

## 2005年 北京十大商业品牌首秀

**主题:品牌建设**

**亮点:**

1.秉承权威与公正

为促进北京商业环境的良性与可持续发展,加强北京商业品牌的建设推广,北京十大商业品牌评选拉开序幕。原北京市副市长陆昊的出席也进一步加强了北京十大商业品牌评选的权威色彩。

2.开创规范流程样本

评选活动邀请了《中国内地百富榜》创始人胡润作为特邀顾问,多位业内专家共同为北京商业的发展出谋划策。评选活动中的标准的规范化操作亦成为此后的样本。

## 2006年 全景报告开启

**主题:和谐商业**

**亮点:**

1.反思和谐商业

“红心鸭蛋风波”、“福寿螺事件”等事件的曝光,让2006年的十大商业品牌评选回归对和谐商业的反思。从“商场如战场、尔虞我诈”转向“和气生财”,十大商业品牌评选试图构建起对“经商济世”的儒商的再造。

2.记录北京商业全景

本届十大评选增设了“影响北京跨国商业品牌”的评选,并推出了《北京商业2006全景报告》。多业态的全方位回顾使评选成为具有商业研究价值的历史性活动。

## 2007年 高峰论坛促商界沟通

**主题:品牌与服务**

**亮点:**

1.回味北京商业表情

2007年北京“商业王国”格局风云变幻,商品日趋完善、营销日臻成熟。商业大鳄在服务方面展开了新的拉锯战。《2007年度北京商业发展蓝皮书暨北京商业品牌100强特刊》记录了这一年商界的沉沉浮浮。

2.商业高峰论坛开启

本届评选首次推出了“2007北京商业高峰论坛”,论坛围绕做大做强品牌、服务升级、竞争与合作等商业焦点话题,为北京商业领域的精英们搭起了“同台论道”的舞台。

## 2008年 数据盘点启用

**主题:科学发展**

**亮点:**

1.盘点奥运财富

2008年北京奥运会的成功举办给北京商业留下了一笔巨大的财富。北京十大商业品牌评选详细解读了奥运财富,为后奥运时期北京商业的发展提出了思考。

2.使用数据语言

社会消费品零售额超过4500亿元,北京商业在2008年交出一份让人惊喜的答卷。本届十大商业品牌评选使用数据语言,盘点了30年来北京商业发展的辉煌成就,为北京下一个五年规划的发展提供了有益的借鉴。

## 2009年 电商企业纳入评选范围

**主题:危机·机遇·发展**

**亮点:**

1.记录跨越发展年

年初,国际金融危机让北京商业服务如临大敌。岁末,社会消费品零售额近16%的增长速度证明了北京商业实现了逆势上扬。这一年的“十大”,我们记录了北京商业克服困难,实现跨越式发展。

2.电商企业参评元年

这是北京十大商业品牌评选的第五年,也是商业格局迅速变化的一年。北京十大商业品牌以敏锐的商业视角将电商纳入评选范围,B2C大佬也成功进入百强名单。

## 2010年 首次发布商业调研报告

**主题:建设国际商贸中心**

**亮点:**

1.解读国际商贸中心

2010年是北京全力打造国际商贸中心、为实现中国特色世界城市战略目标而不懈努力的起点年。本届“十大”全面解读了北京商业企业在国际商贸中心的建设元年里如何创新经营,并遴选出商业榜样。

2.商圈调研

这是北京十大商业品牌进行主题商业调研的第一年。我们依据北京城市变化格局选出引领北京商业发展的新十大商圈,它们撑起了今天北京的商业格局。

## 2011年 十大商圈调查报告发布

**主题:创新商业 优化民生**

**亮点:**

1.商业综合体调研

2011年是北京商业综合体迅速发展的一年。在年度主题调研中,我们选取了10个具有典型性的城市商业综合体,一一解读它们的变化、机遇、困惑和未来,反映了一年来的北京商业发展的新趋势。

2.北京精神指点商业迷津

这一年北京市提出了“北京精神”的阐释,从某种程度上为北京的商业企业提供了经营方向。这一年同时也是“十二五”的开局之年,转变流通发展方式备受瞩目。

## 2012年 北商商业研究院成立

**主题:美丽商业 美好生活**

**亮点:**

1.升级趋势发展报告

2012年可以说是商业的分水岭。这一年,传统商业开始显露慢增长的趋势,而电商行业却笼络了越来越多的消费者。我们发布了商业趋势发展报告且受到了业界高度认可。

2.北商商业研究院成立

这一年,北商商业研究院成立。这是北京传媒行业中首个针对流通领域设置的研究机构。北商商业研究院将依托媒体优势,进行基于新闻资讯的研究与分析,弥补商业流通领域在这方面研究的空白。

## 2013年 商业一手数据初具规模

**主题:改革·机遇·转型·创新**

**亮点:**

1.揭秘社区商业4.0时代

这是北京市首次对社区商业进行系统的新闻调查。通过详实的调查,我们发现随着电子商务的尝试运用,社区商业的4.0版本已渐现雏形。

2.支招商业转型

北京商业已到了“十二五”规划的中间点,今年的商业形态也遇到了前所未有的转型期。我们对过去一年零售业的大事件和发展趋势进行梳理,希望能够找到帮助零售业走出困局、继续前行的星光。