

(杉杉集团)杉杉集团有限公司怎么样？

内容导航：

一、双鹭药业博客杉杉集团有限公司怎么样？二、st中华重组郑永刚艺术签名怎么写？三、明日股市预测新能源板块个股有哪些四、新股申购方法中国西装品牌前十名分别是哪些品牌？五、天津劝业场杉杉来了风腾集团在现实中是那个公司六、阳普医疗杉杉来了经典语录

一、双鹭药业博客杉杉集团有限公司怎么样？

简介：杉杉集团有限公司于2009年02月10日在宁波市鄞州区市场监督管理局登记成立。法定代表人郑学明，公司经营范围包括服装制造、加工；预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）等。

法定代表人：郑学明

成立时间：1994-06-28

注册资本：23452.77万人民币

工商注册号：330212000083050

企业类型：有限责任公司(中外合资)

公司地址：浙江省宁波市鄞州区首南街道日丽中路777号26层

二、st中华重组郑永刚艺术签名怎么写？

与世纪的早晨同行——宁波杉杉集团有限公司CI导入案例

今天，我们已经能够平静地叙述和探讨杉杉围绕着导入和运作CI而发动的系列公关行动，对此，很多媒介曾将它们称之为“杉杉现象”。

一、背景：调查与启动

从1989年杉杉（当时的甬港服装厂）电视广告打西服品牌，走名牌战略的路子，一直到1993年，杉杉西服销售额达到2.54亿元，五年时间杉杉创造了一个中国西服名牌。与此同时，企业和品牌如何向更高层次发展，作为一个新的重要的课题，摆在

了企业的面前。决策层在思考，当企业和品牌籍实力和宣传手段到达一个发展的相对高峰时，企业如何才能获得新的动力，如何以这个相对高峰期为起点，得到迅速发展，赢得未来的成功？怎样让品牌得到提升，企业到底该按什么样的模式发展？杉杉的决策层一直关注着竞争中的危机与契机，寻觅着企业发展的新的突破点。

与此同时，经过市场调研发现，尽管杉杉集团和杉杉品牌的形象在全国市场已经初步得以确立，但仍不巩固。尤其是在华北、东北市场的影响力和扩张力还不够强大。据北京市场的调研数据显示：

- 1、40%以上的人知道杉杉西服，且绝大部分是从广告，亦即大众传媒获得信息。这说明了杉杉在该地区广告投入的效果，同时也提示出个人资讯传递的不足。
- 2、被调查者对杉杉西服的其他概念仍普遍模糊，乃至很多人认为其产地是上海、北京或台湾。
- 3、对杉杉集团的概念，95%以上的人闻所未闻，对企业标志、企业理念之类则所知更少。
- 4、曾经购买过或明确表示购买意向的不足5%。
- 5、初步结论：目前在大众印象中，“杉杉”只是西服的一种品牌而较少整体丰满的集团概念，缺乏鲜明的形象和品味，因此没有强烈的号召力，尚未造成公众的偏爱或认牌购买心理。

从竞争品牌来看，国外如皮尔·卡丹、金利来、观奇洋服等，皆挟洋自威，无论是广告策划还是形象塑造都先声夺人，在中国市场上抢占了较大份额。而国内的一些品牌在市场竞争中的营销策略和手段，尚处于价格竞争等低层次的水准。因而，杉杉集团在广告和公关策略上应突出体现企业的整体化形象，突出企业自身的文化意蕴，使企业性格、品牌性格和产品性格得以统一、升华并广为人知。

一个偶然的的机会，杉杉找到了一家资深策划公司台湾艾肯形象策略公司。当时，艾肯公司已成功地规划了国宝集团、中兴电工、统一工业等数十家涉及各种产业的企业CI，艾肯不仅在使这些企业获得重新发展的动力的过程中获得了大量的经验和有效的方法，更重要的是，艾肯已开始潜心研究推广中国式的CI模式，即本土化、本质化的CI模式。艾肯的CI模式，从民族特性、文化取向、精神特质上，已十分接近杉杉正在寻找的突破模式。因而，杉杉艾肯很自然地握手合作导入CI。

1994年初，杉杉集团确立了导入CI的计划，由总裁郑永刚作CI决策委员会召集人，副总裁郑学明担任主任委员，企业形象策划部部长王仁定担任此计划关键人总干事

。

经过艾肯公司和杉杉CI委员会的共同筹划，把杉杉导入CI的目标确定为：

- (1) 定位并提高企业形象，创建一流的企业经营文化系统。
 - (2) 创造第一，系统科学地进行有形资产和无形资产的经营，提高综合竞争能力
- 。
- (3) 提升品牌地位，引导实业部门向更多的领域发展。

至此，杉杉集团斥资200万人民币，整体导入CI，也开始了以后将出现的那个公关行为和序幕。

二、导入CI：企业精神、品牌宗旨和商标标志等的确立

《大不列颠百科全书》中“杉”的条目注：杉科常绿球果类乔木，原产于东亚。树高可达50米，树围可达5米左右，是很好的材用树种。

杉树，伟岸挺拔，英俊潇洒，生命力极为旺盛，它与中华民族五千年文明史积淀下来的坚韧不拔、蓬勃向上、生生不息、挑战未来的精神内核和谐一致。而面对世纪交替、体制转轨的企业发展重要阶段，杉杉集团不仅要整塑恒久弥新的品牌，而且要营造涵义丰蕴的企业文化，建立起经营集约化、市场国际化、资本社会化的现代化国际化产业集团。正如总裁郑永刚之论断：“今天的杉杉已经超越以品牌宣传为第一要旨的阶段，未来的竞争更重在企业形象”。

据此，杉杉集团确立了“立马沧海，挑战未来”的企业精神和“奉献挚爱，潇洒人间”的品牌宗旨；确立了“我们与世纪的早晨同行”这一对外诉求标语。从而，从自身的品牌诉求出发，紧扣21世纪“环保、生态平衡、绿化”的世界性主题，把杉杉品牌提升到与人类生存处境息息相关的高度，确定了杉杉企业及品牌在社会中的位置和宣传定位。

杉杉集团标志以音译“ShanShan”及象征中国特有杉树“CHINAFIRS”作为设计题材，并将大自然的意蕴融入设计，以“S”字体象征有如流水般生生不息，杉树则有节节高升之意。

杉杉标志色彩规划采用自然沉稳的青绿色与象征现代清新的水蓝色搭配组合，视觉上令人耳目一新、生动有力，象征杉杉集团如青山绿水般永无止境。

结构上以两个S作阴阳曲线之拓展变化，意谓杉杉集团由单一西服迈向多元发展。而耸立挺拔的杉树图形，令人一眼即能联想到杉杉从传统到现代的串联，更象征集团创新突破的成长，以实现杉杉创中国一流世界名牌的企业目的。

并且，全面设计制订了杉杉集团企业识别系统。

三、执行：杉杉CI的推广和深化

1、经过CI整合后的杉杉集团

1994年6月28日，杉杉正式成立集团公司，并召开了盛大的杉杉集团CI标志发表会，向社会公众广泛告知新的集团标志。同时，通过建立CI走廊和全体员工累计平均8小时的培训，使广大员工深感企业发展即将进入一个新的高峰，集团员工的凝聚力和积极性被进一步调动起来。企业的中短期发展战略,因为有了CI工程系统的指导,也在紧张地筹划和确立。

1994年6月28日也是一个里程碑。它标志着杉杉从品牌期全面进入形象期。在很短的时间内，所有的杉杉电视报纸广告、灯箱、霓虹灯等，都换成了统一的全新的杉杉标志和企业精神用语，专卖店（厅）外观和内部布置也经过重新装璜和设置，以焕然一新的面貌出现，企业形象的推广宣传全面启动。在杉杉吉祥物命名过程中，在全国杉杉分公司地区刊登征集吉祥物命名信函后，立即得到了社会各界的热情回应，共收到30余万封回信。这种巨大的热情除了公众对成长的杉杉一向关注，对杉杉品牌一向信赖外，在很大程度上依赖于公众对导入CI之后的杉杉充满了希望，很快接受了焕然一新的杉杉新形象。

在销售方面，杉杉加大了推行企业新形象的力度，以《专卖店手册》来要求各地的专卖店服务，从顾客走进店门到送顾客离去、从员工到店准备营业到下班离去，都有明确的规定，使全国各地的消费者都能享受到杉杉统一、规范的优质服务。

2、BI行动的开展

杉杉集团经过对VI视觉识别系统的推广后，在1995年展开了在MI整合统筹下的BI运作通过一系列有杉杉特色的公益活动，提高了杉杉集团投身公益的社会美誉度和品牌形象张力。

1995年3月初，杉杉推出了精心设计，由环环相扣的四个环节组成的BI行动。首先，3月11日在北京香格里拉饭店举行了以“我们与世纪的早晨同行”为主题的CI发表会，全面大规模地向公众推介CI开展的成果，同时还进行了体现杉杉理念和标准色彩的时装表演。第二个环节是当晚杉杉集团和中央电视台联袂推出‘95植树节大

型文艺晚会“我爱这绿色家园”，从而紧扣21世纪的人类危机问题绿化、环保的主题，把投身绿化、关心人类生存作为企业的行为特征向公众告知。第三个环节是杉杉独家赞助的，以绿化为主题的全国性海报张贴，赠送绿化宣传卡、宣传帽等活动。第四个环节是杉杉集团在上海、南京、杭州、苏州、青岛、合肥、武汉、南昌、西安等城市的分公司，在杉杉企业形象策划部配合下，同时推出“让大地披上绿装”的绿化宣传活动，涉及全国29个省、市、自治区，从而把此次BI行动推向高潮，让更多的人来关心绿化环保问题，让更多的人知道杉杉的企业行为，从而提升企业形象。

在竞争的时代，企业如不能鲜明地表达个性与企业特点，不注重与市场、社会保持一种良好的依存和沟通关系，难免会落伍。杉杉运用CI战略，依靠鲜明的形象与独特的行为做到了这点，于是“我们与世界的早晨同行”、“立马沧海、挑战未来”、“奉献挚爱、潇洒人间”等企业口号在潜移默化中得以深入公众心田。

紧接着，杉杉“绿叶情深”万人签名等北京行动，在长沙等几个城市也成功进行，使更多的潜在消费者记住了杉杉的企业行为。1995年10月，'95国际F1摩托艇大赛在美丽的杭州西湖举行。为了避免在比赛中可能造成的西湖环境污染，杉杉集团捐资50万元成立“西湖绿化环保基金”。号召全社会都来关心、爱护西湖这一天堂明珠，关心美化我们共同的生存环境，进一步提升了杉杉集团的社会美誉，赢得了广泛良好的口碑。

同时，凭籍CI导入，杉杉还逐步建立起富于企业特质的经营文化系统。

杉杉在MI的整合下，以绿化环保为切入点，成功地实施了BI行动，极大地提升了企业形象，牢固地构筑了杉杉特有的经营个性，为杉杉向更高层次的现代化、国际化企业方向迈进，奠定了具有深远历史意义的基础。

四、评估：CI之于杉杉

1、通过充分利用首都北京这一全国政治、文化、经济中心“居高声远”的独特地位，较高的人文素质及电视、广播、报纸共128家新闻媒体的有力传播，将杉杉集团从自身品牌诉求出发，投身“绿化环保”这一21世纪重大主题的企业行为特征广泛告之公众，确立了杉杉在社会和公众中的绿化环保代言人的地位，表现了杉杉企业现代、清新、富于社会责任感的优美形象，极大地丰富了杉杉品牌的文化内涵，提升了社会美誉。

2、通过客观、系统、科学的CI导入及深化推广活动，促进了企业发展战略的沿革和完善，使杉杉集团逐步建立起富于特质的企业经营文化系统，并以此为依托，走上了有形资产和无形资产相结合的企业发展新路。据有关权威机构评估，导入CI后

，杉杉品牌的无形资产价值迅速升值，已达到2.2亿元人民币，成为企业自身的又一笔巨大财富。

3、导入CI，极大地提高了杉杉品牌的影响力和认知度。据调查资料显示，杉杉集团和品牌的认知率，在华东和华中市场，已从1994年初的50%上升至1995年末的92%；在华北和东北市场，从1994年初的6%迅速上升至1995年末的23%左右；使这两大原本薄弱的市场得以迅速开辟，并辐射到更为广泛的西北、西南等市场，从而使杉杉品牌作为全国性品牌的地位进一步确立。与此同时，杉杉集团的销售额从1993年末的2.54亿元上升至1994年末的4.5亿元和1995年末的8.49亿元，实现了持续跳跃式发展，体现了杉杉CI的巨大功效。

4、凭籍导入CI的扩张效力，杉杉集团以服装服饰为基础产业，迅速向金融、期货、证券、交通运输、房地产和高新技术等产业拓展，目前已在全国建立分、子公司38家，1996年预计可实现销售收入12亿元，利税1.8亿元。CI的持续功效，使杉杉呈现了更加朝气蓬勃、活力非凡的发展态势。

5、杉杉集团的CI导入，创造了中国的CI，富于鲜明的民族特色，成为中国CI领域的范例。它标志着中国企业对CI的理解和实践达到了一个新高度。正如中国纺织总会会长吴文英同志之评述：“杉杉集团对CI的认识最深刻，实践最为深入、系统、科学，也最为成功。”1995年10月25日，在北京举行的“21世纪亚洲企业经营文化新设计”暨‘95北京国际CI大会上，来自亚洲各国各地区的CI专家荟萃北京。作为与会的三家中国企业代表之一，杉杉集团就CI导入与运作发表了演讲，受到了与会各国各地区CI领域泰斗的赞赏和肯定。纽约全美平面设计艺术研究院院长、苏黎世世界平面设计联盟国际主席柯林弗贝期先生这样评价杉杉之CI：“作为亚洲企业之新锐，在成功地完成了VI设计的同时，也体现了该领域的系统化、科学化的共同特性具有鲜明的BI个性特征，表现了亚洲企业在CI领域的独创性和成熟性。”

ps：邮件同时发给你了，希望对你有帮助，谢谢。

三、明日股市预测新能源板块个股有哪些

有好多。300274 300457 002531 等等。这样告诉你有什么股，不如告诉你怎么找。如果你用的同花顺，就输入数字94然后回车，会出现板块，然后选择概念指数，寻找新能源，找到后点一下，下面就会出现该板块的股票排名。

四、新股申购方法中国西装品牌前十名分别是哪些品牌？

中国西装品牌排行：雅戈尔西装、杉杉西服、罗蒙西装、报喜鸟西装、金利来品牌、柒牌品牌、九牧、海澜之家、红豆、希努尔

雅戈尔集团创建于1979年，经过近30年的发展，逐步确立了以品牌服装、地产开发、股权投资三大产业为主体，多元并进、专业化发展的经营格局，旗下的雅戈尔集团股份有限公司为上市公司。

雅戈尔西装，它能够在国内西装品牌排行榜中摘得桂冠也是跟它的产品理念有关，因为雅戈尔西装走的是平民化路线，价格实惠，所以会比较多人给雅戈尔西装投上一票。

杉杉集团是杉杉企业中以服装、服饰、纺织品等产业公司为基础构建的时尚产业集团。杉杉品牌是杉杉集团旗下的核心品牌，形成了正装、商务、休闲等系列化产品，产品线已延伸到了女时装、内衣、童装、皮具及家纺等产品领域。

杉杉西服是中国驰名商标,中国500强企业,最具价值的民营品牌之一，能够在西装品牌排行榜在获得靠前的投票，说明实力以及质量是被人们肯定的。

五、天津劝业场杉杉来了风腾集团在现实中是那个公司

你好！

杉杉来了风腾集团在现实中是那个公司

同求

如有疑问，请追问。

六、阳普医疗杉杉来了经典语录

杉杉来了经典语录

- 1、杉杉是个小太阳，浑身充满正能量。
- 2、老板，撑死算工伤吗？
- 3、既然主协议保障了集团利益，我就要保障你的利益，这些赠与，就是让你在最坏的情况下，也至少能获得这些。
- 4、新年快乐，不是祝福，是承诺。
- 5、我要让所有人都知道，这个鱼塘，被你承包了。

- 6、杉杉，你的饭盒！
- 7、虽然工作很重要，但这世界上呢，还有一些事情比工作更重要！
- 8、我的健康就是你的幸福，这话不错。
- 9、封腾的性格啊，不但骄傲，而且还狡诈。
- 10、与天斗，其乐无穷。与地斗，其乐无穷。与Boss斗，其傻无比。
- 11、我对薛杉杉有很多不满意，但是对元丽抒，没什么不满意。
- 12、灰姑娘的春天要到了吗？
- 13、其实之前每一个跨年，我都是一个人在这里看烟花，好不现实的感觉啊，这是在做梦吗？
- 14、这种事情也去问别人，你不觉得丢人，我都觉得丢人。
- 15、薛杉杉你是白痴吗？你就不会放长线钓大鱼？
- 16、薛杉杉，你居然敢罢工！
- 17、妹妹，可人家没拿你当哥哥呀！
- 18、虽然他的解释实在太含蓄了点，太点到即止了点。
- 19、可是经过大学四年同学们聚餐抢食的训练，优雅真的是上辈子的事情了。
- 20、你虽然的确不怎么样，但是其他人更不怎么样。