

商业大未来是融合

走过近40年的市场化道路，各行各业早就习惯了竞争二字，国人也曾因此受益。不过，抢占市场引发的盲目竞争后遗症也开始频现：为低价不惜降低制作成本；为聚客不计后果大打价格战；为存活疯狂烧钱。

然而，商业领域这种习以为常的生存模式在2015年面临变轨。传统零售领域尝试虚心向互联网偷师，频频上演大手笔并购。发力O2O成了新旧商业企业的共同使命。

这背后，是共享经济带来的大融合态势在助推。基于此，12月18日举办的2015年度北京商业高峰论坛，将主题设置为“大融合 大未来”。这也昭示了商业领域未来的成长之路。

过去一年，传统零售业的经历不同以往。一度风光无限的百货业态，濒临淘汰边缘。不再坚守传统，加速转型突围成了百货集团的关键词。传统百货业的落败与经济环境密切相关，但非理性的疯狂价格战也是重要推手。

强硬的对抗行不通，传统零售企业尝试另辟蹊径。不久前，西单商业街的重点百货店、购物中心组成了联盟，尝试共享客流，共同抵抗零售寒冬。

区域合纵连横只是商业大融合的一隅。

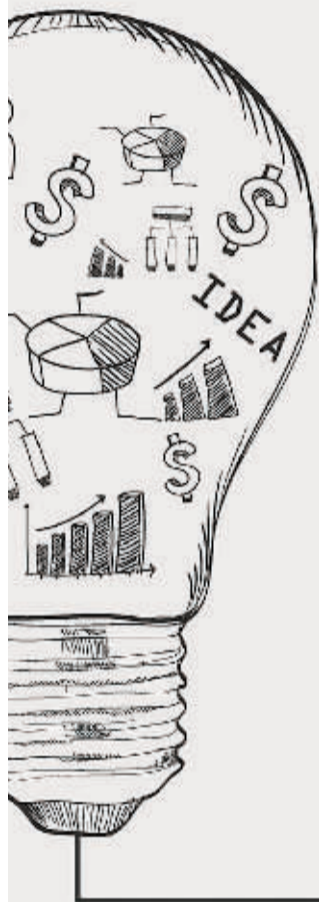
2015年，曾经势同水火的电商和店商巨头，纷纷摒弃前嫌走到了一起。缺乏门店资源，但玩转线上的京东，找到了进军电商无门但生鲜独占鳌头的永辉；最接近互联网企业的实体巨头苏宁，则干脆联姻阿里巴巴。一桩桩不可思议的并购案，接连在零售领域上演。

在这份《2015北京商业发展蓝皮书》中，北京商报以及北商研究院团队，全面梳理了过去一年的商业事件，萃取出了商业领域的发展精华，对各个业态进行了全方位的盘点和分析。

按照惯例，《蓝皮书》还一并推出年度重磅调查。今年，资本、公众全面聚焦O2O，让这一业态毫无争议地入围调查。

《蓝皮书》对O2O的调查别有新意，将涉猎范围划归与每个国人息息相关的生活服务业。在实际调查中，年轻的O2O行业带给公众便捷与活力的同时，也不可避免地暴露了痛点。《蓝皮书》

据此全面揭示行业痛点，这不仅警示消费者，也让O2O创业品牌少走弯路，带给公众更完美的用户体验。



解读篇

Interpretation

T03 - T05

北京市商务委主任闫立刚： 北京消费新起点

消费作为“三驾马车”之一，已成为北京经济增长的主要引擎，服务业作为消费中的重要一环，地位也越发凸显。根据最新统计，2015年北京社会消费品零售额将突破1万亿元。展望未来，1万亿元是个新起点，北京的消费规模仍有巨大的增长空间，同时，服务业发展被赋予更加重要的使命。

北京商业进入万亿时代

万亿不是梦想。北京市统计局披露的数据显示，今年1-10月，全市实现社会消费品零售额8370.6亿元，比上年同期增长6.7%，10月单月增速为9.7%。

盘点篇

Inventory

T06 - T25

九大业态盘点

对于商业而言，2015年即便已走到年尾也不能平静。这一年，商业企业注重于对模式的探讨，对经营的反思，对新兴业态的不再掉以轻心。盘点篇梳理了百货、超市、电商、快递、家居、餐饮、酒店、批发市场、奢侈品九大行业2015年的经营状态，预判了2016年的行业走势。

变革、业态创新、升级、电商、政策、并购，这些皆是2015年商业高频词汇，反映出市场变幻，需要政策引路与支持。消费习惯与趋势被影响和改变，商业格局正在重塑。

(详细情况请见各业态盘点报告)

调查篇

Investigation

T26 - T37

生活服务O2O痛点调查

2015年是生活服务业O2O成长与变革的一年。

资本的推动让O2O成为中国商业最红火的领域之一。今年，资本寒冬则让大量O2O项目迅速凋零。中小型创业O2O项目首当其冲，倒闭潮、裁员潮成为心头之痛。资本成为O2O领域的催化剂，既驱使企业行业向前发展，又快速进行优胜劣汰。

不过，O2O的倒闭潮，不能掩盖新模式对传统模式的颠覆。移动互联网等新一代信息技术加速发展下，O2O已成为先进生产力的代表。

(详细情况请见生活服务O2O痛点调查报告)

论坛篇

Forum

T38 - T47

2016，商业向哪儿看

在商业精英眼中，2016年的商业市场又将朝什么方向发展？

让品牌的光芒更加耀眼

“北京十大商业品牌评选”创立于2005年，是北京商业领域规模最大、最具权威、影响最深远的年度评选活动。

北京商业发展指南针

一年一度的北京商业高峰论坛为行业发展提供借鉴。

高峰论坛全呈现

论坛以“大融合 大未来”为主题，围绕“融合”大势展开一场传统巨头和O2O新贵的对话。

首届生活服务O2O评价榜揭晓