

· 商讯 ·

物流

菜鸟裹裹
推两小时定时达

北京商报讯 (记者 吴文治 实习记者 陈韵哲)4月20日,菜鸟裹裹正式上线两小时定时派送业务,这是菜鸟裹裹3月初在深圳、南京、上海小范围试点之后,进一步联手申通、圆通、天天快递在全国8个城市推出的新功能——“定时派送”业务。

4月19日,家住北京市朝阳区的张女士发现,自己在淘宝上下单购买的商品,进入物流订单环节之后,可以在菜鸟裹裹App上提前预约配送时间了,预约时间可准确到两小时以内。

张女士的订单为例,包裹出库进入快递公司的揽收中心之后,菜鸟网络运用大数据推算出包裹预计将于4月21日送达,张女士便可在手机上预约包裹到达当日的任意时段,由快递小哥按约定时间配送到户。

除北京之外,还有上海、广州、杭州、深圳、成都、重庆、南京都同步上线了此项服务。收件地址在这八大城市中心城区的用户,淘宝下单后即可在菜鸟裹裹App上预约此项服务。

据了解,此项服务适用于家居、啤酒、饮料、食品、宠物用品等品类,数据显示,用户预约配送的高峰时段集中在“17-19点”、“19-22点”、“9-11点”这几个时段。

目前菜鸟旗下菜鸟联盟已经支持淘宝天猫在全国1000多个区县推出当日达、次日达服务,菜鸟裹裹支持淘宝天猫两小时无忧退换货上门取退服务,这次两小时预约派送进一步升级了消费者的物流体验。菜鸟裹裹总经理李江华表示,菜鸟利用智慧物流,未来将为消费者提供更多便利和快捷的服务。

扩张 | 京东
加码企业采购

北京商报讯 (记者 吴文治 实习记者 赵述评)做实C端市场后,电商平台在快速布局B端市场。4月20日,京东商用与中国惠普达成战略合作,双方将共享资源。以技术手段驱动商业创新,满足中国商用客户对专业采购的需求。在业内人士看来,京东在C端建立品牌影响力后,自然会布局B端打造企业电商采购品牌,同时加码C端和B端将利于京东继续拓展市场。

北京商报记者从京东方面获悉,此次京东商用与中国惠普合作,是京东首次与IT商品品牌合作。双方将在产品联合开发、销售协同拓展、市场共同推广、售后联合支持等方面深耕细作,并形成从需求、营销、交易、金融到供应的垂直闭环产业链,实现客户、厂商、服务商、咨询商横向扩展共享开放平台。

京东大数据技术优势将与惠普产品创新能力相结合。京东集团副总裁、3C事业部总裁胡胜利表示:“京东与惠普在商用领域的合作,不是将传统的线下商用采购直接简单复制到线上,而是共同致力于行业探索、发展的伙伴。京东提供技术、平台,通过做好互联链接、共享、开放三件事,联合起来做市场营销推广,从而达到双方互利共赢的目标。最重要的是,我们将为客户提供售后服务联合支持,系统对接双方售后平台,降低服务成本,使用户更多地享受专业的原厂服务。”

据了解,京东从2016年4月开始布局商用领域。京东基于“需求+营销+交易+金融+供应”垂直整合闭环产业链,建设面向“客户+厂商+服务商+咨询商”的共享开放平台,使商用采购主体发挥专长,实现资源优化配置。

新生 | 北京邮筒
可寄同城快件

北京商报讯 (记者 吴文治 实习记者 陈韵哲)4月20日,记者从北京市邮政公司了解到,北京邮政全新同城信筒快件业务正式上线,可提供24小时快递服务,但同信筒快件信封需单独购买。

据了解,北京邮政的红绿邮筒,在全市有近1700个,未来它们将承担快递员的部分业务,实现接收市民寄送信件和同城快件。

不过值得注意的是,同城信筒快件业务需要购买特制信封,这种信封不同于传统邮寄的快递面单,信封上拥有二维码,消费者需要通过手机微信扫描信封上的二维码才可进入下单界面。

除了通过微信扫描信封背面二维码的方式寄件,消费者还可以通过“i love 邮”官方微信平台中的同城快件进行寄件,该平台还可以实现快件实时查询等功能。

目前,新同城信筒快件服务主要针对文件类快件业务,而同城信筒快件信封只能从北京邮政营业网点购买,信封价位分别为6元和8元。对比其他快递同城快递费后北京商报记者发现,同城信筒快件服务价格较低,略占优势。

但这种差异化寄件形式真的会得到消费者青睐吗?对此,快递专家赵小敏认为,邮政的新同城信筒快件服务现在处于过渡阶段,而目前各大快递公司都已实现上门取件,消费者在这一阶段可能不会选择这样的邮寄形式,但未来邮政推出多种类型产品并向全国推广后,消费者的接受度有望提升,从而提高邮政公司的业务量。

数据 | 一季度快递业
投诉量下降

北京商报讯 (记者 吴文治 王维祎)快递行业依旧强劲增长。4月20日,国家邮政局发布今年一季度中国快递发展指数报告,一季度全国快递业务收入984.6亿元,同比增长27.4%,在高速增长的前提下,一季度快递有效申诉量同比下降20.6个百分点。

据了解,一季度快递有效申诉量同比下降20.6个百分点,环比下降10个百分点。72小时准时率为64.3%,较上年同期下降4.9个百分点。

此外,一季度全国快递业务量75.9亿件,同比增长31.5%;日均快件处理量8433万件,人均快件使用量为5.5件。此外,快递网点密度不断增加。据了解,一季度,网点人口密度不断增加,网点面积密度继续稠密化发展,每万人有1.5个快递网点、每千平方公里有22个快递网点。重点快递企业乡镇网点覆盖率超过82%,上海、江苏、广东等8省(市)实现乡镇全覆盖,快递普惠程度大幅提升。

得益于电商蓬勃发展,近年来物流行业发展迅猛。数据显示,2016年快递行业延续强劲增长态势,业务量累计完成312.8亿件,同比增长51.3%,业务收入近4000亿元,同比增长43.5%;未来在消费碎片化、农村网购渗透率提升以及跨境电商的快速发展下,预计未来三年快递行业仍将保持30%左右的高速增长。

再被倒手 世茂广场迎翻盘拐点

新东家乐视接手不到一年,世茂广场或再被倒手。4月20日有消息称,缺钱的乐视正在洽谈出售世茂广场的零售物业。如果消息属实,不到一年两度转手,尽管占有地段优势,但本就不温不火的世茂广场频频易主,未来的走向充满太多不确定性。毕竟知名台资百货太平洋百货已败走三里屯繁华商圈。

不到一年再被倒手

4月20日有消息称,乐视正在洽谈出售一处去年以4.2亿美元交易获得的北京物业,乐视有意出售其中的零售部分物业。对于这一消息,乐视方面回应北京商报记者称,对于世茂广场涉及到问题暂时不做任何回复。

北京商报记者翻阅资料发现,乐视持有的零售物业为位于三里屯黄金地段的世茂广场。去年5月中旬,世茂股份公告称,将向乐视控股(北京)有限公司转让下属世茂新体验公司持有的北京财富时代置业有限公司,以及世茂商管公司持有的北京百鼎新世纪商业管理有限公司的100%股权,交易价格分别为29.2亿元和0.52亿元,合计为29.72亿元。

公开资料显示,彼时乐视相关人士称,乐视控股收购房项是北京世茂广场。根据搜房网相关信息,世茂广场位于朝阳区工人体育场和三里屯新东路交汇处,总建筑面积为21.2万平方米,其业态包括全家私精装修产权酒店、甲级精装写字楼、24小时商街、世茂百货等。

北京商报记者查阅国家信用公示系统注意到,上述提到的北京财富时代置业有限公司和北京百鼎新世纪商业管理有限公司已于去年9月进行了工商变更,两家企业的投资人均变更为乐视控股(北京)有限公司,法定代表人为吴孟。而资料显示,吴孟为乐视网监事。此前乐视收购世茂广场尘埃落定时,北京商报记者也从世茂广场方面了解到,乐视方面将解决商户后续问题。

对于北京商报记者询问的交易是否已经完成交割以及乐视是否仍然持有世茂广场100%的股权,乐视方面表示,没有对外披露过具体的交割进展。

如未来消息落地,也就意味着世茂广场不到一年再度易主。

三里屯商圈的凹陷地

在业内人士看来,世茂广场似乎与所在的三里屯商圈有绝缘屏蔽,相比于附近三里屯太古里的高人气,它始终显得不温不火。

尽管在前几年开始向购物中心转型,引入了不少潮



从当初的世茂百货,到现在主打购物体验的世茂广场,以及被乐视收购后向产品展示体验转型,再到现在面临倒手,世茂项目折腾不断。

流品牌、体验业态,但依然起色不大,与一条马路之隔的三里屯太古里差距较大,中国商业地产联盟秘书长王永平分析指出,世茂广场体验一般,远离地铁站又使得世茂广场在公共交通上失了便利优势,物业建筑也不甚合理。有数据显示,世茂广场商业实际建筑面积为5万平方米,为了保证用户体验,商铺面积不能超过60%,实际租赁面积仅有2.6万平方米。迷你的体量与传统百货式的内部构造让世茂广场难有太大发挥。

北京商业经济学会常务副会长赖阳则从另一个角度分析了世茂广场存在的问题:尝试创新却在整体上没有清晰的定位,地缘优势也不大好,所处区域包括大面积体育场、使馆区、商务区和居民区都不大,人员密度不大;营销不到位也是问题,不少当前市场红火的购物中心都在营销上下了大力气。

内部空间设计带来的体验感有限,也是业内人士在交流世茂广场低迷情况时多有提到的一个点。

黄金地段难掩未来尴尬

在乐视深陷资金短缺传闻以及与子公司高管互撕

的闹剧中,世茂广场传出转手消息,无论接盘者是谁,乐视可能都不会做个好买卖。

王永平告诉北京商报记者,当时乐视出的价格让很多业内人士感到惊讶,“比较合适的价格应该是在乐视交易价格60%左右,乐视收购的价格是外行价”。如今寻找接盘者,业内很难给出这个价。而联系到乐视如今各种“资金链断裂”的传闻,卖家着急出手,买家则更倾向趁机压价。

对于世茂广场的尴尬处境和未来的发展,业内人士则给出了不同的猜想。资深房地产评论人刘光宇猜测,此次的转让应该有业内的参与,未来引进专业接手者,为它把脉,再分析具体的交通物业等问题,或许会有翻盘的机会。而考虑到太平洋百货所在物业——盈科中心转型的案例,王永平则给出了另一个思路,世茂广场目前的处境与现在盈科中心位置当时的太平洋百货很像,位置相对鸡肋,之后就变身写字楼。赖阳也表示,对一些不单纯追求坪效的医疗中心或者金融企业总部等,也是商业物业转型可以考虑的对象。

北京商报记者 吴文治 郭白玉

M关注 Market focus

求止损 百百合网造婚恋生态圈

北京商报讯 (记者 吴文治 实习记者 陈韵哲)4月20日,百合网全国首家“优选一站式婚礼体验馆”在京开业,体验馆引入兰玉婚纱等高端品牌,并启用全新品牌LOGO;同时,百合网也宣布开启互联网婚恋下半场模式——加速构建婚恋生态圈,试图弥补失利。

自百合网宣布打造婚恋生态圈,布局婚恋全产业链以来,婚礼业务一直作为其重点业务模块大步推进,坐落于北京张自忠路的百合网婚礼体验馆内,设有婚纱礼服、酒店预订、婚礼策划、婚纱摄影以及婚品采购等展示分区,同时还容纳了酒类、糖果蛋糕类、家装装饰等合作伙伴的入驻。几乎涵盖所有婚礼服务的相关领域,想打造“一站式”的服务方案。

百合网此前发布的2016年度报告中显示,公司净利润为-1.14亿元,同比下滑109.97%,主要原因是销售费用投入与新业务拓展前期支出大幅上升。有媒体分析称,百合网加速布局线下业务是对其线上流量收窄的弥补。

对此,北京商报记者对百合网董事长田范江进行了专访,田范江认为,线下产业链的布局至关重要。首先,婚礼线下业务占比较大,对普通用户来说,婚礼需要支出巨大的金额,而这些用户又不会完全

选择线上成交,大部分用户需要在线上获取初步线索,再从线下进行深度考察、洽谈,所以百合网认为,从婚礼的角度看,有一个线下收口很重要。

田范江强调,搭建生态圈涉猎领域广泛,但生态圈与多元化不同。“所谓多元化是试图去做很多生意,并把每个生意都做得很好,但是每个领域都有自己独特的运营规律,很难把每个领域都做得很好,而百合网的生态圈可以让加入的公司利益翻倍。百合网要在生态圈制定一套规则,而不是去改变规则。”

不同于此前线下直营店更注重于相亲业务,百合网此次开业的婚礼体验馆是婚礼一站式服务;田范江表示,未来婚礼体验馆业务会比相亲体验店做得更大,因为婚礼业务拥有万亿的市场,而相亲只有上百亿的市场。

据悉,百合网婚恋业务不仅面向百合网用户,还面向市场上的所有新人。但对于百合网用户,网站会在用户注册以及使用过程中为他们发放会员权益,这些会员将来在百合网办婚礼会享受到更多优惠。

百合网婚礼体验馆主要定位中高端,馆内引入兰玉婚纱等高端品牌,不过田范江表示,百合网会联合这些品牌开发中端产品,满足不同用户的不同需求。在价格方面田范江认为,百合网拥有三大优势,

第一个优势体现在婚礼体验馆的一站式服务,使获客成本降低,达到获客的集约化,这样用户就可以一次性买到多种服务。“原来每个单子都要给对应的厂商推广费用,而百合网省下了广告渠道的钱,这部分利益可以让给消费者,同时也可让给商家,从而得到更实惠的价格。”田范江解释。第二点优势表现在百合网服务的保障性,杜绝用户在交了定金后,小影楼跑路等行为的发生。第三点优势是百合网拥有上游客源,通过会员积分体系的建设,挖掘即将结婚的客户。

百合网表示,未来线下婚礼体验馆会布局全国,但星月婚礼策划师李金洲指出,从出发点来看,百合网或是希望将平台上的资源进一步转化成产业链的资源,建设生态圈,从收购北京小两口开始,百合网的生态圈建设就在一步一步落地,这个想法固然是好,但现阶段来看拓展风险还是比较大的。从后续的婚庆、婚宴来看,尤其是婚庆,看似门槛低,但行业没有量化标准,缺乏客观标准,企业直接做线下投入大,而做平台也是被验证难以做大的案例。对于婚庆、婚宴等婚礼各个环节的企业而言,百合网的渠道流量比较有限,且对于出于交友为目的的用户来说,在实现目标之后,网站的黏性也很难继续维持。

外卖平台共建餐馆黑名单

北京商报讯 (记者 吴文治 王维祎)黑心作坊、问题餐馆一直是外卖平台发展难以根治的问题。4月20日,美团点评、饿了么、百度外卖、到家美食会等主要网络订餐平台在北京市食药监局的支持下,自发组建网络订餐平台行业自律联盟,联动惩戒违法商户。

据了解,四大网络订餐平台CEO发言并共同签订《网络订餐平台自律共建联盟公约》,从入网经营者准入前承诺、平台准入、健全入网经营者档案管理及信息公示等14个方面向社会郑重承诺,包括设立食品安全管理机构,主动在平台首页向社会公开;严格平台准入机制;主动定期向食药监部门报送平台管理数据和信息;对实施联动惩戒的违法商户,在联盟各平台同步采取线下处理,同清同查;共同加强送餐员队伍食品安全培训;针对入网商户进行在线宣传、培训,共同宣传和推动“阳光餐饮”工程等。

市食药监局食品安全市场监督处处长李江表示,由于不同网络订餐平台对入网食品经营者存在入网审查标准不一、违法违规入网经营者下线标准不一、对法律法规和监管要求理解与执行不一等情况,同时,在行业发展中,存在为抢占市场份额而忽视食品安全的问题。

因此,各网络订餐平台共同制定签署了《网络订餐平台自律共建联盟公约》,并向社会做出承诺,使平台共同对违法违规入网经营行为说“不”,共同对危害食品安全的行为说“不”。网络订餐平台行业自律联盟,把行政监管与行业自律有机结合,互为补充,互为发展,既有利于实行统一有效的监管,又有助于在公平、公开市场环境下共同维护食品安全。

据北京商报记者了解,这是全国首个在政府支持和指导下成立的网络订餐平台行业自律组织,希望行业联动能够让网络订餐行业真正做到“阳光”餐饮。

制,自我排查问题风险,自我规范经营行为;食药监部门要通过网络监测系统广泛发现问题隐患,监督、指导平台和入网经营者进行整改。政府将和网络订餐平台一起共同运用现代化手段优势,实现“以网管网”,有效保持线下治理的成果,把行政监管和行业自律紧密结合起来,形成共治共管新格局。

市食药监局食品安全市场监督处处长李江表示,由于不同网络订餐平台对入网食品经营者存在入网审查标准不一、违法违规入网经营者下线标准不一、对法律法规和监管要求理解与执行不一等情况,同时,在行业发展中,存在为抢占市场份额而忽视食品安全的问题。

因此,各网络订餐平台共同制定签署了《网络订餐平台自律共建联盟公约》,并向社会做出承诺,使平台共同对违法违规入网经营行为说“不”,共同对危害食品安全的行为说“不”。网络订餐平台行业自律联盟,把行政监管与行业自律有机结合,互为补充,互为发展,既有利于实行统一有效的监管,又有助于在公平、公开市场环境下共同维护食品安全。

据北京商报记者了解,这是全国首个在政府支持和指导下成立的网络订餐平台行业自律组织,希望行业联动能够让网络订餐行业真正做到“阳光”餐饮。

沃尔玛三年115店计划恐落空

北京商报讯 (记者 邵蓝洁)三年115家新增门店的计划还没完成,沃尔玛还在继续推进新店拓店。沃尔玛称,未来五年,将在广东省新建包括山姆会员商店在内超过40家新店,3月,沃尔玛刚刚宣布未来三年在湖北投资新建15家新店。从2015年开始,沃尔玛就在积极推进行店拓店,并提出了三年115家新店的计划,不过就目前的规划和发展来看,截至2017年底的三年新开门店将不到100家。

沃尔玛与广东省人民政府签署了战略合作备忘录,根据备忘录,沃尔玛将继续加大对广东省的投资建设,未来五年,预计在广东省新建包括山姆会员商店在内超过40家新店以及1家鲜食冷链物流配送中心。沃尔玛自1996年进入中国市场,以广东深圳开设的第一家店为起点,目前在全国开设400多家门店,其中广东是沃尔玛在中国开店数最多的省份。3月,沃尔玛与湖北省商务厅签署了战略合作备忘录。根据备忘录内容,沃尔玛将加速在鄂布局,并进一步扩大在当地的投資规模。未来三年,预计在湖北省投资新建15家新店并提供6000个工作岗位。沃尔玛于2004年进入湖北,目前已经在湖北开设了包括山姆会员商店在内的30家门店。

在今年的沃尔玛新年准备会议上,

沃尔玛亚洲及中国总裁兼首席执行官岳明德(Dirk Van den Berghe)向外公布了2017年的工作计划,包括增设30-40家新店(包括3-5家山姆会员商店),升级50家现有门店、测试新大卖场形态、继续投资物流配送中心、加强自有品牌和直接进口商品、加速电商融合等。在2016的新年准备会议上,沃尔玛称将增设30家新店,升级60家现有门店,开设首家购物中心、扩建物流配送中心、推出跨境电商服务、升级联名信用卡、打造零售大学等发展计划。

2015年5月时,沃尔玛全球总裁兼首席执行官董明伦曾对外宣布,沃尔玛将加大对华投资,未来三年计划新增115家门店,包括大卖场和山姆会员商店。按照沃尔玛中国每年向外公布的数字,2015年计划新增约30家门店,实际开店23家;2016年将新增30家新店,实际新开24家;2017年将新增30-40家门店。按照上述门店扩张速度,离沃尔玛之前宣布的2015-2017年三年之间新增115家门店的目标还有不小的差距。沃尔玛推进新增门店的同时,也在调整原有门店布局,据统计,2015年沃尔玛在中国关闭1家门店,2016年关闭13家门店。截至目前,2017年长沙高桥店、北京望京店、广州天利店、石家庄南三条店都已经关闭。