

·商讯·

卖身无疾而终百佳扩张提速

北京商报讯(记者 娄月)8月酝酿出售,但最终峰回路转让百佳超市名声大噪。日前,百佳超市大中华区区域董事总经理简力宏表示,看好两地的零售前景,并会加快扩充内地业务,会先积极发展广东地区。屈臣氏集团计划明年上市,百佳超市作为旗下一员也开始为“自谋身价”做准备。

在业界看来,经历了和记黄埔的出售与放弃出售,原本只在港粤有名气的百佳超市开始为更多人所熟知,进而提高超市的质量和数量,为上市获得更高的估值。

简力宏介绍,明年会翻新2-3家门店,按店铺面积计算,这项翻新会花费4000万-5000万元,百佳旗下食品超市品牌“TASTE”位于香港的又一城,刚刚完成翻新工作;在门店数量上,简力宏表示明年内地和香港地区将各增加20-30家门店。其中,香港地区2/3的新店、内地80%的新店业态为大卖场,其余的为概念店。今年百佳新开约45家门店,香港和广东分别增加20家和25家。

百佳超市首家门店于1973年开出,旗下有大卖场、International环球超市、TASTE食品超市、GOURME美食广场等品牌。目前在内地、香港及澳门地区开设超过340家分店,其会员计划“易赏钱”拥有250多万名家庭会员。根据Euromonitor资料,于2012年百佳为香港第二大连锁超市,市占率达33%。

酒店圣诞餐最高猛降数千元

北京商报讯(记者 楚超)圣诞将至,各大酒店圣诞晚宴、自助和套餐纷纷开始预订。不过,北京商报记者调查发现,与往年相比,截至目前的预订人数骤减。不少酒店的圣诞晚餐除了规模缩小外,入场券价格还骤降几百甚至数千元。天伦王朝今年圣诞自助餐票价为每位399元,去年此项价格高达3000元。

北京商报记者调查发现,一些酒店的圣诞晚餐开始预订已有两周,但预订人数却仅为去年一半。“宴会厅一共40多桌,现在才订出去10桌。”昆仑饭店“圣诞小屋”负责人表示,去年此时已有20余桌被预订。今年开始预订的第一周,仅有一位客户订餐。

同样,凯宾斯基饭店餐饮部表示,圣诞晚餐自本月初开始预订,开始第一周时没有人订,目前虽有十几位客户预订,但咨询者明显多于预订者。餐饮部负责人预计,今年圣诞订餐人数或将明显减少。

除了预订人数不及往年以外,很多酒店今年圣诞晚餐价格还直线滑落。据了解,建国饭店今年推出咖啡厅自助餐和西餐厅的烛光晚宴这两类圣诞餐,价格分别是每位688元和1288元,去年这两项的价格分别是1688元和1988元,跌落上千元。

圣诞餐大幅降价背后是各种环节的缩减。“节目成本高,一场十几万元。今年表演没了。”某酒店负责人表示。

全球裁员雅芳再减开支

北京商报讯(记者 邵蓝洁)雅芳再次公布开支缩减计划,宣布裁员。事实上,在过去的一年里,中国、韩国、越南、爱尔兰、法国、北美等国家和地区相继被卷入雅芳全球裁员大潮,中国市场在去年开始推进的零售战略也并不顺利。雅芳计划裁员650人,主要集中在北美地区。此次裁员及其他成本削减措施将于明年完成,预计将产生至多4500万美元的税前费用,其中约3500万美元将计入2013财年四季度业绩当中。

据雅芳三季度财报显示,该公司一季度的净亏损为550万美元,远逊于去年同期3160万美元的净利润。

雅芳中国总裁林展宏上任后,对全国的门店和经销商进行了架构调整,并且确认雅芳的业务核心是专卖店的零售模式。将近一年后,雅芳才拿出具体措施,宣布将从10月1日起通过对零售渠道调整价格统一售价。雅芳希望,一旦拥有稳定的价格体系,将让经销商们不再过度依赖各种促销销售产品,而是采取其他途径吸引客流。不过,在日化行业人士看来,已经沦落为边缘品牌的雅芳,在价格上的竞争优势并不明显,产品和渠道才是其恢复元气的根本。但是,国家食品药品监督管理总局上个月通报2013年国家化妆品监督抽检结果显示,雅芳有限公司生产的雅芳玫瑰亮白洁容霜,被检出了禁用物质苯酚。

翠微24.6亿收购当代甘家口

传统零售频演重组大戏 资源互补对抗电商冲击

北京商报讯(记者 王运 刘宇)为了收购当代商城和甘家口大厦,翠微将支付近25亿元。停牌达三个月后,翠微股份募集资金计划今日起复牌。日前,翠微股份发布公告称,截至10月31日,当代商城和甘家口大厦预估资产值为24.6亿元。完成收购后,翠微将拥有9家门店,成为北京市场继王府井百货和首商之后的第三大主力,市场占有率将由目前的10%上升到15%左右。业界认为,并购重组已经成为大型商业企业扩大体量、补强自身资源、对抗电商冲击的重要模式。

报告显示,翠微将向海淀国资委中心以13.68元/股发行1.53亿股,同时支付现

金对价约3.65亿元。此外,翠微还将向不超过10名特定投资者非公开发行股份募集配套资金,募集配套资金总额不超过5.2亿元,且不超过本次交易总金额的25%。

其实,早在2010年西单商场收购贵友大厦、燕莎商城等企业时就有消息传出,翠微将与当代商城合并。不过,直到今年才有确切消息称,翠微将收购当代商城。9月17日,翠微股份发布停牌公告称,海淀区国资委拟将区属百货商业资产注入翠微。并于一个月后,翠微再次发布公告指出,被收购的是老牌百货商场当代商城和甘家口大厦两家企业。

翠微方面指出,重组是为了加快海

淀区国有企业的改革发展。翠微股份2012年年报显示,公司营业收入为49.48亿元,净利为1.48亿元。当代商城和甘家口大厦规模虽不及翠微,但去年也分别取得了16.55亿元、6.78亿元的营业收入和3840万元、2037.3万元的净利,被收购的两家企业均为优质资产。

来自北商商业研究院的分析认为,翠微股份为区域型商业项目,当代商城定位高端百货,甘家口大厦则主要为社区商业,两者定位不同,重组后将有利于整体结构优化,同时兼顾区域型和社区型商业项目共同发展,形成集团优势。

不过,在电商、购物中心等新兴业态

的冲击下,传统百货企业如今面临巨大压力,各家企业竞争力大不如前。翠微股份最新三季度报显示,集团前三个月营业收入为34.1亿元,较去年同期下降3.5%,其中净利为1.1亿元,较去年下降8.4%。

正是严峻的形势开始促进各家传统百货开始通过重组进行资源整合,2010年,西单商场收购了拥有贵友大厦、燕莎友谊商城等企业的新燕莎控股。今年9月,王府井百货集团吃掉中国春天百货,由重组前的30家门店转变为28个城市的近50家门店。更重要的是,王府井百货还获得了购物中心、奥特莱斯业态的重要资源。

M 市场观察
Market observe

启动O2O 万达电商吃定会员

北京商报讯(记者 齐琳 崇晓萌)在酝酿一年多后,万达电商“万汇网”及独立App正式上线,万达集团董事长王健林在昨日出席桂林万达城签约仪式时,也披露了万达电商未来的盈利模式:庞大会员体系建立后的广告收益。而此前,万达必须在最短三年最长五年内建立起至少1亿名会员。

用王健林自己的话说,万达的电子商务模式就是建立会员体系,腾讯和阿里成功之处便在于人多,在他看来,一旦万达电商拥有过亿会员,配合现代移动终端的先进技术,把会员消费的次数、额度、喜好和所有的这一切

东西建立和掌握起来,由大数据来做出分析,进而根据这个有针对性地进行下一阶段的招商和调整商家布局,之所以选择O2O,便是希望卖汽车、卖服装只要在广场使用,就会有广告投入。商场里一个开餐饮、开电影院的就可以来投放广告,比如电影院上午上座率不高,通过会员系统及时推送促销信息,本来30元,现在15元就可以看今天下午黄金时段或者晚上黄金时段的片子,立马人就坐满了,餐厅也是如此。”王健林一再强调,腾讯微信虽然有三四亿用户,但真正盈利的是庞大用户支撑的附加值——游戏,阿

里的电商平台亦如此。

不过,对于任何一个电商企业而言,1亿会员的培育都难言容易。国内自营型B2C老大京东经过十年市场培育才有了1亿会员,即使按照王健林的预计,2015年万达广场的数量将达到140个,也并不意味着万达广场的顾客都有足够的忠诚度去使用万达的O2O入口,除了商家惯用的免费注册以外,王健林将万达吸引会员活跃起来的方式归纳为三个渠道:一是线上线下消费返点,消费者在任何一种渠道获取的返点均可在万达所有业态通用,二是其他增值服务,三是消

费培训。在业内人士看来,以促销为导向的会员活跃度如何保证也是一大问题。

在王健林看来,万达电子商务不会与淘宝、腾讯、百度或京东的任何一家模式雷同,而是结合自身特点的线上线下合一的电商模式。不过,也有业内人士认为,“建立会员体系后用广告赚钱”的盈利模式,依然是地产商思维的延续;而电子商务的核心思维是以用户为中心”。坐拥3000亿资产的万达电商能走多远,还取决于其在互联网环境下的创新性和为用户服务的态度。

11月快递量突破10亿件

全年总量有望成为全球第一

北京商报讯(记者 王璀一)国内快递业凭借“土枪土炮”即将站上世界之巅。国家邮政局发布的数据显示,11月,快递业务量完成10.9亿件,同比增长61.9%。截至11月,全国快递业务量累计完成81.2亿件,业界预计,今年全国快递业务量有望达到90亿件,成为全球第一。

在过去的“双11”期间,全国快递业务总量为3.46亿件,比去年同期增长73%。快件单日最高业务量出现在11月13日,为6517万件,比去年增长85%,快递业迎来了又一次全方位的提升。

目前,快递业务量增速已连续33个月超过50%,截至11月,今年全国规模以上快递服务企业业务量累计完成81.2亿件,还差8.8亿件就将达到90亿件大关。业内人士预计,12月是传统网购旺季,今年我国快递包裹总量有望突破90亿件,超越美国成为全球第一。

电子商务的兴盛有效带动快递行业的高速发展,反之,快递行业的提升也为电子商务的增长提供配套支撑。相关数据显示,11月社会消费品零售总额同步

增长13.7%,商品零售额增速更快达到14.3%,其中新增消费主要来源于网上购物。业内预计,今年底国内网购用户将达到3.1亿人,其中70%网购业务需要快递业来完成。不过,快递业在迅猛发展的同时,也让行业“亚健康”的现状越发凸显。

业内人士表示,虽然国内快递行业仍在高速增长,但目前运营“压力山大”,除人员、车辆、场地等问题外,社会资本涌入快递行业,使许多快递公司“用资本换市场”的动作越发明显,3元、5元发全国的“白菜价”让快递市场的价格战愈演愈烈。据不完全统计,目前多数快递企业利润率已经低于5%,且还在不断下降,为抢市场份额放弃利润,这也让不少快递公司在“双11”物流旺季不赚反赔。在业内人士眼中,如今的快递市场和两三年前的电商市场如出一辙。

另一项数据则更为直观地显示了目前快递市场的利润隐忧。作为衡量快递企业盈利能力的重要标准,快件均收入处于连年下降局面。根据国家邮政局的统计,2007年快件均收入为28.6元。今年上半年,该数据为16.4元。如今,该数据已经降到15.8元。

市消协支持工商霸王条款认定

北京商报讯(记者 周雪昳)针对近期社会各界对餐饮行业不公平格式条款引发的争议,市消协表示,不公平格式条款认定有理有据,应当形成社会各界共识,支持市工商局对于利用合同格式条款侵害消费者合法权益等违法行为的查处。

自市工商局上周叫停餐饮行业六条霸王条款后,虽赢得了消费者的热捧,但却招致行业协会的激烈抵制和一些法律、市场人士的质疑。本月12日,中国烹饪协会发表公开信,称北京市工商局此举存在不公平表述、以偏概全、“违法定性”理由牵强,已经“激化行业公愤”,请求国家工商总局对北京市工商局的这一行为予以制止并公开道歉。对于中国烹饪协会的质疑,市消协认为市工商局对餐饮行业存在的不公平合同格式条款进行规范和监督处理,是对《合同法》、《消费者权益保护法》等法律法规以及国务院“三定方案”赋予工商部门职责的具体落实。

以“禁止自带酒水”为例,市消协认为,虽然经营者在提供餐饮服务的过程中,拥有对所售商品和服务的定价权,但企业在获取利润的同时,应当遵循公平交易、等价有偿、诚实信用的市场规则,部分餐饮企业以店堂告示的形式谢绝消费者自带酒水,使消费者被迫接受高价酒水以及对自带酒水收取不合理的费用,客观上涉嫌侵犯了消费者的自主选择权与公平交易权。

①“三禾”标识

北京稻香村

②“北京”字样

购买北京稻香村产品请认准“三禾”标识;“北京”字样;

生产厂家:北京稻香村食品有限责任公司食品厂。

地址:北京市昌平区北七家镇工业科技园区

网址: www.daoxiangcun.com 咨询电话: 84043305