

便利店扩张软着陆

在全时京津区域闭店的阴影下,最近便利店行业的扩张也变得不那么“刚”了,从一线城市的“巷战”到三四线城市的下沉,从坚持直营到尝试加盟,在整体经济环境不理想的2020年,便利店开始软性调整自己的成长战略,以提高运营效率。徐徐图之,至少先活下去。



全国首家苏宁小店加盟店近日在南京正式开业

纷纷进入下沉市场

除了苏宁小店首次开启了加盟试点外,最近罗森、便利蜂等便利店品牌都开始了新一轮跑马圈地。不过,从各大品牌的扩张路径来看,便利店已经将重心逐渐转向下沉城市,不再集中在上海、北京等一线城市。有分析认为,扩张过程中,要根据当地城市的消费水平来调整商品结构来迎合当地的消费者。

事实上,作为最贴近消费者的业态,便利店受到各方的广泛关注。自去年以来,便利店行业持续受到政策加码。便利店们纷纷开启新一轮新的跑马圈地。不过,从各大品牌的扩张路径来看,不再集中在上海、广州等一线城市,2-4线城市逐渐成为各大品牌便利店扩张的重点。

据了解,自今年2月以来,便利蜂不到3个月的时间连下三省。先后进入山东济南、河南郑州、安徽合肥等地。4月中旬,罗森正式以特许经营加盟的形式进驻河北。未来将以唐山为基础,在河北省廊坊、石家庄、承德等城市继续扩展。

除此之外,一些区域性便利店品牌也在抢滩圈地。据了解,西安每一天便利店官宣将全面开放关中地区加盟。每一天便利店将从东西两线逐步开放关中地区加盟,首批将开启咸阳、渭南、杨凌市场;不久前,安徽邻几便利店12家门店一同开业,并计划在5月开店40家,加速推进2020年实现全年新增500家门店的年度目标……

精益零售理论创始人龚胤全认为:尽管三四线城市消费比较成熟,但与一线城市相比,消费力仍然有差距。同时,房租成本、人员用工成本也较低。这中间就有一个选择的博弈”。他说,从选品的方法论来说,要站在顾客的立场思考,开发符合当地顾客消费需求的商品,而不是直接将一线城市商品带人三四线城市。

加盟需兼顾监管

苏宁小店一改往日直营的模式,开始尝试允许加盟。近日全国首家苏宁小店加盟店在南京正式开业,该店属社区型门店,除常规超市类商品售卖外,苏宁小店还内置了苏宁菜场、快递代收、彩票等增值服务功能。

据介绍,加盟商将得到苏宁小店提供的完整的大快消供应链,提升商品丰富度。同时,苏宁小店可依托苏宁体系,实现线下门店为线上业务引流、线上高频订单反哺线下门店的双向流量。此外,加盟商将通过门店自然流量、社群裂变、直播带货等多种渠道,多线引流提升门店的客流。不过,目前苏宁小店加盟处于试点阶段,尚未对外正式公布开放加盟。

值得注意的是,在一路高歌猛进的扩张过程中,既能节约开店成本,又能提升开店速度,加盟成为绝大部分品牌选择的模式。不过,由于加盟主的质量参差不齐,一旦品牌方监管不到位,便可能导致加盟店乱象丛生。

据悉,小郎酒公司曾反映新佳宜个别加盟店有售卖假冒或刮码(刮损瓶盖或瓶身喷码)小郎酒的行为。而号称将一日新开千家便利店,到2021年超过百万家的京东便利店的加盟模式被指“不伦不类”,不仅如此,京东便利店仅50%商品来自京东,被质疑难防假货。

据一位加盟商透露,往往有些加盟商刚加盟的时候就希望能够盈利,并且有对超过正常利润的预期。但如果在短时间内达不到预期,加盟商为了更高的利润,必然会做出有违总店要求的事情。

据了解,便利店加盟一般分为授权加盟(仅限新开店)、扶持加盟与合作加盟等方式。对于授权加盟和扶持加盟,加盟店需要统一进货、统一形象、统一营销活动。对于合作加盟,加盟者只需要保证每次从品牌方进货额度达1000元以上即可,加盟者等到合作顺利之后,可以再转其他加盟方式,进行深度合作与品牌效应输出。

效率仍是硬道理

连锁便利店的直营管理难度比加盟管理要难得多,加盟模式下品牌方可以专注于总部后台体系建设及商品经营,而不用在门店经营上花费太多精力。消费者信赖连锁便利店的原因是其品牌带来的对商品质量的保障,但如果监管落实到位,加盟商

违背加盟条约的行为,无疑会给整个品牌带来伤害。尤其是在疫情过后,对于主打鲜食的便利店来说,健康、高品质的商品将会成为消费者的首选。

可以看到的是,在疫情之下,以社区为主的业态成为消费者的主要购物渠道。便利店作为最贴近消费者的零售业态,受到了前所未有的关注。

今年1月,商务部等13部门印发《关于推动品牌连锁便利店加快发展的指导意见》,明确18项政策措施,指导推动便利店发展。就在不久前,商务部办公厅发布了关于加快推动品牌连锁便利店发展工作的通知。通知指出,各地要进一步提高认识,在严格落实防控措施的前提下推动便利店全面复工复产,培育壮大疫情防控中催生的线上线下结合、社区团购、无接触配送等新兴消费模式,保障居民生活消费,活跃社区消费市场,提升城市消费。

有业内人士认为,便利店被称之为变化对应业态,有着非常轻盈的体态,面积比较小,人工费用比较低,更容易顺应变化,能够很快地做出改变。疫情过后对于便利店而言,包括售卖的商品、提供的服务,整体都在发生变化。便利店行业需要顺应消费者的消费习惯而变化。

据贝恩咨询报告指出,消费者行为和偏好的改变,将进一步影响消费市场的竞争格局。行业集中度将会加速提升,马太效应可能愈加明显。面对疫情,规模更大的连锁便利店显示出更快的反应速度、调度能力、运营弹性,在后疫情时代,品牌效应将得以进一步彰显,获得更好的发展机遇。

北京商报记者 闫岩 赵弛

58同城成立58同城大学 设立六大技能型人才培养学院

5月11日,58同城正式宣布成立58同城大学,并与培生教育、北京奥特思鼎国际教育战略合作,共同推进职业教育在中国的发展。

活动现场,58同城CEO姚劲波、培生大中华区及印度董事总经理林国章出席仪式,共同见证58同城大学的成立,并分享58同城大学的理念和目标。姚劲波表示:“58同城大学力求打造开放、合作的职业技能培训平台,我们很荣幸与培生建立合作伙伴关系,未来我们也希望与更多专业培训机构合作,共建全面、专业的城市技能型人才培养平台。58同城大学将在200个城市打造1000家职业技能培训与就业中心,帮助数亿人更好地发展。”

58同城大学的成立,将国内领先的招聘服务平台58同城与国际领先的培训学习平台培生教育资源打通,目标是按实时供需和薪资大数据实现“精准学习,更好就业”。作为职业技能培训领域的开放大平台,58同城大学下设六大技能型人才培养学院,包括:房产经纪人大学、人力资源学院、家庭服务学院、汽车服务学院、网络营销学院、新媒体学院,提供多元化技能学习选择,培养专业化技能型人才。

开放合作,58同城大学构建城市技能型人才培养平台

58同城大学以人才培养为核心宗旨,以服务产业为目标,依托国际资源和机制创新,帮助广大求职者实现职业技能提升,未来计划联合更多知名职业教育机构,为社会人才提供就业技能、职业发展等方面的培训和评估认证,为企业雇主提供具备职业技能和综合素质的应用型人才,打造从招生、培训到就业的一站式开放服务平台。

此次58同城大学的合作方培生教育是全球领先的教育集团之一,距今已有170多年的历史,遍布全球70多个国家及地区,旗下拥有在各个学科备受瞩目的教育品牌,BTEC作为培生主要的职业资格认证服务,获得了广泛的国际认可与当地市场的推崇。58同城大学将引入培生教育在职业技能领域的海量及高品质的培训内容、考

评标准及质量管理体系。

林国章表示:职业技能教育是中国政府高度重视的一项工作,也是培生的战略重点。今天达成的合作对于我们来说也是一项创新尝试,我们将培生极具全球竞争力的职业类证书课程带给更多的中国就业人才,助力他们成功就业或进入更高学府深造。”

实现产教融合, 强强联手培养技能型人才

姚劲波表示,科技的发展和社会的变迁,让企业对技能型人才的需求迫在眉睫,58同城通过资源优势、流量优势、用户的精准对接,促使58同城大学成为应用型人才培训的摇篮,增强实际工作能力,不断适应变化的岗位需求。

58同城大学致力于开发和推广以应用型紧缺人才、技能培养和产教融合为特色的职业能力标准体系,拥有一支同时具备理论素养与实操经验的教师队伍。在帮助生活服务业商家数字化转型的同时,也将加强在房地产、家政、汽车、商业管理等领域提供人才培训,通过高品质的培训课程,为房产经纪人、普工、家政、客服、快递员等从业者提供更多学习机会,促进产教融合、助力人才职业技能提升、推动稳定就业,打造生活服务业数字化人才的孵化器和加速器。

目前,在岗专业人员、转岗人员、待业拟就业人员、在校学生以及政府部门行业管理人员都可在58同城大学进行学习,内容培训将按照学员的需求分别进行有侧重点的设计。人才培养单位可与58同城大学签订“培养+推荐”合作协议,接受专业化培训和考评服务。

58同城大学积极联合相关人力资源服务单位以及多家培训机构,共同推动数字经济下的生活服务业人才培养。在人社部推荐的54家线上平台中,58同城大学被纳入职业技能提升行动,将与安徽、福建、重庆等10个省份的地方人社部分合作。

作为企业商家、培训机构的亲密伙伴,58同城大学可为合作方提供满足人社部要求的课程内容、学习管理以及考试认证等一揽子服务,降低企业内部培训成本。正如姚劲波所说,希望更多人才因58同城大学而获益,拥抱“乐业”梦想,也希望更多企业与58同城并肩合作,加快人力资源提质升级。

Coach、纪梵希、范思哲等品牌上黑榜

北京商报讯(记者 王晓然 孔瑶瑶)5月11日,北京市市场监督管理局公布了一批抽检不合格成人服装产品,其中涉及快时尚品牌ZARA多款服装,以及Coach、范思哲、纪梵希等轻奢和奢侈品牌服装,不合格问题主要为产品使用说明、纤维含量、含绒量等不符合相关标准要求。

其中,产地包括中国、摩洛哥、缅甸、土耳其的ZARA品牌服饰出现纤维含量、起球、耐湿摩擦色牢度、充绒量等不合格项,产品涉及套头衫、大衣、防风夹克、休闲衫。

轻奢品牌Coach此次有3款产品不合格,分别是产自中国的货号为88472的女士机织裙160/88A,产自泰国的货号为78917的女士机织羽绒服160/88A和货号为78972的女士机织羽

绒服,3款产品不合格项均为纤维含量。产自意大利的货号为BW902242U-A231798的纪梵希毛衣,耐湿摩擦色牢度不合格。

来自范思哲款号为A83111-A231489的羽绒服185/96B 52,羽绒品类、含绒量、绒子含量不合格;款号为A85199-A232121的范思哲棉服180/92A 50,纤维含量不合格。此外,还有一款款号为A84389-A231798的范思哲针织衫165/88A 40产品纤维含量不合格。

市场监管局已对不合格产品的销售者依据《产品质量法》的相关规定立案查处,并提出,公示的不合格产品生产企业和有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取措施,保护消费者合法权益。

企业汇算正当时

2019年度企业所得税汇算清缴期正值疫情防控期间,为了更好地助力企业复工复产,落实“四力”工作要求,朝阳区税务局主动作为、多措并举,让广大纳税企业尽享享受税收优惠政策。

“今年研发费加计扣除政策可以帮我们节省税款大约300万元,在疫情期间,提振了我们企业发展的信心。”中电国际技术股份有限公司财务人员说道。据了解,研发费加计扣除政策有利于促进企业创新能力的提升,对于企业长足发展有至关重要的作用,是每年企业所得税汇算清缴的重中之重。朝阳区税务局利用大数据总结归纳上一年度申报数据,对2018年度享受加计扣除减免、有研发支出未享受加计扣除、持有有效高新技术企业资格政策、科技型中小企业等名单进行整理,确定了可能存在研发活动的企业名单,明确了工作重点。“我们前期确定了企业名单,然后通过税务源管理所进行了针对性地宣传。在这个基础上,我们再通过电子税务局向我局可能

存在研发活动的4000余户企业推送了研发费加计扣除政策提示,并短信提醒企业纳税人及时登录查看,可以说实现了需求企业的逐户宣传。”朝阳区税务局相关负责人表示。不仅仅是政策推送,为了实现政策落实情况的动态追踪,朝阳区税务局还开发了“研发费加计扣除减免情况查询”模块,实现每日查询掌握2019年度研发费加计扣除政策落实情况。

那么研发费加计扣除政策在享受的时候应该注意什么呢?朝阳区税务局相关负责人表示,根据文件规定2018年1月1日至2020年12月31日期间的研发费加计扣除比例由50%提高到了75%,不用再区分一般企业和科技型中小企业。同时,企业委托境外研发活动所发生的费用也可以进行加计扣除。但是,文件对研发费加计扣除的行业范围也进行了规定。其中,烟草制造业、住宿和餐饮业、批发和零售业、房地产业、租赁和商务服务业、娱乐业这六大行业不适用税前加计扣除政策。