



总消费吹响品牌竞赛新号角

当象征着理性、沉稳、闪耀的蓝色星标再一次出现在“北京商业品牌大会”颁奖盛典的主舞台上,一批批年度优秀品牌再一次以骄人的业绩、过人的胆识及前沿的战略,登上首都商业领域的“琅琊榜”。回首12年间,从这样一个评选首次出现在公众视野里开始,这个标志上的每一颗星都代表着品牌背后的品格和品质。评选活动跟随着首都商业一同成长,陪伴着商业企业一路走来,见证了北京商业发展的进程。

随着社会经济的发展,消费需求的迭代升级,品牌这两个字愈发增添了特别的分量。它既不是商品,也不仅仅是招牌,它的含义里面要包含着非常强的知名度和美誉度;它每一个哪怕细小的变化都能引起消费者的关注,因为它关系到人们的生活品质;它还需要让人们有一种自觉自愿的忠诚去跟随。

品牌一词,关乎到每一个人的生活品质,也关乎到整个市场的繁荣度。一个品牌之所以成为品牌,因为它具有很强的生命力、卓越的领导力,更重要的还有旺盛的创新能力。每一个优秀的品牌都内嵌了鲜明的

商业价值观,而这种价值观就是核心的内在竞争力。

在变化的大环境下,在激烈的竞争压力下,整个零售江湖风云变幻。正如商业专家与企业所感叹的那样:大浪淘沙不可避免,强者将更强。如今,首都商业界的老字号意气风发,玩转跨界融合;新电商斗志昂扬,闯出新路径;实体零售穷则思变,挺进社区商业……不管是老的、新的面孔,都在以自己的智慧与行动代表着北京商业的未来,勾勒出北京商业发展的新图谱。

闪亮的品牌,优质的服务,创新的产品,一点一滴推动了整个首都商业的繁荣迈进。2016年,北京实现总销售额2万亿元,其中社会消费品零售额突破1.1万亿元,为长达近40年的统计画上了一个圆满的分号。这一年,首都服务消费增速超过商品消费,对总消费增长的贡献率达55.1%,超过了商品消费贡献率。正因如此,2017年北京在全国率先以总消费代替社零额,来衡量实际的消费水平。总消费元年开创了我国总消费统计的新纪元。全新的统计指标,涵盖了服务业以及相关行业

的发展与贡献。

统计口径的变迁,来自于诸多新领域的商机,也吹响了转型的号角,在原本商品消费的基础上,整体纳入服务消费的有2万亿元之多。庞大的消费市场被纳入眼帘,更重要的是意味着社会消费结构变了,公众消费理念变了。

消费格局发生巨大变化,企业的发展目标也与时俱进,在这样全新的标尺与视角之下,品牌的意义再次被凸显出来。消费升级的背后是观念的升级,是倒逼品牌的升级,是品牌在服务、管理、质量、研发模式上的全方位升级。

纵观2016年度(第十二届)北京十大商业品牌评选的优秀获奖企业,它们来自与人们生活息息相关的衣食住行、吃喝玩乐等方方面面的重要领域,很多品牌都是典型的民生品牌,它们深深地融入了市民的生活,成为老百姓过日子不可或缺的一部分。2017年,首都商业企业将带着沉甸甸的荣誉,怀揣着全新的目标,带着消费者的期待,奔向前景无限好的明天。

评选历程

组委会召开
第一次专家研讨会

北京商业高峰论坛举办

评选活动
正式启动

组委会召开
第二次专家研讨会

2016年10月26日

2016年11月25日

北京十大商业品牌评选活动致力于首都商业的品牌建设。12年来,评选活动已经成为北京商业品牌的试金石,同时也为北京商业树立起品牌榜样和标杆。每一年的北京十大商业品牌榜单都经过严格的评审程序,而从北京十大商业品牌评选平台上走出的获奖企业,也正是北京商业发展的中流砥柱。

2017年1月15日

组委会召开
百强评审会

2017年2月23日

2017年2月22日

2017年1月18日

品牌大会

北京十大商业品牌揭晓

组委会召开最终评审

公众网络投票启动