

志高启动“超级品牌日” 加速打造世界级企业

第二届中国制造创新发展论坛暨志高4.19超级品牌日启动大会日前举行

从邀请国际巨星成龙强势代言、空调产品线的全面智能化布局，再到高频次高端规格的全球会议推广……近几年来，一系列举措助力志高在品牌高端引领道路上高歌猛进。

4月19日，“让中国制造再次伟大”2018第二届中国制造创新发展论坛暨志高4.19超级品牌日启动大会在北京人民大会堂举行。志高集团董事局主席兼总裁李兴浩与志高形象代言人成龙联手启动了“志高4·19超级品牌日”活动。李兴浩表示，希望此活动能够引领志高品牌走向世界，成为中国优质产品的符号。



志高4.19超级品牌日在北京启动。

参与全球竞争 塑造中国制造的新时代形象

当日，一众专家、嘉宾等在现场纵论新时代下的制造业转型升级与品牌高端化之路。“创新力不足，国际竞争自然处于劣势。”著名经济学家、中国经济学界泰斗高尚全在现场作为题为《改革开放四十年与中国制造业发展》的主旨演讲时说，目前中国制造业急需创新驱动，面对国际风云变化的政经局势，只有时时创新，才能真正地走向国门，才能让中国尽快地走向世界的中心。

李兴浩在论坛上表示，中国制造需要重塑汉唐时期的辉煌，需要积累沉淀的东西很多，需要更多中国制造业企业的参与推动，不仅要求产品技术的创新，还包括工匠精神、传统文化、品牌价值等软实力的输出，

做强做大中国空调高端经济，“让中国制造再次伟大”。

“站在企业经营者的角度，每一家企业都应该在新时代下有所担当。”李兴浩表示，做实体经济，不仅是为了企业本身的盈利、发展，更要为了国家经济发展参与全球市场竞争，持续提升国家综合实力，要塑造中国制造的新时代形象。面对中国制造在未来十年正大有可为的“黄金时代”，中国每个制造企业都有必要真正深入了解不同市场，做出跨越时间、跨越空间的好产品、好品牌。一切升级离不开制造，这是实体经济的根，也是未来品质化、个性化、高端化消费升级，以及智能化、数字化、信息化制造升级的基石。

抢抓发展机遇 占“一带一路”沿线国家10%份额

在“中国制造2025”、“一带一路”等时代背景强力推动下，企业如何额紧抓机遇，迎来发展高峰？

对此，李兴浩在论坛上指出，志高正践行中国制造由大到强的初心，挺起“中国制造”脊梁，用实际行动参与世界经济竞争。站在“中国制造2025”伟大变革和中国改革开放四十周年的历史风口，志高将继续乘风“一带一路”主航道加速出海，做强做大中国空调高端经济，“让中国制造再次伟大”，成就志高世界级企业的目标。

面对“一带一路”建设的深入推进，作为在“一带一路”沿线最早进行市场布局的家电企业之一，志高更在当地重点推广其自主品牌。目前“一带一路”沿线国家中，每10台空调就有一台是志高制造。李兴浩表示，“一带一路”地区是志高自主品牌进军全球市场的桥头堡，未来志高将争取在“一带一路”沿线国家乃至全球有志高空调销售的区域，都开设一家志高智能云+体验馆，塑造“中国制造”的新时代形象。

大国品牌，质量为先。品

质这一关键词也成为当天论坛上讨论的焦点。李兴浩表示，随着消费升级和经济结构的变化，品质已经成为中国制造新的追求。“品质革命”成为中国制造提质升增效、从大到强的新动力，也成为家电行业转型升级的不二之选。

数据显示，2017年志高空调实现营收107.365亿，同比增长15.4%。其中在“一带一路”国家，志高所占的市场份额为10%左右；在欧盟市场累计销量排名第三；对美国出口量持续三年翻番，2017年更是实现同比增长140%。

做大做强自主品牌 打破全球化扩张边界

当天，李兴浩与成龙联手重磅启动“志高4.19超级品牌日”，标志着志高空调正式打响2018年旺季狂欢全面启动的第一枪，向外界充分展示出志高的强大自信、市场影响力和竞争主动权。

近年来，家电行业各类“超品日”层出不穷，依附于家装旺季、五一、十一等黄金节点的超品日更成为品牌厂商的惯用把戏，如何做到紧跟时代潮流与消费者需求变化，又在根本上推陈出新，这是志高的独到之处。

志高4.19超级品牌日不同于其他品牌根植于京东“618”、天猫“双11”等纯电商平台举办的品牌日联合大促，而是真正以单个制造企业为绝对主角的高端品牌消费专场。此次志高4.19超级品牌日将集中所有资源从线上电商、连锁

卖场、传统渠道进行全渠道引爆，简单地说，志高“419”不仅是一个单纯零售IP大促，而是真正由制造企业打造出贯通产品、品牌、技术、营销各种资源的空调品质消费节点。

面对当前从中国制造向高端制造、从产品出海向品牌出海的新形势，志高近年来不断加强对自身品牌建设、品牌营销、品牌创新等方面的投入，从邀请国际巨星成龙强势代言、空调产品线的全面智能化布局，再到高频次高端规格的全球会议推广、产品及服务多次夺得空调擂台赛冠军，均助力志高在品牌高端引领道路上高歌猛进，不断实现市场抢占、智能占位、品牌霸位。

“志高4·19超级品牌日”启动，正是一场由制造企业打造出贯通产品、品牌、技术、营销各种资源，具有一定历史标

杆意义的空调品质消费节点。

著名经济学家、中国经济学界泰斗高尚全指出，中国空调从来没有像今天这样纵横全球市场、争霸产业制高点，中国品牌崛起、外资品牌没落已经不可逆转，一反一正、一进一退折射出中国空调产业格局改变，直接影响的是世界空调业发展进程。从这个角度来看，志高做大做强自主品牌，全球高质量扩张，担当起中国制造的历史责任感、使命感、集体荣誉感，其所突破并非仅是自主科技、产品创新发展的局限，还有打破空调产业全球化扩张的边界，增加中国品牌的含金量和世界溢价，成为世界空调“中国制造”的最佳脚注。

撰文/摄影 陈志健
通讯员 贺子珍



与会嘉宾在认真听讲。