

三江购物:阿里巴巴无意控股

北京商报讯(记者 邵蓝洁)三江购物近日公告称,阿里巴巴泽泰拟通过协议受让、认购可交换债、认购公司定增股票等方式收购公司32%股份,投资额约21.5亿元。收购完成后,若阿里巴巴泽泰将可交换债券全部换股,则持股比例将逼近公司实控人陈念慈。上交所为此发函,要求阿里巴巴泽泰说明是否有意获得实控权。三江购物再次发布公告回复上交所问询称,阿里巴巴泽泰没有意图通过此次交易获得上市公司实际控制权,没有在未来12个月内继续增持股份计划。未来12个月不会对主营业务做出重大调整,也不存在资产和业务出售、合并、与其他人合资或合作的计划或重组计划。

三江购物在回复上交所问询的公告中称,受经营成本不断上涨、消费需求结构调整、网络零售快速发展等诸多因素影响,实体零售发展面临前所未有的挑战。《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》鼓励线上线下优势企业通过战略合作等多种形式整合市场资源。基于上述行业形势变化趋势及国家产业政策,杭州阿里巴巴泽泰与三江购物决定通过股权合作建立战略合作关系。

三江购物拥有布局广泛的线下门店网络及丰富的实体零售门店运营经验,杭州阿里巴巴泽泰基于对上市公司未来业务发展前景的认同,对三江购物进行战略投资,并将利用阿里巴巴集团内部丰富的电子商务及互联网运营资源,发挥双方在采购、渠道、物流、经营方面的整体优势,推动资源整合,拓展全渠道业务,共同提升双方竞争能力和盈利能力。三江购物的零售业务在浙江省内布局,大部分门店均可以改造为区域社区服务平台。通过整合内外资源、加强信息化系统建设、提升实体店消费体验,三江购物将打造互联网时代的社区平价超市。

北京拟定21家节能商品销售企业

北京商报讯(记者 吴文治 实习记者 王维伟)北京市节能减排政策实施近一年,北京市商务委通过不断调整,将节能政策不断推进。11月18日,北京市商务委网站拟确定北京百安居装饰建材有限公司等21家企业为2016—2017年北京市节能减排商品销售企业。

本次确定的节能减排商品销售企业中,与之前的25家企业相比,本次减少了4家,其中包括北京当当网信息技术有限公司、北京帝园商城、北京市昌平新世纪商城及北京市延庆人民商场有限责任公司。这四家企业将暂不参与2016—2017年的节能减排商品补贴销售政策。

据了解,此次公布确定的21家企业名单,开展了2016—2017年北京市节能减排商品销售企业的公开征集工作,经专家评审后予以公布。

早在今年10月20日,北京市商务委对外公布《关于公开征集2016—2017年节能减排商品销售企业的公告》,要求申报企业应符合“规范化、连锁化、便利化、品牌化、特色化”发展方向,应销售全部或部分节能减排商品;同时,申报企业还应具备完善的配送、安装、调试、维修等售后服务体系等条件。

拖欠供应商 易到苦等融资救急

如火如荼的网约车,在走出疯狂补贴后,却被曝拖欠费用。11月20日,北京商报记者独家获悉,易到用车已拖欠客服供应商河北中锐通信技术有限公司(以下简称“河北中锐”)费用达200多万元,共有五六家类似的供应商被拖欠费用,截至今年9月,拖欠的费用总额达5000万元。

欠款高达5000万

今年3月,为企业提供呼叫中心运营的河北中锐成为易到用车的合作伙伴,这对于中锐来讲,如同傍上了金主。但是,事实并非如此。河北中锐不仅没有收到预计的利润,易到用车方面一直拖欠费用,甚至无法支付工人工资。

按照河北中锐与易到在合作之初签订的合同,根据提供的客服服务,易到用车应该按月结款。但签订合同后,河北中锐先后共结款400万元左右,仍拖欠200万元。

仅提供客服服务的供应商中,遭到易到用车拖欠货款的并非河北中锐一家。易到用车发展最好的时候,最多有1500人在线提供客服服务,涉及的供应商达有五六家。“截至今年9月,易到用车欠我们这些供应商的费用总额达5000万

元,其中,有的企业被拖欠的费用近千万。”河北中锐负责人陈昶抱怨着。

“确实存在未支付客服承包商的现象,之所以拖欠是因为易到用车的融资还没到账。”面对拖欠货款一事,易到用车相关负责人杨昭并没有向北京商报记者否认,但对于具体欠款数额,杨昭表示无法准确告知。“本月底可能会有资金到账,将欠款归还给这些客服承包企业。”

对于杨昭的承诺,陈昶并不买账。“他们从6月就说会还清欠款,但一直拖到现在还没有还。”陈昶直言,刚开始合作时结款会延迟一个月左右,但是从6月开始到现在产生欠款240万元,目前仅结算了40万元,还有克扣的20余万元。

不过,易到用车11月20日给北京商报记者回应称,易到已于今年8月终止与河北中锐合作,因尚有事宜未处理完结,因此部分剩余尾款未结清。

补贴减少显困境

易到用车与供应商的纠纷只是易到运营中的一个侧面。一位从事网约车服务的李师傅表示,目前,他收到易到用车的订单相对滴滴来说还是少了些,稍微偏一点的地方易到就很难接到单。而另

一位王师傅则表示,他的朋友原来是使用易到接单的,但现在都不跑网约车了。在乘客的体验方面,也有用易到的消费者表示很难约到车。

不难发现,易到已经陷入了一个循环,由于易到乘客找不到易到的车,选择其他品牌或者其他方式出行,乘客减少导致易到用车的司机改用其他网约车平台,乘客就更难打到易到的车。

其实,易到用车经营困难已经不是一天两天了。易到用车2010年5月成立,是中国第一家提供网约车平台,但易到用车并没有成为行业的老大。易观智库的数据显示,2015年一季度,在国内网约车服务中,滴滴专车活跃用户覆盖率为80.9%名列第一,易到用车居次,活跃用户覆盖率为17.5%,Uber位列第三。而到了2015年二季度,易到用车活跃用户覆盖率仅为2.7%。降到了滴滴快的、Uber和神州专车以下。

由于经营遇到问题,易到用车一直在寻求出售,曾有传闻称百度将投资易到用车,但最后并没有谈妥。2015年端午节后,易到用车更是被曝出“大幅裁员”。

在走投无路的时候,易到用车遇见了乐视。2015年10月,乐视控股宣布乐视汽车获得易到用车70%的股权,成为易到

用车的控股股东。

依赖资本解药

除了经营难,易到用车一直受到资金紧张、融资困难困扰。2011年8月易到获得来自晨兴创投、美国高通风险投资公司投资千万级美元的A轮融资;2013年4月获得了来自宽带资本的数千万美元B轮融资;随后,易到用车获得了携程领投的6000万美元B轮融资;2014年9月,获得了GIC领投、携程跟投的过亿美元C轮融资。

目前滴滴估值将达250亿美元,而Uber估值更是超过500亿美元。根据日前报道,易到准备新三板上市,估值只有170亿元人民币。

互联网分析师于斌表示,目前只能寄希望有大规模的资金注入。有了资金注入,就可以通过价格竞争的方式获得用户和司机。“但客户的忠诚度是很低的,只要有更低的价格出现,客户还会去其他企业。”于斌认为。

易到技术副总裁张凡日前表示,过去几个月,易到用车试图完成融资目标,但未能成功。不过,此言论随即被易到官方否认。

北京商报记者 吴文治 李振兴

卜蜂莲花三年计划扭亏几乎落空

北京商报讯(记者 邵蓝洁)2014年继续亏损,2015年实现盈亏平衡,2016年则扭亏为盈,卜蜂莲花之前计划的三年扭亏为盈恐怕要落空。卜蜂莲花近日发出盈利预警,2016年下半年继续受到收入减少导致毛利下降的不利影响,预计相比2015年度的1810万元会有较大亏损。

正大集团原副总裁、本土高管李闻海于2013年底被任命为卜蜂莲花资深副董事长兼首席执行官。李闻海上任后制订了开源节流的计划,理顺费用归属,将原本不该由卜蜂莲花承担的费用转到母公司正大集团、对亏损门店进行调整等,李闻海希望,采取上述战略后,2014年卜蜂莲花预计将继续亏损2亿元,2015年实现盈亏平衡,2016年则扭亏为盈。

卜蜂莲花2012、2013、2014财年分别亏损了3.92亿元、9692.2万元以及5840万元,亏损一再收窄,甚至在2015年上半年出现了盈利状态。2015年上半年,卜蜂莲花实现纯利3289.5万元,在没有新店开业、销售和毛利同比下降的情况下,运营、配送、行政费用等成本降低成为卜蜂莲花扭亏为盈的关键。从2014年和2015年的业绩数据来看,业绩恢复良好,扭亏为盈的计划有望得以实现。

不过,这种状态并没有持续下去,卜蜂莲花2015年全年亏损1810万元。截至今年6月30日止的6个月,卜蜂莲花实现收入53.2亿元,同比减少3.2%;公司股东应占亏损净额约6387万元,而去年同期溢利3289.5万元。公告称,上半年主要致力于改善商品组合及供应,继续扩充直采能力,增加蔬菜水果的直采比例,同时,将更多位置分配给母婴护理,减少电子产品及辅助的销售位置。同时,正在开发自有品牌产品,年底将拥有三类自有品牌产品,而收入减少主要是由于同比店铺的销售额下降6.5%。

南区是卜蜂莲花的优势区域,新开

门店也主要集中在该区域,李闻海在被任命为CEO之前,也曾负责卜蜂莲花南区业务。但是此次公告卜蜂莲花表示,经考虑集团中国华东地区业务表现转差,并未如预计可在短期内逆转,需要时间就2008年收购上海易初莲花连锁超市产生的商誉确认减值亏损进行评估。2010年,物美商业曾收购卜蜂莲花天津超市有限公司,接手其开设的4家门店。2013年11月,物美有意收购卜蜂莲花位于广东、湖南省以外的全部业务,这些业务包括36家面积约为31万平方米的店铺。不过,当年12月,双方合作即告吹。

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秒解锁社区商业新模式

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活动启动
寻找本年度的品牌典范 诚邀广大企业报名参选