

· 商讯 ·

## 六福珠宝内地同店销售半年跌三成

北京商报讯(记者 吴文治 王玮)黄金珠宝市场仍难改颓靡现状。香港六福集团11月24日发布今年中期业绩。数据显示,前6个月内,集团收入、同店销售和经营利润均出现下跌,其中,收入同比下跌21.5%,同店销售下跌31.5%,经营利润下跌6%。六福表示,中国港、澳及海外仍是集团最大销售市场,但内地利润占比已超过整体的一半。受零售市场低迷和进价相对较高影响,回顾期内,六福集团仍未能扭转下跌颓势。今年上半年,六福集团收入减少21.5%至54.69亿港元,经营利润下跌6%至5.58亿港元,去年同期则为5.94亿港元。此外,整体同店销售暴跌31.5%。

今年上半年,六福集团在全球净增27家门店,包括在中国内地新增9家品牌店和15家自营店,在澳门赌场区及美国纽约各增设1家自营店,并在韩国首尔增设1家品牌店。截至9月30日,六福集团在世界范围内共有1455家店铺,涉及中国内地、香港、澳门以及新加坡、韩国、美国、加拿大、澳洲及在中国内地经营9家金至尊门店。

北京商报记者注意到,香港市场仍为六福集团的主要收入来源,但内地市场的利润占比已超过六福集团整体的一半。过去一段时间内,内地旅客一直为香港零售业务增长的主要推动力,然而,内地旅客倾向缩短留港时间,人均消费连续下滑。自营店帮助六福集团在内地市场获得收入增长。今年前6月,内地市场的零售收入因自营店数目增加而上升13.5%至6.44亿港元。不过,内地黄金及铂金产品的同店销售暴跌29.8%,去年下跌仅为2.9%,珠宝首饰产品则下跌5.4%,去年同期则有17.5%的增长。

## 58同城获腾讯连续三次增持

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)前几天在乌镇,58集团CEO姚劲波发布了一条微博,配图是他与马化腾等互联网大佬一起举杯共饮,这似乎也预示着58集团与腾讯之间的合作越发紧密。北京商报记者11月24日获悉,根据腾讯向美国证券交易委员会(SEC)递交文件显示,腾讯连续3日增持58同城股份。

根据SEC文件显示,腾讯旗下黄河投资在本月16日-18日连续增持58同城美国存托股(ADS),其中包括,11月16日以31.65美元的平均价格购入58同城58.69万股;11月17日以31.29美元的平均价格购入28.92万股;11月18日,以31.44美元的平均价格购入31.2万股。三次共计增持58同城118.81万股。

事实上,在进行增持之前,腾讯已经是58集团的第一大股东。北京商报记者查询58集团在纽约证券交易所提交的SEC文件得知,截至2016年2月29日,腾讯持有58集团6484.95万股,占股22.9%稳坐第一大股东;姚劲波持有3199.16万股,占股11.3%为第二大股东。本轮增持后,腾讯在58集团的话语权进一步扩大,但对于具体增持原因,目前尚不得知。

腾讯与58集团的深度合作始于2014年,腾讯斥资7.36亿美元投资58同城。姚劲波当时表示,腾讯在PC端与移动端的巨大流量入口对58同城具有吸引力,同时将弥补58同城在社交环节的缺憾,有助于提高58同城平台上的交易效率,增强用户对服务的信任度。对腾讯来说,58集团的资源成为深入各垂直行业市场的快速通道。

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

## 北京发布生活服务十行业规范

菜市场买菜扫码支付、送货上门,洗衣、家电修理、品牌水产、美容美发以及杂货一站式解决日常生活所需……这是越来越多的北京居民在家门口购物的场景。

在11月24日举办的“北京市市场调整疏解和生活性服务业品质提升工作取得实质性进展”会议上,北京市商务委首次发布《规范指南》,对蔬菜零售、便利店(超市)、家政、洗染、美容美发等10个行业的标准、规范和规范性文件进行了梳理,明确了推荐使用、有待完善和年底前新制定的规范等三类共207个。

闫立刚表示,年底前完成蔬菜零售、餐饮(早餐)、便利店(超市)、家政服务、洗染、沐浴、美容美发、摄影、家电维修、再生资源回收、社区商业便民服务综合体等11个行业(业态)共24个规范的制修订工作。

## 行业规范首次发布

生活性服务业品质升级成为北京经济结构调整工作中的重点。据了解,去年北京就已确立了三年行动计划,确保提

升生活性服务业品质,制修订生活性服务业规范,开展行业标准规范宣贯工作。

11月24日,北京市商务委首次发布《规范指南》,对蔬菜零售、便利店(超市)、家政、洗染、美容美发等10个行业的标准、规范和规范性文件进行了梳理,明确了推荐使用、有待完善和年底前新制定的规范等三类共207个。

闫立刚表示,年底前完成蔬菜零售、餐饮(早餐)、便利店(超市)、家政服务、洗染、沐浴、美容美发、摄影、家电维修、再生资源回收、社区商业便民服务综合体等11个行业(业态)共24个规范的制修订工作。

## 服务业连锁化提升

《规范指南》意在提升北京生活性服务业的整体服务品质,而行业的连锁化升级是提升品质的一层重要保障。北京市西城区广义街甲一号的广内街道北线阁百姓生活服务中心曾是一家菜市场,由丰大集团统一管理。在约1500平方米的服务中心内,易家修、品牌水产、丰大

集团生鲜菜市全部包含其中。

经过升级改造的菜市场,不止“北线阁”一处。在金融街的百姓生活服务中心,随着中信国安集团“国安社区”项目的入驻,传统菜市场逐步变为社区实体智能服务门店。通过线上线下结合模式,提供社区商业服务、生活服务、物业服务、公共事业服务、养老服务等功能,国安社区在北京布局了上百家实体门店。

品牌的进驻,支撑起传统菜市场的改造升级,居民便利网点连锁化、品牌化进一步提高。在24日举办的“北京市市场调整疏解和生活性服务业品质提升工作取得实质性进展”会议上,北京商报记者获悉,东城、西城、朝阳、海淀、丰台、石景山6个城区的8项基本便民服务网点,连锁化率由2015年底的29.3%提高到2016年10月底的34.8%,提高了5.5个百分点。

今年北京市商务工作的另一重点是疏解批发市场。据市商务委介绍,截至目前,北京市已完成72个市场的调整和疏解。

## 首批示范街区出炉

传统生活服务业与居民的日常生活息息相关,但服务水平参差不齐。

为打造有特色的商业街道,北京市商务委今年启动了生活性服务业示范街区创建工作。目前,东城区东四三至八条、东直门当代万国城以及奥林匹克中心区等8个街区正在开展生活性服务业示范街区的创建工作。资料显示,示范街区应为在建或已建成街区,有明确的四至范围,蔬菜零售、便利店(超市)、早餐(餐饮)、洗染、美容美发、家政服务、再生资源回收和末端配送等基本便民服务全覆盖。

同时,区域内至少拥有健康服务、养老服务、旅游服务、体育服务等三类及以上的生活性服务业行业。

另外,北京市设立了北京生活性服务业发展基金,这是北京市首次在生活性服务业行业设立产业基金。该基金团队已完成7个项目,共1.44亿元的股权投资决策,带动社会投资约13.6亿元。

北京商报记者 吴文治 王维祎

## 京津冀首设物流标准化联盟 降供应链成本

北京商报讯(记者 吴文治 李振兴 王维祎)物流标准化后,可使货物的搬运次数由原来的6-7次降低到2-3次,这就是标准化物流带来的好处。京津冀三地短途运输频繁,非常适合标准托盘的带板运输。11月24日,京津冀物流标准化联盟成立,以托盘标准化为切入点,旨在推动京津冀三地物流以及供应链上下游的标准协调发展。

据了解,京津冀物流标准化联盟是在京津冀三地商务部门指导下,由物流行业组织牵头,以各自成立的物流标准化联盟为基础,联合成立旨在助力物流标准化在京津冀区域内协同实施,提高物流标准化的通用性和一贯化,搭建京津冀地区企业交流与合作平台,提高京津冀区域物流运作效率,推动区域内物

流标准化工作的政策协同,促进区域物流标准化水平再上新台阶。商务部、京津冀三地商务部门、行业协会以及100多家联盟企业参加了成立大会。

2015年,北京市作为第一批试点城市,也是第一批试点城市中惟一继续获得中央财政资金支持的城市,以托盘标准化及循环共用为切入点,共有29家企业参加试点。

试点企业标准化托盘量从原有140万个增加到212万个,提高52%。

企业在库内运输设备、人工效率提高超过50%,装卸人员成本降低50%以上,货物装卸效率、交接效率平均提高了2倍以上,有效缓解了货运车辆排队导致的周边交通拥堵的压力。

从事托盘租赁业务的招商路凯负责人李大男就表示,原来企业从生产环节

到经销商,再到终端门店销售,一件货物要装卸6-7次,使用带板运输后只需要装卸2-3次即可,时间成本和人工成本大大降低。

原来一车货物人工装卸2-3个小时,现在只需30分钟,同时减少大量操作人员。“在‘双11’等用人旺季时,5000元的工资都很难招到工人。”李大男表示。

其实我国的托盘标准早已存在,但并未统一。原来托盘国家标准有两个规格,导致了各地标准不一,另外,政府在政策和资金引导方面也没有相关政策出台,带板运输没有发展起来。

“带板运输存在15%运输空间的浪费,这一点导致企业和车主很难接受。不过随着现在运输量的增加,以及带板运输效率的提高,特别是提升了运输的周转次数,从而弥补了15%的空间浪费,市

场对带板运输接受程度不断提高。”市商务委相关人士表示。

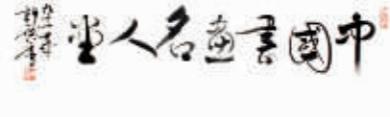
效率要以机械化水平为前提。华润万家一位负责人就表示,取代人工的是叉车和升降车,这部分投入也不小。不过,上述市商务委人士介绍,目前北京市商务委制定了相关奖励政策。企业可以申报相关的项目,项目完成后,如果经过第三方鉴定符合相关标准,政府将给予资金奖励,奖励标准最高达到30%。

“由于国标‘GB1589-2016’于2016年7月正式批准发布,物流业原来靠超载实现盈利的日子一去不复返。未来,物流产业链的标准化以及标准化带来的从生产、运输、仓储、分拣到配送等环节的优化,将是物流行业的利润源泉。”李大男认为。



以品牌打造品牌  
以影响力塑造影响力



|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <br><b>北京跨境电商消费体验季</b><br>7月-9月     | <br><b>北京十大餐饮品牌评选</b><br>5月     | <br><b>节能产品促销节</b><br>7月-8月    | <br><b>王府井消费地图</b><br>9月         |
| <br><b>北京商业高峰论坛</b><br>11月          | <br><b>北京十大商业品牌评选</b><br>10月-2月 | <br><b>中国主题公园和度假区峰会</b><br>12月 | <br><b>北京拍卖季</b><br>7月-9月        |
| <br><b>北京品牌新品展示发布会</b><br>1月-12月   | <br><b>中国(北京)电子商务大会</b><br>5月    | <br><b>在线教育趋势论坛</b><br>8月      | <br><b>中国书画名人堂系列画展</b><br>1月-12月 |
| <br><b>新年楼市趋势发展论坛</b><br>1月         | <br><b>新能源汽车促销节</b><br>8月       | <br><b>中国餐饮业十大品牌评选</b><br>6月   | <br><b>艺术市场价值榜</b><br>12月        |
| <br><b>商务人士心目中的魅力车型评选</b><br>10月-1月 | <br><b>中国(北京)家居产业景气报告</b><br>7月 | <br><b>艺术馆里的思想汇</b><br>1月-12月  | <br><b>北京金融业十大品牌评选</b><br>12月    |