

张东方当选上海家化新任董事长

北京商报(记者 孙麒翔 王潇立)12月12日,上海家化召开2016年第一次临时股东大会。股东大会通过了关于选举张东方、宋成立为公司第六届董事会非独立董事的议案。在随后召开的六届九次董事会上,张东方当选为上海家化新一任董事长。

资料显示,新任董事长张东方于11月25日被聘为上海家化CEO兼总经理,曾在维达国际、芬美意集团担任高级管理职务,具有20多年快消品行业经验,熟悉家居护理、个人护理以及化妆品行业。上海家化董事会表示,张东方拥有20多年日用消费品行业经营管理经验,对日用消费品行业有深刻的洞察,将引领上海家化抓住消费升级机遇,提升消费者体验,加快变革与转型步伐。

在股东大会上,张东方表示,由于仅上任两周时间,所以目前做的工作还仅是对于各个项目的梳理,不过她对于公司未来已经有大致轮廓并概括为16个字,即研发先行、品牌驱动、渠道创新、供应保障。在明年3月的经销商会议期间,将对外公布清晰的中长期战略规划。

11月25日,上海家化发布了董事长谢文坚的辞职公告。公告称,谢文坚因个人原因申请辞去上海家化董事、董事长、董事会下设各专门委员会委员、首席执行官、总经理等相关职务,辞职后不在上海家化担任任何职务。

微信朋友圈小视频时长延至10秒

北京商报(记者 姜红)苦恼于短视频只能即时拍摄的微信用户终于告别了这个麻烦,12月12日消息,微信更新发布的6.5.1版本中可以支持朋友圈分享相册中的本地视频。同时,视频时长也从6秒延长到了10秒。此前,微信朋友圈的视频分享功能只支持“小视频”,根据“小视频”功能介绍可知,微信用户可以从微信内部直接启动相机,拍摄最长6秒钟的视频并发布在朋友圈上,也可以通过对话框将视频发送给自己的好友。但与照片拍摄功能不同的是,微信的小视频功能,不能从手机相册选取已拍摄的视频,而只能从微信内部直接拍摄。

当前新版本的微信中,无论是聊天界面的视频拍摄,还是朋友圈界面的拍摄功能,视频时长均从6秒延长至10秒以内。有用户表示对这一时长限制仍不满足,不过,考虑到用户耗费流量、上传速度、UGC内容生产能力等多方面因素,10秒的视频长度或许更为合理。

除了时长,新版本的小视频也取消了画幅的限制,用户可以拍摄横版画幅的视频,也可以拍摄竖版画幅的视频。同时,如果该视频时长超过10秒,微信会提示并提供编辑工具,帮助用户从本地视频中截取10秒以便发送,不过并没有拼接或加滤镜等功能。朋友圈完善小视频的功能,除了鼓励用户调动积极性外,也让短视频App有了新的社交出口。

11月国内汽车产销同比增速超10%

北京商报(记者 蓝朝晖 吴晓勤)12月12日,中国汽车工业协会发布2016年11月汽车工业经济运行情况、行业发展情况,11月,汽车产销继续保持增长态势,当月产销环比和同比增速均超过10%,产销量创历史新高。汽车产销分别完成301.1万辆和293.9万辆,比上月分别增长16.4%和10.9%,比上年同期分别增长17.8%和16.6%。1-11月汽车产销分别完成2502.7万辆和2494.8万辆,比上年同期分别增长14.3%和14.1%,高于上年同期12.5和10.8个百分点。1-11月汽车产销稳定增长,增幅比1-10月小幅提升。

11月,中国品牌乘用车共销售113万辆,同比增长21.8%,占乘用车销售总量的43.6%,比上年同期提高1.6个百分点。1-11月,中国品牌乘用车共销售925.1万辆,同比增长20.2%,占乘用车销售总量的42.7%,而中国品牌乘用车销量前15名企业集团依次为:上汽、长安、长城、东风、北汽、吉利、奇瑞、比亚迪、广汽、江淮、华晨、江南、一汽、海马轿车、东南。中国汽车工业协会秘书长助理陈士华表示,2016年11月中国汽车工业经济产销量保持较快增长,乘用车产销环比、同比增长较快,中国品牌乘用车市场份额高于同期。

首批电动平衡车国标正式起草

北京商报(记者 姜红)12月12日,中国智能短途交通行业创新发展论坛暨中国国际商会智能短途交通专业委员会工作组(筹)成立大会宣布智能短途交通行业内国标已经立项,首批电动平衡车国标《电动平衡车通用技术条件》和《电动平衡车安全要求及测试方法》也已经开始起草。

据了解,我国智能短途交通行业作为我国掌握自主知识产权的朝阳产业发展迅速,目前主要包括平衡车、扭扭车、电动滑板车以及各种变形延伸产品,集聚了全球范围内80%以上的知识产权和90%以上的产能。不过,该行业目前尚无国家质量标准,在美国、欧盟等主要出口市场存在知识产权和产品质量纠纷。在此背景下,中国国际商会智能短途交通专业委员会筹备工作组,该工作组将筹备我国智能短途交通行业的首个专业委员会。工作组成立以后,将会在知识产权、法律保障、产业链协作等方面帮助行业发展。

会议宣布,首批电动平衡车国标《电动平衡车通用技术条件》和《电动平衡车安全要求及测试方法》已经正式开始起草,并于一年后报批。这两项国家标准的出台将彻底改变国内平衡车相关行业无质量标准和安全监督的状态,会对相关市场起到重要规范作用。

“网易有钱”推资产管理工具

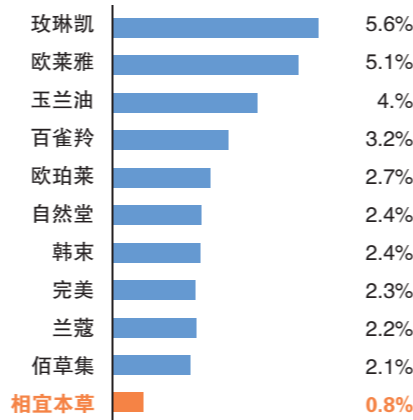
北京商报(记者 魏蔚)12月12日下午,网易旗下个人资本管理工具“网易有钱”联合TNS(特恩斯市场研究公司)提出“渐富人群”概念,针对此类人群推出以自动记账、理财、理财社区等为中心的“个人资产管理方案,并将其延伸到更多金融服务场景。

根据网易有钱与TNS发布的《2016中国渐富人群研究报告》(以下简称“报告”)显示,年龄为23-35岁,个人年收入5万元以上,经济、政治、教育等方面资源和技能仍在提升的群体为渐富人群,报告调查显示,89%的渐富人群拥有记账需求,但现实却只有23%的人坚持记账,大部分人群因为支付方式分散,没有合适记账工具而选择放弃。网易有钱总监单开涛认为,渐富人群的个人资产管理需求是一个千亿级的市场,市场上的产品以简单记账和手工记账为主,这难以适应电子金融时代多种第三方支付工具的海量小额支付,也无法理清银行卡、信用卡、股票、基金等账户的交易,网易有钱推出“自动记账+高效手动记账”的解决方案旨在解决上述矛盾。据了解,网易有钱支持一键同步银行卡和信用卡网银、支付宝等账户,网易有钱目前已接入27家银行、16家券商,自动同步成功率达99%。

高层换血密集 渠道政策不明

左右摇摆的相宜本草

2015年国内护肤市场部分品牌占有率



数据来源:智研咨询《2016-2022年中国化妆品市场供需预测及投资战略研究报告》

是比较现实的”。

虽然相宜本草在化妆品专营店渠道上寄托了极高的期望,但政策在实际落地过程中却出现了一些问题。陕西一位不愿具名的代理商表示,在品牌竞争极为激烈的化妆品专营店渠道,相宜本草的新品在卖点、功效等方面都没有明显优势,返单率并不高。

定价不一

主打本草护肤概念的相宜本草,秉承着“三条腿走路”的策略,在传统的商超渠道、电商和化妆品专营店渠道都有布局。在多点开花的战略下,不同渠道的产品售价却出现了混乱。

“几天前,在屈臣氏买了盒相宜本草眼霜,花了45元。但是后来无意中在家乐福看到,同样的产品只要35元。”北京地区消费者李女士向北京商报记者透露,

不同渠道的相宜本草产品,在售价上的差异较大。“超市之间贵个一两元尚属正常现象,但是贵出10元有点太多了。”在相宜本草的天猫旗舰店内,北京商报记者看到了李女士购买的“相宜本草滋养紧致眼霜”,这款产品在天猫旗舰店上目前以套装的形式售卖,两支装共66元,折合每支33元。

对于产品的价格不一,相宜本草官方客服人员回应称,相宜本草的产品价格是统一的,但由于每个店铺的营销及促销方式不同,价格上会有点差别。但北京地区一位代理商认为,这种较大的价格差距,实际上对于相宜本草在化妆品专营店的开拓造成了一定的阻碍。“电商渠道的价格远低于专卖店,同样的产品在网上海旗舰店可以卖到6.7折,但实体店却必须全价出售,有些顾客一看价格就走了。电商渠道的低价一方面对实体店形成了分流,另一方面本土品牌在一些小型的化妆品连锁店难以建立起品牌优势。”

布局失策

对于相宜本草来说,2007年可谓是品牌的黄金时期。当时,在传统商超渠道风头正盛的相宜本草,吸引了今日资本1000万美元的注资,推动了品牌的高速发展。2008-2011年间,相宜本草的销售收入从2亿元增长到了15亿元,涨幅高达700%,并于2012年递交了招股说明书。

但随后几年,业绩的增长势头并没有延续。有业内人士透露,去年,相宜本草的回款约为11亿元,较2013年鼎盛时期的23亿元缩水一半。从各大渠道来看,去年相宜本草在化妆品专营店渠道的回款额为1.5亿元,较招股书显示的2011年该渠道1.19亿元回款额几乎没有增长;在大型商超卖场渠道,去年的回款额为7亿元左右,远低于2011年的10.18亿元。

Special focus

接棒天猫 支付宝强推“双12”阳谋显现

当“双11”成为线上全民狂欢后,支付宝口碑针对线下连续三年重推“双12”,今年更是将活动时间由一天增加到三天,蚂蚁金服方面透露,截至12月12日15时累计有1.1亿人参与“双12”,与两年前业界普及移动的解读不同,今年支付宝口碑在国际化、商家会员营销以及互联网金融线下化方面的诸多尝试被认为赋予了“双12”新的使命,在阿里集团董事局主席马云提出新零售理论后,“双12”更像是阿里系落地该理论的方法论。

家门外+国门外

进入第三年的支付宝口碑“双12”活动力度以及规模和预想中一样有增无减。最大的扩容表现在活动时间由原来的一天升级为12月10日-12日三天,参与的线下商家从去年的超过30万家增长到今年的100万家,场景覆盖从超市、餐厅、便利店、电影院、美容美发的基础上,扩大到休闲娱乐、生活出行、婚庆摄影、运动健身、酒店景区以及洗车保养等行业。

今年“双12”覆盖区域相应扩大。澳大利亚、新西兰、美国、英国、德国、法国、芬兰等16个国家和地区,总共7万家线下商户门店为今年支付宝口碑“双12”站台,全球总共有7000个品牌参与“双12”,涵盖免税店、百货公司、海外机场、Spa、夜市、商超、餐馆等。

以上所述商家在“双12”活动期间会面对支付宝口碑推出专属优惠,用户只需通过支付宝或口碑付款,即可享受专属优惠。

艾派克39亿美元收购利盟

北京商报(记者 陈维)12月12日,艾派克正式宣布与太盟投资(PAG)及君联资本成功收购国际打印机及软件公司利盟国际有限公司,交易金额达39亿美元(约为260亿元人民币),此次收购创下打印行业最大规模跨国并购。

据了解,艾派克及其关联企业奔图科技多年来致力于自主知识产权激光打印机的研发和制造,是中国唯一一家拥有自主知识产权的打印机厂商。利盟是全球前五大激光打印机厂商,是打印成像解决方案、企业软硬件和服务等领域公认的领先企业。

艾派克方面指出,并购后的艾派克和利盟有望在产品生产、销售渠道、成本管控方面进行协同。在产品上,目前利盟公司拥有35页以上的中高端产品,与主攻中低端产品线的奔图形成了互补,收购完成后,双方有望共同打造覆盖高中低端打印产品的全系列产品线,大大节省了双方的研发时间和成本;在销售渠道上,目前利盟的优势市场在欧美地区,而奔图已经在发展中国家建立

了雄厚的渠道和客户根基,双方的合作有望快速打开全球销售网络。而在成本管控上,在整合完成后,双方在供应链上的议价能力将大大加强,规模化的生产以及艾派克在耗材部件上的技术积累,都将有助于生产成本的降低。

服务+运营网络化

“引流是每个线下商家的诉求,在这一点上,支付宝口碑‘双12’的效果非常明显。”江边城外集团总经理孟洪波认为互联网的引流效果可以提振商家的信心。

其他商家的数据也佐证了“双12”的引流效果,“双12”首日,包括全国的大悦城与凯德MALL在内的全国参与活动近1000家大型购物商场,整体客流量与交易相比日常均增长接近2倍。

不过商家普遍反映,对“双12”的热情并不仅仅来自于引流,通过互联网进行升级才是线下商家的核心诉求,支付宝口碑想要催化新零售也需要从基础设施下手,在逐步普及移动支付后,前端产品、服务的互联网化成为支付宝口碑为线下商家带来的重要能力。

以支付+扫码点餐为例,金鼎轩北京财富中心店在引入该功能后,服务员数量减少6名,翻台率提升近三成,一年可节省人工成本三四十万元,预估一年可以为一家门店增加800万元的营业额。

将用户的决策、预订、点餐、支付等环节线上化,

“相宜本草在电商上做得是比较成功的,但是在化妆品专营店和商超渠道上却出现了失误。”日化行业观察员赵向晖表示,2012年之前是相宜本草增速最快的阶段。但连续的高增长也让公司内部的心理膨胀起来,这一年,相宜本草开始减少卖场促销投入、缩减地面的导购团队。另一方面,在化妆品专营店渠道上,2003年与2008年,相宜本草曾两次试图进入专营店渠道,但结果皆不如意。

产品老化

“目前,市场上主打草本概念的品牌很多,除了相宜本草外,本土品牌有百雀羚、佰草集,一些外资品牌也有很多主打有机、植物概念的产品。”赵向晖认为,在主动退出IPO后,相宜本草近几年的发展比较温吞,市场份额也出现了一定程度的下滑。

赵向晖认为,虽然相宜本草在去年推出了针对年轻人的新品,并且“一年换一次代言人”,但是锁定“90后”消费群、推进品牌年轻化不仅仅只是更换包装和LOGO,更重要的是“年轻化”的精髓把握,价值植入以及科技支撑,相宜本草无论是在包装风格及产品科技成分上都不能将自身与同性质其他品牌产品做出很好的区分。

同时,品牌的升级速度,对于相宜本草来说也显得过于迟缓。去年,相宜本草对旗下四大明星系列产品红景天堂透动白系列、百合高保湿系列、四倍多萃润泽系列、芯净自然系列做了形象和配方上的升级,但是这次升级距离上一次已有五年之久。“面对年轻消费者更新速度越来越快的产品需求和如百雀羚这些竞品快速推出新品推出和市场动作,相宜本草对市场的反应速度明显较慢,也越来越远离捕捉新一轮年轻消费者的窗口期。”

北京商报记者 孙麒翔 王潇立

可极大提升线下商业运转的效率,也为商家提供了数据化运营依据,这被口碑公司CEO范驰近年来反复强调,同时也是新零售的核心。

助力后厨+金融

支付宝口碑在后厨、供应链和金融业务上的促进作用明显。

在业界看来,后厨的互联网化需要餐饮市场资源重新配置,是餐饮互联网化最深最难的层面,前端产品服务的在线化让餐厅可以精确地了解门店的运转情况,比如客流量、翻台率、菜品销量,这些历史数据为餐厅提供参考,合理控制采购,优化餐厅出品。而其他商业体可从支付宝口碑方面获得的数据资源和自身可升级能力与餐饮业同理。

目前口碑服务市场主要提供“店铺插件”、“店铺管理”、“商品管理”、“摄影服务”、“店铺装修”、“顾客管理”、“运营推广”、“商业服务”、“收银支付”、“供应链管理”十大类400多小类的互联网服务工具。

此外,将线上金融服务介入线下则是今年支付宝口碑“双12”的另一项突破,包括消费贷、口碑贷和花呗三部分,其中消费贷包括食品安全险和顾客人身安全险,口碑贷为针对小微商户的纯授信贷款服务,不用抵押,完全靠商户数据作为参考,线下商家接受花呗付款则使用户具有更多资源渠道选择。以上针对线下商家多层次的升级无疑使“双12”成为阿里践行新零售的最好练兵场。北京商报记者 魏蔚

拿地违约 旭辉3.7亿保证金被罚没

北京商报(记者 彭耀广)12月12日,上海土地市场网站发布公示,上海旭备实业有限公司在上海拿地行为中违约,被罚3.7亿元保证金不予退还。

北京商报记者查询发现,该公司为上海旭辉企业管理有限公司全资子公司。公示显示,上海旭备实业有限公司在参加青浦区西虹桥徐民东路南侧39-04-40-02、41-02、43-01地块,40-01地下空间及地块之间连通地块的国有建设用地使用权(地块公告号:201607901)出让活动中,违反出让文件的规定,未于出让须知规定的时间内投标,其行为属于该地块《出让须知》之附件一《招标投标活动及注意事项》之“四、注意事项”之“(十)违约处理办法”之第1项规定的情形之一,同时违背该公司在竞买申请所做的承诺。出让人依据出让文件以及该公司的承诺,追究该公司违约责任如下:1.该公司违约行为将列入诚信档案;2.该公司已提交的保证金不予退还。

北京商报记者从上海市规划和国土资源管理局发布的该地块出让信息

了解到,该地块于2016年7月25日挂牌出让,起始价格18.6973亿元,竞买保证金3.7395亿元,当时上海旭备实业有限公司也参与拿地,最终该地块被上海兴万置业有限公司以18.78亿元成功竞得。

北京商报记者就此采访了旭辉地产相关负责人,对方表示暂不知情。“此类房企拿地违规被没收保证金,体现了上海相关监管部门对于土地市场交易秩序的整顿。尤其是近期上海控制房价的力度较大,土地市场的交易模式也在规范,部分房企没有按照要求拿地,导致近期上海土地交易的节奏会受到干扰。而且上海近期要求土地交易面积呈现一个年度正增长的状态,所以部分房企拿地优惠寡断的做法反而会引起政策层面的惩罚。”易居研究院智库中心研究总监严跃进在接受北京商报记者采访时表示。有业内人士分析称,本轮楼市调控更为全面,一二线城市楼市除“限购、限贷”此类需求端调控外,“增加土地供应”、“改变土拍政策”的供给端调控也在持续。