能够滴水石穿，达成自己的理想。“未来的金河投资将一如既往，把支持三农及中小型企业的发展、关注环保文化事业作为企业的核心方向，并把这一目标通过不断拓展的空间发扬光大，造福更多的农民朋友，使更多的家庭受益，让我们的天空变得更加明澈，让我们的未来变得更加美好。”谈到未来，韩海行非常笃信自己的选择。



## 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领先地位，已广泛推广应用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

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召开的“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

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

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。

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”，文化创意和科技创新的“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、文化授业、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

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，柔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



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，田永太先生不断优选品种，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，美裕大米种植基地悄然

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，不得不说是一个奇迹。

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

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、二级城市逾百家终端。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。



澈无污染且饱含矿物质，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。长无霜期与日积温，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、这块天然的地型、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。赵博士最先提出对稻粒进行低

## 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，美裕大米种植基地悄然

## 创新金融服务 打造新型经济增长模式

河南九州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服务示范基地项目、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、通用机场飞行区和航空产业区建设项目、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



业。集团公司与河南省中小企业发展服务中心合作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

发展，生产有机、绿色、或无公害粮食果蔬，实现从田间到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

下，以创新为驱动力，力求形成新思维、新思路、新产品、新服务、新业



态；力求站在未来市场经济高速增长的制高点上；力求推动金融资本与产业资源大融合，促进产业跨界发展；力求形成政、产、学、研、资一体化的中国市场经济发展的新格局。

多年来段永刚董事长积极参与社会公益活动，因深感社会工作是对构建社会主义和谐社会的迫切需要，加入中国社会工作协会。发起设立中社社会工作发展基金会九洲公益基金，担任执行理事长，并多次参与社会购公益活动和社会慈善活动，曾多次捐赠累计达千万元以上。

九州天中投资发展集团创新中小企业金融和公共服务，发展普惠金融，服务实体经济，打造中国新型经济增长模式和中国首家社会服务型企业！

## 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及诉求，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。

**良好的收视成绩和口碑**



## 全媒体影视内容策划不制作

## 企业形象策划不全媒介推广

**大型晚会、活动策划不执行**

**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，其中大专以上文化程度的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

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



## 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

## 凯福珠宝与您共创百年荣誉品牌



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，虽然仅靠增资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，而且还将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、产业与产品链等内外部发展的“九大”优势。

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。



## 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，正逐步迈入产业化发展道路。

## 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



董事长 黄国林

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

跃长者幸福会，将以自己的文化、礼仪、医疗保健、专业护理和志愿者等团队，为“空巢老人”提供服务。开办幸福会馆，使其成为城市活跃长者的俱乐部、老年人的快乐家园。活跃长者幸福会实行积分制，积分就是积德，帮助他人就是爱自己。以此形成争做好人好事、助人为乐

的良好社会风尚，成为传递中华民族爱的接力赛。

“地球老人村”是黄国林一直为之奋斗的目标，“大好河山”努力打造北京、杭州、桂林三大旅游养老基地，计划

用10年时间，建成具有国际影响力的三个“地球老人村”万人高端养老社区，形成产业集群，力争成为我国养老服务的综合改革示范点。国务院去年出台的《关于加快发展养老服务业的若干意见》，既给亿万中国老人带来了福音，也给养老服务业的发展带来了



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”社会化养老可持续发展的成功实践，也将树起时代的坐标，对中国养老服务事业发展产生深远影响。



## 天地唯一大道太和



太和集团以“天地唯一，大道太和”为企业核心理念。属下公司有印尼街、上海晶岛木业有限公司、上海佳堤国际贸易有限公司、深圳生物科技有限公司、晶日虎绿色医药产业有限公司、PT.Sun Resort、PT.Harimau Sunergi、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，特别是印尼贫困农夫。

亚洲22世纪未来生态之城



郭绍興，出生于印度尼西亞，致力於印尼產品的國際貿易、草藥研發、中印文化交流項目、銀行、航空公司投資和農業發展等，是印尼貿易部的全力支持對象。2010年，郭紹興在澳門成立太和集團有限公司，並擔任首席執行官。

——太和集团有限公司



目前，在印尼民丹島市政府的全力支持下，由太和集团在印尼民丹島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汇集商业、贸易、旅游、居住和休闲等为一体的生态之城。总规划面积约1000公顷，总投资金额预计达300亿美金，总开发期限预计为15—20年，共分为五期进行开发。



同时，借助民丹島免税区的便利，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。

太和集团下属印尼街城项目一站式服务平台  
咨询电话：+62-622-222222  
网址：www.tz22.com  
欢迎关注YI叶开泰医药集团  
官方微博：http://weibo.com/yikai  
官方微信：yikai\_group

太和集团  
T H Group

# 亞太衛視

# 亞太夢

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

**APS** 亞太衛視  
Asia-Pacific Satellite TV

香港總部 Hong Kong  
香港仔雲後大道東28號金鐘匯中心F1樓5室  
Rm5,1/F,Tesbury Center,28Queen's Rd E,Wan Chai,Hong Kong  
電話：00852-2856 9868  
深圳基地 Shenzhen  
深圳市布龍路中海信科技園總部經濟大廈18/19層  
18&19F, Zhonghaixin Science&Technology Park,Bulin Rd,Shenzhen,P.R.China  
傳真：0755-8951 1612 電話：0755-8951 1600  
網址：www.apstv.tv



## 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，是香港上市公司中居国际（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过程中，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形式，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，供应链系统初步形成，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”、“中国驰名品牌”、“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。

中国的·世界的  
**五粮液**  
WULIANGYE FOR CHINA  
FOR THE WORLD

# 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

绽放本真 灵动自我  
*Blossoming in nature and inspiring yourself*

TEL : (+86) 400-889-8858 [www.kimberlite.com.cn](http://www.kimberlite.com.cn)

**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，玖宵云阁等项目，同时在澳大利亚、西班牙有充足的土地区资源储备。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”。



**圣宇集团**  
SUNWOO GROUP

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、天津烷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。

