责编 李铎 美编 韩玮 责校 唐斌 电话:84285566-3204 syzx10@126.com

· 商讯 ·

苏宁在京将自建生活广场

北京商报讯(记者 吴文治)苏宁向互联网转型的同时,并没有放松传统门店的布局。昨日,苏宁宣布在京首家自建生活广场将落户房山。未来三年,苏宁将完成京郊重点门店的连锁网络布局,与城区市场呼应。

据悉,即将开业的房山苏宁生活广场将完全"互联网化"。该店设置了易购综合直销区、虚拟货架&二维码墙、多屏互动等互联网专区。顾客通过扫描二维码、电子货架和网购自提等实现门店的O2O。同时,该店还可以利用互联网终端完成水电煤缴费、手机充值以及购买保险等。

北京苏宁总经理侯恩龙透露,明年苏宁还将有购置店在通州和定制店在西红门等开业迎客,形成"郊区包围城市"的布局。此外,苏宁元旦促销从本周末开始,一直持续到元月5日。

航标玻璃浴房成"定时炸弹"

北京商报讯(记者 周雪昳)近年来,钢化玻璃淋浴房越来越流行,但看上去漂亮的淋浴房可能会成为"定时炸弹"。日前,南京一位消费者在家里洗澡时被突然爆炸的淋浴房玻璃扎伤,本想着找厂家赔偿,却被厂家以钢化玻璃允许0.3%的自爆率为由拒之门外。

据了解,上述消费者所使用的玻璃淋浴房是在购房时由开发商统一采购并安装的,但在确认了钢化玻璃浴门爆炸并扎伤住户的事实之后,开发商以"淋浴房是厂家统一设计安装并施工的,应该由厂家赔偿"为由拒绝赔偿,生产商航标卫浴方也以"钢化玻璃淋浴房的质保期是一年,而消费者家的淋浴房已经使用了五年多,超出了质保范围"为由推脱。

对此,南京方德律师事务所闫琼琳律师称,对给消费者造成人身伤害的产品,厂家或经销商不能以超过质保期为由拒绝赔偿,闫琼琳表示:"从《侵权责任法》角度说,如果是因为产品缺陷导致消费者受伤,厂家和经销商要承担赔偿责任,并不受质保期影响。"也有业内人士认为,缺乏统一的钢化玻璃浴室标准也是一些企业之所以敢在淋浴房原料上偷工减料的原因。

广州工商现场公示不合格产品

北京商报讯(记者 周雪昳)广州市食安办昨日发布第五期广州市食品安全信息,在抽检的2408批次食品中,不合格食品147批次,占6.1%。广州市食安办表示,今后工商部门将对于抽检不合格的企业进行现场公示。

据了解,广州市工商部门近期对超市、市场、街边店铺等近千户散装熟食经营户进行了质量抽查。检查结果显示,散装熟食经营环境已有明显改善,但仍存在不少问题,大多数超市经营熟食仍未严格落实隔离售卖和专人负责销售制度,冷藏和热温食品未按温度要求放置在相应的低温、高温环境中销售等。

由于广州天气较热,散装熟食的保存难度较高,已成为工商"黑榜"的常客。为了保证市场上散装熟食的质量,广州市食安办表示,今后将对抽检不合格的商场和超市,在其经营场所醒目位置张贴有关信息,将其销售不合格的食品进行现场公示。

1号店"品牌直通车"直对源头

北京商报讯(记者 邵蓝洁)进口食品市场的竞争已经蔓延到商品源头。1号店宣布,将与雀巢、亿滋、好时、百事等国际食品品牌开启"品牌直通车"战略合作计划,1号店副总裁黄志雄表示,品牌直接合作的形式减少了中间流通环节,进一步保障食品安全和价格公道。

黄志雄解释,1号店将与全球食品巨头在销售信息、市场营销活动、库存备货、物流绿色通道、顾客满意度、运营数据、全球经验7个层面上直接合作,"目前,单食品饮料、进口食品品类与1号店进行'品牌直通车'合作的品牌就已经超过200个"。雀巢电子商务总监王雷透露,作为全球最大的食品饮料公司,雀巢与1号店的合作几乎涵盖了所有的食品分类。

中国市场一直是众多海外食品巨头急欲开拓的新兴市场之一。美国食品工业协会预测,到2018年,中国将成为全球最大的进口食品消费国,届时中国内地进口食品市场规模将高达4800亿元。1号店目前拥有来自68个国家和地区、超过1.8万种进口商品,其中进口食品占75%。

京东超市销售额近7个月涨11倍

北京商报讯(记者 卢亦杉)食品类电商的竞争愈加激烈。昨日,京东超市负责人透露,京东超市自5月上线以来,重点品牌销售额已增长11倍,商品种类已从刚上线时的5000余种增至过万种。目前,京东超市已经与玛氏、中粮、金龙鱼、康师傅、可口可乐、茅台等多个知名品牌达成战略合作关系,京东方面表示,这样的战略合作关系可以让京东直接从厂家直购商品,有利于降低自己的采购成本,为消费者带来更多的食品安全保障。

资料显示,1号店、中粮我买网、顺丰优选等电商企业早已在网络超市领域精耕细作良久,但如今京东、天猫等大型综合类电商企业也开始抢占在线超市市场。京东自上线以来不断扩张品类并利用自身物流优势发展线下配送,并与北京新发地、阳澄湖大闸蟹协会等机构达成直供合作,发力生鲜服务。而与此同时,于去年开业的天猫超市也在华东华南等地积极拓展市场份额,数据显示,天猫超市目前已经拥有1.7亿注册用户。

前空姐代购案改判三年罚4万

北京商报讯(记者 周雪昳)离职空姐走私案曾在业内轰动一时,昨日北京市第二中级人民法院重审宣判,前空姐李晓航因伙同他人采用以客带货的方式从机场无申报通道将化妆品等货物携带入境,被法院一审认定偷逃税款8万余元,以走私普通货物罪判处有期徒刑三年,并处罚金4万元。

与二审结果相差甚远,去年6月一审时,检方指控,李晓航伙同石海东多次在韩国免税店购买化妆品等货物,并利用褚子乔提供的韩国免税店账号在韩国结算货款,以"客带货"的方式从无申报通道携带入境,通过网店销售牟利。法院曾经认定,李晓航等人逃税113万多元,判处有期徒刑11年。因不服一审判决,李晓航于去年9月提起上诉。今年5月,北京高院二审将此案发回重审。

有业内专家表示,受李晓航案件影响,海外代购市场的增速或将变缓。据中国电子商务研究中心监测数据显示,去年中国海外代购市场交易规模达483亿元,较去年同比增长82%。

多部门高管相继离职 美国总部恐为"甩包袱"

新蛋中国"钱紧"再换帅

美国电商巨头新蛋网在华发展波折不断。已经更换过两次一把手的新蛋中国再次被曝出人事地震。北京商报记者昨日获悉,上任刚满一年半的新蛋中国区总裁周昭武被架空,公司目前由新上任的COO裴庆和执行副总裁钟浩负责。这是继邹果庆和顾建兴后,新蛋网"一把手"的再次更替。在高层换人的同时,有新蛋中国离职员工透露,公司进行了新一轮裁员,包括市场部、产品部在内的多部门高管及中层离职。有离职高管认为,新蛋网人事调整的主要原因仍是资金问题,美国总部对中国公司业绩的不满,让他们进一步向中国运营团队的经营成本施压。

新蛋中国大事记

新蛋中国再次换帅

据离职高管介绍,10月起,新蛋中国总裁周昭武的权力遭到架空,虽然仍继续担任该职务并兼任HR总裁,但已经没有任何签字的权力。作为周昭武的继任者,奥硕物流总经理裴庆任新蛋中国COO,新蛋全球技术支持中心(NESC)总经理钟浩任新蛋中国执行副总裁。在接手新蛋中国后,两人在物流公司和技术支持中心的工作依然兼任。

新蛋中国营销总监张维勤昨日向北京商报记者证实上述人事变动。张维勤表示,新上任的裴庆与钟浩将持续带领新蛋网走向海外直购的路线,积极让新蛋走向全球化,美国总部也将持续加大对中国区的投入。今年9月,新蛋集团投资1亿元在嘉定二期工程,目前已经开始动工。对于新蛋中国在明年的战略规划,张维勤表示"重点在提升用户体验方面"。在知情人士看来,这也意味着新蛋网仍不会在规模扩张方面做出更多努力。

与母公司思路不合

据离职员工透露,新蛋中国在今年6月搬至嘉定区时仍有130多名员工,经过10月至今的新一轮裁员,目前留在新蛋公司继续工作的人数已不足百人,多部门合并现象普遍。新蛋中国方面也证实了目前正进行员工调整,并称公司会等到嘉定二期项目竣工后进行人才补充。

不过,新蛋中国的此番"调整"在离职员工看来却并不在计划之中。一位刚刚从新蛋中国离职的高管透露,新上任的两位负责人虽然在新蛋工作已久,却一直负责物流和技术方面的工作,缺乏实际运营经验,过分强调客服体验而轻视企业发展战略,这与公司部分中高层的意见产生了冲突,所以不少部门负责人主动离职。"新蛋中国与美国总部在发展方向上早有不和。目前中国电商市场发展迅速,但美国方面采取的是过于保守的发展策略与谨慎的资金支持,这对新蛋中国在今后的发展带来了不利因素。"

美国总部"甩包袱"?

一位新蛋网离职高管认为,新蛋美国总部一直吝于给中国公司"输血"投资,这也迫使在2001年就成立的新蛋中国在十余年的发展过程中一直在走保守路线,失去了发展先机,将市场拱手让给京东、易迅等后来者。美国总部的保守政策也让新蛋中国成为集团的"包袱"。Alexa数据显示,近6个月以来,新蛋中国的流量排名从6月的2000多名降至目前的12万名开外。

公开资料显示,新蛋网在美国的发展一直顺风顺水,据《网络零售商》杂志评选,2011年和2012年,新蛋网在美国电商中的排名分别为第12名和第13名,处于稳定状态。从2009年起,在美国一直业绩稳定的新蛋网一直在寻求上市机会。尽管其在2011年撤回了IPO申请,却一直没有放弃上市之路。去年3月,时任新蛋中国COO的池勇信曾对媒体透露,"公司最迟将于2013年底上市,目前处于上市缄默期"。在业内人士看来,海外发展速度缓慢一直是新蛋网难以实现增量的重要原因,而中国业务经过十余年培育仍不见起色,已经严重"拖后腿",未来不排除甩掉包袱轻装前进的可能性。

北京商报记者 崇晓萌 卢亦杉/文
韩玮/制表

市场观察 Market observe

"2013北京商业高峰论坛"12月22日举行

零售业大佬激辩O2O

北京商报讯(记者 刘宇)一年一度的零售业精英峰会即将再次启幕。由北京市商业联合会、北京商报社主办的第七届"北京商业高峰论坛"将于12月22日在京举行。该论坛是"2013年度北京十大商业品牌"评选的重要组成部分,将以"零售革命:反思与前行"为主题,结合2013年中国经济转型情况、北京商业发展状况,探讨2014年零售业的趋势、政策和机遇。

十八届三中全会的召开,打开了中国经济再启改革的阀门,上海自贸区的设立,为经济改革的多元化创建了无限的想像力。8月,国务院正式批准设立上海自由贸易试验区。上海自贸区的设置标志着我国对外开放又迈出了坚实一步。

在上海自贸区的建设中,金融创新被看做重要内容。目前,自贸区建设大的方向已经明确,在本届论坛上,商务部研究院副院长李光辉将全面解读"上海自贸区"。

受宏观经济下行的压力,在即将过去的一年中,零售业发展中被最高频率提及的词汇就是"转型"。面对新形势、新挑战,未来中国经济发展对于零售业会带来什么影响?零售业如何以全新的经验模式真正把握消费者资源?本届论坛都将结合当下商业热点议题,邀请北京烹饪协会会长、北京老字号协会会长姜俊贤,首商集团副总裁傅跃红,中粮大悦城负责人等商界精英开展"不变则亡 零售革命的路径选择"的圆桌对话。

在实体零售走到变革路口时,2013年成为了电商发展的机遇之年,绝大多数企业都开启了全渠道变革。然而全渠道的零售转变是长跑,不是短跑,中间会遇到很多不确定性。在万千的变化中,苏宁云商、京东、阿里、携程网等企业高管和专家将探讨"O2O实体零售的互联网盛宴?"深度分析零售企业该如何以多渠道形式建立自己的价值。

在本届高峰论坛上,由北商商业研究院出品的《2013北京商业发展蓝皮书》将同期发布。今年将公布北京地区社区商业的首个调查报告。

内地奢侈品增速预计今年骤降至2%

慢增长态势将持续至明年

北京商报讯(记者 周雪昳)奢侈品市场的慢增长态势越发明显。昨日,贝恩发布《2013中国奢侈品市场研究报告》指出,今年,内地奢侈品市场增速进一步放缓,预计年增长率约为2%,与往年高达30%左右的强劲增长水平相比相去甚远,且这一缓慢增长的态势将持续到2014年。

礼品馈赠一度是奢侈品消费的重要组成部分,贝恩报告指出,政策对奢侈品市场影响颇大,腕表和以男士消费者为主的品类增长受限尤为显著。腕表品类占国内奢侈品消费总额的1/5以上,销售额今年下降了11%。增速放缓的还有曾是国内奢侈品市场的中流砥柱的化妆品、香水和个人护理用品,其增速也从去年的15%下降至今年的10%。

对于成熟的市场,奢侈品消费一般由女性主导,在内地,过去一直由男性消费者推动市场增长,但目前女性消费者正在迎头赶上。贝恩公司全球合伙人布鲁诺·兰纳说,"在中国市场,全球奢侈品品牌的焦点正在从以男性消费者为主的品类和配饰转向以女性消费者为主的品类和时装。品牌商们也积极应对这一重要的转变"。据贝恩观察,今年以来,以女性消费者为主体的品类以及时装系列展现出强劲的增长势头,增速达8%-10%。

鉴于女性消费群体的迅速崛起,今年中国内地奢侈品市场总额预计为1160亿元。中国人仍是全球第一大奢侈品消费群体,贡献了全球奢侈品总支出的29%,较上年增长4个百分点。

此外,欧元的贬值以及海外市场更为丰富的产品品类,促使更多的中国消费者倾向于在海外市场购买奢侈品。报告显示,2013年中国消费者有逾2/3的奢侈品支出发生在国外,较去年大幅攀升,此举令大型国际品牌减慢在中国开店的步伐。兰纳表示"中国奢侈品市场已经迅速地从'圈地'阶段发展为持续关注客户体验和可比门店销售额的阶段",据贝恩策略估计,这一态势预期还将延续到2014年。

奢侈品牌在中国的麻烦还不只是发展放缓。此前,英国奢侈品巨头Burberry(博柏利)的商标维权之路再遇波折。Burberry的经典格子图案商标因连续三年未使用,日前被国家工商总局商标局撤销。Burberry甚至还将面临上述商标申请撤销一方深圳皮具公司路必达马球5亿元的经济索赔。

路必达马球公司表示,多年来Burberry多次以包括财产保全、禁止令、证据保全等诉讼方式对其进行侵害,令公司蒙受了巨大损失。

家乐福全球加码自持物业

法国购买127家购物中心 在华尝试商业地产

北京商报讯(记者 娄月)全球第二大零售商家乐福愈发重视商业地产的作用。据法国媒体报道,家乐福斥资20亿欧元从地产商Klepierre手中收购127家购物中心,以振兴欧洲低迷的卖场业务。同时前不久中国区总裁唐嘉年也表示,在中国将加大自持物业比例。

收购的这127家购物中心分布在法国、西班牙及意大利,但这只是第一步。据了解,家乐福接下来要将这127家购物中心和公司自有的购物中心联合起来,欲创建欧洲顶尖的购物中心集团。目前家乐福在法国拥有自有购物中心45家,估值为7亿欧元。该新集团涉及80万平方米的零售面积以及27亿元的资产,由18亿欧元股本组成,其中42%由家乐福拥有,其余的为投资机构持有。

该交易最晚于2014年上半年完成,期间还有待于双方的最后协议以及监管机构的批准。

家乐福认为,购物中心和超市卖场的组合可带来租金收入,并在三年内重新吸引卖场所失去的顾客。近年来,家乐福引以为傲的大卖场模式在欧洲逐渐失去优势,因为主要消费者在时间有限的情况下会选择到就近实体店购物以及网购。

不仅仅是在法国本土,家乐福在中国也开始意识到商业地产的重要性。虽然家乐福在中国的门店业态仍为大卖场为主,绝大部分为租赁物业。但据唐嘉年透露,会在新开发项目中加大自持物业的比例。

目前,家乐福已经拥有几家自持物业的门店。唐嘉年表示,希望租赁和自持物业模式在新开店中的比例达到一定的平衡。

在业界看来,步入微利时期的零售业需要加大自持物业以实现保值增值,这既可以转移部分租金成本压力,又可以帮助迅速获取盈利。此前,沃尔玛的购物中心项目年前已正式启动,首批购物中心将于2-3年内亮相。

快时尚大牌业绩现两重天

北京商报讯(记者 王运 刘宇)在同样的市场环境下,两家一线快时尚服装品牌交出了不一样的答卷。H&M最新发布的业绩报告显示,集团11月同店销售同比增长10%,远高于市场预期的3%。另一快时尚品牌ZARA则没这么好运,ZARA母公司Inditex稍早公布业绩称,公司2-10月的净利同比仅增长1%。过去三年,Inditex一直保持双位数的净利增长。

H&M发布的公告称,截至11月30日,公司四季度销售总额为425.9亿瑞典克朗,较去年同期上涨13%,同店销售同比增长3%。其中,11月同店销售增长明显,达到10%,远高于市场预期的3%。

而ZARA母公司Inditex仍没能走出业绩低谷。Inditex最新发布的业绩报告显示,截至10月31日,公司前9个月(2月1日至10月31日)净销售额为119.3亿欧元,同比增长8%。

乏力的业绩增涨则使ZARA开始放下身段,加速覆盖低线市场。报告期内,Inditex在全球54个市场新增了240家门店。其中,欧洲市场新增79家门店至4545家,美洲市场新增54家门店至536家,亚洲和其他国家共增107家门店至1168家。尽管Inditex一直保持门店高增长,但也开始放下身段向低线城市、次核心城区开店。ZARA中国执行总裁艾伟民就曾表示,如果消费者有需求,三四线城市商圈位置合理,ZARA也会将门店开到那。世邦魏理仕发布的报告显示,在过去18个月中,四大快时尚品牌在一线城市核心商圈的新增店铺数均不超5家,而二线城市门店总数已经超过一线城市。

11月快递有效申诉量与去年持平

北京商报讯(记者 王璀一)国家邮政局发布的邮政业消费者申诉情况显示,11月国家邮政局和各省(区、市)邮政管理局通过"12305"邮政行业消费者申诉电话,以及国家邮政局网站受理消费者关于快递业务的有效申诉16051件,与去年同期基本持平。

国家邮政局相关数据显示,11月消费者对快递业务申诉的主要问题是快件延误和投递服务问题,占快递业务有效申诉量的76.8%。快件延误环比增长26.8%,同比下降0.4%;投递服务问题环比增长2.4%,同比下降6.7%;快件丢失短少环比增长13.7%,同比增长16.6%。

北京商报记者注意到,虽然今年11月快递业务量创纪录地完成了10.9亿件,同比增长61.9%,但和去年相比,消费者的投诉量增长却并不明显,和去年相比EMS、顺丰、四通一达等国内一线快递企业申诉率与去年相比均有所下降。

今年包括上述企业在内的国内13家主要快递公司为了确保"双11"顺利度过,强化信息系统、自动化分拣、安检等设备的优化升级,仅硬件方面的投入每家均在10亿元以上。其中包括新增和改扩建分拨中心150多个,增加操作场地超过200万平方米,新增干线车辆约4000辆,增加航空线路30%以上,增开、优化调整线路近千条,并采取直达不中转、网点自跑、客户处直发等非常规路由方式,及时分流货物,减轻中转部门压力。运转中心操作工和末端派件人员投入较去年增幅超过60%。