

· 商讯 ·

## 易果生鲜获2亿美元融资 将接管苏宁生鲜频道

北京商报讯(记者 邵蓝洁)虽然资本寒冬论盛行,但是生鲜电商却迎来了最密集的资本宠幸。有消息称,易果生鲜已完成苏宁等领投的2亿美元C+轮融资。易果生鲜方面对此并无回应但表示,稍后会有关于此次融资的具体信息。这是今年以来易果生鲜第二轮融资,C轮和C+轮融资预计达到了5亿美元左右。据北京商报记者不完全统计,这也是今年第11起生鲜电商获得融资的案例。

据了解,苏宁投资易果生鲜后,易果生鲜将整体入驻苏宁超市下的“苏鲜生”,苏宁于2015年3月宣布正式进军生鲜市场,开售自营生鲜产品,并命名为“苏鲜生”,产品涉及蔬菜、水果、海鲜、禽蛋、肉类等,预计易果生鲜的人驻将为“苏鲜生”直接增加4000个生鲜商品SKU。

据易果官方数据显示,易果生鲜目前有4000个SKU,全为生鲜类产品,客单价在150~200元之间,综合毛利率超30%。独立物流公司安鲜达目前拥有6地7仓,日均可处理订单10万以上,覆盖全国330个主要城市和地区,履单成本20%出头,损耗在3%~4%。今年3月,易果生鲜宣布完成C轮融资,金额未对外宣布,但据称阿里巴巴联手KKR注资2.4亿~2.8亿美元。

易果生鲜创办于2005年,据报道,阿里巴巴早在2013年就以千万美元投资了易果生鲜,并于此后多次注资。此后,易果生鲜作为天猫超市生鲜频道“每日鲜”的独家运营商,借助天猫超市,易果生鲜获得了优质流量以及全国覆盖的可能性。

## 物业方收回自营 太平洋百货上海关店

北京商报讯(记者 吴文治 王玮)因租约到期,台资品牌太平洋百货将于年底关闭位于上海淮海东路的门店。作为这一地区的地标性商业体,有消息指出,门店面临新一轮商业调整,物业方将收回自营。

北京商报记者了解到,太平洋百货淮海路店开业已有20年时间,但如同众多老牌百货店难逃关店厄运。据悉,物业持有方瑞安集团将收回物业自营,将原址打造成“智慧型、体验式”购物中心,届时整体硬件都会被改造调整,并增加更多零售业态与消费者体验型业态,与瑞安旗下的新天地、湖滨道等商业体,以及这几年火爆的K11购物中心等形成联动。不过,也有知情人士透露,由于百货业态租金过低,行业整体下滑,物业将改为租金相对更高的商务楼。目前,门店进入闭店倒计时,店内随处可见全场1折起和清仓销售折扣信息,地下一层的鞋类和户外运动服饰清仓价也吸引了大量消费者“扫货”。

事实上,在上海淮海路地区,招商难、大厦闲置的现象仍未得到缓解。分析人士认为,百货业业态陈旧,而购物中心等业态的崛起分流了属于百货业的消费者,淮海路商业落寞很难得到改善。北京工商大学经济研究所所长洪涛表示,百货的未来必须进行转型。另有分析人士指出,本土传统百货千篇一律,同质化严重,未来百货公司面临升级转型是大趋势,如果能够像香港或者国外的百货一样,抓住客户需求,做一些精细的有特点的产品,百货业态尚且不会消失的地步。

责编 王晓然 美编 贾丛丛 责校 唐斌 电话:64101866 syzx10@126.com

## 市场红利让美邦盲目自信

# 周成建反思:把互联网看得太重

从曾经的行业龙头到现在面临“戴帽”风险,“不走寻常路”的美特斯邦威正处于风暴中。美邦创始人周成建近日在2016中国全零售大会上表示,之前向互联网转型走了很多错路和弯路,其实互联网只是一种手段,不是一种目的,希望交过的学费能够让其他同行有所警示。在周成建看来,现在不能再重复制20年前那套模式,把产品作为核心竞争力,以此培养有生活态度的品牌是重构竞争力的核心。

### 业绩连降

在上个月披露的三季度财报中,2016年1~9月美邦实现营业收入47.11亿元,同比增长8.83%;净利润-1.54亿元,比上年同期减亏12.73%;三季度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润亏损9545万元,较上年同期微降7.63%。从2015年遭遇上市首次亏损后,

美邦一直没能走出亏损阴影。

2008年,美邦在深交所挂牌上市,上市之后,股票逆市大涨51%,周成建身家超过160亿元,成为中国服饰业的首富。但2015年,美邦营业收入归属于上市公司股东的净利润为-4.32亿元,同比大幅下滑396.57%,这是美邦上市以来首次出现亏损,门店数量也从5220家降至3800家。

### 转型见效慢

事实上,美邦并未坐视业绩下滑无动于衷,而是在多品牌和互联网方面动作频频。2008年,美邦试图从H&M、ZARA等快时尚品牌手中分得一杯羹,高调推出时尚品牌ME&CITY,并且大手笔签下当时炙手可热的《越狱》主演温特沃斯·米勒担任形象代言,不过仓促进入市场的ME&CITY当年实际销售额不足亿元,2009年营业收入也只有3.5亿元,且一连亏损多年。

在互联网方面,美邦的探索并不晚,不过并未有实质性进展。2013年美邦开始搭建O2O平台邦购网。不过O2O概念慢慢沉寂,邦购网也几经沉浮。2015年美邦推出“有范”App,将集团线下4000家门店带来的数亿人次的客流和1000万的会员转化为平台用户,并通过向入驻品牌抽点、与卖家通过多种合作方式分成来盈利。有范通过赞助三季“奇葩说”提高了知名度,但具体在商业进展上却看不到明显突破。

### 反思重构竞争力

从当年的行业领头羊到如今的谷底,美邦的创始人周成建将问题指向消费升级下,以价格敏感吸引消费者的企业的丧失了竞争力。周成建在2016年全零售大会时尚发展论坛上直言,“包括美邦在内的大部分服装品牌都是受益于20年前的市场红利和成本迅速做大,曾经的

成功导致我们盲目自信,在过去五年,互联网大势所趋,消费者的价格敏感越来越明显,这导致我们丧失了原来的竞争优势”。

周成建表示,未来20年的机会比之前20年更大,但需要重构品牌竞争力,以品质为核心,展现生活态度和生活方式。“我曾经走了一些错路,把互联网当成使命,花了很多钱去买流量,但那些流量是留不住的,钱白烧了,如果把互联网作为工具,还是极其有价值的。”

2015~2016年三季度,美邦一直持续亏损,如果2016年再不盈利,美邦将面临“戴帽”的风险。为了尽快扭转局面,美邦服饰出售旗下上海华邦科创信息科技有限公司100%股权。美邦表示,尽管目前尚无法得知华邦科创100%股权交易价格,但随着公司持有资产出售,将有助于改善公司2016年盈利状况。

北京商报记者 邵蓝洁

### 追踪报道

## 败走中国 马莎百货缓步离场

北京商报讯(记者 吴文治 王玮)久久未扭转困局的马莎百货将缓步撤离中国市场。北京商报记者11月9日了解到,马莎百货世贸天阶店暂未接到闭店通知,世贸天阶招商部经理则表示,马莎百货租约远未到期,仍将继续经营。

相比于其他百货,主打“生活方式”的马莎在过去一年中试图以自有品牌服装和进口食品吸引中高端消费者。然而,在低迷并加速转型的百货业中,这一策略难以奏效。马莎百货世贸天阶店以经营包括Autograph、M&S collection、Indigo和per una等系列的自有品牌服饰鞋帽和内衣为主,售价基本与ZARA等外国快时尚品牌持平。

北京商报记者11月9日在马莎百货

世贸天阶店看到,这些系列的服装均为基本款,款式不夸张,实用性较强但缺乏设计感。北京商记者在调查中发现,门店内正在进行满减促销活动,但力度不大,全场服饰、内衣和鞋类产品满588元立减88元,满888元立减188元,满1288元立减388元,相当于8.5折、7.8折和7折优惠。门店内在售的羊毛外套在999~1999元之间,衬衫在249元左右,羊绒、羊毛类制品售价较高。超市以酒类、自制面包、糖果、麦片、蜂蜜等进口食品等为主,售价不低。中午不少周边工作的白领在店内闲逛,但提袋率并不高,试衣间偶尔出现排队现象。

对于马莎百货即将撤出中国的消息,世贸天阶店店员表示暂时不会闭店。“今天已经有几位消费者进行咨询,但门店还未接到有关闭店的通知。”一位店员向北京商报记者介绍道。记者随后向世贸天阶招商部经理了解到,马莎百货世贸天阶店去年底开业,签约时间较长,恐怕仍将经营一段时间,世贸天阶目前未接到撤店通知。有接近行业的相关人士向北京商报记者透露,一般品牌入驻签约时间为8~10年,品牌方担心短期合同租金会水涨船高,物业也不愿经常变动导致空租的情况发生。

对于马莎百货的撤出,业内人士认为,马莎百货不仅在中国,而是在全球市场内都处于衰退中。北商研究院特邀研究员、北京商业经济学会秘书长赖阳对北京商报记者表示,衰退首先与马莎百货的血统有关,百货业在零渠道的大趋势下必然走向萧条。其次,马莎百货的服装业务无法与真正的快时尚相竞争。“快时尚是在最快的时间内设计出最新趋势的版型,并用最快的速度将产品推向全世界,所谓的快时尚店出现业绩衰退,是由于服装设计周期长、款式保守,遵守着‘二八法则’,但是,八成人觉得可以接受,但毫无特色,缺乏吸引力,导致无人购买。”

缺乏辨识度,品牌定位不清晰则成为压倒马莎百货的最后一根稻草。不少消费者对北京商报记者表示,虽然对这一品牌有所耳闻,但从未进店购物。据统计,入华八年来,马莎百货在中国内地市场仅拥有10家门店。逐步撤离中国期间,马莎百货只暂时保留品牌在天猫与京东的网上商店。

# 社区商业新生态 2016年度(第十届)北京商业高峰论坛

2016年11月25日13:30 · 北京饭店国际会展中心

指导单位:北京市商务委 主办单位:北京市商业联合会 北京商报社



餐饮



便利店



健身房



洗衣



药店



快递



充电桩



生鲜



宠物店



养老

### 独家发布

《2016北京商业发展蓝皮书》  
12篇调查全景展现京城社区商业新生态

### 案例分享

五位品牌大咖现场pk  
每人180秒解锁社区商业模式

### 超级提问

十问新生态下的生存法则  
做社区还是做社群? 小而美还是大而全?

### 启动评选

第12届北京十大商业品牌评选启动  
寻找本年度的品牌典范 邀请广大企业报名参选