

张近东辞任苏宁易购董事长

北京商报讯(记者 王维祎)苏宁新一代掌门人是谁?

近几个月来,苏宁几乎一直负面缠身。资本运作稍作调整后,静待下一任掌舵人。7月12日,苏宁易购发布晚间公告,张近东辞任苏宁易购董事长,并被聘任为名誉董事长。另外,孙为民、孟祥胜、杨光已辞职。与此同时,公司董事会审议通过张康阳、黄明端、冼汉迪、曹群等人为公司第七届董事会非独立董事候选人。

辞任之后,张近东向苏宁易购员工发去了一封公开信,称调整和改变,都是为了苏宁易购发展得更好。他说:如今一批又一批的年轻干部成长、成熟,已经成为企业的中流砥柱,所以我今天选择了更进一步的放手支持。”

张近东还在公开信中表示:“面对行业的

剧烈变化,我们率先打造了行业领先的智慧零售模式;面对现代化的企业治理机制,随着近期战略引资工作的完成,苏宁易购的治理结构变得更加的开放和多元。”接下来,要坚定地推进智慧零售的落地深化,不断地将苏宁易购发扬光大。”

值得注意的是,7月12日上午,苏宁易购发布的公告中指出,张近东、苏宁电器、西藏信托有限公司(以下简称“西藏信托”)、苏宁控股等已将协议股份转让给江苏新新零售创新基金二期(有限合伙)(以下简称“新新零售基金二期”)。此次股份转让后,张近东持有苏宁易购的比例为17.62%、苏宁控股持股2.73%、苏宁电器持股1.39%、西藏信托不再持股、新新零售基金二期持股比例为16.96%。

7月12日午间,苏宁易购宣布张近东及其

一致行动人苏宁控股集团、股东苏宁电器集团已完成将上市公司16.96%的股份转让给新新零售创新基金二期,完成引入新一轮战投。同时,苏宁易购发布公告称,减持计划实施完毕,公司持股5%以上股东苏宁电器集团累计减持4.08%股份。也就是说苏宁电器集团完成3.79亿股减持套现超21亿元。

天眼查显示,张近东对苏宁电器的持股比例为50%。张近东、张康阳直接或间接累计对苏宁控股的持股比例100%。以此推算,张近东、张康阳父子二人对苏宁易购累计持股比例约为21.045%。

此前,苏宁易购披露的6月22日前公司前十大股东持股情况中,淘宝(中国)软件有限公司持股占总股本的比例为19.99%。与此同时,杭州阿里巴巴妈妈软件服务有限公司参与投资新新零售基金二期。尽管新新零售基金二

期中,各家投资企业的持股比例尚未公开,但张近东、张康阳对苏宁易购的“控制权”依旧面临着阿里系的挑战。

值得注意的是,黄明端为淘宝(中国)软件有限公司提名的非独立董事候选人,还是已经归属于阿里的高鑫零售的创始人。张康阳为张近东提名的非独立董事候选人。业内对两者的安排自然说法纷纭,新一任掌舵者花落谁家目前还是件说不清楚的事情。按照公告内容,在新董事长任命前,任峻履行董事长职务。

苏宁易购对董事会改选进行解释时认为,董事会成员改选完成后,公司董事会成员构成更加多元,战略股东代表董事将积极发挥其自身在战略管理、经营管理及投资管理等方面的专业经验,进一步推动公司的持续、稳定、健康发展。

浙江工商大学教授杨轶清表示,张近东卸任董事长,意味着苏宁的张近东时代正式结束,这对于苏宁来说,既有利好也有利空。从短期来看,苏宁的资金链危机得到缓解,投资企业会携带更多优势资源进入苏宁。从长期来说,苏宁将面临更大的挑战。

杨轶清进一步解释,企业调整、管理层换血后,成功的关键在于产业、团队、文化的磨合。其中,团队、文化磨合存在一定难度。苏宁已创建20余年,当前张近东虽不是实际控制人,但他对苏宁的影响力依旧巨大。新任董事长人主苏宁后,如何平衡管理与“前任”影响力,还有待于观察。

着眼未来,投资人、看懂研究院高级研究员程宇认为,苏宁应该认真审视自己现有资源中存在哪些优势,哪些业务形态可以为客户购物、消费附加更多价值,然后着力发力。

北京商业临“雨”不乱

大雨滂沱,北京商业从容稳定。7月12日一早,北京商报记者奔赴商业一线,超市、商场、配送、外卖等均有有序运转。各方配送时效并未因大雨有所延迟,商场与超市已提前一天做好了应对大雨的各项工作:果蔬牛奶一应俱全,沙袋防水已经就位。



末端派送 时效未有明显延迟

顶着风雨,配送员们的脚步仍未停歇。在叮咚买菜、每日优鲜等生鲜电商平台下单体验后,北京商报记者发现,无论是配送时效还是单量,并未因为天气影响出现明显波动。

一位骑手表示,雨天的单量会比日常稍高一点,在60-70单左右。“极端天气时,平台有时会给骑手1-2元的补贴。”而另一位骑手则向北京商报记者提及,为了避免运力超负荷和单量爆仓,网点会根据情况停止接单,不过目前单量增幅不明显,差不多与平日水平持平。

不过,暴雨天气也为末端派送的从业者增加了一定工作负荷。北京商报记者从部分快递员和网点了解到,由于北京有些网点只能露天分拣,所以快递员需要打着伞分拣装车,操作速度会比平时略慢。部分网点还要求快递员将快件装在防水循环袋中,外面再套一层塑料袋,从而保护快件不被雨水浸湿。

顶着大雨,快递员并没有停下配送的脚步。一位邮政快递员从早上7点半开始送件,才是第一派,下午还会再取件进行二派:“所有快件都送完一天的工作才算结束。”

协调人力配送,是末端网点的另一项工作。达达快送平台依据实时配送大数据,对骑手进行智能调度,尤其在北京、天津、廊坊等雨况较为严重的区域,保障订单与骑手供需平衡。同时积极沟通当地门店做好拣货、交接等工作,减少门店订单积压情况。

京东物流相关负责人称:“会根据天气预报动态情况,实时安排物流运营生产计划”。一线快递员配备了雨衣、绑带、防雨背包。考虑到局地短期异常天气与交通道路影响,部分订单可能会有所延迟,京东快递员会待天气与交通情况好转后联系消费者进行派送。

生鲜超市 增加肉蛋奶菜储备量

作为最基本的民生保障,北京的暴雨也将京城零售企业再度动员起来。家乐福、华冠等多家品牌连锁超市充分发挥自身资源优势,积极与直采基地、供应商进行对接,多渠道增加各类民生商品的储备量,确保货源充足。同时,持续强化“点对点”监测补货机制,多层次确保补货稳定,及时预防缺货断货。

据悉,华冠超市已通过直采基地、供应商沟通,加强对多渠道增加各类防汛物资、民生商品的储备量,并根据所需随时调运。目前饮用水、面包、方便面、牛奶、蔬菜等民生商品已备货完毕,整体储备量1000余吨,随时可供调配使用,同时启动价格管控应急预案保证物价稳定。

为防止缺货发生,平台方面在暴雨天气也增加了供货量。据了解,叮咚买菜华北地区的蔬菜等日常生鲜品备货已经增超20%。而盒马也采取提前备货,肉蛋奶及绿叶菜等民生商品为日常备货量的2倍。

据家乐福介绍,这次暴雨期间,家乐福线上订单跟平时相比大约增长20%,主要是以民生的必需品为主。因为之前得到预警,所有门店都已经提前协调货源,保证价格稳定。同时,对到店骑手也提供了一些关爱行动,比如准备些热水、纸巾、小零食等。”

商场 保证防汛抢险救灾工作

在暴雨来临前,各大商场已经做好防汛措施。在商场防汛工作上,车库、地库的准备工作为第一要务,朝阳合生汇、望京合生新天地及木樨园合生广场已经在不同区域布置了沙袋储备,以及对污水井及地下车库进行了重点检查。

合生商业相关负责人表示,提前做好水灾

害突发事件防范与处理工作,保证防汛抢险、救灾工作高效有序进行,可以最大程度降低受影响程度、范围,减少财产损失。比如,除了对地下的常规巡检外,合生商业还要求项目人员检查天台情况,避免因下雨有物体滚落到地面砸伤路人等安全隐患。

同时,北京商报记者走访颐堤港看到,商场在进出口区域安置了雨伞收纳袋。既保障了场内环境,也为消费者收纳雨伞提供了方便。

大雨影响了场内客流,但商场内商家都正常营业。有商家向北京商报记者表示,虽然建议错峰出行,不过服务人员依旧在开业前到达店内,同时保持了正常供应和营业,保证到场消费者体验不受影响。此外,上述负责人指出,在暴雨预警前,商场对商户和员工都进行了防汛和急救培训,以应对发生意外时的快速急救和处理。

餐饮外卖 供应链稳定食材充足

食材供应充足,餐厅外卖订单量增长。北京商报记者从多个餐厅了解到,由于强降雨天气,不少餐厅已预订好的包间被临时取消或改期,不过门店外卖订单量明显比往日增多。

一位川菜馆店员表示,按照往常的经验,一般特殊天气会引起外卖订单增多,门店会提前做好食材准备工作,减少备餐的准备时间。在食材准备方面,由于目前大部分餐厅均有稳定的供应链,所以不会受到影响。

饿了么数据显示,从7月11日起,由于适逢周末、欧洲杯决赛,北京区域晚高峰订单量较往常增长近30%。同时,雨鞋、拖鞋等外卖订单量也有所增长。

饿了么华北区域物流总经理李江涛表示,由于很多企业发布了错峰出行、居家办公的通知,北京全市的订单呈现复合型分布,社区、CBD需求较往常都有大幅增长,这两方面也均需提前部署。北京商报记者 赵述评 何倩 赵弛 刘卓润 郭缤璐

衣二三停用 共享租衣生不逢时

共享租衣时代要画上句号了。7月12日,北京商报记者调查发现,衣二三软件已停止注册,发货也进入尾声。此前一天,衣二三刚刚发了停服通知,这家曾经要当女性衣橱的共享租衣平台,即将迎来自己“寿终正寝”的时刻。活跃了六年的衣二三“寿终正寝”,共享租衣行业更是快生快死,从霸占关注焦点变成了无人问津,其背后的商业模式并不成熟,商业环境更是惨淡。消费者的诉求更是难以支撑共享租衣产业的长期发展。

已停止注册

7月12日,北京商报记者再次下载衣二三官方软件,发现软件已经停止注册,衣二三人工客服电话也已无人接听。记者通过线上客服了解到,7月12日是最后一天发货日。针对衣二三停运的风险以及是否重启,记者向企业发送了邮件,但截至发稿对方并未给出回应。

停服通知将停止运营的原因归结为业务调整。通知显示,自8月15日0时起,衣二三App、相关小程序、网页版均停止运营,关闭服务器,至此后续将无法登录。衣二三还将在7月13日0时停止会员下单,7月23日0时关闭衣箱归还预约通道。8月1日0时起,客服将开启统一退还会员费的通道,8月15日0时将截止操作退费。

在衣二三关停前,消费者对其逐渐滑坡的服务多有抱怨。常在衣二三消费的李女士告诉北京商报记者,以前用户体验还不错,但近两年改了不少规则,快递由顺丰变成了韵达,很多衣服需要占用本月选购衣服总数的两个位置,导致租衣机会变少。新规出来直接导致曾号称的“天天都能租衣服”的承诺也不能达到;“物流不好的时候一个月只有十几天可以租到衣服”。

北京商报记者从衣二三官方软件下载平台的评论区看到,其在消费者服务方面做得不尽如人意。该软件频繁单方面修改平台规则,用户花5000多元买年卡的时候,平台承诺的是顺丰往返包邮,但在用户使用过程中,却出现了平台单方面将顺丰快递改成普通快递,如用顺丰需要另付钱的现象。

此外,早期上架大量标注为“韩国品牌”且市场价标为几百元的衣服,被用户查出来和淘宝网红店100元左右的衣服一模一样。同时,北京商报记者注意到,其他租衣平台女神派、多啦衣梦等的用户评价中,也存在衣服差、联系不上客服等问题。

快生快死

如今,衣二三将彻底退出历史舞台。衣二三曾拿到共享租衣行业最大一笔投资——阿里巴巴领投的5000万美元,但终究完成了过去时。昔日的高光时刻为何变成如今的停服没落?

衣二三曾宣称是国内最具代表性的女性时装月租App,具有创新性“包月换衣”时装共享平台。用户通过包月订购的方式成为会员后,即可在平台上不断换穿时装。但国内共享衣橱领域始终是门小生意。

北京商报记者通过对360手机助手、百度手机助手、应用宝、豌豆荚和华为应用市场等多个安卓平台的共享衣橱App下载量进行统计发现,衣二三下载量从2020年8月到2021年7月一直呈不稳定波动状态。2020年9月29日衣二三下载量还有3万次,但今年3月11日总下载量已经出现了只有165次的低频下载现象。

衣二三于2015年成立,这一年正是共享租衣大扩疆土的时间。前一年女神派刚刚成立,共享衣橱的大幕在中国拉开。公开数据显示,2015年国内一共有12家共享衣橱项目成立,但到了2016年,魔法衣橱、爱美无忧、有衣、摩卡盒子、跳色衣橱等平台停止运营,市场格局经历一轮洗牌。根据天眼查信息反馈,这些共享衣橱项目的生命周期较短,大多数项目甚至都没有挺过一年。

到了2017年,还幸存的共享租衣平台间的差距进一步拉大。速度研究院的数据显示,2017年共享衣橱App下载量参差不齐,女神派下载量最高,达58万次;衣二三和多啦衣梦紧随其后,分别为31.8万次和20.4万次;美丽租则只有1.2万次的总下载量,已经掉队。

品牌分析师杨大筠认为,国内共享租衣模式基本上是学习和模仿外国租衣平台,共享租衣绝不仅仅是把旧衣服以租赁的方式让消费者购买的简单形式。共享租衣的存在需要商业环境,消费者普遍对物质的追求没有那么强烈的时候,共享租衣实际上才有存在空间。

未形成商业环境

“消费者目前对责任消费的需求还不能支撑产业的发展,即共享经济诞生得太早了,还未形成其商业环境。”杨大筠认为,共享租衣生不逢时。在他看来,中国消费者已摆脱物质匮乏的时代,对共享租衣并没有强烈需求。

中国社会科学院互联网经济研究室主任李勇坚表示赞同,共享租衣在中国有其特殊情况。在中国,共享租衣首先要解决物流成本的问题和诚信问题。诚信是决定租衣平台能否存活的最重要的问题,中国市场的租衣基本靠租赁双方的资源,尚未有成熟的第三方机构介入。

李勇坚进一步强调,共享租衣未来的发展可以在小社群内进行。网上社区是虚拟的社区不是实体的社群,建立一个范围较小的、相互清楚底细的供应群体,便于解决诚信问题。小平台之间再形成联盟,这样的方式更有利于租衣平台的发展。“衣二三”是面向全国的平台,诚信体制并不成熟。”

北京商报记者 赵述评 实习记者 刘俊群