

· 商讯 ·

Esprit在华营收跌11.6%

北京商报讯(记者 李铎 王明杨)转型未见起色的香港休闲服饰品牌Esprit寄希望于线上。Esprit母公司思捷环球集团日前公布2015/2016财年上半年财报,由于亚太区持续疲软,集团净亏损2.38亿港元。集团将加重以中国为首的亚太区的电商渠道发展,构建全渠道模式。

财报显示,截至2015年12月31日上半财年,集团营收同比下跌13.1%至93.15亿港元。在亚太市场,尽管大力促销,但营收同比下跌6%。中国市场营收跌幅达11.6%,但受益于电商业务的增长,中国及亚洲市场的同店销售有所增长。集团表示,将通过建立全渠道模式来优化渠道表现,促进线上业务的增长。以中国为主的亚太区将是线上布局的重点,集团线上业务中短期的目标是高个位数和双位数的增幅。北京商报记者发现,Esprit天猫旗舰店的关注量为81.9万,总销量过千的商品仅40余件,多为百余元的短袖服装。与优衣库、ZARA等快时尚品牌尚存在巨大差距。服装专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄表示,门店表现不佳,单纯依靠电商难以扭转颓势,线上也面临众多快时尚品牌竞争。

Swatch集团销售六年来首降

北京商报讯(记者 李铎 王茜)国际市场的持续疲软给腕表行情带来下行困扰。全球最大的腕表制造商、瑞士钟表公司Swatch集团日前发布财报显示,集团净营收下跌3%至84.5亿法郎,这是其六年来首度销售倒退,净利润下跌21%至11.2亿法郎。

Swatch在内地表现良好,但预计未来1-2年内,在香港的销售业绩仍然艰难,香港零售业已经连续下滑11个月。Swatch集团首席执行官Nick Hayek表示,中国消费者是瑞士腕表的最大客户,全球50%以上的瑞士腕表消费都来自中国人,香港及内地市场过去五年一直占据瑞士腕表第一和第三大市场,集团方面也表示,今年1月瑞士腕表出口的第三大市场中国内地持续夏季以来的反弹趋势,腕表消费呈现强劲增长,据此预期,2016财年固定汇率计净销售额会恢复增长,增幅应该会超过5%。业内人士认为,随着中产阶级的崛起,大众化、理性化消费成为新趋势,Swatch集团旗下轻奢子品牌如天梭、美度、欧米茄等品牌表现良好。

跨境电商平台齐加码视频直播

北京商报讯(记者 李铎 孙麒麟)“视频直播+海淘”模式成为跨境电商之争的重要方式。跨境电商平台波罗蜜全球购昨日宣布,平台通过“视频直播+海淘”的模式在日本、韩国市场与300余个品牌达成首次合作关系。

波罗蜜全球购联合创始人雷婷婷介绍,当前国外大品牌面向中国消费者发布新产品的时候会感到推广困难,中小品牌进入中国市场欲望强烈,但门槛高,缺乏渠道资源。“视频直播+海淘”恰好能帮助这些大、中、小品牌迅速建立与中国消费者的连接。同时,依靠“爆品”拓展市场的跨境电商平台竞争逐渐乏力,各大平台纷纷寻求更多品牌合作增强平台“长尾商品”的数量,视频直播也成为带动“长尾效应”的重要方式。

目前,淘宝、聚美优品、亚马逊等平台也已经布局视频直播模式发力跨境购物。

责编 王晓然 美编 宋媛媛 责校 唐斌 电话:64101866 syzx10@126.com

行政支出减3亿 净利才得1430.9万元

砍“成本”助推李宁扭亏

李宁本人重新出山一年后,公司业绩终于翻身。2015年李宁有限公司(以下简称“李宁公司”)连续亏损三年后首次扭亏为盈,收入同比增长17%至70.89亿元,净利1430.9万元。创始人回归后的李宁公司重振核心品类,找回核心消费群。不过,公司行政支出从上年度的6.27亿元缩减至3.46亿元,此举也助推了盈利的实现。

行政支出砍半

李宁公司发布2015年财报显示,2015年收入70.89亿元,较上年上升17%;年内经营溢利为1.57亿元,包括毛利率增幅、经营性现金流等多项指标恢复正常。同时实现净利1430.9万元,这是李宁公司连续三年亏损后首次盈利。公司销售点净增加507个达6133个,其中直营销售点净增313个,经销商销售点净增加194个,自2011年以来重新恢复扩张。2015年商场渠道销售点净增303个。这也是李宁本人重回运营

一线后的直接效果。2016年公司计划净增300-500个销售点。

值得注意的是,李宁公司盈利仅过千元,而去年其行政支出就从2014年的6.27亿元减少至3.46亿元,减少幅度最大的是管理咨询费和差旅及业务招待费,佣金及订货会相关费用增长明显。李宁表示,2016年将继续维持成本控制力度。

核心品类细分

2012年TPG合伙人金珍君空降李宁公司后,将以往的多品牌大撒网扩张聚焦到核心品类核心市场。2015年初,李宁回归公司后,将篮球、跑步、综训、羽毛球及运动生活五大核心品类成立各自独立的事业部集群,希望能够成为驱动该公司发展的利润中心。财报显示,核心品牌李宁牌收入占集团总收入的98.3%,同比上升17.5%,跑步事业部大幅增长,300元左右的鞋品订货和销售增长超50%。

细分品类和细分门店也在进行。跑步、篮球、训练品类将专业和大众区分;运动生活品类细化为大众经典的运动生活产品、运动休闲快时尚的弹簧标产品和高端运动时尚LNG产品,公司希望能够聚焦在核心消费人群上,又扩大产品销量。据北京商报记者了解,李宁篮球品类下的韦德之道在北京颐堤港购物中心开设专卖店,这是李宁公司之前从未有过的细分门店举措,也是国际体育巨头阿迪达斯实践并正在推广的举措。运动休闲快时尚的弹簧标门店和针对时尚商务人士的LNG分别开设30和50多家门店,两者在2016年的计划分别是新增100家和40多家门店。同时,非核心品类将被撤除干净。公司去年宣布,以约1.25亿元现金向非凡中国出售红双喜10%股权。

未来在“互联网+”

李宁公司财报显示,2015年全年电

电商巨头扎堆网络拍卖

北京商报讯(记者 李铎 陈克远)“互联网+拍卖”日趋流行,电商巨头纷纷入局。京东集团昨日宣布上线京东拍卖频道。此前如淘宝、苏宁易购等电商平台早已瞄准线上拍卖市场。

据了解,京东拍卖频道最早于去年8月推出并试运行,昨日正式宣布上线。京东拍卖频道主要业务包括珍品拍卖、海关拍卖等业务,拍品涵盖珠宝玉器、奢侈品、文玩收藏等领域。京东方面表示,通过与国内传统拍卖机构、典当行、海关机构合作,如华辰拍卖、荣宝斋、华夏典当等,由其提供拍品,平台按品类收取交易佣金,但佣金的具体比例未透露。

此前,阿里巴巴旗下淘宝平台通过接入司法拍卖,已占领了部分市场;苏宁易购推出零起拍价的“闪拍”业务。《2015年度拍卖行业蓝皮书》的数据显示,去年中国拍卖市场全年成交额达300余亿元。中国电子商务研究中心分析称,网络拍卖已成为拍卖市场规模增长的重要驱动。拍卖行业从业人员表示,传统拍卖行业可分为艺术品拍卖和资产拍卖两类。前者需要较高专业理解力和市场营销能力;后者更多依赖企业与资产拍卖品委托人的关系。网络拍卖往往两者兼备,若缺乏经验,拍品无法在适当周期内出手,企业很难获利。也有商家反映,上线的拍品拍出率不高。业内人士指出,对于艺术品市场,还需要慢慢培养。

饿了么回应清空历史订单:给服务器减压

北京商报讯(记者 李铎 肖鹏)自央视曝光外卖平台黑幕后,饿了么迅速将用户订单数据清空、问题商家死灰复燃……3月17日本报独家报道了《饿了么蹊跷清空用户订餐数据》。昨日,饿了么向北京商报记者回应称:“清空用户数据是出于减轻服务器压力的考虑,过往订单仅在前端无法显示,后台数据库仍有保存。”同时,在饿了么创始人兼CEO张旭豪立下军令状后,饿了么昨日也终于拿出了整改方案,开通24小时举报热线、百人团队线下排查以及惩罚从严。

被“3·15晚会”点名后,饿了么曾宣布将紧急整改,掌舵人张旭豪也表示“要见效果”。北京商报记者发现部分用户的历史订单被清空。对此,饿了么昨日对此事向记者做出回应,“出于减轻服务器压力的考虑,饿了么在2015年底已将原来显示1个月订单的功能改为半个月,但前端提示语未及时进行更新。所有订单情况仍保存在饿了么后台数据库,用户可通过致电查询”。除近半个月的订单无法查询外,北京商报记者发现,官网

上的“全部订单”页面也无法查询历史订单,饿了么相关负责人表示,“底层数据库改造也将历史订单查询去掉了”。

同时,北京、上海和四川的食药监管部门对饿了么和问题商家进行了查处。北京市食药监局查封了西小马小区、三元路、通州北苑万达广场金街、杨庄小区和复兴北里等处的5家无证经营餐馆。北京市食药监局昨日又约谈了饿了么、百度外卖、到家美食会、美团、小组赛饭等10家网络餐饮运营商,要求对商户资质、证照进行审查,核查实体门店,尤其是要核查仓储设施和冷链运输。

饿了么向北京商报记者透露出后续整改措施,“开通24小时监督举报热线,一经确认48小时内处理;委托第三方机构协助建立商户准入体系,承诺平台先行赔付……”不约而同,竞争对手美团外卖、百度外卖也宣称将整顿平台。尽管都在公关层面竭力塑造形象,但截至目前,尚未有平台按北京出台的《网络食品监督管理办法》将商家证照公示出来。



恒大金服
HDFAX.COM

恒大旗下互联网金融平台

恒大金服

隆重上线

● 恒大实力保证 ● 资金全程银行监管 ● 国际水准风险管理

扫我有大礼

开门抢豪礼

注册立享

1000 元现金券
大礼

邀请好友投资

立返好友
投资额 1%
现金
奖励

邀请3位好友注册

立得 0.5% 加息券



恒大集团
EVERGRANDE GROUP

金服平台 www.HDFAX.com

金服热线 400 688 3333

投资有风险,请谨慎选择