

点名时间否认被撤资裁员

北京商报讯(记者 邵蓝洁)从众筹平台转型智能硬件平台仅一年,点名时间被曝出“裁员”、“撤资”,点名时间CEO张佑回应称,“裁员一事根本子虚乌有,撤资一事根本是无稽之谈”。

日前有传言称,“点名时间目前已经开始进行大规模裁员,目前点名时间市场部已经结构性解散,公司PR团队已全部被转岗然后被裁员。点名时间A轮投资方经纬将要撤资”。同时,公司内部管理、战略摇摆等问题也被曝出。两天后,张佑发文指出,“经纬A轮在2014年6月25日资金已经到账,撤资一事根本是无稽之谈。从2014年10月至今,点名时间只辞退了两名员工,属正常的末位淘汰行为,裁员一事根本子虚乌有”。张佑表示,“经得起多大的诋毁,就能担得起多少赞美”。

不过,现在的点名时间收到的赞美已经大不如前。成立于2011年的点名时间是首个将回报式众筹引入国内的网站,以“中国的KickStarter”向大众普及众筹的概念,项目发起者在点名时间网站以视频、图片、文字介绍自己的创意项目,公众可以浏览并选择以资金支持。对于成功得到支持的项目,点名时间按百分比收取手续费。公开材料显示,点名时间成立初期获得台湾一位天使投资人50万美元的投资。

在成立的前三年里,没有人质疑点名时间在众筹领域的领先地位,不过去年8月,点名时间突然宣布自己将放弃众筹平台的定位,转型为智能硬件首发平台。直接地讲,转型后的点名时间的业务主要是为智能硬件厂商做广告和营销服务,将产品重新包装、定位和定价,为其面市“首发”做好一切造势,但这些服务都是免费提供给硬件创业者,商业模式并不清晰。随后,点名时间又进入特卖领域,即智能硬件限时抢购。

再三转型被业界认为是其遭遇此次流言的主要原因,面对经纬撤资传言,张佑表示,“经纬一直以来给我们非常大的支持,包括战略转型的深入讨论”。

淘宝放狠话:让不良商家倾家荡产

北京商报讯(记者 崇晓萌)从去年开始,打假成为淘宝网最热关键词之一。在昨日“3·15”消费者权益日之际,淘宝网总裁张建锋发邮件放狠话,称要“让假冒侵权无处存身、让不良商家倾家荡产”。

昨日上午,国务院总理李克强出席中外记者见面会时表示,自己很愿意为网购、快递和带动的电子商务等新业态做广告,因为它极大地带动了就业,而且刺激了消费。总理同时强调,不管是网上还是网下的实体店,都要讲究诚信、保证质量,维护消费者的权益。

张建锋在邮件中对此表示:“这是我们的骄傲。同时,管理着10亿量级在线商品的淘宝网,必将承载着净化网购商品市场的重大责任,这也是我们绕不开也永远不会去逃避的职责。”同时继续承诺“打假投入无上限”,并表示针对有质量争议的商品,淘宝网后续将推出新服务举措,继续扩大“极速退款”人群的覆盖范围。

数据显示,目前阿里巴巴平台交易额占到了中国社会消费品零售总额的8%以上,去年平台共解决了708.4万笔消费者纠纷。张建锋坦言,和假冒侵权的斗争是“一场你死我活的战役”,任何一家不良商家的存在,都是对消费者和阿里自身的伤害。让假冒侵权无处存身、让不良商家倾家荡产,是这场战役能够胜利的惟一结果。

邮件中同时披露,在2014年前三季度,阿里巴巴主动删除涉嫌侵权商品共计9000多万件。阿里巴巴的“大数据打假”模块,可以通过智能图像识别、数据抓取与交叉分析、智能追踪、大数据建模系统等技术,将假冒侵权商品从10亿量级的在线商品中捞取出来。

腾讯进天猫卖“公仔”

北京商报讯(记者 李锋 实习记者 陈克远)亚马逊进驻天猫不到一周,“BAT”三巨头之一的腾讯也来凑热闹。北京商报记者昨日发现,腾讯在天猫开设了“腾讯官方数码旗舰店”。不过目前店内只有3种商品,其中两种是“QQ公仔”。去年,百度也在天猫开出旗舰店,销售部分硬件产品。

北京商报记者昨日发现,天猫腾讯官方数码旗舰店仍处于开业筹备阶段,Banner广告显示着“即将开业”,但上架商品已开始销售。目前,该店铺商品仅有QQ公仔、羊年QQ公仔和全民随身WiFi三种。在价格上,腾讯在天猫开设的官方数码旗舰店并无优势。以腾讯全民随身WiFi为例,该商品在京东商城上的价格为17.5元,在天猫旗舰店上的价格为25.9元。

业内分析人士认为,随着腾讯进驻天猫,双方的关系或走向缓解,但距离双方真正打通入口还有一段路要走。北京商报记者通过在微信中点击腾讯官方数码旗舰店链接,仍然显示“阿里巴巴屏蔽了来自微信的浏览请求”。DCCI互联网研究院院长刘兴亮在接受北京商报记者采访时表示,腾讯旗舰店的链接在微信中打不开确实是一种讽刺,但双方已经在合作道路上迈出了第一步,紧张的竞争关系有望缓解。

阿玛尼“质量门”牵出代理潜规则

商品无问题性鉴定结果门店不予退货

私下补单成潜规则

“阿玛尼服装出问题并不是偶然”,杨大筠对北京商报记者表示,阿玛尼除了主品牌乔治·阿玛尼主要在意大利本国生产外,旗下副线品牌在中国、东南亚国家及第三世界国家生产,制作水平比一线品牌相差很远。“但这并不能完全归咎于加工地和工厂,部分品牌即便在亚洲工厂加工但制度完善不曾出现类似问题,因此阿玛尼品牌在对质量的严格把控上是管理不善的。”的确,国际顶级品牌阿玛尼出现质量问题并非首次。去年阿玛尼就曾数次被曝出色牢度、成分标识等不合格,2013年还被曝皮皮衣标出羊皮。

一位不愿透露姓名的业内人士透露,奢侈品代理商中存在私自订货的问题。即一些代理商从品牌批发的货源不足时,会私下找生产商订一批货补上。“这件事情我可能很难拿出证据去证明,但是行业里都明白绝对有这样的行为,”这位业内人士说道。

另一位不愿透露名字的奢侈品研究机构专家也对北京商报记者表示,奢侈品行业有个潜规则——代理商会根据品牌规定的订单数量来进行额外的1:1配货,即品牌约定生产500件,但代理商会

代理资质混乱

北京商报记者致电北京多家阿玛尼门店,其中双安商场的乔治·阿玛尼(Giorgio Armani)店员表示,该店为阿玛尼公司高端主线品牌,但整个北京的EMPORIO ARMANI都是代理商在做,

与高端线的乔治·阿玛尼不是一个系统在生产和销售。但三里屯太古里EMPORIO ARMANI店员则称,该副牌与高端线的乔治·阿玛尼是一样的生产系统,但Armani Collezioni等其他副牌则是代理商在做。华贸中心EMPORIO ARMANI店员则表示,北京只有三里屯太古里和华贸中心店为该品牌直营店,其余门店均为代理商开的,而且目前品牌在华授权的“正规”店面仅包括北京、上海、沈阳三地。“代理商的货源也应该是从阿玛尼公司批发的产品,按说不会出现质量问题,不过建议在正规店购买。”该店员说。

对于门店员工所称货源差异,中国服饰品牌管理专家、UTA优他国际时尚管理集团总裁杨大筠认为这属于借口,不足以令人信服,因为即便是代理商的货源,也是通过品牌公司来统一批发进货。

市场观察

Market observe

关闭所有赤字门店 重置定位

北京华堂欲断臂革新

面对北京市场的棘手局面,伊藤洋华堂中国区总代表三枝富博决定对北京华堂进行“外科手术”。在4月1日右安门店正式闭店后,北京华堂赤字门店全部宣告剥离,仅剩的5家店将从零开始。北京商报记者了解到,北京华堂计划在三年时间从内部体制到经营门店进行革新。北京华堂将从细节入手,对门店进行重新定位实现“一店一策”。

错过最佳变革期

在过去的一年里,北京华堂发生了这些改变:关闭了4家亏损门店,更换了10%的供应商品品牌;将衣料与住居的经营壁垒打破,打造了情景化更强的卖场;引入了更多店中店品牌;对自有品牌有更深度的投入。不过,这些变化还未能让北京华堂实现翻身,去年,华糖洋华堂销售额为21.4亿元,与上年相比减少约3亿元。

自2008年以后,沉迷于价格战的北京华堂几乎没有太多利润。三枝富博反思北京市场的情况时认为,关店是由于没有做出特色。与成都市场相比,二者差距也在不断拉大。去年,华堂在成都市场再添一子,今年还将有新店开出。反观北京市场,在过去一年时间里,关闭了望京、西直门、北苑、右安门4家门店。三枝富博表示,北京华堂错过了2007—2008年最好的变革时期,这也造成不少优秀的供应商离开了他们。

强化体验感

去年,原成都伊藤洋华堂总经理今井诚调任到北京华糖洋华堂担任总经理。在任命书下达的第二天,今井诚就火速赶到北京“救火”。

过去一年的四次闭店让北京华堂刷新了单店营业额纪录,北京商报记者了解到,华堂右安门店单日销售甚至超过200万元。今井诚表示,闭店效应给他带来了很多思考与反思。右安门店的饭团类销售很低迷,但闭店促销期间这个品类没有丝毫折扣却有很高的增长,日本调料的

销售增长高达400%—500%。今井诚表示,这说明华堂的店铺优势并没有传递给消费者,消费者的需求门店也没有及时掌握。

上周四,为了给场参与供应商大会的570多位供应商足够信心,三枝富博介绍,华堂的母公司伊藤洋华堂集团在去年日本上市企业综合排名中位列第二,这也说明从消费者认知度、销售额规模、员工稳定律等10个评价项目中,伊藤洋华堂是得到肯定的,对于北京华堂来说,在做出调整后也可以实现高利润与高收益。伊藤洋华堂的成功为北京华堂带来了很多启示。伊藤洋华堂善于确立个店经营,更注重店铺个性化与体验感。北京华堂今年的经营策略也将朝着这个方向改变。

重置门店定位

通过对北京市场10个月的深度了解,今井诚表示,北京华堂将彻底放弃此前的价格战策略转向追求品质门店的经营。同时,北京华堂将重新梳理不同门店的定位,将强化“商品力”与“店铺力”。在商品力方面,华堂将与供应商联手开发以顾客生活场景为基础的商品和调整卖场提案。为了实现差异化,华堂方面还将扩大原创商品的开发与经营。尽管自营商品蕴藏不小的风险,但华堂已尝试进行了“Berkly Road”以旅行为主题的服装开发以及日式商品的集约销售。在店铺力方面,北京华堂将在连锁规模的基础上,针对不同门店的客群情况打造有新意的店铺。

春节期间,今井诚返回本国开会,他亲眼目睹了中国消费者对日本保温杯、化妆品等商品的批量购买行为。今井诚认为,中国消费者对品质、价值商品也很有追求。北京华堂十里堡、亚运村店尝试引入了一些日本自行车品牌,这些自行车每辆售价在2000元左右,起初这些品牌由于认知度太低,每周销售1辆左右,但目前一周可以销售27辆左右。北京华堂的各个门店今后将以提供日常性的品质优良且价格适中的商品为主,并通过客群的精准把握精简租赁。

北京商报记者 刘宇

生产1000件以获取更多利润。“有些奢侈品超额配货行为就是品牌高管参与的行为。”该业内人士透露,纺织加工的圈子很小,工厂与原料供应商之间都很熟,私下配货极容易,但额外配货的服装是没有正规编码的,这也是部分正规门店也曝出假货的原因。

非鉴定不退货

代理资质混乱,售后服务的质量也难有提高。在北京商报记者的调查中,包括北京太古里、双安商场及华贸中心门店在内,北京多家阿玛尼主、副品牌门店均表示,若不能提供鉴定结果证明所购服装有质量问题,均不可退货。

但据业内人士表示,在很多制造业领域,对同批次不合格产品都有召回的机制。奢侈品领域专家、财富品质研究院院长周婷表示,奢侈品品牌在中国香港也是支持无条件退换货的,在欧美门店更是退换货容易,有时甚至无需出示该店的购物凭证,只要经查为正品即可退换。“目前不少奢侈品牌在中国的售后服务不符合国家对消费者权益保护的相应标准。”她说道,奢侈品还认为中国人信息封闭不了解国际奢侈品服务行情的话,店大欺客的行为势必导致消费者的抛弃。

北京商报记者 王晓然

追踪报道

叮当送药

处方药仍未下架

北京商报讯(记者 李锋 肖鹏)继3月12日本报报道《O2O“药给力”偷卖处方药》后,企业迅速做出反馈。北京商报记者观察到,过去三天,绝大多数医药O2O平台上的所有处方药均已下架,目前仅有叮当送药等个别企业仍在售。叮当送药相关负责人表示,处方药目前已不出售,只是尚未下架。

北京市食药监局方面表示,日前接到群众举报投诉,现已转交朝阳区分局调查处理,处理结果将于日后告知。对于医药O2O平台销售处方药,北京市食药监局回应称,医药O2O也属于网上售药,需要具备《互联网药品交易服务资格证》和《互联网药品信息服务资格证》以及《药品零售企业经营许可证》。2005年,网售非处方药的限制已被解除,而网售处方药仍不合规。

值得一提的是,除了处方药外,一同下架的还有白加黑、新康泰克等含麻黄碱类非处方药。麻黄碱是制作毒品的最主要原料,因此,国家食药监局规定,麻黄碱含量超过30毫克的复方制剂已从非处方药转为处方药管理;网上不能销售“白加黑”、“新康泰克”这类含麻黄碱类的复方制剂。然而北京商报记者发现,快方送药和叮当送药仍在销售上述药品。

在快方送药App中显示,购买此类药品需登记身份证。北京市食药监局相关负责人表示告诉北京商报记者,目前,O2O领域存在打擦边球现象,以代送为由绕开监管。国家食品药品监督管理总局要求送货人应当是药店自己的配送队伍,此理由并不成立。O2O属于网售,应按照网售相关规定执行。业内人士认为,医药电商办法出台在即,商家应完善自身,而非违规抢占市场。



小营珠宝城

北京珠宝第一城



关注有惊喜
请添加微信
扫描左侧WiFi二维码

唯有挚诚之爱 方结翠玉之缘

买珠宝 到小营

小营珠宝城春季珠宝精品展现已隆重启幕

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

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