

京东联姻好医生布局医药

北京商报讯(记者 李铎 肖鹏)昨日,京东与好医生集团签订战略合作协议,将在互联网医疗、医药电商、基层医疗等领域逐步展开合作,发挥各自的优势,打造“求医问诊+便捷购药”的一站式在线医疗平台。

互联网医疗和医药电商是2016年的一大热点,觊觎已久的京东自然不会错过这一红利期。京东在医药行业涉足较早,早在2011年就注册了医药城域名,同年7月与九州通旗下的好药师合作。但因拿不到《互联网药品交易服务证书》A证,只能通过O2O的方式与区域内药店合作,京东仅做药品展示。2015年联姻上海医药,达成处方药电商销售的独家合作,并上线了B2B医药业务。京东到家也联合诸多药店,打造送药O2O平台。

好医生集团董事长高瞻表示,用户在电商平台购买医药相关产品时需要依靠专业的医药咨询服务才能确保消费的科学性。在与好医生合作后,京东医药城总经理金恩林透露,京东将提供健康管理、接转诊服务等服务,打造综合医药、医疗服务平台。

易到用车宣布国内上市计划

北京商报讯(记者 李铎 孙麒麟)刚刚经历人事地震的易到用车,宣布启动国内上市计划。易到用车创始人兼CEO周航表示,易到用车的股权结构清晰,包括控股股东乐视、携程和创始团队三部分,只要拆除VIE结构,便可在国内上市。新任易到用车投资副总裁孙可则负责易到用车投融资的业务,推动易到用车实现国内上市。

有乐视“撑腰”的易到用车正在经历变革。周航介绍,乐视入股易到用车的100天左右,易到用车整体业绩实现了5倍增长,现在日订单量达到50万单。今年,易到用车的目标是日订单数达到100万单,增加运营车辆100万辆,司机突破100万名,同时,在GMV(流水)超过Uber中国,成为第二大专车平台,“比拼流水,易到用车有价格优势,我们的平台平均客单价是Uber中国的4倍”。

超越Uber中国同时需要大量资本作为支撑,周航表示,易到用车今年将会投入更多补贴,数目可能是公司几倍于过去五年补贴的总额。

新业务拖累 重庆百货净利降三成

北京商报讯(记者 刘宇)折腾的重庆百货在承受转型的阵痛。据重庆百货最新业绩快报显示,去年实现营业收入300.81亿元,同比下降0.2%;净利为3.35亿元,同比下降31.89%。对于营业利润、利润总额、净利等全面下跌,重庆百货方面解释称,是由于新开网点培育成本增加、新业务拓展以及人工、租金等刚性成本费用持续增长所致。

百货主业乏力,重庆百货试图多领域涉猎寻找新增长点,但金融、跨境电商等新板块还未带来正向增长。不过,这并未阻挡重庆百货加快新领域进入的部分。1月,重庆百货以7.03亿元拿下重庆商社汽车贸易、重庆商社中天物业发展有限公司等5家公司100%股权。

对于新一轮资产重组,重庆百货方面表示,汽车经销、电商平台服务、中央空调工程安装与家电售后服务、质量检测、房地产开发等不同行业,收购公司在文化、管理制度等方面与重庆百货有不同程度差异,整合后能否达到预期存在不确定性。

315调查

爱马仕服装甲醛超标

抽检9批次不合格 奢侈品售后再遭考问

象征高价高品质的奢侈品,在“3·15国际消费者权益日”临近之际,却遭遇质量风波。上海出入境检验检疫局最新公布的消息显示,去年全年爱马仕品牌进口服装被连续检出甲醛含量超出国家标准,共涉及9个批次,生产国为法国,这些不合格进口服装均被实施退运或销毁处理。然而爱马仕品牌方面对于消费者的担忧和售后处理则显冷淡。

品牌:不承诺退货

爱马仕品牌作为顶级奢侈品牌,产品价格不菲。北京商报记者发现,涉及甲醛超标的夏装品类中,一款衬衫的海外售价为2000余元;在国内某购物网站上,爱马仕男士纯棉衬衫标价4795元,男士黑色大衣售价达3.4万元。

北京商报记者昨日致电爱马仕北京SKP店和银泰中心店,电话均转接至爱马仕中国客户服务中心。客服表示,公司非常重视甲醛超标一事,正在研究解决方案,“具体方案未出台,希望消费者耐心等待”。

爱马仕北京国贸商城店店员则对曝光问题加以否认并表示,“甲醛超标的问题批次服装不可能在国内流通。公司称问题批次的服装都被销毁或退运,国外市场可能有甲醛超标的产品,但国内消费者购买的产品都是合格的”。

对于是否可以对问题商品退货处理,国贸商城店工作人员表示,相关机构进行检测后显示甲醛含量不合规,可到门店申请处理,并由门店上报给品牌总部,但不保证给予退货处理,专卖店不做承诺。该店员还表示,由于之前未遇到过甲醛超标这一情况,店里不清楚处理流程。

尽管以高价和品质著称,但奢侈品在中国出现质量问题却并非首次。去年6月,北京市工商局通报了95种抽检不合格的服装和鞋类产品,涉及品牌包括爱马仕、古驰、雨果博斯等多个奢侈品牌。

检疫部门:质量问题非常典型

虽然检出不合格的爱马仕产品已被销毁或退运,但其他批次的产品质量谁来保障?

针对爱马仕专卖店店员关于“国内不可能有问题服装”的说法,上海出入境检验检疫局工作人员昨日对北京商报记者表示,“对于爱马仕服装,短期内连续9个批次检测不合格,我们认为这种质量问题非常典型”。他解释称,检疫部门是根据产品情况进行动态抽检,“不一定每个批次产品都检测”,因此未曾抽检批次的爱马仕产品合格与否无法保证。这一说法,与上述店员的承诺相冲突。

此外,上海出入境检验检疫局披露的信息还显示,爱马仕甲醛超标的9个批次服装中有的甚至超标30%。

消费者对甲醛的理解一般停留在装修层面,但服装也同样会存在甲醛含量超标问题。

北京商报记者查阅我国实施的强制性国家标准GB 18401《国家纺织品基本安全技术规范》发现,接触皮肤的服装如衬衫、裤子、裙子等,甲醛含量要求不得超过75mg/kg,不接触皮肤的服装如毛衫、外衣和桌布、窗帘等室内装饰类产品,甲醛含量要求不得超过300mg/kg。

北京商报记者从北京市消协了解到,甲醛主要来源于氨基树脂整理剂、固色剂、染料印花粘合剂及柔软等整理剂。甲醛与蛋白质结合,会改变蛋白质结构,对呼吸道和皮肤产生强烈刺激,引发呼吸道炎症及皮肤炎症。上海出入境检验检疫局还警示,甲醛吸入人体后可能引起哮喘病,还可能造成血液病、肝中毒等疾病。

专家:大牌售后强硬

独立服装分析师马岗表示,近年来国际大牌服装质量问题已屡见不鲜,而且屡禁不止。一方面国家层面应加强对多次出现问题企业的监控,另一方面,品

牌也应加强品牌把控。“此次9个批次服装被销毁或退运,对爱马仕本身是一种损失,也为品牌敲响了警钟。”

奢侈品领域专家、财富品质研究院院长周婷则认为,爱马仕品牌应当积极地回应此事,但由于涉及流程问题,中国公司恐怕没有发言权。

一位不愿具名的奢侈品行业高管向北京商报记者表示,爱马仕的后续处理是否积极很可能在于消费者的反应激烈程度。国外大牌可能认为中国消费者维权意识不强,往往对中国市场的产品质量问题缺乏足够的重视。如果投诉人较少,很可能不了了之,但如果消费者或媒体“追得紧”,则可能拿出处理方案。可以说,爱马仕的产品问题能否有效解决主要在于消费者的反应和媒体是否能够持续关注,亦是对品牌是否真正重视中国市场的一次变相考验。

北商研究院特邀专家、北京商业研究所所长赖阳表示,由于国内外标准的差异,国际品牌产品在华检测不合格,也不一定就是严重的质量问题。但既然进入中国市场就应重视当地指标,加强质量把控。他认为,奢侈品的高价一部分源自较高的品牌溢价,质量不一定是最好的,消费者应认清实质。

北京商报记者 王晓然 王明杨
实习记者 王玮

快递企业资本大战愈演愈烈

与全峰快递进行收购事宜谈判。双方的收购谈判在春节前就已经开展,但是在收购价格上至今尚未达成一致,全峰开出的加码在20亿元以内,与顺丰心理价格仍有2亿元差价。顺丰收购全峰是由于全峰资金链困难。顺丰相关负责人以“编”来否认收购一事,全峰也表示,此消息并不属实,全峰资金链一切正常。

在快递专家赵小敏看来,此收购事

宜可能性极低,“对顺丰而言,全峰并不是一个很好的标的”。有不愿具名的业内人士表示,全峰业务和网络对于顺丰而言并无补充作用,同时也并非一个大型重资产企业,“收购没有太大意义”。

有知情人士透露,收购消息不排除企业故意“放风”炒作,为企业后续资本运作做铺垫。全峰快递集团昨日在微信公众号中表示,“快递一家亲”,并列举了

大量“找对象”名单。

快递业大量动作背后是行业资本战打响。在赵小敏看来,今年至明年上半年是快递企业资本运作关键期,资本介入将使一些快递企业成功上岸,同时在行业门槛提高下,部分快递企业将面临淘汰。据赵小敏透露,目前有几家快递企业正在寻求买方,“不过,在看不到前景的前提下,这些企业想要卖出去并不容易”。

2015年度（第十一届）北京十大商业品牌评选
获奖公告

2015年度北京十大商业品牌金奖

- | | |
|-----------|--------------|
| ★ 北京稻香村 | ★ 全聚德 |
| ★ 北京市百货大楼 | ★ 同仁堂 |
| ★ 菜百首饰 | ★ 呷哺呷哺 |
| ★ 超市发 | ★ 新发地市场 |
| ★ 翠微股份 | ★ 燕莎奥特莱斯购物中心 |
| ★ 京东 | ★ 吴裕泰 |
| ★ 居然之家 | ★ 张一元 |
| ★ 眉州东坡 | |

2015年度北京十大商业品牌

- ★ 北京SKP
- ★ 北京赛特奥莱
- ★ 金源新燕莎MALL
- ★ 便宜坊
- ★ 庆丰包子铺
- ★ 首创奥特莱斯
- ★ 味多美
- ★ 物美
- ★ 西单大悦城
- ★ 西单商场

2015年度北京十大外埠和跨国商业品牌

- ★ 7-eleven
- ★ 红星美凯龙
- ★ 家乐福
- ★ 肯德基
- ★ 亚马逊中国
- ★ 顺丰速运
- ★ 苏宁云商
- ★ 唯品会
- ★ 星巴克
- ★ 永辉超市

2015年度北京商业创新品牌

★ 营销创新品牌:

1919酒类直供
城外诚
航诚商业
蜜芽
御食园

★ 管理创新品牌:

爱琴海购物中心
北京建材经贸大厦
汉光百货
华润五彩城
万家灯火

★ 文化创新品牌:

华润凤凰汇
家和家美
来福士
南新仓
洋码头

★ 服务创新品牌:

e袋洗
金宝汇
蓝景丽家
每克拉美
首汽租车

★ 区域创新品牌:

北京荟聚购物中心
京通罗斯福
酷车小镇
龙湖·长楹天街
天津大悦城

★ 环保创新品牌:

北京绿地缤纷城
东方新天地
大润发
集美家居
世茂广场·工三

(以上名单均按首字拼音排序)

主办机构 北京市商业联合会/北京日报报业集团

承办机构 北京商报社

支持机构 北京市商务委/北京市工商局/北京市国资委/北京市发改委
北京市统计局/北京市地税局/北京市质监局/北京市贸促会
北京市工商联/北京市社科院/北京财贸职业学院

学术支持 北商研究院

特别支持机构 中国商业联合会/中国经济报刊协会

协办机构 北京品牌协会/北京市产业经济研究中心/北京网络媒体协会/北京商业经济学会

媒体支持 央视财经频道/北京日报/北京人民广播电台/BTV5/北京晚报

北京晨报/北京青年报/首都建设报/北京娱乐信报



北京商报社官方微信



北京十大商业品牌评选

官方网站: <http://biztop10.bjbusiness.com.cn>