

## COACH计划自建网购平台

商报讯(记者 刘一博)经历了逾两个月的试水,美国高端品牌COACH昨日关闭了位于天猫商城的旗舰店。有消息称,该品牌正计划自建网购平台。

据了解,COACH天猫商城官方旗舰店在去年12月12日上线。公司当时表示,开通该平台是为了配合COACH创立70周年的宣传活动。

在业界看来,COACH的目的不只如此。第五大道奢侈品CEO孙亚菲表示,COACH建立天猫商城官方旗舰店,意在短时间收集中国网购群体的购买信息,包括价格的敏感度、消费者的区域分布以及客单价等,这些信息都有助于该品牌日后自建网购平台。

事实上,COACH国际部零售业务总裁维克多·路易斯在本月中旬曾公开表示,计划在未来12-18个月之内开通官方电子商城,进行多渠道分销。据悉,COACH在美国本土的线上销售业绩颇为优异。

不过,业内人士认为,COACH在中国开设网店将面临一次重大挑战。记者昨日在天猫商城搜索“COACH”关键字显示,代购店同款包的价格几乎是该品牌官方旗舰店原价的一半,甚至更低。

## 快递企业1月收入同比增7.4%

商报讯(记者 吴文治 实习记者 陈静)昨日,国家邮政局最新发布的数据显示,1月全国规模以上快递企业共完成快件2.7亿件,业务收入达到62.4亿元,同比增长7.4%。

国家邮政局表示,异地快递业务收入仍是支撑快递发展的主要动力,其达到快递业务总收入的近六成,但收入占比同比下降0.9个百分点。数据还显示,同城快递业务占快递业务总收入的9.3%,同比上升1.9%。同时,国际及港澳台快递业务占快递业务总收入的21.6%,收入比重有6.6个百分点的下降。

在快递企业收入稳步攀升的同时,由于受春节假日等因素的影响,邮政企业的包裹业务量呈下降趋势,同比下降23.7%。

## 沃尔玛财年四季度净利跌近15%

商报讯(记者 孙舒扬)沃尔玛公司总部发布其上财年四季度财报称,公司上财年四季度(截至今年1月31日)净利下滑近15%,低于预期水准。

财报显示,当季沃尔玛公司销售总额为1232亿美元,同比增长5.9%。其中,海外销售额增长13.1%至约360亿美元,增幅显著。然而净利由上年的同期60.5亿美元下降到51.6亿美元,降幅14.7%。

据业内人士分析,去年,沃尔玛在中国市场因“绿色猪肉”、“价签门”等事件屡受挫折,被业界认为是在海外市场受挫的重要原因。

几乎就在发布上财年四季度财报的同时,沃尔玛方面还传出将控股中国大型电商平台1号店的消息。“沃尔玛进军电商不仅为抢占市场份额,更为提高企业利润。”知情人士透露,沃尔玛自入华以来一直业绩不佳,而门店数量已不能成为提升业绩的重要指标。

## 安定门大悦城遭遇难产

## 大悦城品牌西单店“一枝独秀”局面难破

中粮集团的商业帝国梦在北京市场似乎遇到了不小的阻力。记者昨日了解到,安定门三利百货停业已有近一年时间,但安定门大悦城的审批程序依然未获通过。在一位接近大悦城的人士看来,由于临近地坛古建筑群,安定门大悦城项目规划很可能受到层高限制,如果项目投资回报率达不到要求,中粮集团方面可能放弃该项目的建设计划。

## 北京第三店难产

西单店用了短短四年就在京城站稳了脚跟,巨大的成功给了中粮集团信心,同时也开启了大悦城的全国复制之路,不过接下来的一系列事实却表明,中粮集团距离勾勒出的商业帝国梦仍有很长的一段路要走。

尽管早在去年就将安定门店纳入了未来三年的开业计划内,但这家门店能否现身仍存变数。记者昨日从中粮集团方面获悉,由于临近地坛古建筑群,项目层高等受限,安定门大悦城的改建工程依然处于审批状态。而这一状态已经持续了近一年。

据一位接近大悦城的人士透露,如

果商场层高等环节和预期落差过大,导致项目投资回报率不达标,中粮集团方面有可能放弃安定门大悦城的建设计划。耐人寻味的是,留守三利百货的一位工作人员称,尽管商场将改建成大悦城的消息甚嚣尘上,但至今三利百货的员工仍未接到任何关于“改建”的正式通知。

记者昨日走访三利百货也看到,已于去年4月1日关闭的三利百货和闭店之初相比几乎没有变化。记者昨日拨打“停业通知”提供的电话号码也一直无人接听。

## 体量受限回报存疑

三利百货的改建计划面临夭折的传言并非臆想,出于保护古建筑群考虑,临近地坛古建筑群的三利百货可能会在改建时受到层高限制。记者了解到,目前三利百货共有五层,地下一层、地上四层,但层高偏低,总经营面积约1万平方米。在业界看来,受限于体量,安定门大悦城未来的回报率可能很难达到中粮集团的预期。

以东方新天地、西单大悦城等北京主流购物中心为例,百货、超市、餐饮、

休闲和娱乐业态组合是购物中心的标配,而这也需要3万-5万平方米的体量作为支撑。一位大型购物中心的高层认为,在综合类购物中心的业态构成比例中,服装服饰应占25%-30%,正餐、快餐应占18%-20%,家居、亲子类占到10%-12%,此外还应选择性引入电影院、美容美发护理等体验性业态。亚洲购物中心协会轮值主席、中国购物中心产业资讯中心主任郭增利认为,1万平方米的体量中可以做一个3000平方米的生活超市,再搭配一些洗染店、照片冲洗店等生活服务业态。但生活类商户承租能力较弱,可能难以达到开发商的投资回报率需求。

## 商业帝国梦遇阻

按照中粮集团的计划,未来大悦城品牌将占据中粮集团总资产的三成,资产规模近千亿元。不过,从品牌初创阶段的风生水起,到发力阶段安定门大悦城建设遇阻,大悦城的现实发展轨迹却为这一宏伟的商业帝国梦增添了诸多不确定因素。

在业内人士看来,仅仅用了短短五

年,中粮集团就已经将大悦城从北京复制到上海、天津等国内主要城市,并且在当地站稳了脚跟。从扩张速度看,大悦城品牌的确是国内商业领域迅速成长的典范。不过,在最能检验品牌成色的北京市场,大悦城还没能真正证明自己。尽管西单大悦城的年销售业绩达到约30亿元,已经成为北京时尚领域的商业地标,这得益于商场合理的业态配置和品牌结构,但西单商圈对商场成长的贡献同样功不可没。目前,西单大悦城“一枝独秀”的现状仍未改变。即便是资历较老的朝阳大悦城,也仍和西单大悦城的业绩存在较大差距。据记者了解,朝阳大悦城亮相第一年的经营业绩超过10亿元,但这却是用几乎两倍于西单大悦城体量的代价实现了1/3的收益。而且,朝阳大悦城取得的这一成绩还是在去年进行了定位调整后的结果。

一位资深商业专家认为,在全国范围内,类似于西单商圈的优质商业资源已越发稀缺,大悦城要想真正实现批量复制、资产变现的商业帝国梦,需要培育一家更具模板意义的商场。

本报记者 崇晓萌

## 陈氏兄弟分道扬镳四年后有望再度携手

## 宅急送吞星晨急便急补电商配送

商报讯(记者 王璀一)曾因宅急送发展理念差异导致分道扬镳的陈氏兄弟有望复合,昨日有消息称,宅急送计划合并星晨急便·鑫飞鸿,进而充实电商配送环节。尽管昨日星晨急便·鑫飞鸿和宅急送的相关负责人均对此事矢口否认,但一位接近宅急送的人士称,“确有其事,只是方案尚未确定”。

据该知情人透露,由于长期亏损导致资金链断裂,星晨急便·鑫飞鸿将很可能申请破产并和宅急送进行整合。这意味着时隔四年后,陈氏兄弟有望借助企业整合再度联手。

资料显示,2008年,由于无法忍受家族内部纷争,同时对宅急送的发展轨迹和预期存在差距,创始人陈平出

卖了其所持有的所有宅急送股权,其大哥陈显宝最终接手了宅急送。之后一年,陈平自立门户成立了星晨急便,并于去年11月与鑫飞鸿正式合并,更名为星晨急便·鑫飞鸿。

尽管当事人矢口否认,但星晨急便·鑫飞鸿与宅急送的合并传闻并非空穴来风,而且在几个月前就曾出现。

业内人士认为,由于电子商务领域处于爆发式增长阶段,快递企业都想争食网商配送这块大蛋糕,进一步增加了这一传言的真实性。

据记者了解,星晨急便从创立之初就主攻电商配送领域。去年合并了鑫飞鸿后,其更加明确了服务电商的定位。与之相比,宅急送近些年也开始从仓库配送物流

向快递领域延伸。一旦双方携手,星晨急便·鑫飞鸿将是宅急送业务的一次重要补充。同时,宅急送稳定的资金链将成为星晨急便·鑫飞鸿进一步发展的保障。

不过,陈氏兄弟冰释前嫌的同时,却仍需要面临不少现实问题。中国快递咨询网首席顾问徐勇认为,目前,星晨急便·鑫飞鸿以加盟模式为主,宅急送则大多为自营,两家企业如果合并成功,需要权衡加盟、自营两种模式如何共存。尽管或许已就短期目标达成了一致,但当初导致陈氏兄弟“散伙”的经营理念差异可能依然存在,这给两家企业合后的前景增添了不确定性。

徐勇猜测,星晨急便·鑫飞鸿可能会成为宅急送旗下的一个分支品牌进行整合。

## 英雄识英雄

## 梅赛德斯-奔驰长轴距E级轿车 厚积薄发,成就斐然

谁能与英雄俊杰并驾齐驱,以从容气魄续写传奇?梅赛德斯-奔驰长轴距E级轿车,沿袭四头灯前脸之经典造型,以长轴距车身设计彰显做人成就;以注意力警示辅助系统(ATTENTION ASSIST)与预防性安全系统(PRE-SAFE®),于旅途之上防患于未然。更配备主动红外夜视辅助系统,夜间行车亦明察秋毫。后座影音娱乐系统辅以全景式玻璃大窗与多温区豪华型智能空调(THERMOTRONIC),加长后排空间辅以内四式豪华头枕,打造舒展空间,尽显英雄气度。

现在购买梅赛德斯-奔驰长轴距E级轿车,更可尊享三年不限里程保修服务。更多详情,敬请莅临梅赛德斯-奔驰当地授权经销商,或致电400-810-8880,或登陆[www.e-class.com.cn](http://www.e-class.com.cn)



北京奔驰

乔治·克鲁尼



Mercedes-Benz  
The best or nothing.