

电商巨头掘金企业采购市场

北京商报讯(记者 李锋 陈克远)继刚刚结束的多场面向一般消费者的电商大促之后,瞄准时机的京东开启企业采购促销。京东昨日首次针对企业级市场推出主题促销节,推出包括电脑、数码等多种办公类产品大促销活动。临近年末,企业进入采购旺季,不只是京东,苏宁云商日前也宣布联合多家供应商成立“政企采购电商化联盟”,发力企业采购电商化市场。B2B采购市场成为电商巨头掘金新方向。

京东于昨日宣布开启企业采购节,面向已注册的京东企业频道B2B会员客户,推出10万件商品年终特惠活动,品类包括电脑、数码等办公类产品。京东大客户部总经理宋春正表示,企业采购节是京东第一次针对企业级市场推出的主题促销节。通过整合企业采买系统、供货系统,有助于提升企业采购效率。业内分析认为,京东发力企业级采购市场,有助于提升京东在企业级市场的上下游资源协调能力。

企业采购市场的巨大增长空间正在吸引电商巨头纷纷入局。根据赛迪研究院日前公布的《中国自营式企业网购分析报告》预测,2016-2018年,中国企业网购市场将迎来风口,年均增长率将保持在30%,高于电子商务整体增长率。据了解,不仅是京东,苏宁云商也于日前开始发力,打造电子化交互采购平台,并联合史泰博(中国)、阳光公采科技等企业,宣布成立“政企采购电商化联盟”。此外,今年5月,1号店与中国物流与采购联合会公共采购分会、中国公共采购有限公司签署三方战略合作协议,入驻公共采购电子商城,推送1号店自营商品,迈入公共采购市场。

寺库将推白条业务扩展金融领域

北京商报讯(记者 王晓然 赵子航)近两年一直在扩张业务版图的寺库又将目光瞄准在金融领域。寺库创始人兼CEO李日学日前在寺库1217奢侈品购物节媒体沟通会上表示,寺库即将推出白条业务,正在做内部测试。未来寺库的布局将由奢侈品电商过渡到多产业共同发展的布局。

据李日学透露,寺库即将进军消费金融板块,推出的产品为白条,正在内部测试,在功能上类似于京东的白条产品。此外,寺库在跨境金融领域与万事达合作了消费卡产品。李日学介绍,产品实现了方便跨境退税的功能,明年1月或2月将推上市场。成为了寺库高端客户后,可把退税工作交给寺库工作人员,税金将被退回到这个消费卡产品中。免去了在机场排队等待的过程。“未来,根据全球化企业版图,还会有理财的功能。”李日学表示。

寺库近两年一直在进行业务的扩张,在寺库昨日发布的业务版图图上已包括了拍卖、O2O、电商等共计11个领域。不过,电商仍然是最为核心的业务。“寺库将80%-90%的人力、物力、财力投放在电商上面。”李日学说。

在电商上,造节已经成为了互联网行业的强项,相较于被引入中国的“黑五”,西方奢侈品购物节“Boxing Day”还并未被熟知,这一概念也被寺库引入,成为每年一度的寺库1217奢侈品购物节,去年也已经有其他平台在参与这个节日。李日学表示,希望今年能有更多平台或者实体店都参与到这个节日中来。

泛冰雪产业抢滩10倍预增市场

北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会昨日成立。北京冬奥会筹备工作正式起步之际,旅游、装备、赛事、体育概念股等关联产业迎来利好。数据显示,目前国内参与滑雪的人次突破1000万,中国滑雪市场每年产值约120亿元,对比美国可比的市场体量,有着高达10倍的增长空间。这块巨大的蛋糕势必启动关联经济的“井喷效应”。

冰雪旅游:直接的受益者

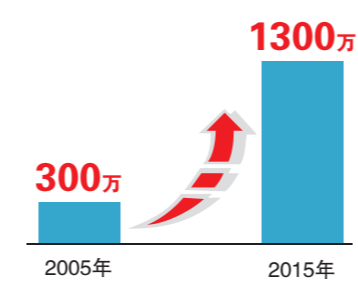
作为冬季奥运会的主要参赛项目,冰雪旅游市场无疑是最直接的受益者。

据不完全统计,目前中国滑雪市场每年产值约120亿元,年参与滑雪人次突破1000万,但滑雪人口仅占总人口的0.4%,参与人次仍仅相当于美国上世纪70年代初的水平。相比之下,美国冰雪市场的体量约1200亿元,滑雪人次6000万左右,滑雪人口占比为2.51%。业内人士分析,如果中国参与滑雪的人次达到2.5%左右,将轻易实现720亿元的市场体量。按照中国经济发展和消费水平提高速度,千亿市场并不遥远。

北京、张家口市2022年冬奥会的成功申办,意味着户外运动将逐渐成为城市各阶层生活的重要组成部分。据了解,2014年我国的滑雪场总数有458家,2010-2015年期间,中国的滑雪人口和滑雪人次保持在10%以上的年均增长速度;相对成熟的300家滑雪场,年收入超过百亿元;而全国(除港澳台地区)开展冰雪运动的达到29个,仅就冬奥会主要场馆所在地之一张家口来说,来自官方的数据显示,张家口具备建设滑雪场条件的地域面积达到300多平方公里,目前雪域资源开发还不足2%,超过九成的雪域资源为今后的市场开发以及商业模式的运作留出了巨大的市场空间。据了解,今后五年,张家口新建大型滑雪场6个,雪道200公里。

除了雪域资源,滑雪场游客访问量的逐年增加也为市场开发奠定了基础。张家口云顶滑雪场运营总监宋志勇告诉北京商报记者,“云顶滑雪场的游客流量从去年开始就有明显增加,高峰时日客流量能达到5000人,去年季卡的销售量也达到了6000多张”。云顶滑雪场相关工作人员透露,包括餐饮、住宿在内,云顶滑

近十年来中国滑雪人数变化



雪场去年的营收在2000多万元。

带动城镇:投资项目井喷

“冬奥整合了崇礼、赤城和延庆的旅游资源,将形成多层次共赢的格局;河北和北京共同发展,政府合作和百姓致富,最终形成体育产业与旅游产业融合发展。”国家旅游局规划专家王兴斌表示。

北京的延庆,张家口的怀来、崇礼等地经济相对比较落后,老百姓生活水平较低。北京携手张家口共同主办2022年第24届冬季奥林匹克运动会,有望破解这一困局。这是摆在张家口面前的“经济蛋糕”,政策投资“井喷效应”将拉动科技型企业发展和服务业发展,推动北京等地项目迁移,使张家口发展进入黄金时期。

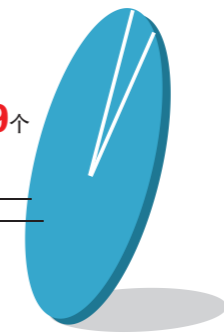
前北京奥运经济研究会执行会长、京张冬奥研究中心主任委员陈剑坦言,奥运会带来的“注意力经济”会使张家口从筹备到举办这七年时间里,获得全国乃至全世界的关注。这些关注度会转化为经济效益,提速张家口的发展,有机会借势脱颖而出,一举甩掉贫困。前往张家口考察、洽谈和投资的国内外客商大幅增加,阿里巴巴北方云基地数据港张北数据中心、中国太平洋建设集团洋河高科园基础设施建设、星美新能源电动汽车等一批大项目先后落户张家口。

户外装备:小众领域走到风口

滑雪等装备市场也迎来了冬奥“红利”。有媒体测算,待市场成熟,中国个人滑雪装备年消费规模有望达到150亿元。

资深体育人士认为,在我国,体育产业分为本体产业、相关产业和外围产业,前两者包括赛事、体育传媒相关电视版权

全国(除港澳台地区)开展冰雪运动的达29个,占比93.5%



交易等,但目前还是以政府为主导,半职业化缺乏竞争力,处于外国产业的体育用品只是很小的一块。“北京申办冬奥会将会推动冬奥项目的普及,冰雪类产品受到利好刺激,专业程度越高受益就越高。”

国内体育品牌361度与北欧户外品牌One Way Sport共同成立的中兰体育总经理李翔曾对北京商报记者表示,冬季项目是一个小众市场,多集中在北方且成本偏高。冬奥会对于户外产品来说是一个非常好的机会。

据了解,目前国内尚没有专注于冰雪类运动的户外品牌。资深户外人士向记者表示,滑雪等冬奥会项目在国内尚属中高端,国内户外品牌专门做滑雪等冰雪类项目的还不多,几乎都是代理国际品牌。同时,热衷于冰雪类项目的消费者经济条件较好,倾向于选择国外品牌。数据显示,国外品牌占据了国内滑雪器材市场85%以上的市场份额。初学者购置滑雪板、滑雪杖、滑雪靴等齐全的专业初级滑雪装备约花费7000-8000元。但国内户外品牌已开始切入冰雪产业。探路者先后成立合资公司经营造雪设备和雪场施工、推出冰雪服装,打造户外生态圈。

投资市场:利好体育概念股

自北京获得2022年冬奥会举办权以来,中体产业、北辰实业等相关概念股已经多次闻风而动,在业内人士看来,北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会的正式成立或拉动新一波行情。昨日,部分沾有冬奥会概念的个股已有表现。据同花顺iFinD数据显示,截至昨日收盘,14只正在交易的冬奥会概念股中12只上涨,而子公司中标冬奥会举办地崇礼县

污水处理工程的碧水源更是在午盘封上涨停板。此外,信隆实业、北京文化、河北宣工、中体文化等股票也有不错的表现。安信证券分析师表示,从历史经验来看,一般大型体育赛事申办成功后,相关领域及个股均会有不错的投资机会,冬奥会的申办,将对京张当地的基建、环保、消费及体育等相关个股带来积极利好。

国泰君安也曾发布研报称,投资者可以从北京张家口申奥成功带来的对于冰雪体育的刺激效应,以及对北京本区域效应两方面考虑投资机会,而兴业证券则看好基础设施以及环保等行业股票。在研报中,兴业证券分析师表示,为了筹备赛事,一个城市的基础设施,尤其是体育场馆将会有质的飞跃,这些项目的投资建设,会刺激经济增长并带来更多的就业机会,节能环保相关产业也会有投资机会。

竞技项目:更多民资将进场

我国冰雪产业起步晚,发展快,增加冰雪人口、找到产业发展新突破口将成为掘金“冰雪经济”的主要方向。乐视体育副总裁金航表示,构建冰雪产业首先要从赛事转播做起,要让大众观赏比赛,进而产生参与兴趣吸引更多爱上冰雪。目前我国观看冰雪赛事的人口约有1500万人,要达到国家预期的3亿人以上还有20倍的成长空间,市场潜力足够大。

出于对冰雪产业前景的看好,国内体育巨头也纷纷加速资源争抢。包括万达、乐视体育等纷纷发力赛事资源的争抢。北京大学中国体育产业研究中心秘书长郭斌对北京商报记者表示,以冬奥会为契机发展冰雪项目,未来可能不会仅限于体育巨头之间的争夺,更多民间资本、中小企业将迎来发展契机。冰雪产业拥有很长的产业链,在竞技冰雪资源开发上,体育巨头拥有资金、资源等优势,可以引发冰雪项目的“粉丝经济”,受到更多的人关注。但中小企业在开发休闲性质的“戏雪经济”上则更具本地化优势。“休闲类冰雪项目体验性更强,区域性的中小企业在本地资源的整合和开发上更好操作。”

北京商报记者 邵蓝洁 方彬楠 孙麒翔 张致宁 姜鑫/文 贾丛丛/制图

2015年度(第九届)
北京商业高峰论坛
暨首届生活服务O2O评价榜揭晓

大融合 大未来

2015.12.18 9:00 am

北京歌华开元大酒店二层国际新闻大厅

(鼓楼外大街19号楼 北三环安华桥西南角)



北京十大商业品牌评选
微信公众号

指导单位:北京市商务委

联合主办:北京市商业联合会 北京商报社

支持单位:中国经济报刊协会 央视财经频道

承办单位:北商研究院 北京经联文化传播中心

报名电话:

010-64101816(侯小姐) 64101817(路小姐)

邮箱:bjcdpx2012@163.com