

中国记协党组书记翟惠生：

讲好商业品牌的中国故事



北京十大商业品牌评选这个活动之所以能举办十年，最基本的是它符合商业规律，符合市场规律，符合经济规律，也符合老百姓的消费需求这种规律。同时也符合新闻媒体的传播规律。

北京日报报业集团与北京市商联会举办这个活动，是因为他们心中有老百姓，想到为老百姓做一点在消费层面的引导和榜样作用，这就是对老百姓负责任。如果这个活动再继续举办下去，还大有做好的空间和余地。

现在经济进入了新常态，习近平总书记又提出那种排浪式的效益已经过去了，那种消费方式也过去了，现在的需求就是个性化、精准化，要求质量。在我看来，再往下做，我们要跳出品牌看品牌，实际上是在做新常态下我们怎么样能够更好地拉动消费和引导消费这个工作。这是件大事，不是小事。

新闻媒体在这个过程当中，应该起引领的作用。鼓什么呼什么，就是要为大局服务。现在很多人还没习惯新常态，也不知道下一步我们拉动内需的抓手在哪儿，也许能说出十个八个或者十二个，但是品牌是其中很重要的一个。

我想所有的媒体更应该讲好品牌故事，品牌故事是支撑品牌内在和底蕴的东西，只有把这些事都讲明白，品牌才能叫得更响，所以总书记提出来，必须要全党都能讲中国故事。中国故事有很多，各个领域都有故事，关键看我们怎么讲，商业领域这个品牌的故事，我希望商报能够讲得更好，把故事讲好就不会辜负中央对北京媒体的新要求。

北京日报报业集团党组书记、社长傅华：

品牌支撑北京商业新常态



今天我们相聚在这里，共同见证北京十大商业品牌的第一个十年，首先我谨代表京报集团对这次活动的举办表示热烈的祝贺。

北京十大商业品牌评选创立于2005年，至今已是第十届，过去的这十年对商业来说是一个大转型，北京商业品牌的列车驶出旧常态，驶向新常态，在转型中轰轰作响。北京商业领域最优秀的品牌——十大商业品牌评选本身也升华为一个重要的品牌，成为一个值得信赖的金色品牌。

品牌商企不断创新供给，迎合新常态下的消费特点，更是责无旁贷。品牌是文化，是商誉，是资产，是企业的核心竞争力，对接的是个性化、多样化的消费，当前市场竞争不再以数量扩张和价格肉搏为主，而是逐步转向以质量型差异化为主的竞争，这其实就是品牌的竞争，品牌将支撑起商业的新常态。

北京十大商业品牌评选致力于北京商业的发展，秉承着这样的初心，从这个评选走出来的企业，已经成为北京发展的中坚力量。无论是这第一个十年还是未来更多的十年，我们都希望这个品牌从青涩到美丽，从幼小到壮大，时间愈久愈加美丽。在此我代表北京日报报业集团感谢与会的各位来宾与朋友，在座的每一位都是这个平台的开创者、参与者和见证者，大家追求的不仅是商业梦、品牌梦，更是中国梦。