

首旅股份去年营收增一成多

北京商报讯(记者 姜子谦)北京首都旅游股份有限公司(600258)(以下简称“首旅”)昨日发布的2012年年报称,2012年首旅股份实现营业收入30.4亿元,较上年增长13%。其中旅行社板块实现营业收入20亿元,占比66.51%;酒店运营和酒店管理板块共计实现营业收入6.69亿元,占比22%;景区板块实现营业收入3.33亿元,占比10.96%;其他收入占比0.53%。2012年公司实现利润1.85亿元,较上年增长12.06%。利润贡献主要来源于酒店和景区板块,其中酒店板块实现利润1.2亿元,占比65.27%;景区板块实现利润7363万元,占比39.9%。

从利润贡献占比三年变化可以看出首旅股份的主业调整正在逐步显现,酒店板块利润贡献占比上升。

据首旅方面介绍,2012年其进行了资产重组,置换出北展分公司,置入首旅建国、欣燕都、首旅酒店三家酒店管理公司,业务结构发生明显变化,这也导致公司收入构成发生变化。其表示未来发展的思路是将以“品牌+资本”战略为主,以酒店品牌运营管理为核心,借鉴国际化酒店集团运营模式。

波司登辩称问题服装系非法生产

北京商报讯(记者 刘宇)针对日前被曝光的“波司登BOSIDENG羊绒衫”缺陷短两问题,昨日,上海波司登国际服饰有限公司发布声明称,不合格的“波司登BOSIDENG羊绒衫”由上海立志羊绒企业发展有限公司生产。上海波司登国际服饰有限公司早在2007年6月与该公司解除了合作关系,并于2008年后不再允许该公司及旗下任何客户销售“波司登”羊绒衫产品。

波司登的声明称,在上海波司登国际服饰有限公司与上海立志羊绒企业发展有限公司签订《终止协议》后,波司登方面就已收回该期限内仍未售出的产品,并去除所有带“波司登”的标识。

虽然此次事件“波司登”称其也是受害者,但在以往质检、消协的抽样检查中,由上海波顺纺织品有限公司生产的“波司登”牌内衣产品曾因纤维含量不达标;波司登旗下品牌冰洁羽绒服因清洁度问题登上质量黑榜。

据了解,被曝光的波司登问题产品是由上海立志羊绒企业发展有限公司生产的一款“波司登BOSIDENG”羊绒衫,其标识为山羊绒含量为100%,但实测值只有50%。而且洗涤后缩水明显,尺寸变化较大。

银泰百货拟更名“银泰商业”

北京商报讯(记者 崇晓萌)继苏宁电器更名“苏宁云商”后,国内百货巨头银泰百货也将通过名称变更步上转型之路。昨日,银泰百货(01833.HK)发布“建议更改公司名称”公告,拟将公司中文名称由“银泰百货(集团)有限公司”变更为“银泰商业(集团)有限公司”。业内人士认为,这有可能开启银泰商业多元化运营新篇章。

公告中提到,建议更改公司名称旨在更准确地反映公司业务实质。董事会认为,公司的新名称将为企业带来全新形象及身份,符合公司及股东的整体利益,且不会影响公司证券持有人的任何权利。

分析人士认为,银泰百货更名银泰商业后,将更多尝试在非百货业态方面的投资,其中包括银泰已经广泛涉足的商业地产、品牌开发等,同时不排除择师进入其他领域。

爱帮网或以1亿美元被百度收购

北京商报讯(记者 崇晓萌)互联网企业整合大潮已近在咫尺。昨日有消息称,百度欲斥资1亿美元并购本地服务搜索平台爱帮网,并全盘接收爱帮网业务。其重点是爱帮“全网通”等App版商业产品、商户和地面推广团队。北京商报记者昨日致电爱帮网COO马海平,后者并未正面回应此传言,只表示爱帮网与百度一直在产品及业务层面有合作关系。

由于爱帮网CEO为百度CTO出身,业界对此收购均颇为看好。有业内人士认为,百度此前在移动互联网方面的布局一直不太顺利,收购爱帮网有利于其对本地生活搜索市场的用户和数据积累。但百度公司董事长兼首席执行官李彦宏也曾表示,“不会因为刘建国而收购爱帮网,也不会因为刘建国不收购爱帮网”。

分析人士认为,由于目前资本退出渠道基本消失,今年国内互联网行业将会出现大量大规模并购案例。

大红门将变时尚产业集聚区

功能从销售转型展示 以业态升级带动经济发展

大红门商圈多年来低端业态聚集的现状有望改善。北京商报记者昨日获悉,大红门商圈有望变身“永外-大红门时尚创意产业集聚区”。在新城南行动计划三年内,政府将推动大红门商圈从单纯的服装批发向时尚创意设计区过渡。

现状:低端业态制约经济

一直以来,百荣世贸商城、天雅服装大厦和新世纪服装市场等服装批发市场,是大红门商圈的代表品牌。由于聚集了众多批发客流,该地区多给外界“人多、杂乱”的印象。昨日,丰台区区委常委、副区长刘宇也坦言,南中轴路作为北京文化的根基所在,目前的环境并不是很好。“木樨园、大红门地区的交易业态相对低端,目前的交易模式对交通、组织和环境的压力很大。”

转型:从交易区到展示区

基于此,大红门商圈将面临转型。刘宇表示,希望大红门商圈可以以产品的展示和下单为主,通过现代物流完成实体货品交易。“希望大红门地区可以在服

装创意、设计等方面进行打造、提升。”刘宇认为,政府将在引入企业、打造环境、创造空间等方面进行响应,其他事宜会以市场主导为主。刘宇还表示,大红门的商业环境必须提升,更高端的要素进到商圈内,对商业企业、商人及区域都有利。

作为新城南行动计划中的一部分,福海国际商贸大厦的开发工作也受到关注。该项目开发方、兆泰置地副董事长王全在接受北京商报记者采访时透露,该项目与目前的服装批零市场不同,主要将引入国产自主品牌,作为“服装品牌孵化器”。

建言:转型应遵循产业规律

北京商业经济学会秘书长、北京财贸职院商业研究所所长赖阳认为,新城

南行动计划的方向很好,获得了业界认同,但实际操作期间仍需把握节奏。“转型不等于重建,而是基于升级,政府及企业都需要遵循产业升级规律,逐步发展,而不能拔苗助长。”赖阳认为,大红门商圈已经到了升级改造的时机,但概念如何变成现实是很困难的过程。

此前,不少老牌商业业态都曾表示要进行“业态升级”,但天桥百货商场多次尝试升级未遂,三利百货关店改造却未见下文,位于大红门商圈的天雅服装大厦和新世纪服装市场也曾表示要进行业态升级,但最终沦为噱头。在赖阳看来,大红门商圈的升级改造既要遵循产业的基础和底蕴,又要认识到未来产业的趋势。“不仅要接地气还要与国际接轨。”

北京商报记者 崇晓萌

门店区位不佳 商品缺价格优势 雅芳零售战略恐流于形式

北京商报讯(记者 邵蓝洁)日前,结束分公司培训的雅芳专卖店店主黄小姐,并未得到期望中转型零售的扶持政策。此时,距离雅芳宣布转型零售已经有近半年时间,雅芳的零售战略依旧不明晰。不过,时间不等人,雅芳在华去年销售额下跌至低谷,仅6亿多元,与2003年实现24亿元的年销售额相比,下滑七成。

黄小姐称,已经听到过公司关于转型零售方面的讨论,但目前“一切跟去年一样”。

转型存在阻力与雅芳目前的经营现实不无关系。在业内人士看来,化妆品零售最重要的是渠道和产品,在这两方面雅芳均不具备优势。目前,据北京商报记者调查,雅芳在京门店正在不断退出主流商圈和城市中心地段,多位于昌平、大兴、通州等地区,作为提货点使用。而且其店面多为10多平方米的小店。与之相比,目前,化妆品零售市场主流品牌包括屈臣氏、娇兰佳人等,多位于大型商场或社区内。

即便是面对种种转型阻力,但由于业绩下滑不

等人,雅芳还是做出了力所能及的改变。据一位知情人士透露,雅芳对直销和零售两种产品的渠道做出了区分,直销人员可以以下订单的产品只有健康食品和少部分护肤品,但零售店可以销售大部分护肤品。北京商报记者采访发现,这并不足以让雅芳与同行的竞争中具备优势。“雅芳与其他品牌的化妆品相比,拿货价格太高,一般都是7.5折,而其他品牌都是5折。”一位2005年加入雅芳的北京经销商向北京商报记者介绍,“与前几年相比,经营成本增加3倍多,利润大为减少”。

营销专家冯建军认为,“雅芳转型零售,当务之急是找到可行的市场定位和商业模式”。但他也同时指出,以直销起家的雅芳,转型零售其实没有优势。

但逐年下滑的销售业绩,让雅芳的转型压力重重。数据显示,去年雅芳全球亏损4250万美元,营收下降5%至107亿美元。最近几年,雅芳在中国每年都有约20%的营业额下滑。

都汇天地转型方案尚不明朗

北京商报讯(记者 刘宇)尽管将店铺大面积空置归结于品牌调整,但北京商报记者日前从都汇天地招商部门了解到,由于转型方案尚未敲定,宣布转型的都汇天地只开放了地下一层的品牌招商,商场2、3、4层的招商启动时间未定。

都汇天地方面表示,商场地下一层招商将以餐饮为主,租金为20元/天/平方米,租约最少一年。不过,2、3、4层的具体转型方案还在调整之中,招商预计随后启动。“虽然商场将进行大刀阔斧的改革,但一层的国际名品店将不做调整。”

在业界看来,开业近三年,有大量国际品牌进驻的都汇天地,尚未在北京商业建立起较大影响力。商业专家认为,作为购物中心都汇天地自身3万多平方米的体量较小,品牌丰富度、聚集度有限。事实上,京城不少高

端商场也受困于体量问题难以施展。王府井大街某高端商场就因为体量问题放弃了一家奢侈品牌的全品类门店,选择了开出精选店,影响了企业的经营。

还有业内人士认为,虽然周边交通看似便利,但都汇天地却恰好处于交通“堵点”。由于商场定位中高端,目标客群多为驾车前往,但都汇天地的交通状况让其流失了客流。“身处高端商圈,但项目却相对孤立,难与对面的燕莎友谊商城形成互动。”

在业界看来,都汇天地应将目标客群锁定为周边写字楼白领,增加商场特色餐饮比例,做足服务内容。“商场需增加适合三五人小聚的特色、个性化餐饮比例,同时要根据燕莎商圈的消费特点,引入适量高档餐饮。”不过,以服务、餐饮为主的业态尽管聚客力强,但租金承受能力有限,从短期看可能为商场带来经营压力。

渠道下沉 京东商城暗战国美苏宁

北京商报讯(特派上海记者 吴文治)昨日,京东商城亮相在上海举办的中国家电博览会,在国内外厂商云集的展会上,京东商城是多年来首家参展的网上零售企业,可见其并不满足现在的市场拥有率。

京东商城首席营销官蓝烨透露,京东商城往三四线市场扩展的步伐会加快,同时会尝试O2O(“Online To Offline”)的简称,即把线下市场与互联网结合在一起,让互联网成为线下交易的前台)模式。京东商城的这一路线与苏宁和国美相似,这意味着一线城市巨头的博弈将在中小城市再现。

蓝烨表示,今年京东商城的大货仓已经能够覆盖30个城市,这其中就包括三四线市场,随着网购普及率的提高,京东商城今年向中小城市发展的步伐会加快。

同时,京东商城将借助O2O方式,覆盖三四线市场。蓝烨解释,这种新模式的尝试将得到国内家电品牌厂商的支持。京东商城会借助自身客流量和信息传递优势,与国内品牌厂商共同开发四级市场。

京东商城安排首席营销官参与家电发展高峰论坛,不仅让人想起去年“8·15”价格战时,京东商城CEO刘强东放言三年零毛利对抗苏宁、国美优势品类——大家电。不仅如此,目前担任京东集团副总裁兼家电事业部总经理的是北京国美前总经理闫小兵。

其实,瞄准中小城市商机的不只是京东商城。苏宁渠道下沉战略将推行“旗舰店+互联网”模式;地区旗舰店作为开拓市场的主力形态。苏宁不仅在资金投入、人员培养方面加大投入,还将针对这些市场特点加强物流配送,扩大覆盖面。另一大家电连锁巨头国美也明确表示,对于未来业绩的增长,国美寄希望于二三线城市实体店的潜力。

中国家电协会负责人此前曾指出,中国家电市场分为国际市场、国内城市市场和国内农村市场,农村市场与城市市场同等重要。与之相对应的是,有消息称,商务部正研究家电下乡、以旧换新替代政策,新政策将覆盖节能产品和农村市场。

此外,京东商城日前还与多个母婴品牌签订了今年50亿元销售的大单。签约品牌包括惠氏、雅培、帮宝适、好奇、美素。



北京国际珠宝交易中心
BEIJING INTERNATIONAL JEWELRY TRADING CENTER



小营珠宝城 2013 年升级改造 全面启动 敬请期待



北京珠宝第一城

重要提示：小营珠宝城 300 家商铺待装修，现诚邀有行业资质及经验丰富的商装公司团购承接旺铺装修工程。详情致电：84646745（市场部）

地址：北京市朝阳区惠新东街 2 号 电话：400 000 1908 传真：010 84646749 网址：www.bje.com.cn

乘车路线：18、62、119、386、419、684 路等惠新东街（亚运村小营）下车即是，地铁 5 号线惠新西街北口站向东 300 米