

简 报

(第二期)

中国商业史学会

2018年1月8日

中国商业史学会品牌专业委员会成立 暨《中国城市品牌发展指数报告（2016-2017）》 发布会在桂林理工大学举行

2018年1月6日，中国商业史学会品牌专业委员会成立暨《中国城市品牌发展指数报告（2016-2017）》发布会在桂林理工大学举行。此次大会由中国商业史学会、桂林理工大学主办，桂林理工大学现代企业研究中心承办，旨在进一步推动国内外品牌研究学者学术交流与合作，促进营销科学理论的创新与品牌管理实践的深入发展。学校校长解庆林出席成立大会并致辞。



会议邀请了中国社会科学院俄罗斯东欧中亚研究所党委书记、副所长，中国社科院一带一路研究中心副主任，中国社科院丝路研究院副理事长，中俄战略协作高端智库副秘书长，中国社科院上合组织研究中心执行主任李进峰研究员；中国人民大学商学院博士生导师、中国人民大学中国市场营销研究中心主任、中国商业史学会副会长、中国商业史学会品牌专业委员会主任郭国庆教授；中国商业史学会秘书长杨少萱等多位知名专家学者到场。

学校校长解庆林在成立大会暨品牌发展指数报告发布会上致辞。解校长对各位专家学者的到来表示热烈欢迎，简要介绍了学校和商学院的主要情况。解校长表示，品牌专委会的成立，必将促进我国品牌建设的经验交流和理论创新，《中国城市品牌发展指数报告（2016-2017）》的发布，是中国城市品牌发展的一件盛事，必将为中国城市营销开展和城市品牌发展提供极有价值的理论指导与经验参考。

中国商业史学会杨少萱秘书长随后致辞，她介绍了中国商业史学会的发展情况和品牌专业委员会的筹备情况，并希望新成立的品牌专业委员会认真总结中国优秀品牌史的光辉历程，充分发掘和汲取国内外优秀的商业文明与品牌文化，打造国内一流、国际知名的品牌发展史研究与品牌管理的服务型研究机构，促进中国品牌理论的发展与完善，促进中国企业、中国品牌走向世界。

中国社会科学院俄罗斯东欧中亚研究所党委书记李进峰研究员致辞，他表示，品牌专业委员会的成立和《中国城市品牌发展指数报告》的发布，对提升我国综合竞争力和国家治理能力现代化具有重要意义，并介绍了《中国城市品牌发展指数报告》数期以来的发布情况和对推动我国城市竞争力的积极作用。提出了城市发展中定位雷同、协同发展不足、不利于形成城市品牌发展的传导效应的相关对策，对新成立的中国商业史学会品牌专业委员会发挥积极作用表达了希冀和憧憬。

中国商业史学会副会长、中国商业史学会品牌专业委员会主任郭国庆教授介绍了品牌专业委员会的相关情况，表达了对未来品牌专业委员会的建设和发展构想。他表示品牌专业委员会将在中国商业史学会的领导下，积极发挥团队优势，推进中国品牌研究，为中国品牌理论和实践发展贡献力量。



中国商业史学会是由国务院国有资产监督管理委员会管辖、民政部批准的国家一级学会。新成立的中国商业史学会品牌专业委员会，将致力于研究中国成功品牌的发展历史，促进品牌管理人才的培养和品牌建设经验交流，推动品牌理论的创新发展。

《中国城市品牌发展指数报告》系列研究成果是中国社会科学院、中国人民大学中国市场营销研究中心和桂林理工大学现代企业研究中心的重点资助项目，已连续发布四期，为中国城市营销的开展和城市品牌的发展提供了重要衡量标准，产生了良好的社会影响。