

· 资讯播报 ·

业绩下滑 重庆啤酒高管辞职

北京商报讯(记者 关子辰)重庆啤酒11月15日晚间发布公告称,公司董事方军涛因工作原因,辞去重庆啤酒董事职务。公开信息显示,方军涛,中国国籍,2010年加入嘉士伯公司,出任亚太区企业事务部副总裁。之前,他曾在多家跨国企业出任过与企业事务相关的管理职务,其中包括中远集团、联邦快递、通用电气、福斯流体技术等。

实际上,2013年重庆啤酒被嘉士伯要约收购后,当时重庆啤酒董事会便进行“大换血”。重庆啤酒曾发布公告称,公司三名董事、监事会主席纷纷以书面形式提交辞职报告。

近一年来,由于啤酒市场下滑,重庆啤酒不断关闭工厂停产去产能。据重庆啤酒2015年年报显示,2015年实现啤酒收入32.37亿元,虽然较前一年增长4.9%,但归属于上市公司股东的净利润却亏损6567.84万元,同比下降189%。受业绩拖累,重庆啤酒早就开始对分公司进行生产关停实行自救。从2015年10月开始,重庆啤酒对安徽九华山、贵州六盘水、重庆永川、重庆黔江4家分公司或终止生产,或直接关闭。

在一系列自救措施之后,2016年重庆啤酒业绩有所好转。据重庆啤酒2016年一季度财报显示,归属于上市公司股东的净利润为2500万元,较上年同期2200万元提高14.11%。然而,目前国内啤酒企业正面临调整或转型期,国内众多啤酒企业业绩均有所下滑。业内人士表示,短期内中国啤酒市场很难有所增长,整合、兼并更是成为常态。

雅诗兰黛押宝美国彩妆品牌

北京商报讯(记者 刘一博 实习记者 白杨)11月16日,美国美妆巨头雅诗兰黛集团宣布,将从私募基金General Atlantic并购美国美妆品牌Too Faced,收购金额高达14.5亿美元,并预计在今年12月完成收购事项。

值得一提的是,这已经是雅诗兰黛六年中第三次收购彩妆品牌,且目标均为美国彩妆品牌。上一次收购发生在今年10月21日,雅诗兰黛宣布收购了美国彩妆品牌BECCA。据业内人士透露,收购价格在2亿美元左右。另外,雅诗兰黛还曾在2010年7月收购美国高端化妆品品牌Smashbox。

雅诗兰黛受困于旗下彩妆支柱品牌M·A·C业绩低迷,转而频繁收购以弥补自身在彩妆市场的不足。11月2日,雅诗兰黛集团发布2017财年首季财报表示,集团净销售额同比增长缓慢,成为过去五季以来最低。其中,受困于M·A·C为主的专业彩妆品牌的业绩下滑,彩妆品牌增速从四季度的12%大幅放缓至1%。

近些年,除了雅诗兰黛加速布局彩妆品牌以外,资生堂等品牌也都纷纷加入彩妆市场谋划布局。今年9月底,资生堂收购了拥有“罗玛玛斯亚”和“利维肤”等高档品牌美国化妆品公司Gurwitch Products母公司的全部股权。另外,今年7月,化妆品行业巨头欧莱雅推出12亿美元收购了美国彩妆品牌IT Cosmetics,这是欧莱雅近八年来最大的一个并购项目。

业内人士表示,随着人们对化妆品需求的不断加大,各化妆品集团纷纷加码利润可观的彩妆市场。面对日趋竞争激烈的彩妆市场,雅诗兰黛作为以护肤品为主营业务的集团此时加速布局彩妆业务,或将面临被“围攻”的局面。

白酒自建电商搅局线上渠道

在刚刚结束的“双11”全球购物节,茅台官方旗舰店以酒类电商业绩榜单排名第二的表现成为酒行业关注热点。数据显示,茅台自营电商平台在“双11”当天取得超1亿元交易额,成为天猫官方披露“双11”亿元俱乐部名单中唯一进入该名单的酒类品牌。而另一白酒一线品牌洋河自营电商也表现不俗,位列第五。

除此之外,五粮液、古井贡等白酒企业纷纷发力天猫官方旗舰店。对此,业内人士分析,目前国内酒业电商格局虽然一直以酒仙网和1919为代表的双寡头格局为主,但今年像茅台、洋河等白酒自营电商异军突起,会对目前国内酒业线上渠道造成冲击,未来国内酒类电商或将面临新一轮洗牌。

自建电商

在刚刚结束的“双11”,白酒自建电商平台出尽了风头。据“双11”酒类热销店铺排行榜显示,排在榜单前30名的酒类企业中,共有9家白酒企业官方旗舰店上榜。入围前五位的酒类电商则分别是壹玖壹玖官方旗舰店、茅台官方旗舰店、酒仙网官方旗舰店、购酒网官方旗舰店以及洋河官方旗舰店。

据茅台官网最新公开数据显示,茅台官方旗舰店在“双11”当天开售前3分钟就已经实现200万元销售额,相当于

2015年“双11”全天销售总额。而今年“双11”茅台在全网稳定最高价的情况下,19个自营平台实现超1亿元交易额,同比增长2800%,成交订单超1.1万单,单日接待访客10万余人,茅台成为天猫官方披露的“双11”亿元俱乐部名单中唯一进入该名单的酒类品牌。

入围前五名的洋河在“双11”业绩同样出色,根据洋河官方公告显示,公司在“双11”开售前10分钟销售额过500万元,26分钟过销售额过1000万元,1小时超越2015年“双11”全天销售总额,而其互联网单品洋河海之蓝375ml单品销量全网第一,8小时爆售突破10万瓶。

白酒企业一边在疯狂抵制酒类电商平台的低价促销行为,但在自建电商平台却也打出低价牌。据悉,“双11”期间,茅台自营电商E茅台推出飞天茅台999元促销活动,五粮液则在天猫和京东商城旗舰店推出专题促销页面,而洋河则对旗下海之蓝产品推出大促销活动。

淘金地

业内人士认为,对比去年天猫“双11”热销店铺排行榜,前五位酒类电商中除了金沙酒类旗舰店,其余都是第三方酒类直供平台。洋河则排在第十位,茅台根本无缘榜单,与今年的榜单形成鲜明对比。白酒行业分析专家蔡学飞对此

表示,企业自营电商目前已经脱离初期的摸索阶段,且在对资源引流的方式方法以及物流的处理更加成熟,所以表现比较抢眼。可以说,目前酒类自营电商与第三方酒类电商处于一个竞合的微妙境地。

垂直酒类电商在2013年已经开始崛起,并且在2014-2015年期间受到资本青睐,成为创业热门项目。随后在经过第一轮淘汰赛之后,以1919、酒仙网为代表的电商双寡头格局已经初步形成。

资料显示,1919在今年上半年营业收入达11.78亿元,已经超过2015年全年营收。而酒仙网作为国内大型酒类批发商平台,今年上半年营收为12.07亿元,同比增长36.72%。

对此,业内人士称,第三方酒类电商在互联网时代下的酒类电商领域获得了“大跨步式”的发展。而之前不懂线上操作的传统酒企也开始摆脱第三方垂直类电商的捆绑,发力自营电商平台,酒类线上渠道未来将成为酒企的淘金市场。

洗牌期

从今年“双11”的战绩可以看出,酒企自营电商在与第三方酒类电商的博弈中占有先天的品牌优势。北京商报记者发现,今年“双11”期间,1919酒类直供茅台售价939元、中酒网茅台售价958元、酒

仙网售价969元,而茅台官方旗舰店飞天茅台因可以“保真”,即使单品售价为999元,仍受到消费者追捧。

对此,业内人士认为,茅台自营电商业绩能够获得突破性增长,一定程度上归功于今年8月与阿里巴巴达成战略合作,从而获得更大程度的品牌推广、优质服务资源和资源引流。

对于酒企自营电商崛起与第三方酒类电商分羹市场的现象,1919 CEO杨陵江指出,未来酒企自营电商仍需要依靠第三方酒类电商才能实现长久的发展。“茅台、洋河等企业自营电商快速崛起,会带动更多的酒企重视互联网,寻求与互联网的结合。而在白酒行业,更多的白酒企业并没有这方面专业的运营团队来做这个事情,所以更多的企业自然会借助像1919这样的平台。”

温和酒业总经理肖竹青则表示,酒企发力自建电商团队,开发自有App等行为是一种从零到一的进步。酒企自营电商崛起,会在一定程度上对垂直类酒类电商在客户和流量上造成抢占。虽然1919、酒仙网等第三方酒类电商在团队、物流以及互联网思维产品定制等创意上占有一定优势,但随着线上销售竞争日趋激烈,未来的酒类电商格局具有非常大的不确定性。

北京商报记者 刘一博 武媛媛

梁建章退居二线 携程新CEO孙洁接棒

北京商报讯(记者 钱瑜 白帆)曾经在携程力挽狂澜的梁建章退居二线让业内感慨不已,而孙洁的履新又再次挑动在线旅游行业的神经。11月16日,携程宣布任命孙洁为首席执行官,梁建章担任执行董事会主席,专注于公司的创新、国际化、技术、投资和战略联盟。业内关注,迎来新任老大的携程未来会如何应对行业中的挑战。

据介绍,2005年加入携程的孙洁历任多个管理职位。2005-2012年,孙洁为携程首席财务官;2012年5月起任公司

首席运营官;2015年3月起兼任公司联合总裁。这一系列的任职让孙洁在在线旅游的运营和管理、投资并购以及公司财务管理方面有了丰富的经验。孙洁在携程已经进入新的角色,携程也开始进入新的征程。

此外,梁建章表示孙洁是公司规划战略方向、管理业务运营、制定战略投资决策、建立现行公司架构以及培养人才等各方面的关键人物。在加入携程之前,孙洁自1997年起供职于美国 Applied Materials Inc.,担任向美国联邦证券交易委员会和外

部报告的部门负责人。在此之前,她曾在加州的硅谷任职于毕马威公司,同时也是美国注册会计师协会的注册会计师、加利福尼亚州的注册会计师。

携程方面还指出,此次任命也意味着携程已全面启动高管国际化、年轻化战略,出任携程CEO的孙洁也一直大力推进年轻化、国际化。孙洁曾透露,携程“80后”和“90后”的总监级员工数占比总监级以上的整体员工数达到了1/3以上,且在“重大问题决策时,发挥了重要作用”。

在易观国际分析师朱正煜看来,携

程的“买买买”战略中,美团点评和途牛两个并购传闻还未落地,所以不排除有收购可能。特别是市场上还有很多细分领域的机会,现在携程是产业投资者和整合者的角色,未来对于产业链的整合也是重点。

可以说,此次梁建章的再度归隐让不少业内人士认为携程已经进入下一个时代。接下来,在后梁建章时代,携程的国际化发展、资本化运作仍需持续推进。同时在竞争尤为激烈的度假领域,携程的对手还有很多,新掌门肩上压力不小。



低碳生活 绿色北京

2016 “信步北京” 徒步大会

2016 (第二届) 企业家健康跑

指导单位: 北京经济技术开发区工委宣传部 北京市徒步运动协会

主办单位: 北京娱乐信报社 北京商报社

承办单位: 北京娱乐信报传媒有限公司 北京商报旅游新闻中心 《亦庄时讯》

协办单位: 卡萨帝 Casarte, 李宁 Li-Ning, 舒肤佳 Shufuji, 雀巢 Nestle, 农夫山泉 Nongfu Spring, 乐活 Herbalife, 乐动联盟 Le Dong Li Mian, 赫舍利 Hershey's



一棵树 一片天
低碳生活 从我做起

