

社区商业将成北京重点扶持对象

随着大型居民社区的不断增多,社区商业成了居民日常生活消费的重要场所,但社区服务却无法借力线上实现扩区域整合。针对于此,此前市商务委发布的关于2014年商业流通发展项目申报工作的通知中,再度将支持发展社区商业便民服务连锁门店、社区商业综合体等项目列入今年的重点扶持对象。

社区消费逐年提升

根据市商务委发布的数据显示,2011年,北京市的社区商业消费已经占到社区零售总额的一半。根据北商商业研究院所调查了解的情况来看,这个数据在最近两年里得到了快速的提升,而且在未来发展速度会更加快速。

去年,北京增添了200个“一刻钟社区服务圈”。根据规划,2015年“一刻钟社区服务圈”要基本实现覆盖全市60%以上城市社区。届时北京也将初步建立起覆盖社区全体成员、服务质量和管理水平较高的新型社区服务体系。2011年,北京市曾发布《北京市社区商业服务业提升引领规范试行》,对社区内的多个业态进行了调整提升和规范,包括再生资源的回收、小发廊等。

随着越来越多的消费者加入“网客”队伍,一站式“社区生活服务中心+搭载模式的便利终端+社区电子商务”相结合的模式将成为未来政府主推的项目之一,“一刻钟社区服务圈”也将再度升级。截至目前,和平里街道已在20个社区中建立了180家服务商参与的“1510生活服务圈”,实现了街道网点的全覆盖。未来,与电商自提相结合的O2O模式将在社区复制开来。对于老城区来说,一方面需要加大对综合购物中心的投入,另一方面随着老龄人口的增加和消费习惯的改变,增加社区



的送货上门和家政代售代缴便利服务变得迫在眉睫。

社区连锁将重点扶植

根据市商务委公布的关于2014年商业流通发展项目申报工作的通知,支持发展社区商业便民服务连锁门店、社区商业综合体被放在发展社区商业的重中之重,根据北京商报记者此前的社区调查,中心城区尤其是长安街以北的社区内,便民连锁门店的集中度较高,但是长安街以南城便利店数量则明显减少,依靠夫妻店、街边店成为南城居民满足日常需求的主要方式。

春节期间,伴随着大量夫妻店、路边店的停业,为居民生活带来了诸多不便。一位经常在所居住的小区底商购买日常生活用品的消费者告诉北京商报记者,尽管该小区距离沃尔玛等大型超市并不太远,但平时买一些单独的生活用品还是会选择楼下就近,但因为春节大多关门,即

便只买一袋盐也只能选择到大型超市购买,非常浪费时间。

事实上,尽管7-11等国外连锁便利店一度因价高而被质疑,被社区居民接受,但在食品问题频频曝光的同时,连锁便利店也因在进货渠道、价格方面比起独门独户的便利店来说更让人放心。此外,全年24小时的营业时间也为居民的日常生活更加便捷。

在商品服务的同时,连锁餐饮进社区成为居民最关注的热点话题。在调查选取的有代表性的12个大型社区里,餐饮在社区商业各业态中占比最高,平均占比达到32%,其次是生活服务类(包含家政、洗染等行业),占比为27.5%。值得关注的是,在包括天通苑在内的新兴社区当中,第一代居民已经进入了育龄高峰,幼儿教育需求在增加,幼儿教育正在快速扎根社区,12个社区平均比例为5.75%,有些社区的比例已经高达9%。

总部经济蓄势待发

在今年的商业扶持资金中,还新增了支持总部经济集聚区培育和公共服务平台建设的项目。去年5月,首批18个园区正式被纳入北京市总部经济和商务服务业集聚区的范围,总部经济办公室也首次成立。

据市商务委透露,北京市总部经济已成为首都经济的重要特征。目前北京已初步形成了“三大五小”总部经济集聚区,其中“三大”是指北京商务中心区、中关村科技园区、北京金融街,“五小”是指东二环高端商务服务业发展带、中关村科技园区电子城科技园、中关村科技园区丰台园、北京天竺空港经济开发区和国门商务区。

北京商报记者从市商务委官方网站了解到,去年全市各类一级总部企业1533家,比上年增加了228家。总部企业及在京下属分支机构共实现增加值8655.4亿元,占全市地区生产总值的48.4%,比上年提高1个百分点。

2013年总部企业吸纳从业人员308.3万人,同比增长10.1%,占全市就业人数的27.8%;总部企业人均劳动报酬12.5万元,远高于8.2万元的社会平均水平。北京总部企业以占全市0.4%的单位数、25%左右的就业人数、40%左右的能源消耗,创造了全市近半的增加值,实现了全市近六成的收入和税收,已经成为推动首都经济发展的重要力量。

除了上述项目外,支持郊区连锁商业企业开展商品联合采购,降低郊区市场商品流通成本、开展农超对接的超市建设和改建果蔬农产品生鲜配送中心、分拣平台、特色商业街的升级改造等内容也在重点扶持项目之列。

北京商报记者 周雪映

· 资讯 ·

东方广场举行马年开年仪式

新年伊始,东方广场以一场锣鼓欢腾、祥狮起舞的开年仪式开启了马年新篇章。据了解,新年之际举办开年仪式是东方广场每年的重要活动之一。

北京东方广场位于北京市中心,坐落于东长安街1号的优越地理位置,占地10万平方米,总建筑面积达80万平方米,是目前亚洲最大的商业建筑群之一。东方广场目前包含4个业务部分,其中东方新天地已成为京城知名时尚购物场所。

东方新天地有7个主题购物区,各有不同的定位,在装饰风格上也各有特色。定位于“购物休闲娱乐美食俱全”的购物中心,东方新天地除了服装服饰、珠宝名表,还有汽车展厅、音响专卖店、多家多厅电影院、多家美容美发机构和50多家餐饮店铺,坚持提供最全面、最时尚的“一站式”购物体验。

新世界百货开启“2014爱的计划”

自冯小刚的电影《私人订制》上映以来,各种私人定制成了商家吸引顾客的招牌。新年刚过,面临即将来临的元宵节、情人节,新世界百货崇文店、望京店、大望路店三店联手,开启新年“爱的计划”。

据了解,2月13日-16日,新世界百货携手周大福打造“2014爱你一世,独一无二”专属爱的印记私人定制服务,消费者可以通过在线定制预约,线下定制体验享受购物过程。此外,新世界百货崇文店、大望路店、望京店还将进行春装7折促销活动,黛安芬、安莉芳、曼妮芬、爱美丽、艾格、EBLIN、BODY POPS、RUBII等十余个知名内衣品牌满100元减50元。

作为最受年轻人喜爱的情人节,崇文门店青春馆户外广场将举办“千人华尔兹”,不仅有专业舞蹈教练进行现场指导,还将为报名成功的参与者提供燕尾服及礼服。大望路店将有99对情侣共同点亮爱的灯火。

上海百货业去年业绩增速放缓

百货业的日子越发艰难。根据上海市商业信息中心抽样检测数据显示,去年,54家百货商场销售额共计实现零售额309.93亿元,同比增长0.2%。尽管这一数字相较上年有了1.3%的增长,但与其他零售业态相比落后7.9%。

其实,上海百货业的衰落从2008年开始就有所预兆。在上海市商业信息

中心对该市单体百货连续10年的跟踪监测数据表明,自2008年起上海百货业连续两年下降。由于2010年世博会的召开,百货业找到了短暂的春天,当年同比增幅达到15.6%,创下10年内增速峰值。不过,好景不长,在2012年和2013年两年间,百货全年销售规模出现滞增,上升动力明显不足,两年分别为下降1.1%和增长0.2%。

与城区百货的夕阳西下相比,去年,郊区百货业累计同比增长10.3%,高于城区百货11.5%。不过,尽管郊区百货近年规模增长较快,但发展仍不均衡。主要是由于郊区百货店分布数量偏少,以点状分布为主,未形成如市区带状和环状的商圈型分布。同时,郊区百货发展处于起步阶段,两

极分化明显,仍有超过两成郊区企业降幅在10%以上。

在自身发展遭遇瓶颈时,百货业市场份额还受到了电商的巨大蚕食。数据显示,去年无店铺销售额保持高速增长,同比增幅达32.3%,明显高于实体零售。电商的“造节”盛宴一次次地冲击着实体零售,这对于百货业来说更是雪上加霜。

盈利提升 众多投行调高国美评级

近日,国美电器控股有限公司宣布,国美电器上市公司部分截至2013年全年盈利能力明显攀升,多项指标均呈持续上升趋势:上市公司部分可比门店销售收入同比增长逾12%,综合毛利率预计将超过18%,对比上年同期有较大提升,集团的经营费用亦得到有效控制。

公告发布后,各大投行发表报告调高国美电器的目标价或评级。在同店增长、综合毛利率的持续

改善以及营业费用的较好控制做出较高评价,均给出优于大市评级。

花旗表示,对国美2013年四季度同店销售增长率为15%而感到意外,因为这表示国美同店销售增长率还在持续改善(2013年三季度为12.4%)。此外,花旗还认为国美集团将在2014年继续大力发展线下业务,盈利能力改善时可能扩大线上业务规模。

高盛则认为国美盈利的关键在于差异化的市场

转型,国美一直在努力提升供应链管理和商品销售能力,逐渐转变为全方位渠道零售商。有效的产品差异化及高利润产品的持续增长使得2013年四季度毛利率超过18%,超出市场预期。

瑞银基于DCF的方法对国美做出1.7港元的目标价,买入评级。瑞银表示,国美正在努力发展O2O模式。在供应链方面,国美旨在加速库存周转率及提高实体店的“订

单满足率”,正将其物流模式从基于城市的模式转变为基于区域的模式。

此外,美银美林对国美也给予了买入评级,并认为在季度盈利以及获取虚拟电信运营商执照后,将有效刺激股价上升。资本市场向来是实体经济最灵敏的风向标,从港股市场机构的操作或可探出,国美线上线下融合的多渠道零售战略已经开始发挥成效,并赢得资本市场的首肯。北京商报综合报道