

政策

北京蔬菜零售网点
最高可获150万元补助

北京商报讯(记者 郭白玉)2018年北京又一生活性服务业资金扶持政策申报开始。4月11日,北京市商务委员会发布《关于申报2018年度第一批商务发展项目的通知》,对商务发展领域内18个方向的项目进行资金补助,根据申报指南,蔬菜零售网点单个项目最高可获得150万元补助。

根据通知,政策重点支持商务发展领域内促进生活性服务业品质提升,推动商业便民利民发展项目;符合首都城市战略定位的促消费、稳增长等公共服务平台建设和典型示范类项目。

具体来看,主要支持18个方向,包括2018年新建和规范提升基本便民商业网点项目、连锁经营发展项目、生活性服务业、特殊流通行业服务平台及典型示范项目、农产品批发市场建设项目、特色商业街项目、老字号传承发展项目、建设中华传统技艺技能大师工作室项目、“互联网+流通”创新示范项目、促进现代物流发展项目、商务服务业主题商务示范楼宇和集聚区公共服务平台升级改造项目、商业流通发展领域节能降耗项目、促进汽车流通行业规范化发展项目、支持跨境电商发展项目、支持跨境电子商务体验店建设项目、2018年支持北京市外贸企业提升国际化经营能力项目、支持“深夜食堂”特色餐饮发展项目、支持市内免税店及进口商品直营店发展项目、支持商业服务业开展厕所革命项目等。

对符合标准和要求的项目采取项目补助、政府购买服务、以奖代补等形式给予支持。以2018年新建基本便民商业网点项目支持标准来看,蔬菜零售网点补助金额不超过网点年租金的50%及除租金外其他实际投资的50%之和。

合作 | 入驻京东到家
山姆会员商店拼速度

北京商报讯(记者 邵蓝洁)一直强调商品品质的山姆会员商店也开始注重速度。山姆会员商店与京东到家共同宣布,双方展开深度合作,在深圳上线京东到家,成为首个入驻京东到家的付费会员制商家,该合作未来还将延伸至更多全国重点城市。这意味着,为了使商品和消费者之间的距离缩短到1个小时,专注中高端家庭大批量采购的山姆会员商店需要在商品、物流等各个方面适应京东到家这样的高频次、低客单价的即时消费。

此次上线京东到家的商品约1000余款,主要是山姆通过分析会员消费数据挑选的高频次购买和高渗透率的商品,几乎涵盖了生鲜全品类,以及母婴、个护、干货等日常商品,对于目前还不是山姆会员的消费者可以通过“非会员体验系统”购买这些商品。在入驻京东到家之前,去年底山姆低调地在深圳部分区域推出满99元包邮的1小时“极速达”,让山姆积累了在生鲜一小时配送领域对选品、损耗控制和品质控制的经验,加速推进更多适应这种消费场景的服务方式。

据了解,为配合一小时送达的效率,山姆根据会员群体的密度建立了前置仓,同时将门店内出售的大容量大规格的商品进行拆分,以单一规格出售,以适应消费者对生鲜和日用品少量多次购买的需求。山姆会员商店电商及跨境电商高级副总裁陈志宇表示,今年将特别关注提升生鲜商品的覆盖范围和履约效率,如在重点城市通过前置仓和高效末端配送,满足高频、快速送达这一日常消费场景的需求。

山姆会员商店已在电商领域探索多年,包括山姆自营电商平台、山姆京东旗舰店、山姆全球购旗舰店,各个平台有不同的分工和角色。京东到家针对的人群、消费场景都大有不同,在山姆的规划中,这将让现有会员得到更多元化的服务。

市场 | 跳槽季拉升搬家服务
需求量增长21%

北京商报讯(记者 吴文治 王维祎)三四月换岗离职高峰期也引发搬家服务进入旺季。百姓网数据显示,3月以来平台搬家服务需求量明显上涨,涨幅达21%,近八成的中小型搬家公司服务费用在100-500元。不过,搬家公司水平良莠不齐,收费不透明成常态。

据百姓网统计,随着租房市场迎来高峰,一二线城市迎来一轮搬家潮,主要群体为3月跳槽的白领、蓝领。百姓网发布的数据显示,3月以来,平台上搬家服务需求量明显上涨,涨幅达21%,有网上搬家公司透露,自3月以来,公司的搬家业务接单量较之前上涨37.6%。不过,搬家服务的标准不一。百姓网数据显示,近八成为个人中小型搬家公司,收取搬家服务价格在100-500元的区间。

搬家需求增长,也逐渐显露出行业有待规范。不久前,北京市工商局发布消费预警,不少消费者在搬家过程中遭遇坐地起价、变相额外收费。工商部门指出,消费者投诉搬家公司服务问题主要集中在事前以低价吸引消费者,事后坐地起价,变相额外收费;服务中“转包”现象,将客户转包给其他搬家公司,而其他搬家公司会借此向消费者另行收费;搬家公司与消费者不签合同,不提供发票;搬运中物品丢失、损坏,商家拒绝承担责任等。

为了避免消费者遇到搬家服务的圈套,北京市工商局提醒,消费者在挑选搬家公司时可先通过北京市企业信用网核对企业注册信息,对公司的经营状况、守信情况进行确认。同时,消费者切记与搬家公司签订合同,并对合同中收费标准、违约责任进行细化,以便作为日后维权凭证。

· 商讯 ·

估值75亿 当当并入海航落槌



1999年11月 李国庆、俞渝夫妇共同创立当当,以网上卖书为主营业务

2010年12月 当当完成赴美上市,成为国内第一家在美上市的B2C电商公司

2015年7月 李国庆、俞渝向董事会发出初步非约束性私有化要约

2016年9月 当当宣布完成私有化交易,退市后,李国庆、俞渝合计持股93.17%

2018年3月 天海投资发布公告称,公司正在筹备重大资产重组,标的资产为当当

2018年4月 天海投资发布公告称,购买当当网及当当科文100%股权

对于当当的创始人李国庆和俞渝夫妇来说,留给他们掌权当当的时间已经不多。4月11日晚间,海航旗下A股上市公司天海投资发布公告称,拟通过发行股份及支付现金方式,购买北京当当网信息技术有限公司(以下简称“当当网”)100%股权及北京当当科文电子商务有限公司(以下简称“当当科文”)100%股权,初步作价75亿元。至此,当当投身海航系的消息终于落槌。

落槌:花落海航系

根据公告显示,天海投资将采用发行股份及支付现金方式收购当当资产。其中,拟以发行股份的方式支付40.6亿元,拟以现金方式支付34.4亿元,对当当的整体预估值为75亿元。根据2017年12月31日为评估基准日的预估情况,当当的净资产账面价值为3178.93万元,增值率为23492.84%。

另外,根据公告显示,目前当当科文的股权持有者分别为俞渝、李国庆、天津骞程、天津微量、上海宜修,持股比例分别为64.2%、27.51%、4.4%、3.61%和0.28%,而俞渝、李国庆所持有的当当科文股权均将被天海投资以发行股份的方式支付,前者将持有约4.1亿股,后者将持有约1.76亿股,分别占新发行股份的62.88%、27%,股份对价金额分别为25.54亿元和10.95亿元。本次交易完成后,俞渝和李国庆合计直接持有天海投资16.49%股份。

实际上,由海航接盘当当早已在预料之中。刚好在一个月前的3月11日,李国庆在微博中以“天地孤影任我行,世事苍茫成云烟!”回应了外界当当接触海航系的声音,算是侧面回应了未来当当的归属。而在两天后,李国庆在微博上回应一篇文章时说道:“回归A股选择很多,都在洽谈中,有资本追逐是一个公司的价值体现”。这都表明了未来的当当将不再是由李国庆和俞渝夫妇执掌的当当。

疑问:当当价值几何

75亿元的预估值、23492.84%的增值率,天海投资对当当的评价不可谓不高。对于“收购当当”的原因,天海投资在公告中称,当当为综合性电商平台,经营图书、音像、母婴、美妆、家居、数码3C、服装、鞋包等产品,处于线上图书出版物零售领域的领先地位,并在电商领域积累了丰富的客户运营经验、大数据和品牌;通过本次交易,可以更好地完善上市公司的业务板块布局,实现联动协同效应;本次交易有利于提

升上市公司业绩水平,增强公司竞争实力。公司本次资产重组有利于上市公司增强持续经营能力。

实际上,尽管在综合性电商平台中,当当的市场规模已经不能和天猫、京东等巨头相提并论,但在图书市场,根据Analysys易观发布的《中国B2C市场份额监测报告2017年第3季度》数据显示,在网上零售图书市场格局中,京东以市场份额36.2%首次位居线上图书销售榜第一;当当占据35.1%的市场份额,位居第二。这也意味着,在此之前在线图书市场一直是当当独占鳌头。

另外,当当的用户资源和盈利能力也成为了让企业增值的加分项。在2018年当当供应商大会上,当当集团副总裁陈立均曾表示,2017年当当图书规模达400亿元,销售图书11.89亿册,动销品种130万。此外,根据当时披露的数据显示,当当注册用户规模达2.5亿,年活跃用户达4000万以上,流量转化率达到25%。李国庆也曾多次强调当当的盈利能力。“当当图书不是微弱优势,是遥遥领先。百亿销售的当当利润好于千亿销售公司利润,这是差异化竞争的选择。”

M关注 Market focus

30亿美元后 拼多多亟待脱胎换骨

经历近三年电商行业大浪淘沙的拼多多被舆论打上了“野蛮生长”的烙印,廉价、假货、质低等众多在电商企业看来致命的短板都与拼多多相挂钩,如今拼多多正寻找摘掉这些帽子的方式。4月11日有消息称,拼多多完成了新一轮近30亿美元的融资,市值直逼150亿美元,再加上此前被行业视为阿里与京东用来抵抗拼多多带来冲击的淘宝低价版、京东拼购节的问世,均让拼多多近两个月处在舆论的风口浪尖。然而,30亿美元除了为拼多多的热度再加一把柴火之外,又能为拼多多带来哪些实质性的变革,依旧是未知数。

资金加持根基不稳

对拼多多甚嚣尘上的质疑声音,并没有阻止拼多多获得资本的加持。4月11日,有媒体公开报道称,拼多多已完成新一轮近30亿美元融资,估值接近150亿美元,投资方包括腾讯、红杉,为拼多多在早期提供流量沃土的腾讯更是领投方。对于融资一事,北京商报记者已经向拼多多方面进行核实,但截至发稿,拼多多并未做出公开回复。

相较于在电商领域中占据半壁江山的阿里、京东,以及站稳脚跟的聚美优品等众多垂直类电商平台来讲,拼多多从默默无闻到家喻户晓仿佛是一夜之间”的事情。根据公开报道显示,尽管拼多多成立还不足三年,但2017年交易总额已经超过千亿,而淘宝、京东、唯品会的年交易总额突破千亿时,分别在2008年、2013年以及2017年,三者先后花费了五年、十年和八年。

如今,当拼多多的估值逼近150亿美元,唯品会在4月10日美股收盘时,也仅达到110.58亿美元。拼多多的快速发迹被业内视为一匹依靠社交的高黏性成长起来的“黑马”,在微信尚未成为电商企业竞相合作的焦点时,拼多多已经开始依托微信中的社交实现流量的裂变。然而一位不愿具名的电商分析师对北京商报记者称,拼多多的快速发展有点“底盘不稳”,拼团模式带来的低价或者是通过拉动熟人进行砍价之后形成的低价,只是瞄准了对价格极为敏感的消费者,不排除拼多多中存在质量过硬的商品,但对低价的追求意味着难以让拼多多获得中高端消费者的认可。

北京中清研信息技术研究院副院长、电子商务技术国家工程实验室研究员赵振营在接受北京商报记者采访时称,30亿美元不是小数目,但拼多多想要借此抢夺中高端消费者或搭建商户与消费者的关系并不是易事,30亿美元难以改变拼多多的现状。

从拼多多所售的商品来看,低价确为亮点。4月11日,拼多多首页推荐的商品价格均不超过50元,在服饰类目中30元左右的商品占据了大多数。但在拼多多创始人、董事长兼首席执行官黄峥看来,拼多多吸引的是“追求高性价比的人群”,并非低端客群。黄峥在接受媒体采访时称,低价只是拼多多阶段性获取用户的方式。拼多多的核心不是“便宜”,而是满足用户心里“占便宜”的感觉。

深陷低价低质困局

为满足消费者“占便宜”的心理,拼多多推出的“砍价免费拿”已经成为新的投诉焦点。

北京商报记者发现,拼多多通过发送链接请好友砍价的模式中,砍掉的价格呈现递减趋势。一位消费者表示,一款392元的美的电烤炉,最开始每位好友可以砍掉十几元,随着参与人数越多,可砍掉的价格越低。商品第一次可以被砍掉74.13元,随后可以被砍掉的金额低至10.99元,当商品价格低于200元时,消费者能够砍掉的价格已经低至0.06元、0.05元。

在《2016年上半年中国电子商务用户体验与投诉监测报告》中,拼多多投诉率位列零售电商首位。2月7日,中国消费者协会发布的《2017年“双十一”网络购物价格、质量、售后服务》中,拼多多的身影频现。在调查的箱包类、化妆品类、鞋类样品三种仿冒品类别中,拼多多平台的商家在3种仿冒品类别中均有出现。

众多消费者在拼多多页面的留言中也直接指出产品质量不过关。在一款售价450元的电视机的评论中,名为“追梦”的消费者表示,电视是假的,不是王牌,根本没有清晰度。有媒体此前报道称,拼多多冻结货款数千万元,涉嫌借打假牟利。今年2月,拼多多发布《2017拼多多消费者权益保护年报》证实,过去一年拼多多下架了1070万件疑似

中国电子商务研究中心主任曹磊在接受北京商报记者采访时称,海航高价收购当当的原因可以从三个方面来考虑。首先海航作为一家传统企业,具有互联网转型的需求,需要当当这样的综合型电商平台作为载体。其次,海航拥有多元化的产业资源,从旅游、酒店再到跨境供应链,而当当拥有上亿级的注册用户,千万级的活跃用户,如果可以把用户资源盘活,和海航既有的产业资源有效结合,会产生巨大价值。此外,从上市公司的角度来说,收购当当对于资本市场来说会产生强烈的概念刺激。

预测:文化和跨境或是支柱

随着天海投资收购当当进展的公告发出,留给李国庆和俞渝夫妇执掌当当的时间已经不多。在3月回应有关当当接触海航的消息时,李国庆曾表示:“正是我事业第二春!我将继续在文化商业奋斗10年!”显然,他已经为自己的未来做了初步打算。而对于当当来说,这或许将是一个新的开始。

至于未来的当当何去何从,预测来看,短期内构建数字阅读生态仍将是当当的重点。在今年1月举办的2018当当云阅读峰会上,李国庆表示,确立当当听书为公司核心战略产品,给予更多资源的倾斜,并要将当当打造成纸、电、听一体化的云端数字阅读生态格局。当当云阅读总经理雷致曾表示,2018年当当云阅读将维持超过100%的增速,并实现两年3亿元的销售额。李国庆说,未来当当云阅读将按照开放的平台思维运营,不介意将自身用户引流至出版社或其他媒体平台。2018年,将为出版社和合作伙伴提供数据服务,提高用户匹配度及用户分析、市场能力。

而在海航资源的接入下,未来当当或将在跨境电商方面有更大的发展空间。海航在跨境电商方面有独特优势,不仅有保税仓,还有免税店以及跨境电商牌照,在当前消费升级、跨境电商风生水起的市场环境下,当当此后一个重点的发力方向应该是在跨境电商方面。”曹磊表示,海航想把资源打通增强变现能力,需要当当这样的综合型电商平台来沉淀用户。

据公开资料显示,海航旗下拥有海航国际贸易有限公司,为中小跨境电商企业提供货源、物流、仓储等供应链综合解决方案,拥有自营仓储面积达1万余平方米。此外,海航集团旗下公司海航基础持有中国首家机场离岛免税店“海口美兰机场免税店”资产,该免税店拥有经营面积3.1万平方米,经营国家批准的38类免税商品。北京商报记者 陈克远/文 李杰/制表

侵权商品,全年拦截4000万条侵权链接。可见,难以严控的商品质量,对消费者、商户甚至是平台来讲都是一件棘手问题。面对上述困境,拼多多寻求着解决问题的方式,据了解,拼多多设立了1.5亿元消费者保障基金,帮助消费者处理售后纠纷并维权索赔。

社交流量难以开发价值

尽管拼多多的低价备受行业的指责,但京东、阿里等电商平台已经开始反击。阿里成立淘宝低价版,京东发动京东拼购节,尝试用低价抵抗拼多多产生的冲击。同时,京东联合美丽联合集团,唯品会开始发掘微信中的社交流量,寻求获取新流量的可能性。当电商巨头开始有所应对后,拼多多还能否稳固现有地位就变为未知数。

赵振营在接受北京商报记者采访时称,拼多多的确用低价与社交相结合的方式在短期内聚拢了大量的用户,将获取流量的资金获取商品,再用商品交换流量。在流量逐渐进入到瓶颈期时,拼多多的模式具有借鉴性,但并不意味着拼多多可以借此方式获得长线的发展。

赵振营直言,当拼多多快速获取流量后,如何保存有价值的流量以及找寻新的获利方式是关键,更是拼多多能否转型成功的关键。众多消费者在进行消费时,会形成一定的用户共性,品牌商和电商平台可以根据用户共性分析潜在的消费需求。但拼多多聚拢的消费者均是对价格敏感的消费者,对商品的性能没有特定的需求,用户共性不明显,拼多多也因此难以根据消费习惯做用户价值的开发,无法描绘用户画像,这就意味着难以将流量进行场景化和货币化。获取流量是拼多多的强项,但未必能发掘有价值的流量,并对流量进行持续的开发。

在赵振营看来,如果拼多多一直按照当前的模式进行发展,从长期来看仍旧难以与阿里和京东相抗衡。拼多多依靠软件聚拢消费者形成的关系并不稳定,尤其是在物联网时代,应用场景的作用会被扩大化,社交功能会逐渐被弱化,而社交本身已经难以实现货币化。

北京商报记者 吴文治 赵述评