

西单大悦城拿下三利百货原址

北京商报讯(记者 刘宇)三利百货原址收归西单大悦城麾下。大悦城发布公告显示,间接全资附属公司西单大悦城以5.6亿元收购北京昆庭资产管理有限公司35%股权,目标收购公司主要管理及开发安定门项目。

2014年,安定门商圈惟一百货店三利百货开拆,目前原址仍被围挡包围。大悦城地产方面认为,安定门项目的战略位置和潜力很大,物业建成后预期有良好的财务回报。

尽管各个大悦城出租率保持在95%以上,租金收益上涨,但由于选择稳健的扩张策略,能够支撑业绩快速增长的销售物业货源不足,致使大悦城上半年整体业绩下滑。大悦城方面需要增持项目补给。目前,大悦城地产在北京、上海、天津、成都、香港等8个城市开发、持有、经营共27个物业项目。大悦城董事认为,收购项目有助于进一步增加集团总资产规模,扩大未来财务业绩,提升集团获得稳定及持续回报的能力。公告显示,完成收购后,西单大悦城与中国土产畜产分别持有目标公司65%和35%股权。截至2014年底,目标公司未经审核净资产9.6亿元。安定门项目毗邻地铁2号线安定门站,总占地面积1.3万平方米。

根据此前三利百货原址建筑调整方案公告,该项目所属商业用地性质保持不变,将被改造为阶梯式外貌,改造完成后商业面积约在1.2万平方米左右。北京商报记者了解到,由于发挥空间有限,中粮方面并无计划将此纳入大悦城产品线,将被改建成商业+写字楼模式的商务综合体。中粮方面曾计划安定门项目于2014年年中动工,2016年下半年投入使用。

零售巨头聚焦O2O产业链整合

北京商报讯(记者 李锋 孙麒麟)零售市场因电商崛起正在发生巨变。北京商报记者日前获悉,由重庆市人民政府支持,亿邦动力网主办,重庆市商业委员会、江北区人民政府联合主办的第十届中国网上零售年会将于12月16日-17日在重庆举行。据悉,本届年会以网上零售为前提,助力零售产业链整合。传统外贸、投资增长齐放缓和的背景下,消费成为国家经济增长的重要引擎,在李克强总理日前主持召开国务院常务会议上,第一个议题便是部署以消费升级促进产业升级,培育形成新供给新动力扩大内需。给予消费更多重视,使得零售市场的变化加快速度。

过去一年,跨境电商的兴起,让中国零售业在一年之内快速对接了全球供应链,O2O创新模式的大发展,让非实物的服务类商品得以更有效率的对接消费者;社交网络与物流网络的双重作用,让实物类零售企业在供应链上下游进行基础设施的大整合,追求“小单快返”式的柔性供应链升级即将到来;品牌零售企业在全渠道布局上进行数据大贯通,规划以用户为中心的随时随地随心的交互关系;零售业俨然已经成为了碎片需求的精准捕捉者以及需求满足的高效实现者。据年会组委会介绍,第十届中国网上零售正是以这个大背景为前提,分为一个主论坛和五个分论坛,包括品牌零售、农村、技术、服务、跨境等专场,重庆市江北区还将举办招商座谈会,为优质企业和地方政府的对接搭建一个良好的平台。同时,包括苏宁云商、京东、阿里、亚马逊电商平台和传统零售企业负责人,共同探索中国零售业的发展方向。

电子发票可报 电商税管完善

电商成为推动发票“互联网”化的急先锋。继国家税务总局明确全国统一推行增值税电子发票系统后,全国电子商务领域首家电子发票试点企业京东集团昨日启动增值税电子发票系统升级,并在全国推广。分析认为,电子发票的使用将降低电商企业运营成本,提高用户报销效率,推动电商税收征管集中化升级,但真正完成全面对接与推广还有很长的路要走。

支持报销

“近两年来电子发票只是试水,支持‘报销版’电子发票的开出才意味着电子发票全面实施”,在京东集团税务与资金副总裁蔡磊看来,电子发票已进入全面推广阶段。

与此前的电子发票不同,本次升级最大亮点是支持报销,这意味着电子发票在企业端获得认可。2013年6月27日,京东开出中国电子商务领域首张电子发票,但只是面向北京地区个人消费者,即只具备支持售后等功能,不支持报销。

电子发票的升级与政策支持有直接

关系。根据国家税务总局发布的《关于推行通过增值税电子发票系统开具的增值税电子普通发票有关问题的公告》(以下简称“公告”),从本月1日起,推行通过增值税电子发票系统开具的增值税电子普通发票,消费者可以自行打印增值税电子普通发票的版式文件,法律效力、基本用途、基本使用规定等与税务机关监制的增值税普通发票相同。这意味着在政策支持下,电子发票可以报销入账。

2亿张省6000万

“节省纸张成本只是很小一部分,最重要的还是提升管理效率”,蔡磊认为,升级版电子发票将对企业全流程运作大有裨益。

从纸张、管理、寄送等方面来看,电子发票具有纸质发票不可比拟的优势。京东表示,截至目前,公司已开具2亿张电子发票,节省发票综合成本超过6000万元。此外,电子发票还将利于企业全流程电子化作业。据介绍,京东联合航天信息、金蝶推出的电子发票全流程应用可以提供自动开具、接收、自动记账,再到电子会计凭证

自动归档的全系统闭环流程。

蔡磊举例表示,如果消费者购买袜子等低价、低利润率商品,“企业利润已经很低,如果平台商户采用电商仓储设施,再单独给消费者快递发票的话将直接亏本”。在蔡磊看来,电子发票将直接打破时间、空间概念,“对电商企业而言可大幅降低开票成本,对消费者而言则可摆脱存储、粘票等工作,企业财务部门也将因此大幅提高效率,降低成本”。

北京市国家税务局相关负责人表示,电子发票对营造健康、有序的市场环境具有推动作用,“电子发票有利于管理部门加强监管,这对于平台商户也起到一定的监督把控作用”。国家税务总局在公告中表示,推行全国统一的增值税电子发票管理系统,是税务征管体系变革的基础和关键,这将极大推动全国电商税收征管的集中化管理。

多场景应用

电子发票的诸多益处不言而喻,但推广并非一片坦途。“消费者、企业接受程度是一个重

要因素”,在上述税务部门负责人看来,消费者及企业还没有对电子发票形成清晰的认识,“几乎所有的企业都还未对接电子发票系统,这需要时间和资金成本”。据蔡磊介绍,目前企业对电子发票系统还需要一定的成本,“但这相对于企业纸质发票的成本还是非常值得投入的”。

在上述税务部门负责人看来,随着电子发票应用场景的增加,全社会将逐步感受到电子发票的便利之处。

增值税电子发票目前将与纸质发票同时使用。如果企业完成系统对接,用户在收到增值税电子发票后可以直接通过微信、手机App完成报销,如果企业没有对接,用户可以将电子发票打印出来使用,或者在消费的时候选择纸质发票。

公告指出,升级版电子发票将在电商、电信、快递、公用事业等消费集中的行业推广。此外,除试点地区外,其他地区应于2015年12月31日前完成相关系统对接技术改造,明年起使用增值税电子发票系统开具增值税电子普通发票。

北京商报记者 李锋 王运

跑步社交O2O掘金“马拉松热”

没有巨头玩家的雄厚基础,他们的选择是深耕垂直市场。

悦跑圈是一款跑步社交App,用户通过App可进行行程记录、动态分享、装备测评等操作。通过悦跑圈开发的“线上马拉松”功能,用户可通过线上报名,参加其他省市举办的马拉松活动。对于本轮融资资金,梁峰透露,一方面将用于技术团队扩充,加快产品功能创新,提升跑步社交链的用户黏性;另一方面,将打造“跑团经济”,通过组建跑团、开展培训、赛事举办等手段,进行商业化的探索和运营。

万达等巨头企业布局体育市场,多是瞄准专业体育赛事的转播和承办,但对于创业企业来说,更多是打造适合大

众亲身体验的参与性玩法。就跑步类运动而言,如悦跑圈、咕咚运动、悦动圈等,每个月都会有不同主题的马拉松活动。专业的体育赛事在参与上有着较高的准入门槛,但马拉松是一个可以全民参与的活动,其中同样潜藏商机。

马拉松俨然成为全民健身的热门运动项目。北京市徒步运动协会常务副秘书长李峰松表示,“老百姓参与运动的整体氛围已经被营造出来”。根据中国田径协会数据,2015年在中国内地举行的马拉松赛事为56场,在2011年,这一数字仅是22场;今年北京马拉松报名人数超过6万人。

群众的参与热情在运动O2O企业眼中也意味着巨大的商机。传统体育赛事环节中涉及的赛事赞助、运动装备以及

耐用品等都是承办企业的盈利点。梁峰表示,“悦跑圈不是一个纯互联网公司,也不是一个做App的公司,归根到底是一个体育公司”。

尽管有着很好的前景,但是互联网企业在发展初期不盈利已不是什么秘密。一位不愿透露姓名的投资行业人士表示,基于社交属性的运动O2O企业大多处于培育用户阶段,前期很难实现盈利,投资方往往更关注于用户数据增长。

运动O2O企业同样存在着同质化竞争严重的难题。如悦跑圈、咕咚运动、悦动圈等,都是通过行动记录功能吸引用户并通过举办主题活动增加黏性。而围绕咕咚运动和悦跑圈之间的“抄袭”风波也一直在延续。



2015 (首届) 生活服务 O2O 评价榜

从服务到模式 从转型到创新



指导单位 中国商业联合会 中国经济报刊协会
 主办单位 北京商报社 北京娱乐信报社 北商研究院
 承办单位 北京商网商业咨询有限公司 北京经联互动传播中心
 官方指定发布平台 北京商网



移动端投票入口