

北京启动蔬菜家政保供 超6万人春节在岗

北京商报讯(记者 吴文治 王维祯)距离春节不足两周,蔬菜生鲜食品与家政保洁的需求不断增长,对此,市场方面已经开始了预备应急工作。

2月1日,北京市商务委启动了2018年春节期间首都市场蔬菜和家政服务保障供应联合行动。据北京商报记者了解,在今年春节期间,北京市场将增加蔬菜货源供给,同时,家政服务市场将有6万名家政员留在服务岗位。

据了解,蔬菜保供联合行动于2月1日~3月20日在北京7家重点农产品批发市场、20家大型“农超对接”连锁超市、15家“农餐对接”大型连锁餐饮企业以及17家蔬菜直营直供企业共同开展。在蔬菜日常供应量基础上,增加蔬菜货源供给。

蔬菜供应商承德围场县远通蔬菜有限公司(以下简称“围场远通”)总经理张艳涛在接受北京商报记者采访时表示,春节期间,该公司运往北京的土豆产品较平日增长30%左右,春节期间,该公司也会保证农产品的即时运送。

据介绍,为了应对春节期间的销售高峰,围场远通提前储备了充足的农产品。尽管农产品损耗、运费、人工成本都在不断增长,不过,张艳涛表示,经过预测,在节日期间每千克土豆销售价的价格仅增长0.2元左右。

此外,新发地农产品交易市场总经理张月琳表示,公司提前在京外分市场增加蔬菜储备,补充供应北京蔬菜消费。

在便民网点方面,张月琳表示,公司会努力缩小蔬菜批发与零售之间的价差。

与蔬菜消费相比,春节前后的家政、保洁需求在大幅增长。家政服务保供行动从2月1日~3月2日,参与行动的42家“规范化、连锁化、品牌化”家政服务企业预计将引进万名家政服务员进京服务,5万多名家政服务员错峰返乡过年、留守在服务岗位,有效保障春节家政服务市场供应平稳。

爱依家政董事会秘书张穆森表示,春节期间该公司留守岗位的家政员共有1.2万名,同时公司的客服电话24小时服务。据了解,去年12月,公司对留在北京工作的家政员给予每人300元鼓励金,保供工作人员有600多人。

此外,企业通过日常的轮换休息来满足在此期间用工高峰的需求。北京商报记者了解到,以58到家为例,该公司已经在去年10月便开始调配家政员休假时间,采用假期拆分的方式,保证春节前不出现用工短缺情况。

世纪天鼎市场售假LV被查

北京工商近日联合路易威登(LV)和法国赛琳(CELINE)等公司品牌代理人在世纪天鼎市场查扣了涉嫌商标侵权的商品,并对商户立案调查。这让开业长达15年的世纪天鼎市场陷入了假货风波。此前面对城市疏解大政,市场曾希望打造新型市场,相关监管部门还要求市场规范管理。业内人士认为,市场对于商户的监控作用相对较弱,所以假货泛滥的现象属于常态,在消费升级和疏解低端业态的政策下,只有加强管理团队和优化品牌结构,才可以让市场更好地发展。

仿品存活于市场

位于珠市口东大街的世纪天鼎市场属于为数不多的坐落在城市核心商业区的商品市场,也是东城区重点项目。此次工商执法人员分别对世纪天鼎市场内3处涉嫌销售侵权产品的商户同时开展检查。其中带有“LV”标识的侵权商品共有69件,带有“CELINE”标识的侵权商品有2件。市工商局东城分局商标科科长马涛表示,市工商局在春节期间要求开展商标诉权行动,净化市场消费环境,消除商标侵权的影响。此次事件主要是来源于LV等商标权利人的举报,从而开展对世纪天鼎市场3家商户销售侵权商品行为的检查处理。目前,工商局已经没收3家商户全部涉嫌侵权商品并确定侵权行为,同时,根据商标权第五十七条规定,将对违法商户处以1~5倍罚款的行政处罚。现已经对商户立案调查,还需要当事人提供具体财、物交易的情况,争取节前做出具体处罚决定。

被查处的商家依旧在正常营业。北京商报记者走访发现,世纪天鼎市场内总共有7家售卖皮箱的商家,且正常营业。据记者观察,世纪天鼎市场的主营业态为美容美发及化妆品批发,占整个市场的50%;品牌鞋城占整体经营面积的30%左右;其余多为日用品和工艺品,而服装、箱包所占比例不到10%。世纪天鼎市场的工作人员向记者表示,世纪天鼎市场已经经营十几年,应该不会存在售卖假货的行为。同时,

该工作人员还表示,世纪天鼎市场一直以来都是以美业产品批发和零售为主,日后还没有调整的计划。

马涛还介绍道,品牌自身商标权利属于私权,工商局属于公权。因此,工商局在打击商标侵权行为时,应该由品牌商标权利人认定商户侵权行为,工商局才可以对涉及侵权行为商户进行处理。此前,市工商局曾发布“1号公告”和“2号公告”,共涉及包括LV、GUCCI、FENDI等在内的48个国际一线奢侈品牌,明令禁止以上品牌假货在北京市场上进行销售,因此,之后将会加大力度进行严肃查处。

市场商业进入变革期

类似于世纪天鼎市场模式的商业项目数不胜数,例如位于天坛附近的红桥市场也是具有一定历史的商业体。红桥市场作为对外宣传的窗口,明确文化旅游服务和对外文化交往服务,在这一定位的明确下,红桥市场对不符合功能定位的低端业态进行了疏解。据红桥市场相关负责人介绍,为提高商户转型的质量,红桥市场专门成立经营团队,带领商家全国各地考察学习,寻找符合红桥市场定位的商品;对于在资金方面周转困难而又与市场定位相符的商家,红桥市场给予扶持。根据统计数据,2015~2017年,红桥市场三年累计疏解304户,达630人。

除此之外,天雅市场也是市场管理和调整参考的另一案例。该市场的运营模式介于市场与购物中心的管理

之间,市场的物业具有监管功能。中购联购物中心发展委员会主任郭增利指出,天雅市场的运营模式管理成本相对较高,一般市场则需降低成本,靠租金维持,所以监管功能不够有力。但往往这样的市场相对的客群对于商品具有宽松的心态,也正是因为这样的因素存在使得市场具有顽强的生命力。

实际上,市场中多为个体经营者,以利益为先。在市场中,商家竞争多以价格比拼为主,完全由商家自己去经营,市场管理存在难度。郭增利提到,此类情况在购物中心中几乎不会发生,因为在进驻时会对品牌进行筛选和优化,有相对强制性的约束力。但市场的管理很松散,对于商户的监控比较放任,所以假货和仿货在市场中非常普遍,这也恰恰是市场得以生存下来的一个方式。正常情况下,个体经营者为了获得低价格的优势,可能以次充好,好坏搭配的情况比较频繁发生。

优化胜过一刀切

在新消费时代下,不仅百货店面面临调整改革的压力,市场也面临着低端业态被疏解的压力。郭增利认为,实施一个严重的管控措施难度相对较大,疏解不是清除,而应该是优化。大量的市场会采用借鉴购物中心的管理模式,统一管理,市场招商更应该关注入驻品牌和特色商家。除此之外,不应该是市场物业监管,商家也应该自己监管。为了避免疏解,市场和商家都应该加强自己的品牌意识,只能整体

升级,管理公司加强管理,经营者要注重自身品牌和信誉,找准自己的主体特征。让市场在占据优势地理位置的同时散发自身活力。

北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,现在网络消费占据了价格优势,所以市场消费不再占有优势。在压力之下市场消费则需要转变,目前主要分为两类转型,部分项目转型面向餐饮、文化和娱乐等业态。另一部分面向独特个性化的设计师和小众品牌。不仅招商品牌需要变换,管理团队的思路也需要发生变化,学习购物中心的管理方式。按照自己的定位去组合店铺,能带来消费者的商铺才可以引进,对于整体招商进行整体规划和整合,才能面对消费转型的压力。

LV中国区华北市场商标维护代理人秦涛表示,目前市场假货泛滥,在LV品牌方面加大对北京商场假货的清扫之后,类似世纪天鼎的情况在市场上已经不多了。在过去的一年中,华北市场已经处理近80起商标维权事件。此次打假事件比较成功,处理结果已经提交至品牌方;“预计此次的处理结果品牌方会比较满意”。同时,北京商报记者了解到,此次涉嫌侵权商品价格均在几十元到几百元之间。而记者在LV官网发现,价格最低的时尚包袋也在1.14万元左右,围巾披肩也基本在3000元以上。侵权商品与正品的价格差出数十倍。

北京商报记者 刘卓澜 魏茹

2017年度北京十大商业品牌

即将揭晓

2018年2月7日



十大商业品牌官方微信



十大商业品牌官方网站

北京十大商业品牌评选工作办公室

致电: (010) 64101822/1823

邮箱: shidashanggye@126.com

数图: 北京十大商业品牌评选工作办公室

(北京市朝阳区和平里西街21号 北京商报大厦)

邮编: 100013

【主办机构】 北京日报报业集团 北京市商业联合会

【承办机构】 北京商报社

【支持机构】 中国商业联合会 中国经济传媒协会

【指导机构】 北京市商务委员会 北京市发展和改革委员会 北京市国有资产监督管理委员会 北京市工商管理局
北京市食品药品监督管理局 北京市旅游发展委员会 北京市统计局 北京市国家税务局 北京市地方税务局

【协办单位】 北京财贸职业学院 北京商业经济学会