

Marc Jacobs携连卡佛拓港澳市场

北京商报讯(记者 王晓然)越来越多的国际品牌期待在华扩大业务。昨日,连卡佛集团旗下代理分销商俊思集团宣布与Marc Jacobs签署协议成立合资公司,代理其在香港和澳门市场的分销业务。

俊思集团已完全接管Marc Jacobs品牌现有的零售网络,开始营运管理。俊思此前已经是Marc Jacobs副线品牌Marc by Marc Jacobs的香港和台湾分销商。

Marc Jacobs是知名设计师的同名品牌,设计师曾在路易威登、香奈儿等众多一线奢侈品牌出任设计总监。2013年离开合作长达16年的路易威登并独立发展自己的时装品牌。目前,该品牌在北京有20家左右门店,其品牌包袋单价在2000—6000元左右,而在香港等免税地区,常以7折的价格出售。

近来,连卡佛集团在不断扩充旗下高端时尚品牌阵营,旗下俊思集团刚刚与法国著名时尚品牌Isabel Marant签订独家策略性合作协议,拓展其在内地的业务。此外,俊思集团已经管理着Salvatore Ferragamo、Donna Karan、Paul Smith、3.1 Phillip Lim、Juicy Couture、DKNY、BCBGMAXAZRIA等21个知名国际名牌。

特步净利连降四年

北京商报讯(记者 李铎 陈克远)在中国体育用品零售市场迎来复苏之际,特步仍然没有摆脱低谷。特步国际昨日发布的2014年年报显示,虽然公司营收同比上涨约10%至47.77亿元,但在经营溢利、股权持有人应占溢利方面均出现下跌,此两项已是特步连续第四年出现下滑。

数据显示,特步去年经营溢利8.08亿元,较2013年8.95亿元同比减少9.7%;股权持有人应占溢利4.78亿元,较2013年6.06亿元同比减少21.1%。特步方面表示,股权持有人应占溢利的下滑主要因公司增加广告及宣传开支所致。特步去年增加广告及宣传开支1.379亿元,相关开支总计6.237亿元,占集团总收入的13.1%。

为了保证整体运营效率和盈利能力,特步加大了对零售分销网络渠道及管理的优化力度。截至去年底,特步分销商数目由28个增加至37个,拥有零售店7110家,较2013年减少250家,这也是特步自2012年开始缩减零售店规模以来减少店面数量最多的一年。资料显示,2012年特步零售店减少86家,2013年减少150家。特步国际主席丁水波表示,特步计划在2015年维持约7100—7200家特步零售店,并扩充特步儿童销售网络至600—800个零售点。

圆通联手菜鸟推中韩“次日达”

北京商报讯(记者 李铎 王运)近期中韩贸易的升温直接刺激了国内快递企业的扩张。圆通速递昨日宣布,携手菜鸟网络正式开通上海浦东—韩国仁川—青岛—香港—上海浦东国际航线包机业务,打通了内地—东北亚(韩国)、香港—内地的跨境快件通道。

随着这条航线的打通,中国消费者海淘韩国、中国香港等地产品物流服务效率将获大幅提升。据了解,此次圆通速递国际航线的首次航运,配备了737全货机进行国际快件的承运,最快一个多小时内就可将货物从海外运输至内地,在部分区域可实现次日送达。

圆通速递总裁相峰表示,圆通国际航线的开通将极大提升中韩电商包裹的运输时效,有力促进了中韩跨境电商的战略发展。圆通还计划于后期投入圆通航空自有机队加入国际航线快件的运输,进一步优化国际线路的快递产品时效。

亚马逊明年将关Webstore

北京商报讯(记者 李铎 王茜)亚马逊公司已正式对外公布将于2016年6月1日关闭网店建站业务Webstore,但具体关闭原因尚未透露。这对于亚马逊竞争对手来说无疑是渔翁得利的好消息,原因在于亚马逊平台上的卖家们需要在未来一年多的时间内找到新的服务替代者,其竞争对手如加拿大电商Shopify和澳大利亚电商初创公司Bigcommerce将有望获得更多的客户。

目前,亚马逊已通知线上卖家,在此项服务取消之前,亚马逊公司的客户们将有超过一年的时间寻找新的服务商。由于亚马逊的发言人拒绝对此置评,亚马逊此举的动机尚不得而知。畅销销(ChannelAdvisor)首席执行官Scot Wingo表示,畅销销已经开始建议一些卖家撤离亚马逊网店平台。“我们大约有百名客户使用亚马逊平台,公司将协助他们将业务过渡到其他受欢迎的电商平台,比如Shopify、Magento等。”

喊话大牌代工厂 鼓励自有品牌

秀水第七次转型瞄上新光天地

雅秀重建不久,另一大北京涉外市场秀水街开始了全面转型。秀水街市场昨日宣布,启动新一轮“闭市选商”行动,将清退市场过半低端商户,引进大批自主品牌、原创设计、外贸原单等高端商户,在同等质量的基础上,产品比价北京SKP、国贸商城等高端商场。

分批闭市选商

秀水街市场的十岁生日过得有点“寒碜”,与以往满租不同,商场三层等区域空了一大片。这正是秀水街集团董事长张永平送给市场的“生日礼物”——分批“闭市选商”。

张永平表示,接下来秀水街市场将对商户进行大范围筛选,对不匹配高端商品的店铺将按照各业态租金缴纳节点和租赁合同,进行逐一清退,同时市场将大规模选取符合高端市场定位的商家,分批闭市改造,重新开张。

根据计划,市场50%以上的商户将进行更换,总数500多家,预计在八九月前完成。在张永平看来,这些商户主要是在商品品质、服务质量两个主要方面不符合市场的新定位。据了解,秀水街市场已报请相关政府部门,加大执法力度,开展“天天检查、月月清退”的活动。不过,秀水街市场并不会直接清退商户,而是按照协议执行。

瞄上高端商场

“到新光天地(现已更名北京SKP)、燕莎、国贸、侨福等高端商场比质比价,来秀水购买。”成为市场新的口号。张永平表示,秀水街市场就是要用高品质低价的商品吸引消费者。在张永平看来,未来市场的商品与其他高端商场所售大



牌商品品质无差别,但在代工厂直销模式下价格要便宜很多。

北京商报记者在已完成更换的商铺看到,店铺陈列较原有商户要更为讲究。据刚入驻的璧龊珠宝老板介绍,作为设计师,该店铺是她的个人店铺,商品不仅在价格上具有优势,也更有设计感。

秀水街市场招商材料显示,此次重新引入商户主要瞄准了原创设计、自主品牌、外贸原单、时尚买手等商户,并明确表示欢迎可销售与国际一线品牌同一流水线同样品质、不同品牌商品的商户入驻。

据秀水街市场方面透露,正计划将此高端市场经营模式复制到全国,两年之内在全国一线城市开设3家门店,五年之内达到10家。在张永平看来,有太多品

牌经销商、设计师品牌、自有品牌需要这样的经营场所。

十年七次转型

如今的秀水不仅面临电商和传统商业的竞争,更面临着巨大的舆论压力,在秀水街市场分期闭市、重新选商之时,京城另一著名涉外市场雅秀服装市场于去年底已完全停业,开始升级改造。在业内看来,秀水街市场此番第七次转型也是不得不转。

秀水街市场由最早的露天市场转型而来。2003年秀水市场开始拆迁改造,并于2005年正式开业。由于该地区聚集有大量驻华使馆,最早的露天市场便是由这些针对外国消费者的商户聚集而成,这也一直是秀水的市场定位,并迅速成

为国内著名的涉外市场,成为国外消费者来京的必逛之地。统计数据显示,秀水每年客流量超过千万人次,其中70%为国际友人。

作为最早自发行成的市场,商户也多为个体户,商品假冒伪劣成为秀水街市场一直面临的问题。尤其是近年来,不断有国外品牌商针对秀水进行维权活动。

在舆论压力下,秀水街市场不断进行改造升级。细数下来,这已是开业十年来秀水进行的第七次转型。自2012年开始,秀水街市场便通过“换人换血换基因”重新选商,引进了大批自主品牌、原创设计厂家等,形成了以市场二层为典型代表的高端氛围。但因未闭市改造,提升工作并不彻底,仍然存在部分经营中低端商品、服务意识不强的店铺。

文化牌做文章

虽然高端商场的定位将有助于秀水街市场摆脱假冒伪劣等不利名声,但通过代工厂直销等模式直指高端仍具有一定风险。此前,包括纯本百货等商业项目曾推出过与此类似的模式,但这家企业如今已经关门大吉。

在北商商业研究院特邀研究员赖阳看来,秀水街市场转型高端的部分做法仍值得探讨。赖阳表示,与名牌同款、同质的商品一旦去除了“名牌LOGO”,将失去品牌附加值,也将失去名牌效应。在赖阳看来,秀水街市场等涉外商场商品可从中国文化底蕴方面做文章,与北京SKP等高端商场商品形成差异化,真正通过具有中国特色的商品和服务吸引国际消费者。

北京商报记者 李铎 王运

香奈儿降价无意牵出假货风波

实为刺激国内消费

北京商报讯(记者 王晓然 实习记者 王浩)香奈儿(CHANEL)集团3月17日宣布针对中国市场降价20%同时欧洲大幅提价的消息引发市场地震。在上海专柜率先降价并出现排队疯抢的同时,昨日北京多个香奈儿门店也紧随其后。

北京商报记者昨日走访北京SKP(原新光天地)时看到,店内客流较往日增多,但未出现排队抢购。工作人员表示,“这两天的顾客是多了一点”。店内几位消费者表示,听闻降价而来,也有部分是“来了才发现降价”。目前,北京SKP的香奈儿全面降价,2.55型大号款式从4.25万元下调到3.32万元,调整幅度接近20%。国贸商城香奈儿腕表珠宝专卖店内则鲜有驻足咨询的顾客。但多数款式均已降价10%—20%。J12黑字表盘经典腕表价格从4万多元降至3.32万元。

在香奈儿王府半岛酒店精品店,2.55、11.12、Le Boy加上GST四个系列不同型号的包袋均降价20%左右。其中小号GST包袋从2.29万元降至1.89万元。

香奈儿时尚部门总裁Bruno Pavlovsky在宣布降价策略时表示,欧元汇率走低使海淘和代购市场在香奈儿品牌门店实施严格限购情况下依然交易大增,其中真假混杂难辨。此言直指香奈儿代购存在假货。北京商报记者调

查时发现,假货可能不仅仅存在代购渠道,专柜也被卷入。

一位具有上游加工工厂资源的资深代购商对北京商报记者表示,香奈儿很早以前就不在中国和越南代工了,但“东莞地区很多从前给奢侈品代工的工厂,长期有订单出口到欧洲,这些就包括在海外专柜出售的香奈儿。这些订单是假货,代购渠道假货更多,80%左右都是”,上述代购商表示,中国地区很可能比海外更甚,专柜导购很会看人下菜碟。

打击代购只是幌子。来自北商商业研究院的分析显示,香奈儿意在刺激中国消费。去年,76%的国人奢侈品消费都发生在境外。奢侈品领域专家、财富品质研究院院长周婷表示,在业绩低迷的同时,奢侈品市场正面临设计师品牌、高端小众品牌的竞争压力,香奈儿的核心消费群和潜在消费群都存在流失可能,“此次降价策略,是对消费者的一个大广告”。

周婷表示,中国市场业绩持续低迷严重消磨了香奈儿对中国的信心,此次中国大幅降价,可短期内刺激销售增长。不过由于欧洲市场涨价幅度高于中国降价幅度,整体营业收入和利润不会有太大损失。同时,全球价格一体化将是奢侈品行业未来趋势,香奈儿降价有一定的示范效应。靠海内外价差生存的代购行业,未来可能会逐渐消失。

协同政策铺路

北京老字号京津冀开店达百家

北京商报讯(记者 吴文治)京津冀协同发展政策让商业企业有了更大拓展空间。昨日,北京商报记者从北京市商务委获悉,去年北京连锁超市和老字号企业积极在京津冀拓展业务,累计开店均达百家左右。

去年京津冀三地商务部门联合签署了《落实京津冀共同推进市场一体化进程合作框架协议商务行动方案》,重点围绕打造法治化营商环境、建设统一开放的商贸流通市场、协调推进口岸一体化建设、加强开放型经济合作等方面,强化三方协同、优势互补、互通互融,建设开放的区域大市场。

在北京商报和北京商业联合会联合举办的、以“京津冀一体化的商业机遇”为主题的2014年度北京商业高峰论坛上,与会的沃尔玛、物美、乐天玛特等多家内外资超市负责人表达了到河北、天津等地开店的计划。沃尔玛甚至在会上就与武清商务委达成共识。不仅如此,北京本土超市品牌超市发一直就在张家口等地拓展蔬菜基地,并把超市开到了当地。

北商商业研究院发布的《2014北京商业发展蓝皮书》显示,被抽样的京津冀14地居民对于生活配套相关业态表现出巨大需求。根据问卷调查,42%的消费发生在超市这一业态之中。相比于百

货、购物中心等零售企业,销售基本生活用品的超市更容易在新入驻的地区站稳脚跟,这一业态也更易吸引知名品牌连锁。

北京的老字号企业在京津冀地区扩张更具品牌优势。北京聚德华天控股有限公司总经理朱玉岭日前向北京商报记者透露,京津冀一体化战略对于老字号发展大有裨益,去年,庆丰包子在唐山、天津各开设两家店,今年护国寺小吃计划在河北开设3—5家店,而峨嵋酒家时尚小馆也会在津冀区域内快速扩张。另外,北京稻香村今后也将以加盟店及开设专柜的模式密集布局京津冀。

北京企业依靠大本营加速在京津冀布局,虽有地缘优势,但也需谨防出现水土不服,比如品牌知名度、物流配送等问题。

此外,越来越多的企业将总部落在北京。市商务委表示,2014年級。新认定外资跨国公司地区总部11家、研发机构37家,累计跨国公司总部企业和研发机构762家。新增世界500强企业投资项目19个,累计有287家世界500强企业投资698个项目。2014年《财富》世界500强排行榜中,北京地区52家企业入围,上榜企业数居全球城市第一。

小营珠宝城

北京珠宝第一城

关注有惊喜
请添加微信
微信号: W171108

唯有挚诚之爱 方结翠玉之缘

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