

生活服务O2O痛点调查

2015年是生活服务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,美团、大众点评、滴滴、快的等在资本左右下合并重组。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。今年10月,国务院办公厅发布《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》,力挺O2O。这是国家层面首次对O2O行业发展提出意见,这也是国家对O2O行业对于商业模式创新的肯定。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。

O2O不仅成为创业项目的创新方向,同样是传统零售企业和电商平台转型升级的主要方向。今年,包括家乐福、物美等传统超市,王府井、大悦城等商场,以及百度、阿里巴巴、腾讯等互联网巨头,都在加速布局O2O。O2O成为新商业环境下企业的必争之地。

北京商报、北商研究院从O2O模式诞生之日起就开始追踪报道。在今年这样的变革之年,我们从资本、模式、服务、创新四个维度对O2O进行全方位调查,历数生活服务O2O各领域转型变革及发展痛点。希望以此对O2O领域未来发展带来一些思考。

