

至精船管： 伴随信息时代升级品牌主张



至精船管董事长兼总经理 汪永健

此次荣获“2016 中国品牌影响力 100 强”，主要得益于至精船管在品牌建设上做到了坚持和创新的有机结合。伴随着信息时代的来临，至精的品牌主张已发生了悄然转型和升级。此次获奖既是对公司发展实力的肯定，更是对未来前景的激励。

张洁民

日前，上海至精国际船舶管理股份有限公司凭借为船东提供安全优质的技术管理和船管服务，荣获“2016 中国品牌影响力 100 强”奖项。其精益求精的品牌理念受到了“2016 中国品牌影响力评价成果发布活动”主办方及评委专家的高度认可。

至精船管董事长兼总经理汪永健作为获奖企业代表在活动上发言时表示，此次荣获“2016 中国品牌影响力 100 强”，主要得益于至精船管在品牌建设上做到了坚持和创新的有机结合，升级成为了“智慧供应链解决方案提供商”。伴随着信息时代的来临，至精的品牌主张已发生了悄然转型和升级。此次获奖既是对公司发展实力的肯定，更是对未来前景的激励。

汪永健说，在信息文明的时代背景下，至精船管将在现有船舶管理、船员服务、物资贸易的基础上，向多元化发展，并依托集团公司的全球物流网络和成功管理经验，搭建供应链业务运营平台、供应链管理服务平台、供应链信息咨询平台，推广和应用“智慧供应链”理念，为合作伙伴提供商流、物流、信息流、资金流“四流合一”的整体供应链解决方案。

据悉，上海至精国际船舶管理股份有限公司已于今年上半年成功登陆新三板，此次在中国品牌影响力评价成果发布活动上获得肯定，表明至精船管的发展前景广阔、品牌战略不断升级，已经得到了行业及品牌价值评估机构的一致认可。

“2016 中国品牌影响力评价成果发布活动”期间，汪永健还就品牌建设、社会公益、发展战略等问题表达了看法。业内人士认为，至精对品牌的清晰定位，并以差异化的品牌策略积极顺应时代变化，这让企业能够更加贴近时代脉搏和市场需求，真正实现转型和升华。

以武术的魅力 赢得世界

——记国际功夫联合会主席傅彪



国际功夫联合会主席 傅彪

武术源于中国属于世界，属于体育高于体育。武术是思想与肢体的结合，还是一门提振全人类精神意志的科学技术。

钟凯

从1990年少林寺下山满怀激情怀揣170元赴京办学，到今天在国内外开设了十余所武术学校，在校生8000余人。国际功夫联合会主席傅彪的创业史就像一部传奇。

资料显示，傅彪原籍重庆开县，中国改革十大杰出人物，现任联合国友好使者、中国武协特邀副主席、国际功夫联合会主席、全球金融集团董事长兼总裁（旗下有：全球电视台、全球功夫网、全球创业网、全球功夫杂志、北京少林武术学校总部教学区、第一教学区，上海、山东、江苏、山西、陕西、海南、河北等馆校，美国、俄罗斯、英国、马来西亚等分校）、浪漫美人（北京）电子商务有限公司CEO、北京抗大光荣传统研究会会长。

为拓展武术教育市场弘扬中华武术文化，傅彪到处奔走。从北京大兴西红门到昌平花塔和平寺，从昌平自行车赛场到回龙观一路走来。1999年5月18日，北京少林武术学校新校落成之际，多位领导前来植树助成。从此，北京少林武术学校进入高速发展期。

据介绍，傅彪在国内外开设了十余所武术学校，在校生8000余人。学校表演团参加了奥运会、世博会等大型国际盛会的演出，在央视春晚连续三年精彩亮相，多次随同国家领导人出访欧美、东南亚等国家和地区，展示中国功夫。每年有数以万计的国外游客来校参观，欣赏中华武术表演。北京少林武术学校，已经成为弘扬中华武术文化的一面旗帜。

为了进一步在世界范围内弘扬中华传统武术文化，2009年初，北京少林武术学校联合中国网库，创办了功夫类媒体——全球功夫网和全球功夫杂志，致力于将全球功夫网和全球功夫杂志打造成为展示中华民族文化的平台，进而引领全球功夫文化最新潮流。

2010年10月，傅彪在出席纪念联合国成立65周年庆典活动与联合国秘书长潘基文进行交流时表示，希望联合国能够助推武术全球化，支持武术早日进入奥运会，使这一项优秀中华民族文化的瑰宝成为世界人民的优秀文化。

在成功创办全球功夫网的基础上，傅彪再次向网络传媒业纵深发展。经过半年的网站建设和试运营，全球创业网和全球电视台于2010年正式上线。该网站的开通为创业者增添了一个强有力的传播平台，也提供了一个便捷的窗口。

2012年初，在国内外武术功夫界人士的共同努力下，国际功夫联合会正式成立，傅彪被推举为首任主席。国际功夫联合会旨在以各种可能的形式在国际上推动和鼓励发展武术功夫、少林功夫、散打、太极、气功等运动，在世界范围内弘扬推广武术功夫文化，不断提升社会形象、社会影响力、社会知名度和社会价值，推动和鼓励发展国际交流。促进会员协会之间的合作、友好关系及相互了解。通过功夫竞赛和健身，提高世界人民的健康水平。

为了促进世界各国武术运动员和武术爱好者的交流，让全世界了解中国武术文化，在“大武观”的思想指导下，傅彪于2011年策划并组织发起了首届北京国际武术文化交流大会暨北京国际功夫交流大会。经过六届的锤炼，武交会已经发展成为国内外武术活动顶级品牌，吸引了海内外数万名武术爱好者前来参赛，是全球武术赛事中参赛国家、参赛队伍、参赛选手最多的国际武林盛会，国际影响力与日俱增。特别是第六届武交会在莫斯科成功举办，在“一带一路”的战略指引下，开启了武术丝绸之路的新篇章。

傅彪表示，武术源于中国属于世界，属于体育高于体育。武术是思想与肢体的结合，还是一门提振全人类精神意志的科学技术。文化的提升可以升华一个民族的思想，武术功夫的振兴则可以提振一个国家的民族精神。习武之人要不断提升思想理念、文化修养、精神境界、功夫技艺，从而升华每个人的社会责任感、社会影响力、社会知名度、社会价值观、社会形象、社会地位、人格魅力。一千条华丽的语言不如一个行动，我们要用实际行动去推动武术事业的发展，让全球人民享受武术带来的健康与快乐。

微廉美： 构建“互联网+”自主品牌模式

于强

2016 中国品牌影响力评价成果发布活动于 11 月 10 日至 11 日在京举行。北京微廉美商贸有限公司在该活动中荣获“中国微商足贴最具影响力民族品牌”奖项。该公司董事长赵立红对此表示，每个企业都有自己的品牌发展路径，微廉美选择的是“互联网+”自主品牌道路，以小投资、低利润、多渠道，与客户互动交流和更灵活多变的微信营销模式在短时间内建立起自己的品牌知名度，正是“互联网+”自主品牌商业模式背景和互联网发展的浪潮下，网络电商迎来了政策和市场双重叠加利好的具体表现。

据赵立红介绍，北京微廉美商贸有限公司成立于 2015 年，是集养生产品研发、生产、销售为一体的健康产业集团公司。公司响应国家治未病的理念，致力于研究体外祛湿排毒、养生保健，调理人体亚健康状态。

作为第一家建立自己微商学院的微商企业，以微廉美的产品以生产、销售、研发有机统一的“一体化”模式进行营销。自主研发带有微商控价系统的产品销售网络遍布全国，外派业务团队、地方代理商、加盟代理形成了以产品 OTC 推广、公司连锁，自然人为主的销售团队。

在市场营销和售后服务方面，微廉美制定的约定价格体系规范了市场环境，保护客户利益的同时保证产品的品质和疗效及手续合法规范，还可以用最短的时间解决问题，使代理商没有后顾之忧，设立的健康热线能及时化解消费者在使用过程中出现的各种问题。

在创新经营的同时，微廉美在社会公益方面也做了许多工作，为失业人员解决就业问题，改善生活状态，并在企业文化中树立公益意识，促进组织及团队提高社会责任感。



北京微廉美商贸有限公司董事长 赵立红

每个企业都有自己的品牌发展路径，微廉美选择的是以小投资、低利润、多渠道，与客户互动交流和更灵活多变的微信营销模式在短时间内建立起自己的品牌知名度，正是“互联网+”自主品牌商业模式背景和互联网发展的浪潮下，网络电商迎来了政策和市场双重叠加利好的具体表现。

五粮液： 弘扬传统文化 传承工匠精神



五粮液集团董事长 唐桥

作为中国白酒和中国酒文化的典型代表，五粮液积极深入践行“一带一路”和中国文化“走出去”战略，不仅在中国举办的世界盛会中频频亮相，更是通过各种大型国际活动向世界传播白酒文化。未来，五粮液将精准把握“新常态”战略契机，凝聚最广泛的人心和力量，提速白酒国际化，让“五粮酿造”闪耀全球。

杜强

近日，五粮液“耀世之旅”全球文化巡展在北京上演收官之作，来自华北地区企事业单位、高校、文化界、体育界、媒体界以及商界等近 400 余位知名人士，齐聚一堂，分享五粮液百年世博荣耀，共同探讨民族产业如何继承发扬工匠精神，让“中国制造”闪耀世界。

五粮液集团董事长唐桥在本次活动上表示，作为中国白酒和中国酒文化的典型代表，五粮液积极深入践行“一带一路”和中国文化“走出去”战略，不仅在中国举办的世界盛会中频频亮相，更是通过各种大型国际活动向世界传播白酒文化。未来，五粮液将精准把握“新常态”战略契机，凝聚最广泛的人心和力量，提速白酒国际化，让“五粮酿造”闪耀全球。

中国食品工业协会常务副会长刘治介绍了中国食品工业的发展现状，他表示，食品工业是我国国民经济的支柱产业，无论是在国际食品行业，还是国内工业中，均是第一大产业。改革开放以来，五粮液得到快速发展，成为中国白酒行业的领军企业。多年来五粮液恪守传统工艺、秉承匠心品质，不仅获得国内消费者的好评，更赢得了国际市场的认可。

五粮液集团公司总经理、股份公司董事长刘中国在美食品鉴环节中表示，从 1915 年巴拿马万国博览会崭露头角到 2015 年米兰世博会续写辉煌，这一百年来，五粮液人坚持“守诚信、做极致”，用执着的追求演绎着工匠精神的内涵，用生动的实践书写着世博传奇的篇章。面对新的百年征程，五粮液将一如既往地积极担当起推动民族品牌国际化发展重任，扛起“中国制造”的大旗。

活动现场发布了五粮液“百年世博 世纪荣耀”收藏酒北京站的认购号段 8778—9999。