

聚焦品牌价值 四川省品牌促进会举办主题沙龙

近日，四川省品牌促进会在成都武侯区有茶会馆举办主题沙龙，主要邀请了产业、行业主管机构，实力媒体锐见人士，以高度、深度，激荡产业智慧，研讨企业战略，聚焦品牌价值。

四川省品牌促进会会长、成都市人民政府品牌顾问刘晓彬从专业角度就“川茶公共品牌的价值及提升办法”发表了自己的观点。他说道：“在茶叶产区品牌化道路上离不开政府的强有力支持，而茶叶企业与茶叶产品品牌化则有赖于强有力的品牌识别体系，做好‘统一对外品牌形象、解决内部竞争、建立真伪鉴别机制、明确品牌定位’等工作有助于品牌识别体系的建立，做好这些，川茶才能‘卖得掉、卖得好、卖得贵、卖得久’。”

为实现产业转型升级，成都市制定了《成都市（地理标志）产区品牌发展战略》。其中提到，品牌发展战略首先是要思想创新，第二是转型升级，此次

战略规划，将把成都市的产区品牌管理从“土特产”和“地理标志”模式直接升级到“全产业链管控—战略经营模式”。

四川省品牌促进会以后在每月第四周，择时开题，以助品牌提升，促经济发展为理念。

成都市力求打造系列源自成都的强势产区品牌，使其在市场竞争中有优势。在顾客消费中有口碑、在公众认知中有良好形象。最终规划目的是实现让产区的产品高溢价、让产区的从业人员获得好收益、让整个产业可持续发展、让产区城市获得良好的品牌中和收益。本次沙龙正是顺应这样的战略需求。



“新生，俱乐部中国发展之道”

2014年全国公益巡讲（成都站）在四川省委党校隆重举行



近日，“新生——俱乐部发展之道”俱乐部正能量公益巡讲（成都站）活动在成都-四川省委党校蜀华大厦长虹厅开讲。国际国内各地俱乐部投资人、商协会、同学会的负责人及来自全国各地的中国国际俱乐部联盟“俱乐部会所投资与商业模式”总裁研修班学员等近200人齐聚一堂，分享、交流中国俱乐部发展之道。大会也特别荣幸的邀请到UFE海外俱乐部主席Jean-Pierre Palier、中国西南英国商会

副主席 Mark Bancroft、第一集团 Bence Takes 莅临参会。

此次聚会，各方代表从中国俱乐部现状的剖析，国家政策解读，俱乐部在中国的发展趋势和机会，中国俱乐部如何实现持续发展并实现盈利，俱乐部合伙人计划，共享全球俱乐部的商业价值和精神追求等五个方面进行了探讨，深刻剖析了圈层时代的俱乐部价值，并首次提出了圈层价值的概念。

