

奢侈品集团PPR更名

北京商报讯(记者 刘宇)世界第三大奢侈品集团PPR集团宣布公司计划更名为Kering,中文名称为“开云”。同时,PPR还发布了新的图案和视觉标识。PPR集团表示,“开云”更符合其经营的奢侈品品牌和运动品牌形象,新名称和图案还需等待今年6月举行的股东大会批准。

PPR集团全称为Pinault-Printemps-Redoute,即碧诺-春天-雷都集团。不过,PPR集团已将春天百货和雷都零售业务出售,目前仅有碧诺公司与该集团还有联系。据了解,PPR创立于1963年,最早从事木材和建材销售。1998年,PPR先后收购了Gucci、Bottega Veneta、Balenciaga等知名奢侈品品牌。

数据显示,PPR集团去年销售额达97亿欧元,业务覆盖全球120个国家。目前,PPR集团旗下拥有Gucci、Bottega Veneta、Alexander McQueen、Saint Laurent、Balenciaga、PUMA、Volcom、Cobra、Electric和Tretorn等品牌。

王府井电商投资完成超1/3

北京商报讯(记者 崇晓萌)王府井(600859)日前发布2012年年度报告,报告显示,去年王府井总营收约18.3亿元,同比增长8.97%;利润总额约9.2亿元,同比增长7.63%。值得一提的是,去年王府井在电子商务项目上豪掷3200万元,加上此前的投资共计投入3700万元。

王府井在去年实施品牌集中管理工作,将一批国际一二线且在中国影响力大的品牌集中到总部管理,以突破产品资源约束,提升毛利水平。

王府井还在年报中披露,其电子商务项目预计总投资1.02亿元,目前已投入3700万元,其中去年报告期内投入为3200万元,目前该项目仍亏损1251.1万元。

此前有传闻称王府井集团注资春天百货后,王府井网上商城将在6月前合并春天百货集团旗下电商赛特春天。不过,王府井电商方面表示,目前仍未接到相关信息,即使有消息也要待两大百货集团的注资事宜办妥后才会展开。

名牌占消费品市场近七成份额

北京商报讯 中国行业企业信息发布中心最新发布的中国消费品市场调查报告显示,去年,中国消费品市场中名优品牌市场份额接近七成。从调查的80余种主要消费品的市场销售情况看,销量前十位品牌的市场占有率平均为68.66%,比上年提高了1.39%。

据统计,在家电类消费品市场,销量前十位品牌的市场占有率平均为83.99%;食品类市场销量前十位品牌的市场占有率平均为72.68%;文化办公用品类销量前十位品牌的市场份额平均为64.71%。

报告指出,从近年的数据看,消费者的品牌消费意识在不断增强。去年,农村消费增速超越城镇,中、西部地区零售额增速快于东部地区,区域发展的协调性进一步增强。随着网络消费的强劲增长,网购影响力进一步扩大。同时,由于消费者品牌意识的增强,名优品牌的市场集中度进一步提高。

加速渠道下沉 大打价格战

耐克阿迪蚕食国产品牌领地

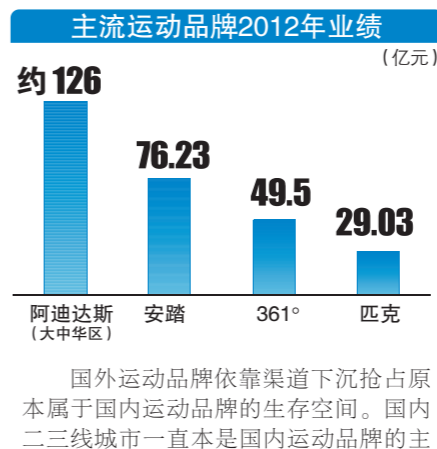
北京商报讯(记者 邵蓝洁)继阿迪达斯宣布去年大中华区销售增长15%后,耐克也在本财年三季度报中强调,中国是最重要的增长市场。业界认为,国内体育用品市场持续萎缩的大背景下,耐克和阿迪达斯独好靠的是“以价换量”。根据这两大运动品牌巨头不断下沉的市场布局看,价格战更是驱动品牌逆市突围的重要战略。

与国际一线品牌相比,本土运动品牌还阴云密布。匹克去年净利跌至五年最低;安踏净利13.59亿元,是上市五年来首度下滑;李宁也预警2012年的业绩将是“巨额亏损”。

国内市场萎缩是内外资运动品牌的共同遭遇,在业界看来,耐克、阿迪达斯能

够逆市突围得益于渠道下沉。耐克在中国市场的订单数量虽有4%的增长,但其大中华区的营收却出现下滑。关键之道体育咨询公司创始人张庆认为,这是由于产品折扣出售导致其客单价下降。

但这仍难阻挡耐克们“沉下去”的决心。此前,耐克宣布,计划今年新开40-50家工厂店,商品价格将是正品的3-4折。其开店规模不仅远超以往,新店也将从一线延伸至二三线市场。不仅是耐克,阿迪达斯大中华区董事总经理高嘉礼也曾表示,今年的业务重点是扩大中小城市的开店数,在中国新开的800家新店中2/3都在中小城市。而且,到2015年,阿迪达斯计划开进中国1400多个中小城市。



战场,但耐克、阿迪达斯打折后与国内运动品牌基本处于同一水平线,让中小城市的消费者开始“变心”。

截至去年,安踏、李宁、匹克等本土六大运动品牌关店数已超3000家之巨,361°甚至在去年四季度“日关一店”。随着国外大牌加速渗透中小城市,国内运动品牌的未来面临更大的挑战。

不过也有业内人士将国内运动品牌的举步维艰归结于自身原因。张庆认为,本土品牌不仅产品过剩,而且同质化严重,各个品牌产品间的可替代性很强。同时,消费者日益增长的技术和时尚需求,国内运动品牌也难以跟上。

张森/制表

全球顶级设计扎堆中国时装周

北京商报讯(记者 黄天玉)

梅赛德斯-奔驰中国时装周昨日在京开幕。与以往不同,中国时尚主流舞台上将出现3场国际设计师作品秀。本届中国时装周的国际品牌和设计师的发布会多达3场。其中包括意大利奢侈品皮具品牌GHERARDINI、米兰时装周设计师Gabriele Colangelo、韩国时装设计师联合发布会。

这一变化被业界看做是国际奢侈品牌与设计师对中国时尚市场的探路。背后是近年来中国奢侈品消费持续升温以及中国时尚市场开放程度的提升。

意大利米兰设计团队顾问、北京服装纺织协会设计师分会理事柴利表示,在欧美奢侈品市场受累全球经济疲软背景下,中国时

尚市场附加值的持续增高让大批欧洲设计师和品牌试探中国市场。

不过,目前中国各大时装周还未形成有价值的商业模式。财富品质研究院院长、商务部国际品牌管理中心副主任周婷指出,对外,中国时装周还未取得话语权;对内,时装周对本土消费者的影响力还不大,更多是培育年轻设计师和秀场人才。

麦德龙押宝中国战略初见成效

北京商报讯(记者 姜月)

麦德龙中国日前宣布,去年其现购自运批发卖场麦德龙在中国的销售额达18.9亿欧元,与上年相比业绩增长近23%。去年麦德龙在华12家新店数更是创下了集团在单个国家年度开店的纪录。中国已成为麦德龙全球成长最快的地区之一。

财报显示,去年麦德龙在全球共开出46家门店,做出贡献较大的是俄罗斯、中国和土耳其。

北京商报记者注意到,麦德龙自去年起加快了在中国的布局速度,以高于往年两倍的速度开出了12家门店。不仅如此,麦德龙中国方面表示,今年将继续保持新开10

家门店的速度。

在业内人士看来,麦德龙往年的主战场在欧洲,但近年来欧洲市场趋于饱和,并受到欧债危机的影响。在这种情况下,中国作为新兴市场而受到重视,而且强调“批发”的现购自运业务在中国尚没有竞争对手。

腾讯电商取消“QQ商城”品牌

北京商报讯(记者 崇晓萌)昨日,北京商报记者从腾讯电商方面获悉,腾讯电商旗下、业态有些重合的QQ网购和QQ商城将于明日合二为一,新平台将统一以QQ网购的品牌出现,QQ商城平台中的优质商户将予以保留。

腾讯电商助理总经理宋晓昨日向北京商报记者透露,新的QQ网购将定位于“精致、有趣”。“精致”表示平台商家不会过度丰富,因此腾讯电商的招商门槛将大幅提高。“原来QQ商城约1.5万个商家将只留下三成,收费将与合并前保持一致。”此前,腾讯电商旗下有类似于淘宝网的拍拍网、类似于京东商城的易迅网,以及类似于天猫的QQ商城。目前,上述三者均已纳入到QQ网购这个“超级平台”。

未来,腾讯电商将着眼于自营业务和开放平台业务的整合。据腾讯电商内部人士透露,7月底,QQ网购和易迅网将实现订单、账号、支付等体系融合。

今年是电商的关键年,其中,阿里集团、京东商城将迎来上市窗口;苏宁更名启动战略转型。后起之秀腾讯电商也开始了大刀阔斧的整合,同时,今年也被看做是垂直类及中小规模电商的整合期。

目前,大型电商平台尽管都在火箭速度般地发展增长,但销售额不断增大的同时,却大多尚未实现盈利。电商专家则认为,大型电商通过开放平台,向平台卖家输出物流、金融等资源,将是实现盈利的重要模式。

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.