

(上接第1版)

北京商业进入品牌竞争时代

据北京十大商业品牌评选组委会秘书长彭宇介绍,“2012年度(第八届)北京十大商业品牌”评选活动的主题是“美丽商业 美好生活”,该主题源于十八大习近平总书记关于“美丽中国”宏伟愿景的阐述——“人民对美好生活的向往是我们不懈奋斗的目标”。

“北京十大商业品牌”评选活动由北京日报报业集团和北京市商业联合会主办、北京市商务委等相关委办局支持。经过四个多月的评审,北京稻香村、菜百首饰、超市发、翠微大厦、当代商城、居然之家、眉州东坡酒楼、全聚德、同仁堂、燕莎奥特莱斯购物中心、张一元共11家企业从数千家候选企业中脱颖而出,荣膺“2012年度北京十大商业品牌金奖”;北京国际饭店、北京市百货大楼、甘家口大厦、贵友大厦、海龙电子城、京东商城、潘家园旧货市场、吴裕泰、西单大悦城、呷哺呷哺10个商业品牌则当选“2012年度北京十大商业品牌”。获奖企业菜百首饰总经理王春利、燕莎奥特莱斯总经理寇萍等均表示,将一如既往地坚持品牌建设,促进北京商业发展。

除本土商业品牌,外埠品牌红星美凯龙、苏宁电器、天虹百货、天猫、永辉超市,以及跨国品牌安利、家乐福、肯德基、沃尔玛、永旺入围“2012年度北京十大外埠及跨国商业品牌”。

北京市商业联合会会长李顺利表示,品牌是商业价值的集中体现,今年是该评选八年来首次将外埠与跨国商业品牌奖项合并。

会上,张志刚指出,北京是中国的首都,北京的服务业占比在全国直辖市和各中心城市中最高。去年,北京第三产业占GDP总量的76.1%,稳居全国四个直辖市之首。未来,北京将更加注重经济发展的质量和效益,以品牌建设为切入点,为世界品牌做出中华民族的贡献。北京市统计局副局长于秀琴也表示,北京经济在深度调整过程中已温和回升。北京市商务委员会副主任孙尧则表示,北京年度十大商业品牌评选,不仅促进了商业企业发展,也给全市商业行业整体提升树立了典型。

· 通讯 ·

美邦上市后首度业绩大跌

北京商报讯(记者 刘宇)美邦服饰(002269)最新发布的去年业绩报告显示,去年公司实现营收95.10亿元,同比下降4.38%,净利润8.50亿元,下降29.55%,结束了自上市以来持续三年的增长态势。

美邦方面表示,消费市场低迷让公司去年三四季度面临较大的经营压力,加之公司在产品定位和市场营销策略方面进行了调整,因此全年利润下滑。美邦方面承认,去年公司直营零售终端与加盟批发渠道面临一定压力。不过,美邦也在积极优化经营策略及组织架构,严格控制新品订货和生产规模,获取经营性现金流。截至报告期末,美邦的存货降至20亿元,应收账款同比下降60%,经营性净现金流超过28.5亿元。

据介绍,美邦将调整直营店和加盟店的数量及销售面积,重点在一线城市建立销售子公司并开设直营店。为降低库存,回归业绩增长,美邦方面表示,今年公司将加大对加盟商发展支持力度,调整提货折扣,同时继续加大库存商品消化力度,增加季中单品比重,提供产品适销性。

尽管三年前曾放出盘活京城地铁商业的豪言,但现实却再次体现出“骨感”的一面。北京商报记者昨日走访东直门大型商业国盛时尚购物中心看到,其似乎距离开业又远了一步。不仅招商广告换成了企业宣传片,国盛接待中心也人去楼空。

迟到的新加坡对垒

随着三年前国盛时尚购物中心宣布落户东直门商圈,与“同乡”凯德商用旗下来福士广场的对垒聚焦了业界的关注。不过三年时间已经过去,来福士广场已经度过了培育期,国盛时尚购物中心却仍处于歇业状态。据北京商报记者了解,2011年5月,商场曾携少数品牌短暂亮相,不过仅仅过了半年,国盛时尚购物中心就贴出通知宣布暂停对外营业。目前,国盛时尚购物中心此前的招商广告

已经全部被企业宣传片取代。

北京商报记者昨日试图通过接待中心了解情况时,也吃了闭门羹。国盛时尚购物中心母公司国浩中国官方则以外资企业新闻流程管控严格为由,回应不方便接受采访。按照此前的规划,国盛时尚购物中心一期计划在2010年9月开业。

难产原因扑朔迷离

有知情人士认为,国盛时尚购物中心迟迟不能正常营业源于多年来“挥之不去”的股权纠纷。早在2007年,国浩中国宣布从北大青鸟和其关联公司手中收购东直门项目(国盛中心)。但之后有消息称,这项收购未能完成。

为了化解矛盾,国浩中国在2011年4月以30.48亿元的代价支付了曾是东直门项目最大股东的北大青鸟所欠中国农业银行的本金和利息。国浩中国方面认

为,在购入债券后,国浩中国已经成为北大青鸟的最大债权人,并拥有国盛中心所有权。但北大青鸟方面对此却并不认同。股权纠纷恐怕也并非商场停摆的全部原因。目前,尽管商场整体停业,但麦当劳、呷哺呷哺等少量餐饮仍在经营。

与股权纠纷众说纷纭相对应的是,从2010年启动招商至今,国盛时尚购物中心的高层几经更迭。最初,商场聘请了有管理赛特购物中心、金融街购物中心和华联集团经验的池洋。但没过多久,这位经验丰富的职业经理人就离开了这家商场。此后,商场管理层几经更迭。不久前,国浩中国又传出操盘国盛中心项目的总裁李慧敏离职的消息。

商业资源浪费不止

在业内人士看来,国盛时尚购物中心筹备三年都没能正常营业,不仅

会让品牌商和业界对企业形象产生怀疑,也是对北京优质商业资源的一种浪费。事实上,这种现象在京城并不鲜见。由于看好商业地产业的发展前景,国内地产领域巨头基本都已涉猎商业地产。但地产大佬集体涌入也开始让购物中心招商越发艰难。

数据显示,去年,中国大城市购物中心整体空置率上升,一线城市空置率从2011年的7.9%增至8.4%。然而,各行业的热钱还在不断流入商业地产领域。中国指数研究院的数据显示,去年,商业营业用房投资额增至9312亿元,较2008年增长1.77倍。

商业供应过剩也引发了一系列问题。据业内人士透露,由于优质品牌资源稀缺,很多商场为了引进这些企业,不惜“免租金、贴装修”,加大了卖场的生存难度,使行业畸形发展。北京商报记者 刘宇

依靠特色业态 永辉步步高去年业绩大涨

内资超市“模仿式”扩张将终结

北京商报讯(记者 娄月)在零售业整体增速趋缓的情况下,拥有鲜明经营特色的内资大型超市找到了发展的舞台。截至昨日,永辉、步步高和人人乐三家大型超市均已发布去年的业绩快报,前两者盈利而后者亏损。在零售专家看来,上述企业盈亏的差别与企业有无竞争力的特色经营有关。

北京商报记者留意到,上述超市几乎都在进行跨地区的扩张。来自福建的永辉目前已在16省开店,去年新开店数达47家。其北京大区总经理彭华生也表示,今明两年还要保持50家/年的新开店速度;湖南步步高已进入江西和西南地区,去年新开门店40余家。今年,其省外扩张还将加速,即将进入四川、重庆和广西;深圳人人乐则在重庆、天津、西安等地也开有多家门店。

不过,上述三家企业在去年的业绩却相去甚远。公告显示,永辉实现净利5亿元,步步高净利大增31.84%,但人人乐却陷入9089万元的亏损中。在

零售专家、上海尚益咨询总经理胡春才看来,大型超市保证盈利的核心是单店业绩,提升单店业绩的关键又在于能否跳出简单模仿外资企业的套路、形成经营特色以吸引足够多的顾客。“永辉的生鲜自营在业界颇具特色,从品质到价格都有吸引力;步步高‘超市+百货+X’的模式很有竞争力,业绩不输相同地段的外资超市。其超市事业部还引进了国际管理团队,经过两年的磨合期,经营效率明显提升。”

与实现盈利的两家超市相比,人人乐还停留在模仿外资超市的阶段。据北京商报记者了解,人人乐的商品陈列和布局与家乐福和沃尔玛很相像,但在供应链和商品本地化上还有短板。人人乐宣扬的低价策略有抄袭沃尔玛“天天低价”的嫌疑,但超市尚未形成以低价为核心的竞争力。“人人乐的高层很不稳定,更换太频繁,这也会对经营的连续性产生影响。”胡春才说。

快件“先验后签”恐遇执行难

北京商报讯(记者 王璀一)由交通部起草的《快递市场管理办法》(以下简称《办法》)今日起正式实施。快递业人士认为,《办法》是对行业的强制升级,将会起到整顿市场秩序的作用,但由于在操作层面无具体实施细则,《办法》落实存在难度。

《办法》规定,在快递安全方面应当遵守《中华人民共和国邮政法》、《邮政行业安全监督管理办法》等相关规定,建立并严格执行收寄验视制度,加强生产安全和应急管理。

不过对在一线配送的快递员而言,“先验后签”等要求可能会流于形式。一位快递员告诉记者,在自己派送区域内,老客户占了多数,这些老客户都习惯了先签单再验货,一般不会提出先验货要求。但如果严格执行“先验后签”,送件效率将大为降低。“赶上‘双11’、春节前等快递高峰期,每天100多件的配送量,哪有时间‘先验后签’?”

业内专家表示,快件外包装出现明显破损等异常情况,以及网购、代收货款等快件也要进行“先验后签”,但在操作层面上并无具体实施细节,新《办法》的执行仍需相应细则出台。

梦想无忧，势在必型

尊享多重金融礼遇，坐拥星徽荣耀

势，无畏，型，有格。即日起至2013年3月31日，购置新一代梅赛德斯-奔驰GLK级豪华中型SUV指定车型¹，即享零首付租购尊享计划；另有超低利率金融购车方案，利率低至1.99%；同时，携现有座驾参与置换，更可尊享无忧置换礼遇。多重选择，助您轻松畅享星徽座驾。

注：指定车型为GLK 300精英型及GLK 350尊贵型。零首付租购尊享计划，之金融购车利率方案及置换优惠政策不可同时使用。

三年不限里程保修服务，周全保障尽享安心。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。

www.mercedes-benz.com.cn



Mercedes-Benz
The best or nothing.