



■品牌作为商品皇冠上的宝石,是商品与服务的有机融合,是企业技术与管理综合素质的结晶,是诚实守信的长期积累。

■品牌建设是时间的函数,不可能一蹴而就,实现优秀的质量、诚信的坚守、先进的管理、科学的工艺都需要时间。

■重视质量的企业,一定是创建品牌最多的企业,这是品牌创建的共同特点和普遍规律。

■商业企业牵手制造商,贴近市场,了解消费的需求,是改进产品、完善品牌的知情人和信息库,也是品牌创建的摇篮。

中国商业联合会会长张志刚:

## 品牌是商品与服务的融合

### 从宏观经济中研究品牌

2014是全面深化改革的第一年。我们站在新的历史起点上再出发,坚持扩大内需的新战略,转方式、调结构,加快完善现代市场体系,使市场在资源配置中的决定性作用基础更加坚实。

十八届三中全会的《决定》指出,这个市场体系中的企业应该实现自主经营、公平竞争,消费者自由选择、自主消费,商品与要素自由流动、平等交换,形成统一开放、竞争有序、安全高效、城乡一体大市场。

在研究品牌工作的时候,有必要把品牌建设放

到宏观经济形势中去认识。去年,我国经济运行总体平稳,国内生产总值实现了56.88万亿元,比上年增长7.7%。包括商贸服务业在内的第三产业增加值达到了26.22万亿元,增长8.3%,在国内生产总值中的占比提高到46.1%。我们国家第三产业第一次超过第二产业,实现了历史性的突破和跨越。

去年,北京市人均地区生产总值达到了9.32万元,大约折合1.5万美元,超过了世界银行提出的中等收入水平上限。北京市城镇居民人均可支配收入与农村居民人均纯收入增幅都比上年有所提高,而

且农村居民收入的增幅快于城镇居民。去年,北京市实现了社会消费品零售总额8375亿元,比上年增长了8.7%。产业结构调整稳步推进,取得了积极的成果,北京市的第三产业增加值大约实现了1.5万亿元,占地区生产总值的比重达到了76.9%,稳居全国四个直辖市之首,也居于我国内地31个省级行政区划的第一位。

连续两届北京服务贸易交易洽谈会成功举办,高规格、高起点,开始奠定起南有广交会、北有京交会会展业的新格局。

### 持续创新炼成企业品牌

这次大会的主题是品牌,人们共同思考的问题是品牌是怎样炼成的?如果用两个字回答,那就是“创新”。创新与我们一路同行。

品牌包含品牌企业、品牌商品和品牌服务,不仅技术含量高,而且文化内涵深。品牌作为商品皇冠上的宝石,是商品与服务的有机融合,是企业技术与管理综合素质的结晶,是诚实守信的长期积累,需要精工填海、杜鹃啼血的艰苦历程。从普通品牌到著名品牌再到世界级著名品牌的发展轨迹应该是市场经济逐渐走向成熟、经济体由大变强的发展之路。

重视品牌工作与否,已经不再是市场竞争中的自选动作,而是企业发展壮大的必然选择。品牌建设是时间的函数,不可能一蹴而就,集腋成裘,聚沙成塔,实现优秀的质量、诚信的坚守、先进的管理、科学的工艺都需要时间。人们对物美价廉商品和服务的认识是反复比对的过程,老字号企业能以“老”字,都经历过几十年乃至数百年的洗礼。急功近利、揠苗助长培育品牌的做法培育不出真正的品牌。

品牌的基础是质量,性价比优秀的企业就是市场上的天之骄子。德国、美国、日本等众多国家的实

践表明,重视质量的国家是品牌最多的国家,重视质量的企业,一定是创建品牌最多的企业,这是品牌创建的共同特点和普遍规律。没有标准化就没有品牌诞生的基础,品牌的形成,从生产到流通是无数个技术标准、服务标准、管理标准持之以恒的贯彻落实。如此才能使每一份优秀、每一次成功被记录、被积累、被复制,这充分说明品牌工作必须从标准化等基础工作抓起。

现在商业企业品牌评价与企业文化建设指南国家标准已经颁布并实施了两年,深入的宣传贯彻应该是今后的一项重要工作。

### 品牌建设需要可持续发展

商业企业牵手制造商,贴近市场,了解消费的需求,是改进产品、完善品牌的知情人和信息库,也是品牌创建的摇篮。品牌的创建,是一个系统工程,它涉及产业链的各个方面。商业要与工业联手,产品与服务并重,政府、社会、消费者共同努力,媒体积极传播推动,将会使中国的品牌实现更快的发展。同时,外国著名品牌企业今天也有不少在北京市获奖,外国著名品牌企业在中国市场发展的同时,也有传播、交流、创建品牌经验的社会

责任,中国的商业企业也要坚持改革开放,加强国际交流。

今年春晚一首《时间都去哪儿了》的歌曲唱得人热泪盈眶,引起广泛的共鸣和反思。回首改革开放的36年,为了改变穷困的国力和穷困的生活,我们这代人的时间大都花在了艰苦创业、自强不息的奋斗中。这是值得的,也是无怨无悔的。中国连续30多年以大约10%的平均速度发展,这是历史上的奇迹,也是世界上史无前例的成就。但是,联想到国家、民族和每

个人的中国梦,我们也会反问自己,未来我们到底希望有什么样的生活?蓝天、白云都去哪儿了?绿水、青山都去哪儿了?雾霾怎么就挥之不去呢?发展的速度降一点,又会如何?

我们应该有可持续发展的环境,应该有更有品位的生活,应该更需要生活的品质。我们不仅欢迎外国品牌来到中国,中国人也需要大量消费自己的民族品牌,中国品牌、中国服务也会有大踏步走向世界的那一天。