

淘宝加开“当日达”专区

北京商报讯(记者 吴文治 实习记者 陈韵哲)据数据统计,每天午夜12点过后,都有数百万消费者在淘宝进行抢购,为了让这部分消费者有更好的购物体验,4月24日起,淘宝专门在淘抢购平台上为这些消费者加开物流当日达专区,将当日即可送达的商品精选到专区中,让消费者可以“睡前下单,醒来即收快递”。

数据显示,淘宝在全天有几个流量波峰,除了睡前的10-11点外,有大量用户在凌晨1点左右也在坚持购物。此外,在早晨8-10点,上班族们也没有放过漫长的早高峰,这段堵在途中的时间,剁手族们也会大量下单。

根据大数据预测,一些受到消费者追捧,同时又符合当日达物流条件的商品将在每天0-10点期间被集纳到专区中,供消费者在这段时间内抢购。

目前,专区涵盖了日用品、食品、母婴、生鲜、电器等品类,此外北京商报记者还发现,如在专区内购买的商品未能在当日送到,物流服务提供方菜鸟联盟还将提供货到付款。淘宝方表示,“当日达专区”是电商平台第一个以物流为主打的购物专区,意味着物流品质已经成为驱动消费的引擎之一。

据了解,现在除了“当日达”专区,消费者可以直接在搜索框里输入“商品+任意物流关键词”,比如“耳机+当天到”,当日达和次日达的商品也会被优先展示。

菜鸟联盟负责人周轩榕表示,随着消费升级,服务将成为左右消费选择的关键。搜索、专区当日达和次日达服务让消费者能快速识别和选择,又会给商家带来流量和购买转化,这是物流驱动形成的消费升级闭环。

永旺百货中国业务飙升

北京商报讯(记者 吴文治 郭白玉)中国业务及新店带来的贡献成为永旺百货2016年的业绩中至关重要的关键因素。永旺百货4月24日发布2016年财报,营收微增,毛利率下滑0.5个百分点,在对营收的贡献之外,中国业务分部盈利由220万港元飙升18.8倍至4130万港元。

根据财报,2016年永旺百货的营收从上一年的89.75亿港元上升0.7%至90.37亿港元。报告期内,永旺百货的毛利率从2015年的31.7%变化至31.2%,下滑0.5个百分点。

永旺百货表示,营收能够维持主要是因为中国业务及新店带来的贡献。但同时,由于刺激消费的促销活动以及部分门店调整局部关闭前进行了降价清货,此外,中国业务占集团收入比例上升也是原因之一。

总体来看,经营成本上升及部分门店局部关闭的影响下,永旺百货2016财年录得公司控股股东亏损2320万港元,而在上一年度,永旺百货实现盈利9320万港元。

根据财报,截止到去年底,永旺百货在香港共经营54家店铺,在华南地区共经营31家店铺。永旺方面介绍,去年以来一直在尝试新的战略来恢复市场增长。首先是“生活新概念店”元素注入永旺百货。尽管中国百货业唱衰的声音颇多,但永旺表示将维持中国的业务增长步伐,看好二线城市增长的购买力,有意加强在华南市场的渗透能力。第三个方向是透过更快速开设小型专门店扩大业务。由于寻找合适位置和准备开设综合购物百货店和AEON超级市场的时间较长,永旺表示,将继续集中扩大现有品牌的小型专门店网络。

剑指顺丰 EMS杀人冷链配送

生鲜冷链被顺丰霸占已多年,觊觎者不少,但目前难有能与顺丰抗衡者。不过这次,拥有强势资源的EMS想从中分羹。4月24日,中国邮政速递物流股份有限公司(以下简称“EMS”)在山东烟台发布了樱桃寄递行业解决方案,在山东、辽宁、甘肃、陕西、河北、山西等6省联动,实现生鲜冷链配送全国次日达。

鸣枪生鲜冷链配送

EMS方面介绍,2017年樱桃项目运行期间,EMS在山东、辽宁、甘肃、陕西、河北、山西等6省投入8架邮航樱桃专机,经南京集散中心,全国200多个城市可实现次日达。此外,为保障1500公里内重点城市线路运力充足,EMS开辟40余条冷链专线,实现了“订购-采摘-分装-冷链-飞机-冷链运输-48小时内派送到家”。

EMS方面表示,“此次会根据樱桃产品特点及寄递需求,通过管家式前端支撑、专家式运输保障、保姆式客服跟进、嵌入式分销合作、助农式金融方案一体化服务,为客户提供从销售推广、收寄运输,到金融支撑、客服保障的一体化服务,帮助果农解决从产到销的一切后顾之忧”。

管家式前端支撑方案是通过EMS全

国密集专设的1000多个临时驻点和多频次的高效揽收服务,提高订单响应速度,同时提供专业打包、封装、保冷服务,保证樱桃在运输途中的新鲜和安全。而专家式运输保障方案是依托中邮速递航空和冷链资源优势,全网全环节优先处理。

难割舍的电商梦

EMS作为中国快递行业的国家队,其实早就备战生鲜冷链市场。极速鲜是中国邮政EMS官方微信商城,主营新鲜水果、农特产品等,已正式上线运营。极速鲜2014年成立以来曾通过阳澄湖大闸蟹、烟台樱桃、查干湖鱼、广东荔枝低调试水生鲜电商。据EMS方面介绍,上述项目累计形成快递近千万单,及时妥投率达99.8%。

其实,生鲜冷链的行业排头兵应该是顺丰。此次EMS强势杀入生鲜冷链配送,意图明显。

虽然低调的顺丰一直在闷声挣钱,并没有确切数字。但北京商报记者发现,大部分生鲜网站的商家都选择用顺丰进行配送,顺丰也在2016年先后与阳澄湖大闸蟹、赣南脐橙提供寄递行业解决方案。快递专家赵小敏对北京商报记者表示,生鲜行业市场巨大,顺丰相对其他企

业来说做得比较成熟,可以占90%以上的市场份额。不过也有部分企业选择自建物流,例如京东的生鲜冷链配送。

快递行业的国家队与民营老大的较量可谓“面对面”。EMS在生鲜市场的切入点和运营模式与顺丰类似:既有高调的冷链配送资源,也有低调的生鲜电商平台。不过,顺丰优选的四度换帅为EMS极速鲜敲响警钟。虽然顺丰优选是国内最早的一批生鲜电商,但其并未在国内生鲜电商领域取得领先。顺丰虽然有物流优势,以及密集的网点可以提供大量前端信息,但其上游系统不具备优势,且线上的运营经验不足。

不过赵小敏却看到了EMS大举进入生鲜冷链配送背后的产业价值。赵晓敏认为,此次邮政的全面介入,标志着农业产业链的全面打通。

不一样的冷链路径

去年以来重点打造冷链配送的京东商城,依托既有的商城流量优势和客户资源,正在加速拓展第三方冷链配送业务。目前来看,顺丰、EMS和京东在冷链配送上的竞争刚刚进入准备阶段。这注定是一场鏖战。

京东商城仓储物流部副总裁傅兵

曾表示,冷链物流体系中的难点主要在两方面,一方面是冷链设施的匮乏,一方面是“最后一公里”的成本太高。京东本身有触及“最后一公里”的配送网络,只需通过相应的冷链技术去把冷链商品加入即可,但在通过租赁改造和自建等方式铺设冷链网络时依旧进行了较大的投入。

一直稳坐生鲜冷链配送头把交椅的顺丰,在全国已有190条速运干线,建立起了冷藏仓网,实行分仓发货。相比速度快、成本高的航空冷链,顺丰的这种模式虽然配送时间会慢1-2天,但降低了生鲜冷链运输成本。

相对应的,顺丰还开发了专门的冷链贮运设备。比如一款集装箱式的移动预冷箱,适用生鲜产品的快速预冷临时中转存储,能在2小时内预冷4吨生鲜产品,是传统冷库冻结效率4倍。

赵小敏认为,农村拥有广阔的市场机会,而邮政又有很多市场资源,与顺丰相比,邮政网点布局足够多,可以最快的速度到达田间地头,这是一个很大的优势。但现在邮政需要解决的是效率问题以及内部体系市场化问题,这样才能快速提高市场份额。

北京商报记者 吴文治 实习记者 陈韵哲

苏宁旗下LAOX进军餐饮

北京商报讯(记者 吴文治 实习记者 赵述评)访日游客的消费额减少促使苏宁旗下日本免税店LAOX(乐购仕)进军餐饮业务,以求带来新的增长。4月24日有消息称,乐购仕将在千叶县开设直营店,减少对访日游客消费的依赖。在业内人士看来,跨境电商和代购对免税店的冲击较大,因此免税店加入餐饮意在寻找更多的盈利方式,也可以利用免税店的口碑吸引消费者为餐饮引流。

根据公开报道显示,乐购仕将通过全额出资的新公司Food Creation Works开展餐饮业务,并计划在“千叶海港城”开设首家直营店,并针对亚洲消费者的

饮食习惯提供自助餐,也提供和食、西餐和中餐等。乐购仕还将为访日游客提供预约东京都内餐厅的服务,可提供预约的中文网站也将在今年上线。乐购仕会与约200家店铺合作,在这些餐厅预留部分餐位。2016年,乐购仕已经开始有意布局餐饮市场,通过与中国地产绿地控股联合收购的“千叶海港城”,开始深耕包含购物、美食、娱乐等多种服务的商业模式,乐购仕在日本已达到40家。

目前,乐购仕已经历了多次转型。乐购仕在1930年创建时主要经营家电,在2009年获得苏宁一次注资入股后,开始转向以访日游客为客户群的免税店,一

度成为中国消费者在日本旅游必去的消费场所,但随着中国消费者在日本的消费额逐渐降低,乐购仕再次转型餐饮。对于乐购仕布局餐饮,苏宁方面对北京商报记者称,是属于布局升级。

乐购仕加入餐饮,一方面是由于乐购仕在2016财年表现不佳;另一方面则是由于中国赴日旅游的游客消费额在减少。根据乐购仕公布的2016年财报数据显示,全年净亏损15亿日元,出现三年来首次亏损,销售额同比下滑30%。2016年半年报显示,乐购仕上半年销售收入较上年同比下滑2.4%,净利润从2015年同期的盈利46亿日元转为亏损4亿日元。

接连亏损迫使乐购仕再度转型。

除此之外,游客的消费额骤减也让乐购仕开始尝试新的方向。根据日本观光厅公布的数据显示,今年一季度访日游客的人均消费额从2016年一季度起持续同比下滑。中国游客占总游客的40%左右,内地游客整体消费支出减少4.7%,人均消费支出减少14.9%减至22.5489万日元(约合人民币1.4万元)。无论是财报表现不佳,还是消费额持续减少,乐购仕转型布局餐饮都变得迫在眉睫。

中国购物中心产业资讯中心主任郭增利表示,乐购仕进军餐饮或出于盈利的考虑,但做餐饮依旧面临着众多难点。



金山岭长城

· 世界文化遗产

· 全国重点文物保护单位

旅游热线: 010-84024627/28
网址: www.jslcc.com

景区热线: 0314-8830222/555
新浪官方微博: @金山岭长城