

# 7位国内知名专家评委今亮相

协办:  
**P/ZW.com**  
中国品牌总网

品牌榜



本报讯 “2009 泉州十大优秀品牌营销案例”将花落谁家? 答案下周就将揭晓。

本次活动是由海峡都市报和中国品牌总网共同主办的,从上周开始,评选已正式进入终评环节。此次终评,主办方特别邀请了叶茂中、韩頔和、李光斗、王峻涛、安杰、叶双全、汪成业等7位品牌营销策划专家担任评委。

评委们将根据三大标准对入围案例进行打分,即营销的落地性、角度的创新性、品牌的美誉度。其中,“营销的落地性”,指的是该案例在实施后取得的市场效益;“角度的创新性”,指的是该案例在传统的的基础上是否有自身的独创性和新颖性;“品牌的美誉度”,指的是该案例的推广实施是否能够在消费者心目中形成长期的品牌认可度和忠实度。

据统计,经过初步筛选,目前共有15件案例入围,分别来自ABC童装、八哥板鞋、格林童装、鸿星尔克、利郎、诺奇、匹克、盼盼、柒牌、七波辉、舒华、赛琪、特步、永高人、足友等企业。最终,经过评委们的打分,组委会将本着公平公开公正的原则进行综合统计,得分最高的十件案例,将被主办方授予“2009 泉州十大优秀品牌营销案例”。

## 评委简介



叶茂中

叶茂中营销策划机构董事长、资深营销策划人和品牌管理专家、清华大学特聘教授、南京理工大学工商管理硕士(MBA)研究生导师、中央电视台广告部策略顾问、福建华旗企管咨询机构特聘顾问。叶茂中阳刚如火,善于广告定位,堪称策划之霸,曾服务过柒牌、雅客、大红鹰、白沙、红金龙、金六福酒、长城润滑油、真功夫快餐等品牌,在策划界素有“鬼才”之称,极其擅长企业整体的营销策划和广告运作策划。



韩頔和

北京市自强模范。他发

明了“旗帜飘扬器”,引起国家领导人的关注,使香港回归交接仪式上的国旗及北京奥运会的会旗“无风”飘扬;中国著名表演艺术家牛群当县长后,他负责策划该事件,为安徽蒙城创造了数亿元的经济效益;他策划了中国“牛哥”壮阳药,叫板美国的“伟哥”,创造了保健品市场的销售奇迹;在创建节约型社会、严禁过度包装的大背景下,他发明了极具文化内涵的“韩氏包装”,并已向世界各国申报了专利。



李光斗

著名品牌战略专家、品牌竞争力学派创始人。他出身于市场营销第一线,自1990年开始从事市场营销和品牌策划工作,先后担任全国数十家著名企业的常年品牌战略和营销广告顾问,亲历了改革开放后中国品牌发展的历程,具有丰富的品牌建设和市场营销经验,荣获中国策划业杰出功勋奖,并任北京大学、清华大学、上海交通大学、厦门大学等EMBA品牌学特聘教授,被评为影响中国营销进程的风云人物。



王峻涛(老榕)

6688电子商务公司总裁、互联网协会网络营销专家委员。1999年创办8848网站,该网站自4个人、约16万元人民币起步,迅速发展成为中国电子商务的标志性企业。2002年,老榕创办6688电子商务公司,如今6688已成为中国企业电子商务较大的网上总部基地。而老榕也先后获得“影响中国21世纪的青年人物”、“年度十大IT财经人物”、“中国电子商务10年荣誉奖”等称号。



叶双全

自由营销人,曾在石狮联邦集团招商部负责大型房地产项目,担任过泉州苹果企划公司客户总监和安踏(中国)有限公司营销总监、总裁助理等多家知名企业高管。2004年创建上海双全营销策划机构,曾服务过利郎、舒华、金莱克、吉祥鸟、迪亚多纳、意大利playnow鞋服、法国ELLE Active女装等国内外知名品牌。



安杰

安杰智扬营销策划机构创始人兼首席顾问。安杰智扬是服装、鞋品、家纺等服饰业领先整案专业机构,拥有大量的成功案例,是国内高级营销刊物《销售与市场》公布的“服饰咨询业‘梦之队’成员”;荣获“中国行业十大策划机构”、“中国策划案例金奖”、“2008中国最具影响力策划机构”等奖项。



汪成业

泉州名牌研究会高级顾问、著名品牌营销一线专家、品牌系统化管理学派创始人、财智伟业·成业品牌营销机构创始人、中国品牌总网轮值主席、资深营销与品牌运营管理专家、资深培训师与高级会计师、IMU国际职业经理人,成功包装策划而丝梦、耀利等知名品牌。

## “品牌优势”+“供应商”产业链优势 海尔兄弟赢领中国儿童用品产业发展

2009年8月17日下午,海尔兄弟品牌供应商信息发布会在晋江宝龙大酒店完美落下了帷幕。泉州、晋江、石狮地区的童装、童鞋、包袋,以及面料、辅料等儿童用品领域近400个企业家代表参加了此次盛会,现场举行隆重的签约仪式。这是海尔兄弟品牌在闽南地区首批选定的供应商,包括小玩皮童装、旺仔童装、华坤鞋业以及宏伟(中国)鞋材、龙祥制革等在内的10多家供应商企业。本次发布会旨在利用海尔兄弟品牌优势平台,结合泉州儿童用品产业集群优势,携手供应商朋友实现战略共赢、品牌共赢、财富共赢。

### 赢领中国的品牌

海尔连续7年荣获中国最有价值品牌、享誉世界150多个国家的国际品牌、世界最具影响力100强品牌,已超过日本松下、索尼,作为全球第二大白色家电制造商,2008年品牌价值880亿元人民币,当年营业额超过1220亿元人民币,是中国民族工业的骄傲,是海内外企业家膜拜的圣土,是“国家的品牌”、“民族的品牌”、“国际的品牌”。

大型动画片《海尔兄弟》是海尔集团投资6000万元,历时12年制作的212集动画片,曾经荣获两项大奖:“金童奖”、“金鹰奖”!作为

中国制作的最长的原创动漫代表,经过多年发展及播放,品牌知名度已经初步形成,并且在消费群体中具有广泛的影响力。

前不久,网上有报道“奥特曼”源自中国红山文化“太阳神”,如果说“奥特曼”与“太阳神”的相似是巧合,没有事实根据,那么美国迪斯尼动画电影《花木兰》和《功夫熊猫》的创作播放,则是铁定的事实。

当日本的奥特曼和机器猫风靡全世界,并影响了无数中国儿童时,中国动漫还沉睡不醒,难以跨越海洋。作为中国自主原创动漫代表,海尔兄弟有责任、有义务揭

起中国动漫标杆,超越商业,跨越文化,推动中国动漫快速向前发展。

### 赢领中国的渠道

海尔目前拥有遍布中国县级、镇级、村级的立体销售渠道。全国5200家县级海尔专卖店、23000家乡镇海尔专卖店、100000个海尔村联络站。在得知海尔兄弟在进军儿童用品领域后,海尔终端商表现出了浓厚的兴趣,纷纷提出申请加盟海尔兄弟品牌。目前从华融集团厦门海乐园动漫产业有限公司了解到,已有1500家海尔零售通过了海尔兄弟品牌的加盟店资格审核。

### 赢领中国的文化

动画片《海尔兄弟》一直以阳光健康的形象、寓教于乐的科普宣传方式得到儿童及家长们的喜爱。“海尔兄弟”形象代表了聪明、勇敢、智慧,而这正是中华民族的精髓所在,引领中国儿童树立正确的人生观和价值观,为祖国的花朵创造一种自信、自强、勇敢、快乐的生活方式。

在进军儿童用品产业后,海尔兄弟将用“润物细无声”的方式,通过一流的产品和一流的服务,为中国儿童营造一种积极向上、快乐向上的生活方式,潜移默化地引导和提升中国儿童正确的

人生观和价值观。

### 充分整合、利用泉州供应商资源

海尔兄弟品牌总策划、财智伟业营销策划机构负责人汪成业指出:“作为中国最大的童装、童鞋设计生产基地,以及面料、辅料生产、加工基地,泉州拥有独一无二的儿童用品产业集群优势,海尔兄弟此次与供应商的合作,不但可以为双方实现资源共享,优势互补,而且为本地的童鞋、童装等儿童用品企业探索新型品牌发展模式提供了借鉴和参考,促进本地儿童用品企业快速向前发展。”

聖豐佛品雕藝  
清淨 如法 神聖 莊嚴  
电话: 0595-87522222

财智伟业策划  
CAIZHI WEIYE WISEMINDING  
品牌营销专家  
联系: 0595-22265129 http://www.cczwy.com

赢领中国  
海尔兄弟  
诚邀童装、童鞋生产企业战略共享  
咨询热线: 0592-5353045 5353049  
华融集团·厦门海乐园动漫产业有限公司