

全资收购五星电器“线下京东”再进一步

在拉拢国美后,京东在全国的家电蓝图上再添动作。7月21日,北京商报记者从参与此次交易的知情人士处得到确认,京东集团收购江苏五星电器有限公司(以下简称“五星电器”)剩余54%股权,已全资持有。早在去年,京东以12.7亿元、46%的股权将五星电器收入麾下。在业内看来,这场必然的收购背后,京东再造线下京东的决心显露。

扩充线下

五星电器最终融入京东家电版图,在行内人眼中,是势在必行的一步。

据天眼查信息显示,7月15日,五星电器原有股东,即佳源创盛控股集团有限公司(以下简称“佳源创盛”)已经退出,其股东变更为宿迁涵邦投资管理有限公司,持股比例100%。京东集团高级副总裁、京东零售集团3C电子及消费品零售事业群总裁闫小兵为五星电器执行董事,而法定代表人潘一清为总经理。

“对于京东来说,主要的家电市场布局集中在一二线,但供应链还没有完全渗透到四五线城市甚至乡镇地区,所以将五星电器全资收购后,两者的供应链能实现完全融合,依靠五星电器在乡镇市场积累的资源,来为四五线用户提供电器物流和安装服务,对于京东来说是加法”,电商分析师鲁振旺表示。

零售业专家胡春才也表示认同:“京东主要是为了扩充线下门店布局,如果是重新开发,成本太高”。

除了利用五星电器现成的资源,京东正在

想方设法搭上实体零售大户的顺风车。今年6月,步步高发布公告,拟与五星电器签订《家电零售业务合作合同》,双方拟在家电零售领域展开合作经营。信息显示,五星电器将入驻步步高在湖南、广西等地的家电零售门店、销售区块,使用步步高的相关场地和经营设施。

下沉市场

当初,当京东在去年4月签署投资浙江佳源集团旗下五星电器有限公司的协议后,业内对于五星电器的经营状况持观望态度。

资料显示,根据协议内容,京东将从股东佳源创盛购买五星电器46%的股权,对价为12.7亿元,将以现金和承继债务的方式支付。此外,京东还向佳源创盛提供了一笔金额为10.3亿元的贷款。

从门店数量来看,据五星电器总裁潘一清公开的数据,截至2019年1月1日,五星电器自营店数量达到300家,而万镇通乡镇加盟店已覆盖江苏近60%的地区。在未来七年规划中,五星电器自营门店数量将增加到1000家,而乡镇加盟店数量在2025年扩展至3000家。



互补短板

其实,早在2017年,京东与五星电器就已经开始供应链方面展开合作,开出20多家五星电器无界零售体验店。而在2018年“双11”期间,五星电器的线下门店获得了京东流量加持,销售增幅明显。包括到之后京东购买五星电器股权,两者在运营、供应链上已经磨合许久。

“经过过去两年自己建立线下店的经历,京东已经意识到收购一家成熟的线下实体可能是它更好的选择。线下门店的缺失始终是它的短板,所以刘强东曾经提出要在线下重建一个京东”,电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营认为:“实际上这句话的真实意思并非是把京东从线上搬到线下,而是通过线下店的布局实现前置的目的。”

他表示,对于五星电器这类传统的家电企业来说,用户的流失是它难以回避的现实。被收购后,五星电器的门店可以以前置仓为主进行角色转换,避免由于线下进店用户数降低带来的损失,同时借助京东数科的物联网和人工智能技术,优化自己的资源配置能力,提升企业收益率。

“零售业在将来一段时期内的业态将会向着‘人在家里,货在路上,仓在街上,钱在网上’的方向进化。”赵振营总结道。

北京商报记者 赵述评 何倩

不过,面对家电行业增速放缓的大环境、线上零售商的崛起以及难以撼动的马太效应,喊出“2025年800亿”口号的五星电器显得底气略有不足。据国家统计局数据显示,2019年全年,家电全行业累计主营业务收入达到1.53万亿元,而2017年与2018年的收入为1.51万亿元和1.49万亿元。中商产业研究院预测,2020年,受新冠肺炎疫情影响,预计全年家电行业营业收入将低于2019年,约为1.45万亿元。

不仅如此,在行业报告中,五星电器的市场份额出现了缩水的局面。据中国家用电器研究院指导、国家家用电器工业信息中心编制的《2019年中国家电行业年度报告》显示,线下渠道市场格局中,苏宁占据17.9%

的份额,国美占据8.5%,而五星电器为2%。

而到了2020年,在家电行业整体渠道形态上《2020年中国家电行业一季度报告》指出,苏宁易购获得25.3%的市场份额,京东为18.8%,而五星电器为1.1%。

“京东主要还是考虑五星电器在下沉市场的线下资源,因此就算五星电器一年将亏损一两个亿,京东仍会觉得这场合作是值得的”,鲁振旺说道。

与此同时,业内也有声音认为,无论国美与京东的合作如何变化,手握五星电器的京东都不会受较大的影响。

无论是与老对手国美的握手,还是接盘“小弟”五星电器,京东频频动作均指向一处,即占领线下、再造“京东”。

云上服贸·开放升级

2020年服贸会举办首场线上推介会

北京商报讯(记者 徐慧)2020年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)北京市筹办与服务保障领导小组办公室近日举行首场驻华使馆、商协会、企业线上推介会,对2020年服贸会的文化服务、金融服务、冬季运动、旅游服务、教育服务、健康服务等专题进行宣传推介。来自相关国际组织、驻华使馆、境内外商协会及行业企业代表参会。

作为全球第一个集中展示服务贸易发展成果、促进国际服务贸易交流合作的综合型交易会,服贸会已成功举办六届,吸引了近200个国家和地区的100余万人次客商参展参会,1万余家企业参展,实现意向成交额5000多亿美元。

2020年服贸会定于9月上旬在北京举办,主题为“全球服务,互惠共享”。本届服贸会建

立了“1+8+N”展会新模式,即设置1个综合展,文化服务、金融服务、冬季运动、旅游服务、服务机器人、教育服务、体育服务和5G通信服务8个专题展,在展览场馆周边区域设置N个功能服务区。会期将举办全球服务贸易峰会、高峰论坛、行业大会和专业论坛、洽谈边会活动、配套活动。本届服贸会将形成线上线下融合办展新模式,打造“云上服贸会”。会期将有超100个国家和地区的上千家机构和企业,特别是世界500强企业、服务贸易前30强国家和地区的领军企业举办展览展示或通过云上发布厅发布新品等活动,展示其最新产品、最新技术、最新服务和最新解决方案。

文化服务(文博会)专题展将组织3项综合活动、12项展览展示活动,总面积约3.5万平

方米,集中展示北京文化产业高质量发展成果、媒体融合发展、新视听发展、文化体育融合、文化产业园区建设、文化文博文创产品开发、“一带一路”沿线国家特色文化等内容。文博会还将举办5场推介交易活动、7场论坛会议、3场创意活动、3场分会场活动等。

金融服务(金博会)专题展将重点体现国际金融服务贸易的新趋势,举办2020中国国际金融年度论坛,组织金融业重大合作项目签约活动等。

冬季运动(冬博会)专题展将邀请国际奥委会、国际冬季单项组织、联合国以及世界冰雪强国等重要嘉宾出席,同期举办20余场国际论坛、行业大会及多场洽谈交易等配套活动,有效促进以体育+科技、体育+文化、体育+金融、体育+旅游等为主的系列体育+产

业融合,聚焦冰雪服务贸易,加快国际体育服务贸易发展,为产业升级提供国际化接口,实现体育产业特别是冰雪产业优化发展。

旅游服务(旅博会)专题展将由展、论、会三个部分组成,并以线上线下融合的方式举办。会期将举办“世界旅游合作与发展”高峰论坛,发布《新冠疫情背景下旅游城市复苏与振兴行动纲要》,举办世界旅游投融资大会。还将举办“康养旅游国际论坛”,发布系列权威信息。

教育专题展将重点展示我国教育服务贸易的政策导向和发展成就,为各国各类机构搭建探讨交流与合作需求的平台,促进全球优质教育创新服务共同发展。展会以线下实体展与线上云展示相结合的方式呈现,线下展会场地面积为1650平方米。

本届服贸会特别设置公共卫生防疫专区,展示2020年北京市新冠肺炎疫情防控在病例检测、救治、密接管理以及物资调配等方面首次使用的防控用品、应用产品与技术;展示中医药3000年抗疫史和今年抗疫中中医药防治的产品应用和成果;通过模拟城市重大传染病防治场景,展示生物信息、医药学创新科技产品、技术和应用。

截至目前,已有来自86个国家和地区的上千家机构和企业确认线上线下参展。1066家机构和企业确认线下参展,其中,行业领军企业356家、境内外资企业及国际机构137家。309家机构和企业确认线上参展,其中,行业领军企业82家、境内外资企业及国际机构139家。2020年服贸会的招商招展工作正在全面推进。

广告

首都市民卫生健康公约

合理膳食 文明用餐 科学健身 控烟限酒 心理平衡
规律作息 讲究卫生 知礼守礼 注重预防 保护环境

健康北京行动推进委员会办公室 | 中共北京市委宣传部 | 北京市卫生健康委