

主 编：刘东华
执行主编：王 永



品牌中国

(1980-2007)



品牌中国
Branden.COM

品牌中国产业联盟



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

主 编：刘东华
执行主编：王 永

品牌中国

(1980-2007)



品牌中国
Brandcn.COM

品牌中国产业联盟

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌中国: 1980~2007/刘东华主编. —北京: 中国商务出版社, 2007. 8

ISBN 978-7-80181-743-3

I. 品… II. 刘… III. ①企业-简介-中国-1980~2007②企业家-简介-中国-1980~2007③城市-简介-中国-1980~2007 IV. F279.2 K825.38 K92

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第122503号

品牌中国(1980-2007)

主编 刘东华

执行主编 王永

中国商务出版社

(北京市东城区安定门外大街东后巷28号)

邮政编码: 100710

电话: 010-64269744 (编辑室)

010-64245984 (发行部)

零售、邮购: 010-64263201

网址: www.cctpress.com

E-mail: cctp@cctpress.com

北京中商图出版物发行有
限公司发行

双脑图文工作室排版

诚顺达印刷有限公司印刷

787毫米×1092毫米 16开本

36.5印张 680千字

2007年8月 第1版

2007年8月 第1次印刷

印数: 3000册

ISBN 978-7-80181-743-3

F•1060

定价: 58.00元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

本书编委会



编委会主任

艾 丰

编委会委员

艾 丰
子云
杨东
刘永
王祥
曾雪
仇长
何雷
顾力
冯环
宇军

主 编

刘东华

执行主编

王 永

编辑部成员

陈 默
杨清
黄琼
李小
吴晓
吴娟
陈保
杜超
党

美术编辑

纪建扣

《形》(会意,从三口。口代表人,三个表多数,意即众多的人。本义:众多)同本义 [numerous] 品,众庶也。【词性变化】《名》事物的种类 [species] 五品不逊。——《虞书》。传,谓五常。郑注:父母兄弟子也。厥贡惟金三品。——《书·禹贡》果,肴非远方珍异,食非多品。——宋·司马光《训俭示康》

品

又如:货品、品汇、品搭、品流、品例、品件、用品、珍品、品物。【品性·品格】[character], 如:人品(人的品质)·品指(品行)·品概(品格;气节)·品地(品质)·本色“官

职”·品格儿(相貌)·形体·品板(人品的高低)。【等级】[grade] 又如:品从

章京。——清·梁启超《谭嗣同传》又如:品子(品官之子弟)·品次(位

正从。指古代官吏的正品与从品)·品爵(品级爵位)·品令(选拔官吏的格令)·【格调】[style] 诗之品有九。——《沧浪诗话》【标准·基准】[standard]。如:品式(标准

法式)·品度(标准, 法度)。【法式, 法则】[rule] 多有俗, 国有法。善酚兴 常 故曰人不一事。【蜨《管子》·乐器构件名] 指月琴, 琵琶等乐器上的弦枕木

bridge of Chinese string instrument)。【古地名】[Pin prefecture], 唐宋皆有品州, 约在今四川省宜宾地区境内。【评价·衡量】[judge] 于病中犹作《汉晋春秋》,

品评卓逸。——《世说新语·容止》, 品其名位, 犹不失下曹从事。——《资治通鉴》又如:品度·品评(打量)·品择(品评选择)·品藻(品评)·品评: 评论)·品酌(衡量, 斟酌)·品选(评

选)·品头题足(亦作移吠仿圉。指无聊的人随意议论妇女的容貌体态)。【品尝】[taste sth. with discrimination; sample; savour], 如:品茶, 品月【常用词组】·品茶

and taste tea] 品评茶味 品尝 [savour; taste] 细致地辨别滋味: 试图味道膳夫授祭, 品尝食, 王乃食。品德 [moral character] 品格德行

人的品德所激励形声。从片, 卑声。指锯开木头的一半, 又泛指扁而薄的东西。本义: 题榜、招牌) 户籍板。犹今之户口簿 [census plate] 黄

《广雅》·【木板, 金属片或其他

材料做成的标志】

[plate; sign; tablet]。如: 门牌: 路牌: 招牌: 布告牌: 【名牌 商标】[brand; trademark], 如: 厂牌: 名

【古时的凭证: 符信】[nameplate]

如: 牌金(金牌。古代官员的一种身份凭证)·牌面(古代官吏, 使节的一种身分凭证)·牌印(令牌印信)·牌令(道士用的法

牌

(等级)·上品【中国封建社会的一种官阶、爵阶】[rank] 皇上超擢品卿銜军机

列·品级·品制(等级制度)·品命·官阶·品位·品著(指不同品位的服饰)·品从

【品级】[rank] 上品【中国封建社会的一种官阶、爵阶】[rank] 皇上超擢品卿銜军机

列·品级·品制(等级制度)·品命·官阶·品位·品著(指不同品位的服饰)·品从

【品级】[rank] 上品【中国封建社会的一种官阶、爵阶】[rank] 皇上超擢品卿銜军机

列·品级·品制(等级制度)·品命·官阶·品位·品著(指不同品位的服饰)·品从

【品级】[rank] 上品【中国封建社会的一种官阶、爵阶】[rank] 皇上超擢品卿銜军机

列·品级·品制(等级制度)·品命·官阶·品位·品著(指不同品位的服饰)·品从

【品级】[rank] 上品【中国封建社会的一种官阶、爵阶】[rank] 皇上超擢品卿銜军机

列·品级·品制(等级制度)·品命·官阶·品位·品著(指不同品位的服饰)·品从



2008年8月3-8日 北京 敬请关注

第二届中国品牌节

向世界展示中国 · 为中国品牌加油



品牌,让中国
更受尊敬

二〇〇八年八月八日
第二届中国品牌节

和谐成就中国品牌, 品牌让中国更受尊敬!

大会主题: **北京奥运与中国品牌的全球化浪潮**

★ 500家品牌参与

★ 800家媒体报道

★ 3000名嘉宾出席

主题活动(拟定):

★ 第六届品牌中国高峰论坛

★ 品牌中国大型品牌博览会

★ 品牌中国总评榜(2007-2008)

★ 品牌中国年度报告(2007-2008)

★ 品牌中国奥运助威系列活动

★ 品牌中国高级品牌经理人培训班

2007品牌中国系列活动预告 (2007年8月-12月)

2007品牌中国年度人物评选暨第五届品牌中国高峰论坛 责任·力量·梦想

寻找浓缩中国社会发 展进程的品牌标杆人物, 年度中国人物的最高领奖台之一,

长达近半年的评选历程, 100位候选人角逐10强, 300家媒体热点追踪,

2007岁末最值得期待的人物盛宴, 10大品牌人物花落谁家? 让我们拭目以待!

“品牌中国专家团”全国行 · 大型品牌机构推介洽谈会 为企业找专家 · 为专家找客户

全国规模最大的品牌咨询服务团, 搭建品牌业务合作的新平台。

时间: 2007年8月-12月 拟访问城市: 长沙 杭州 西安 太原 沈阳 成都

造访全国6大城市, 60位品牌专家业务推介, 600家企业接受品牌咨询, 60家媒体跟踪报道

联系人: 陈小姐 杜先生

咨询电话: 010-51581866 51581108

E-mail: cm@brandcn.com

更多活动内容详见品牌中国网 (www.brandcn.com)

鸣谢以下品牌中国战略合作品牌



品牌,让中国
更受尊敬

二〇〇七年八月八日
首届中国品牌节

塑造品牌中国新形象 构建品牌世界新格局

据统计,我国有170类产品产量排名世界第一,但在2006年度《世界品牌500强》中,我国只有6家企业为自己争得一席之地。“中国制造”仅仅是中国经济在21世纪参与全球分工的基础,持续支撑国民经济腾飞显得力不从心。举个例子来说,一双耐克鞋,耐克公司凭借其品牌能获得几十甚至上百美元的利润,而生产厂商只能获得几美元的加工收益。生产厂商赚取的是极少一部分加工费,付出的却是资源与能源的消耗,环境的破坏和污染。即使这样,还要仰人鼻息,看人脸色,时刻提防着“反倾销”。

品牌,特别是民族品牌,不但承载着商品的信誉,创业的力量,更承载着民族的精神,以及民族崛起的自尊心。改革开放近30年了,究竟如何从“制造中国”走向“品牌中国”?

提升品牌品质是核心。国航董事长李家祥先生说:“品牌是什么?就一句话,一个企业的品质通过牌子反映出来。”企业要打造品牌,首先必须打造品质。而品质又是一个复合概念,涵盖了多重含义。对产品而言,品质主要指质量标准、符合要求的功能、安全保障等对客户和公众的基本承诺;对企业来讲,品质的含义还包括了信用等级、管理意识、成长潜力等方面。作为价值的重要支撑条件,品质几乎受到了所有期望健康发展的企业的重视。品质认可度的建立一方面有赖于产品本身的原料、工艺、技术与制造中的品质管理,另一方面还需要营销企划与传播沟通来提高。

实现品牌传播是关键。在产品同质化时代,突出品牌差异化,培养消费者的品牌忠诚度,公关策划和信息包装的工作必不可少。“酒香也怕巷子深”,企业的品牌传播意识要强、目标定位要准,朗朗上口的宣传口号、规范统一的终端展示、行之有效的公关活动、赏心悦目的广告宣传,都能使消费者产生丰富的品牌联想,对品牌价值的积累大有裨益。有一点需要说明的是,知名度不等于美誉度,策划、包装、广告的“轰炸”可能会使一个品牌迅速升温,但绝不可能使品牌因此持久。

品牌,是民族产业的核心财富,是国家综合竞争力的集中体现,它会让中国更受尊敬。品牌建设不仅需要政府的倡导、企业的努力,还需要全社会的积极参与。实现“品牌中国”,任重道远。抛却急功近利,坚持不懈,锲而不舍,才能让愿望变成现实。

王永(作者系品牌中国产业联盟秘书长)

责任 力量 梦想

2006 品牌中国元年

中国品牌万里行披褂开征

品牌中国总评榜新鲜出炉

民族品牌创新潮热切涌动

展望•联合•共赢

品牌中国高峰论坛

品牌平台精英汇聚

品牌事业决胜未来

2006 谁推动品牌中国

谁在为品牌中国高瞻远瞩

谁在为品牌中国殚精竭虑

谁在为品牌中国摇旗呐喊

责任•力量•梦想

品牌中国年度人物

品牌思想高屋建瓴

品牌典范万众瞩目

向品牌专家致意

向品牌传媒致谢

向品牌英雄致敬

品牌，让中国更受尊敬！



全国青联委员
 品牌中国产业联盟秘书长
 品牌联盟（北京）咨询有限公司董事长

王石



品牌让中国

牌

共商品牌大计

[高端]	规格高	档次高	格调高
[规模]	场面大	人数多	活动多
[新颖]	立意新	内容新	形式新

8000万广告宣传投放
3000名嘉宾齐聚北京
500家媒体倾力报道
8大主题活动精彩纷呈



更受尊敬

品牌,让中国
更受尊敬

二〇〇七年八月八日
首届中国品牌节

共襄品牌盛举

第1个以8月8日命名的品牌节日
第1个举办活动最多的品牌节日
第1个广告宣传最大的品牌节日

第1个参与人数最多的品牌节日
第1个将中国品牌与北京奥运融合的节日
第1个将消费者作为活动主题的品牌节日

首届中国品牌节

和谐成就中国品牌，品牌让中国更受尊敬

首届中国品牌节简介

活动背景

2008年8月8日是第29届北京奥运会开幕之日，这为中国提供了一个向全世界展示中国国家品牌形象和民族品牌形象的绝佳机会，2006年8月8日“第二届品牌中国高峰论坛”上，全国人大常委会副委员长顾秀莲充分肯定品牌中国产业联盟主席艾丰将每年8月8日定为“中国品牌节”的倡导，这为在全国范围内弘扬和传承奥林匹克精神奠定了坚实的基础，2007年8月8日，在政府、协会组织企业等社会各界的大力支持下，“首届中国品牌节”将在北京隆重召开。

首届中国品牌节在“品牌，让中国更受尊敬”宏观主题的统领与指引下，将围绕“产业品牌化、品牌国际化”微观主题，全方位、多层次地开展“高峰论坛”、“品牌巡展”、“电视晚会”等八大品牌活动，全面构筑“政府与民间”、“国际与本土”、“消费者、传媒、专家与企业”多方互动的中国自主品牌交流与合作平台。

中国品牌节是中国规格最高、规模最大的年度品牌盛会：预计3000余位政府官员、知名企业家、传媒精英、品牌专家和学界泰斗将出席首届中国品牌节；500余家品牌中国·联盟媒体将在2006年8月8日“第二届品牌中国高峰论坛”投放价值3700万元广告宣传的基础上，联合投放价值8000万“首届中国品牌节”广告宣传，用以全程宣传、报道首届中国品牌节。

缘起

在2006年8月8日第二届品牌中国高峰论坛暨品牌中国总评榜活动中由联盟主席艾丰倡导、全国人大常委会副委员长顾秀莲寄予充分肯定、各界专家大力支持的背景下形成。

启动

首届中国品牌节媒体吹风会
2007年3月19北京天伦王朝饭店
200家媒体及300位嘉宾出席



顾秀莲副委员长和艾丰主席



第二届品牌中国高峰论坛现场



首届中国品牌节媒体吹风会现场



首届中国品牌节媒体吹风会嘉宾合影



首届中国品牌节新闻发布会现场全景



首届中国品牌节新闻发布会现场嘉宾
与记者座无虚席



首届中国品牌节组委会为赞助商代表
颁发荣誉证书

品牌中国·2007年度巨献

第四届品牌中国高峰论坛首届中国品牌节

支持单位

中国贸促会、全国妇联、全国青联、中国红十字会

主办单位



品牌联盟



中国企业家杂志社



第一财经日报



分众传媒



航美传媒

唯一指定网络平台



新浪网

协办单位

中国国际公关协会、中国会展经济研究会、中国民（私）营经济研究会
中国汽车工业协会、中国企业家俱乐部

协办单位

中国国际公共关系协会、中国会展经济研究会、中国民（私）营经济研究会、中
国中国汽车工业协会、民建中央社会服务部、中华慈善总会

战略合作

中国航空传媒、中国商业电讯、金融界、城市周刊、胡润百富、华夏时报、商战
名家—中国培训联盟、东西南北

媒体支持

CCTV、凤凰卫视、澳门莲花卫视、北京卫视、湖南卫视、广西卫视、重庆卫视、
河北卫视、星空卫视、人民日报、光明日报、经济日报、科技日报、消费日报、
环球时报、中华工商时报、中国经济时报、华夏时报、香港文汇报、香港大公
报、新华每日电讯、解放军报、中国商报、中国贸易报、中国文化报、中国青
年报、中国经营报、经济观察报、21世纪经济报道、财经时报、证券日报、北
京晚报、北京晨报、新京报、北京青年报、东方早报、新闻晨报、深圳商报、燕
赵都市报、楚天都市报、安徽商报、中国企业家、环球企业家、中国名牌、中
国驰名商标、华商、首席市场官、新财经、新营销、销售与管理、经济、当代经
理人、经营者、广告导报、新浪网、搜狐网、网易、TOM、新华网、中华网、中
新网、人民网、腾讯网、千龙网、慧聪网、品牌中国网、中国网、凤凰网、和
讯网、金融界、猫扑网、中青在线、21CN、上海热线、中国企业新闻网、分众传
媒、航美传媒、亿品传媒等500余家媒体。



中国品牌界奥运盛会

首届中国品牌节

——和谐成就中国品牌，品牌让中国更受尊敬——

发起人题词

成思危

全国人大常委会副委员长
民建中央主席
成思危 签名

顾秀莲

全国人大常委会副委员长
顾秀莲 签名

孙孚凌

九届全国政协副主席
孙孚凌 签名

名牌是国宝，
名牌是法宝。
艾丰 2006.8.8.

中国名推委副主任、品牌中国
产业联盟主席 艾丰 题词

“名牌中国”是
建设名牌的
中国名牌大拼
动力。 杨伟光 2006.8.8

中国电视艺术家协会主席
杨伟光 题词

坚持改革开放
创新科学技术
打造国际名牌
提高经济效益
萧灼基 2006.8.8

全国政协常委、著名经济学家
萧灼基 题词

品牌中国

和谐成就中国品牌，品牌让中国更受尊敬

大事记

口口

（形）（会意）从三口。口代表人，三个表多数，意即众多的人。本义：众多。同本义【numerous】品，众庶也。【词性变化】（名）事物的种类【specie】五品不逊。——《虞书》。传：谓五常。郑注：父母兄弟子也。厥贡惟金三品。——《书·禹贡》果，有非远方珍异，食非多品。——宋·司马光《训俗示康》

如：货品、品汇、品搭、品流、品例、品件、用品、珍品、品物。【品性：品格】[character]，如：人品（人的品质）、品诣（品行）、品概（品格、气节）、品地（品质、本色）、品格儿（相貌、形体）、品板（人品的高低）。【等级】[rank]又如：品从

牌

（等级）上品【中国封建社会的一种官阶、爵阶】[rank]皇上超擢品卿銜军加列：品级、品制、等级制度、品命、官阶、品位、品著（指不同品位的服饰）、品从

京。——清·梁启超《谭嗣同传》又如：品子（品官之子弟）、品次（位从。指古代官吏的正品与从品）、品爵（品级爵位）、品令（选拔官吏的格令）。【格调】[style]诗之品有九。——《沧浪诗话》【标准：基准】[standard]。如：品式（标准

法式）、品度（标准、法度）。【法式：法则】[rule]多有俗，国有法。善盼兴常，故曰人不一事。【埤（管子）乐器构件名】指月琴、琵琶等乐器上的弦枕

（法式）品度（标准、法度）。【法式：法则】[rule]多有俗，国有法。善盼兴常，故曰人不一事。【埤（管子）乐器构件名】指月琴、琵琶等乐器上的弦枕

judge of Chinese string instrument)。【古地名】[Pin prefecture]，唐宋皆有品州，约在今四川省宜宾地区境内。【评价：衡量】[judge]于病中犹作《汉晋春秋》

卓逸。——《世说新语·容止》品其各位，犹不失下曹从事。——《晋书·王湛传》品其各位，犹不失下曹从事。——《晋书·王湛传》品其各位，犹不失下曹从事。——《晋书·王湛传》

品牌中国产业联盟成立大会

2005年12月18日 人民大会堂



激荡民族理想，勇挑历史重担，扛起中国品牌发展大旗

2005年12月18日，人民大会堂河南厅，全国工商联宣教部、北京大学中国经济研究中心、中国国际公关协会、中国工业合作协会、中国民（私）营经济研究会、新浪网、慧聪网、分众传媒、航美传媒、经济观察报、中国企业家、新华社《中国名牌》杂志等140单位、国内主流财经媒体，200多位国内顶级品牌界专家、学者共同发起成立品牌中国产业联盟。



- 品牌中国产业联盟成立大会现场
- 品牌中国产业联盟成立大会主席台
- 品牌中国产业联盟成立大会剪彩仪式

- 品牌中国产业联盟成立大会开幕
- 品牌中国产业联盟成立大会全体嘉宾合影
- 国家领导人为品牌中国产业联盟成立剪彩

- 品牌中国产业联盟成立大会媒体席
- 品牌中国产业联盟成立大会观众席
- 与会嘉宾为联盟发起单位颁发证书

第一届品牌中国高峰论坛

2005年12月18日 北京华侨大厦



- 首届品牌中国高峰论坛在北京华侨大厦举行
- 品牌中国产业联盟主席艾丰致辞
- 女子十二乐坊成为品牌中国产业联盟形象代言人
- 首届品牌中国高峰论坛嘉宾合影

主题：自主创新战略下的中国品牌

主题论坛：

“品牌中国地区和产业论坛”

2005品牌中国·新锐品牌创始人圆桌会议

2005品牌中国·新锐传媒领袖圆桌会

500名嘉宾汇集北京，200家媒体全程报道，贯彻自主创新与自主品牌战略。



①

④



⑦



②



⑤



⑧



③



⑥



⑨

1. 艾丰主席笑看品牌中国美好明天
2. 联盟战略顾问 刘东华
3. 联盟专家、宾臣广告董事长 陈学文
4. 联盟副主席、国资委研究中心品牌专家 杨子云
5. 联盟专家、华谊兄弟传媒总裁 王中军

6. 经济观察报副社长、总经理 张 忠
7. 联盟专家、中央电视台资深制片人 王利芬
8. 联盟专家、慧聪国际总裁 郭凡生
9. 金融界副总裁 王 炜