

市工商:今年重点整治电商

北京商报讯(记者 李铎 肖鹏)昨日,北京市工商局公布2014年流通领域商品质量监管工作情况,批发市场、小商品市场、建材市场、汽配市场、大型电器商场及购物网站成为假冒伪劣的重灾区。市工商局表示,2015年将加大对购物网站等重点场所的整治力度。

数据显示,去年全年共抽检商品18类共计6000余组样本,比上年增长2倍;在市工商局官方网站和北京企业信用网平均每周公示不合格商品一次共计1000余条;办结案件852件,比上年同期增长44.7%。

购物网站因假货率高居不下成为了重点整治场所。其中,服装、箱包、儿童玩具、小家电、汽车配件、通信器材等商品为重点整治商品。市工商局负责人表示,除整治上述商品外,还将重点查处以虚假宣传、无照经营、销售假冒伪劣商品、销售假冒智能手机、窃听窃照商品、伪基站等违法行为。

哺乳室有望成沈阳商场标配

北京商报讯(记者 李铎 赵子航)如今很多商场考虑到女性顾客的需要,都设置了哺乳室。现在在沈阳的商场,哺乳室将成为法律规定的商场标配。

在沈阳市十五届人大三次会议上,沈阳市人大代表、沈阳市人大常委会法制委主任委员陈维忠介绍了针对妇女权益保护的立法计划,“在大型商场等公共场所设置哺乳室”将纳入新条例中。

北京商报记者了解到,各个地区目前都有很多商场设置了哺乳室,在北京,卓展购物中心、朝阳区凤凰汇购物中心、双安商场等多家商场都设有哺乳室或者母婴室。

业内人士指出,女性一向是购物的主力,设置母婴室等满足女性顾客需求的设施,也就成为了商场为吸引更多女性顾客的方式,将在公共场所设置母婴室纳入立法计划中,将在更广的空间照顾到女性的权益。

天津单月三家百货撤离

北京商报讯(记者 刘宇)继远东百货与百盛相继离开后,天津劝业场西南角店也在本月12日贴出了闭店告示。2010年劝业场西南角店开业,经过四年停留,2月28日劝业场西南角店将在营业结束后终止与商户的合作经营,劝业场方面表示,公司将对经营业态进行调整,已在1月进行过口头通知。

据了解,天津劝业场集团股份有限公司是一家以经营大型百货商场为主营业务的上市公司,劝业场集团于2008年6月5日以1.98亿元的摘牌价格收购了原天津商场,并于2009年4月斥资亿元进行了装修改造,成立了劝业场西南角店。在当时,劝业场西南角店定位为购物休闲为一体的中高端社区时尚商场。时过境迁,这家老字号百货品牌显现出发展疲态。

与北京一站式购物中心遍地开花不同,目前,天津大型商业项目仍以传统百货居多。根据北商商业研究院调查显示,天津距离北京至少有五年的发展距离。一个商业细节显示,当ZARA、H&M、优衣库等快时尚品牌已成为北京众多购物中心“标配”时,在天津城区这些品牌还处于分散的稀缺状态。仅近三年入市的天津大悦城、银河国际购物中心、恒隆广场等个别购物中心可将其汇聚。在多位商业专家看来,天津商业发展与北京有3-5年的差距,尤其在业态成熟度上。


顺丰跨界综合服务平台

北京商报讯(记者 李铎 王运)跨界已成为快递大佬顺丰转型的重点。顺丰方面昨日向北京商报记者表示,顺丰正从快递行业向汇集人流、物流、钱流的综合类电商跨界布局,打造打通线上线下的生活消费领域综合服务平台。

顺丰速运日前宣布已与易方达基金合作,推出网购理财工具“顺手赚”,顺丰方面表示,“顺手赚”是为个人用户打造的一项余额增值服务,对接的为易方达基金有限公司的易理财货币基金。消费者可以下载“顺手付”App,在注册、绑卡、充值后,可通过“理财”模块转入资金购买“顺手赚”理财产品,“顺手赚”支持顺手付账户余额支付、借记卡的资金转入,消费者可通过“顺手付”网页版进行充值。据了解,“顺手赚”类似于余额宝等网络理财工具,截至2月5日,易理财货币的7日年化收益率高达6.13%,易理财去年全年收益率达5%。


在业内看来,“顺手赚”是顺丰跨界布局释放出的一个信号。目前,顺丰旗下已有“顺丰优选”和“顺丰海淘”两大网购平台,顺丰在App上已可同时实现寄快递和网购。在“顺手付”成为支付工具后,理财工具“顺手赚”则水道集成。

顺丰相关负责人向北京商报记者表示,为了能为客户提供多元化服务,顺丰正在全面进军网购、支付、互联网金融三大领域,实现物流、信息流、资金流的三流合一,由传统B2B向B2C以及向完整供应链战略转型。



小营珠宝城

北京珠宝第一城



关注有惊喜

请添加微信

提供免费 WiFi 服务

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

商经 Commerce5in88奢侈品牌混搭“亲民”餐饮

借时尚餐饮带动客流已经沿用到了高端商场。北京商报记者昨日调查发现,位于王府井大街的in88 (原乐天银泰百货)正在进行大规模业态调整,大量餐饮入驻在即。

据in88介绍,这些客单价在60-100元左右的餐厅,不少都是首度进京。来自北商商业研究院的分析显示,借餐饮聚客无可厚非,但这些时尚餐厅与in88的奢侈品牌客不太匹配。大量引入承租能力较低的餐饮业态,也会给企业带来更大的经营压力。

加码餐饮业态

北京商报记者昨日走访发现,在in88内,餐饮业态的宣传随处可见。已开业餐厅包括小辉哥火锅、湘南河泰厨、湘与香缘、舌尖记忆等,即将开业的还有uncle 5、南京大牌档、炉鱼等品牌。据in88招商部负责人介绍,此次in88在4-6层引入的餐饮企业多为高端品牌,且很多为首次入驻北京,如舌尖记忆、潮捌捌、湘与香缘等,装修精致但价格亲民。预计在上半年,商场的餐饮企业将陆续开张。

北京商报记者查询大众点评网信息

看到,如湘与香缘等餐厅客单价约60-80元,还未开业的炉鱼、uncle 5等餐饮企业也多在这一价位。

引入上述时尚餐饮有助于企业吸引更多年轻客流,目前in88的邻居北京apm就凭借巨量餐饮在京城一炮而红。然而,在北商商业研究院方面看来,从目前引进餐饮的品牌和价格看,和in88的整体定位存在明显落差。

品牌定位摇摆

本报此前曾报道,从乐天银泰百货到in88,开业近七年的银泰百货先后进行了三轮重大调整,但定位不统一一直困扰着商场发展。北京商报记者走访发现,在现在in88的品牌阵容中,不乏Prada、Miu miu、Valentino、Cartier 等奢侈品牌。以Valentino为例,在银泰的线上品牌专卖店内,一款Valentino女包折后价格超过万元。

在如Valentino等众多奢侈品牌的环绕下,此次引进的餐饮品牌与目标客群恐怕并不契合。

in88市场部负责人在接受北京商报记者采访时表示,“在北京,年轻人已经

经营压力骤增

in88为了吸引客流引入大量餐饮业态,除了与商场整体定位错层外,餐饮品牌较低的租金价格,也会加剧商场的经营压力。

一位入驻in88的餐饮企业负责人在接受北京商报记者采访时透露,在和in88合作中,in88会给餐饮企业一定的租金优惠,但具体细节不便透露。北京商报记者发现,与in88餐饮业态定位相似的北京apm,目前以ZARA、Forever21、GAP等快时尚品牌为主打,这家商场的服装和餐饮业态的消费客群基本重合。

此前有消息称,原乐天银泰百货每年亏损近2亿元,由于业绩不佳,银泰集

Market observe 淘品牌七格格卖身拉夏贝尔 直营店低坪效困局仍难解

北京商报讯(记者 李铎 孙麒麟)拉夏贝尔在打造服装零售全渠道经营的道路上更进一步。本土快时尚拉夏贝尔日前宣布,以总价2亿元持股杭州黯涉电子商务有限公司(主要是“七格格”品牌,以下简称“七格格”)54.05%的股份,拉夏贝尔方表示,希望通过收购七格格实现线上与线下的资源互补。截至2013年底,拉夏贝尔在全国拥有超过5600家直营店,但销售额仅63亿元。投入与产出的不平衡,或许是拉夏贝尔急需破解的难题。

据了解,拉夏贝尔近日发布公告称,公司将与网上服饰零售商——杭州黯涉电子商务有限公司订立股权转让协议及增资协议,以总代价1.35亿元收购七格格注册资本约45%的股份。紧随股权转让协议签订后,拉夏贝尔方再向七格格注资6500万元,交易完成后,拉夏贝尔将持有七格格54.05%的股份。

拉夏贝尔常务副总裁王勇表示,七格格专注网络服装经营多年,拥有强大的在线运营能力及行之有效的粉丝群营销模式,双方合作有望大大提升拉夏贝尔的在线运营能力,带动集团品牌的在线市场份额增长。

不过在业内人士看来,拉夏贝尔实体店平效偏低等问题尚未解决又主动布局线上,频繁动作意在博取投资者关注。服装专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄对北京商报记者表示,在实体店的主业未“上岸”的背景下,拉夏贝尔收购淘品牌七格格布局线上概念意义偏大。

在程伟雄看来,时下的拉夏贝尔正在主动将线上与线下打通,积极布局O2O全渠道经营。对于拥有5600多家实体店的拉夏贝尔而言,显然线上销售是短板。成立于2006年、专注网络服装零售的淘品牌七格格则更善于线上经营,双方此次合作有一定的互补性。

不过程伟雄也指出,此次拉夏贝尔的收购行动也并非百利而无一害。程伟雄表示,由于拉夏贝尔自身拥有众多子品牌,此次再次收购品牌七格格,如何消化品牌成为未来发展的重要问题。

来自北商商业研究院的观点认为,当下打通线上与线下,实行全渠道经营是零售企业转型的重要方向,门店数颇具优势的拉夏贝尔,期望通过收购线上淘品牌来实现资源优势互补是一次有益尝试。不过,未来二者之间能否进行有效资源分配还有待时间检验。

家政O2O弹药补给静待大战到来

北京商报讯(记者 李铎 王茜)家政O2O市场正成为资本眼中的香饽饽。继云家政、小马管家等纷纷获得融资后,北京商报记者得到e家洁方面的确认,公司已完成B轮融资千万美元融资,投资方由德同资本领投。e家洁市场部负责人孙启龙表示,融资后e家洁一方面用在拓展城市提升服务上,另一方面将延伸新业务,如洗衣、上门私厨等。

从蓝驰创投投资云家政、祥峰投资领投阿姨帮,到清科投资阿姨来了、经纬中国融资小马管家,资本对家政服务业O2O越发青睐。拿到融资后的家政企业除了继续跑马圈地外,主要将提升顾客体验。刚刚A轮融资后的云家政联合创始人孙黎表示,将加快地域拓展,大力推进合作门店的标准化、互联网化,另外云家政还将可穿戴设备引入家政行业,以此提升用户体验。

同样,定位小时计费保洁服务的e家洁,在之前接受腾讯、盛大等资本注入后,也加入扩张城市的队伍。孙启龙表示,今年e家洁主打两个方面,拓展服务品类、用来解决在服务过程中发现的用户有关“干洗、做饭”等实际需求;开展高频的小时工服务一年多以来,积累

半数苏宁员工变身微商

北京商报讯(记者 李铎 肖鹏)苏宁易购委派内部员工试水微商,欲再次扩张电商版图。北京商报记者获悉,日前,苏宁在内部给员工开了上万家店铺,并由今日起推出奖励措施,鼓励员工开设微店售卖苏宁易购的商品,在扩大销售渠道的同时推广苏宁易购App。

北京商报记者观察到,苏宁微店目前尚未登陆应用商店,仅可从官网通过扫描二维码下载,电脑开店功能还不能使用。进入App后,需要输入工号和OA密码才能开店。据苏宁内部员工透露,操作页面很简单,只需将商品上架即可转发,商品卖出后能获得佣金,月收入超过1000元。

苏宁易购相关负责人告诉北京商报记者,苏宁微店于2月初进行内测。目前只有内部员工可以使用,预计年后将全面开放。

据了解,目前50%以上的苏宁员工已开通苏宁微店,以苏宁18万员工推算,目前已有9万家微店上线。然而,北京商报记者从拍拍微店负责人处了解到,背后有腾讯和京东两大巨头支撑的拍拍微店也不过万余家店铺。