

阿里加速平台打假

北京商报讯(记者 李铎 特派杭州实习记者 陈克远) 假货质疑是阿里巴巴上市后布局全球化必须要扫除的障碍。阿里巴巴在杭州举办打假工作汇报会,向外界展示近年来的打假成果,并首次对外披露打假机制。

数据显示,从去年1月1日至今年11月30日,阿里集团在消费者保障及打假的投入超过10亿元。“只要社会中假货存在一天,阿里对打假的投入就永无上限。”阿里巴巴首席风险官邵晓锋表示,前三季度,阿里配合品牌权利人年处理600万条侵权商品链接,配合各级行政执法部门,办理侵犯知识产权案件1000余起,抓获犯罪嫌疑人近400人,涉案金额近6亿元。

阿里巴巴集团CEO陆兆禧认为,互联网和大数据时代的到来和普及,是全社会共同治理假货的一次契机。在此次打假汇报会上,大数据是阿里打假工作始终围绕的一个词。邵晓锋透露,未来阿里巴巴将从三方面开展打假。对假货进行综合治理,扶植原创品牌;深度挖掘大数据的价值;进行线上线下联动打假。邵晓锋表示,计划在将来发布“全国线下假货分布及流通地图”,联合消费者、品牌商、公安、质监等形成政企合作的打假机制。

亚马逊加码物流助推跨境电商

北京商报讯(记者 李铎 王运)“黑色星期五”席卷国内市场,让业界看到跨境电商在国内市场的发展空间。亚马逊全球副总裁薛小林日前表示,亚马逊将继续凭借物流优势发力跨境业务。

数据显示,在今年11月28日开始的首届“黑五”海外购物节促销周中,亚马逊海外购订单量增加了近30倍。

薛小林表示,亚马逊国际物流保证了亚马逊中国“黑五”的平稳过渡。亚马逊在全球共有13个不同语种网站,数百个库房已覆盖185个国家和地区。10月29日,亚马逊宣布美国、英国、法国等6个国家的网站向中国消费者开放。据介绍,今年“黑五”期间亚马逊配送速度平均10-12天即可送达,最快只需3天。对于国内物流配送,亚马逊将继续采用自建物流和第三方物流相结合的方式。亚马逊需要通过第三方资源打造“大”的物流管理体系。对于农村市场,薛小林表示,不会对城市进行重点区分,而是根据当地消费者的购买力和购买密度布局仓库。

苏宁港澳门店明年将超50家

北京商报讯 互联网零售巨头苏宁正式进入澳门市场,公司位于当地旅游景点“大三巴”附近的苏宁澳门第一家门店对外营业。在深入执行互联网转型战略的2014年,苏宁也在加速拓展包括中国港澳以及日本等在内的海外市场,明年苏宁港澳门店将超50家。

北京商报记者向苏宁香港方面相关人士了解到,目前苏宁澳门由苏宁香港大区管辖,算上澳门这第一家店,苏宁香港大区共有29家门店,已遍布旺角、尖沙咀、沙田等核心购物商圈。苏宁云商副董事长孙为民透露,目前苏宁香港门店年销售额已经超过100亿港元,已稳居香港电器连锁龙头位置。一位业内人士表示,与700多万人口的香港相比,只有60多万人口的澳门本地消费能力无法与香港媲美,因此苏宁在港澳的线下业务仍将以香港为主。

首商整合落槌 百货渐行渐远

时隔三年多,西单商场与新燕莎控股重组后的资源整合终于落槌。首商集团昨日宣布,未来发展重心将转投购物中心与奥特莱斯业态。这意味着百货将被逐步弱化。到2016年,首商集团计划与超过100家品牌结盟,以财务、人力、品牌、信息等资源的共享与配置实现外延式扩张。

整合落槌

零售业借并购重组逆势扩张的大幕拉开,但整合之路颇为漫长。三年前,西单商场与新燕莎控股在资产重组的基础上组建了首商集团。昨日,首商集团常务副总裁傅跃红表示,经历了企业文化、组织架构、人员等多重融合,双方终于实现资源整合。

在零售业步入慢增长长期之时,企业效益开始呈两极分化趋势。并购重组成为零售企业寻求业绩增长、实现多地布局、弥补经营短板等的重要选择。去年,王府井百货集团收购春天百货,补充高端品牌资源并加速王府井对奥特莱斯业态的涉猎。今年,在海淀国资中心的力促下,翠微股份收购当代商城与甘家口大厦,稳固北京零售市场中的前三地位。

在傅跃红看来,企业文化看似无形,

但却是资源整合中最难消化的部分。双方整合涉及人员、管理、定位经营等多方面,收购后的整合道路很漫长。虽然西单商场与新燕莎控股属于同行业,整合时相对顺利但也花费了三年时间双方才建立起统一的“集团总部-品牌总部-门店”三级管理架构。在经营业务中有了明确区分。

重组完成后,首商集团总资产达到65亿元,去年销售额140亿元,利润总额7.1亿元。今年前三季度,首商集团实现营业收入87亿元,利润总额4.9亿元,净利润达到2.1亿元。在北京四家百货类上市公司中各项指标排名第二。

重心转移

实现企业层面资源整合后,首商集团发展重心开始转移。傅跃红表示,首商集团是轻重资产组合运营,有较好的抗风险能力,今后两年将加力发展奥特莱斯和购物中心朝阳业态。

首商的蜕变与王府井百货的战略转型不谋而合。在王府井百货今年8月的战略转型大会上,王府井百货集团常务副总裁杜宝祥称,王府井百货将紧随市场变化趋势,对公司原有业态发展重心、策略、模式和节奏做出调整,发展购物中心

和奥特莱斯业态。

百货业态逐渐淡出行业龙头的视野。据介绍,首商集团百货与奥特莱斯和购物中心的占比已从去年的6:4变为5:5。首商集团近两年开出的两家新店并没有出现百货店的身影,而是以奥特莱斯与购物中心为主。傅跃红表示,发展重心转移并不意味着首商集团完全摒弃了百货业态,未来可能会以店中店形式开出新店。目前,首商集团开业门店18家,业务涵盖高端精品百货、奥特莱斯、品牌代理、大众时尚百货、区域、社区购物中心。品牌包括燕莎、西单、贵友、新燕莎、友谊等。

资本渗透

经济增长脱离高速增长道后,推动了企业与品牌商零供关系的变革。未来两年,首商集团将在经营资源与结构中,与品牌商展开深度调整与转型。傅跃红表示,首商集团将牵手100家品牌集团公司,力争在2016年前重塑合作形式,深化资源共享。国有企业还在鼓励改制,未来首商集团与品牌商还有可能发展到资本层面的合作,转换为混搭所有制。

目前,首商集团合作品牌公司近千家,品牌数近200个。按照2:8定律,首商

集团拟选出100家公司作为资源共享的紧密型伙伴。昨日签约的第一批共31家品牌公司,品牌数近百个。与王府井百货和意向供应商从联营过渡到深度联营的转型不同,首商集团对合作品牌商在成长性、发展潜力与市场表现方面有挑选。

首批签约品牌大多合作10-20年,大部分品牌与首商合作门店在5-10家,单个品牌在首商集团的年销售业绩从千万元到上亿元,菜百、法雅体育、同仁堂等甚至超过两亿元。

一个细节可以看出,无论是首商集团还是品牌商对于这次变革的重视态度空前。赴约到场的31家品牌商负责人最低为副总经理级别,多数到场者为掌管企业发展命脉的最高管理者董事长、总经理。

傅跃红表示,多年来,零售商与品牌商合作基本建立在联营或租赁合同基础上,这种合作双方更多地把精力放在相互利益博弈中,很难形成双方共同聚焦于研究市场变化等核心要素中,这也让企业从商品提供到服务水平与消费者需求产生时差。零售商丧失了对市场的敏感性和即时反映,品牌公司形成库存积压或服务配错,增加了双方的经营风险。

北京商报记者 刘宇

新城成北京商业增量主导

北京商报讯(记者 李铎 王运)京城商业地产进入新城市场活跃时期。商业地产咨询机构RET睿意德昨日发布报告称,今年京城集中商业供应达125万平方米,预计2015年北京将有14个项目集中开业,总供应量达130万平方米。

历经最近几年的发展,北京商业地产市场快速发展,新城商业发展呈现活跃态势。RET睿意德董事索册表示,北京城市中心商业物业相对饱和,但旧项目迎来改建升级,城市副中心日趋成熟,商业物业发展空间依然广阔,仍是众多大型商业地产开发商和品牌零售商的重要布点。

从商务用地成交来看,新城成为商

务用地供应和交易主战场。今年,京城新增商业用房供应就主要集中在大兴、朝阳、昌平、丰台、通州等区域;从成交来看,昌平、朝阳、海淀、大兴等区域是成交相对活跃的区域,其中,昌平区以21.19万平方米取代朝阳区居首。

开发商和零售品牌群雄逐鹿的战场逐步向成都、武汉、杭州、沈阳、青岛等14个被重新定义的“商业地产新一线城市”转移。RET睿意德高级董事王珂表示,从趋势来看,内资大型商业地产开发商以二线的省会城市或区域型中心城市为重点战略布局方向;外资开发商则表现谨慎,超过八成的新增项目仍选择在一二线城市。

三家团购联合挑衅美团

北京商报讯(记者 邵蓝洁)树大招风。长期位居团购行业首位的美团网刚刚被曝出7亿美元的融资后,就被大众点评、满座网和百度糯米联合调侃了一把,但目前来看,上述三家团购网站只是在广告宣传上联合,并非有实质性的联合举动。

一则纸媒广告昨日在网络上流传,广告中,大众点评、满座网、百度糯米三家团购网站分别以“商户少”、“火锅节”为由头从价格、用户等方面打压美团网,表示“我不能忍”。

满座网市场部负责人表示,“确实是三家联合做的广告,我们通过产品、比价各方面发现,美团网有很多团购不

是最实惠的,要让用户知道,美团网虽然最大但不一定便宜”。

从广告内容看,虽然有对美团网的明显挑衅,但实际上却是三家团购网站对自己活动内容的推荐。

上述满座网人士表示,纸媒广告只是此次营销的第二波,接下来还有相关的活动。

不过,三家团购网站并没有统一活动的意向。据团800统计,10月团购市场报告,美团网以38.5亿元成交额位居首位,大众点评团18.1亿元、百度糯米7.1亿元、满座网3497万元。满座网表示,今年已经完成与苏宁多方面的融合,将会逐步回归到正常的市场行列。

盛典1开启

2014年度（第十届）北京十大商业品牌大型公益评选

十年：新常态 新征程

扫描二维码，了解活动详情

评选活动官方网站
北京商报官方互动微信账号
北京商报官方互动微博账号
北京商报

即日起至2015年1月31日，只需关注@北京商报（新浪官方微博）即可参与抽奖活动。

主办机构：北京日报报业集团/北京市商业联合会

承办机构：北京商报社

支持机构：北京市商务委/北京市工商局/北京市国资委
北京市发改委/北京市统计局/北京市地税局
北京市质监局/北京市贸促会/北京市工商联
北京市社科院/北京财贸职业学院

学术支持：北方商业研究院

特别支持：中国商业联合会/中国经济报刊协会

协办机构：北京商业经济学会/北京网络媒体协会
北京市产业经济研究中心

官方媒体：北京商报

官方网站：北京商网（www.bjbusiness.com.cn）

北京十大商业品牌评选互动组委会秘书处

致电：010-64101816

邮箱：bjsapx2012@163.com

致函：北京十大商业品牌评选组委会秘书处
（北京市朝阳区和平里西街21号
北京商报大厦，邮编：100013）