

麦当劳回应餐巾纸荧光剂风波

北京商报讯(记者 吴颖)昨日有报道称,发现一些餐馆所用餐巾纸上有荧光增白剂,麦当劳和肯德基也在其中。对此,昨日,麦当劳官方回应称:“所使用的餐巾纸由100%原生木浆制成,不含荧光剂。请消费者放心使用。”

北京商报记者注意到,在此次测试的10种餐巾纸中,专家通过实验给出的结论是,麦当劳、肯德基的餐巾纸有零星荧光点。对此,承担此次试验的国际食品包装协会秘书长董金狮表示,部分餐巾纸上的零星荧光点,一般可能是原材料自然带进来的,消费者不必恐慌。

实验也说明,恰恰是路边的一些路边小店使用的餐巾纸荧光剂面积较大。董金狮认为,这样的餐巾纸要么是人为添加了荧光剂,要么是使用废纸制作的。

肯德基工作人员告诉北京商报记者,所有餐厅用品的采购都是有严格的进货程序和审批手续的。麦当劳也强调,供应商是经过多层面的综合考察后才确定的,一旦发现有悖食品安全和出现事故,那么将会对供应商给予相应的处理直至淘汰。

研究显示,有一些荧光剂可能会导致白血病。

问题牛肉粒风靡校园周边市场

北京商报讯(记者 周雪映)儿童的食品安全问题始终触动着家长的神经,日前,广州市工商局发布的食品安全信息显示,被抽检的861批次校园周边食品中,近一成不合格。其中,金角牌香辣牛肉粒被检出含抗生素氯霉素。

据广州工商透露,这一批次被检出氯霉素的金角牌香辣牛肉粒,由重庆金星股份有限公司生产,是校园周边店铺的“常客”。但氯霉素有严重的副作用,可抑制人体骨髓造血功能,会对人体尤其是儿童的健康构成潜在危害。

昨日,北京商报记者走访171等中学发现,在学校周边的食品商店中,无生产日期、无厂名、无保质期的“三无”产品时有出现,其中,多款金角牌牛肉干依然摆放在待售货架的明显位置,据店主介绍,前来购买的均为在附近上学的学生。此外,北京商报记者昨日在1号店等多家电商网站上也发现了同款牛肉干。

酒鬼牛肉添加剂超标全市下架

北京商报讯(记者 周雪映)个人小商店因缺乏规范,常被人认为是食品安全问题的重灾区。昨日,北京市食品药品监督管理局发布食品安全信息,在监督检查工作中共发现3种食品不合格,酒鬼牛肉被检出山梨酸钠超标。

市食药监局称,此次被检出质量问题的3种食品的销售地点均是个人小商店,其中“黑鲸牌”水晶糖藕被检出糖精钠超标近2倍,“王马牌”酒鬼牛肉(油炸类大豆膨化食品)被检出山梨酸钠超标1倍多。不过,据北京商报记者了解,此次被下架的酒鬼牛肉与市面上常见的酒鬼花生并非同一厂家生产。目前,市食药监局已经对不合格食品在流通领域采取停止销售措施。

资料显示,山梨酸钠因具有较好的抗菌性,防腐效果良好,常被用做防腐剂在国内外市场中使用,虽然没有发现对人体不利和中毒,但某些防腐剂在动物实验中显示出了致癌性。

波司登电商中期增幅超七成

北京商报讯(记者 邵蓝洁)电商成为波司登上半年业绩的亮点。截至9月30日的6个月,波司登收入下降8.8%至28亿元,毛利率和纯利分别同比上升3.8%和3.1%,但是期内通过电子商务渠道实现销售0.49亿元,同比增长71%。

波司登称,收入下降主要是由于经营竞争环境日渐加剧以及本集团的经销商面对存货压力所致,期内羽绒服及非羽绒服销售收入分别减少约4.7%及18.1%。另外,部份分贴牌加工客户将外包生产订单逐步转移到东南亚地区以获享较低的生产成本,引致贴牌加工管理业务收入下降12.9%。数据显示,波司登收入主要是来自品牌羽绒服业务,占集团总收入的62.5%,约17.6亿元,非羽绒服业务占比14.2%,约4亿元,贴牌加工管理业务占比23.3%,约6.5亿元。非羽绒服品牌包括波司登男装、杰西及摩高,销售收入占比分别为24%、30.6%及42.2%。

携程投入2亿开打景区门票价格战

北京商报讯(记者 程拓)携程网继续向其他领域伸出自己的触角。北京商报记者昨日获悉,携程网欲尝试撬动门票市场这块“蛋糕”,并已成为以门票为核心的地面服务事业部,计划投入2亿元扩张门票市场,全面推进与国内景区的合作,目标是“两年内成为国内销量最大的景区门票电商平台”。在业内看来,携程网此举无疑是在与以门票业务为核心的同程网、驴妈妈网进行正面抢食。

事实上,携程网对门票业务觊觎已久,今年4月末携程曾上线“全球门票预订平台”,作为大举进军门票业务的第一次试水。随后的暑期旅游黄金档,携程网连续发动两次门票大促,以此来争夺市场份额。在中国旅游研究院行业分析师杨彦锋看来,中国全年门票销售数量在1300亿~1400亿元之间,但在线预订比例只有约2%,可见门票市场的广阔前景。劲旅咨询CEO魏长仁也认为,尽管目前门票业务利润微薄,但随着自由行热度逐渐攀升,门票业务已经成为决定旅游行程的重要环节。

京城商场圣诞氛围渐浓



圣诞节即将到来,京城各大商业区都竖立起了各式各样的圣诞装饰。同时,商场内各种促销活动也陆续展开。北京商报记者在崇文门新世界商场看到,商场推出了“员工乐购夜”活动,通过“每名员工持内购会邀请函可带三名好友入场”的形式为圣诞预热,为即将到来的圣诞节赚了不少人气。

北京商报记者 张笑嫣/文并摄

经营风险低 回报周期短

地产大鳄竞逐社区MALL

北京商报讯(记者 刘宇)土地成本的快速增长让曾经热衷建造大型购物中心开发商趋于理性。昨日,由德勤与中国连锁经营协会联合发布的《2013中国购物中心与连锁品牌合作发展报告》显示,与大型、巨型购物中心相比,由于经营风险更低、管理可控、资本回报周期短,社区型的中小型购物中心将成为未来发展的主流。在商业地产领域刚起步的万科,就将目光锁定在社区型购物中心。此前,华润、中粮、绿地等大型地产商纷纷在社区商业领域跑马圈地。

报告显示,中国一二线城市购物中心平均体量从2012年的7万平方米增长至目前的8万多平方米。尽管巨型、超巨型购物中心可以为居民提供“一站式”消费体验,但也同时为地产商带来了后续招商和运营的压力。在一线城市中,北京、广州优质商圈的商铺空置率分别为

11.5%和10%,成都、沈阳二线城市购物中心空置率甚至已经高达10.6%和20.2%。

大体量更加拉长了新晋购物中心的培育期。北京商报记者走访远洋未来广场、凯德MALL太阳宫店等近两年新开的购物中心发现,除餐饮可以保持较高人气外,商场零售业态较为冷清。两重天的局面也让购物中心经营者不得不做出“牺牲”,尽管餐饮品牌承租能力有限,但为招揽更多消费者进店发生更多联动消费,凯德MALL太阳宫店餐饮业态比例已增至40%。

餐饮、娱乐、休闲、儿童业态也如雨后天春笋般出现在各种类型的购物中心中。中国连锁经营协会副秘书长武瑞玲表示,从目前市场反馈情况来看,打“家庭牌”偏重体验的区域型购物中心更吃香。北京商报记者了解到,自开业以来,华润五彩城先后引入冰场、主题乐园等大量儿童业态,整体推广也一直强调家

庭概念,这让这家开业不足三年的商场获得了较高客流。华润五彩城的一些创新营销模式,也引发京城一些主流商场的跟风效仿。在武瑞玲看来,越来越多家庭消费客群的出现更加印证了社区型购物中心的发展趋势。

相比体量、规模庞大的都市型购物中心,德勤中国房地产出资人行业主管合伙人龚兵认为,如果购物中心的面积、租户数量和类型选择上能够与所在区域的消费者潜在需求相匹配,中小型购物中心的经营管理会更有效率,也会更有效益。同时,在城市化过程中,由于城市半径规模的大幅度扩张,颇具规模的新兴住宅社区大量涌现。在此背景下,如果开发得当、定位准确,社区型购物中心会具有广泛的市场前景。

不仅如此,也有调查显示,目前,绝大多数消费者对于购物中心的选择仍以

市场观察

Market observe

游客可与旅行社协商是否前往商场等场所

“购物游”解冻激活出境市场

旅游业恐将再次迎来变化。国家旅游局日前发布《关于严格执行〈旅游法〉第三十五条有关规定的通知》,首次对《旅游法》条款进行解读,明确在协商一致的原则下,可以指定具体购物场所和安排另行付费旅游项目。在境外游产品近段时间销售下滑的大背景下,这无疑将是对行业的一次正面激励。

“购物游”逐步解冻

国家旅游局在通知中表示,旅行社指定具体购物场所和安排另付费项目,应当按照诚实信用、自愿平等、协商一致的原则,与旅游者订立书面合同,且不得以不合理的低价组织旅游活动,不得诱骗旅游者,不得通过指定具体购物场所和安排另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益,也不得

影响其他旅游者的行程安排。这一细化解读,引发了旅游业内的普遍关注。有旅行社负责人向北京商报记者透露,从带团出境的过程中可以感受到,《旅游法》在北京、上海等地执行得相对到位,大家坚守强制购物雷区。不过,一些地方东南亚低价购物团依旧活跃。旅游行业的薄利和模仿风潮使得这样的风气一旦形成,必定会影响全国范围内新法的实施,打击和挫伤正规旅行社的守法积极性。

曾现负面效应

“限制购物”的规定一度造成了旅游产品销量的下滑,让一些企业过分小心。为了减少消费者的投诉,大部分旅行社在行程安排中尽量避免购物场所以及自费项目,不少旅游线路的设置采取零购物点的方式。某大型旅行

社的泰国领队就向北京商报记者反映,有旅行团组为了规避违法风险,甚至不理睬游客希望下车进超市买饮用水要求。这一极端现象也说明了消费者的旅游体验受到了影响。一家民营旅行社的负责人就向北京商报记者展示了出具给游客的云南线路的行程计划书,其中标明了购物店的范围:“参观矿石馆、万福、万丰源、宝像堂、聚缘珠宝、瑞亨达珠宝中任意一个,时间45分钟。”需要游客在出团前,与旅行社就购物和自费项目协商达成一致。

对于通知指出的“不得影响其他不参加相关活动的旅游者的行程安排”,该旅行社负责人表示,旅行社会更多地考虑游客的权益。原先不愿进入购物店的游客会被安排在店门口等待入店游客出来,再共同继续下面的行程。现在则会将不愿参加相关活动

的游客先送回酒店,再集合其他自愿参加活动的游客前往购物场所。

激活出境游市场

据悉,本月开始,欧美等国开始陆续打折,游客迎来出游扫货的最佳时段。业内人士表示,国家旅游局选择在《旅游法》之后的第一个境外购物旺季以通知形式解读,对于出境游市场实属利好消息。对此有专家表示,细则的公布,不能单纯地等同于签订合同就能购物,有很多的前置条件限制合同的签订。作为一个及时的强化和提醒,体现了相关部门通过《旅游法》扭转旅游市场不合理局面的决心,也被业内人士视为是在游客的旅游购物需求与新法关于购物条款的严格规定之中,探索一条两全之路。

北京商报记者 陈冰

邮政联手PayPal试水跨境电商

新服务承诺“当天寄当天发”

北京商报讯(记者 王瑾一)昨日北京商报记者获悉,北京邮政与在线支付平台PayPal正式签署合作协议,共同推出国际物流解决方案“贝邮宝”。这是中国邮政继邮政小包和“易邮宝”之后的又一个跨境电商物流新尝试。

据介绍,“贝邮宝”将依托首都国际机场的航空枢纽运力,以及北京邮政的邮件递送网络和进出口系统,为PayPal商户打通外贸电商出口过程中“商户订单(发货凭证)”和“邮政信息追踪(查询追踪)”两大环节。

针对PayPal筛选的优质商户,北京邮政将根据特点提供定制化的海外邮政小包服务。所有海外小包方案均符合PayPal卖家保障政策中对于运单追踪的要求,并且所有“贝邮宝”邮政小包承诺“当天收寄、当天封发、当天交航”。

资料显示,“贝邮宝”9月开始试运营,PayPal与北京邮政一起挑选了15个国家和路线。截至12月16日,首批13家商户使用“贝邮宝”服务投递了共计近34万单货物。从目前掌握的落地信息看,所有的货物都可以做到“当天交航”,83%的货物在交航后两

天内可以到达目的地国家。

据不完全统计,目前中国跨境电商市场超过60%的商品是通过邮政体系运输,从中国到欧美国家的邮政运送需要10天以上甚至20天的时间。在业内人士看来,“贝邮宝”是中国邮政专门针对跨境出口电商企业的物流产品,也是对EMS及“易邮宝”的补充。PayPal的拓展不只是在中国。此前,PayPal总裁大卫·马库斯表示,由于用户将越来越多地利用智能手机而不是现金或信用卡来完成支付,PayPal也在不断加大移动支付系统的投资。“移动将成为用户资金和所有交易的中心。我们将加倍对移动领域进行投资。”PayPal是eBay旗下主要业务之一,能够辅助在线运营商和麦当劳、星巴克等实体店更好地处理支付交易,特别是在北美和欧洲市场的支付业务。

马库斯还表示,PayPal将进军新商店并拓展诸如巴西和日本等国市场,此举将有助于PayPal的支付业务更好地向前发展。他说,向移动支付业务转型将是一个长期的转变过程,在全球拥有1.37亿用户的PayPal要力争成为移动支付领域的主导者。

与铂尔曼分手 万达回收酒店管理权

地产商收权渐成行业趋势

北京商报讯(记者 程拓)今年在酒店业异常活跃、不断推出自主品牌的万达,近日又传出新的变革信号。昨日在银川万达嘉华酒店开业典礼上,万达酒店负责人向北京商报记者透露,从明年开始,万达将收回一部分委托给国际酒店集团管理的门店,加大自有酒店品牌的建设,已经营业了五年的万达铂尔曼或将成为首个被收回的品牌。

据了解,位于北京石景山区的万达铂尔曼酒店,由法国雅高集团进行管理,至今已整整营业五年。万达负责人表示,因万达铂尔曼的经营业绩并没有达到万达集团的期望,经协商后双方和平分手,酒店也将于2014年1月1日正式更名为北京万达嘉华酒店。这也成为万达首家由委托管理酒店品牌,换成自主管理品牌的酒店。

在业内看来,依仗万达广场坐拥大量物业的万达,很容易吸引酒店管理集团的目光。当引进多家管理集团的万达,在学习了国外管理方式之后,终于可以甩脱国外品牌,并欲大规模复制自主品牌。万达收回铂尔曼,改为自主经营的举动,显然

令与万达合作密切的五大国际酒店管理集团纷纷担忧,拥有大量酒店物业的万达,是否会逐步收回旗下酒店的经营权。对此,万达酒店负责人表示,万达确实会将城区内的酒店经营权逐步收回,但同时也保留一些业绩特别好的委托管理酒店。此外,万达只做五星级酒店,而在长白山、哈尔滨等万达度假村中通常会有10家左右的酒店,这使得万达还将继续与酒店管理集团进行合作。

据了解,物业方收回经营权自己做酒店,正在成为酒店业的新趋势。今年11月,北辰实业股份有限公司与洲际集团分手,收回旗下酒店经营权。在业内看来,国际酒店集团惯用的,以输出品牌、收取管理费为主的轻资产扩张模式,正在中国遇到阻碍。一位酒店资深管理者对北京商报记者表示,随着中国酒店大规模扩容,很多跨国酒店集团追求短期效益,放低了管理门槛。业主方支付着“境外标准”的管理费,却得不到“境外标准”的管理。为此,外资酒店品牌与业主方的矛盾日深,并连续曝出分手事件。

大型地产商重点社区商业项目	
开发商	名称
中粮	安定门项目
万科	金隅万科广场
绿地	绿地缤纷城
华润	华润五彩城
华联	BHG MALL

交通便捷性作为主要考量,52%的消费者更青睐靠近家或公司附近的购物中心,32%的消费者会选择公共交通1小时以内可达到的购物中心。在龚兵看来,社区型购物中心恰能契合消费者的理念。不过,社区型购物中心并不意味着是缩小版的大型购物中心,开发商仍需在功能定位、业态组合、消费体验等多方面做功课。

韩玮/制表

满49美元全球包邮

京东发力国际业务

北京商报讯(记者 崇晓萌 实习记者 耿嘉俊)京东在启动英文网站域名后,近日又加紧迈出海外市场的扩张步伐。日前,京东推出买中文书满49美元全球包邮的服务。北京商报记者了解到,目前京东国际涉及销售的品类包括图书、家电、数码3C产品等,商品主要面向澳大利亚、加拿大、美国等35个国家和地区。此次销售的中文书籍,消费群体主要是海外华人。业内人士认为,此次跨国低门槛包邮服务,是京东国际在上线一年后叫板美国亚马逊的直接表现。

近年来,很多电商企业也都瞄准海外市场,频频发力外贸业务。有专家称,在全球电子商务快速发展的大环境下,跨境电商业务具有巨大的发展潜力。未来将会有越来越多的企业涉足海外电商领域。

早在去年11月,韩都衣舍和斯波帝卡等多个淘品牌,就曾借助外贸B2C电商兰亭集势的“特卖”渠道将产品销售往海外市场。兰亭集势的自有服装品牌TS也参与过两期特卖活动,相关负责人表示,该品牌7天特卖的销售额达到10万美元。

上半年,凡客诚品组织架构的调整也受到了行业及媒体的广泛关注。曾经隶属于平台业务部下的海外拓展部被独立出来,业界普遍认为,这一变化实际反映了凡客欲发展海外业务的野心。

加速“百度化”

糯米网CEO离职

北京商报讯(记者 邵蓝洁)在宣布控股糯米网4个月,百度开始“消化”糯米。消息称,糯米网CEO沈博阳将辞去CEO职位,取而代之的是百度副总裁刘骏。北京商报记者向糯米网内部人士求证时获得回应,沈博阳因个人原因将在月底离职。

一封显示为糯米网内部邮件表示,“百度体系的融合正在发挥协同效力,为了加速糯米的成长,董事会决定即日起任命顾国栋为糯米网COO,百度副总裁刘骏将兼任糯米网代理CEO,和顾国栋共同管理糯米”。沈博阳2010年2月正式加入人人公司,目前担任人人公司副总裁、糯米网总经理,全面管理人人公司旗下团购网站糯米网的运营。上述糯米网内部人士称,这是公司内部正常的人事调动,并且强调,百度对糯米非常重视。但该人士同时表示自己也将离职,同样是因为个人原因。

今年8月百度以1.6亿美元收购糯米网59%股权,对于百度来说,在移动端和O2O领域的布局是确保其与阿里和腾讯长远竞争的关键。在业内人士看来,百度有意将百度地图和糯米网融合,以地图为中心打造生活服务平台,而直接派高层兼任糯米网CEO,也表示了对O2O的重视。根据团购导航网站团800统计,今年10月全国主流团购网站销售数据显示,糯米网以3.08亿元位于美团、大众点评团、窝窝团之后。