

## 东直门国盛转让传闻仍成谜

北京商报讯(记者 刘宇)继北京商报此前披露东直门国盛项目的最新进展引起业界持续发酵后,昨日,国盛中心投资商国浩中国发布声明,否认了“北京国盛中心欲转手报价达120亿元,国浩投资几十亿元后陷资金不足”的传闻。国浩中国方面还表示,拥有国浩中国的丰隆集团具备充足实力完成在中国所有项目的投资及开发。不过,北京商报记者注意到,国浩中国并未对国盛中心项目是否会被收购这一焦点问题做出正面回应,也未交代该项目目前的进展情况。

国盛中心项目坐落于东直门交通枢纽,是东直门目前最大的商业项目。国浩中国方面称,其仍看好东城的区位优势和发展前景,并表示,国浩中国在进入中国市场近20年的时间中,开发及在建项目总面积约250万平方米,投资额约35亿美元。

不过目前,国浩中国筹备三年的国盛中心项目至今尚未正常开业。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。

## 宜家问题商品今年三度遭曝光

北京商报讯(记者 王唯一)上海质监部门日前发布信息,宜家部分儿童桌椅、橱柜存在安全隐患,不符合新要求。通报中提到的“问题儿童家具”南京也在出售。北京商报记者注意到,宜家近日多次被曝出产品质量存在问题。继本月初宜家被曝巧克力奶油杏仁蛋糕大肠菌超标后,国家质检总局日前公布的2月不合格食品、化妆品信息中,上海宜家家居有限公司从丹麦进口的三批次焦糖味条形糖,因“货证不符”被销毁。

据媒体报道,去年8月起实施的儿童家具“新国标”对家具边缘和尖端有明确规定。宜家一款在南京销售的名“桑维”的儿童床框架,床的四角安装了防撞角,该品牌的一款婴儿床则没有倒圆或者倒角处理。宜家销售人员回应称,因为儿童经常跑动,所以儿童床的四角安装了防撞角,防止撞到重要部位。婴儿床则没有此类装置。

## 网购交易额猛增六成多

北京商报讯(记者 姜月)去年,中国电子商务市场交易规模达7.85万亿元,同比增长30.83%,其中,网购交易规模约1.32万亿元,同比增长64.7%。这是昨日中国电子商务研究中心发布的《2012年度中国电子商务市场数据监测报告》显示的数据。

报告显示,去年国内网络零售企业已达24875家,较上年增幅近两成。受益于政府加强监管、物流和支付安全的加强,去年中国的网购用户达2.47亿人,同比增长21.7%。中国电子商务研究中心高级分析师张周平认为,2012年受国际贸易不景气等因素的影响,国内电子商务增速放缓。但移动电商市场规模却有较大幅度的增长,去年其交易规模为956亿元,同比增长135%。移动电商用户规模也达到了2.5亿,同比增长67%。

电子商务还创造了大量就业。报告显示,截至去年12月,我国电商企业直接从业人员超过200万人。由电商间接带动的就业人数已超过1500万人。

## 零售巨头押宝多业态战略

借优势领域繁衍生财 “去主业”渐成行业趋势

在发布更名公告后,银泰百货(01833.HK)于昨日召开了“银泰百货集团更名发布会”,宣布将成立百货、购物中心及电子商务三个事业部,并在未来两三年内开出20家门店,业态以购物中心为主。在业内人士看来,这意味着银泰商业集团迈出了多元化发展的重要一步,其未来的业务重心和增长重点,已经从百货转为购物中心和电商。加上此前更名的苏宁等零售巨头,多元发展战略渐成行业新趋势。

## 银泰转型多元商业集团

昨日,银泰商业集团董事长沈国军表示:“根据整个公司业务发展的现状以及今后业务发展的重点,把‘银泰百货集团’更名为‘银泰商业集团’,会更加适合

公司的业务发展。”

“银泰其实一直在做购物中心和电子商务等业态的发展,现在进行更名可以看出管理层在战略层面的果断。”正见品牌研究中心总监林一凡对银泰商业集团更名后的发展颇为看好。在他看来,在传统的百货业内,银泰百货管理层是相对的创新派,这也使银泰有勇气屡次进行变革。沈国军昨日也提道,“将创建十几年的公司名称进行调整、更改,我认为这是公司这些年业务创新过程中必须要做的,这样会更加适合这个公司”。

## 首建电商事业部

据介绍,银泰将成立百货事业部、购物中心事业部及电子商务事业部,作为“三驾马车”共同拉动集团发展。此前,沈

国军也因与马云合作成立“智能物流网”并担任CEO一事,被看做是与互联网关系最紧密的实体零售巨头之一。

沈国军提到,电子商务发展势不可挡,银泰网也有望作为“三驾马车”中的主要业务板块。“在集团内部,电商会与传统百货和购物中心业务越来越紧密地融合,我们争取在较短时间内,让各个门店应用新技术,能够让线上线下逐步融合。今后银泰希望将百货与购物中心、电商及购物卡实现互动。”

此外沈国军透露,未来两三年内银泰签约新开门店数量将达到20家,大部分以购物中心业态为主,经营面积约150万平方米。资料显示,银泰商业集团目前在全国拥有自营门店30家,其中过半门店位于浙江省。

## 零售巨头扎堆“去主业”

在银泰之前,国内家电巨头苏宁此前也由“苏宁电器”更名为“苏宁云商”,苏宁的老对手国美也在LOGO中悄然去掉了“电器”二字。在业内人士看来,去专业化已经成为规模型零售企业的趋势之一。

“此前国内零售巨头以单一经营为主,但国外零售巨头大多以经营为主。”林一凡认为,包括银泰等零售巨头在内,尽管已是大型连锁商业集团,但核心业务仍局限在华东,多元经营可以赢得更多市场份额。

不过,业界认为,这种模式也是双刃剑,由于在经营过程中容易导致重点分散,可能会影响原本强势的主业。

北京商报记者 崇晓萌

## 超市业再度掀起自有品牌热

利润为普通产品三倍 大卖场谋求微利突围

北京商报讯(记者 姜月)为了在越发微利的行业中突围,内外资超市巨头再度围绕自有品牌产品掀起高潮。昨日,北京商报记者获悉,去年市场占有率名列前茅的高鑫零售(大润发+欧尚)今年将大幅增加自有品牌的比例。在此之前,永辉、华联综超等内资超市也相继宣布强化自有品牌投入。

高鑫零售执行董事兼大润发中国董事长黄明瑞表示,今年集团旗下的大润发和欧尚将增加至少700种自有品牌产品,包括文具和餐具等。公司计划在两年内将自有品牌销售额占总销售额的比例从现在的8%增至10%。如果按其去年778亿元的销售额计算,其自有品牌的销售额提升将超过15亿元。由于高鑫零售在超市行业的竞争中仅处于微弱

的领先地位,因此该战略也被业界认为是强化与家乐福和沃尔玛两巨头抗衡的资本。

不仅是高鑫零售,随着零售业整体增速放缓,处于微利状态的超市业开始从猛开店转向提升单店效益,因此该行业出现了新一轮的自有品牌热潮。

此前,后起之秀永辉超市曾在资本市场定向增资10亿元,这部分资金的用途之一就是加大自有品牌产品的研发,提高自有品牌产品的销售占比。华联综超在去年也向黄山华联园生物科技有限公司增资2683.6万元,股权占比达到了65%。据了解,这家企业主要从事茶叶等收购业务。华联方面向其增资加强自有品牌建设。

数据显示,一般情况下,超市来自供应商的商品毛利率在5%左右,

与之相比,自有品牌商品的平均毛利率能达到15%。如果国内超市企业自有品牌的比例能进一步提高,将在一定程度上帮助超市走出目前低利润的发展瓶颈。

不过,自有品牌并非是所有超市的阳光大道。现阶段国内能被消费者认可的自有品牌不过沃尔玛、麦德龙和Tesco乐购等几家大型外资超市。“国内超市在自有品牌建设上还停留在找代工贴牌的初级阶段。”一位零售专家告诉北京商报记者,自有品牌应从开发、生产、制造到质量管理和宣传,应该是一套完整的系统。据一位知情人士透露,物美等内资超市甚至因为自有品牌形不成销售规模而砍掉了许多自有产品,自有品牌部门也早已并入采购部门。

## 1号店榜上百度 发力精准营销

北京商报讯(记者 邵蓝洁)大数据正在成为电子商务行业精准营销的重要载体。昨日,1号店与百度宣布达成联合发展计划,对此,1号店董事长于刚解释称,该合作为了强化1号店的精准营销,提高购物转化率。

百度副总裁王湛表示,“总体的方向是我们通过数据分析,找到1号店的潜在客群,让其接触到1号店的产品和服务”。

随着网络购物模式的日趋完善,规模庞大的用户数据正成为电子商务行业分析消费者购物行为,进而转化为销售的重要资源。不仅是1号店,为了能够有的放矢,电商对依托大数据平台精准营销的重视度与日俱增。京东商城在今年初成立了“京东商城-中国人民大学”电子商务实验室,着力电子商务大数据的分析合作;淘宝在去年推出了淘宝时光机,分析顾客的消费喜好和对其行为的预测。

相比传统商业,消费者在网上购物的浏览路径、购买记录、访问时间等都有迹可循。据业内人士透露,亚马逊对大数据进行深度挖掘后,营销额曾在一年内增加了30倍。



**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, 购尊新一代梅赛德斯-奔驰GLK级SUV指定车型, 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%; 同期, 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GLK300尊贵型和GLK350尊贵型, 零首付租购尊享计划, 优惠利率金融购车方案及置换礼遇, 不可同时使用。

一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

北京奔驰

Mercedes-Benz  
The best or nothing.