

2. DACHINA Markendialog

第二届德中品牌对话

BROSCHÜRE
会议手册

06.09.2019 Hamburg | 汉堡

BRAND THINKING IN THE DIGITAL AGE

数字化时代的品牌思维

Die Markenkonzferenz für die DACH-Region und China
一场德语区与中国的品牌盛会

Veranstalter | 主办方

DACHINA
interchange
德中当代中心

CCTV.

ba
brand academy
hochschule für design und kommunikation
university of applied sciences

Mitveranstalter | 协办方


MARKETING CLUB
HAMBURG

 **Mittelstand 4.0**
Kompetenzzentrum
Hamburg

DIGITAL
►VORAUS

Unterstützer | 支持方

 **Hamburg**
Invest

INDUSTRIE
VERBAND
HAMBURG


ivh

 **German**
Mittelstand


CHKD
德国中国商会
Die Chinesische Handelskammer in Deutschland e.V.


CIPA

 **浙江万里学院**
Zhejiang Wanli University

Medienpartner | 媒体合作

DIE ZEIT
VERLAGSGRUPPE


markenartikel

 **CHINA**
BRIEFS
中国快报

 **环球时报**
GLOBAL TIMES
欧洲版


欧洲时报文化传媒集团
GUANG HUA CULTURES ET MEDIA

 **人民日报**
文化 传媒

Sponsoren | 赞助商


AAM

CBCH
CHINA BUSINESS CENTER HAMBURG
汉堡中国商务中心

EAC
Europe Asian
Communication GmbH

Hallstein
ARTESIAN WATER

 **NIO**

OVERSPEED
德国迅达有限责任公司


STEINWAY & SONS

XCHARGE

INHALTSVERZEICHNIS | 目录

4

RÜCKBLICK
首届回顾

6

VORWORT
前言

10

BEGRÜßUNG
致辞

7

**DACHINA
STIPENDIUM**
德中交流奖学金

12

VORTRÄGE
演讲人

8

BEIRAT
顾问团队

14

PANELDISKUSSION
专题讨论会

9

MODERATOREN
主持人

18

VERANSTALTER
主办方

19

MITWIRKENDE
会议组织委员会

RÜCKBLICK | 首届回顾



Dr. Carsten Brosda 博士

Senator für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg
汉堡州文化与传媒部 部长

Eine Marke von globalem Rang aufzubauen ist unter den Bedingungen der digitalen Aufmerksamkeitsökonomie eine besondere Herausforderung. Der Markendialog ist ein hervorragendes Format gerade auch für die Hamburger Werbebranche, um sich mit Experten zu dem Thema zu vernetzen und auszutauschen. Ich freue mich, dass die Brand Academy wichtige Impulse zu Markenkommunikation und -führung gibt. Insbesondere ihre exzellenten Verbindungen nach China sind hier von enormem Wert.

在数字经济时代，打造一个全球知名品牌将面临巨大的挑战。品牌对话提供了一个出色的平台。尤其是汉堡广告业，可以借此机会与众多业内专家建立联系，相互交流。我非常高兴，品牌学院对此次品牌对话的大力支持，尤其该校与中国的良好关系在此发挥了巨大作用。

SHI Mingde 史明德

Botschafter der Volksrepublik China in Deutschland a.D.
前中华人民共和国驻德意志联邦共和国全权大使

Der DACHINA Markendialog ist eine innovative Plattform für den Austausch und die Kooperation zwischen China und der DACH-Region. Menschen aus unterschiedlichen Branchen können miteinander kommunizieren und voneinander lernen, womit sie zur Bekräftigung der Freundschaft beider Regionen beitragen.

“德中品牌对话”是两国交流与合作的创新平台，愿中德各界人士通过此渠道互通有无、互学互鉴，为两国友好事业做出贡献。

DACHINA 德中品牌对话 | Begrüßung 致辞



Dr. Carsten Brosda 博士
Senator für Kultur und Medien
Freie und Hansestadt Hamburg
汉堡州文化与传媒部 部长



Oliver Göbler

Managing Director Germany, Austria & CEE
Montblanc Deutschland GmbH

万宝龙德国有限责任公司 德国及奥地利与中东欧地区 执行总监

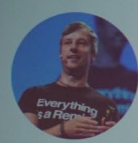
Als globales Unternehmen zeigt Montblanc natürlich auch in China eine starke Präsenz, wodurch wir auch immer mehr chinesische Touristen in der DACH-Region begrüßen dürfen. Daher freut es mich besonders, bei diesem Markendialog dabei sein zu dürfen, der dem kulturellen Austausch in einem zielgerichteten und markenorientierten Umfeld dient.

作为一家全球性公司，万宝龙在中国也拥有着强大的影响力，我们同时也期待有越来越多的中国游客来到德语区。因此，我很高兴可以参加第一届德中品牌对话。在针对性和品牌导向性的环境下为中德文化交流做出贡献。



Moderator 主持人

Panelist 座谈嘉宾



Prof. Dipl. Des.
Michael Jonas 教授



Prof. Dr. Wolfgang
Merkle 教授



Dr. Yun Schüler-Zhou
周云 博士



Wolfgang K.A.
Disch



Prof. (em.) Dr. Dr. h. c.
Bodo Abel 教授



Prof. ZHANG Yiping
张宜平 教授

DACHINA
interchange
德中当代中心

CCTV.

brand academy
hochschule für design und kommunikation
university of applied sciences

Wolfgang K. A. Disch

Mitglied des Vorstandes
Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e. V.
德国品牌研究会董事会 成员

Brand Thinking – der Begriff ist neu, doch er trifft einen sehr alten Tatbestand: Marken sind etwas Gedachtes, es sind Gedanken der Menschen, die zu einer Beziehung mit Marken führen. Der DACHINA Markendialog bietet eine Plattform, diesen Denkansatz wieder bewusst zu machen.

“品牌思维”——虽然是一个新词汇，但恰恰印证了一个很古老的事实：品牌是我们脑海里连接思想层面的潜意识。德中品牌对话为此提供了一个新的空间，重新构建这种思想意识。

Sophie Shao 邵小藕

Chief Marketing Officer
Midea International Business
美的国际品牌 管理总监

Marken sind keine Grenzen gesetzt. Daher begrüße ich, dass der DACHINA Markendialog einen grenzenlosen Austausch von Markenideen und Inspirationen bietet.

品牌无国界，祝德中品牌对话是一次品牌思想与灵感的碰撞，更是一次无国界的交流。



Nora Fehlbaum
CEO
Vitra International AG
Vitra 国际首席执行官



Christoph Isenbürger
Director Uni Marketing/ Uni Operation
for New Brands Europe Alibaba Group
阿里巴巴欧洲新品牌全域营销 / 全域运营
总监



Dr. Yun Schüler-Zhou 周云 博士
Associate Research Fellow
GIGA Institut für Asien-Studien
GIGA 亚洲研究所 研究员



Dr. Gilbert Heise 博士
Leiter Global Brand Management
& Customer Insight / Marke
Volkswagen
Volkswagen AG
大众汽车股份有限公司全球品牌管
理和客户洞察主管

VORWORT | 前言



Liebe Freunde aus der Markenbranche,

nach den überwältigenden, positiven Rückmeldungen zu dem 1. DACHINA Markendialog haben es die Teilnehmer sowie Mitveranstalter stark befürwortet, die Konferenz von nun an jedes Jahr zu veranstalten, um eine hochkarätige Plattform für den kontinuierlichen Austausch der Markenentwicklung in der DACH-Region und China zu etablieren.

Gemeinsam mit über 450 exklusiven Gästen aus der DACH-Region und China möchten wir uns bei der diesjährigen Konferenz über das Thema „BRAND THINKING IN THE DIGITAL AGE“ austauschen. Der Markendialog gliedert sich dabei in die Formate „Unlimitiert“ und „Konkret“.

„Unlimitiert“ befasst sich mit innovativen und zukunftsorientierten Denkansätzen aus der Wirtschaft und Wissenschaft.

„Konkret“ setzt sich mit spezifischen Themen und Erfahrungen aus der Praxis zur erfolgreichen Markenführung in der digitalen Welt auseinander.

Hierbei werden drei Themenbereiche aufgegriffen:

1. Wie verstehen und interpretieren Unternehmen und Verbraucher den Ansatz „Brand Thinking“ innerhalb der Marktwirtschaft? Und wer ist im Unternehmen für „Brand Thinking“ zuständig?

2. Was verstehen wir unter „Digital Age“? Wie verändert diese Epoche das Marketing? Wie lässt sich durch „Brand Thinking“ die Spannung zwischen traditionellen Maßnahmen zur Markenbildung und den Möglichkeiten, die sich aus der Technologie und Verbrauchermacht ergeben, abbauen?

3. Wie können wir bei der Internationalisierung von Marken die Herausforderungen an die Positionierung und Außendarstellung der Marke in unterschiedlichen Kulturkreisen meistern?

Hauptveranstalter der Konferenz sind DACHINA interchange, China Central Television (CCTV) und die Brand Academy – Hochschule für Design und Kommunikation sowie weitere Institutionen der DACH-Region und China.

Der 2. DACHINA Markendialog findet in Hamburg statt, blickt auf die DACH-Region und China und fokussiert sich auf das Thema „Marke zwischen Kultur und Wirtschaft“. Er dient der Markenbildung von Unternehmen und fördert darüber hinaus den Austausch der Kultur zum gemeinsamen Wohl der vier Länder! Ich bedanke mich herzlich bei allen Partnern und Unterstützern,

die durch ihre Beiträge – sei es durch ihre Arbeit hinter den Kulissen oder auf der Bühne – den heutigen Tag möglich gemacht haben.

Zum Schluss wünsche ich uns allen einen erfolgreichen Tag auf dem 2. DACHINA Markendialog!

Prof. Dr. h. c. SHAN Fan

Gründer der DACHINA interchange Management GmbH

Gründungspräsident

Brand Academy – Hochschule für Design und Kommunikation

尊敬的品牌界的朋友们：

2018年首届“德中品牌对话”在德瑞奥与中国两地反响强烈，各地参会嘉宾和各界与会机构纷纷倡议“德中品牌对话”能成为一个每年举办、可以持续了解德瑞奥和中国品牌现状与发展并加强彼此高质量交流的盛会。

今年，第二届“德中品牌对话”的主题是“数字化时代的品牌思维”，活动邀请了来自德瑞奥与中国近450位重要的官方及相关主管部门、行业协会、智库、企业、研发机构、院校和主流媒体等各界代表参加。本届“德中品牌对话”将分为两种形式展开交流：

“无限的发挥”一主要围绕创新和前瞻性的思维方式和学术主张展开讨论。

“具体的交流”一主要探讨在数字世界中，如何成功实现品牌管理的相关实践经验。

由此引出下面三个问题，希望和各位在此展开务实而充分的交流：

1. 企业和消费者如何理解和诠释“品牌思维”这一品牌学科领域里全新的命题？在企业里谁来对“品牌思维”负责？

2. 什么是数字化时代？数字化时代有哪些特点？在数字化时代已经改变了品牌营销的本质之后，如何在“品牌思维”的统领下解决“传统品牌建设的举措与由于技术和消费者增权而释放出来的机遇”之间存在的紧张态势？

3. 我们应如何克服品牌在国际化过程中所面临的挑战，在不同的文化环境中该如何定位，使用哪种对外的表现形式。

“德中品牌对话”是由德中当代中心、中国中央电视台、品牌学院一设计与传播应用科学大学三方主办，众多两地机构协办与支持的高端论坛。论坛立足于汉堡，着眼于大德语区德瑞奥三国和中国，聚焦于处在文化与经济之间的品牌领域，服务于德瑞奥与中国的企业品牌和企业文化，促进生活在两地四国的民众共同交流，共同繁荣！

在此，我衷心地感谢各个单位的支持，谢谢你们在台前幕后的辛勤付出。

最后预祝第二届“德中品牌对话”再次取得圆满成功！

单凡教授、院士

德中当代中心创始人

品牌学院一设计与传播应用科学大学创始校长

DACHINA STIPENDIUM | 德中交流奖学金



Felix LI 李锋

CEO

DACHINA interchange Management GmbH

德中当代中心执行人



Der DACHINA Markendialog bietet Unternehmen aus der DACH-Region und China eine neue Plattform, um sich gegenseitig besser zu verstehen und voneinander zu lernen. Gleichzeitig bildet das DACHINA Stipendium künftig dringend benötigte interkulturelle Markenexperten aus. Beide Projekte ergänzen sich hervorragend, indem sie beide den Austausch zwischen der DACH-Region und China nachhaltig verbessern. Ich bin sicher, dass alle Beteiligten stark von ihrem Engagement profitieren werden.

德中品牌对话为德语区与中国的企业提供了一个互相了解与学习的新平台。同时，德中交流奖学金将培养越来越多的国际品牌应用型人才，两个项目相辅相成，共同将德中交流可持续地向积极的方向推进。我们的德中交流事业一定会让您受益其中！

Interkulturelle Markenexperten für eine zusammenwachsende Welt ausbilden – das ist die explizite Mission der Brand Academy – Hochschule für Design und Kommunikation. Am Ende steht die Vision einer besseren Markenkultur im eurasischen Raum.

Damit ist die Brand Academy der perfekte Partner für die DACHINA interchange Management GmbH, deren überschüssige Einkünfte aus verschiedensten Projekten, die alle auf eine Verbesserung der Beziehungen zwischen der DACH-Region und China zielen, in DACHINA Stipendien für die markenbezogenen Masterstudiengänge der Brand Academy umgewandelt werden.

Möglichst viele junge, talentierte Menschen sollen hiervon profitieren, indem sie sich für eine aussichtsreiche Karriere im Markenmanagement mit Fokus auf DACH bzw. China qualifizieren.

Unternehmen können sich am Stipendienprogramm beteiligen, indem sie die Sponsorenmöglichkeiten wahrnehmen, die DACHINA interchange im Rahmen laufender Projekte wie dem DACHINA Markendialog bietet. Den Sponsoren steht selbstverständlich die Möglichkeit offen, die jeweiligen Stipendiaten selbst auszuwählen.

Haben Sie Interesse, ein DACHINA Stipendium zu sponsern? Dann kontaktieren Sie uns unter: stipendium@dachinainterchange.org

Wir helfen Ihnen gerne weiter.

当前，世界全球化发展的趋势越来越明显，培养跨文化品牌专家一直是品牌学院——传播与管理应用科学大学的使命。我们期望在欧亚地区构建更好的品牌文化。因此，品牌学院是德中当代中心最完美的合作伙伴，即德中当代中心的所有收入盈余将全部用于德国品牌学院提供的品牌应用型人才硕士学位奖学金。

我们希望尽可能的使更多年轻、有才华的优秀人才（学生）从中受益，同时也为企业不断地培养熟知德语区与中国的国际品牌管理人才。

企业可以以参加和赞助德中当代中心的系列项目的方式，如德中品牌对话，加入到我们的奖学金计划中。奖学金的受益人也可由企业指定安排。

欢迎您成为德中交流奖学金的赞助单位。如果您想了解更多关于德中交流奖学金的计划，请您通过以下方式和我们取得联系。

邮箱地址: stipendium@dachinainterchange.org



Dr. Uli Sigg
乌利·希克 博士

Ehemaliger Schweizer Botschafter VR China, Nordkorea & Mongolei
Gründungspräsident der Wirtschaftskammer Schweiz-China
前瑞士驻中国、北朝鲜、蒙古大使，瑞士 - 中国商会创始会长

Für mich haben Marken sowohl wirtschaftliche als auch kulturelle Aspekte. Der DACHINA Markendialog gibt den Menschen aus der DACH-Region und China die Möglichkeit, sich intellektuell und praktisch mit dem Phänomen „Marke“ auseinanderzusetzen. So werden ideologische Differenzen vermieden und die Menschen auf einer praktischen Ebene miteinander verbunden.

对于我来说，品牌既可以从经济角度也可以从文化角度分析。德中品牌对话为德中双方提供了一个从思想和实践两个层面研究“品牌现象”的机会，从而消除彼此意识形态上的差异，并加强德中友人实践层面上的协作。



Prof. Dr. Meinhard von Gerkan
冯·格康 教授

Gründungspartner gmp - Architekten von Gerkan, Marg und Partner
德国 gmp 建筑师事务所创始人及合伙人

Ich als Architekt unterstütze den DACHINA Markendialog, weil ich der Meinung bin, dass Marken durch ihre wertgestützte Kommunikation Menschen aus unterschiedlichsten Kulturkreisen verbinden und begeistern. Der Markendialog schafft eine Plattform für den gleichberechtigten und fairen Austausch von Erfahrungen und Werten zwischen der DACH-Region und China.

作为一名建筑师，我支持德中品牌对话，因为我认为品牌的高价值沟通能够吸引和激发拥有各种文化背景的人们。品牌对话为德语区和中国创造了一个公平、公正、用于经验和价值交流的平台。



Ingeborg Prinzessin zu Schleswig-Holstein
石荷州英格宝公主

Vorsitzende Stiftung Louisenlund
Louisenlund 基金会会长

Stipendien sind ein wunderbares Mittel, um die Verständigung zwischen den Kulturen nachhaltig zu fördern. Ich bin überzeugt, dass wir mit den DACHINA-Stipendien einen wichtigen Schritt zur Kommunikation und zum gegenseitigen Verständnis tun werden. Machen Sie mit. Werden Sie Mitglied in der DACHINA-Familie. Ich bin sicher, wir alle werden davon profitieren.

奖学金是促进不同文化之间可持续性交流的最佳途径。我相信，DACHINA 奖学金计划将进一步加深德语区和中国之间的沟通 and 了解。加入 DACHINA 大家庭，成为我们当中的一员。我相信，所有人都能从中获益。



Reinhard Stuth
莱茵哈德·施图特

Unternehmer, Rechtsanwalt,
ehemaliger Senator der Freien und Hansestadt Hamburg
企业家、律师、前汉堡州参议员

In den deutsch-chinesischen Beziehungen herrscht noch viel Fremdheit. Mehr Vertrautheit ist gut für alle. Und Marken schaffen Emotionen.

德中两国关系在当前仍存在许多陌生感。让我们彼此多一些信任。而品牌可以激发情感共鸣。



Gerold Muhr

Moderator des Markendialogs

Mitgründer & Mitgesellschafter der Brand Academy - Hochschule für Design und Kommunikation

德中品牌对话主持人

德国品牌学院 - 传播与管理应用科学大学联合创始人、股东代表

Der DACHINA Markendialog verbindet aus meiner Sicht zwei große Herausforderungen miteinander:

1. Wie gestalten wir in Zukunft die Zusammenarbeit zwischen Europa und China am Beispiel der DACH-Region und vor dem Hintergrund der Entwicklungen in den USA?
2. Welche Bedeutung haben dabei Marken als ein maßgebliches strategisches Instrument der wirtschaftlichen Entwicklung?

Ich denke, dass die beiden großen Herausforderungen wie folgt zusammengefasst werden können:

1. In der Welt der Zukunft, die sich vor uns öffnet, wie können wir die Zusammenarbeit zwischen China und Deutschland fördern?
2. Wie können wir die Zusammenarbeit zwischen China und Deutschland fördern?

Prof. Ute Röseler 教授

Moderatorin der Zeremonie

Professorin für Brand Communication / Studiengangsleiterin Brand Management / Vizepräsidentin Lehre

Brand Academy - Hochschule für Design und Kommunikation

德中品牌对话仪式主持人

德国品牌学院 - 传播与管理应用科学大学品牌传播系教授、品牌管理系主任、教育部副部长

„Brand Thinking“ orchestriert in holistischer Denkweise Unternehmensstrategie, Markenstrategie und Digitalisierung. Als Markenhochschule nehmen wir die entstehenden disruptiven Veränderungen im Dreieck Forschung, Lehre und Praxis auf. Der DACHINA Markendialog bietet für uns eine herausragende Plattform, Marken und Menschen im interkulturellen und digitalen Kontext zu verbinden.

品牌思维以全面的思维方式协调企业战略、品牌战略和数字化。作为一个品牌大学，我们在研究、教学和实践的三角中应对新兴的、颠覆性的变革。德中品牌对话为我们提供了一个在跨文化、数字化环境中连接品牌和人的卓越平台。



Prof. Dipl.-Des. Michael Jonas 教授

Moderator der Paneldiskussion

Professor für Markenkommunikation & digitale Medien

Brand Academy - Hochschule für Design und Kommunikation

专题讨论会主持人

德国品牌学院 - 传播与管理应用科学大学品牌交流和数字媒体学科教授

Das interkulturelle Zusammentreffen von Menschen und Marken ist für mich eines der spannendsten Phänomene heute. Daher freue ich mich sehr auf die vielfältigen Speaker, Panelisten und Gäste des DACHINA Markendialogs.

对我来说，在多文化背景下，人和品牌的结合是最有意思的现象。所以我非常期待本次由演讲嘉宾，论坛嘉宾以及所有宾客共同呈现的德中品牌对话。

Prof. Dr. Wolfgang Merkle 教授

Moderator der Paneldiskussion

Präsident Marketing Club Hamburg e. V.

专题讨论会主持人

汉堡州营销商会 主席

Für den Wirtschaftsraum DACH hat sich China zu einem der bedeutendsten Handelspartner entwickelt. Für die weitere Forcierung dieser wichtigen Partnerschaft wird die weitere strategische Fundierung immer wichtiger. Die Erfahrungen aus dem ersten Kongress im letzten Jahr belegen eindrucksvoll, dass der DACHINA Markendialog nicht nur wichtige Kontakte zum Ausbau des eigenen Netzwerks liefert, sondern über die spannenden Inhalte auch hoch wertvolle inhaltliche Impulse für die Gestaltung des eigenen Geschäfts.

中国已经成为大德语经济区最重要的贸易伙伴之一。为进一步巩固这一重要的合作关系，打造战略性的合作基础尤为重要。去年，首届德中品牌对话给我留下深刻印象，该活动不仅可以扩大我们的人际关系网络，同时精彩的报告内容也为我们自身的业务发展提供了更多的启发。





DU Xiaohui 杜晓晖

Generalkonsul

In Vertretung vom Generalkonsulat der Volksrepublik China in Hamburg und von Seiner Exzellenz WU Ken, Botschafter der Volksrepublik China
杜晓晖总领事代表中国驻德国汉堡总领馆及中国驻德国特命全权大使吴恩阁下

Ich gratuliere dem DACHINA Markendialog zur Entwicklung einer ganz eigenen Marke. Im Zeitalter der Globalisierung, Digitalisierung und großer Umwälzungen sind Markenbewusstsein, Markendenkweise und Markenstrategie von besonderer Bedeutung – denn auch jene Aspekte fördern eine noch engere Zusammenarbeit zwischen China und Deutschland.

祝贺德中品牌对话本身已经成为品牌！全球化、数字化、大变局时代，品牌意识、品牌思维、品牌战略显得尤为重要，中德两国的合作空间也更为广阔！



Jana Schiedek

Staatsrätin

Behörde für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg
汉堡文化与传媒部国务委员

Mit den Möglichkeiten digitaler Kommunikation und dem zunehmenden Einsatz von Technologien in Kommunikationsprozessen wachsen einerseits die Chancen, andererseits wächst aber auch die Komplexität in der Markenkommunikation. Der DACHINA Markendialog ist ein hervorragendes Forum, um diese Herausforderungen zu diskutieren und neue Kontakte zu knüpfen. Aus China und Deutschland treffen hier unterschiedliche Perspektiven und Lösungsansätze aufeinander. Diese Veranstaltung bereichert den Digital- und Kreativstandort Hamburg.

随着数字通讯的实现以及通信过程中高科技应用的普及，一方面机遇在增加，但另一方面品牌传播的复杂性也随之增长。德中品牌对话为讨论这些挑战并建立新的联系提供了一个绝佳的平台。来自中国和德国的不同观点和解决方案在此交流碰撞，丰富了以数字和创意著名的城市汉堡。



REN Xue'an 任学安

Executive Director of CMG General Manager's Office
China Central Television
中央广播电视总台总经理室常务副召集人

„Marke“ ist die gemeinsame Sprache aller Menschen. „Brand Thinking“ ist die gemeinsame Denkweise von Unternehmen auf der ganzen Welt. Ich hoffe, dass der DACHINA Markendialog mit Marke als Medium für den Austausch, die Zusammenarbeit und die Freundschaft zwischen der DACH-Region und China eine Brücke schlagen kann. Ich wünsche dem DACHINA Markendialog viel Erfolg!

品牌是全人类共同的语言，品牌思维是全世界企业通用的思维，希望2019德中品牌对话以品牌为媒，架起中德两国企业的交流之桥、合作之桥、友谊之桥，祝本次对话圆满成功！



Prof. Dr. h. c. SHAN Fan

单凡 教授、院士

Gründungspräsident
Brand Academy – Hochschule für Design und Kommunikation
Gründer von DACHINA interchange Management GmbH
德国品牌学院 – 传播与管理应用科学大学创始校长、德中当代中心创始人

Der DACHINA Markendialog ist eine Austausch- und Kommunikationsplattform, auf der Themen der Markenwissenschaft und -praxis zwischen der DACH-Region und China im Mittelpunkt stehen. Beide Seiten können voneinander durch die Markenkommunikation lernen, weil Marken nicht nur ein Wirtschaftsfaktor, sondern auch ein wichtiger Bestandteil unserer Kultur sind.

德中品牌对话是德语地区与中国之间品牌科学与实践领域的一个双向性的交流平台。双方可以通过品牌的交流而互相学习，因为品牌不仅是一个关键的经济因素，也是我们文化的重要组成部分。

VORTRÄGE | 演讲人



Christian Köhler

Hauptgeschäftsführer
Markenverband e. V.
德国品牌协会干事长

Die hohe Resonanz auf den 1. DACHINA Markendialog ruft nicht nur nach dieser Fortsetzung, sondern zeigt auch die Bedeutung von Marken in beiden Kulturkreisen.

首届品牌对话引起的高度共鸣不仅仅孕育了品牌对话的延续，更是展示了品牌对于两种文化的重要性。



Andreas Hube 胡安德

Global Vice President
Head of China Liaison Office, SAP SE
SAP SE 全球副总裁、中国联络处负责人

Mit unseren Lösungen für die Experience Economy adressiert SAP bisher ungenutzte Potenziale in der Zusammenarbeit mit Kunden, Partnern und ihren Angestellten. Wir freuen uns, beim DACHINA Markendialog auch speziell hier auf unser Engagement in China, in dem wir seit mehr als 27 Jahren aktiv sind, einzugehen und uns mit Ihnen auszutauschen.

凭借我们针对“体验经济”的解决方案，SAP 在与客户、合作伙伴及其员工合作时，挖掘了之前尚未开发的潜力。我们很高兴可以参加德中品牌对话，和您分享交流我们在中国 27 年的经验。



YING Min 应敏

Präsident
Universität Zhejiang Wanli
浙江万里学院 校长

Im digitalen Zeitalter ist jeder ein Gründer und Kommunikator der Marken. Der deutsch-chinesische Markendialog hat den Austausch und die Diskussion von jungen Markenpraktikern im chinesischen und deutschsprachigen Raum ermöglicht, und ich hoffe, dass wir mit dieser Plattform die Markenkultur des digitalen Zeitalters aus einer globalen Perspektive untersuchen können.

在数字时代，每个人都是品牌的建立者和传播者。德中品牌对话给中文和德语区青年品牌从业者的交流和研讨创造了机会，希望这个平台能让我们以全球视角来审视数字时代的品牌文化。



Matthias Peuckert

CEO
windeln.de SE
首席执行官

Durch das hohe Markenbewusstsein der chinesischen Kunden, einhergehend mit dem starken Verlangen nach Qualität und Authentizität, ist es für windeln.de zugleich Vision und Mission, dies unseren Kunden zuverlässig zu bieten. Wir sehen den Markendialog als große Chance, uns auszutauschen und noch mehr zu lernen.

中国客户强烈的品牌意识，既是 windeln.de 的愿景也是使命，为我们的客户提供可靠的服务。我们视品牌对话为交流和学习的绝佳机会。



SONG Qi 宋琦

Chief Marketing Officer
Ke.com (Beijing) Technology Co., Ltd.
链家首席营销官

Ich hoffe, dass die digitale Entwicklung Unternehmen dabei hilft, zu innovativen Marken in traditionellen Branchen zu werden.

希望数字化发展帮助企业成为传统行业的创新品牌。



Terry von Bibra 冯必睿

General Manager Europe
Alibaba Group
阿里巴巴集团欧洲区总经理

Dass China sich zu einem der wichtigsten Absatzmärkte der Welt entwickelt hat, ist nicht mehr neu. Lange waren westliche Marken neben ihrem Qualitätsanspruch in China gerade deswegen attraktiv, weil sie nicht dem chinesischen, sondern westlichem Geschmack folgten. Der chinesische Konsument aber emanzipiert sich – und stellt hiesige Marken damit vor neue Herausforderungen. Der DACHINA Markendialog verspricht hier interessante Einblicke.

中国是全球最重要的消费市场之一，这一事实已不再是新闻。长期以来，西方品牌之所以在中国备受青睐，除了品质的保证，更是因为他们保留了西方原有的审美和风格。随着中国消费者的个性解放，中国本土品牌也将面临新的挑战。德中品牌对话提供了有趣的洞见。



Prof. Dr. Joachim Bongard

Programme Director Brand Communication B.A.
Brand Academy – Hochschule für Design und Kommunikation
德国品牌学院 – 传播与管理应用科学大学品牌传播系主任

Gerade in Zeiten der digitalen Transformation, in denen alles möglich zu sein scheint, ist nichts sicher. Und daher benötigen wir ein ganzheitliches Markenverständnis, das weit über die kommunikative Inszenierung hinausgeht. Denn eine Marke ist mehr als ein Logo, mehr als eine Werbekampagne – und sogar mehr als ein Produkt. Eine Marke ist vielmehr ein ganzheitliches Identitätskonzept, das in allen Bereichen eines Unternehmens gelebt werden muss. Wir an der Brand Academy nennen dieses Verständnis: BRAND THINKING.

尤其是在数字化转型的时代，一切看似皆有可能，但一切又都不确定。这就是为什么我们要对品牌进行全方位解读，而不只是将它视为一种简单的沟通方式。因为品牌不仅仅是一个标志，一个广告活动 – 甚至不只是一个产品。相反，品牌更是一个整体的形象概念，融合于公司各个领域。我们品牌学院对此称之为：品牌思维。



LI Shiwei 李世伟

Vice President, General Manager Europe
Tencent Cloud
腾讯云副总裁、欧洲区总经理

Die digitalen Mittel verbinden Unternehmen und Verbraucher direkt und effektiv. Sie ermöglichen den Unternehmen, ihre Ressourcen effizient zu verteilen und gezielt zu produzieren, was den Verbrauchern wiederum die bestmögliche Erfahrung bietet.

数字化手段在有效直接连通企业和消费者，为消费者带来最佳体验的同时，实现企业的高效资源配置与生产。



Prof. Dipl.-Des. Michael Jonas 教授
Moderator 主持人

Stefan Matz 马兴汉

Director International Investments
HIW Hamburg Invest
汉堡市经济促进局国际投资部总监

FAN Zheng 范征

Managing Director
XCharge Europe GmbH
智充欧洲有限责任公司总经理

ZHANG Hui 张晖

Vice President
NIO GmbH
蔚来汽车集团欧洲地区副总裁



Markenbildung und authentische, unverwechselbare Erkennbarkeit sind auch für die Vermarktung eines Standortes oder einer Wirtschaftsregion von immenser Bedeutung. Durch die Digitalisierung getrieben, werden die Anforderungen hier immer komplexer und schneller.

品牌建设及其真实、独特的识别度对于城市和经济地区的推广也至关重要。在数字化的推动下，这方面的要求变得越来越复杂和迅速。

China ist aktuell Weltmarktführer in Sachen Elektromobilität und der Trend ist auch in Europa bereits im Kommen. Als ein IoT-Unternehmen für Ladelösungen für E-Fahrzeuge sehen wir uns als eine Brücke zwischen der DACH-Region und China. Umso mehr freuen wir uns auf einen engen Austausch über einen globalen Markenaufbau im digitalen Zeitalter.

中国是当前电动汽车领域的全球领导者，而且这一趋势也已在欧洲崛起。作为物联网电子汽车充电解决方案公司，我们将自己视为德语区与中国之间的桥梁。因此我们非常期待与各位针对数字时代的全球化品牌建设进行密切讨论。

Als globales Start-up mit chinesischen Wurzeln und deutschem Design-DNA ist NIO sowohl in China als auch in der DACH-Region stark verwurzelt. Für uns ist der DACHINA Markendialog deshalb eine sehr wichtige Veranstaltung, um den kulturellen Austausch in einem markenorientierten Umfeld auf eine neue Ebene zu heben.

作为一家拥有中国血统和德国设计基因的全球性初创公司，蔚来汽车深深扎根于中国和德语区。因此，对于我们来说，德中品牌对话对我们是一个非常重要的活动，以品牌为导向，将文化交流提升到一个全新的高度。

PANELDISKUSSION | 专题讨论会

Markus Schedensack

Director Architecture
ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG
ECE 项目管理有限两合公司建筑事业部主管



DUAN Wei 段炜

Geschäftsführer
Die Chinesische Handelskammer in Deutschland e.V.
德国中国商会干事长



Elisabeth Muhr

Chief Brand Officer
Hallstein Water
Hallstein 饮用水有限责任公司品牌总监



Dialog ist für mich einer der wichtigsten Aspekte einer guten und langfristig orientierten Zusammenarbeit, denn vom gegenseitigen Austausch profitieren im besten Fall immer beide Seiten. Wenn es dabei um das Thema „Marke“ geht, gilt das ganz besonders, denn Marken repräsentieren die wesentlichen Werte, die ein Unternehmen prägen und die seinem täglichen Handeln zugrunde liegen. Das gilt natürlich auch für die ECE, die über mehr als 50 Jahre Erfahrung und Expertise in der Entwicklung und im Management von Shopping-Centern verfügt und seit jeher Kontinuität und Verlässlichkeit ebenso wie Nachhaltigkeit und eine konsequente Kundenorientierung zu den wesentlichen Bausteinen ihres Markenversprechens zählt – und das für alle Geschäftsbereiche und in allen Ländern, in denen die ECE aktiv ist.

我认为，对话是长期和良好合作的重要组成部分，促进相互交流对双方而言皆有利。论及“品牌”这个话题尤其如此，因为品牌代表了公司的基本价值，也是公司开展日常业务的基础。对于 ECE 而言也是这样，ECE 在购物中心的开发和管理方面拥有超过 50 年的经验和专业知识，并始终将连续性、可靠性、可持续性以及始终如一的客户导向视为其在各个商业领域和国家品牌承诺的关键组成部分之一。

Der DACHINA Markendialog bietet eine gute Plattform für die Markenkommunikation zwischen China, der DACH-Region sowie der Welt und stellt gleichzeitig eine Innovation im wirtschaftlichen Austausch der beiden Regionen dar. Wir wünschen der Veranstaltung viel Erfolg und den teilnehmenden Unternehmen einen erlebnisreichen Tag!

德中品牌对话活动为中国和德国以及世界上的品牌交流提供了一个很好的平台，在中德经济的交流活动中也是一个创新，我们预祝活动成功，参加的企业都如预期收获满满。

Wasser ist der wohl kostbarste Rohstoff unserer Erde und Inspiration für Körper und Geist. Der Bedarf nach gesundem Wasser eint die Menschen in China und in der DACH-Region. Hallstein Wasser stammt aus den Bergen von Hallstatt, das jedes Jahr mehr begeisterte chinesische Besucher anzieht. Für unseren chinesischen Markt ist Digital Branding besonders wichtig. Aus diesen Gründen freue ich mich sehr, am DACHINA Markendialog 2019 teilzunehmen.

水是地球上最珍贵的资源，也是身心的灵感。对健康水的需求将中国和德语区的人们连接在了一起。Hallstein 水来自哈尔施塔特山脉，每年都会吸引很多热情的中国游客。数字品牌对我们的中国市场尤为重要。基于这些原因，我非常高兴可以参加第二届德中品牌对话。



Prof. Dr. Wolfgang Merkle 教授
Moderator 主持人

Andreas Pfannenberger

CEO
Pfannenberger Group Holding GmbH
Pfannenberger 集团控股有限公司首席执行官

Björn Ognibeni

Co-Founder
ChinaBriefs.io
ChinaBriefs.io 联合创始人

CHEN Yin 陈引

Manager Think Tank Digitalisierung & Technik
Deutsche Bahn AG
德国铁路股份公司数字化与科技智库经理



China ist für uns ein wichtiger Markt, dabei stellen wir fest, dass sich unsere Marketingaktivitäten zwischen Europa und China mehr und mehr angleichen. Nicht zuletzt durch die Digitalisierung gewinnt das Thema „Brand Thinking“ immer größeren Einfluss auf die gesamte Kommunikation – sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens. Der direkte Dialog zwischen Unternehmern, wie jetzt auf dem DACHINA Markendialog, ist mehr denn je wichtig in Zeiten, in denen die internationale Politik den freien Handel stellenweise belastet.

中国是我们的重要市场，我们发现欧洲和中国之间的营销活动越来越多。尤其是通过数字化让“品牌思维”这一主题越来越多地影响到公司内外的所有沟通。在如今国际政治给自由贸易带来负担的时代，像在德中品牌对话中，两个地区的企业家可以面对面地直接交流比以往任何时候都更加重要。

Markenkommunikation funktioniert in China nach ganz anderen Regeln als im Westen – gerade und vor allem auch im digitalen Bereich. Wer diese Regeln versucht zu verstehen, kann dafür viel für seine Arbeit hier lernen. Deshalb freue ich mich sehr auf den DACHINA Markendialog.

品牌传播在中国是以完全不同于西方的方式在运作，特别是在数字领域。那些试图理解这些规则的人可以在这里学到很多东西。这也是我非常期待德中品牌对话的原因。

Digitalisierung schafft die Möglichkeit für die Mobilitätsbranche, spezialisierte Produkte und Services zu schaffen, die auf die individuellen Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind.

数字化为移动出行行业创造了机会，可以根据客户的需求创建个性化产品和服务。

Ferdinand Klauser

Partner KISKA GmbH, Österreich
General Manager, KISKA Brand Design
(Shanghai) Co., Ltd
奥地利基司卡有限公司 合伙人
基司卡品牌设计（上海）有限公司 总经理



Guido Zimmermann

President
Steinway & Sons EMEA
施坦威欧洲总裁



XU Yaojun 徐遥君

Director
China International Investment Promotion
Agency (Germany)
中国国际投资促进中心主任



Begehrten Marken zu schaffen erfordert im digitalen Zeitalter vielfältigere Perspektiven und Fähigkeiten als je zuvor. Digital ist die neue Infrastruktur und jeder Nutzer kann Schöpfer sein. Die grundlegende Markenfrage hat sich jedoch nicht geändert: Wofür wollen zwischen starren Konzepten und unendlichen Möglichkeiten wird die nächste Generation von begehrten Marken auszeichnen. Der DACHINA Markendialog ist dabei eine spannende Gelegenheit, neue Perspektiven kennenzulernen.

在数字化时代创建理想的品牌需要比以往更多样化的视角和技能。数字化是一种新的基础设施，每个用户都可以成为他的创造者。然而，一个品牌问题最基本的核心问题却没有改变：我们想要代表什么？想成为下一代受追捧的品牌需在固化的方案和无限的可能性中找到一个完美的定位。德中品牌对话提供了一个了解新视角的优秀平台。

Steinway - Digitalisierung in einer analogen Hamburger Manufaktur-Marke.

施坦威 - 汉堡传统制造企业的数字化。

Ausgehend von der Markenstrategie des traditionellen und industriellen Wirtschaftszeitalters: Wie sollten wir das digitale Zeitalter neu interpretieren, um sicherzustellen, dass es weiterhin Wert für das Unternehmen schafft? Der deutsch-chinesische Markendialog stellt hier eine hervorragende Plattform für den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen den beiden Ländern dar und eignet sich perfekt um Informationen auszutauschen, Ideen anzuregen und eine gemeinsame Zukunft zu gestalten.

源于传统工业经济时代的品牌策略，在数字时代的大潮中，应该如何重新演绎以保证其继续为企业创造价值？德中品牌对话活动，无疑是一个共商共享的交流合作平台，希望中德两国企业能借此分享信息、启迪思路、共赢未来。

DACHINA
interchange
德中当代中心

Die DACHINA interchange Management GmbH schafft neue, effektive Plattformen für den wirtschaftlichen und kulturellen Austausch zwischen der DACH-Region und China. Alle überschüssigen Einnahmen werden in Stipendien für markenbezogene Masterstudiengänge an der Brand Academy - Hochschule für Design und Kommunikation umgewandelt, durch die sich junge, talentierte Menschen für eine aussichtsreiche Karriere im Markenmanagement mit Fokus auf DACH und China qualifizieren sollen. Gegründet wurde DACHINA interchange von Prof. Dr. h. c. SHAN Fan. Felix Li fungiert als CEO.

德中当代中心致力于为德语区和中国在经济文化交流领域提供一个崭新的、高效的平台。德中当代中心的所有收入盈余将全部用于德国品牌学院提供的品牌应用型人才硕士学位奖学金计划。该奖学金将面向来自德语区和中国学习品牌管理的年轻人才。

德中当代中心由单凡教授创建，由李锋先生执行。

CCTV.

China Central Television (kurz: CCTV) wurde am 1. Mai 1958 gegründet und ist der größte Fernsehsender in der Volksrepublik China. Der Sender stellt die wichtigste Informationsquelle für die chinesische Öffentlichkeit dar. Gleichzeitig versteht er sich weltweit als das bedeutendste Schaufenster, um China kennenzulernen und zu verstehen. CCTV verfügt momentan über 42 TV-Kanäle und 529 TV-Programme mit einer jährlichen Gesamtausstrahlung von 338.000 Stunden.

中国中央电视台（英文简称 CCTV）是中国国家电视台，成立于 1958 年 5 月 1 日，是中国最具传播力、引导力、影响力、公信力的主流媒体，是中国公众获取信息的主要渠道，也是中国了解世界、世界了解中国的重要窗口。截至目前，中央电视台拥有 42 个电视频道，共开办 529 个电视栏目，年播出总量 33.8 万小时。

ba
brand academy
hochschule für design und kommunikation
university of applied sciences

Die Brand Academy - Hochschule für Design und Kommunikation ist eine staatlich anerkannte private Hochschule mit Sitz in der Markencity Hamburg. Sie war die erste auf Marken fokussierte Hochschule weltweit und ist bis heute die einzige im deutschsprachigen Raum. Die Brand Academy wurde 2010 gegründet und bietet international akkreditierte Bachelor- und Masterstudiengänge. Ein internationales Team erfahrener Experten vermittelt praxisnah und in kleinen Seminargruppen, wie man Marken erfolgreich gestaltet, kommuniziert, inszeniert und managt.

德国品牌学院——传播与管理应用科学大学坐落于德国汉堡，是一所经德国政府批准认证的私立大学。他是全世界第一所，也是德语区唯一一所所以“品牌”为教学与研究为核心内容的特色大学。品牌学院于 2010 年成立，开设国际认可的本科和硕士学位课程。其国际化的专业师资队伍通过结合实践和小班化教学手段，培养学生成功地对品牌进行设计、沟通、策划和管理。

MITWIRKENDE | 会议组织委员会

BEIRAT | 会议顾问组

Dr. Uli Sigg, Prof. Dr. Meinhard von Gerkan,
Ingeborg Prinzessin zu Schleswig-Holstein, Reinhard Stuth
乌利·希克 博士, 冯·格康 教授, 石荷州英格宝公主, 莱茵哈德·施图特

LEITUNG | 组委会联席主席、总策划

REN Xue'an, Prof. Dr. h. c. SHAN Fan
任学安, 单凡教授、院士

STELLVERTRETENDE LEITUNG | 组委会联席副主席、副总策划

Felix LI, SHE Xianjun
李锋, 余贤君

MODERATION | 会议主持组

Gerold Muhr, Prof. Dipl.-Des. Michael Jonas 教授,
Prof. Dr. Wolfgang Merkle 教授, Prof. Ute Röseler 教授

LEITUNG MARKETING UND PUBLIC RELATIONS | 会议媒体联络

Hans Meuers, Björn Ognibeni, CHEN Yu 陈玉

UMSETZUNG | 会议执行组

LU Xiaowei, Wiktoria Witan, YANG Zhengliang, WU Danhua, WU Feifei
卢笑薇, 薇丹, 杨正良, 吴丹华, 吴菲菲

KONFERENZTEAM | 会议会务组

WANG Yanni, Lilia Tolstikh, CHEUNG Deming, YANG Yue, SHI Li, ZHAO Rui
汪嫵妮, 童莉莉, 张德明, 杨玥, 史吏, 赵汭

WEB-DESIGN UND -ADMINISTRATION | 会议形象组

GAO Jiliang, OUYANG Wan
高基良, 欧阳琬

SOCIAL MEDIA DESIGN | 社交媒体运营组

Wiktoria Witan
薇丹

ÜBERSETZUNG | 会议翻译组

GUI Hao, LIN Xiuyong
桂皓, 林秀邕

FOTOGRAFIE | 会议摄影

HAN Ying, SHAO Taizhi
韩英, 邵泰之

BEWECTBILD | 会议摄像

Lukas Stahl, Hannes Jeske

KONTAKT | 联系方式

Felix LI 李锋

CEO der DACHINA interchange Management GmbH

德中当代中心 执行人

E-Mail 邮件: li@dachinainterchange.org

Web 网址: www.dachinainterchange.org