



顾问: 马启智 徐锡安 王泰平 冯 并 孔泾源 王国良 李保民 李连仲 丰田正和 王亚星 王景福 Jugal Kishore Johnl Conant	2016年3月15日 星期二	邮 箱: 252646516@qq.com	媒体合作 010-53695228	总 编: 王建功 副 总 编: 王越锋 杨 涵 执行主编: 杨 秦
--	-------------------	--------------------------	----------------------	---

品牌大观

第11届亚洲品牌盛典启动 打造完美“亚洲品牌周”

2月13日,第11届亚洲品牌盛典启动仪式在菲律宾克拉克温泉度假城举办。亚洲品牌联席主席、第十一届全国人大常委会民族委员会主任马启智,亚洲品牌联席主席、新华通讯社原副社长徐锡安,亚洲品牌联席主席、荣丰控股董事长、亚视主要投资人王征,亚洲品牌联席主席、集美集团主席林英乐,澳大利亚澳星国际传媒集团董事会主席姜兆庆,中国华信能源有限公司党委书记蒋春余,亚洲品牌执行主席贾明辉,亚洲品牌副主席、国家发改委综合改革司原司长孔泾源,亚洲品牌小姐大赛首席评委、上海快鹿投资集团主席施建祥,亚洲品牌研究院院长周君,国家发改委中国经济导报社社长王平生,全国政协委员、原北京大学教授、经济学家黄方毅,前美国财政部储蓄银行监管署高级市场经济学家童忠益,著名哲学家、华东师范大学终身教授陈嘉映,人民日报海外版海外联络与合作部主任赵永琦,国际商报社副社长胡明,亚洲品牌创始人兼CEO王建功,国家话剧院著名演员周杰,Asia Club香港荟秘书长金铃,中央电视台著名主持人阿丘,上海东方卫视

视主持人毛威等领导与嘉宾出席此次活动。

中央电视台著名主持人阿丘和著名主持人金铃联袂主持第11届亚洲品牌盛典启动仪式。

据悉,第11届亚洲品牌盛典将由亚洲品牌、人民日报海外版、新华社新华网共同主办,定于2016年9月6日至10日在北京隆重举行,亚洲品牌500强排行榜

发布、国际颁奖典礼、亚洲品牌国际论坛、亚洲品牌小姐大赛总决赛、亚洲名优品牌展、亚洲品牌电影节、2016亚洲品牌高尔夫精英赛作为经典主题活动将继续保留,届时,还将创新举办“亚洲品牌周”系列活动。

第11届亚洲品牌盛典启动仪式在协会主题曲《亚洲之星》大合唱高歌声中拉开帷幕,亚洲品牌创始人兼CEO王建功

功先生邀请联席主席马启智先生、徐锡安先生、王征先生和林英乐博士,执行主席贾明辉女士,中国华信能源有限公司党委书记蒋春余先生,央视著名主持人阿丘先生和Asia Club香港荟秘书长金铃女士共同开启盛典金钥匙,标志着亚洲品牌盛典开启新征程。

亚洲品牌盛典见证了亚洲企业的品牌发展历程。作为亚洲品牌年度“奥斯卡”,在国际上产生了重大影响,已成为诠释亚洲品牌价值、塑造亚洲品牌国际形象的最佳舞台和亚洲品牌通往世界品牌的重要桥梁。亚洲品牌作为亚洲首家品牌系统服务商和亚洲品牌盛典的独家运营机构,秉承推广名优品牌、推选领军人物、推崇创新意识、推进国际合作的宗旨,让参与的企业家、媒体、专家、以及合作伙伴在这个舞台上向亚洲各类群体展示自己的品牌魅力,在这个平台上获得品牌资源,全面放大亚洲品牌盛典作为平台的价值,以此推进亚洲品牌合作与发展。

跨过第一个亚洲品牌盛典的10年,第11届亚洲品牌盛典将从北京出发,迎来全新十年。



左起依次为: Asia Club香港荟秘书长、著名主持人金铃,中国华信能源有限公司党委书记蒋春余,亚洲品牌执行主席贾明辉,亚洲品牌联席主席、第十一届全国人大常委会民族委员会主任马启智,亚洲品牌创始人兼CEO王建功,亚洲品牌联席主席、新华通讯社原副社长徐锡安,亚洲品牌联席主席、荣丰控股董事长、亚视主要投资人王征,亚洲品牌联席主席、集美集团主席林英乐,中央电视台著名主持人阿丘。

“两会·声音” 品牌先行 —— “两会”代表聚焦品牌经济

寄语 作为“十三五”规划,全面建成小康社会决胜阶段的开局之年,2016年是一个抱着新希望开创更幸福、更美好生活的年份。李克强总理在政府工作报告中提出,“加快建设质量强国、制造强国。减少无效和低端供给,扩大有效和中高端供给”。由此可见,让“增品种、提品质、创品牌”的重要性凸显出来,成为“开创良好生活”的关键之举。

2016年“两会”分别于3月3日和3月5日在北京召开,来自全国各地、各行业、领域的代表、委员齐聚北京共话2016改革发展,共商国家大事,凝成决胜全面小康的磅礴力量。

造品牌,用“工匠精神”

李克强总理在今年政府工作报告中发出的这一号召,这是“工匠精神”第一次进入政府工作报告。全国人大

代表、中华全国总工会副主席巨晓林认为,所谓工匠精神就是要不惜一切代价做品质最高的产品,不断追求完美,不放过任何一个细节。工匠精神,就应该包括一种使命感,把我们几千年传承下来的东西发扬光大。在升级换代之时,我们要大力弘扬这个时代的工匠精神,使中国制造能够成为响当当的品牌,真正走向世界。

做品牌,靠质量与管理体系

全国人大代表、海尔集团董事局副主席、海尔集团轮值总裁周云杰表示,在总理今年和去年的报告中,都提到中国制造业一定要走向国际市场,而且要有国际影响力和竞争力,特别是要从制造大国向品牌强国迈进。如果没有品牌,仅仅是产品制造出口的话,将来中国的

品牌永远没有未来,所以中国走出去首先一定要有品牌,做品牌的前提是要有可靠的产品质量体系与管理体系。

推品牌,要制定发展专项规划

全国人大代表、杭州娃哈哈集团有限公司董事长兼总经理宗庆后建议,加强品牌发展的顶层设计是首要任务,将实施品牌发展与质量强国战略纳入“十三五”经济社会发展重大布局,制定品牌发展专项规划,建立协调推进机制,使品牌发展战略成为全社会的自觉行动。在推进“一带一路”战略过程中,应把培育中国品牌、扩大中国品牌知名度作为一项重要任务,支持和引导更多中国品牌企业走出去,输出优势产能,扩大中国品牌影响力。

推进质量品牌建设离不开良好环境的营造。宗庆后建议,政府可从财政、税收、金融、科技方面出台品牌发展的支持政策,确立强有力的政策导向,鼓励品牌发展与创新驱动深度融合。制订品牌培

育和提升计划,实施“中国精品”培育工程,推动打造一批国家品牌、国际品牌。

育品牌,让品牌建设服务体系市场化、社会化

全国人大代表、双汇实业集团有限责任公司董事长万隆认为,我国要创新品牌发展的培育手段,建立政府指导下的市场化、社会化品牌建设服务体系,推进品牌发展与质量技术基础(NQI)等科技专项结合,巩固品牌发展的质量基础,运用认证认可这一世界语言,加强品牌产品认证,赢得市场信任,提升国际互信互认和互联互通水平。



新闻导航

第二版
亚洲品牌年会

第五版
领军数码印花技术 专业成就大品牌

第六版
中国华信



一梦十年守初心

坚持始终赢未来

亚洲品牌创始人兼CEO王建功
在“2015亚洲品牌年会”致辞

各位嘉宾，各位朋友，女士们、先生们：大家好！

2015这一年，对我来说是不平凡的一年，也是我们亚洲品牌成立以来具有里程碑式意义的一年。亚洲品牌所坚持的“发展业务”和“转型战略”这两大主题和任务，在2015年都取得了突破性的进展，公司的经营业绩和发展态势都达到了这10年来最佳水平，公司已经进入了可持续高速发展的轨道。2015年作为亚洲品牌发展的第十个年头，我们完全有理由为这一年来所付出的努力、所取得的成果感到骄傲和自豪。

我们解构、整合、延伸了公司的主营业务，由过去单一的品牌宣传推广服务，增加到目前的品牌增值服务系统、品牌价值评估系统、品牌交易系统三大板块。目前我们正努力完善和更新提升品牌增值服务内容；品牌价值评估服务1.0版本已上线；品牌交易系统的团队和框架已基本搭建完毕，正在北京进行相关交易场所的申报。品牌交易板块通过发挥亚洲品

牌10年来3000多客户资源的积累，建立创新性品牌交易市场和品牌融资服务平台，为品牌插上金融的翅膀，增强客户的粘性；通过三个板块的服务系统，我们努力打造以品牌为基因的“生态链众赢平台”，成为亚洲第一家权威的品牌系统化服务商。

我们实现了走出去和引进来战略，将2015年的品牌年会放在东南亚的菲律宾宾克拉克温泉度假城举办；同时应邀，2016年亚洲品牌盛典将回归北京。

2015年很简单，很多的事情都是我一直在追求的，今年都发生了。所以我给自己设定的目标就是，一定要把握住那些我们预期不到，超越我们判断的事情。很多的时候我都在想，10年前当我在香港维多利亚港思考着如何提升亚洲品牌影响力，如何唤起亚洲人的品牌管理意识的时候，是多么狂妄的想法。但是我很荣幸，我们亚洲品牌做到了。不忘初心，方得始终！感谢各位的信任、努力和付出，感谢各位的坚守，对于品牌信念的坚守，对于我追求目标的陪伴，同时也感谢我自己的坚持。如果没有十年的这些奋斗，“亚洲品牌”只是一个普通的名词，而如今，它将是一群人，一个冲锋连的代号！

亚洲品牌在2015年发生了很多变化，我们正经历着巨大的变革、突破、转型、升级和创新。

2016年仍将会充满挑战：我们内部正发生着巨大的变革，我们需要迎接更多的挑战。但对于我们亚洲品牌来说，

无论怎样，都要坚持始终！

坚持始终，坚持我们为品牌企业服务不断创新和改革的初心。这两年，我们越来越感受到企业对于品牌的重视和维护，感受到互联网技术的发展以及企业对金融领域的触碰，为企业和行业带来的巨大影响。我们更深的意识到，在这样一个充满挑战和机遇的时代，亚洲品牌应该将“创新”作为我们核心价值观之一。“道在日新，艺亦须日新，新者生机也”。我们目前已经在品牌服务上处于市场领先地位，我们必须有更创新的思路，不断创造新的体制、新的产品、新的市场和压倒竞争对手的新形势，亚洲品牌将在未来立于不败之地。

10年，我们亚洲品牌已经经历了风雨，但风雨兼程，我们吃了苦，但披肝沥胆。我曾对同事们讲过，我们不是最聪明的一群人，但我们是最坚韧的，不达目的不罢休的一群战士。就在此刻，我们已经站在了当初遥不可及的高度，回望过去，挑战和风险不值一提，再看未来，仍有更多的挑战在等着我们。但我们相信，许多机遇埋在危险的风浪里，明天充满了未知，却也充满了无限的可能与希望。下一个10年，我们亚洲品牌站在新的起点上，仍然携手同心，勇往直前。不忘初心，方得始终！

随着2016年的到来，也迎来了亚洲品牌成立第11年。祝广大品牌朋友们新年愉快，身体健康，万事如意！祝亚洲品牌的同仁们开拓未来，抓住机遇，收获希望和未来！

亚洲品牌佳丽争艳东南亚

2月12日，第11届亚洲品牌小姐东南亚总决赛在菲律宾克拉克温泉度假城盛大举办。璀璨舞台上群美争艳，星辉夜空中烟花灿烂，天地光彩交相辉映，为与会嘉宾留下2016年新春的美好回忆。

报名参加此次赛事的佳丽多来自于东南亚国家、部分来自中亚、西亚国家。此次赛事开通微信平台投票环节，场外评分作为评选参考。佳丽们或恬静知性、或秀美大方、或娇俏可爱、或异族热情、或高冷空灵，群芳凝眸，别有风情。

佳丽们的才艺表演穿插于热情奔放的活力装、激情四射的泳装、雍容华贵的晚礼服展示之间，最终，第11届亚洲品牌小姐东南亚总决赛冠亚季军分别产生，冠军是来自塞尔维亚的Katarina，



亚军分别是来自西班牙的Luna和来自波兰的Nina，季军分别是来自巴西的Rigina，菲律宾的Cristal Jane和菲律宾的Kristel Mae。

第11届亚洲品牌小姐东南亚总决赛10佳分别是俄国的Alina，菲律宾的Jinlyn Talocod，Alina，Janssen，Renata，Juvel D，Hanna Jane，Esraphelle Tambong，



Charity及巴西的Thairine。

亚洲品牌小姐大赛一直是“魅力品牌”的代名词和风向标，被誉为亚洲品牌年度“美丽风暴”。大赛将时尚与

品牌完美融合，为品牌注入“时尚、活力、动感”的元素，是全面展现“美丽品牌、美丽无限”的亚洲品牌美丽盛宴，在中国乃至世界产生了巨大影响。



2015亚洲品牌年会完美“绽放”



为加快亚洲国家及地区间的品牌文化建设，促进亚洲品牌的自主创新，提高亚洲品牌的国际竞争力，由亚洲品牌联合相关机构共同发起的“2015亚洲品牌年会”，汇聚科技、互联网、房地产、食品、农产品、金融、文化、娱乐等众多领域，共计资产价值超2000亿的品牌企业，旨在推广名优品牌，推进国际合作，为亚洲经济的全面发展做贡献。

2016年2月11日至13日，2015亚洲品牌年会在菲律宾克拉克温泉度假城

隆重举办。本次活动由亚洲品牌发起，亚洲品牌研究院、中国商务部国际商报社、国家发改委中国经贸导刊杂志社、经济日报中国经济信息杂志社、亚洲品牌网联合主办，亚洲星云品牌（北京）股份有限公司独家运营，菲律宾宾克拉克温泉度假城、中国华信、加美亚特别协办。

作为亚洲品牌年度盛事，2015亚洲品牌年会出席嘉宾阵容强大——亚洲品牌联席主席、第十一届全国人大民族委员会主任马启智，亚洲品牌联席主席、新华通讯社原副社长徐锡安，亚洲品牌联席主席、荣丰控股董事长、亚视主要投资人王征，亚洲品牌执行主席贾明辉，亚洲品牌副主席、国家发改委综合改革司原司长孔泾源，亚洲品牌研究院院长周君，国家发改委中国经济导报社社长王平生，全国政协委员、全国政协经济委员会委员、原北京大学教授、经济学家黄方毅，前美国财政部储蓄银

行监管署高级市场经济学家童忠益，著名哲学家、华东师范大学终身教授陈嘉映，人民日报海外版海外联络与合作部主任赵永琦，国际商报社副社长胡明，亚洲品牌创始人兼CEO王建功，集美集团主席林英乐，国家话剧院著名演员周杰，亚洲电视主持人金铃，中央电视台新闻评论部主持人阿丘，上海卫视主持人毛威等领导与嘉宾莅临2015亚洲品牌年会。

2015亚洲品牌年会主题活动内容丰富，带来别样的品牌之旅：新年晚宴拉开序幕，舞龙舞狮带着浓重的春节气氛将全场气氛推向顶点。

集美集团主席杯高尔夫邀请赛上，参赛嘉宾身姿矫健，在典雅运动中磨练毅力，增进友情。

亚洲品牌骑士勋章授勋仪式，聚焦为亚洲品牌创新和发展做出特殊贡献的社会各界人士。

在璀璨烟花的映衬下，集合东南亚

国家风情的第11届亚洲品牌小姐东南亚总决赛冠、亚、季军分别揭晓，展现亚洲女性和亚洲品牌文化的内涵与魅力，掀起亚洲品牌“美丽风暴”。

亚洲品牌执行主席贾明辉主持了2015亚洲品牌年会创新论坛，全国政协委员、全国政协经济委员会委员、原北京大学教授、经济学家黄方毅，做了题为“中国经济与亚洲经济——昨天与今天”的精彩演讲，前美国财政部储蓄银行监管署高级市场经济学家童忠益做了题为“‘经济寒冬’下趋势预测”的演讲。

亚洲品牌研究院院长周君作了题为“品牌价值建设对亚洲区域经济增长的影响”的精彩演讲。论坛还围绕“一带一路”与全球视野下的品牌振兴等话题开展讨论。

另外，第11届亚洲品牌盛典启动仪式也在年会期间隆重举办。



DO-178B/C 和 GJB5000A

权威的软件研制平台与咨询解决方案供应商

上海爱韦讯是一家拥有自主知识产权核心技术产品研发与应用的高新技术企业，为中国高安全行业提供量身定制的软件研制、软件审查、软件项目管理的综合平台以及相关的技术培训、技术咨询和软件外包服务，业务领域涉及航空、航天、电子、核电等高安全行业。





上海爱韦讯信息技术有限公司
Shanghai Aviation Technologies Co., Ltd.

邮箱: sales@shaviation.cn 电话: 021-61680661
网址: www.shaviation.cn 传真: 021-61680663
地址: 上海市浦东新区亮秀路112号Y1座806室

两会精神践行者：

将环保理念渗透品牌“基因” ——中城集团苏州汉丰新材料股份有限公司

■作者：汪振



污染的产业已得到国内诸多政策扶持：中共中央国务院关于加快推进生态文明建设的顶层设计、《中华人民共和国循环经济促进法》、《国务院关于加快培育和发 展战略性新兴产业的决定》、国家发改委、财政部2014年起联合组织实施生物基材料专项、吉林省2015年禁塑令、《江苏省循环经济促进条例(草案)》、广州、深圳、浙江、上海纷纷跟进。中共十八届五中全会通过的“十三五”规划建议，更是将“绿色发展”作为五大发展理念之一，对生态文明建设 and 环境保护作出了重大战略部署。中国政府高度重视生态环境保护和绿色发展。

所幸的是，“生态文明”、“绿色发展、循环发展、低碳发展”、“建设美丽中国”，包括生物塑料及生物降解塑料产业在内的增强环保、降低环境

2008年的“限塑令”一度成为全国热议的话题，自全国范围内执行“限塑令”以来，累计减少购物袋140万吨左右，但是，由于传统习惯的惯性，目前每年的使用量仍达到80万吨。

为什么要“限塑”？众所周知，塑料制品是指用聚苯乙烯、聚丙烯、聚氯乙烯等高分子化合物制成的，使用后被弃置成为固体废物，焚烧产生有毒物质二恶英，降解时间通常至少需要200年，以致造成环境的“白色污染”现象严重。

随着经济发展、环保理念及技术水平的不断提高，生物塑料和降解塑料替代石化类普通塑料将是塑料产业发展的方向。全球石化类普通塑料制品的年消费量超2亿吨，中国超6,000万吨，替代空间巨大，价值高达数千亿。

生物降解塑料的推广之路势在必行



唐北雁：助力中国IT服务行业前行

2015年9月9日，由亚洲品牌联合亚洲电视台、人民日报《环球时报》社、澳门文化传媒联合会等共同主办的亚洲品牌年的年度“奥斯卡”——第10届亚洲品牌盛典在澳门揭幕。IT综合服务领导企业北京华胜天成科技股份有限公司（以下简称：华胜天成）以杰出的品牌实力及务实的品牌属性斩获“亚洲名优品牌奖”，该奖项表明以华胜天成为代表的中国IT综合服务正渐渐立足世界舞台。华胜天成集团市场总监唐北雁也凭借对中国IT服务领域的卓著贡献，成功荣膺“亚洲十大首席品牌官”称号，成为亚洲地区IT服务领域唯一获此殊荣的CMO。

亚洲品牌盛典的各大奖项已经成为诠释亚洲品牌价值、塑造亚洲品牌国际形象的重要平台和亚洲品牌界之至高荣誉。历月以来，三星、丰田、中国移动、格力、海尔等企业在这里彰显了亚洲品牌走向世界的辉煌历程；李嘉诚、李健熙、张瑞敏、李克良、董明珠、丰田章男都曾亚洲品牌盛典舞台上闪耀世界的明星。

而在IT界，华胜天成也是这样的一颗明星，它的服务网络覆盖整个大中华区域及部分东南亚的本土。集团总部位于北京，在中国大陆及港澳台、东南亚等地区设有40多个分支机构，员工人数

超过5000名，直接或间接控股的子公司有二十多家。华胜天成自2004年上市以来，业务规模的年均复合增长率(CAGR)达到23%以上，现业务规模超过50亿元人民币。其业务方向涉及云计算、大数据、移动互联网、物联网、信息安全等领域，业务领域涵盖IT产品化服务、应用软件开发、系统集成及增值分销等多种IT服务业务，是中国最早提出IT服务产品化的公司。基于“客户导向”的经营理念以及“合作共赢”的发展战略，华胜天成立足于大中华市场，以为企业及政府客户提升IT核心能力为使命，以卓越的解决方案、对客户业务的深刻理解以及遍布大中华及部分东南亚区域的高效密集的服务交付网络，为客户提供贯穿其IT建设整个生命周期的“一站式”服务。公司在电信、邮政、金融、教育、制造、能源、交通等领域拥有大量成功案例。

华胜天成集团市场总监唐北雁一直致力于IT行业整合营销传播（IMC）的创新和实践，拥有18年的市场营销领域资深经验及市场营销发展的前瞻性判断。凭借对IT市场发展的领先认识，在华胜天成从系统集成商向IT服务商转型的关键时期，唐北雁全面主导整个集团的品牌建设和市场营销工作。

在重新定位部门价值后，唐北雁依

据华胜天成的企业转型战略制定了相应的市场子战略，将其分解为不同的年度计划和阶段目标。在位9年时间内，主导了华胜天成的“换标行动”、“凌云计划”、“揽胜行动”、“乘云计划”等一系列品牌大事件，并成功推出并打造了两大业务线品牌：“天成云”和“成·服务”，不仅协助华胜天成实现了从集成商向IT服务商的成功转型，并建立了在IT服务领域行业翘楚的地位，同时还建立和健全了整个集团的市场营销体系，并在市场营销领域提出了独到的方法论并在工作巾践行，对企业的业务发展起到了极大的推动作用。有评论认为：这是IT服务行业内，唐北雁和她所带领的团队一次又一次的成功“破风”行动，示范作用显著，值得业界对自主品牌重视的企业借鉴。

华胜天成唐北雁原创-基于IMC的
“孵化式营销方法论”



每年，唐北雁和她的团队都能以超额20%达到公司的KPI任务，每年在她的带领下，市场部能为公司贡献千万级的利润。

时至今日，华胜天成这一品牌在唐北雁的打造下，品牌价值已突破76亿，是IT服务领域品牌价值最高的企业，华胜天成的品牌建设和市场营销体系的建设也成为业内津津乐道的标杆企业。

未来，唐北雁认为，在“互联网+”、“中国制造2025”、“自主可控”等时代需求的推动下，中国的IT服务正迈向“新风口”，迎来新一轮的挑战。华胜天成也提出了新时代下的企业愿景：告别以“简单集成、定制开发、以产品为核心”为特征的第一周期，向以“自主可控、跨界融合、以客户为核心”为特征的第二周期迈进。目前，华胜天成已拥有一系列自主研发的产品，并将结合“互联网+”的市场现状，切实推进“产品+服务”的双引擎战略，同时通过建立利益共享的产业链联合体，全力打造中国IT服务的自主可控之路。

领军数码印花技术 专业成就大品牌
——东莞市新美诺数码印花技术有限公司董事长 崔威



新美诺是一家集数码印花产品研发、生产、销售为一体的科技型生产企业，与传统印花不同的是，数码印花所

追求的目标是绿色生产和节能减排，工业污水排放量趋近于“零”。（一般情况下，一旦有污水排放，哪怕不再继续受到污染，各种水源其自净周期需要五十年左右。）而发明出这项对环保有重大意义的“彩色打印机用热转印打印油墨”专利技术的，正是崔巍先生。

在国际市场上，“彩色打印机用热转印打印油墨”技术一直被美国SOGRAS公司垄断，然而，中国热转印技术产品市场是全球唯一不受美国SOGRAS公司专利约束

的市场，这也得益于东莞新美诺数码印花技术有限公司（以下简称新美诺）董事长崔威早年的发明专利技术成果——“彩色打印机用热转印打印油墨”技术。

崔威是众多改革开放中果敢下海的时代“弄潮儿”们的代表，其丰富的个人经历、鲜明的性格特色、敏锐的经营直觉，使其成为在专业领域享誉盛名的民营企业企业家，不论是对不同历史阶段的党和国家的方针政策理解与执行，还是以民营企业性质参与经济活动，她始终如一地坚持国家发展观、经济发展观，把担负社会责任和推动民族经济发展放在首位，他所坚持的事业理念是能够把新美诺打造成数码印花行业一个“标杆”品牌。

崔威在2009年提出新美诺经营理念有15条，其中的事业理念为：把数码印花当做一项事业来做，不唯单纯业务、不唯单纯利润，用新美诺人辛勤的劳动和智慧，创造历史，创造奇迹，为国争光，为民族争气，为新美诺荣誉而战。因为这种理念，决定了新美诺企业不断创新、不断创造，用新技术新产品创造了新概念新市场，数码印花尼龙墨水的生产技术、水性凹印尼龙墨水的生产技术，填补了国际、国内市场空白，努力实现以环保节能减排

为目标的绿色生产，进而引起纺织印染印花技术和生产领域的一场变革和技术革命，陆续向市场贡献环保为主题的创新产品和生产技术。

新美诺已经发展成为集数码印花技术产品的研发、生产、销售为一体的科技型生产企业，公司通过不断创新而构建了一套技术研发体系，多年来为中国

数码印染印花技术产品的普及，为中国数码印染印花市场的形成和发展做出了重要的贡献，被市场和行业称为“领头羊”、“风向标”，在国内外赢得了很高的荣誉和评价。

产技术和方法，实现全程清洁无水生产，对于环保具有重要的意义，将带动环保产品产业链的形成和行业市场的形成。

新美诺公司技术研究所针对不同的纺织面料印染印花又已开始着手混纺棉织品和纯棉织品无水印花技术的科研，已取得了阶段性的成果，混纺棉织品的无水印花技术的应用指日可待。

崔健董事长本人在国家和省级刊物发表多篇数码印花技术论文，被行业及媒体称为“中国数码印花市场的先行者和拓荒者”。他不仅在专业领域贡献突出，还积极承担社会责任，投身社会活动，现任亚洲品牌副主席、中华民营企业联合会副会长、中国网印及制像协会副理事长、全国标准化技术委员会委员、Asia Club东莞荟执行主席等职。先后获评2011年中国经济优秀人物、2012年中国经济新领军人物、2013年中国改革优秀人物、2010年中国最具潜力黑马企业、2011年中国经济发展最具潜力企业、2012年中国印花十大民族品牌，2013年被评为“中国改革（行业）十大领军企业家”，2014年被评为“中国经济十大创新人物”，2015年获评“全国五一品牌建设奖”。



中国华信蒋春余:品牌既有价也无价



近日,“2015影响中国品牌50强50人”榜单在2015亚洲品牌年会上揭晓,中国华信能源有限公司荣获“2015影响中国品牌50强”第10名,中国华信党委书记蒋春余出席活动并发表致辞,以下是原文(全文)。

尊敬的各位领导、各位嘉宾、女士们、先生们:

大家下午好!

非常高兴出席2015亚洲品牌年会,也非常荣幸有机会与亚品协会的诸位领导、中外企业家朋友、在2016新春佳节期间,相聚在美丽的菲律宾克拉克温泉水度假城,共同探讨“大文化、大商圈、大数据”背景下亚洲品牌创新与发展的前沿信息,深刻感悟其高端理念,共同分享这一亚洲品牌盛事。在此,我谨代表中国华信

董事局叶简明主席,对2015亚洲品牌年会的成功举行表示热烈的祝贺!对亚洲品牌协会领导和各界朋友同仁给予中国华信的关心支持和鼓励鞭策,表示由衷的感谢!

中国华信总部位于上海,华信旗下设有北京、上海两大集团,九家一级公司和若干家国内外控股、参股上市公司,拥有各类专业人士两万余人。中国华信是集体制民营企业,主营能源产业与金融服务业。董事局主席叶简明是中国华信的创始人,被聘为捷克总统泽曼的经济顾问,并荣获“亚洲品牌十大杰出领袖”荣誉称

号。中国华信坚持把“华夏魂、信用本”作为企业发展的核心理念,始终秉持“由力而起、由善而达”的为商之道,着力打造能源产业投资与金融牌照服务业高度融合的有组织的国际投行,并取得了长足发展和进步,2015年蝉联《财富》世界500强第342位,世界品牌500强第330位,亚洲品牌500强第72位,中国民企500强第8位,还相继被评为中国最具影响力企业,中国最具国际竞争力十大领军企业,连续四届荣获“中国十大慈善企业”荣誉称号。

我们深切感到大时代需要大格局,大格局需要大智慧。打造高端品牌,必须着眼“大文化、大商圈、大数据”这一时代背景,加快实施战略转型,着力打造具有中国特色的国际品牌。毋庸置疑,品牌是一种无形资产,也是企业最重要、最有价值的资产。可以这样说:品牌既有价也无价。就有价而言,世界品牌协会给中国华信的品牌估值是413亿元人民币;说无价,中国华信的品牌价值实际含金量远远超过评估价值的本身。正如华信董事局叶简明主席所指出的:“品牌的核心价值在于信用,信用的价值是可以无限放大的。”中国华信一直致力于构建具有自身

特色的品牌战略体系,其价值趋向就是为国家提供服务,为社会承担责任,为员工创造利益。中国华信品牌战略体系主要有五方面组成:一是紧随国家战略,构建永续经营的中国企业品牌;二是弘扬企业文化,塑造时代特征的人文品牌;三是创新用人之道,提升员工价值的人才品牌;四是拓展公共外交,传播弘扬中华文化的外交品牌;五是发挥党群功能,凝聚关爱社会的暖心品牌。

中国华信将乘这次亚洲品牌年会的东风,顺应潮流,创新思维,锐意进取,格物致胜,为立足打造具有国际竞争力的现代化企业而团结奋进。中国华信愿与在座的各位业界同仁一起携手共进,共创辉煌。

借此机会,我向在座的各位领导,各位朋友,各位同仁拜个晚年,感谢亚洲品牌协会为我们与会代表创造了这么好的机会,提供了热情周到的服务和各项会务保障。我也诚挚邀请各位中外嘉宾到上海中国华信总部做客,祝大家身体健康,家庭幸福,事业有成,品牌越做越大、越做越好、越做越有国际影响力。

谢谢!

我们创造自己

文/于权(亚洲品牌交易中心总裁)

有谁在生活中不想追求浪漫?
又有谁在事业上不曾寻觅永远?
可能会有人对此不以为然
说:这个话题已太老、太滥——
而我们却说:
古老的话题才成就了永恒
永恒的主题从来与理想相伴——

曾几何时,时间的脚步已不再缓慢
信息的速度迫使人类改变传统的理念
品牌的追求已成为时髦的新宠
节奏喧嚣离我们已渐行渐远

曾几何时,销售的模式也发生了改变
商品的兜售已不再凭借实体店
互联网如飓风般席卷而至
B2B、B2C、O2O、阿里、腾讯、京东各领风骚
消费快餐瞬间成为巨人把传统掀翻

实体产业的反击
网路圣主的调侃:
今天我的辉煌,源于我过去的黯淡
今天你不变革,明天你必被改变
这不是恐吓,也不是调侃
这是时代的进步,是消费者的宣言

曾几何时,实业兴国成为笑谈
股市的兴起唤起了心中的魔鬼
谁讨积累,谁研沉淀?
我来了,我要挣快钱!
于是“中华牙膏”“南孚”“小护士”“大宝”“美加净”
一大批著名品牌的消失令人扼腕

成功不是身边目光的美艳
有钱也不能快乐无限
创新就要刨木为舟
创业就要历苦艰难

浮沉永远不会遮住智慧的眼
面对浮躁的世界
我们选择了登攀
我们深深地懂得:
实业才是出路
品牌才是经济聚焦的焦点
品牌的力量才能凝聚汇实的客源

“服务品牌”成了我们的宗旨
“给品牌插上金融的翅膀!”
便是我们的夙愿
我们为此付出,为此愁烦
我们为此坚守,为此流汗
为了:“耀耀亚洲,云动世界”的实现!

“在理想主义的旗帜下——集合!”
一声理想的召唤
我们集结在“亚洲品牌”旗帜的周边
从此,我们开始书写自己的历史
从此,我们开始共同铸就创业的诗篇
从理想奠基的那一天
我们已走过了十年
十年在历史的长河中不过瞬间
而在生命的历程中却并不短暂
三千六百五十天的每个分分秒秒
我们都在书写着自己的历史
描绘着创业的画卷——

我们曾为创业的艰辛而感叹
我们也曾为成就而欢欣
我们曾面对困难有过迷茫
迷茫过后又是努力的登攀

我们不是圣贤
因此也有过失落,甚至倍感煎熬
但我们从未想过退缩
战士的目标就是向前,向前

我们的职责各有专所
我们从事的工作尽管平凡
但我们都有着坚定的信念
那就是:伟大产自平凡

十年,我们和企业一起成长
十年,我们和理想一起经受了市场的考验

你来了,带着远商家乡的不安,
迈进了亚洲品牌的门槛

品牌估值,我们已经启动
品牌交易,我们还重任在肩

十年,我们坐土九台,不断完善
十年,我们聚集了2000多个会员

我们长大了,因为我们已不再畏难
我们强壮了,因为我们重任在肩
我们成熟了,因为我们知道了“责任”的内涵
我们自信了,因为我们已有厚实的积淀

十年了,十年的故事很难在一时讲完
这些故事对局外人难免有些平淡
但对亚洲品牌人来讲,这就是历史,这就是画卷
这就是奇迹,这就是梦圆

谁说磨难中没有浪漫
谁说平凡中没有永恒
亚洲品牌人就在平凡中体味着浪漫
在聚集的艰辛和汗水中书写着永恒

今天,我们聚集一堂
共同品味我们过去的十年
我们虽有了长足的进步
但深知这只是途中的驿站
距离我们期望的目标
还只算离开了起点
尽管未来的道路还很漫长
因为我们已经历了磨难
未来的道路必然会走得愈定神坚
下一个十年的欢聚将更加辉煌
辉煌下汇集英彦

云雾散去尽显碧海蓝天
群星璀璨是品牌在亮闪
“十三五规划”已吹响新征程的号角
品牌立国强国已成为新经济的焦点
新的政策正在鼓励我们创新
新的号角正激励我们去把目标实现

亚洲品牌造就了品牌人的舞台
我们可以在这个舞台上将自己的才华尽情施展
让我们集结在“我们创新”的旗帜下
用平凡地努力去书写明天的浪漫
用创造去完善自己,铸就永远!

我们企盼着亚洲品牌的明天
我们企盼着亚洲品牌的下一个十年

他来了,带着学府的稚嫩
怀揣着对未来的企盼

我也来了,抱着对目标的找寻
忐忑的心准备承受命运的历练

从此,我们有了一个共同的理想
身边有了朝夕相处的伙伴
从此,我们和亚洲品牌一起长大
因而再不感到孤单

从此,一个共同的名字与我们息息相关
这个共同的名字把你、我、他紧紧相连

十年,我们从默默无闻到自信满满
十年,我们已从孩童长到身康体健
十年,我们的脚步已不再踌躇

如今,我们不再满足一隅偏安
从长白山麓到椰林之远
从东海之滨到青藏高原
从亚洲云海到世界幅员
每一片,每一点
有品牌就有我们的客户
有品牌就有我们放飞理想的空间

十年,我们开拓了视野,成熟了理念
十年,我们心结心,手相牵

这是一个“家”的实现
这是一个真正的“圆”
在这里,每位员工的困难
都会牵动整个企业
无论你在北京还是在天边
在这里,到处都可以触及温暖的手
到处都可以看到洋溢的笑脸

十年,我们壮大了企业,心胸更宽
十年,我们回报社会,力挺品牌之难

服务品牌,我们为企业输入新的理念
壮大品牌,我们为企业排忧解难

亚洲品牌盛典十年盘点



2006至2015年,亚洲品牌盛典以香港为主要阵地,联合亚洲权威机构,已成功举办十届;将每年9月9日,定为“亚洲品牌日”;亚洲品牌盛典以“大文化、大商圈、大数据”的核心服务理念,聚焦品牌文化,聚合品牌资源,充分发挥品牌数据的分析导向作用,汇聚了越来越多的亚洲乃至欧美的企业和品牌领袖,致力于共同推进亚洲品牌的培育和发展。

亚洲品牌盛典的核心亮点是发布“亚洲品牌500强排行榜”和提出《亚洲品牌500强排行榜分析报告》。亚洲品牌500强的评选主要是从四大维度入手,同时参考世界品牌500强评价体系的三项指标,对全亚洲范围内的强势企业进行全面性的测评打分。

回望盘点亚洲品牌盛典十年,从“亚洲品牌500强排行榜”前百强上榜数量对比可以看出,中国品牌在前百强中占比上升了27%。

2006年首届亚洲品牌盛典在香港举办,第九届全国政协副主席王文元、中国外交部原副部长杨福昌、大韩民国国会议员李相庚、日本国众议院议员保坂展人、印度工业协会会长Jugal Kishore、日本国际经济交流财团高级顾问丰田正和等一批重要嘉宾莅临盛典。

2007年第2届亚洲品牌盛典,香港,中国经济体制改革研究会会长高尚全,国务院国有资产监督管理委员会研究中心党委书记李保民,尼泊尔驻华使馆代办Khush Narayan Shrestha,人民日报中国经济信息杂志总编辑季晓磊,台湾著名导演孙树培等嘉宾出席。

2008年第3届亚洲品牌盛典,香港,请来世界著名营销实战大师、科特勒营销集团总裁米尔顿·科特勒,松下电器产业(株)氏会社本社品牌管理部总经

理古川启滋,日本国际经济交流财团高级顾问丰田正和,黎巴嫩驻华大使苏莱曼·拉斯,天狮集团有限公司董事长李金元等嘉宾出席。

2009年第4届亚洲品牌盛典在北京举办,荣获“2009亚洲品牌500强排行榜”前10名的企业分别是:日本丰田、韩国三星、中国香港上海汇丰银行、日本佳能、日本本田、韩国LG、中国海尔、日本索尼、日本松下。此外,盛典还隆重发布了“中国品牌冠军榜”。

2010年第5届亚洲品牌盛典,香港。中联办教育科技部副部长董翠娣、香港文汇报社长王树成、英国驻香港副领事MISS Debiclang Stom、香港可持续科技研策基金会总裁IP等嘉宾出席了盛典。CCTV、凤凰卫视、新华社、中国新闻社、香港《文汇报》、新浪网等新闻机构全程报道,其中和讯网对活动进行了现场直播。

2011年第6届亚洲品牌盛典,香港,邀请著名经济学家李连仲,中日韩经济发展协会常务副会长者永光,大韩民国驻香港总领事安成国,马来西亚驻香港总领事Choong Wan Sern,土耳其驻香港总领事Mehmet Raif Karaca,委内瑞拉驻香港总领事Nelson Marina Muller,埃及驻香港澳门总领事Mohamed Fahmy,越南驻香港澳门总领事Pham Van Cong,著名歌唱家梦鸽等嘉宾出席盛典。

2012年第7届亚洲品牌盛典在香港迪士尼举办。中日韩经济发展协会会长王泰平,印度工业协会会长Jugal Kishore,新华通讯社原副社长徐锡安,经济日报原总编辑、中国企业联合会执行副会长冯并,香港经济导报总编辑郑光新等嘉宾出席盛典。新浪网进行了现场直播。

2013年9月9日,第8届亚洲品牌盛典在香港举办。第十一届全国人大常委会民族委员会主任马启智,新华

通讯社原副社长徐锡安,中央人民政府驻香港联络办副秘书长施纪明,北京大学中国品牌研究中心主任王齐国等嘉宾出席盛典。长江实业集团有限公司董事局主席李嘉诚、海尔集团CEO张瑞敏荣获“亚洲品牌永远精神领袖奖”。海内外百余家新闻媒体进行了报道。

2014年9月9日,第9届亚洲品牌盛典在香港隆重举办。第十一届全国人大常委会民族委员会主任马启智,新华通讯社原副社长徐锡安,亚洲品牌执行主席贾明辉,香港中联办贸易部部长杨益,亚洲品牌联席主席、亚洲电视主要投资人王征,印度工业协会会长PARMOD MIGLANI,波兰驻香港总领事Mirek,菲律宾驻香港总领事嘉谨,亚太第一卫视台长陈箴,亚太卫视董事长白雨鹭等嘉宾出席盛典。著名演员张国立、吴大维等主持了本届盛典。

2015年第10届,亚洲政商精英纷纷题词致贺盛典10周年,10大主题活动、百位品牌佳丽、30个行业1000多位代表齐聚澳门,共贺亚洲品牌盛典10周年。

作为盛典主办单位——亚洲品牌开辟配套服务体系,涵盖品牌增值管理、品牌价值评估、品牌交易三大板块,再造创新性品牌交易市场和品牌融资服务平台,推动品牌证券化进程,为品牌插上金融的翅膀。在品牌为基因的“生态链众赢平台”上,让品牌、资源、资本等商业核心要素高度共享、互通互联。

十年一轮回,以中国为首的亚洲各国深化品牌经济发展,企业品牌意识首当其冲。第11届亚洲品牌盛典回归北京,人民日报海外版、亚洲品牌、新华社新华网三大主办机构强强联合,让“品牌决胜未来”的声音响彻世界。



第11届亚洲品牌盛典

品牌决胜未来

2016年9月6-10日 中国·北京

主办机构



亚洲品牌



人民日报海外版



新华社新华网

亚洲品牌盛典作为亚洲品牌年度“奥斯卡”，在国际上产生了重大影响，是诠释亚洲品牌价值、塑造亚洲品牌国际形象的完美舞台，已成为亚洲品牌通往世界品牌的重要桥梁。届时，第11届亚洲品牌盛典将倾力打造声势浩大的“亚洲品牌周”系列主题活动。

为此，本届盛典全面开放合作平台，向亚洲各国家、地区发出邀请：

亚洲品牌周主题活动

- 2016亚洲品牌500强排行榜发布会
- 2016亚洲品牌国际论坛
- 2016亚洲品牌国际颁奖典礼
- 第11届亚洲品牌小姐大赛
- 2016亚洲品牌电影节
- 2016亚洲品牌高尔夫精英赛

面向各大文化传媒公司——招募战略合作伙伴
面向品牌企业——寻求冠名、协办、赞助等合作

☎ 8610-8857 9588 15311454806



www.asiabrand.cn

运营机构：亚洲星云品牌管理（北京）股份有限公司