

“品牌抱团,实干兴邦”中国梦·国货精品元年开年大会 3 月 22 日在海南三亚召开,300 位企业家、品牌代表齐聚在此,分享自己的品牌之路心得。

聚首三亚 企业家畅谈民族品牌的“中国梦”



依文服饰股份有限公司董事长夏华
红豆集团股份公司董事长周宏江
皇明太阳能股份有限公司董事长黄鸣

■ 王晓斌

“品牌抱团,实干兴邦”中国梦·国货精品元年开年大会 3 月 22 日在海南三亚召开,300 位企业家、品牌代表齐聚在此。爱国者国际化联盟发起理事冯军、北京科宝博洛尼厨卫家具有限公司董事长蔡先培、依文服饰股份有限公司董事长夏华、皇明太阳能股份有

限公司董事长黄鸣、红豆集团股份公司董事长周宏江等商界名人参加盛典,分享了自己的品牌之路心得。

中国企业家眼中的“中国梦”是什么?依文服饰股份有限公司董事长夏华表示,中国梦的实现需要企业具备四种能力,第一是净价值,中国人要创造出来跟世界不同的产品,可以引领世界产品;第二是造势能力,这是创

造一种模式的能力,营销模式非常重要的今天,我们要创建自己的模式;第三是另一种造势能力——品牌讲故事的能力。无论爱国者联盟,还是国货精品一定要用最顶级方式造势,让全世界知道有一个最好的生活方式的店要来了,有最好的产品分布,有最好的中国品牌在里面;第四是造人能力,每一个品牌和企业永远有尊严活在消费者的心中,这才是我们永远的梦想。”

皇明太阳能股份有限公司董事长黄鸣看来,“中国梦”是一个使命,“作为中国的企业家,中国的创造是一个我们的使命,同时也是我们的最大的追求。一个企业要肯做事,敢于面对才能追求。爱国者的精神就是敢于面对,我们要以一个实干的精神,去面对,才能追求我们的‘中国梦’。”

中国梦品牌抱团,什么才是真正的中国品牌?多位企业家、学者就“中国梦”与中国品牌国际化展开了讨论。

爱国者国际化联盟发起理事冯军认为,中国品牌应该是由华人控股的,华人品牌的

成功可以带动全世界对于中国品牌的尊敬,对于中国民族的尊敬,对于中国人的尊敬,我们要通过抱团的方式来争取去创造一批令全球华人骄傲的国际品牌。

“据了解,中国品牌组成爱国者国际化联盟已经远赴比利时、丹麦、英国等地,帮助了多家中国企业在比利时、英国等地入驻。今年五一期间还将组织优秀的中国品牌到洛杉矶、旧金山、西雅图等地进行实地考察,并将选出美国西海岸的最佳落地城市。

美国总领馆经济官、立陶宛大使丽娜·安塔纳维切涅,波兰公使衔经济参赞、土耳其商务参赞、法国使馆投资参赞、德国联邦外贸与投资署驻华代表为大家介绍了自己国际的情况与经验。将理想到现实的美丽画卷勾勒出了清晰的轮廓。

这些参赞大使与经济官为参会者讲述了如何在各国树立中国企业全球市场战略,如何去开拓国际市场,如何在各国整合更多的优秀资源。并分享了成功的在各国落地的中国的品牌的案例。

两岸旅行业者 发表自律公约 同意一致抵制 低价竞争

■ 陈斌华 钱春弦

第十六届海峡两岸旅行业联谊会 3 月 29 日在台湾苗栗县开幕,会议发表“海峡两岸双向旅游品质提升自律公约”,一致同意提升旅游品质,抵制低价竞争行为,提升处理旅游纠纷与事故的机制水准,扩大市场规模。

海峡两岸旅行业联谊会去年在海南举行时,与会者签署了“海峡两岸旅游品质海南行动宣言”,商定共同为提升旅游服务品质和服务水准努力。台湾海峡两岸观光旅游协会(台旅会)会长谢谓君 29 日在苗栗表示,这一年来两岸观光管理部门携手推行诸多措施,进一步健全市场及推进旅游品质提升,也提供旅行业界实践“海南行动宣言”更好的环境与条件。

据悉,台旅会已与海峡两岸旅游交流协会(海旅会)达成共识,将自今年 4 月 1 日起,将大陆旅客来台团体旅游配额从平均每日 4000 人调高为 5000 人,个人旅游配额从平均每日 1000 人调高为 2000 人。台湾方面同日起试办优质行程审查制度,对大陆观光团设定膳食、住宿、交通、购物点及行程安排的优质标准,凡达标的团体优先核发入台证,希望此举能更有效地奖励旅行业者提升产品品质,推动产品多样化、接待服务精致化。

海旅会执行会长杜江在联谊会上强调,随着旅游规模日益扩大,品质成为两岸旅游业发展的生命线。两岸旅游业界要通力合作,共同提升旅游品质,推动双向旅游有序发展。

2012 年,大陆居民赴台旅游达 197 万人次,台湾民众赴大陆旅游达 534 万人次,双向旅游花费总计增至约 93.5 亿美元。

“足不出户”可赏云南风光 中国洛阳七彩龙都项目开工奠基

■ 本报记者 罗红耀

3 月 19 日,中国洛阳七彩龙都风情园项目在洛阳市南部、伊川县北部的世界文化遗产“龙门石窟”南伊河湿地公园旁开工奠基,洛阳汇悦实业有限公司总经理王长兴在奠基仪式上就项目兴建情况作了介绍。

该项目总占地约 62.1 万平方米,总投资 30 亿,建设期为 3 至 5 年,分二期建设,一期为滨河大道东侧沿伊河地块,建设用地 420 亩,总建筑面积 55 万平方米,建筑风格为东南亚建筑风格。其中民族文化风情园

占地 120 亩,地上建筑面积 14 万平方米,地下建筑面积 26000 平方米、车位 1260 个,在片区内打造云南少数民族文化风情园,将云南最具代表性的民族文化、服饰、饮食、歌舞等引入园内,在这里可以感受少数民族的风情,看到丽江小桥流水和西双版纳的孔雀舞,品尝大理的美食,畅享到彝族火把节、傣族泼水节等少数民族节日的快乐。超五星级温泉酒店占地 104 亩,地上建筑面积 6 万平方米,地下建筑面积 18000 平方米、车位 677 个。打造一个具有 400 床位、能举办大型会议、和大型宴席的温泉酒店。

高档住宅区占地 140 亩,地上建筑面积 23 万平方米,地下建筑面积 57000 平方米、车位 2000 个,涵盖高层、花园洋房、别墅不同梯度的建筑。二期为滨河大道西侧,建设用地约 600 亩,总建筑面积约 110 万平方米,涵盖绿色 IT 企业总部、高档住宅、商业、学校、医院等。

该项目将打造成为具有东南亚风格、集文化娱乐、旅游休闲、养身康体、饮食购物的旅游新景点,建成后将整体提升洛阳及伊川城市整体形象,提高财政收入,解决就业问题,打造出洛阳乃至全国的文化旅游产业名片。

该项目在建设得到了市委市政府及县委县政府和有关部门的大力支持。

洛阳汇悦实业有限公司总经理王长兴说,他们要着眼事业的长远发展,以本项目为契机积极寻找新的商机,与社会各界一道,共谋发展,使中原古都文化与东南亚文化有机融合,打造出具有当地特色的、独一无二的旅游产品,为地方经济发展作出贡献。

“三凤”求凰 西凤酒大凤香新品上市

——西凤六年、十五年陈酿酒营销有限公司成立

■ 雪兰 本报记者 王剑兰



总经理徐可强、凤翔祥祥商贸有限公司董事长王廷安一同为陕西西凤六年、十五年陈酿酒营销有限公司揭牌。



陕西西凤酒集团股份有限公司总经理徐可强



陕西西凤酒集团股份有限公司副总经理、陕西西凤酒营销有限公司副总经理高洪涛致辞。



陕西西凤酒厂集团有限公司总裁张继祥致祝酒辞

2013 年 3 月 24 日,陕西西凤酒集团股份有限公司在成都香格里拉酒店召开“西凤酒 2013 大凤香新品发布会”。在此次发布会上,西凤六年、十五年陈酿酒营销有限公司也正式挂牌成立。据了解,参加此次盛会的嘉宾有政府领导、行业领导、中信集团公司代表及西凤酒的战略合作伙伴和来自全国的媒体等共 500 余人。

在此次发布会上,陕西省宝鸡市国资委书记傅宇剑发表讲话,他代表宝鸡市委市政府对西凤集团取得的成绩给予了高度评价,并表示将一如既往地给予西凤酒集团的发展创造良好的环境条件,大力推进西凤酒的产业发展。他指出,近年来,西凤酒集团不断深化体制机制改革,不断提升企业形象和品牌影响力,经济效益连创历史新高,呈现出持续、健康、快速发展的良好势头。2013 年,希望西凤酒集团乘

势而上,全面推进西凤酒城建设,向着百亿目标阔步前进,为全国白酒产业的繁荣和发展做出更大的贡献。

陕西西凤酒集团股份有限公司总经理徐可强作了题为《跨越 2013: 创新开路 实干兴企 实现西凤跨越发展》的主题报告。他在报告中指出,2012 年,西凤集团通过变革创新、开拓前进,在扩产增量、技术提升、结构调整等方面成绩显著,为西凤酒早日跨入百亿军团,实现老名酒的战略复兴打下了坚实的基础。2013 年在销售业绩上要实现一个历史跨越,为实现“百亿西凤”的宏伟目标,打下半壁江山。他表示,2013 年西凤集团还将主要通过五个方面加大投入:一是强化“品牌的力量”,继续在品牌推广上加大投入;二是深化名酒化战略,成立西凤定制酒销售有限公司;三是继续加强核心战略产品“凤香经典”的全国市场深化运营;四是改善

销售体系运营结构,加强直营直营销售体系建设,在本次会议上,陕西西凤六年、十五年陈酿酒营销公司正式立;五是进一步改善产品结构,在提高整体市场占有率的基础上,提升产品盈利能力和综合盈利水平。

作为西凤酒中档战略产品的“大凤香”宣布正式上市。在发布会现场,记者了解到,此次上市的大凤香系列产品共计 3 个产品,分别为“大凤”、“二凤”、“三凤”,其产品外包装均为西凤所常用的红色,且三款产品均为 52 度,而其具体的终端定价西凤方面暂定为还未公布,具体记者估计,其价格大致在 100-400 元之间。“大凤香”系列产品由之前西凤新成立的大凤香事业部独立运营。

据了解,此次成立的陕西西凤六年、十五年陈酿酒营销公司,是西凤酒在 2013 年改善销售运营结构,加强直营直营销售

体系建设的重要举措,它的成立不仅代表着西凤酒拓展全国市场的决心,也为打造“百亿西凤”提供更有力的保障。同时,西凤集团 2013 年还将营销体系建设上,开创更多新的合作模式,期待与客户和经销商实现合作共赢。“中高端产品是我们将来的发展重点,也是现阶段白酒市场最大的机会点。”徐可强对酒类市场有着独特的理解,他认为,“国家三公消费的限制,严重打压了一线名酒高端产品的销售,但是对主营中高端产品的西凤来说却是难得的发展机遇。因此我们要抓住市场机会,全力以赴提高西凤中高端产品的销售比重和竞争力。”

有关资料显示,2012 年是西凤酒集团发展史上不平凡的一年,徐可强先生加盟西凤任职总经理后,在 2012 年提出了“大西凤、大凤香”战略,并设定了三大发

展目标:进军中国白酒“百亿俱乐部”,5 年再造一个新西凤,实现企业上市。实现销售收入达 42.9 亿元,同比增长 54%,利润总额 11.9 亿元,同比增长 45%,其中利润 3.18 亿元,同比增长 159%。同时,西凤集团核心战略品牌“凤香经典”西凤酒,初步完成了全国市场战略布局,实现高端产品销售 3.8 亿元,推动了产品线的系列化。此外,西凤集团还投资 22.6 亿元扩建技改工程,实现扩大产能达 10 万吨以上,并加大了产品检测和技术研发力度,使品质得到了全面提升。

2013 年的春天对西凤酒来说是不平凡的,在品牌建设上,西凤酒将强势回归中国名酒第一阵营行列,那只浴火重生的金凤凰又飞要回来!在这春风拂面春暖花开的时节,希望新品“三凤”能够早日找到知音,获得市场和消费者的青睐。



总经理徐可强为王廷安、张继祥颁发聘书。



陕西西凤六年、十五年陈酿酒营销有限公司代表宣誓



西凤酒惊艳亮相



西凤酒惊艳亮相