

商讯 · 八达岭长城将上演新年“倒计时”

北京商报讯(记者 程拓)北京商报记者昨日从市旅游委获悉,今年的新年倒计时活动将于12月31日在八达岭长城举行。

据了解,北京的新年“倒计时”至今已经成功举办两届。2011年北京曾在天坛公园成功举办第一届4000人新年倒计时庆典活动。而去年的千人迎新年倒计时则在颐和园举办。北京的新年“倒计时”活动收到了良好效果,成为向世界发出一张极具影响力的城市名片,受到全球广泛关注。

北京市旅游委负责人表示,丰富多彩的新年倒计时活动,已经成为世界上一些主要城市迎新年的通行做法,吸引了全球关注。

不同城市在举办倒计时庆典的过程中也体现了不同风格,如纽约时代广场的水晶球、巴黎埃菲尔铁塔的灯光、伦敦大本钟的钟声与伦敦眼上的烟火等。此次八达岭长城“倒计时”活动将以电脑灯、LED灯、激光灯为主要表现形式,在零点来临的时候,点亮长城,形成光柱,照亮夜空。

资料显示,八达岭长城已累计接待了近2亿中外游人,并先后有近500位国家元首、政府首脑以及众多的世界风云人物登临,是首都北京标志性旅游文化符号。

紧跟京东阿里 国美杀入O2O

北京商报讯 国美在线董事长牟贵先发布内部邮件,对于2014年国美在线的发展进行了规划,除了继续发挥家电供应链优势,还将在移动互联网、O2O方面进行深化布局。

牟贵先表示,2014年国美在线要利用数据优势,强化搜索和个性化推荐相关指标。与此同时,国美在线已经摸索出一套深度整合厂商资源的供应链体系,形成了OEM、ODM、一步到位价、包销买断、反向定制等的采销模式。

“在采购规模上,国美每年采购规模达到上千亿元,其中彩电就已超过300亿元,最强的供应链模式将转化为商品的价格优势。”牟贵先说。

与此同时,国美在线计划在移动方面大力推进。“在用户数量上,我们要位于行业前三。”牟贵先强调,移动互联的各项应用必须能够充分链接到各项具体业务之中。

国美在线的核心战略则为深化O2O布局。据牟贵先介绍,O2O主要体现在两个层面,一方面要充分利用集团线上和线下的优势,在销售、体验、服务、物流、会员、推广等方面推进O2O的融合。另外一方面,在外部的行业合作与行业联盟方面也将有大的进展。

南城再迎大型商业

北京商报讯(记者 刘宇)北京南城再次注入商业新“血液”。北京商报记者了解到,上品折扣旗舰店草桥店日前正式开业,这也是丰台区引进的又一家大型百货商场。不同于以往门店,上品折扣草桥店是由折扣店向奥莱MALL转化的新模式店面。

据了解,上品折扣草桥店经营面积为3.3万平方米,店内覆盖了国际国内一二线品牌,并采用线上线下折扣商品同步销售的经营模式。

随着上品折扣的入驻,进一步完善了南城地区商业体系,为南城商业发展注入新的动力。在草桥店亮相的同时,上品折扣回龙观店也同期开业。回龙观店也采用集休闲娱乐于一体的全新奥莱MALL形式,不再是传统意义的折扣店。

在传统零售的低迷期,奥莱业态正加速升温。数据显示,开业当天,上品折扣草桥店和回龙观店的销售额均突破300万元,创下了新店开业的销售额新高。今年8月,上品折扣走出北京,在杭州开设了首家外埠门店,上品折扣方面表示,今后在华东、华南地区都有意开店,且新开门店面积不会低于1.5万平方米。

本土快时尚男装诺奇启动招股

北京商报讯(记者 邵蓝洁)内地男装零售商福建诺奇将成为2014年首只上市新股。昨日,诺奇(01353.HK)开始招股,拟发行1.5亿股H股,集资最多4.32亿元,招股价在2.03-2.88元之间。诺奇暂定于明年1月3日定价,1月9日挂牌。

招股书披露,诺奇今年全年盈利预测为8020万元,同比下跌1.8%,诺奇董事长兼行政总裁丁辉解释,盈利倒退主因是来自约2000万元的上市费用,若撇除此开支,则预计盈利约1亿元。诺奇以其自建品牌“N&Q”提供男士休闲时装产品,截至今年10月底,共有438个零售网点,225个为直营零售网点,213个则为加盟零售网点。

丁辉表示,明年将会增设多达200个销售网点,直营零售网点及加盟零售网点仍会维持各一半的比例扩展,除了继续巩固华东地区的业务外,集团也会开拓中西、华北及东北地区。丁辉透露,移动商城是未来的大趋势,集团将在2016年开拓女装业务,届时将会以线上销售为主,再线下开设体验店,以线上线下互补的形式经营。截至2013年6月底的上半年,诺奇的线上销售金额为1920万元。

TNT快递拟重组削减岗位

北京商报讯(记者 王璀一)国家邮政局相关信息显示,目前,TNT快递英国和爱尔兰公司宣布,将开始对财务和行政管理部门进行重组行动,削减237个职位,涉及数据录入、管理、咨询和办事处等岗位。

TNT快递称,重组计划是公司全球Deliver项目的一部分。该项目在3月宣布,旨在使公司更有效率,并提升竞争地位。

目前,TNT快递与英国工会的谈判已经开始,并且与员工及其代表正进行密切磋商,以保护那些受重组影响严重的雇员,其中包括适当的人事调动。

TNT快递英国和爱尔兰公司表示,面对极具挑战的经营环境,公司必须为客户提供有竞争力的服务,这些措施有利于增强公司的长期发展能力。

由于财务业绩方面的压力,TNT快递在欧洲其他地方也开始进行重组。在意大利,TNT快递计划关闭20个小型处理站,原计划削减854名员工。但由于夏季的两次罢工行动,公司被迫将裁员人数调整为550-600名,公司承诺重新安置250-300名额外的处理站员工。

在法国,TNT快递计划削减623个职位,但公司创造了256个新职位,因此相当于净削减367个职位,但目前还没有计划关闭国内120个运营中心的任何一个站点。

团购老大首度实现全年盈利

弃规模追效益 将面临BAT三巨头抢食

曾被业界公认为“烧钱”行业的团购,正在撕掉这个标签。美团网CEO王兴昨日透露,美团网今年成交额预计达到160亿元,将首次实现全年盈利。美团网实现年度盈利,很大程度上也反映出了以团购为主的线下服务行业巨大的发展空间,但年度盈利是否可以持续仍有待观察。在业界看来,对于团购业一直虎视眈眈的BAT(百度、阿里、腾讯),才是团购大佬真正的威胁和担忧。

行业整体回暖

“去年11月,美团网开始单月盈利,当年四季度实现季度盈利。今年除了少数几个月,其他时间都实现了月度盈利。”在王兴看来,达到年度盈利“主要归功于团购行业的回暖和营销成本占收入比例下降”。

根据团800的数据,2012年全年的平均月度用户低于4000万,截至2013年11月的用户已经上升到6021.5万,同比上涨

69.1%。成交额达到37.9亿元,同比上涨102.7%。

站在行业角度,美团网并不是此利好因素的唯一受益者。窝窝团相关人士告诉北京商报记者,“从去年12月开始,窝窝团一直持续盈利”。尽管王兴透露美团网此次盈利规模只是微利,但拉手网高级顾问司新颖向北京商报记者坦言,“这对于团购行业而言是个利好,拉手网对于未来前景也很乐观”。

盈利还是规模?

团800分析师樊康表示,“对于处于第一阵营的团购网站来说,更多的应该是愿不愿意盈利,在盈利和进一步扩充规模之间徘徊,这需要在盈利与规模扩张之间进行选择”。O2O分析师黄渊普认为,“为了达到盈利,美团网在一定程度上也做出了牺牲”。去年美团网曾表示,今年目标销售额为188亿元,但今年的总成交额估计仅为160亿元。

来自北商商业研究院的分析显示,为了保证盈利,团购企业都不再盲目扩张,而是理性注重利润。

根据团购导航网站团800最新数据显示,11月国内团购成交额为37.9亿元,美团网、大众点评团、窝窝团的成交额分别为17.28亿元、10.21亿元和3.36亿元,位居行业前三名,在11月市场份额占整个行业的81.4%。

真正的威胁来了

“美团网的盈利,很大程度上也反映出了以团购为主的线下服务业巨大的发展空间。”在业界看来,除了在线优惠市场的巨大空间,被团购开启的线下服务市场才是新的发展蓝图。

樊康认为,“美团网处于行业的第一阵营,并且领先较大。这也在一定程度上反映了‘BAT’在线下服务业后台对垒的情况下,阿里在O2O领域取得了暂时性的领先。随着微信带动的微生

11月团购市场份额占比前五

独立团购网	成交额
美团网	17.28亿元
大众点评团	10.21亿元
窝窝团	3.36亿元
糯米网	3.14亿元
拉手网	3.10亿元

数据来源:团购导航网站团800

活、高朋和百度地图、导航与糯米的整合结束,围绕线下服务业的竞争将会更加激烈”。

对此,王兴亦有同感,他直言,“团购仍在快速扩张阶段,行业盈利与否还是与行业竞争格局相关,在‘BAT’尚未完全进入使出全力之前,保持快速增长仍然是最重要的事”。

北京商报记者 邵蓝洁 魏蔚/文
韩玮/制表

Market observe

延至明年1月 高鑫零售电商平台爽约

部分商品价格看齐京东

北京商报讯(记者 娄月)原本定于年底前正式推出的高鑫零售(大润发和欧尚的合资公司)的电商网站“飞牛网”并未如期上线。昨日北京商报记者获悉,飞牛网目前只针对上海内部员工进行测试,暂不对外营业,最晚于明年1月中旬正式上线。

正在测试的飞牛网显示,初期在线销售的商品几乎覆盖了全部品类的商品,包括数码电器、百货、食品等近20万种自营商品,远超大润发实体卖场两三万个商品数的规模。这与以食品为主要卖点的乐购、永辉、沃尔玛山姆会员店有所不同。飞牛网目前配送范围仅限于上海地区,支持货到付款、网银和支付宝等支付方式。

大润发董事长黄明端曾透露,飞牛网与实体零售各自独立运营,目前团队规模已达三四百人。未来商品种类将达到100万。

与其他超市几乎是从零开始做电商的基础不同,飞牛网的股东之一是



香港公司Excellent First Limited,该公司的母集团是台湾Uitox全球电子商务集团,Uitox未来计划进军全球100个城市。在业界看来,正是由于Uitox

的加盟,飞牛网在建立初期就拥有了成熟的电商核心技术经验和丰富的电商人才。总经理洪千琇也曾在台湾最大的购物网站PChome工作了13年。

在“低价至上”的电商领域,黄明端表示,依托规模采购优势和供应链管理能力,飞牛网不会惧怕价格战,并会与电子商务巨头展开竞争。北京商报记者对比发现,相同配置的一款iPad mini2,飞牛网的售价与京东一致。

黄明端还表示,大润发实体门店会成为飞牛网的重要推广渠道,还会成为快递包裹的中转站和自提点。不过,有业内人士指出,以门店为基础的物流体系还无法支撑起高鑫零售的电商业务。

虽然高鑫零售在华有近300家大卖场,但其中70%的门店位于三四线城市和五线乡镇,而低线地区的人群并不是目前网购的消费主力。高鑫零售还需要在一二线城市建设更多的物流配送中心,以匹配这些地区的网购消费能力。据了解,飞牛网已在上海青浦建立了4万平米的配送中心。

CFP/图 韩玮/制表

中连协呼吁建食品安全追责机制

真正责任人,往往造成真正违法者在另一个环节得以生存。

报告建议,当发现不符合食品安全标准的食品时,食品安全监管部门应立即对食品的不合格成因和违法行为主体进行调查。

据了解,国外一旦在零售端发现食品安全问题,会直接追溯到供应商身上。但在中国,由于供应商大部分为中小企业,追溯起来较为困难,很多时候只能由零售商来承担食品安全责任。

在国家质检总局公布的11月66个批次的不合格产品中,最大一单来自巴西进口的“冻鸡全翼”,重量高达2.7万千克,不合格原因为检出Newlands血清型沙门氏菌。此外,泰国进口的八个批次的“伎伎妹妹酸角糖”违规使用化学物质环己基氨基磺酸钠(甜蜜素)被销毁,总量达2852.62千克。

生产的“卡尔文克雷恩永恒男士夏日香水”未提供所需证书,遭到销毁。北京商报记者查询发现,今年4月、6月、7月,海南省免税品有限公司进口的美国伊丽莎白雅顿公司生产的白手套晶致莹白啫喱均被查出不合格。

当其他奢侈品牌纷纷收缩战线、减缓扩张的时候,阿玛尼仍在快速扩张,在中国市场表现尤甚。此次与阿玛尼合作的门里集团成立已超过十年,是一家以文化产业为基石的大型多元化产业集团。对于此次与阿玛尼合作,门里集团董事长陈冬盛认为,该住宅项目或将成为中国房地产的一个创新标志。

阿玛尼选择落户成都,或是看中成都奢侈品市场的潜力,据《福布斯》推出的研究数据预测,成都的消费指数在近年福布斯中国最佳商业城市排行榜西部城市中一直名列前茅,目前已80%的国际一线品牌布局于此,未来成都奢侈品消费或将达百亿规模。

首旅推糕点类第三方预付卡

北京商报讯(记者 崇晓萌)首旅集团日前推出首张针对糕点类的单业态第三方预付卡“首礼美点卡”,在业界看来,这是在整体趋紧的宏观经济环境下,大型商业集团整合自身资源进行的新探索。

北京商报记者昨日获悉,首礼美点卡已于上周上市,是由首旅集团旗下电子商务公司“北京首采联合电子商务有限责任公司”(以下简称“首采联合”)发行的糕点类专属储值卡,与其他第三方多用途预付卡不同的是,合作商户主要为首旅集团旗下酒店及餐饮行业的饼房及各类西点产品,如北京展览馆莫斯科面包坊、崇文门饭店马克西姆面包房、凯宾斯基饭店美食廊和新侨三宝乐面包房等。

据悉,该卡片分为100、300、500、1000元四种面额,自购买之日起三年内有效,目前共有14家合作商户。此前,首采联合曾发行能在多家商场、餐饮、酒店、汽车服务、旅游票务等商户使用的“首付通商旅卡”。

第三方预付卡的盈利模式主要是向购卡人收取手续费、向合作商户收取返佣以及沉淀资金的利息。在业内人士看来,由于第三方预付卡发卡机构竞争激烈,各企业都希望尽量争取更多领域的更多商户,单业态第三方预付卡在行业内鲜有先例。不过,“首礼美点卡”主要整合首旅集团内部资源,一方面盈利空间更大,出现合作纠纷的可能性极低;另一方面也有助于集团内各旗下酒店、饼房在严峻的宏观形势下“抱团取暖”。

Burberry再现出售传闻

北京商报讯(记者 周雪昳)饱受被收购传闻困扰的Burberry昨日又有新消息。在瑞银分析师列出的一个明年欧洲潜在被收购公司的列表中,27个公司中有13家为英国公司,英国知名奢侈品公司Burberry Group PLC博柏利赫然在列。

昨日,北京商报记者致电Burberry负责人求证,该负责人表示,目前并未接到集团方的通知,对被收购一事并不知情。据了解,奢侈品巨头路易威登集团或将成为Burberry的收购方。早在今年初,就有奢侈品分析师及投行分析师表示,LVMH有可能收购Burberry Group PLC(BRBY.L)博柏利,以弥补销售日渐疲软的Louis Vuitton路易威登品牌。

事实上,在首席执行官安吉拉·阿伦德宣布离职后,Burberry就深受被收购传闻困扰,此前有报道称,世界三大奢侈品集团PPR(巴黎春天百货)有意收购近两年风生水起的英国老牌奢侈品公司Burberry,但随后被Burberry方否认。

阿玛尼在华首度涉猎商业地产

次阿玛尼艺术公寓中每个公寓单位配套家具、橱柜以及卫浴产品均由阿玛尼家居提供。

当其他奢侈品牌纷纷收缩战线、减缓扩张的时候,阿玛尼仍在快速扩张,在中国市场表现尤甚。此次与阿玛尼合作的门里集团成立已超过十年,是一家以文化产业为基石的大型多元化产业集团。对于此次与阿玛尼合作,门里集团董事长陈冬盛认为,该住宅项目或将成为中国房地产的一个创新标志。

阿玛尼选择落户成都,或是看中成都奢侈品市场的潜力,据《福布斯》推出的研究数据预测,成都的消费指数在近年福布斯中国最佳商业城市排行榜西部城市中一直名列前茅,目前已80%的国际一线品牌布局于此,未来成都奢侈品消费或将达百亿规模。