

· 商讯 ·

三江购物净利大增50.69%

北京商报讯 (记者 吴文治 郭白玉)三江购物3月28日晚间发布2016年年度报告,根据财报,三江购物2016年度营收同比下滑6%,净利润同比增长50.69%。

根据财报,三江购物2016年实现营业收入40.96亿元,同比下滑6%,尽管这一下滑幅度较上年同期1.95%的幅度有所扩大,但营业利润同比上升幅度较大,扭转了连续三年大幅下降的局面,实现了正增长,净利润实现1.01亿元,同比增长50.69%。

资料显示,三江购物为浙江连锁企业之一,主要经营1000~3000平方米的综合超市及400平方米以下的小型超市(邻里店),门店选址一般在社区附近,商品结构以社区居民日常生活消费品为主。截至去年底,三江购物在浙江省内已经发展到158家门店的规模。

公开数据显示,2016年包括超市、百货店、专业店在内的传统零售业态零售额比上年增长7.8%,增速比上年加快2.3个百分点。但在对行业情况的说明当中,公司表示,连锁超市行业的下行趋势仍未改变,经济下行、电商分流仍是目前面临的市场环境,实体店对电商蚕食市场的局面仍将持续。而根据报告期内三江购物也在进行包括门店建设升级、启动中央厨房项目以提高公司自制食品的经营能力、完善内控等一系列的变革来看,企业也在不断进行变革。

值得注意的是,2016年11月,通过非公开发行、股票转让、发行可交换债等合作方式,三江购物与阿里巴巴签订了合作框架协议,拟通过战略投资的合作方式进行资源共享、打造互联网时代的新零售,线下区域品牌牵手线上电商巨头。业内人士指出,如未来新零售模式打造完善,或将成为三江购物新的业绩带动点。

力诚百货终止新三板挂牌

北京商报讯 (记者 吴文治 郭白玉)力诚百货3月28日发布《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的公告》,拟对发展战略和业务进行重大调整,公司董事会审议通过了申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案。

力诚百货表示,申请终止挂牌是为在发展战略和业务的重大调整中避免业务波动风险,保护公司和全体股东利益。且公司控股股东、实际控制人及相关负责人已就公司申请股票终止挂牌相关事宜与公司全体股东进行了沟通,全体股东已经达成初步一致意见。力诚百货实际控制人陈龙书面承诺称,公司终止挂牌后,他本人有能力收购公司股份时,优先收购异议股东所持公司所有股份,如果他不能收购,将同公司管理层一起协调其他方受让异议股东所持公司所有股份。

力诚百货是四川知名百货企业之一,业务涉及全国多个大中城市,在西南地区影响力较大。力诚百货主营业务为中高端时尚商品授权零售业务和百货商场运营业务,在历史最高峰,曾在全国开设109家自营店。

北京商报记者查阅资料注意到,力诚百货目前尚未公布2016年全年财报,根据力诚百货去年上半年财报信息,力诚百货实现营收约24.6亿元,同比下滑49.23%,亏损达2000多万元,净利润同比下滑115.06%。根据更早之前公司公布的公开转让说明书,力诚百货的净利润和营收也是下滑状态。此外,与此次终止挂牌新三板原因一致的是,力诚百货曾在2016年上半年报告中表示,公司正在进行商业模式的重构与转型。

近年国内百货业持续低迷,力诚百货也难逃冲击。公开资料显示,力诚百货于2015年10月21日起开始在全国股转系统挂牌公开转让,从挂牌到此次公告称拟终止挂牌,力诚百货尚未有过融资。业内人士坦言,力诚百货此举在一定程度上表明,当前百货业的求生调整事实上还面临较大的不确定性。

跨境通调整收购重组方案

北京商报讯 (记者 吴文治 郭白玉)跨境通一系列收购或已生变。跨境通3月28日发布《关于调整重组方案并停牌的公告》,称将对此前审议通过的一系列收购方案做出调整,预计将构成方案重大调整。

跨境通为此次调整申请了停牌,称由于近期资本市场出现较大波动,为确保本次交易的成功实施,保护上市公司和广大投资者的利益,跨境通拟对本次交易方案做出调整,预计将构成方案重大调整。跨境通此前公告称,拟通过发行股份及支付现金相结合的方式,购买周敏、龚伟、江伟强、沈寒、陈巧芸、李侃合计持有的上海优壹电子商务有限公司100%股权,以及拟通过发行股份及支付现金相结合的方式,购买余江县百伦投资中心(有限合伙)、珠海横琴安赐文化互联网股权投资基金企业(有限合伙)等合计持有的广州百伦供应链科技有限公司84.6134%股权;同时,跨境通拟向不超过10名(含10名)符合条件的特定对象发行股份募集配套资金,募集配套资金主要用于支付本次交易的现金对价和支付本次交易相关的费用。募集配套资金总额不超过7.57亿元,不超过拟购买资产交易价格的100%。

跨境通的收购或是行业整合的缩影之一,业内人士指出,尽管跨境电商新的监管政策一再延长,但头顶悬刀,已经打击了不少资本进入行业的信心,新政倒计时当中,行业中小游戏者或加速整合,未来跨境电商的产品品质和供应链效率或成为竞争的关键因素。

3C线上销售额预计增长15.1%

北京商报讯 (记者 吴文治 实习记者 赵述评)3月28日,围绕3C市场发展现状及未来发展趋势,新浪科技与调研机构GfK发布了《2017年3C市场行业报告》,报告预计,中国技术消费电子整体零售市场2017年销售额同比增长7.1%,其中3C整体零售市场同比增长8.4%。

报告预计,2017年中国技术消费电子整体零售市场特别是线上市场仍将持续增长,销售额同比增长7.1%,其中线上市场预计增长15.1%,线下市场增长4%,线下幅度将落后于线上增幅。

谈到3C市场新发展趋势,京东集团3C事业部总裁孙开表示,中国已经进入了存量替换的时期,存量替换是市场接下来很重要的大趋势,新的科技包括中高端产品成为了今年3C市场增长的一个亮点。3C市场增长的原因主要体现在三个方面,渠道的推进、产品技术的创新、消费升级的需求推动整个3C市场的稳步增长。

报告显示,2017年消费者更倾向于选择更具科技感的中高端产品。在具体到细分市场,2017年中国手机市场零售规模相比2016年增速放缓,随着线上爆发和4G换机红利殆尽,智能手机用户的升级替换成为市场增长的原动力。可穿戴产品经过2015年爆炸式增长后,现进入平稳增长期。预计2017年可穿戴产品的整体增长保持在10%左右。

统一编号 外卖送餐车“可追溯”

投诉难、外卖车辆违规行驶让用户对网络订餐平台“又爱又恨”,而这些难题也亟待解决。北京商报记者3月28日获悉,网络订餐平台饿了么即将对送餐电动车进行编号挂牌,这将是外卖行业首个对送餐车进行信息化管理的尝试。分析指出,送餐电动车编码可以从企业行为延伸到行业规范进行推广,同时也是网络订餐平台为物流众包发展铺路,但平台需要承担起技术成本的压力。

送餐车带“数字身份证”

网络订餐行业迅猛发展,穿梭在街道间的送餐电动车越来越多,而部分送餐电动车即将拥有“身份证”。

近日,饿了么公布平台将对送餐电动车进行“编码”管理,实现一车一人对应管理。据北京商报记者了解,外卖车辆的号牌由8位数组成,前4位是所在地区,后4位是送餐员自己的号码。不仅如此,送餐员的胸牌、车辆和送餐箱的编号都要对应一致,如果送餐员离职,该编号还要收回,实现一车一码、一车一人。

据了解,饿了么在北京地区有近万名送餐员,全国范围内拥有超10万名送餐员,而配送人员随着平台订单量的增多也在不断增加。为加强送餐员的交通安全管理水平,饿了么从今年1月开始研发电动车编码管理系统,可实现一车一码、一车一人对应管理。

电动车编号是外卖领域管理的一次新尝试,系统将在4月中旬正式上线。首批10万辆外卖电动车将陆续在各地安装编码。



整编无序送餐车

为用户提供便利、为餐饮企业节省成本、提高订单等利好,让网络订餐平台发展迅猛,大大小小的餐饮企业争相入驻,并希望借此能够提高销售。作为服务的重要流程——配送环节却因为送餐车的不规范给客户和社会带来一定影响,比如目前尚未解决快递员违反交通规则等问题。

送餐员为了缩短送餐时间,无视道路交通安全法律法规在街头飞驰,被各界诟病。近日,有媒体报道称,南京某行政管辖区内约有700名外卖配送员,从去年1月到今年2月大小交通事故有120起。另外,在社交平台有网民称,在开车出行

时,送餐员划破车身身后,直接“跑路”,造成该网民至今维权无门。

除此之外,当餐品出现问题、送餐员服务恶劣时,因用户缺少凭证,导致维权难度加大。有法律行业专家同样认为,送餐凭证和投诉时间是制约消费者维权的重要因素。

饿了么相关负责人介绍,此次新上线的送餐车编码牌下方附带举报电话和二维码,如果市民发现外卖车辆有闯红灯、逆向行驶或不按规定车道行驶等交通违法行为,可以根据骑手胸牌、电动车编码、配送箱号码进行举报,使投诉渠道更加直接,投诉可追溯。

互联网商业顾问、亿邦动力网首席知识官叶志荣认为,饿了么发展初期曾

自建配送团队,拥有管理基础。“网络订餐平台在加大管理力度,让服务有据可循,提高用户体验,也能增加平台的用户黏性。”

作秀还是作为

尽管饿了么作为业内首家公开送餐车将进行统一编码管理的平台,但叶志荣认为,有序管理送餐车的行为,适合在整个网络订餐行业内进行推广,这也意味着整个行业在朝着规范化管理方向发展,但也存在挑战。

叶志荣表示,全国拥有超数十万名送餐员,巨大的人员流动量,增加了编码绑定送餐员行为的实施难度。

去年底,交管等部门对北京市邮政寄递企业电动三轮车进行了统一规范。今年北京市两会上,市交管部门相关负责人也曾表示,将逐步把送餐车规范管理起来,也会进行车辆统一标识管理,叶志荣坦言,政府部门十分重视送餐车的秩序管理难题,即使未来出台正式的行业规范,饿了么平台已先入为主,“无规矩不成方圆”,企业行为也在行业发展中扮演着发动机和催化剂的角色。

北商研究院特邀专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳认为,送餐员、送餐车统一编码的信息化管理是良好的发展方向,但企业需要寻找效率、秩序之间的平衡点,才能使行业更加健康发展。希望整个网络订餐行业内实现深度沟通、资源共享,并力争标准早日出台,也为自身谋得一辆合法送餐车。

北京商报记者 吴文治 王维祎

M关注
Market focus

靠健身翻身 锐步计划三年开500店

北京商报讯 (记者 邵蓝洁)曾经走到被出售边缘的锐步如今华丽逆袭,不仅成为阿迪达斯集团保留下的两个品牌之一,而且有了确定的市场扩张规划。锐步全球总裁Matthew H.O'Toole表示,为了在中国重新启动锐步品牌,过去两年一直在做准备。据北京商报记者了解,锐步计划到2020年开设500家品牌形象店,其中在2017年开设50家,对于曾经在国内市场边缘化的锐步来说,如何尽快找到更多的消费者、接近更多消费者是当务之急。

在阿迪达斯集团刚刚发布的2016年财报中,剔除汇率因素,锐步品牌销售增长6%,这也是锐步连续15个季度实现增长。虽然不及阿迪达斯品牌双位数的增长幅度,但这已经足够确保它免于面临出售的境况。2005年,曾为全球第三大运动品牌的锐步被阿迪达斯收购,出售锐步的传闻在2012年就已经传出,2014年底甚嚣尘上。出售业绩不佳的子品牌,是包括阿迪达斯在内的众多品牌集团的常用策略。不过随着锐步业绩逆转,阿迪达斯集团首席财务官Robin Stalker 2015年12月底接受外媒采访时表示,集团没有压力出售旗下运动品牌锐步。这也是阿迪达斯首次明确表示锐步不会被出售。

业绩持续增长来自于由体育运动品牌向健身品牌转型,这样的转型在全球其他国家和地区持续进

行了将近七年时间,锐步才打赢翻身仗。在阿迪达斯集团公布2016年业绩的同时也表示,“公司将明确品牌组合的焦点,更专注发展阿迪达斯品牌和锐步品牌”,而阿迪达斯集团旗下的泰勒梅、Adams Golf和Ashworth三大高尔夫品牌以及冰球品牌CCM Hockey都已经被列为出售范围,这也意味着,锐步已经成为阿迪达斯集团保留下的两个品牌之一。

阿迪达斯集团在去年给锐步部署了全面的发展计划,希望“到2020年取得显著的销售增长和利润增长”。大中华区是阿迪达斯全球增长最快的市场,剔除汇率因素,2016年大中华区销售增长28%,锐步也希望能够在大中华区一展身手,Matthew H.O'Toole 表示,过去两年一直在为锐步中国的重启做准备。在他看来,中国持续火热的体育运动市场也创造出大量的机会,“锐步要想成为最好的健身品牌,首先应该成为中国最好的健身品牌”。在Matthew H.O'Toole看来,从竞争角度来看,在市场上并没有专注于健身的品牌,大的体育品牌产品多元化,小的体育品牌缺乏历史积淀。

“2017年开设50家门店,这是准确的目标。”锐步品牌大中华区总经理查伟文表示,除了健身服饰、鞋及装备等全球产品系列外,锐步还将推出在中国设计和制造的产品,以更符合中国消费者的需求。在过

去的几个月里,锐步在武汉、青岛和杭州等城市开设了7家品牌形象店FitHub健身汇,与普通体育用品专卖店相比,FitHub健身汇融合了实体零售、健身及线下活动为一体。在锐步的门店拓展计划中,FitHub健身汇是融合了产品和体验的门店,是唯一出现的门店类型,背后的原因不难理解,在中国市场已经多年边缘化后,如何让消费者认识和接受全新的锐步,需要制造更多接触消费者的场景。而锐步之所以向健身领域转型成功,也离不开它在业内专业健身项目上的投入,比如签下CrossFit综合体能训练、Les Mills集体健身管理体系莱美等。“我们也会尝试新零售模式,在中国之外,锐步还有经典系列门店,更偏重于生活方式,也有可能引入中国,这要看市场反应,但现在我们需要找到消费者。”

查伟文也很清楚地认识到,并非通过短期广告轰炸就可以聚拢大批消费者,“2017年是开始的一年,我们会在少数城市少数店铺进行尝试,首先是让信息触及更多的人,但这会是一个长久的投入”。为了尽快完成500家门店的目标,锐步选择了百丽作为门店拓展的零售伙伴,并且是唯一合作伙伴,在他看来,这家经营着中国2万多家体育用品门店的零售商,对国内体育用品消费者有着更深的了解,也是锐步在中国重启的最大机会。

多点“跑腿”延展至外卖

一度经历战略收缩的多点,开始进行新一轮业和渠道上的双向扩张。3月28日,多点对外公布2016年的运营数据显示,去年公司实现交易总额23.8亿元,妥投订单量达到2065万单。多点表示,今年公司一方面将重启向华东扩张的战略,加紧在浙江省的布局;同时还将在线上外卖服务,进行业务延伸。

重启扩张战略

这并不是多点首次意欲挥师华东。北京商报记者了解到,多点于2015年4月成立,并在成立之初以生鲜O2O为切入点,用代购模式迅速与全国多家超市达成合作。在跑马圈地的过程中,多点最多将服务范围扩充至20多个城市。但在去年3月,多点业务全线收缩,仅保留北京、上海、天津、杭州四个城市,并将主要精力全部放在北京。

经历过烧钱扩张、盈利模式不明朗的摸索阶段后,多点CEO林捷表示,当时多点管理团队经过反复的讨论后停止了烧钱式扩张,并决定将主要力量集中在北京,“只有在北京把模式跑通了、跑透了,有明确的盈利模式,我们才会再走出去。”

据了解,今年多点的重要战略就是向华东扩张。多点内部人士透露,春节前后多点已派遣团队前往杭州,与物美接触,针对线上运营、商品管理、会员打通、营销方案等一系列的问题形成解决方案。

在线下商超发力的同时,北京商报记者获悉,多点还将在不久后上线外卖服务,这也将成为“多点+物美”之后的另一业务延伸。据多点董事长刘江峰透露,随着多点的快速发展以及新零售风口,目前已有行业巨头与多点洽谈合作。而在2017年初,JDG已经对多点进行了追加投资。今年,多点的GMV目标是实现100亿元,1月多点已经实现了正毛利。

加码多元业务

从生鲜O2O到商超送货上门,再到如今的外卖配送,多点有意扩大自己的业务范围也属情理之中。事实上,早在之前行业内就有饿了么、百度外卖等互

联网订餐企业插手生鲜或快递取件业务员的跨界案例。日前,以B端服务切入市场的达达也宣布将重点发力C端业务“达达快送”。

以饿了么为例,在去年“双11”期间,饿了么于国内15个大中型城市投入2000~3000名配送员,帮助快递公司配送快件。饿了么物流销售部总监江长春表示,配送快递能将蜂鸟的空闲运力充分调动起来。而在圆通速递网络质控部副总监陈建文看来,即时配送的时效要求比快递物流要高很多,此外,“双11”期间,饿了么蜂鸟运力也承担了过百万单的配送,缓解了企业的不少配送压力。

从最开始的品类扩充、渠道打通,到现在的跨界合作,都表明瞄准“最后一公里”及时配送需求的快递企业,正在尽可能提升企业的运营效率。物流行业分析人士表示,快递企业在物流配送方面的人力稳定后,其实一天中的很多时段都面临着运力空闲的问题。通过增加“副业”,提高每个配送员的订单密度,一方面可以增加配送员的收益,同时也能让企业的运营效率得到提升。

末端配送存体验短板

在快递企业纷纷加码末端配送的同时,也可以注意到,目前行业中仍有亟待解决的痛点。快递城市末端服务的“痛点”制约着快递业的健康发展,其中的痛点包括网点安家难、车辆上路难、快递员招工难。社区O2O被视为快递企业拓展价值和实体商店创造盈利模式的切入点。

随着即时配送竞争的深入,未来角逐末端配送市场的企业竞争将是平台化的竞争,服务的品质以及平台的服务丰富度都将成为企业能否可持续发展的重要因素,跨界已是必然,而企业所积累下来的配送团队则会成为核心竞争力。京东-达达CEO蒯佳祺也表示,达达之所以在近期考虑加码C端业务,实际上也是在经过近三年积累的运力供给、单量需求、产品技术方面优势基础上,同时看到C端用户对同城急件的强烈需求。

北京商报记者 吴文治 陈克远

北京10家政公司被停业整顿

北京商报讯 (记者 吴文治 王维祎)生活服务消费中,存在不为人知的潜规则。3月28日,北京商报记者从北京市商务委获悉,北京市商务执法监察大队(以下简称“市商务执法大队”)联合相关部门责令10家家庭服务业企业存在未进行全面职业技能培训发放培训合格证、服务人员不具备相关从业能力等问题停业整顿。

据了解,市商务执法大队联合区商务执法部门,结合“3·15”晚会曝光“黑月嫂”情况,对北京市的家庭服务人员从业能力和服务质量跟踪情况进行检查。

据悉,被关停的10家家政公司中门头沟区有6家家庭服务业企业被责令停业整顿,分别为北京兰斯涛家政服务公司、北京嘉宝汇月嫂服务有限公司、北京优贝爱家政服务有限公司分公司、北京金秋十月家政服务有限公司、北京满庭芳家政服务部、北京梨园张勇家政服务部;海淀区有4家,分别为家好月圆月嫂公司、我爱我妻月嫂公司、家事无忧苏州街分公司、婴维嘉月嫂公司。

市商务委相关负责人向北京商报记者表示,在检查过程中,部分家庭服务业企业的聘用人员,工作能力与持有关证件的资质认证存在较大差距,相关执法部门对上述10家家庭服务业企业做出停业整顿的处罚。

去年10月,北京市发布的《家政服务行业标准规范》中指出,家政服务员应具备与等级相适应的服务技能,新参加家政工作的家政服务员,需家政服务组织进行岗前教育或培训,方可上岗;特殊服务岗位,如母婴护理、病人护理等,按要求参加培训,按规定持证上岗。

业内人士分析认为,生活水平提高,二孩政策放开,使家政的薪资水平水涨船高。北京商报记者了解到,部分家政企业的薪资在7000元/月以上。而家政行业中,尤其“月嫂”资质证件直接关系到从业者收入,这正让一些黑心公司及个人为之铤而走险。

据了解,此次共检查家庭服务业企业186家,排查出无照经营企业27家,联合相关部门责令10家存在未进行全面职业技能培训发放培训合格证、服务人员不具备相关从业能力等问题企业停业整顿,发现未公开投诉监督电话、未建立家庭服务员服务质量跟踪管理制度等不规范经营行为37处,下达责令改正通知书29份。