

范思哲靠线上营收大增

北京商报讯(记者 李铎 王明杨)线上业务的出色表现助力意大利奢侈品集团Gianni Versace Spa(范思哲)实现大丰收,Gianni Versace Spa日前发布2015财年业绩,销售同比增长17.5%至6.45亿欧元,按固定汇率计算增幅为8.6%,EBITDA(息税折旧摊销前利润)同比增长19.9%至8100万欧元。

财报显示,截至2015年12月31日集团在各大市场均实现不错的增长,欧洲市场增幅为33%,中国市场36.6%的增速帮助亚洲市场增幅达到26.7%,北美市场增幅为27%。渠道方面,集团零售渠道销售同比增长28.9%至4亿欧元,批发渠道销售同比下滑0.4%至1.95亿欧元。同时,集团线上渠道销售增幅达31.2%,快速的增长也让首席执行官Gian Giacomo Ferraris表示,2016年将进一步发展电商业务。产品线方面,集团主线品牌Versace实现23.6%的增长,男女装品类营收占比基本持平。副线品牌Vervus Versace受益于零售翻番和批发增长21.4%而增长至3700万欧元。

尽管在奢侈品普遍萎靡的2015年实现销售、利润的双增长,但Ferraris对2016年表示“谨慎乐观”,原因是今年一季度业绩已经显现起伏,且全年变数也在增加。集团今年计划投入5000万欧元开设新店和翻修原有门店。目前集团在中国拥有30家门店。

除了业绩,Gianni Versace Spa的上市事宜也持续受到关注,由范思哲家族控制的集团曾为筹集资金扩张门店在2014年向私募巨头黑石集团出售20%的股权。目前集团仍在筹备IPO,但尚未确定日程表,Ferraris此前表示希望尽快IPO,上市地点不局限于意大利,伦敦和香港都是潜在选择,但上市后集团仍将维持家族控股。

Papi酱广告落户阿里拍卖

北京商报讯(记者 李铎 王运)“新媒体广告第一拍”开拍在即,昨日下午,领投Papi酱的逻辑思维创始人罗振宇表示,将于4月21日在阿里的拍卖平台上开启“中国新媒体世界的第一次广告拍卖”,用户将通过互联网“边看直播边出价”的技术,参与到网络红人Papi酱的视频广告线上线下同步竞拍中来。

据了解,本次活动阿里拍卖将同时设立线上和线下两个竞拍会场,参与竞标的企业需要先行冻结百万元人民币的信用保证金,而这也创下了阿里拍卖“商拍”保证金的最高纪录。

被称为“2016年中国第一网红”的Papi酱,本名姜逸磊,目前是一名还在中戏导演系就读的研究生。此前,凭借40多条原创短视频,这位“集美貌与才华于一身”的女孩,在短短几个月内迅速蹿红网络世界,不仅收获微博粉丝859万,也在优酷等各个视频平台累计播放量过亿。3月19日,Papi酱正式确认获得来自罗辑思维、真格基金、光源资本和星图资本等联合投资的1200万元。

在业内看来,这次拍卖极有可能诞生“新媒体世界”的第一位广告标王。据悉,已经有部分企业现场表示,将准备千万元资金参与本次“新媒体广告第一拍”。

闲置交易市场规模超4000亿

北京商报讯(记者 李铎 王运)“分享经济”东风之下,闲置物品交易市场成为新风口。第一财经商业数据中心最新公布的《2016分享经济发展报告》(以下简称“报告”)显示,2016年中国闲置市场规模保守预计已达4000亿元,远超出分享市场。同时,阿里巴巴集团旗下的闲置交易社区闲鱼也对外证实,先期投入1亿元开展“百城千集”项目,加大对交易社区的投入。

报告表示,参照2013年美国闲置市场对总零售的渗透率约为0.8%,假设2016年中国的闲置渗透率与美国2013年水平相同,初步估算我国2016年闲置市场规模约为1462亿元。同时考虑到多年来闲置物品始终没有较成熟的流通渠道,每人手里都有一些积攒多年弃之可惜的旧物,存量市场至少要乘上三四倍。因此目前国内闲置交易市场规模估计超过4000亿元,远超当下甚是火热的“出行分享市场”。

拥有巨大体量的闲置物品交易市场成为二手交易平台眼中的一片沃土。闲鱼近日宣布,未来一年将在交易密度最高的100座城市,举办1000场闲鱼集市,并将为闲鱼鱼塘的发展先期投入上亿元。“鱼塘”是指闲鱼打造的基础闲置交易流通单元,它以小区、公司、学校等场所为核心,以一定地理位置划定半径而形成的交易社区。



责编 李铎 王运 美编 李彦 责校 唐斌 电话:64101866 syzx10@126.com

北京门店成京籍百货“拖油瓶”

百货业态的魔咒今年依旧难解。北京商报记者调查发现,京籍上市百货公司去年成绩单颇为惨淡,营业收入持续缩水,微弱增长的净利并非来自主营业务贡献。百货业态持续扮演拖油瓶的角色。重点百货集团未来押宝在购物中心、奥莱等新兴板块中。但在跨境电商兴起、购物中心升级等竞争更为严峻的市场形势下,新店培育难度与时间今非昔比,百货公司的翻身仗将成为一场持久战。

百货业态的经营疲态在两家京籍上市百货龙头去年成绩单中凸显。去年已是首商股份与王府井百货连续两年营业收入缩水,首商股份营业收入2013年为120.67亿元,2014年为118.15亿元,2015年下降到109.36亿元。王府井百货从2013年的197.9亿元,减少到2014年的182.77亿元,去年同比下降5.19%至173.28亿元。在净利方面,两家公司均有微小提升,但非主营业务产生的净利贡献不小。首商股份去年净利为3.44亿元,同比微增2.85%。王府井百货净利为6.61亿元,同比

增长3.96%。其中,王府井百货非主营业务贡献1.9亿元,约占公司总净利的1/3。商业预付卡缩水持续影响百货经营现金流。去年,首商股份经营活动产生的现金流净额为3.4亿元,比上年同期减少2.3亿元,降幅为41.1%。下降主要原因受单用途商业预付卡销售下降、存管资金相应转回以及销售下降现金流入减少等所致。首商股份表示,除金源新燕莎MALL和天津新燕莎奥莱以及以运动休闲为主营的法雅公司外,其他业务板块均出现不同程度的业绩下滑,特别是百货业板块下降明显,直接影响公司经营业绩提升。

分区域来看,北京地区百货商场受影响最为严重,首商股份北京区百货业态中营业收入同比变动下降15.49%,毛利率为24.52%。从门店坪效情况来看,首商股份北京百货商场坪效为1048元/建筑面积平方米/年,产生销售额为2.55万元/经营面积平方米/年,销售增长率跌幅为15.5%。

Market focus

右安门华堂变身王府井社区店

王府井在京首家购物中心落地右安门,这也是集团进军社区商业的探索。针对南城消费特点,王府井集团希望借助“精品空间、奥莱价格”定位,突围商圈。南有天客隆,东有餐饮品牌聚集的悦秀城,取代华堂商场的王府井购物中心,眼前并非是一条坦途。

社区模式

华堂右安门店去年4月因经营不善闭店,王府井百货收回物业,决定以社区商业切入,将该店改为社区购物中心。购物中心覆盖玉林里、开阳里、万博苑等小区。

相比于北城,右安门地区消费人群“老北京”比较多,观念稍显保守,也更理性,注重商品性价比。针对这一特点,区别于华堂商场和其他王府井系商业的定位,王府井购物中心推出“精品空间、奥莱价格”购物模式,用低价吸引消费者。王府井购物中心右安门店总经理李春晖在接受北京商报记者采访时表示,“进驻购物中心的品牌不求新品齐全,但平时折扣力度要大,让居民在家门口买到称心的商品”。

针对周边小区儿童多的特点,王府井购物中心右安门店加大儿童业态,做强儿童品类,用“一拖N”的效应和“体验式”特性给中心带来“全家消费”的效果。

王府井购物中心右安门店以餐饮为主力业态,儿童游艺、美容美甲、女装、鞋品、数码等服务和商品作为补充。此外,传统购物中心与国安社区服务中心结合,将为居民提供24小时便民服务。

突围商圈

王府井购物中心位于右安门内大街,周边社区多为上世纪90年代建成的老房,物业管理相对较差。除了天客隆超市、悦秀城、北京南站商业外,大型商业设施较少。

在右安门商圈,悦秀城内进驻的餐饮品牌较多,

类型包括火锅、韩式料理、川菜、小吃快餐等。同时,悦秀城内健身、丽人、亲子类品牌齐全,还拥有KTV、电影院等休闲娱乐业态。与王府井购物中心距离不到一公里的天客隆超市迎南公寓店,也是王府井购物中心生活超市的对手。去年9月,生活超市在开业初期,曾通过低价促销的方式吸引了大量周边居民购物,但随着促销力度的逐渐减小,客流也随之减少。王府井购物中心正式开业后,生活超市又推出低价促销、小票抽奖等多种活动,加大优惠力度。

如何突围右安门地区,打造独具特色的购物中心,成功留住消费者,提升门店的人气,避免成为第二个华堂商场,成为王府井购物中心的发展看点。

转型棋子

从2014年开始,王府井集团成为商业零售业的转型先锋,通过右安门项目探索社区商业,是王府井集团未来考虑的发展方向之一。业内人士认为,零售业转型的大背景下,未来最具生命力的零售业态就是小业态和社区商业。越是在电商浪潮中,社区购物中心的地位与作用就将愈加凸显。这座经营面积仅有1.18万平方米的迷你MALL,被王府井集团抱以厚望。

北京商报记者了解到,这不是王府井集团首度破冰新业态。2010年,王府井集团曾推出首个子品牌“hQ尚客”百货,但在三年后因所在物业大钟寺中坤广场转型,hQ尚客百货关闭。随后,王府井集团收购了春天百货,补充了高端百货与奥特莱斯业务,成为王府井集团新业态拓展时的盈利点。

王府井百货集团总裁东嘉生表示,如何经营好社区型购物中心,是集团在战略转型中面临的新课题。购物中心右安门店的运营工作取得新成果,就是对集团转型探索的有力支持。李春晖也表示,“如果右安门店探索成功,集团将通过合适的地产项目扩展购物中心数量和规模”。

北京商报记者 刘宇 实习记者 王玮

王府井百货方面表示,北京地区受宏观环境和政策影响,门店收入降幅较大,影响公司整体收入水平。财报显示,以北京、山西、内蒙古地区为主的华北地区营业收入下降6.26%。北京王府井双安商场净利下滑16.56%至8994.72万元。

向购物中心与奥莱业态偏移是近两年两大公司的相同战略,不过,新增业务和门店还在培育期尚未盈利。首商股份旗下天津新燕莎奥莱和新燕莎金街项目都需要进一步提升;王府井电商持续亏损,亏损额度为3686.82万元,佛山购物中心项目投资12亿元,报告期内该项目亏损275.2万元。

期待回暖

由于百货占比较高,新业务短期难以有正向增长,今年仍将是百货公司的艰难之年。首商股份方面预计,公司高端百货业态受政策影响仍将处于止跌企稳的艰难恢复期。奥特莱斯和购物中心两个业态的竞争对手数量不断增多、实力越来越强,将进入更加激烈的白刃战。大众百货和时尚百货受经营规模和服务功

能的限制任务艰巨。

面对严峻的竞争形势,首商股份与王府井百货的重点发力区域战略不同。首商股份集中发展北方地区和京津冀市场。王府井百货去年收购哈尔滨群力文化广场二期,沈阳赛特奥莱的物业持有方青岛北方奥莱,枫华商业(主要为熙地港(郑州)购物中心项目)17.85%股权。另外,还加大外埠购物中心与奥莱新店投资,投资3.01亿元与港中旅(沈阳)置业有限公司开发沈阳赛特奥莱项目二期商业用房;斥资7.9亿元开发的熙地港(西安)购物中心项目去年向股东借款1.1亿元,扩大商业物业和地下车库购置面积。

王府井百货将增加自持物业比重,未来几年主要资金将用于建设运营佛山购物中心、哈尔滨群力项目以及熙地港购物中心西安、郑州项目;在南昌、银川等地租赁物业开设购物中心。

以提高利润为导向成为两大京籍百货今年的共同目标,从业绩预期来看,王府井百货与首商股份都将回暖。今年首商股份预期实现销售113.33亿元,利润6.1亿元。

北京商报记者 刘宇

政策利好 二手车电商风云再起

北京商报讯(记者 李铎 陈克远)政策东风的正向推动,让二手车电商在规范化道路上再迈一步。国务院办公厅日前发布《关于促进二手车便利交易的若干意见》(以下简称《意见》),《意见》中指出,将从打破地区封锁、建设信用体系、推动模式创新等方面推动二手车行业发展,资本推动下,二手车电商逐步走入人们视野,但其中不乏政策壁垒以及平台发展中自身问题等限制因素。业内分析人士认为,国内二手车电商仍处于发展初期,《意见》落地后,行业将迎来更大发展机遇。

经历了去年的广告大战,二手车电商作为二手车流通行业中的创新模式被越来越多的消费者接受。《意见》中提出,将积极引导二手车交易企业线上线下融合发展,鼓励发展电子商务、拍卖等交易方式。

二手车电商行业蓬勃发展之下,事故车频出、数据造假等问题也让二手车电商备受信任考验。根据《意见》,“二手车市场主体信用记录”建设将被提上日程。相关政府部门将依法采集二手车交易市场、经销企业、拍卖企业及其他市场主体的信用信息,加强二手车市场主体信用体系建设,人人车联合创始人杜希勇表示,《意见》从政策上鼓励二手车电商发展,将有利于全行业规范建设。

《意见》中的提议不仅利好于二手车电商,也将有助二手车流通产业打破发展瓶颈。根据此次《意见》,要求各地人民政府不得制定实施限制二手车迁入政策。

就国内二手车电商行业发展情况而言,尽管模式上呈现百花争鸣的态势,但整体渗透率不高,且盈利水平有限。据了解,当前多数二手车电商通过抽取5%~8%的服务佣金作为主要收益来源。车猫网联合创始人、高级副总裁韩光裕表示,服务佣金只占营收的一小部分,金融业务才是未来盈利方向。