



# 商界精英讲述品牌成长史

2014年,国际、国内商业环境发生了巨大变化,北京品牌商业企业都在创新上下功夫、做文章。第十届北京十大商业品牌评选过程中,有25家企业分获2014年度北京商业品牌营销、管理、文化、业态、服务创新品牌单项奖。在“2015北京商业品牌大会暨2014年度(第十届)北京十大商业品牌揭晓”活动现场,各个企业针对过去十年品牌成长中的感人故事做了精彩的分享。



北京稻香村  
食品有限公司  
董事长  
毕国才

## 品牌让企业更富人情味

某年的上元节当天,北京稻香村一家营业部元宵销售断货,前来购买元宵的消费者都十分焦急。当时天气十分寒冷,并刮着大风,运送元宵的配送车抛锚在来该营业部的路上。在该营业部主管的带领下,该店的大部分工作人员跑到三公里以外去推车。

随后,排队的消费者也看到北京稻香村的店员们推车为大家送货的场景,有些年轻的消费者也前去帮忙,一场元宵断货事件引出了让人感到十分温馨的一幕。类似这样的感人故事每天都在我们稻香村的营业部发生,我坚信这就是品牌的力量。

时下,伴随着互联网时代的到来,零售市场发生不少变化,有些高端消费减少,但这不能阻止零售企业继续前进,北京稻香村还会去努力创造更多样的消费方式、创造更多的目标消费群体,直接服务好最广大的普通消费者。



北京居然之家  
投资股份有限  
公司总裁  
汪林朋

## 坚守诚信站稳市场

让我印象最为深刻的故事发生在2011年秋天,这一年北京发生了近千起暖气片跑水事件,这其中和居然之家有关的近200起。而在北京的14家建材市场之中,只有北京居然之家拿出200多万元对近200多家发生事故的消费者给予赔付。

诚信是一个品牌成长最为优秀的基因。然而很多企业因为只注重速度的增长,忽略了服务尤其是售后服务,而优质的服务才是品牌赢得消费者口碑的关键。

时下,消费者的消费方式在发生改变,消费者更加注重优秀的购物体验。

因此,我们居然之家一方面要保证企业发展的速度;另一方面,在保证企业前进的同时,我们还是要依靠企业发展的内功,要依靠企业发展的商业模式,要依靠企业在管理上的竞争力。只有做好以上三个“依靠”,才能让企业在竞争激烈的市场中站得住脚。



金源新燕莎MALL  
总经理  
王丽华

## 品牌创新保持领先

令我印象最深的是一位金源新燕莎MALL的消费者,他曾对我说,从15岁开始认识金源新燕莎MALL,在过去的十年中,他在这座商场中度过人生中很多的第一次。包括第一次见女朋友,第一次为女朋友买心爱的礼物等。消费者的每一个第一次都着实让我感动。

同时,我很欣慰购物中心在2014年仍然保持了业绩的平稳增长。我认为过去十年中,是品牌创新的力量让金源新燕莎MALL赢得了话语权、市场地位和品牌称号。

2014年随着移动互联网时代来临,购物中心从铺设WiFi、建立可定位App

开始,把重点放在多渠道建立与品牌商、消费者的互动中。在研究渠道的同时,我认为消费者更希望在购物中心得到体验性的互动。时下,消费者的消费习惯在改变,碎片化吸取信息、网上购物、上下互动、全渠道经营成为金源新燕莎MALL赢得未来的关键所在。



味多美食品  
有限公司董事长  
黄利

## 优质食材烘焙“家”的味道

在过去十年中,我认识的很多朋友时常对我提起,他们从小就吃味多美的面包。也有朋友对我说,他在上大学那几年,和女朋友经常碰面的地方就是味多美。还有朋友在孩子出国之前来到味多美购买许多味多美的产品,在这个朋友的眼中,味多美的味

道就代表了家的味道。

去年味多美的企业战略是寻找、挑选全球优质食材。为此,味多美专门成立了选购项目组进驻法国里昂乐斯福酵母研究中心,以获得全世界最正宗的酸面种酵母。在我看来,只有最优质的食材才能烘焙出最正宗、最受欢迎的面包。

味多美在2006年前后迎来了企业高速发展期,每年20%-30%的发展速度备受关注。如今味多美在全国有300多家店,并以每年新增50-70家新店的速度不断壮大,年销售额达10亿元以上。时下,在快消品备受电商冲击的时候,更注重体验的味多美迎来发展机会。



每克拉美(北京)  
钻石商场有限  
公司总裁  
郝毅

## 顾客至上强化品牌凝聚力

每克拉美大钟寺店刚成立的时候,有一位顾客在店内看中一颗钻石,但是这颗钻石已经被每克拉美蓝港店订走。后来蓝港店本着消费者至上的原则,通过店员之间的沟通,使大钟寺店的这位顾客最终得到了这颗心仪的钻石。

因为坚守消费者至上的原则,每克

拉美颇受消费者喜爱,去年每克拉美营业收入与净利实现了高增长,目前限制“三公”消费等政策主要对高端珠宝行业影响较大,但对于钻石市场影响不大。因为对于如今的年轻人而言,结婚必买钻戒,每克拉美平价钻石卖场的定位正好能满足婚庆等中低端消费市场。

时下新的市场环境为每克拉美提供了更为广阔的发展空间。为此,钻石平价卖场每克拉美向加盟商抛出了橄榄枝。今年起我们将在全国范围内推广加盟模式,公司所推出的“超级合伙人”为有合作意向的投资机构和个人提供了合作空间。