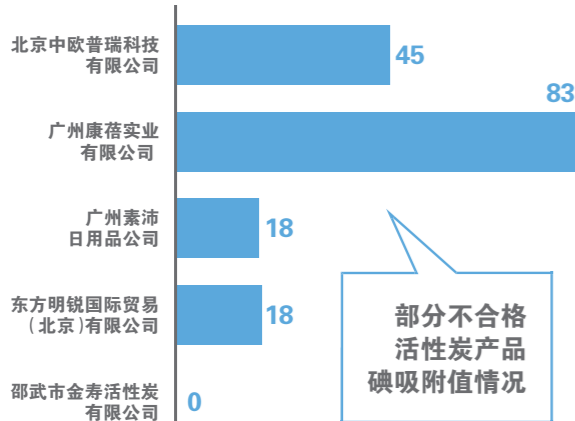


· 商讯 ·

责编 吴文治 美编 李燕 实习校对 马春慧 电话:64101866 syzx10@126.com

## 活性炭产品合格率不足三成



注:空气净化作用较好的活性炭产品碘吸附值一般在300以上

北京商报讯(记者 吴文治 王维伟)宣称有吸附甲醛、净化空气作用的各类活性炭产品一直是新装家庭的首选,但市场中的活性炭质量良莠不齐。12月13日,中消协根据消费者的反映情况,委托专业检测机构对部分活性炭产品进行了检测,随机选取16个活性炭样品,11个活性炭样品被检出活性炭检测指标数值较低,合格率为25%,整体情况堪忧。

中消协建议消费者,因活性炭的吸附功能有上限,若活性炭量一定并且不通风空间,一定时间后,吸附功能就会下降,消费者需要定期更换活性炭。

北京商报记者查询发现,在主流网上商城,不少单品活性炭产品销量上万,好评差评不一,甚至此次上黑榜的一些品牌也是网上商城活性炭类商品的主打品牌。

李燕/制表

## 1.58亿 一心堂拟收购60家药店

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)云南医药零售巨头一心堂开始加速卡位。一心堂12月13日连发3则收购公告,拟合计斥资1.58亿元收购绵阳老百姓大药房、广元市老百姓大药房以及个体经营的60家药店。一心堂方面称,本轮收购将有助于公司加强巩固四川市场,扩大公司覆盖范围,提升综合竞争力。

根据公告显示,此次一心堂收购的60家药店均位于四川省内,其中从绵阳老百姓大药房、广元市老百姓大药房收购的药店各为26家,分别斥资5689万元、8371万元,收购个体经营药店8家,拟投入资金不超过1754万元。

根据一心堂三季报显示,截至2016年9月30日,鸿翔一心堂及其全资子公司共拥有直营连锁门店3877家,其中云南2697家、广西334家、四川240家、山西212家、贵州154家、海南154家、重庆58、其他省份及直轄市28家。当时,一心堂方面曾表示,未来公司战略将着眼于全国市场,核心区域高密度布点,形成重点区域高密度网点的布局。由云南向西南推进的同时,配合电商业务开展全国布局。

对于本次收购,业内分析人士表示,通过资本收购是一心堂实现快速卡位的一条捷径,但这样的做法并非没有风险,想要将此前“小而散”的药店一举整合,需要一心堂在之后的经营中投入更多人力物力。

一心堂在收购公告中也表示,随着营销网络拓展,公司的连锁门店管理半径也在增加。门店数量的增加,给公司的门店管理带来压力,具体包括选址、配送、资金调度、营销和人员等。尽管公司近几年大力建设信息系统,在各省区域建立物流基地,加大人员培训力度,以提高连锁门店的管理能力,但随着营销半径增大后,公司的管理能力以及配套能力都要适应门店的增长,这会给公司的管理带来一定的压力。如果管理能力不能达到要求,有可能出现销售下降、品牌弱化、供货体系紊乱等问题,从而导致经营利润的降低。

## 沃尔玛在售商品被检不合格

北京商报讯(记者 吴文治 王维伟)12月14日,云南省食药监局对外公布的《云南省食品药品监督管理局2016年第51期食品安全监督抽检信息公告》显示,云南省食药监局对市场流通中的食品进行抽检,样品检验192批次,公告抽检合格样品185批次,抽检不合格样品7批次,其中知名商超沃尔玛超市在售商品被检不合格。

公告显示,沃尔玛(云南)商业零售有限公司景洪勐海路分店销售的大凉山正中苦荞原味沙琪玛,因霉菌菌落总数、霉菌菌落超标上黑榜,因霉菌、菌落总数而使产品不合格的商品为4批次,超不合格产品总数的半数以上。

据了解,菌落总数是指示性微生物,并非致病菌,主要用来评价食品清洁度,反映食品在生产过程中是否符合卫生要求。此外,使食品腐败变质,破坏食品的颜色、香味,降低食品的食用价值,是一种微生物,霉菌超标的原因可能是加工用原料受霉菌污染,或者生产过程中卫生条件控制不严,样品储运条件控制不当导致。

这是本周内沃尔玛第二次被曝在售商品不合格。国家食品药品监督管理局12月13日公布的近期组织抽检蔬菜制品、饼干、茶叶及相关制品、薯类及膨化食品、食糖等5类食品样品,其中沃尔玛(贵州)商业零售有限公司销售的标称贵阳恒昌生态农业有限公司生产的精造姬松茸,总砷和镉检出值比标准规定分别高3.2倍和4.8倍。

## 11月快递服务有效申诉环比同比双增

北京商报讯(记者 吴文治 李振兴)12月14日,国家邮政局通报了11月邮政业消费者申诉情况,快递服务问题达218465件,占总申诉量的96.9%。受理的申诉中有有效申诉(确定企业责任的)为24807件,比上年同期增长7.4%。有效申诉中涉及快递服务问题的23785件,占有效申诉量的95.9%。经调解消费者申诉已全部妥善处理,为消费者挽回经济损失436.9万元。11月,消费者对快递企业申诉处理结果的满意率为95.9%。全国快递服务有效申诉率为百万分之6.32。

11月,快递业服务的质量有所下降。消费者关于快递服务的有效申诉23785件,环比增长31.3%,同比增长5.8%。2016年11月,消费者对快递服务申诉的主要问题与上月比较均呈增长趋势。其中,违规收费、丢失短少、延误和收寄服务增长较明显,环比分别增长51.8%、38.1%、38%和37.5%。与去年同期相比,增长的有延误、损毁和丢失短少,同比分别增长22.9%、15.8%和9.8%。

不过,企业对于消费者的回复更加及时了,2016年11月,企业对邮政管理部门转办的申诉未能按规定时限回复的有17件,与去年同期相比减少6件。其中韵达快递、快捷速运各3件、圆通速递全峰快递各2件、中国邮政、申通快递、京东和TNT各1件,其他企业3件。

## 金五星撤场将变身创客空间

## 当地商业潜力待挖掘



位于北四环的金五星建材市场确定月底关停,杂牌商户也会被清退,这里将变身创客空间,引入高端业态。但只有与区域商业联动激活消费,才能真正发挥这一黄金地块的商业价值。

成立于2004年3月的金五星建材市场,将在12月31日正式离场,让位于非首都核心功能疏解大政,是它与此前5月关停的另一处京城老牌家居建材卖场万家灯火相同的命运。在众多以金五星建材批发市场为庇护所的杂牌商户迷茫于搬往何处的同时,腾退区将如何利用也成为关注焦点。

有分析人士指出,与其引入创客空间等高端业态,不如充分挖掘金五星建材市场所在地的强劲消费能力。

## 建材市场撤场

中午11时36分,老李还没有开张,在此之前,他送走了三波前来询价的顾客,“都是知道这里要关,来捡便宜的老太太”。

连续十多年,每天上午8时,老李都会准时出现在金五星百货批发市场有限公司第一建材分市场(以下简称“金五星建材市场”)51号,每日承担着这处50多平方米狭长店铺8元/平方米的场租,并同时经营着来自广州的穗宝、上海的爱舒和北京的老床垫品牌九洲揽月三个品牌。

不过,很快他十多年形成的生活习惯就要打破了。金五星建材市场门口张贴的几张白纸黑字的公告,宣布了一个很多商户都不愿看到的事实——金五星建材市场真的要关门了。“根据北京市政府清理清退低端市场的整体规划和政策要求,四厅建材市场于2016年12月31日关停。”

公告前半段25字的关停理由,更多是写给不知情的消费者,金五星建材市场的租户早就已经做好了心理准备。“一直都说要拆,说了有一年多了,后来说要年底之前拆,两个月前市场的人又特意通知了一下。”老李感觉,市场关停就像信阳老家地里的玉米棒子,到了时节,自然成熟。

早在2016年5月京城老牌家居卖场万家灯火翅翔桥店摘牌匾时,金五星年内部分关停的节奏便已经确定。在海淀区东升镇提供的《东升镇低端有形市场疏解工作情况汇报》中,明文写道“通厦花卉市场、金五星建材市场、清河农副产品市场、小营建材市场于12月31日前完成关停”。

12月14日,北京商报记者致电金五星建材批发市场招商部,发现之前提供

的办公室电话已无法拨通。

需要注意的是,将于年底之前关停的仅是金五星百货批发市场有限公司四厅,即公告中所指的“金五星百货批发市场第一建材分公司”,它成立于2004年3月。“我们一切正常。”管理一厅、二厅和三厅的办公人员称,作为金五星2003年3月成立的三个厅,服装鞋帽、办公文体、通讯电器等产品是主营业务。

不过,讨论关停日期,早已成为这些厅商户们最重要的话题之一。“估计再过5个月就要关了,明年3月我们应该还在。”三厅卖围巾的林女士是金五星建材批发市场14年的老商户,再过5个月,是她和众多商户推测出的保守数字。一厅美食城小嘿冒菜的小哥更乐观,“从4厅开始拆,拆到这边的话要到7、8月,还早着呢”。

## 低端杂牌遭淘汰

不过,对于在关停中首当其冲的四厅商户,搬离截至日期已经定格在2016年12月31日,容不得半点商量。“搬去哪儿”成了一个实际且无法逃避的问题。尽管早已做好心理准备,但老李还没有想出答案。

一公里外,就是京城老牌家居卖场

蓝景丽家。“进不去,里面一个品牌只要一家店,都已经满了。”对九牧经销商老蔡来说,蓝景丽家不是选择之一。北京商报记者注意到,仅在金五星四厅,打着“九牧”、“九牧洁具”的品牌,便有超过5家。“我们一切正常。”管理一厅、二厅和三厅的办公人员称,作为金五星2003年3月成立的三个厅,服装鞋帽、办公文体、通讯电器等产品是主营业务。

“能退掉的退掉,退不掉的就打折卖掉,等过完年再说。”老蔡计划,悠悠哉哉等待关停的商户是极少数,“都是厂家直营,关了以后看工厂打算让我们做啥吧”。北京商报记者走访多位商户,仅有一位卖鞋的小伙子打定了主意,计划搬去廊坊,“听说不少人都去了那里”。

定位低端,与北京首都核心功能战略不相符,是金五星建材市场拆除的根源。北京商报记者注意到,在2016年3月底北京市工商局公布的《水嘴产品质量抽检不合格名单》中,金五星有五款水嘴类产品被测出不合格,且抽检的问题多集中在标志、包装、标识这三个与品牌信息相关的项目上。

而走在金五星建材批发市场大

里,这种感觉就更为明显。傍大品牌自抬身价的小杂牌随处可见,如打着“OPAI”或“OPPAIN”的英文商标,冒充橱柜品牌欧派(OPPEIN);打着“樱花YINGHUA”和“樱花JINTAO”的冒牌“樱花SAKURA”,偶尔被这些障眼法欺骗了,仔细辨别拿到手里的产品,会惊讶于这里品牌意识的严重缺失,包装上常常是仅有图标,找不到说明书、产品检测报告和保修证明。金五星搬迁后,意味着众多小杂牌将失去庇护所。

老李很怀念金五星曾经密集的消费者还有熟悉的老邻居。十多年前,床垫店刚开业时,金五星百货批发市场曾以超大规模的体量,成为区域消费的明星。“这些摊位曾经都是做家具的,市场到了周末一个人忙不过来。”老李指向的位置,如今只能从地砖深浅不一的色彩依稀辨别曾有商户入驻,而近两年,伴随着金五星客流量降低,这些摊位一直空置。

## 高端商业体入驻存疑

金五星建材批发市场的关停只是北京疏解非首都核心功能大政中的一个小动作。

在2016年8月30日召开的“以功能疏解促创新发展”发布会上,北京市推进京津冀协同发展领导小组办公室常务副主任王海臣解读2016年以来的全市功能疏解和产业升级情况,2016年内北京将关停退出工业企业300家,完成关停清退、改造升级和疏解转移传统商品交易市场90个,疏解升级16家批发市场,加快推进多家批发市场调整疏解和业态升级。

对于金五星腾退后,原有地块将如何利用,海淀区商务委相关负责人表示向北京商报记者透露,将淘汰低端商户,保留物美等大型商业体,腾退后将引进创客空间及大型高端商业体。而此前关停的万家灯火北四环店,计划在3-5年内建成中关村东升科技园三期和面积达106公顷的景观绿地。

不过,有分析人士对金五星腾退区上述用途提出质疑,认为金五星所在的海淀区学院南路衙门桥西南地段有强劲的消费力,并不适宜引入创客空间,而应充分挖掘该社区消费能力,布局如宜家、超市等以居民社区消费为主的业态。“李宁在北京销售最好的一家店,就在金五星附近,便是证明。”该分析人士指出。

北京商报记者 吴文治 曲英杰

## Market focus

## 物美大商不再持股

## 超市发梳理股权回归国有

12月14日上午,北京超市发连锁股份有限公司召开股东会、董事会、监事会,海淀置业集团收购物美、大商旗下天客隆所持有的超市发股权,超市发公司正式成为北京海淀置业集团控股的商超连锁企业。超市发党委书记兼董事长李燕川向北京商报记者表示,股份回购完成后,是否会上市要看区国资委的意见,“区里有让国资委企业上市的计划,但是否是超市发还不确定”。

## 回归国有

通过本次董事会,公司党委书记李燕川任新一届公司董事长,总裁王增庆任副董事长。超市发正式成为北京海淀区的国有控股企业。今年上半年开始,海淀区国资委接手回购物美集团持有的超市发25.03%股份,以及天客隆持有的34.77%股份。

回归海淀区国资委后,超市发将进行三个方面的重点工作,一是将现有门店调整升级,始终围绕商圈顾客结构,设计更加清晰的门店定位和服务,集中力量做好生鲜食品类经营,挖潜生鲜加工,满足社区居民在餐桌上的高频刚需。二是结合社区定位和年轻客群的需要,在店内增加即买即吃的中西式美食,开发更多现场制售食品,同时增加冷链配置,扩大低温品类。三是继续着眼于北京市海淀区门店网点布局,做深做足海淀,将超市发打造成一张海淀百姓离不开的生鲜食品供应网。

北京海淀置业集团注册资本10亿元,出资人为海淀区国资委,重点发展科技服务业和城市服务业两大板块,在城市服务业领域,参与社区服务体系,大力发展社区商业,除了拥有超市发这样的社区商业资源之外,还与各街道、华光商厦合作“菜篮子”系统工程建设。

## 扫清股权障碍

在海淀区国资委发起回购之前,超市发的股权结构为,海淀区国资委持股34.77%,天客隆持股34.77%,物美集团持股25.03%,其余股份由4个公司和自然人持有。超市发前身为海淀副食品公司,1997年7月,北京超市发商贸集团将其下属的伍富连锁总店、购销公司、果蔬配送中心三家单位合并,成立了超市发连锁经营公司,1999年10月,改制成为超市发连锁股份有限公司。

在超市发的股权结构变更中,相继引入了天客隆和物美,在北京商业观察人士看来,虽然引入另外两家企业属于市场化操作,但股权结构混乱及同业竞争这两大历史遗留问题为超市发日后的决策及运营带来了不少压力,收购国有从决策层面看有利好因素,可以让董事会

决策机制更加顺畅。

据知情人士透露,超市发的股权问题早已得到重视,“董事会都开不了,大家都不去,没人做决策,浪费了很多发展机会,国资委之前已经开始一家一家谈判”。据了解,近两年在零售业整体低迷、营收利润双双下滑的情况下,超市发的经营业绩却令人眼前一亮,这也是海淀区国资委下决心解决股权问题的动力。在今年初的“2016年供应商大会”上,王增庆表示,“2015年超市发实现营收39亿元,同比增长3.57%,2016年超市发计划实现销售41.83亿元,同比增长8.21%,并将新开13家店”。

## 扩张提速

李燕川介绍,超市发今年计划开出13家门店,不过随着北京疏解非首都核心功能,海淀区一些批发市场和自由菜市场被疏散,为满足周边居民的消费需求,在海淀区的安排下,超市发在原计划外快速开店,不过这些门店都属于一二百平方米的小店,甚至几十平方米。明年超市发计划开设10家门店,面积在1000-2000平方米为主,也有2000-3000平方米的大店,目前已经确定6家门店选址,其中一家位于朝阳区。

虽然门店悬挂统一的招牌,但在超市发内部,500平方米以内的门店定位于社区超市,突出便利性;500-1000平方米的门店主要面向家庭主妇做生鲜;1000-1500平方米的门店则是提供品质商品的生活超市;1500-2000平方米的门店为食品超市,满足顾客日常生活基本需求;面积在2000平方米以上的综合超市则更多构建生活场景,让顾客感受体验化购物。

对于电商的发展,李燕川表示,超市发目前缺乏电商人才,即使挖人过来做电商也不一定能够融合的很好,另外,“实体店在电商方面应该更多地去做融合,不一定要自己去,而且从全国电商发展的情况来看,自己做也未必活得下去”。据北京商报记者了解,超市发有14家门店与小e到家合作,进行线上下单送货到家的服务,后者为超市发带来了门店覆盖范围之外的消费需求。据介绍,在双方合作的一年时间里,这14家门店一共增加了3000万-4000万元销售。

李燕川表示,未来通过品牌结构、业态功能、消费环境的持续改进与创新,立足于社区做大做强。对于上市计划,“要看区国资委的意见,区里有让国资企业上市的计划,但是否是超市发还不确定”。

北京商报记者 邵蓝洁

## 资质造假 将被淘宝永久禁入

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)13日,淘宝网发布关于《淘宝网食品行业标准》等规则变更通知,调整家庭保健品、食品、保健食品等行业的商家准入规则。对资质造假商家的惩罚从此前的90天禁入变更为永久禁入。

调整后的淘宝规则对商家来说违规成本更高,以家庭保健市场为例,以往卖家若想在平台一级类目“家庭保健”下发布二类医疗器械商品,需满足两项条件,首先提供相关经营资质,要求信息主体一致;其次是近90天内无因营业执照资质造假、医疗器械经营准入资质造假的虚假凭证处罚扣分。规则调整后,第一项条件内容不变,第二项内容调整为“无因营业执照资质造假、医疗器械经营准入资质造假的虚假凭证处罚扣分”。

不同于穿着在外的服饰类商品,消费者对于食品、保健品的品质问题显然更加重视。但与消费者重视程度不匹配的是电商企业所售食品的问题频出。今年11月,食药监总局通报了一批不合格食品名单,其中6批次来自电商企业的食品。10月,有媒体报道,消费者反映在淘宝网上购买到不符合食品安全标准的食品,并就此向平台方索要13倍赔偿,双方意见不同对簿公堂。

可以注意到,在目前的电商行业中,移动大健康、网络商超市场已经成为电商企业的必争之地,网购保健品和食品由此更加火热。牢把品质是电商企业吸引消费者,站稳市场的一把利器。但相较于B2C模式的天猫超市、京东超市等,以C2C模式为根基的淘宝网在确保商家资质、把控商品品质等方面显然有着更大的难度。

规则变更能否成为淘宝网在家庭保健品、食品以及保健食品零售方面“洗白”的手段犹未可知,但资质审核作为电商企业对商品进行监管的第一道门槛,此次淘宝网通过提高违规成本的方式,或将让平台上的商品质量再上一个台阶。

淘宝方面称,食品、保健品等规则调整是为了维护淘宝网健康的市场秩序,严格管控入驻商家资质造假问题,切实保障消费者利益。