

2025年度北京十大商业品牌揭晓



1月16日,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,北京日报社承办的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在北京国际饭店成功举办。

本次活动以“新需求 新供给”为主题,政府领导、商业专家及企业高层代表齐聚一堂,共同见证了代表北京商业最高水平的“2025年度北京十大商业品牌”等优秀品牌案例的揭晓。

“2025年度北京十大商业品牌”主要表彰年度表现最为突出、引领行业发展方向的10家商业品牌,它们代表了年度北京商业发展的最高水平,拥有丰富的品牌内涵和外延。北京稻香村、北京华天、北京SKP、北京三里屯太古里、菜百首饰、京东、美团、泡泡玛特、吴裕泰、小米10家品牌荣登“2025年度北京十大商业品牌”。

在“北京十大商业品牌”主榜之外,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。

2025年,业态融合与跨界创新是北京商业外在的显著特征。为此,本届活动首次引入三大年度特设榜单,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。所有入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。

年度上榜企业在各自领域引领发展方向,契合消费者日益提升的品质需求,成为北京培育建设国际消费中心城市过程中的商业新名片,为北京商业发展树立了典范。据主办方介绍,本次评选历时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。

北京十大商业品牌系列活动已跨越二十载,见证了无数新兴品牌从萌芽到崛起的辉煌历程,诸多上榜品牌和企业是首都乃至全国的“金字招牌”,在提振消费、扩大内需方面发挥着主力军作用。

新的消费内容、方式与场景,正通过跨界融合为消费者注入活力。会上,北京文商旅体跨界合作信息发布平台正式上线。未来,该平台将聚焦文商旅体等多业态融合发展,为企业和品牌提供高效、可信的项目发布与合作对接服务。平台还将支持资源精准触达与合作意向跟踪,助推跨行业资源共享与市场自发跨界合作,提升首都消费能级与产业创新活力。

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。

北京商报记者 王维祯

北京日报报业集团总编辑、社务委员会副主任委员张冬萍： 北京消费市场时尚度与丰富性迈上新台阶



北京商报讯(记者 张绪旺 冯若男)1月16日,在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上,北京日报报业集团总编辑、社务委员会副主任委员张冬萍表示,刚刚过去的2025年,是首都商业发展进程中极不平凡的一年。我们欣喜地看到,在培育建设国际消费中心城市等一系列政策的强力推动下,北京商业展现出强大的韧性与活力。这一年,“商圈改造提升行动计划”成效显著,传统地标与新兴项目交相辉映,城市商业空间格局持续释放,全球时尚前沿与经纬文化传承再次碰撞融合,消费市场的时尚度与丰富性迈上新台阶。

对于未来北京商业发展趋势,张冬萍表示,展望2026年,北京商业正站在“十五五”规划新起点,消费迈入“第五时代”也在呼唤更深层次的价值共鸣。为此,我们期望深化区域协同,共拓消费大市场,助力构建活力充沛、层次丰富的首都经济圈消费新生态。同时,拥抱技术变革,赋能商业新未来。鼓励企业利用人工智能、大数据等前沿科技,深化消费场景创新,提升运营效率,在数字化浪潮中构筑核心竞争力。

中国商业联合会会长王民： 品牌不是一劳永逸的功劳簿



北京商报讯(记者 何倩)1月16日,在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上,中国商业联合会会长王民表示,北京正在加快培育建设国际消费中心城市,商业和消费与城市发展密不可分,商业作为城市最基本的功能、最活跃的细胞,其转型升级与创新对于激发城市内生动力、提升城市活力魅力、满足居民多元消费需求具有不可替代的关键作用。提振消费、扩大优质商品和服务供给离不开企业和品牌的持续创新,品牌是企业重要的无形资产,打造品牌是企业参与市场竞争的重要手段。品牌创新的活跃度成为衡量市场活力的新标尺,商业品牌是激发商业和消费市场活力的重要力量。

王民认为,一方面,品牌必须以技术、产品或者服务的创新为依托,以人无我有、人有我优的独特供给吸引消费者,形成品牌势能。另一方面,品牌不是一劳永逸的功劳簿。尤其传统品牌、老字号企业等,要适应互联网营销、人工智能浪潮等新趋势、新理念,结合不同地域、不同消费群体的特点,因地、因人把握新需求,持续擦亮品牌的金字招牌。

北京市商务局党组成员、副局长石崇远： 品质品位品牌是市场竞争核心制胜三要素



北京商报讯(记者 刘卓澜)1月16日,在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上,北京市商务局党组成员、副局长石崇远表示,从新锐地标到时尚潮玩,再到街头小店,这些行业的成功案例证明了品牌的建设没有捷径,只有坚守品质,提升品位,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。

石崇远介绍,北京涌现出一批消费地标品牌,例如元旦前入市的城市副中心新地标“湾里”,融合了文商旅体多种业态,开业前三天吸引了60万人次打卡。北京涌现出一批具有独特品位的时尚品牌。石崇远指出,潮玩企业坚守着过硬的品质,秉持着独特的品位,共同推动着北京潮玩品牌的整体升级。同时,具有特色烟火气的品牌凭借口碑相传的招牌产品成为了“排队王”。石崇远介绍,一些藏在胡同口、社区旁、街巷深处的特色小店,即使没有华丽包装和大规模宣传,却凭借着口碑相传成为常年火爆的“排队王”。石崇远表示,正是企业对品质、品位、品牌的持续、稳定坚守,才赢得了消费者的高度认可与信赖,也正因这份信任,才有了消费者自发排队的消费热潮。

中国经济传媒协会会长赵健： 新需求下消费者更注重情绪价值与文化认同



北京商报讯(记者 郭缤璐)1月16日,在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上,中国经济传媒协会会长赵健围绕“乘势”“动能”“共建”三个关键词,分享了对商业品牌发展与提振消费的思考。

赵健指出,当前扩大内需是稳增长“压舱石”与高质量发展主引擎,国家统计局数据显示,2025年前三季度最终消费支出对经济增长贡献率达53.5%,较上年提升9%,已成为经济回升第一拉动力。作为国际消费中心城市培育建设的先行者,北京打造的“烟火气、国际范、中国潮”消费生态,正是扩大内需战略落地的生动实践,在场优秀品牌通过产品创新与场景融合,成为消费市场活力与品质的最佳见证。

赵健认为,新需求下消费者更注重情绪价值与文化认同,追求个性化、有温度的深度体验,这要求品牌竞争转向“人心”与“社群”的长期经营。而北京商圈升级、文商旅体深度融合的实践,证明丰富供给、创新场景是品牌赢得市场的关键。