

滴滴叫停三环内非京牌网约车派单

北京商报讯(记者 姜红)3月20日,滴滴相关人士证实,将逐步停止对北京三环内非京牌网约车派单,“按照新政逐步过渡”。

根据网友晒出的图片显示,滴滴在3月19日晚20点发布通知称,根据北京交通主管部门要求,今日起,将逐步停止对北京三环内非京牌网约车派单。对于外地车,滴滴也给出了建议:回到车牌归属地继续接单,或者参与回收二手车、优惠购车、优惠租车计划。

对此,滴滴回应称是按照新政要求逐步过渡,但并未披露过渡时间表,以及三环外合规网约车如何处理。

2016年12月21日,北京市《网约车预约出租车经营服务管理细则》正式对外发布,除延续此前公开意见稿里“京人京车”的规定外,申请接入网约车平台的个人及名下车辆,还必须取得网约车驾驶员和车辆资质,且名下没有其他巡游车(出租车)和网约车,并驾驶自有车辆提供网约车服务。

新政对车型的要求有所更改,5座三厢小客车排量由不小于2.0升或1.8T改为5座三厢小客车排量不小于1.8升;车辆轴距不小于2700毫米调整为车辆轴距不小于2650毫米;并去掉了原条目中“7座乘用车车长大于5100毫米”的限制。新增了机关企事业单位及社会团体非经营性车辆不得从事网约车运营等规定。

新政还称,对于已在本市开展网约车业务的网约车平台公司,驾驶员及车辆,给予5个月过渡期。而今距离5个月过渡期限已经越来越近。

目前,滴滴、神州专车、首汽约车都已经获得网约车经营许可证。

砍掉惟一副牌 利郎去年营利双降

北京商报讯(记者 孙麒麟 林杉)3月20日,在香港上市的中国利郎有限公司(以下简称“利郎”)发布2016年年报。截至2016年底利郎实现营业收入24.12亿元,较上年同期的26.89亿元下降10.3%;净利润实现5.4亿元,较上年同期的6.3亿元同比下降13.6%。

过去一年,利郎的业绩同比上一年度呈下滑趋势,并关闭店铺近700家,业务方面除了主品牌“LILANZ”销售额有所下滑,副牌“L2”也呈巨额亏损的状态。

店铺数量方面,2016年利郎关闭门店近700家,这一数目较2015年相比也有所扩大。期内利郎新开门店273家,关闭门店683家,总店铺数量为2575家,较2015年的2985家减少410家。

其中主品牌“LILANZ”的零售店数目净减少260家至2400家,副品牌“L2”的零售店数目净减少150家至175家。主品牌“LILANZ”和副品牌“L2”的销售分别占总收入约92.8%及7.2%;副品牌“L2”净亏损达人民币5000万元。

利郎方面表示,受消费疲弱和竞争激烈影响,副品牌“L2”业务强差人意,投资回报并不理想,在评估了副品牌“L2”的发展前景及投资效益后,利郎决定于2017年秋季开始停止“L2”的业务。利郎于2009年上市,在上市第二年正式推出副品牌“L2”,并成为利郎旗下惟一的副牌。相对于主品牌“LILANZ”,副品牌“L2”更侧重于年轻人群,在单价上也相对较低。

责编 方彬楠 美编 张彬 责校 郑棋 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

昔日鞋王百丽转型乏力

零售环境行业惨淡,昔日的鞋业巨头难挡业绩颓势。近日,百丽国际控股有限公司(以下简称“百丽”)发布去年四季度数据和2016年全年盈利预警报告显示,百丽预计2016年净利润将大幅下滑。作为营收达400亿元的本土零售巨头,百丽近年来的表现却不尽如人意。自2015年净利润首次出现下滑后,关店、业绩不景气更是让这个鞋王占据了各大媒体的版面。面对颓势,百丽一直急于进行转型。但若想提高业绩,对于现在的百丽来说不应一味地谋求转型,而是更多地从产品自身设计上多下工夫。

转型难阻颓势

面对主营业务的持续下滑,百丽多次表示要转型,但根据百丽目前业绩来看,转型的计划和成效仍未显现。

百丽首席执行官兼执行董事盛百椒在很早前就以壮士断腕的姿态表示要转型,在2016年中期业绩记者会上盛百椒发布了转型初步计划。计划首先调整定价策略,打破以往“高标价、低折扣”的策略,标更实在的价格,改变线下消费者等打折再消费的习惯,使线上线下价格一体化,对线下鞋类店铺做减法,将原先部分亏损店铺清理存货的功能改由线上渠道取代。

在宣布转型后的去年三季度,百丽鞋类业务依旧未见好转。截至2016年11

月30日,百丽在国内共设有20630家零售店铺,其中13145家为鞋类店铺,鞋类业务同店销售下降12.4%。期内,鞋类店铺净关店239家,相当于平均每天关店2家。

最新数据显示,2016年四季度,百丽在中国的零售网点数量净增86家,总数达到20716家,其中13062家为鞋类店铺。其中占据主导地位鞋类业务,在四季度内同店销售下滑了6.2%,运动、服饰业务同店销售却增长了4.5%。

运动、服饰业务的增长并不能抵消鞋类业务的低迷,百丽发布的全年盈利预警公告显示,预计截至2017年2月28日止的2016/2017年度,百丽的净利润将大幅下滑15%—25%。

对此,百丽方面解释称,由于鞋类业务表现持续疲软,导致业务亏损。同时,为了更有效地达到激励管理干部的目标,百丽对股份奖励计划进行部分调整,导致相关费用有较大幅度的增加。就相关问题,北京商报记者向百丽发去采访提纲,但截至发稿前并未得到回应。

产品创新不足

传统鞋业整体创新能力不足、产品同质化严重,为寻求新的增长点,女鞋企业也在纷纷通过多元化的方式“自救”。达芙妮试图借真人秀东风营销,但却收效甚微,更是陷入频繁关店、业绩持续下滑的

怪圈。2016年内,达芙妮一口气关闭了近千家门店,星期六则提出“打造时尚IP生态圈”,试图进军网红经济。此外,星期六还意欲收购美妆媒体闺蜜网母公司北京时欣和onlylady女人志母公司时尚锋讯。

为了适应商业体购物中心化的运营,百丽也试图将集团旗下所有品牌集合在一家店内,打造“集团品牌集合店”,如百丽集团的M.A.P.。但北京商报记者在走访北京朝阳大悦城M.A.P.店时发现,店内只是聚集了百丽旗下的品牌,且每个品牌鞋子的种类相对比独立设店的鞋子款式较少,只是在店铺形式上做了改变,在产品设计和机构上并没有什么大的变化。

百丽鞋类业务的低迷和产品设计以及渠道不无关系,百丽作为传统鞋业品牌创新度较低,一味模仿大牌的现象也较为严重。北京商报记者在走访时发现,一双类似于阿迪达斯Stan Smith的白鞋在百丽店内售价为500元左右。北京服装学院服装系副教授楚燕指出,传统鞋服品牌在产品设计、消费者认知等方面存在问题。如今消费者更重视个性化的产品,过于同质化的产品缺乏竞争力。

复苏遭遇阵痛

做为曾经女鞋品牌中的佼佼者,百丽曾连续12年在中国女鞋销售位居榜首。自2010年起,百丽以每年近1500—

2000家新店的开店速度四处扩张,净利润也以20%以上的速度增长。不过自2012年开始净利润增长放缓至2%,疯狂的开店模式自2014年戛然而止。待到2015—2016财年,百丽净利润大幅度下跌,这是上市九年以来首次利润下滑。整个2015年百丽国际在中国内地净减少鞋类自营网点366家。

为了拯救业绩,百丽也早就计划着其跨界转型的事宜。2013年与意大利蓝诺(LNUOI)签订收购协议。去年初,百丽宣布收购意大利牛仔品牌Replay母公司Fashion Box SpA 29%股权。同时,人们所熟知的耐克、阿迪达斯、彪马等,百丽都有代理。但服饰运动品牌的业绩增长仍不足以弥补鞋业的业绩下滑。

事实上,业绩下滑的女鞋企业并非百丽一家。达芙妮、星期六等女鞋集团在2016年均表现欠佳。其中达芙妮同店销售额同比下滑11.7%,净亏损扩大幅度超过50%。星期六营业收入和净利润也分别下滑9.64%和3.96%。面对鞋企的这股阵痛风,服装行业专家马岗表示,一个系列几个款式卖一季度的时代已经过去。传统鞋类企业转型并不能从根本上解决问题,企业自救成功的关键仍需要更多地从产品自身上下工夫。一味地谋求转型,不如结合自身优势与资源配置状况去发展现有业务。

北京商报记者 孙麒麟 郑艺佳 林杉

丁磊卸任 乐视汽车完成权力交接

北京商报讯(记者 陈维)舆论不断的乐视又将迎来新一轮舆论,这次是汽车板块。3月20日,乐视汽车联合创始人丁磊通过微博对外宣布,不再担任乐视汽车全球副董事长等职务。同时乐视超级汽车也发布“关于丁磊先生工作变更的声明”,证实丁磊职位发生变动。

丁磊在微博中表示,此次职位变动是由于他个人身体健康因素,与乐视创始人贾跃亭有过充分沟通后,决定不再担任乐视超级汽车全球副董事长、中国及亚太区CEO等职务。不过,丁磊并未完全脱离乐

视,据丁磊和乐视超级汽车方面证实,其今后将以乐视生态研究院的战略顾问身份,继续支持乐视汽车生态的发展。

公开资料显示,丁磊曾任上汽集团副总裁、上海通用总经理。除了在上汽的履职经历,丁磊还分别在2011年和2013年出任张江高科董事长、浦东新区副区长。2015年7月,丁磊从浦东新区副区长任上离职,并在当年9月加盟乐视出任乐视超级汽车联合创始人、全球副董事长、中国及亚太区CEO。

有业内人士评价,丁磊对于乐视汽

车有着非凡的意义。正是因为有了光鲜亮丽的履历的资深汽车人丁磊的加入,才支撑了乐视超级汽车初期的发展,不仅包括汽车产业链布局,另外在吸引融资、集聚资本,以及政府投资等方面,都有着积极的意义。丁磊卸任,可能对乐视超级汽车今后的发展有所影响。

不过也有人士对此持不同看法。有细心人士告知北京商报记者,乐视汽车(北京)有限公司投资的一家公司法乐第(上海)汽车科技有限公司,法定代表人正是丁磊,其主营业务包括新能源汽车

整车零部件技术领域的技术开发,和货物、技术的进出口业务。尤其是后者,似乎在为汽车的进口做着某种层面的筹备。而在去年12月28日,该公司完成了一次法定代表人变更。变更后,丁磊完全从公司淡出,取而代之的是乐视网监事会主席吴孟。这意味着乐视汽车已经完成了权力交接。值得注意的是,1月4日,乐视超级汽车深度战略合作伙伴FF更是公布了首款量产电动车型FF91,并接受用户预约。显然,乐视超级汽车整体业务已经步入了正轨。

福特全系SUV |

福特 SUV王者 开启出色旅程

长安福特 荣誉出品

北京北方福瑞 010-88469009

北京长久博鑫 010-69478885

北京长福新港 010-84561916

北京陆鼎 010-85577336

北京北方长福 010-80771071

北京新兴福庆 010-56765099

北京中汽福瑞 010-68868800

北京排山宏福 010-69099992

北京中进万国 010-67860733/67879388-106

北京博瑞裕丰 010-68636688

北京福通高盛 010-81559955

北京长福昌平分公司 010-80101118

北京百旺长福 010-82405353/4006689718

北京亚奥福瑞 010-84907878

北京华中 010-61308239-801/802/803

北京庞大 010-87399393/87399948

进无止境

www.ford.com.cn

800-810-8168

400-887-7766