

谁将问鼎2025年度北京十大商业品牌

新兴行业、场景创新等多元供给增加,全民质价比消费意识提升,为推进商业发展、品牌建设,由北京市商务局指导,北京日报报业集团和北京市商业联合会共同主办,北京商报社承办的2026北京商业品牌大会暨2025年度(第二十一届)北京十大商业品牌揭晓活动将于1月16日(周五)在北京国际饭店隆重举行。本次活动以“新需求 新供给”为主题,政府部门相关领导、商业领域专家及企业高层代表将齐聚一堂,共同见证2025年度(第二十一届)北京十大商业品牌的荣耀时刻。

“2025年度北京十大商业品牌”作为主榜单,代表北京商业的年度最高水平,引领

行业发展方向,参评品牌涵盖商场/购物中心、潮玩、餐饮、专业店、电商、老字号等丰富的商业和消费业态,它们不仅在各自领域内表现出色,更是推动北京商业持续发展的领航者。

2025年是北京商业奋楫争先的一年,围绕“潮尚”“聚变”“破局”等关键词,北京十大商业品牌用不断创新来实践“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求”。其中,老字号在坚守传统精髓的基础上,积极突破固有边界,实现品牌价值的现代转化;购物中心聚焦场景重构与体验升级,不断探索商业空间的多元形态;超市业态以复合模式与功能融合

为导向,构建社区生活新节点;专业店与潮玩企业更依托文化自觉,寻求圈层认同,让文化内涵、情感寄托与价值观表达变得比商品使用价值更重要。

在“北京十大商业品牌”主榜之外,本届活动还设置了四个常设子榜单:“北京商业品质服务品牌”“北京商业模式创新品牌”“北京商业匠心智造品牌”“北京商业新秀品牌”。“北京商业品质服务品牌”旨在表彰年度商业品质服务水平最为卓越的品牌,同时代表了北京商业服务的“天花板”;“北京商业模式创新品牌”在新的发展阶段,鼓励更多企业自我革新,挖掘更多新的商业模式,满足愈发多元

的消费需求;“北京商业匠心智造品牌”旨在激励那些在提振消费中表现优异、独具匠心的品牌“最强音”;“北京商业新秀品牌”旨在鼓励那些积极推动行业提质发展的商业新生力量。

本届活动首次设立三大年度特设榜单,即2025年度“金融产品创新赋能消费优秀案例”“北京文商旅体融合优秀案例”和“北京时尚消费力引领品牌”,旨在表彰在相应领域具有突出实践成果与行业示范效应的企业。所有人选企业不仅代表了北京商业年度发展的最强音,也是推动行业提质升级的强劲动能。

历经二十年积淀,“北京十大商业品牌”

始终与北京城市消费升级和商业发展同频共振,见证了众多商业品牌的成长与商业生态的迭代,已成为北京商业领域具有高度权威性与广泛影响力的年度盛会。大会持续聚焦行业新势力,通过关注创新模式、技术应用和跨界融合,呈现商业生态的动态发展。

本次优秀案例推选历程历时3个月,历经年度候选品牌库建立、品牌提名、专业评审团评审、网络公众投票、评审委员会终审等多个环节,确保活动公平、公开、公正。谁将在众多参评企业中脱颖而出,成为2025年度北京十大商业品牌的新榜样?

北京商报记者 王维祚

张勇重新担任海底捞CEO

海底捞董事会迎来调整。近日,海底捞创始人张勇时隔四年重掌海底捞CEO,李娜娜、朱银花等四位曾深耕一线的年轻高管跻身董事会,这场人事调整不仅重塑海底捞的核心治理架构,更向市场传递出品牌变革的信号。

根据公告,因服务于公司战略发展的董事会组成及角色调整,自2026年1月13日起,苟轶群辞任海底捞执行董事及首席执行官,宋青辞任执行董事及提名委员会成员,高洁辞任执行董事。相关人员辞任后,将继续在海底捞担任重要管理职能。在董事会成员调整的同时,海底捞也委任新一轮执行董事。公告

称,为支持公司持续创新及长期发展,积极磨砺并培养年轻一代管理团队,李娜娜、朱银花、焦德凤及朱轩宜,已分别获委任为海底捞执行董事。

从履历看,四位新董事均长期在海底捞体系内成长,分别来自区域运营管理、产品与供应链管理及集团战略支持等不同岗位,在门店运营、区域管理及产品创新等具体业务中深耕多年。

同时,公告显示,基于对本公司管理层安排的整体调整及综合考量,董事会主席兼执行董事张勇亦已获委任为首席执行官。此前,张勇卸任海底捞CEO已近四年,在此期间无

论在业绩还是业务上,海底捞经历了多重变化。随着海底捞品牌进入多业态、多品牌并行推进的“多元化生态构建”阶段,各业务板块间的协调、资源共享与战略一致性成为新的管理重点,这或许也是张勇重新回归的重要因素。

战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示,张勇重掌海底捞CEO并优化董事会,本质是战略聚焦与决策效率的双向强化。在消费市场分化、行业竞争加剧背景下,创始人亲自操盘既能锚定长期发展方向,又能快速响应市场变化,而辞任高管转岗核心业务、年轻管理团队补位,形成“战略稳

定+活力注入”的良性格局。

张勇的回归,或许标志着海底捞正式告别此前的探索试错期,迈入战略深耕新阶段。过去几年,海底捞持续押注多元化赛道,相继推出露营火锅、校园火锅、企业定制火锅等创新业态,打造差异化主题门店,并孵化出多个新品牌矩阵。

在业内人士看来,张勇的回归或将与其主抓的“红石榴计划”有关。2024年8月,海底捞宣布实施“红石榴计划”。“红石榴计划”为同时面向海底捞内部员工和外部的创业孵化项目。自“红石榴计划”提出以来,海底捞已孵化多个餐饮品牌。海底捞2025年半年报显示,

自“红石榴计划”启动以来,海底捞已成功孵化出“焰请烤肉铺子”“小嗨爱炸”等14个餐饮品牌。截至2025年6月底,“红石榴计划”旗下品牌门店共计126家,其他餐厅收入达5.97亿元,同比增长227%。

詹军豪进一步表示,若“红石榴计划”是内部孵化新品牌的核心布局,张勇的回归是为了形成战略引领与资源倾斜的合力。创始人的战略判断力与资源调配能力,能为新品牌突破提供关键支持,而内部高管团队的协同配合,也让创新计划的落地更具执行力,契合集团长期创新发展的诉求。

北京商报记者 郭缤璐

广告



2026北京商业品牌大会

暨2025年度(第二十一届)北京十大商业品牌揭晓

新需求 新供给

盛大启幕

2026年1月16日

支持单位 中国商业联合会 中国经济传媒协会

指导单位 北京市商务局

主办单位 北京日报报业集团 北京市商业联合会

承办单位 北京商报社

智库平台 深蓝媒体智库 北京商业经济学会