

北京日报报业集团党组成员、副社长邱成军： 媒体要传播品牌的力量

年复一年,北京十大商业品牌评选,既见证了品牌企业的起伏变化,也见证了商业业态的新旧更替。13年过去了,传统消费势能不再,新消费则呼之欲出。

在消费升级的快速路上,供给在创造需求,供给在引导需求。新消费是个巨大的时代机会,但它不会自动生成、从天而降。它需要每个身处消费场景末端的企业,能够将之转化为产品、服务、创意以及生产力。新时代,新商业,新生活,其内在逻辑是一致的。人民对美好生活的向往,很大一部分将落在新消费上。

品牌的成长绝非一朝一夕之事,让品牌在广大消费者心目中建立起口碑,与消费者形成信赖和默契,更不是容易的事情。作为北京的媒体集团,把服务北京的商业品牌挖掘出来,宣传出去,这既是一份责任,也是一种使命。北京十大商业品牌评选正是带着这样的使命感和责任感延续至今,在对的时间做对的事情,传播正能量,方能顺势而为。



北京市商业联合会会长于学忠： 让品牌企业成为首都商业的名片



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的公益品牌活动。每年的品牌大会都会遴选出北京商业的品牌榜样。这样做的目的,不仅是为了帮助消费者能够更容易辨别出优秀的品牌,买到好的商品和服务;同时也是希望,通过这个平台帮助更多的企业塑造自己的品牌,让品牌企业成为首都商业的名片。

北京商业的发展显而易见。过去一年,各式各样的创新零售形式活跃在北京市场,这些创新零售形式在给老一辈商业品牌带来理念冲击的同时,其实也带来了转型升级的新思路。

凡是过往皆为序章,站在新的起点,应对新的挑战,这要求北京的商业品牌,不仅要在千变万化的市场中保持年轻心态,踊跃进取,跟上时代的脚步;同时也要求商业品牌坚守责任和担当。在此后的工作中,北京市商业联合会也将尽自身所能,希望帮助更多的商业品牌跟上时代的脚步。