

媒体关注品牌所传播的正能量

作为拥有300家经济媒体会员的中国经济传媒协会，正在由传统报刊为主向广播电视、网络、新媒体多种传播业态融合。北京商报作为中国经济传媒协会的副会长单位，正在全媒体时代加快“融媒体”改革，旗下中国酒业周刊举办的中国酒业品牌价值榜，即北京商报融媒体改革的标志性内容之一。通过品牌价值榜评选，将文化企业社会责任作为核心评价内容，力求在中国酒类市场迎来拐点之际，共同探讨如何与消费者进行交流、如何打造文化IP、如何推动酒博物馆的文化价值产生商业价值，赋予酒类品牌更深层次的意义。同时以公布品牌价值榜的方式，把酒企业在公共领域的贡献、为延续中国酒类酿造文化所做的改变集中展现。



中国酒类流通协会专职副会长 刘员：
酒企发展核心是品牌文化建设



在酒业的变革创新中,文化是一大突破口。但酒文化必须从刻板僵硬中走出来,才能吸引消费者,才能使我们的产品、品牌成为时代的宠儿。

中国食品发酵工业研究院副院长 张五九：
完善文化表达以充实品牌内涵



如今每个人对酒文化有不同理解。酒作为传统行业,蕴含的内涵深刻。中华民族的思想、行为、生活、情感等方方面面,都能在酒文化里找到痕迹。