

淘宝工商和解 意料外情理中

稍感意外但在情理之中是淘宝与国家工商总局大戏的收尾。上周五,国家工商总局局长张茅与阿里巴巴集团董事局主席马云在国家工商总局会面,为热闹了一周的“淘宝PK工商”事件画上句号。会面时,张茅肯定了电商作用,马云表示配合打假。大戏散场,我们期盼的“法律途径解决”并未到来。北商商业研究院分析认为,这一抹稀泥式的结尾,是典型的“中国式剧情”。

见面“和解”

1月30日晚间,国家工商总局挂出文章“国家工商总局局长张茅会见阿里巴巴董事局主席马云”。称双方认为促进电商产业健康发展,营造消费者放心满意的网购环境,是网监部门与电商平台的共同意愿,双方将加强沟通,共同探索网络市场管理模式,构建社会共治新格局。

张茅肯定了电子商务对拉动经济增长、带动创业就业等方面的重要作用,以及阿里巴巴在消费维权、净化营商环境、加强企业自律等方面做出的积极努力。同时他指出,当前网络交易平台还存在一些问题,并强调要创新网络监管方式,建立沟通和互动机制,更好地规范和促

进网络经济的健康发展。

马云则表示,目前我国的网购市场是一个新兴市场,发展迅速,需要进一步规范和完善。“我们一直致力于打击假货,并全力以赴解决假货难题。”下一步,阿里公司将积极配合政府部门,加大资金、技术等方面的投入,进一步扩大和加强原有专业打假团队,加强日常线上巡查和抽检,与执法部门共同联手,切实有效地解决现实问题。

分歧未解

与会面消息同时挂出的,还有“国家工商总局新闻发言人就行政指导答记者问”。在这篇文章中,国家工商总局新闻发言人提到,1月28日发布的《关于对阿里巴巴集团进行行政指导工作情况的白皮书》,其实是座谈会的会议记录,并不是白皮书,该记录不具有法律效力。

至此,尽管阿里巴巴市值蒸发300亿美元,但双方的口水仗和白皮书事件都得到平息,但由此引发的争议却并未减退。根据北京商报官方微信进行的调查,在此次事件中,支持国家工商总局、淘宝网和“无感”的投票用户比例为4:3:3,这也意味着,在这场不知孰对孰错的战争中仍有诸多分歧。如淘宝平台的严重售

假问题是否存在?国家工商总局的抽样标准是否存在弊端?淘宝网投诉国家工商总局网监司司长刘红亮的结果如何?天猫三商家是否起诉国家工商总局等矛盾点。不过,上述问题在张茅与马云会面之后,有可能再也找不到答案。在法律界人士看来,在这种分歧未清的状态下,诉诸法律途径是最好的解决方式。本报上周五的报道中也曾提到,支持阿里巴巴和国家工商总局利用法律途径解决问题,而不是停留在口水仗层面。

中国式结局

不过,这场互联网历史上最严重的政企矛盾并未如我们所愿让全民接受法治的洗礼,而是以“高层会谈”的形式结束。在北商商业研究院看来,这并不是市场化与法制化的结尾,而是“中国国情式”结尾。

知名IT律师赵占领甚至认为,阿里巴巴与国家工商总局的斗争是没有必要的。“特别是淘宝小二发公开信、淘宝公开声称网监司司长‘情绪执法’并要进行投诉,都不是被监管者反映不同意见的正常、合法途径,直接挑战和损害了监管机构的权威。现在提倡依法治国,阿里巴巴作为被监管对象,完全可以依法表达

意见,甚至提起行政诉讼,而不是通过公开手段向监管部门施压。”

赵占领认为,作为网购的监管部门,国家工商总局有权对市场进行调查、发布监测结果,但是采用的抽检方法不够科学,程序上也存在瑕疵。

同时,赵占领认为尽管大战没有必要,但客观上仍有积极作用。“第一,给所有的监管部门上了一堂课,如何依法行政,依法监管需要反思,监管部门应该强化法治思维、程序观念。第二,对所有的市场主体也是一次普法的机会,对监管机构有不同意见时,如何沟通和反馈意见,如何依法维护自身权利是需要思考的。第三,通过这次大战,使得社会各界进一步认识到假货问题的严重性,对网购的监管将会大大加强,网络交易平台也将不得不进一步加大力度进行打假,以维护广大消费者、权利人以及投资者的合法权益。”

有消息称,华尔街相关机构已下调对阿里巴巴的盈利预期。金融服务公司Cantor Fitzgerald表示,鉴于阿里巴巴不断向移动领域转变及其用户体验的变化,阿里巴巴近期的增长和盈利前景有些恶化,与中国工商部门的关系也加速了这一前景。北京商报记者 崇晓萌

市场观察

Market observe

Kate Spade携连卡佛在华谋百店

北京商报讯(记者 王晓然 沈素然)继时尚买手连锁店连卡佛传出在华转型中产消费之后,日前其在纽约和香港同时宣布,将取得轻奢品牌Kate Spade在华代理权并组建合资公司,布局在华业务。

据悉,Kate Spade & Company此次与华铨集团各出资50%即2100万美元成立合资公司。华铨集团正是连卡佛买手店所属的连卡佛载思集团旗下新业务部门,是载思集团上月刚刚从其姐妹公司中独立出来的,目的就是以华铨集团为载体引进更多国际时尚品牌。Kate Spade便是继Juicy Couture之后的第二个品牌。

连卡佛载思集团宣布,合资公司将致力于在大中华区内开设超过100个销售点。目前,该品牌在中国共有约20家门店。2014年初,Kate Spade公司曾提出在华新增8—12家同名品牌门店。

北京商报记者了解到,该合作的达成还需Kate Spade处理此前与韩国E·LAND集团中国公司的合作关系,Kate Spade & Company将以3600万美元支付给E·LAND时装中国公司,并预计于2015年2月底收回股权。

分析人士认为,与定位韩范淑女风格的衣恋集团相比,Kate Spade的全球生活方式品牌定位明显更适合连卡佛。连卡佛集团旗下现有的包括美美百货、奥特莱斯、连卡佛及Joyce精品百货在内的620个销售网点是Kate Spade再出发的良好渠道资源。

Kate Spade近来的业绩也不及从前,急需开拓新的市场。截至去年10月4日,Kate Spade集团2014财年三季度净销售2.5亿美元,同店销售仅增长15.2%,比第二季度的30.4%折半。二季度销售增幅虽不及上年同期的76.4%,但49%也无疑属于高增长。

除在中国市场重新选择合作方外,Kate Spade公司近期进行了一系列改革,旗下副品牌Kate Spade Saturday将关闭19家店,旗下男装品牌Jack Spade扩大了零售和电商平台分销业务同时关店12家。希望通过扩张Kate Spade产品线至香水、珠宝、腕表和太阳镜等品类,实现销售额翻番至40亿美元的目标。

与此同时,连卡佛在华也需要突破既有的客群定位。连卡佛载思集团主席兼行政总裁吴宗恩表示,大中华区内品位优越的新兴中产阶级正迅速增长,给连卡佛现有零售业务以外业务带来全新发展机遇。奢侈品领域专家、财富品质研究院院长周婷表示,新兴中产阶级相对应的精品消费,不同于奢侈品消费和大众消费,其正是谋求新业务增长点的买手店的机遇。Kate Spade核心价位在1000—3000元之间,此次合作符合了双方的战略调整意图。

百荣大火70余小时终扑灭

北京商报讯(记者 李铎 赵子航)昨日8时30分,经过70余小时的火灾救援工作,百荣世贸商城二期的大火终被扑灭。整个百荣世贸商城二期的商户包括地下鞋城均遭受不同程度损失,受灾商户称货品损失约几十万元到上百万元不等。对于事故责任,还需消防、公安等部门认定。

据了解,此次灭火持续70余小时的原因是可燃物太多,且被铁质防护网锁闭,建筑结构比较复杂,且产生了大量高温有毒气体。经随警作战的结构专家确认,起火建筑主体结构完好,通过850名消防官兵的共同努力,百荣世贸商城二期20余万平方米的主楼被保住,并且没有殃及百荣世贸商城一期。

对于商场是否承担责任,北京市汇佳律师事务所律师周新伟表示,商场是房屋所有人,其对承租人使用房屋的正确性有着监督和管理的职责,如果发现

安全隐患,应当及时要求承租人消除安全隐患,或责令改正。火灾发生当天,据北京商报记者在现场询问当时在场的商户,火灾发生后不久,卖场广播便通知人员撤离。周新伟表示,在这起火灾中,商场所要承担的责任,具体由消防、公安等相关部门来认定。

对于保险公司是否会对认为纵火带来的损失进行赔偿的问题,周新伟表示,原则上要按照投保的保险条款进行赔付,如果损失是投保人自己造成的,保险公司不予赔偿。但是此次火灾是第三人造成,若商户上了财产损失险,可以按照保险条款规定进行理赔。

在相关人士看来,此次火灾不仅暴露了批发市场在安全管理上的问题,更有可能加速北京大型批发市场的外迁进度,在入流量以及货物量如此密集的批发市场,任何安全上的小漏洞造成的后果都可能是毁灭性的。

亚马逊去年四季度盈利超预期

北京商报讯(记者 李铎 王茜)虽销售增长低于预期,但全球零售巨头亚马逊的净利润却超出之前预期。

亚马逊发布了截至去年12月31日的2014年四季度财报。财报显示,亚马逊去年四季度净营收达到293.3亿美元,同比增长15%;净利润为2.14亿美元,盈利已超预期。

按地域看,亚马逊北美部门(美、加)去年四季度净营收为187.47亿美元,同比增长22.3%;亚马逊国际市场(英、德、法、日和中等)的净营收为105.81亿美元,同比增长3.2%。


按产品看,亚马逊去年四季度占最大份额的电子产品和其他日用商品的净营收为206.38亿美元,同比增长20.5%;媒体产品的净营收为69.5亿美元,同比减少3.8%。

高级会员收入成为亚马逊盈利的重要途径之一。虽然亚马逊并未透露高

级会员的具体数目,但是财报显示,去年一年亚马逊高级会员数量增长53%,处于千万数量级。去年,亚马逊高级会员的年费涨至99美元,相比普通会员,高级会员在亚马逊网站上花的钱会更多。业内人士认为,其全球会员数量达到4000万左右,且高级会员的消费额是普通会员的两倍多。

但业绩亏损的背后除了长期以来投资者对亚马逊盈利平淡的质疑,更多是去年大跨步的开拓拓土。如亚马逊一直投巨资来增加客户黏性,其中包括修建新仓储中心和分类中心,推出语音助理Echo、云端电子邮件和行程服务WorkMail。

另外,让亚马逊担忧的问题则是全球增速下滑。据市场调研公司eMarketer统计显示,亚马逊北美市场营收已从2011年增速41%下降至2013年的23%,与市场整体差距逐步减小。

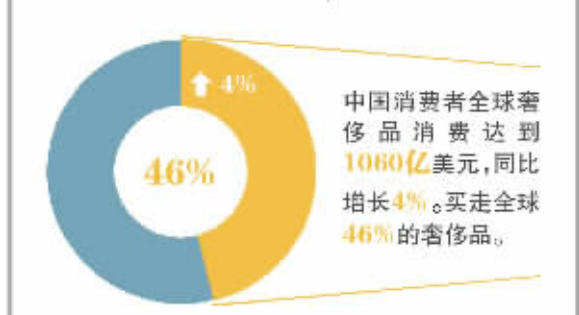


奢侈品在中国 悲伤逆流成河

中国消费者早已成为全球奢侈品的最大买家,可是大买家却不在自家购物。2014年全球奢侈品市场中,中国消费者消费上升9%,但国内奢侈品市场却首次出现明显的负增长。一个令奢侈品牌头疼的事是76%的消费者选择海外消费。

买走全球46%奢侈品


高端消费在中国市场走的步履蹒跚,奢侈品牌更是雪上加霜。全球奢侈品消费再次刷新纪录达到2320亿美元,可能能买的中国消费者花在本土市场的钱仅有250亿美元,同比下降11%。



中国消费者全球奢侈品消费达到1060亿美元,同比增长4%。买走全球46%的奢侈品。

奢侈品牌不开店


同店销售额严重下滑,多数奢侈品牌不再以开设新店寻求增量,它们更多选择把核心门店翻新装修,并积极拓展网络渠道。



中国奢侈品支出的渠道划分

疯狂代购军团


国内外奢侈品悬殊的价格差催热了职业代购,70%消费者通过代购买奢侈品。中国代购市场规模占内地奢侈品门店2014年销售额的50%。



奢侈品代购市场规模

边缘中国市场

中国消费者是奢侈品牌不能被忽视的群体,但中国奢侈品市场却可以逐渐被忽略。国际奢侈品牌边缘化中国奢侈品市场的主要表现为压缩市场推广预算和放弃使用高级人才等。



出境游 人均海外消费全球最高达632美元,主要为奢侈品消费。

奢侈品假货市场可见度是真品的6倍以上。

假货

数据来源:贝恩、财富品质学院

北京商报记者:刘宇 美编:李丞



小营珠宝城

北京珠宝第一城

争做翡翠白玉黄金钻石低价第一城

买珠宝 到小营



小营珠宝城 2015 新年献礼全城大奉送

百日酬宾大行动

黄金、翡翠、白玉、彩宝、琥珀、钻石终极低价(珠宝类商品无损一个月内无条件退货)

黄金卖场千足金饰品免工费每克 263 元起售;金条工费五折特惠基础金价 + 3.5 元起售/每克;

一层斗宝展区翡翠白玉精品 1—30 万元全城大 PK;五层彩宝精品展:翡翠白玉特卖 100 元—3 万元;

凡在一层黄金卖场购买黄金饰品,即可获赠新年神秘礼品一份。(数量有限,先到先得。)

咨询电话:400 000 1908 商城网址:www.bje.com.cn 地址:北京市朝阳区惠新东街2号 乘车路线:18、62、119、386、419、684路等惠新东街(亚运村小营)下车即是,地铁5号线惠新西街北口站B出口向东300米