

品牌建设



■“品牌正成为商业发展的重要要素和企业的价值追求。”

■“塑造品牌是商业企业赢得消费者、可持续发展的有效途径。”

■“品牌不仅是一种精神象征,更是一种价值理念。培育和创造品牌的过程,就是商业企业不断创新和发展的过程。”

■“积极提高品牌意识、加强品牌建设、创新品牌内涵、做强品牌效应。”

北京市商务委副主任孙尧

品牌是商业发展的核心要素

商业是城市发展的重要力量

以城市社区和郊区乡镇为重点,发展一刻钟社区服务,建设便民商业体系;以蔬菜批发等特点,创新工艺农产品流通体系;以区域网络建设为着力点,建立健全市场供应保障调控体系,国际商贸中心建设基础更加坚实。

同时,还应促进发展主要商贸指标,不断实现新跨越。目前,全市批发零售业供销规模持续扩大,多年居国内城市前列。去年,全市批发零售业供销规模达到9.8万亿元,接近10万亿元,比2007年增长1.8倍。消费规模在逆势中不断增长。社会消费品零售额接连跨上新台阶,五年内迈上

四个千亿元台阶。自2008年起,北京社会消费品零售额连续位居全国城市之首,2012年达到7702.8亿元,比2007年翻了一番。

其中,服务全国的重要作用也更加突出。截至2012年末,北京境外购销售额占到全市商品购销售额的34%,对外省市进出货物占到全市的71%,分别比2007年提高了8.4%和7.7%。北京作为全国流通中心和资源配置中心的地位进一步巩固,辐射世界的影响力持续扩大。

同时,流通企业积极走出去。截至目前,北京已有86家企业实现海外发展,其中,零售业达到

29家,仅北京同仁堂就在17个国家和地区开办了6家门店。

因此,商业为扩大内需、拉动经济增长做出了重要贡献。居民消费率自2006年起连续六年超过投资率,2011年达到58.4%。北京在全国率先形成消费、投资协调拉动新的经济增长格局,流通业已经成为拉动经济增长的支柱产业,调结构转方式的先导产业,保障城市安全运行、促进社会和谐稳定的坚实产业,提升城市影响力与国际竞争力的战略产业,成为全市惠民生、保增长、转方式的重要推动力量。

诚信是树立品牌的关键

品牌正成为商业发展的重要要素和企业的价值追求。商业是经济发展水平的晴雨表,商业品牌是现代商业的重要支撑,是城市商业竞争力的集中体现。塑造品牌是商业企业赢得消费者、可持续发展的有效途径。商业企业在不断谋求机制创新、推动结构调整和提升服务水平过程中,通过培育市场和塑造品牌,不仅壮大了自己,而且带动经济的发展和繁荣。品牌不仅是一种精神

象征,更是一种价值理念。培育和创造品牌的过程,就是商业企业不断创新和发展的过程。有了这样的创新和发展,我们的商业企业才能在激烈竞争中立于不败之地,才能全方位、多层次、宽领域地参与国内外市场竞争。

目前,商业企业已经清晰地认识到,好的品牌不是仅靠巨额广告费打造的。真正的品牌是用诚信经营逐步树立的,是消费者对企业的认知认

可。真正的商业品牌,可以在消费者心目中赢得更多的信任、树立更好的形象。真正的商业品牌,本质上是消费者对商业文化的认可,而不是简单的宣传和服务。所以,我们在探讨商业品牌建设过程中一定要记住,诚信是树立品牌的关键。我们要用真心来铸就品牌。获奖企业要珍惜社会和消费者给予的荣誉,要努力维护这个荣誉,要不断总结挖掘品牌内涵,充分展现北京商业的独特魅力。

北京商业处于发展机遇期

未来商业企业应再接再厉,共同提升首都商业形象。当前北京商业正处于十分有利的发展机遇期。在国家把消费作为扩大内需的战略基点,在首都消费持续快速增长的现实背景之下,商业企业应该抓住历史机遇,加快首都商业品牌建设。全市广大商业企业应该以十大商业品牌企业为榜样,以此获评活动为契机,积极提高品牌意识、加强品

牌建设、创新品牌内涵、做强品牌效应,持续全面提升北京商业服务的整体水平、提升行业发展质量,最终提升首都商业的整体形象。

商业领域的从业人员应该不断强化机遇意识、忧患意识,迎难而上,创造性地做好各项工作,努力为实现全市社会消费品零售额11%的增长目标贡献力量。同时,行业协会和新闻媒体也

可以充分发挥自身优势,引导企业树立服务为本、诚信经营的理念,提高品牌建设意识,引导企业满足多层次的消费需求,开展多业态、多品类的经营,拓展多功能服务,立足多区域发展,从而增强商业企业的核心竞争力。首都商贸建设任重道远,各商业企业应共同携手,用智慧和汗水,共同开创商业品牌更美好的明天。