

中国

BRANDS MARKETING

品牌营销 全记录

◎ 顾环宇 著



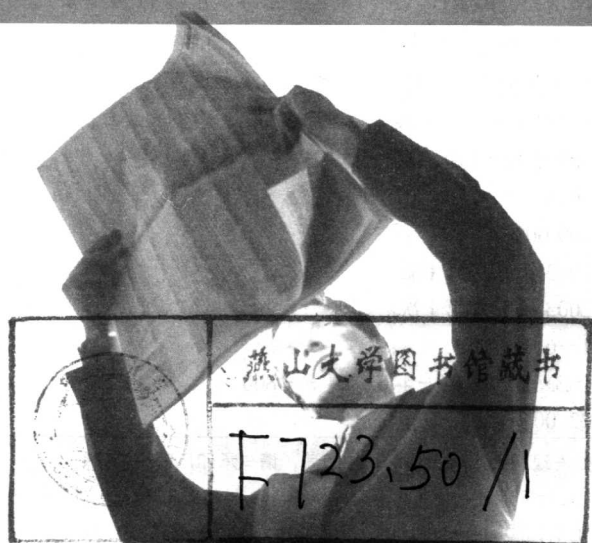
广东经济出版社

中国 BRANDS MARKETING

品牌营销

全记录

◎ 顾环宇 著



05
10



广东经济出版社

0680015

-16

C

图书在版编目 (CIP) 数据

中国品牌营销全记录/顾环宇著. —广州: 广东经济出版社, 2003.5

ISBN 7-80677-446-7

I. 中… II. 顾… III. 产品-市场营销学-中国-2000~2002 IV. F723.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 029012 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	广东邮电南方彩色印务有限公司 (广州市天河高新技术产业开发区工业园建工路 17 号)
开本	889 毫米×1194 毫米 1/32
印张	10.5
字数	269 000 字
版次	2003 年 5 月第 1 版
印次	2003 年 5 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 7-80677-446-7 / F·860
定价	22.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路邮局 29 号信箱 邮政编码: 510100

(广东经世图书发行中心)

• 版权所有 翻印必究 •

序

环宇嘱我作序，不敢推脱，也不敢轻易落笔。

不敢推脱，是因为这位朋友在我的心里分量很重；不敢落笔是因为这本书在我眼里的分量不轻。

我和环宇结识在五六年前，大概也就是他在中国名牌杂志上开设《品牌新闻》栏目的那段时间。当时他作为中国名牌杂志的记者，对我进行过采访。后来，我们在为企业提供品牌系统咨询方面有了一些合作；再后来，我策划、操作“中国杰出营销人金鼎奖”和“中国营销论坛”，他出色地担任了“新闻官”。在这过程中，我感受到他在品牌和传播方面的追求和造诣，感受到他极其认真的做事风格，更感佩他为人处世的坦荡与真诚。

有这样的朋友和合作伙伴，我不仅欣慰而且感动。

环宇将他做人做事的风格体现在了他的书中。

在自序中环宇如是说：“每月精选出最重要的十条品牌新闻并加以商业咨询角度的评论；如今，所汇集的品牌新闻已达五百余条之多，应该说基本涵盖了五年来市场主要品牌的重大传播活动——这些宝贵的品牌案例与商业史实是怀着高度的热情来详细记录的。”

五年的光阴，日积月累，不间断，不放弃，才突显出五百余条鲜活的中国品牌新闻。其间的决心和耐力，不是一两句话可以说清楚的。环宇每月要阅读几十份财经报刊和相关资料。无论是公务之余、还是人在路途，他总是随身携带一大堆读物，随时翻阅、笔记。此为我亲眼所见。

每篇“品牌新闻”之后，几乎都有环宇的点评，言简意赅，切中要害。这位有着传播学背景的青年学者，研究了各家的品牌

学说，并投身于企业及区域经济的品牌系统咨询。卓有成效的研究和实践，保证了他在品牌领域独具角度的发言资格。

全球整合营销之父、美国西北大学教授舒尔茨先生曾和我谈起：一个营销学教授的地位是怎样确立的？投身于咨询并创建公式（包括与众不同的、成系统的见地），事实证明这种公式（见地）对实践是有指导意义的。在我看来，国内许多教授没去做，或没做到的事，环宇做到了。关于这一点，读者读完本书便有体会，无须我在此多言。

对品牌或有兴趣，或有研究的读者，皆可从多个角度去阅读本书：关照中国企业品牌化经营的演绎脉络；体会中国企业在品牌实操上的得失；感受品牌故事背后的那份处心积虑；借鉴营销传播、品牌策略的实务技巧……见仁者得仁，见智者得智。

20 世纪 90 年代初，由于商标被人大量抢注、收购，从而引发了中国企业对品牌的高度关注。之后，在市场化上有追求的企业对品牌的重要性有了足够的再认识，但是：

如何创建强势品牌；

如何与时俱进地进行品牌再造；

如何打造能够贯穿企业整体行为的、有思想有生命力的品牌系统；

如何实现品牌的国际化和建立国际化大品牌……

这些问题依然令企业困惑。作为有责任感的本土品牌学者、咨询专家，我们应该站在为国效力的高度上来强化这方面的研究、传播和服务，尤其重要是，让更多的企业谙熟并掌握其中的方法论。

在本书中，我看到了环宇在这一方向上的努力，而这样的努力没有高度的责任感是难以想象的。为此，我为环宇和本书的出版——鼓掌！

中国奇正企业咨询机构总裁

孔繁任

2003 年 3 月 6 日

前 言

说句实话，近年来工商财经类出版物的定价都算昂贵的，幸亏所面对的消费群体是创造财富的中坚或者至少是渴望融入经济社会主流的人们——要想头顶一个“商”字闯天下，当然得在信息累积、知识充电上舍得花银子了，你不见人家白领学 MBA、老板学 EMBA 一花就是几万、几十万的？而本人自八年前进入品牌咨询领域以来，遇上什么传播啊、营销啊、品牌啊、广告类的专业书籍也是大袋小包的往回搬，大约所有搞经济的人都信奉这样的投入产出比：只要书中一句话触动灵感、一个案例引为借鉴，所创造的价值回报自是书价的万千倍。

于是在五年前，我也开始了比以往更忠实的关注与记录重大品牌事件的历程，并在所供职的国内惟一的品牌资讯期刊——新华社《中国名牌》杂志上，开设了迄今为止国内经济新闻界惟一以《品牌新闻》命名的常年栏目，每月精选出最重要的十条品牌新闻并加以商业咨询角度的评论；如今，所汇集的品牌新闻已达五百余条之多，应该说基本涵盖了五年来市场主要品牌的重大传播活动——这些宝贵的品牌案例与商业史实是怀着高度的热情来详细记录的，正如我在开办这个栏目第一天所写下的编者按：今天，我们正处在一个非常特殊的市场历史时期，在这一时期，消费者前所未有地面临如此众多的品牌以及如此众多各类传播品牌的方式，企业前所未有地如此关注品牌策略以及如何从众多竞争对手中脱颖而出。于是，在这一时期，出现了如此之多的工商前行者、成功者，出现了如此之多的令人振奋或者令人赞叹的塑造品牌的途径与方式。而我们所能做的仅是忠实地记录其中尤其令人振奋或者尤其令人赞叹者，以方便广大读者及时了解每一阶段

的品牌热点事件，从而更贴近市场脉搏。

严格的说来，《品牌新闻》并非对于新近发生的品牌事件的单纯新闻记录，而应该算是动态消息与新闻评论两种体裁的融合。由于笔者常年从事品牌传播领域的研究授课及品牌管理咨询实战，因而很多评论是出自企业运营观点而非新闻思维。近年来评论成为媒体极有力的传播体裁，针砭时弊的如央视新闻评论部的《焦点访谈》、直面股市的像《中华工商时报》水皮先生之杂文、贴近大众的似北京电视台的《元元说话》等，无一不具有较高的舆论影响效果，因此笔者在评论领域的粗浅尝试，也是希望使本书的众多品牌史实对工商人士而言更具商业价值。

在《品牌新闻》撰写的前期，由于经验、设计等方面欠缺，致使最早的数月只有简短的新闻而无评论，且部分月份并非整10条新闻；后期则由于《中国名牌》变为月刊，为了使新闻更具时效性，而采取了不同以往的以每月15日为截稿日期的取材方式。对于这些体裁上的缺陷所造成的亲爱的读者之阅读不便，笔者在此深表歉意。而要致以谢意的则是我编辑部的同事、更多的经济新闻领域的同仁及以董事长孔繁任先生为首的奇正咨询机构的诸位好友，没有你们的无私奉献，本书是难以面世的。

顾环宇

2003年1月15日于北京

目 录

第一部 2002 年品牌新闻全记录

2002 年十大品牌新闻	1
--------------------	---

[一] 2002 年 12 月 16 日至 2003 年 1 月 15 日	2
---	---

海尔列车专卖开张、五粮液整肃品牌系、吉利借大宇涅槃、蒙牛吸引国际财团、搜狐新闻欲称王、长虹渴望昔日重来、红旗富康降价鸣枪、一汽捷达牌照难上、忘不了敬谢记易宝、柯达彩扩门槛升

[二] 2002 年 11 月 16 日至 12 月 15 日	10
---------------------------------------	----

脑白金转让送礼权、联想坐庄论标准、海信独立服务利润、国美渠道引领大牌、康辉畅游 MBO、长安车载酒香来、康师傅衣锦返台、招行一卡双币藏、香雪海品牌卖百万、英雄叫卖声势大

[三] 2002 年 10 月 16 日至 11 月 15 日	18
---------------------------------------	----

青啤海外输血强身、科龙喜报要研讨、TCL 迷失吴士宏、创维高管登堂入室、乐华渠道变阵临渊、万达海尔共筑屋、东风唤得标致还、华纳唱片防盗新招、小鹰企盼私人飞翔、鳄鱼又咬立邦漆

[四] 2002年9月16日至10月15日26

容声儿童冰箱受宠、海尔全球排名晋级、金义借壳上新市、上汽入股通用大宇、招行盛开金葵花、中青旅手机大派送、中移动添料全球通、婷美内衣中科牌、中永通泰兵和一处、福耀反倾销储备

[五] 2002年8月16日至9月15日34

海尔家居超市卖、搜狐短信童子军、TCL卖路飞利浦、康佳亿元品牌提升、爱迪生品牌代言、健力宝品牌新航线、爱多再一次复出、古井贡借名中榜生、均瑶参股新武航、劝业场后缀家乐福

[六] 2002年7月16日至8月15日41

可口可乐叫卖雀巢、TCL要纳五千贤士、正泰总裁个税百万、搜狐季报慰人心、吉利美鹿兵合一处、科健传播到英伦、联通寻呼应天下、澳曲轻打假代言、九头鸟调查知名、LG扎根长安街

[七] 2002年6月16日至7月15日49

联想投资付学费、格兰仕进京喊冤、上海大众无人及、全聚德鸭子电来烤、罗杰斯更名乐杰士、红旗车主配管家、重啤建吧自斟自饮、鳄鱼漆张嘴咬国标、宝马即将中国造、伊莱克斯冰箱大捷

[八] 2002年5月16日至6月15日58

一汽天汽天人合一、风神无踪蓝鸟展翅、娃哈哈童装图谋、孔府宴标王无价、吉利管理改换门庭、平安百元航空年险、牡丹卡独立游韩国、上海世茂北京售楼、

宗申首摘世界桂冠、耐克广告投影播

[九] 2002 年 4 月 16 日至 5 月 15 日.....66

青啤闪电入台湾、光明掀起“无抗”风浪、健力宝
下注世界杯、奥克斯成本白皮书、西门子公证新鲜、太
太如愿佩丽珠、麦当劳里可刷卡、汇丰花旗不公益、荣
昌洗衣保本加盟、物美超市上下开花

[十] 2002 年 3 月 16 日至 4 月 15 日.....75

联想电脑开端召回、国美镀金空调品牌、科龙传播
惹麻烦、康佳亏损七亿元、太阳神香港易主、用友老总
规模分红、摩托罗拉新语言、肯德基米饭启示录、富亚
表演出人意料、金娃娃重金寻娘亲

[十一] 2002 年 2 月 16 日至 3 月 15 日.....83

海尔落坐曼哈顿、香武仕谎言飘假香、伊利哺乳五
胞胎、美厨面美味不再、新华在线启动引擎、联想拨打
厦华手机、广州富力京城中地、双菱空调当街遇难、波
导辽足战斗队、麦当劳新校新学期

[十二] 2002 年 1 月 16 日至 2 月 15 日.....92

科龙新班底亮相、奔驰就是不让你告、万科保险经
理人、蓝田的耕作与收获、阿里巴巴一元宣言、新浪搜
狐火拼抄袭、长虹老总签名售机、麦当劳进机场出彩、
柯达再降创业门槛、女儿红有了新爹娘

第二部 2001 年品牌新闻全记录

2001 年十大品牌新闻 101

[一] 2001 年 12 月 16 日至 2002 年 1 月 15 日 102

海尔迈过六百亿、夏利引发车价地震、东风合资营销伙伴、健力宝卖给谁了、茅台又推喜事收藏、奔驰武汉遭重锤、东方希望投资雪业、万宝默默退出江湖、奥克斯代言找米卢、伊莱克斯以水洁衣

[二] 2001 年 11 月 16 日至 12 月 15 日 111

乐百氏告别创始人、健力宝要被卖了、万家乐遭遇强买秀、格林柯尔蒸发十亿、富康入世第一枪、本田摩托中国造、麦肯锡筹划南京路、小鸭营销相对论、万德福攀比麦当劳、30° 驳酒中国扮酷

[三] 2001 年 10 月 16 日至 11 月 15 日 120

英雄见证入世辉煌、科龙变迁太折腾、荣事达空降洋总裁、长虹借入世发宣言、春都陨落所为何、吉利有了准生证、华润大举入西南、太平洋挤入北京城、家乐福中国大采购、宏耐地板找人踩

[四] 2001 年 9 月 16 日至 10 月 15 日 128

北极绒以鹅斗鸭、冠生园梦断中秋、云南白药保护中止、婷美演练立体代言、爱多低调现江湖、建业盘下亚细亚、恒源祥天价毛线、海尔启动爱国者、红石闪烁蓝色海岸、女人街移植品牌

[五] 2001 年 8 月 16 日至 9 月 15 日.....137

华远地产回收品牌、网易股票遭停牌、新浪网阳光普照、格兰仕雕牌跑偏、万向收购纳市美企、联想服务第一单、李宁的国际目光、肯德基麦当劳互惠、可口可乐沈阳添彩、大三元美味斋难卖

[六] 2001 年 7 月 16 日至 8 月 15 日.....145

长虹 TCL 争头牌、TCL 邀来韩国美女、张裕携手卡斯特、银广厦大厦将倾、EMS 快送录取通知、吉利誓言不退却、新浪邮箱要收钱、8848 挥别王峻涛、都彭兜售珍藏极品、喜恩开“问诊”里根

[七] 2001 年 6 月 16 日至 7 月 15 日.....154

农夫山泉神随奥运、可口可乐午夜行动、海尔海信打起来、联想豪赌液晶屏、红石潘石屹玩爆破、燕莎获得绿色认证、三越千万买商标、奥迪提供三高座驾、工行交通卡侵权、国通告了麦肯特

[八] 2001 年 5 月 16 日至 6 月 15 日.....163

德隆大鳄浮出水面、新浪王志东去职、海尔动画跨洋争锋、老干妈又起新争端、长城为音乐付费、周庄借 APEC 扬名、百事可乐青岛护伞、麦肯锡危机公关、麦当劳促销惹麻烦、可口可乐电脑攻势

[九] 2001 年 4 月 16 日至 5 月 15 日.....171

实达电脑竟然 ST、PT 水仙股市凋零、裕兴问鼎方正科技、海尔自办科技节、联想今升少帅旗、美的散金谋渠道、伊莱克斯让你积分、中华牙膏老曲新歌、现代

城绿色承诺、富亚要请猫狗代言

[十] 2001 年 3 月 16 日至 4 月 15 日 180

普天上榜声名鹊起、科龙空调论斤卖、珍奥核酸违规夸大、华联鼓励衬衫无盒、海尔海信海外丰收、燕京奔袭青啤老家、希望参股金融业、吉利汽车承载足球、南极人突进羽绒业、UPS 首航到中国

[十一] 2001 年 2 月 16 日至 3 月 15 日 189

猎豹赠车袁隆平、商务通冠名全兴队、名人跳高靠技术、格力亮出真心来、森宝保证先行赔付、海信树价格防火墙、伊利奶粉学院开学、潘石屹造艺术地产、大邱庄流标拍卖前、城乡服务求职学生

[十二] 2001 年 1 月 16 日至 2 月 15 日 198

巨人史玉柱复出、西单华联超市发、苏宁昂然闯北京、创维跳槽案起波澜、茅台酒价随年份、全聚德速递到家、海尔义拍捐灾区、三菱帕杰罗遭禁、切诺基北京不停产、亚都促销眼见为实

第三部 2000 年品牌新闻全记录

2000 年十大品牌新闻 207

[一] 2000 年 12 月 16 日至 2001 年 1 月 15 日 208

长虹精显新开端、科龙打造世纪形象、海尔年销四百亿、搜狐裁员度寒冬、红高粱乔赢遭囚、实德巨额卖球星、可口可乐新装贺岁、三元牛奶喝下卡夫、上汽扩

张胃口大、家和家美拍得飞机

[二] 2000 年 11 月 16 日至 12 月 15 日 216

一汽文化新景观、三九拿 PPA 说事、新夏利紧追赛欧、俞兆林降价有因、视美乐体验成长、仲盛保安年薪十万、老伙计酒当街洒、联邦快递递熊猫、三联借壳郑百文、长虹入粤买三荣

[三] 2000 年 10 月 16 日至 11 月 15 日 225

别克赛欧诱惑巨大、品味大众品位车苑、桑塔纳之高知名度、TCL 彩电营销出新、联洋地产乐于思想、牵手要牵果蔬的手、国美千万买彩电、南极人千人一面、旭日升叫卖茶叶、可口可乐绿化天漠

[四] 2000 年 9 月 16 日至 10 月 15 日 233

格兰仕冲撞制冷业、海尔美国员工来华、科龙瞄上小家电、王府井邻居成家人、杨森要疗兵马桶、李宁盘点奥运赞助、北青又选形象大使、三菱车祸不单行、富亚老总喝涂料、闽华品牌仅值一万

[五] 2000 年 8 月 16 日至 9 月 15 日 243

青啤崂啤一家人、金马天价买奇圣、牛哥是盒壮阳药、联想豪购赢时通、电讯盈科庞然降世、海南航空携长安、海信打造概念店、熊猫与宝洁分手、“傻大姐”菜场卖书、“扬州炒饭”申请商标

[六] 2000 年 7 月 16 日至 8 月 15 日 252

青啤购得沪嘉士伯、华润万科打造航母、金义买断五大连池、李宁又登奥运奖台、天行健清盘关张、全聚

德深圳关店、三九药品大降价、夏利酷暑东南行、跃进
车网上成交、金鹿再购公务机

[七] 2000年6月16日至7月15日.....261

盖中盖广告有麻烦、伟哥替身万艾可、新浪网奥运
夺金、联通海外双上市、可口可乐兵贵神速、网易上市
遇冷脸、北京崇光防患未然、科龙高层再换将、东宝空
调重头再来、大宇拍卖福特占先

[八] 2000年5月16日至6月15日.....271

健力宝慨叹要钱急、步步高请出新使者、科龙小天
鹅齐飞、玫瑰园重出江湖、南德牟其中判无期、袁隆平
的品牌价值、如意集团长城秀、工行柜机播广告、新奇
士大力抢滩、奔驰宝马你不能用

[九] 2000年4月16日至5月15日.....280

长虹高层换将急、农夫山泉出惊言、康赛德悬念终
解、诺基亚编织星网、视美乐投资接力、熊猫拥抱销售
商、绍兴黄酒不再乱称、裕兴新品舞起来、恩威总裁遭
恐吓、东芝拒绝一视同仁

[十] 2000年3月1日至4月15日.....288

乐百氏登上达能号、科龙高层大换班、厦新迎战飞
利浦、松下保单无人接、鹿牌状告“张大民”、新浪网终
入股市、长城拍卖功能键、吉利创建大学城、宝马艰难
卖罗弗、银星陨落中宇受损

[十一] 2000年2月.....296

华侨城宪章出台、创维挖来硅谷人才、亿安闪亮百

元股、联想网络联合品牌、海信空调价格降温、长实触网轰动香港、春兰培训洋员工、搜狐两岁万众听歌、福特通用齐上网、通用盈利精神爽

[十二] 2000 年 1 月.....305

大连足球实德时代、何阳被羁点子遭疑、麦当劳里换月票、裕兴登上创业板、张秉贵成糖果品牌、康佳在美很叫座、科利华革命到底、奥迪 A6 抢贺岁、美国在线并购华纳、柯达邀你当老板

附录.....313

第一部 2002 年品牌新闻全记录

2002 年十大品牌新闻

万科保险经理人
联想电脑开端召回
摩托罗拉新语言
健力宝下注世界杯
一汽天汽天人合一
吉利管理改换门庭
正泰总裁个税百万
TCL 卖路飞利浦
海尔全球排名晋级
青啤海外输血强身