



北京市商业联合会会长于学忠：

品牌建设要与时俱进

过去12年来,北京十大商业品牌坚定地走在品牌塑造的道路上,成为北京商业的佳话。北京十大商业品牌评选是北京市商业联合会和北京日报报业集团共同搭建和打造的一个公益品牌活动。伴随着每年十大商业品牌优秀企业的脱颖而出,很多商业企业变成了商业品牌,从单兵作战到全国连锁,销售额从百万、千万进入到亿元、十亿元。与之相对应的是,这12年北京社会消费品零售额从千亿规模突破了万亿大关,并在今年采用全新的总消费统计口径,从而更全面地展现北京消费的全景和远景。

滚滚消费洪流,数以亿万的商品,数以千万的企业,消费者如何甄别?这不是一个小小的成本,市场需要有值得信赖的评价平台,北京十大商业品牌评选就是这样一个平台,它减少了因为信息不对称而过高的交易成本,它释放了消费潜力,同时也倒逼企业提供更优质的产品和服务。

如今,北京商业站在全新的起点之上,消费者的口碑在变化,企业面临的考验也在升级,千百万的市场中,惟一不变的就是变化。品牌的重点不是登上榜单,而是苟日新,日日新,又日新。



北京日报报业集团副总编辑初小玲：

品牌是促进消费的主力军



年复一年,北京市商界的新老朋友们聚集在这里,既是对过去一年的思辨,也是对崭新一年的期待。一年一度的北京十大商业品牌选出的北京商业领域里最优秀的品牌,经受着市场检验。这些年来,随着品牌百花齐放、推陈出新,十大商业品牌本身也变成了一个品牌。这个品牌之所以有这样的口碑,靠的是所有人的努力,和12年如一日的坚持、创新和梦想。

消费离不开品牌,品牌既应迎合消费,也制造消费,是促进消费的主力军。品牌是商誉也是资产,是企业的核心竞争力,它在对接个性化、多样化消费的时候,谁都不能轻视它。当前,市场竞争不再以数量和价格为主,正逐步转向质量型、差异化为主的竞争,这就是品牌的竞争。可以说,品牌将支撑起北京商业的新生态。我们站在一个消费变轨的时代,没有不好的消费者,只有不好的品牌和商品,你的供给缺乏想像力,你的品牌也缺乏吸引力,消费者就会“用脚投票”,反之,消费者也会伸手相拥”。

12年来,北京十大商业品牌评选已成为北京商业品牌的试金石,希望它成为衡量北京商业的一把标尺,成为北京商业的奥斯卡和琅琊榜。