

农夫山泉:没上市打算

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)3月8日,有媒体报道农夫山泉或将上市。根据媒体提供的名单显示,截至2017年1月31日,浙江辖区处于辅导期内的拟上市公司共有107家,农夫山泉赫然在列。北京商报记者联系到农夫山泉董秘周力,得到的回复是“没有上市打算”,针对为何会出现在这份名单中,周力回复“陈年旧事而已”。

根据媒体报道的数据显示,农夫山泉在中国的饮用水行业市场占比达到25%的份额,在世界饮用水市场中位居前三名,从市场份额来看,农夫山泉位居国内饮用水行业老大是毫无疑问的。《2016中国民营企业500强》榜单中显示,农夫山泉去年营收为109.11亿元。2015年农夫山泉营收增长率为3.5%,2010-2015年其年均复合增长率(CAGR)达15.8%。

尽管没有上市打算,但农夫山泉“被上市”已久。中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬认为,农夫山泉此前在渠道、经营、品牌等方面没有压力,随着近几年行业竞争变得激烈,农夫山泉希望先走一步,做上下游布局。但做全产业链企业,农夫山泉在前期产业上游需要投入很大,且回收周期较长,因此农夫山泉希望运用资本杠杆减轻自身压力,从而实现企业的快速发展,以农夫山泉目前的企业体量来说,是水到渠成的。

东南亚进口避孕套近半不合格

北京商报讯(记者 孙麒麟 王满立)3月7日广东检验检疫局对外通报该局2016年目录外进出口商品监督抽查情况显示,该局共计抽查进口商品951批次,检出不合格203批次,不合格率21.35%;其中,被抽检进口避孕套不合格率46%。6万只原产于马来西亚的日本知名品牌缺陷安全套被责令实施召回并退运出境。

通报称,广东检验检疫局根据国家质检总局的部署,于2016年对法定检验商品目录以外的进出口商品实施了监督抽查。抽查主要针对近年来质量问题频发、消费者普遍关注的高风险商品,包括空气净化器、电子坐便器、汽车用制动器衬片、家用电器、功能性服装、儿童服装、童鞋、卫生湿巾、安全套、食品接触产品、壁纸、钢丝绳和轮胎等。

通报表示,抽查安全套(避孕套)产品13批次,检出6批次不合格,不合格检出率46%,产地为马来西亚、泰国、日本。抽查各类进口家用净水机及输配水部件22批次,检出10批次不合格,不合格率高达45.5%,涉及的生产国有美国、德国、英国和韩国。

抽查一次性使用卫生用品产品(湿巾、卫生巾和纸尿裤)62批次,检出28批次不合格,不合格检出率45%,涉及进口国家和地区有德国、美国、日本、韩国和中国台湾。抽查103批次各类皮鞋、运动鞋产品,检出28批次不合格,不合格率27%,涉及东南亚和欧洲国家。抽查纺织产品249批次,检出不合格51批次,不合格率20.48%,主要为泰国、越南、马来西亚、印尼进口。

对于以上监督抽查发现的不合格情况,广东检验检疫局采取了约谈商家、查处质量违法问题、责令经销商退货和销毁等措施。

自行车产业苦寻下一个风口

涨了成本:转型中高端

共享单车带来的巨大订单,使自行车企业赚得盆满钵满,但在原材料成本价格上涨、共享单车出厂价不变的情况下,自行车厂的企业利润正在被摊薄。业内人士介绍,每年国内生产的自行车配件是有一定数量的,产能有限,在需求量增大的情况下,配件价格上调是必然的结果。

据叶植东介绍,目前自行车厂与共享单车平台的合作分为两种方式,一种是平台提供配件,工厂负责组装;另一种就是由平台向工厂定制,所有生产由工厂完成。定制模式下,企业与共享单车平台先会就每辆共享单车的出厂价达成协议,不过,随着自行车配件价格短时间内快速上涨,已经达成定价协议的工厂也将面对利润大幅缩水的情况。一位不愿具名的业内人士透露,目前一些较小的共享单车平台所定制的共享单车出厂价在300-400元之间,摩拜单车和ofo等共享单车巨头的车辆出厂价会相对更高。

相关新闻

北京商报讯(记者 姜红)共享单车企业联合部分地区管理部门尝试更加规范化运营,智享单车日前联合朝阳区公共自行车运营管理企业长城金点物联公司,在朝阳呼家楼、立水桥、北苑等地区完成了数百辆首批投放。

据了解,智享单车目前已与多地政府、企业合作规划了公共单车停放站点,将车统一规范地摆放在指定区域内。车辆搭载了北斗二代全球定位系统,能够实现1.5-5米范围内的定位。同时,智享单车还借助后台定位系统对遵守共享单车使用规则及社会公德的用户给予代金券及专业骑行装备等额外奖励。

“之所以时隔一年后才推广进入市场,主要是在打磨产品定位及核心价值的同时,保证从进入市场的那一刻开始就保持严格、规范的标准化运营及运维管理。”智享单车CEO曹康表示,智享单车在迅速进入市场开始扩张的同时,还将通过与

叶植东为北京商报记者做了个计算,以共享单车中的配件单速飞轮为例,该配件在2016年时价格为2.3-2.4元/个,春节后价格急升,目前为4.5元/个,涨价幅度接近90%,尽管价格猛增,但是单速飞轮仍然供不应求,下订单后不能直接拿货,需要过一段时间才能交货。其他配件的价格也出现了不同程度的上涨,涨幅为15%-20%。另外,由于钢材等原材料价格的上涨,运输费用的增加,每辆单车的成本也上涨了20%左右。叶植东表示,以前“半死不活”的自行车配件行业,借着共享单车的热度也大赚了一把。

面对配件价格上涨,共享单车利润收窄,为摆脱代工厂的帽子,借着热度寻求新的出路,自行车厂商也在行动。王朝阳指出,目前好多企业都在寻求转型,面对新的消费需求,一些企业开始注重品牌格调的提升。成本的提升带来的不仅是利润减少,另一方面也在倒逼企业进行创新,促使企业转型中高端产品,这对行业来说是利好的。叶植东也表示,未来企业转型升级,发力中高端产品是一个正确的方向。

缺了功能:发力多元化

随着共享单车以迅猛势头推进,在叶植东看来,未来个人自行车所具备的出行功能也将逐渐被共享单车代替。“共享单车的普及,消费者很难在出行上青睐购买自行车,在这样的大环境下,对于企业寻找新业务模式的能力上有着不小的考验。”

叶植东认为,发力多元化市场是自行车产业未来突围的重要方式。据介绍,目前赞恩自行车厂开始发力女士用车、童车以及变速山地车和中高档折叠车,这些针对特定人群开发的自行车具备的功能,是共享单车所不能及的,因此在这些车辆上,自行车行业仍然有很大的发展空间。

王朝阳认为,在共享单车进入平衡期后,自行车企业应当研发出更高档、款式新颖、功能有所针对性的个性化自行车。“面对未来自行车的出行功能被共享单车取代,自行车行业需要尽早做好准备来迎接挑战,消费升级的同时,产品升级需要跟进,未来休闲健康类的产品才会受消费者青睐。”

北京商报记者 孙麒麟 王子扬

“官方版”共享单车拓局

修不到位等一系列问题。对于出现的这些问题,我看到有关城市人民政府都采取了措施,出台一系列办法来改进和完善。”李小鹏说。

为了规范野蛮生长的共享单车市场,北京于近日规划了大量单车停放站点,引导用户文明规范出行。智享单车在2016年初就开始协助北京市海淀区政府开始筹划共享单车发展建设,参与制定了北京行业标准及管理规范。

同时,成都市交委、公安局、城管委也率先联合正式发布了《成都市关于鼓励共享单车发展的试行意见》,推动共享单车市场的规范有序发展。此外,一些共享单车企业也在积极与政府、商业楼宇及小区物业沟通,通过合作等方式划设共享单车推荐停车点,设立停车牌,引导市民规范停放单车,建立合理有序的停车秩序。

2016年度（第十二届）北京十大商业品牌榜单

2016年度北京十大商业品牌金奖

(连续三年当选“北京十大商业品牌”,第四年再度当选升级为年度“北京十大商业品牌金奖”)

1.北京稻香村
2.菜百首饰
3.超市发
4.翠微股份

5.金源新燕莎MALL
6.京东
7.居然之家
8.眉州东坡酒楼

9.全聚德
10.味多美
11.吴裕泰
12.西单大悦城

13.呷哺呷哺
14.新发地
15.燕莎奥特莱斯购物中心
16.张一元

2016年度北京十大商业品牌

1.北京SKP
2.北京赛特奥莱
3.便宜坊
4.大董餐饮
5.东来顺

6.国美电器
7.京客隆
8.内联升
9.首创奥特莱斯
10.西单商场

2016年度北京十大外埠和跨国商业品牌

1.红星美凯龙
2.家乐福
3.肯德基
4.麦当劳
5.苏宁云商

6.天虹
7.天猫
8.唯品会
9.亚马逊中国
10.永辉超市

2016年度（第十二届）北京十大商业品牌评选榜单正式出炉。该活动由北京日报报业集团、北京市商业联合会主办,经历了为期4个多月的评选过程,通过商业领域专家的数轮评审、权威媒体的评审以及公众投票最终产生了如下优秀的获奖品牌。

2016年度北京商业创新品牌

1.爱琴海购物公园
2.八达岭奥莱
3.北京建材经贸大厦
4.北美购物广场
5.本来生活
6.城外诚
7.东方名剪
8.东方新天地
9.多点
10.EMS

11.果多美
12.汉光百货
13.护国寺小吃
14.华冠商业
15.华润五彩城
16.集美家居
17.家和家美
18.金宝汇购物中心
19.酷车小镇
20.蓝景丽家

21.每克拉美钻石商场
22.蜜芽
23.南新仓
24.首汽约车
25.网易考拉海购
26.WE顺阁
27.58集团
28.小e到家
29.洋码头
30.中国黄金