

# 钻石电商续命还靠店商

国内最大钻石电商珂兰钻石被刚泰控股收购,让钻石电商行业再次站在了聚光灯下。以互联网思维起家的珂兰钻石曾获腾讯等巨头投资,但光环下的珂兰并未实现既定目标。目前线下依然是黄金珠宝消费的主战场,钻石电商不得不变。

## 第一商“卖身”

国内最大钻石电商珂兰钻石再傍豪门。刚泰控股日前发布公告称,集团以6.6亿元的价格100%收购国内最大钻石电商品牌珂兰。珂兰钻石也变身上市公司。

刚泰控股发布公告显示,公司拟非公开募集资金32.95亿元,其中6.6亿元用于收购上海珂兰商贸有限公司100%股权。

据了解,珂兰钻石成立于2007年,是国内率先按照电商模式运营的珠宝品牌。并于2011年获得腾讯千万美元级别的投资,成为当时国内珠宝电商获得的最大一笔融资。

随后珂兰钻石迎来快速发展,先后与天猫、京东等电商建立战略合作伙伴关系,并从最早的线上模式向O2O转型。目前,珂兰已拥有超过50家线下体验店。统计数据显示,去年“双11”期间,珂兰钻石在天猫、京东、苏宁易购等电商平台上钻石销售均名列首位。

但由于珂兰钻石在营销活动中多采用互联网项目传统做法,以补贴换取流量,甚至通过亏本卖黄金来提高销量,高额的销售报表下是亏损的事实。据了解,珂兰去年营业收入为6.47亿元,亏损1872万元。

## 渠道整合

虽然拥有腾讯资金和流量上的支持,但珂兰钻石并未在国内珠宝市场占得便宜。这也成为珂兰钻石“卖身”刚泰的关键原因,并同时借此登陆A股。

仅从表面数据来看,刚泰收购珂兰钻石并不划算。公告披露数据显示,珂兰钻石净资产约为1.5亿元,刚泰收购价溢价4倍。但在业内看来,刚泰收购珂兰钻石最大的意义在于渠道整合。刚泰表示,公司可迅速切入O2O电商。刚泰目前主业集中于黄金珠宝产业链,此次收购的珂兰钻石专注于钻戒,与公司主业形成极强的协同效应,并会对公司拓展产品线和O2O拓展形成强力拉动效应。据了解,起家于房地产业的刚泰集团在2013年完成重大资产重组后开始向黄金产业链延伸,进入黄金饰品及黄金艺术品领域。公告显示,刚泰收购完成后腾讯将认购1024万股,预计将持有增发后公司股本的1.53%。

对于渠道整合,刚泰可谓下了重金。刚泰公告同时指出,此次募集资金分别有4.53亿元和17.42亿元用于O2O营销渠道和信息管理中心项目和补充流动性。

## 模式变革

线上线下相结合已成为所有零售企业的共识。但在业内看来,结合容易,如何碰出火花才是重点。探索新模式成为珠宝行业的必经之路。

珂兰钻石、钻石小鸟、Bloves、佐卡伊等是国内最早一批探索互联网钻石销售的开拓者。其中,钻石小鸟率先在业内提出了“鼠标+水泥”的销售模式,即线上商城+线下体验店。

在每克拉美总裁郝毅看来,由于钻石商品的特殊性,消费者需要考虑钻石真假、佩戴效果、切工等多种因素,纯线上销售钻石模式很难立足。据了解,钻石小鸟绝大部分销售也是在线下体验店完成。作为珠宝领域的主导者,目前包括菜百、周大福等几乎所有传统黄金珠宝卖场均开始上线网络销售,尝试在第三方平台开设旗舰店等多种模式发展。

去年末开始,阿里、新浪、买金网等互联网老牌巨头和新锐企业相继进入互联网黄金领域,推出黄金理财产品。郝毅表示,珠宝行业作为重资产行业需要企业拥有强大的实力。此外,对于钻石等珠宝而言属于小众偏冷商品,消费者购买频次较低,市场空间并非外界想象得那么大。

北京商报记者 李铎 王运

## · 巨头动向 ·

## 亚马逊

## 首发乐高中国精灵系列

亚马逊中国宣布携手世界玩具巨擘乐高集团在中国内地进行乐高精灵系列产品的首发,此举意味着中国消费者将通过亚马逊中国网站,优于其他线上和线下的零售渠道抢先领略乐高精灵系列带来的极具趣味和魔幻色彩的创意拼搭和游戏体验。新上市的精灵系列为乐高在全球范围内首次为女孩打造的以奇幻冒险故事为背景的主题拼搭玩具,包含精灵的树顶隐居屋、土之精灵法兰和水晶洞穴等6款主题拼砌套装,特别适合喜欢探索奇幻世界的女孩。亚马逊中国是乐高在中国市场第一批确立直供关系的合作伙伴,也是目前惟一拥有全系列乐高产品线的国内B2C电商平台,此次新品首发不仅推动了双方全球战略合作伙伴关系的进一步升华,彰显了亚马逊母婴和玩具频道国际、专业、潮流的三大特点,更是亚马逊中国全面加速推进国际品牌战略、携手合作伙伴为消费者高品质和差异化国际精品的又一例证。

## 京东金融

## 正式发力校园白条

近日,校园白条在全国百余所学校正式启动“新学期我拼了”系列活动,数百万大学生获得服务。这是校园白条正式推出以来首次举办的大规模校园活动。作为京东金融2015年三大重点之一,校园白条将金融创新与电商品质相结合,让大学生享受更多京东个性化定制服务。

伴随京东集团校园战略,校园白条承担起服务大学生群体的重任。生活方面,基于京东平台,校园白条可以为大学生提供书籍、食品等低价高频的日常消费品;服务方面,配合京东强大的物流平台,校园白条用户可以获得假期不停歇以及免运费服务;成长方面,校园白条将为大学生提供基于信用体系的就业、创业等后续服务。未来,将提供助学贷款、创业基金等解决大学生实际需求的公益项目。校园白条还有一个明显的优势,即金融服务站的建立。目前,服务站设在“京东派”站点中,每个站点都会有校园金融专员为大学生提供开通服务和指导。

“我们并不是给学生钱,而是重点培养学生信用”校园白条项目负责人介绍说。京东的电商场景天然能与消费金融相结合,确保真实消费,了解学生真实的消费需求,为学生提供实时在线申请、30天免息购物等个性化体验,发掘和培养校园信用体系。京东金融有专业风控团队,已利用大数据风控将风险前置。同时,配合校园服务站点现场认证学生身份,并对授信额度做合理控制。与其他只是提供贷款的产品相比,校园白条更注重为学生带来的服务,且风险可控。

易观国际高级金融分析师马韬表示,校园消费金融单纯地依靠线上风控的压力会非常大,也很难将市场做大,而京东则能够依托自身物流派送点的服务专员来解决这个问题,尤其是客户的指导、征信和面签等,这种事先控制额度,依靠大数据风控将风险前置,再配合线下进行风险管理的方式是比较稳妥和安全的方式。

## 分期乐

## 携手京东深耕年轻人市场

互联网小微消费金融模式开创者、全国领先的年轻人分期购物商城分期乐,日前宣布获得京东集团的战略投资,双方将整合资源优势,携手深耕年轻人消费金融市场,为广大年轻用户提供更加优质的消费金融体验。

分期乐创始人兼首席执行官肖文杰表示,投资完成后双方会在供应链、风控、金融等方面展开深度合作。在肖文杰看来,一方面分期乐背靠京东大平台,可以利用京东采购供应链及仓储物流提升分期乐消费用户体验;另一方面,此轮投资也代表着京东对分期乐商业模式及市场前景的认可,未来分期乐将拿出更多资金补贴用户,提升分期乐的市场领先地位。对于此次重金投资分期乐,京东集团首席执行官刘强东表示,京东非常看重年轻人市场,尤其是校园市场,这是京东未来的战略重点。成立于2013年10月的分期乐先后获得了由经纬中国领投的A轮千万美元融资,以及DST领投,贝塔斯曼、经纬中国、华兴资本以及险峰华兴跟投的高额B轮融资。截至去年底,分期乐业务已覆盖全国所有高校,目前日均交易额几千万元,已为百万用户提供金融服务。

栏目主持:王茜

# 村淘地区农村包裹13%可次日达

北上广快不算快,偏远的农村地区快才算快。菜鸟网络首度公布的数据显示,菜鸟统计了阿里巴巴村淘覆盖区域的快递进出时效,发现有约13%的订单也在当日或次日即可送到。“消费者对快递的要求不仅是快,更是时间的确定性,未来菜鸟将同合作伙伴协同继续细化快递服务能力,力争将预约送货、时效承诺等服务尽快铺开。”菜鸟网络快递事业部总经理菲青表示。

## 江浙沪最快

江浙沪是全国网购送货最快的地区。根据菜鸟数据,江浙沪当日及次日达订单占全部订单的近35%,江浙沪内部的订单则有60%以上都在次日达,两项数据均占据全国首位。

收货速度最快的城市分布,也体现了江浙沪的“剽悍”。上海、无锡、杭州、嘉兴等当日及次日达占比最高的城市,全部位于江浙沪区域。农村地区作为今年网购的热点,虽然整体快递时效明显低于城市,但部分地区也有惊喜。菜鸟统计发现,约13%的订单也在当日或次日即可送到。在长三角、珠三角网购更为普

及的地区,农村快递速度已不逊于城市。

目前,菜鸟网络牵头的物流平台联合合作伙伴服务了淘宝、天猫、聚划算等主要网购平台,快递单量占全国总量的65%以上。此前阿里巴巴的招股说明书显示,旗下淘宝、天猫等平台,约23%的订单可以在发货后48小时内送达。

## 32个城市次日达

大家电、超市百货、生鲜等特殊品类,一直是快递的难点。菜鸟同日顺合作,面向商家和消费者开发出预约配送、限时配送等时效性产品,目前能够实现全国1500多个区县实现次日送达。超市百货方面,拣货是最考验功力的地方。以天猫超市为例,目前天猫超市已经覆盖了北京、上海等10省市上百个城市,并在32个城市提供次日达服务,同时在部分城市推出定日达和夜间配服务。

生鲜方面,菜鸟网络生鲜物流负责人陈涛介绍,目前菜鸟为天猫喵鲜生搭建的生鲜物流体系,配送范围可达全国301个城市,主要覆盖一二线城市和部分三线城市,包括

新疆等偏远地区目前也开通了配送。其中246个城市的24小时送抵,最快可3小时内完成。

## 应对网购包裹潮

网购市场的繁荣刺激我国物流快递行业迅速增长,业内人士指出,网购需求为快递业创造了罕见的发展机遇,但目前快递增长仍然落后于电商,无法满足用户日益增高的服务需求,快递业亟须提高效率。

菜鸟网络正与全国14家主要快递物流企业合作,共同推进中国智能骨干网的建设。按照规划,菜鸟将用5-8年的时间,努力打造遍布全国的开放式、社会化物流基础设施,未来能够支撑日均300亿元(年度约10万亿元)网络零售额,支持国内任何一个地方网购实现24小时送货必达。菜鸟有关人士举例称,一般物流企业在包裹流转到最后一个中转中心时,需要依靠有经验的人去分发包裹,人力成本很高,效率和准确率却有限。目前菜鸟正与圆通合作,尝试根据历史数据和网络结构,直接用机器自动完成分单。目前,这一分单系统的准确率已达到97%。

北京商报综合报道