

监管

北京社区摄影网点  
不少于20平方米

北京商报讯(记者 吴文治 王玮)本市摄影行业从业者即日起有了全新行业标准。北京市摄影行业在市商务委的支持下,编制了新版北京市摄影行业标准规范文件汇编,并在12月6日举办了规范文件宣贯会。新版规范文件将进一步提高摄影行业规范化、连锁化、便利化、品牌化和特色化的水平,并从企业开业条件、经营管理和岗位服务等方面规范本市摄影行业从业者。业内人士认为,新版规范文件的出台,或将让北京摄影行业重拾高端市场。

新版北京市摄影行业标准规范文件汇编公布后,本市摄影企业开业条件、服务场地、服务流程、服务水平、卫生条件都有了进一步规范。北京商报记者在城六区摄影行业开业经营规范一项上看到,对于城六区内摄影冲印企业,应具有总使用面积不低于100平方米的固定场所,从事专项摄影业务经营的社区便民服务点、大型商业功能区,影室面积不低于20平方米。此外,文件还对企业应拥有的设备、摄影服务流程等进行了详细说明。

北京市商务委相关负责人向北京商报记者介绍,摄影行业作为北京市生活性服务业的重要组成部分,近年来不断得到规范。截至去年底,北京共有4125家从事摄影行业的企业和个体工商户,其中企业共1336家。与2014年相比,几十家不符合首都核心功能的个体户被清退,更多拥有良好服务水平和技术能力的企业涌现。摄影行业企业经营水平和服务水平有所提升。下一步,市商务委将继续通过技能大赛、示范项目建设和岗位培训等对本市摄影行业企业从业人员进行规范和提升。市商务委还将对符合规范化、连锁化、便利化、品牌化和特色化标准的示范性企业给予资金扶持。

布局

京东联手15家商会  
加码“企业购”

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)企业级市场或是京东扩充规模并加码盈利能力的一着棋。12月6日,京东联手15家在京商会进行战略签约,共同发布“京商计划”。此后,京东将通过建立“商会企业采购专属平台”向会员企业提供特惠、定制服务以及内购福利等六项服务。京东集团副总裁、大客户部总经理宋春表示,“互联网+企业采购”模式将帮助企业用户提高采购效率,企业用户通过电商平台进行采购的交易成本将下降12%。

据悉,京东在与商会签约后,将向商会会员企业提供商品免运费、周期性企业采购节等服务支持,未来还计划打造商会POP平台(开放平台),上线“商会京东馆”。通过整合金融、物流、云计算等集团资源,京东意在与企业客户长期合作。据悉,通过此次京东与商会签订的战略合作协议,此后商会下的会员企业通过京东企业购进行采购,采购的商品价格将不高于京东的主站价格。

北京市住宅房地产业商会会长黎乃超称,对于建筑行业来说,企业每年的采购都是千亿级别,但在采购过程中,辨别商品的品质让企业很是头疼。相较于以往员工挨家挨户去洽谈采购事宜的情况,通过电商采购更为方便,尤其对以自营商品为主的电商平台来说,在商品品质上也更有保证。

根据赛迪研究院此前公布的《中国自营式企业网购分析报告》预测,2016-2018年,中国企业网购市场年均增长率将保持在30%左右。有数据显示,相较于内采购电商化占比高达72%-85%,国内采购电商规模仅为20%-25%。

质检

市工商局  
披露39种质检不合格服装

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)在2016年流通领域商品质量抽检工作中,北京市工商局对市场上销售的成人服装商品进行了抽检。抽检结果显示,市场上部分成人服装商品质量存在问题,涉及的主要问题为使用说明、纤维含量、染色牢度等项目不符合相关标准要求。

在本次市工商局发布的不合格成人服装商品公示名单中,涉及不合格成人服装商品39种。不合格的商品来源包括依人服饰有限公司、紫梦服饰有限公司、可丽人服饰有限公司等北京本地企业,以及苏州剑尾狐服饰有限公司、天津市普隆迪服饰有限公司、广州龙润纺织有限公司等市外企业。

商品不合格原因主要集中在使用说明、纤维含量、染色牢度等项目不符合相关标准要求,但也有如普尔吉瀚、雪姿羽姬等品牌商品存在甲醛项目检测不合格、PH值项目检测不合格等问题。就纤维含量问题,市工商局方面称,纤维的名称和含量表明了某一纺织产品所使用的纤维原料和比例,是关系到产品质量的一项指标,也是消费者关注的焦点之一。

市工商局方面称,针对不合格商品的销售者已经依据《产品质量法》的相关规定进行处罚,同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作,对于拒不履行退市的销售者市工商局将依法予以查处。同时,市工商局强调,公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应严格按照相关法律法规的要求主动采取措施,保护消费者合法权益。今后,北京市工商局将不断加强流通领域商品质量监管工作,充分发挥流通领域商品质量抽检和不合格商品强制退出机制的作用,净化首都消费市场消费环境。

扩张

步步高募资12.5亿元  
瞄准“O+O”

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)新零售浪潮席卷之下,实体零售大鳄步步高也开始凭借资本优势大施拳脚。12月6日晚间,步步高发布非公开发行股票发行情况报告书,拟以14.72元/股的价格,发行8491.85万股,募集资金总额约12.5亿元。步步高方面称,募集的资金将主要用于连锁门店发展项目、云猴大电商平台项目以及偿还银行贷款等,瞄准“O+O”模式。

公告显示,步步高预计本次新发行的股票将于12月9日上市。本次发行的对象包括公司控股股东步步高集团在内的不超过10名特定投资者。最终获配情况为,步步高投资集团股份有限公司获配2.5亿元,金鹰基金管理集团有限公司、北京特产食品有限公司分别获配5000万元。交易完成后,新沃基金管理有限公司将成为步步高上市公司的第四大股东。

对于本次发行的募集资金,步步高方面称,将主要用于连锁门店发展项目、云猴大电商平台项目以及偿还银行贷款,募集资金全部用于公司主营业务,公司的主营业务不会发生变化。

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

## 邻家离职高层另创便利店

&gt;&gt;便利蜂主创高管离职记

2015年5月	7-11北京20多名高管团队被曝光集体跳槽
2015年7月	离职高管创立的邻家便利店开业
2016年4月	邻家进军上海,分公司注册资本1000万元
2016年9月	邻家上海门店和签约门店酝酿全部撤出
2016年10月	邻家创始团队被曝全部离职,再次创业
2016年12月	再次创业项目便利蜂便利店曝光

今,邻家在北京大概开设有70家左右门店。不管从发展速度还是品牌知名度上,开业仅一年半的邻家在北京便利店市场已有一定的影响力。

10月13日,北京市企业信用信息网上,邻里家(北京)商贸有限公司信息中,董事长、总经理王紫,三名董事杨威、项建安、田翀,监事刘艳阳变更为董事长李燕京,两名董事项建安、居琴珍,监事任凤珍。有零售业业内人士称,此番变动来自于邻家投资方和创始团队未能就发展问题达成一致,不过邻家方面并未对此做出过回应。

有消息人士称,王紫将带领原来从7-11出走的团队重新创业,而背后的新投资方是斑马投资。据了解,携谁去哪儿合并后,庄辰超等去哪儿创始团队退出管理,成立斑马资本,出任创始合伙人。此外,庄辰超也是清流资本和源码资本的LP(有限合伙人),也是出资人,清流资本参与过豆果网、爱鲜蜂等项目投资。从以往投资项目看,庄辰超曾涉及过有关便利店和零售的创业项目爱鲜蜂。

根据目前“便利蜂”便利店的招聘信息介绍,该品牌投资人是规模百亿元的科技投资集团。一位跟随王紫从邻家加入便利蜂的员工拒绝透露该科技投资集团的具体名目,也未否认斑马资本投资,但是另外一位便利蜂员工透露,新创立的便利店项目有斑马投资,背后还有BAT某一家的身影。

明年入市

上述便利蜂内部员工称,目前主要建筑、设备等前期准备还在进行当中,不

惟快不破?

默默无闻的便利店行业最近几年颇为火热,迎来了不少创业创新品牌,一方面缘自消费结构的变化,人们对即时消费需求增加,尤其是在一线城市;另一方面,电商增长趋缓,大卖场死气沉沉,小型门店的价值被重新评估,

Market focus

## 沃尔玛中国区高层调整 生鲜或成重点

今年8月沃尔玛中国区总裁兼亚洲区总裁这一职位刚刚迎来了新面孔岳明德(Dirk Van Den Berghe),如今沃尔玛中国高级副总裁兼大卖场首席运营官也将出现调整,印度尼西亚知名生鲜连锁超市Super Indo首席执行官Elliot Dickson将接任唐睿傑出任上述职位。此前有零售行业人士曾对北京商报记者透露,沃尔玛有意将大卖场调整为时下更受消费者欢迎的生鲜超市。有着生鲜连锁超市经历的Elliot Dickson的加入或将加速沃尔玛在生鲜上的力量和布局。

据悉,唐睿傑将于2017年农历新年后正式退休,并和家人返回加拿大定居。同时,岳明德也宣布,Elliot Dickson即将加入沃尔玛中国,并在唐睿傑正式退休后接任沃尔玛中国高级副总裁兼大卖场首席运营官一职。

有零售业业内人士称,这一系列的变动也带来了沃尔玛在中国决策贯彻的不连贯性,有些项目因为人员更换而不了了之,无法推进;而沃尔玛在中国的另外一项业务山姆会员店,虽然进入中国蛰伏期较长,但是由于人员和战略发展的稳定性,现在发展势

头非常好,该人士还透露,在沃尔玛中国内部,山姆会员店将成为未来中国的主要业务,而大卖场可能会调整为更受消费者欢迎的生鲜超市。

在岳明德从沃尔玛加拿大总裁兼首席执行官调往中国区任总裁一职时,沃尔玛方面曾经强调,“在沃尔玛加拿大,Dirk以资深的经验帮助公司巩固了日益成长的食物业务及强化了尤为成功的非食品营运”。

而有着印度尼西亚知名生鲜连锁超市Super Indo运营经历的Elliot Dickson的到来也将加强沃尔玛在食品方面的力量。

据了解,Elliot Dickson有27年的零售工作经验,曾服务于知名跨国食品零售商比利时德海兹集团,并先后在美国、泰国、新加坡、印度尼西亚等国家的零售业务中担任高级管理职位。在加入沃尔玛之前,Elliot Dickson的最后一个工作是担任印度尼西亚知名生鲜连锁超市Super Indo的首席执行官。

据报道,Elliot Dickson与他的家人已于12月5日抵达中国,他将在随后的一个多月里进行入职培训并完成和唐睿傑的工作交接,并于2017年农历新年

后正式任职。

岳明德表示,Elliot Dickson拥有出色的营运、生鲜和物流管理经验,并在三大洲有着卓越的职业履历。沃尔玛相信Elliot Dickson丰富的零售经验和在亚洲地区的工作经历能够帮助他迅速适应中国市场并带领沃尔玛中国营运团队迈向新的台阶。

从2012年开始,沃尔玛中国高层频繁变动,2012年2月,高福澜出任沃尔玛中国区总裁兼首席执行官,不过任期仅有两年5个月,2014年4月高福澜被提升为沃尔玛亚洲区总裁兼首席执行官,2014年7月,高福澜被调去执掌沃尔玛最庞大、最核心的美国本土业务,结束了他在中国及亚洲的任期。2011年加入沃尔玛中国的柯俊贤随后升任沃尔玛中国总裁兼首席执行官,2016年6月,柯俊贤被调回英国的Asda担任总裁兼首席执行官,任命于7月11日生效。以此计算,柯俊贤在沃尔玛中国“掌门人”位置上仅坐了两年时间。沃尔玛加拿大总裁兼首席执行官岳明德接替柯俊贤带领中国团队。另外,Dirk将兼任亚洲区域总裁一职,包括负责沃尔玛日本的业务。

北京商报记者 邵蓝洁

## “老字号联盟”在京加速扩张

北京商报讯(记者 吴文治 王维祎)产品被假冒成为老字号企业在发展中的绊脚石,如今企业开始抱团寻求破局。12月6日,老字号品牌全聚德、北京稻香村、御食园结成“北京特产美食联盟”,将以产品防伪、一步一码以及品牌直供省去中间环节的形式,促进北京特产市场健康发展。目前3家企业已有近10家门店完成了新装改造并营业。

据悉,北京特产美食联盟将以统一标识、统一装潢形式开设“北京特产美食联盟”门店。目前,位于北京站的首家联盟店已开业,由御食园的专卖店改造而来,门店采用联盟招牌,由御食园集团统一管理,并购进全聚德、稻香村的产品以销售。北京御食园食品股份有限公司董事长曹振兴透露,北京站门店在开业后,销售额增长了3倍。北京市商务委副主任孙尧表示,3家企业的联盟,为全面发掘北京品牌优势,提升品牌价值,促进北京品牌传承和创新发展起到了示范和引领作用。

此次宣布组建“北京特产美食联盟”,只是3家老字号企业携手共进的开始。曹振兴表示,除了对北京站门店的改造,御食园还将开设约10家新的联盟店,如果进展顺利,位于北京西站的一家新联盟店将在元旦前开业。北京全聚德德膳食品有限公司总经理王安刚向北京商报记者透露,全聚德将在春节前后新开8-10家联盟店。北京稻香

村目前则已将前门、东直门等6家原有的直营店改装成为联盟店。北京稻香村食品有限责任公司常务副总经理池向东介绍,联盟店还将在旅游点、景区布局,挤压假货,推动北京食品市场健康发展。据了解,在实体店布局的过程中,“北京特产美食联盟”也将开拓线上销售渠道。在“北京特产美食联盟”启动发布会中,3家老字号都提到了“打击假货”的问题。

北京老字号协会会长刘小红表示,老字号能否随着现代化生产和生活方式的变化做到与时俱进,这是老字号企业发展的重要结症。此次3家企业能够摒弃互相之间在市场上的竞争成立美食联盟,将是老字号行业和品牌企业在现代市场形式下求生存、谋发展的一种经营创新性尝试。通过3家企业的携手共进,不仅将有力推动3家企业的经营发展,同时也将更好地保护品牌价值。

北京全聚德德膳食品有限责任公司董事长宁灏表示,3家企业希望通过品牌联盟,实现企业资源、企业、信息共享。

北京市商业联合会会长于学忠表示,在历史的长河中,很多行业经过多年的发展积淀,形成了其独特的历史文化价值,“北京特产美食联盟”开了一个好头,对内服务北京市场,对外向全国、全世界打造北京的影响力。

2016年度北京十大商业品牌评选  
报名启动

北京商报讯(记者 王晓然)在零售业深度整合的2016年,传统零售与新兴模式共同经历震荡、转型,面对频出的政策新机遇,商业大佬之间从竞争到联手,一起开创未来蓝海。在这样的背景下,一年一度的北京十大商业品牌评选活动近日揭幕,目前评选报名工作已经正式启动。

北京十大商业品牌评选活动由北京日报报业集团、北京市商业联合会主办,北京商报社承办,活动至今已举办过十一届。历年入围的商业品牌都是支撑北京商业的重要力量,既有全聚德、同仁堂等百年老字号,也有大悦城等快速成长的后起之秀;既有北京市百货大楼等传统的百货业态,也有京东、北京苏宁等电子商务品牌。评选过程将采取打分制,分为专家评审打分、媒体评委打分、公众网络投票得分等进行综合计分,由高到低产生“2016年度北京十大商业品牌”的各个奖项。

本届评选主题为“新供给 新生态 新机遇”,奖项设置包括“北京十大商业品牌”金奖、“北京十大商业品牌”奖、“影响北京外埠商业品牌”奖、“影响北京跨国商业品牌”奖以及若干单项奖。据活动组委会介绍,“2016年度(第十二届)北京十大商业品牌评选”活动将首先评选出北京商业百强榜,再从百强企业中产生最终的十大商业品牌及特色单项奖品牌。预计明年初将举行盛大的颁奖典礼。据活动组委会表示,评选活动报名截止到2016年12月22日,企业报名2016年度北京十大商业品牌评选,可登录评选活动官方网站北京商网(www.bjbusiness.com.cn)查询活动详情、下载报名表,也可咨询评选热线010-64101822。

北京商报记者 邵蓝洁