

探寻品牌之源：中国传媒大学MBA考察团深度调研太阳雨



7月9日至10日，继2012年2月携手央视深度调研太阳雨之后，中国传媒大学MBA学院院长张树庭教授再次带领由14名同学及老师组成的品牌实践教学考察团冒雨抵达港城，对太阳雨品牌进行为期两天的高层、深度调研，旨在为中国民营企业的品牌发展总结出更为鲜活、生动的案例，为更多的企业提供可参考、启发的智慧之光。

中国传媒大学MBA学院是中国传媒大学为了提高MBA办学水平，营造一流的办学环境而专门设立的二级学院。学院秉承“因专注而精湛 用管理诠释成功；因坚持而久远 借传媒改变世界”的办学理念，致力于培养掌握工商管理规律，具备现代企业管理者素质和能力，对文化与传媒业具有敏锐洞察力，具有高度社会责任感和全球视野，创新、创业能力强的高层次复合型工商管理人才。太阳雨与中国传媒大学的深度接触始于2008年底的2009年央视黄金广告资源招标会，当时的品牌“高举高打”策略奠定了今天的太阳雨格局。

作为全球太阳能热利用领军品牌，太阳雨集全球领先的集热和保热技术为一体，为全球100多个国家及区域的千万家庭，以及商业、工业应用等多领域提供定制化太阳能热水、热能系统解决方案。从最初的籍籍无名，到今日的中国太阳能光热第一股，太阳雨背靠日出东方（603366）的平台，跨界整合资源，用十余年的时间实现了太阳雨品牌的崛起；借助央视数年持续高端资源的投入，助推太阳雨品牌腾飞；推行一年一大事发展策略，积极推动太阳雨公益慈善基金致力于“阳光浴室”、西藏盲校等公益项目，践行太阳雨生态公益理念。正如太阳雨执行总裁陈荣华总结的一样：公益（社会责任），既是太阳雨品牌发展的目的，也是手段，更是太阳雨品牌血脉中的DNA。

调研过程中，中国传媒大学MBA学院的专家感叹：“作为可持续领域的领导者，太阳雨的品牌之路，以及太阳雨的品牌经营策略，从一个侧面浓缩了当今中国民营企业的艰难发展历程，它也见证了中国新能源行业在光热领域的一个奇迹，因此在与太阳雨多次的近距离的触摸中，我们能够更直接地感受到一个品牌背后所包含的热情、温暖、感动。”



董事长徐新建与张树庭教授一行座谈太阳雨品牌之路。



太阳雨执行总裁陈荣华与调研组就太阳雨品牌策略进行互动。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/35848.html>