



70年北京商业品牌成就奖

北京稻香村



它的点心匣子承载了老北京人的记忆，它的精致新品又被年轻人刷屏；一块糕点，既复活了传统文化，也凝聚了匠心。

北京华天



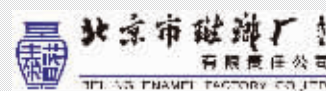
它旗下老字号云集，是食客的打卡地。它既传承舌尖上的非遗，又探索新技术新业态，让科技助力消费升级。

北京市百货大楼



它是新中国百货第一店；它实现了百货公司、奥特莱斯、购物中心多业态布局。当下，它以文化底蕴让老百货再现新潮流。

北京市珐琅厂



它是北京传统审美的集大成者，由它传承的景泰蓝技艺可追溯到春秋时期，它是景泰蓝行业中唯一一家中华老字号。

便宜坊



它是焖炉烤鸭的代名词。如今的它“老当益壮”，在线上线下经营、特色销售、文旅融合等方面着力挖掘潜能。

超市发



依托居民社区，它探索超市新模式；围绕年轻客群，它探索“便利+书吧”新服务。改制20年，它和消费者的距离越来越近。

翠微股份



它是京西地标，曾创下京城商业一个个奇迹。它坚守“家人式服务”，升级品牌、丰富业态，提升商圈聚客能力。

东来顺



它是追求年轻的老字号，推副牌、新零售、上电商，它是北派火锅的旗帜，尝试跨领域探索。

甘家口百货



它是京城第一家社区百货。在传统百货升级改造大潮中，它率先改造成社区生活中心，重焕新颜。

国美零售



它开创了家电大连锁，见证了商业变迁；如今它线上线下融合，聚焦“家·生活”，丰富业务线，让老百姓有更多选择。

家乐福



它是大卖场业态的首创者，也是最早一批进入中国的外资零售品牌。2019年，曾经的零售之王加盟苏宁，加快线上线下融合。

金源新燕莎MALL



它是国内首家SHOPPING MALL，它的开业速度创下世界商业奇迹。它精准锁定家庭消费，新锐品牌与老字号兼具，深挖社区消费。

京东



它以B2C模式在中国电商行业独当一面。勃兴于北京，立足于全国，放眼于世界。多快好省的口号20多年来服务客户的立身之本。

肯德基



它是最早进入中国的洋快餐。它是国内规模最大、门店最多的快餐品牌。它坚持本土化，布局智慧门店，新增茶饮、夜宵。

全聚德



它是北京烤鸭的集大成者，它是A股首家餐饮企业。一手打造品质名店，一手孵化子品牌，它正在绘制老字号的新未来。

同仁堂



“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”，让它成为中药第一品牌；它兴于药，立于医，成于医药结合。

味多美



它坚持“以最好的原材料做最好的产品”。它全新设计店铺形象，还将“到店”与“到家”相结合，让“老”面包坊实现“新”零售。

新发地



它是响彻全国的农产品批发市场品牌，它是北京人的“菜篮子”。紧随北京城市定位，它内升外扩，探索“互联网+批发”。

燕莎奥特莱斯



作为中国奥莱业态的开创者，它已走过17年。它践行“名牌+实惠”的理念，打造购物、休闲、娱乐为一体的新物种。

中国照相馆



它是一座北京城和北京人的时间博物馆，它是摄影界的老字号，用镜头捕捉美好。技术在变，但记录幸福的初衷不变。