

· 商讯 ·

LVMH三季度收入增长小幅放缓

北京商报社(记者 王晓然 魏茹)奢侈品集团持续股价动荡,奢侈品巨头法国LVMH集团也难敌业绩放缓。10月10日凌晨,LVMH集团发布的2018财年三季报显示,集团在第三季度收入为113.79亿欧元,同比增长10%。但2018年前三个季度,收入增长幅度分别为13%、11%和10%,收入增长有明显放缓趋势。

北京商报记者对比该集团2017年三季报发现,葡萄酒与烈酒部门、时尚及皮革制品部门、香水和化妆品部门、手表和珠宝部门以及精品零售部门,收入分别同比增长8%、13%、17%、14%和14%;而2018年同期,各部门收入分别同比增长7%、14%、11%、10%和5%。除时尚及皮革制品部门仅增长了1%,其他部门增幅均有所下滑。

在奢侈品中国联盟荣誉顾问张培英看来,虽然之前历经股价持续下跌,但LVMH集团当前的业绩增长以及小幅度的增长放缓还是符合投资市场预期的。奢侈品集团经过沉淀但往往抗风险能力较强。第五大道奢侈品网创始人孙亚菲也表示,LVMH集团的股价涨幅度较小,且增长幅度也在市场正常预期范围内。张培英强调,四季度往往才是奢侈品的旺季,预计下一季度中该集团业绩表现会相对突出。

品牌商争夺战再起 拼多多入局

北京商报社(记者 王晓然 赵述评)在争夺品牌商资源方面,电商行业从不缺少话题,临近“双11”电商对品牌的抢夺更加激烈。10月10日晚间,拼多多在3年庆主会场的品牌商,遭遇天猫“二选一”的事件刷屏。“双11”的大幕尚未正式拉开,电商的争夺已经如火如荼。

据了解,参与拼多多3年庆主会场的品牌商被强制“二选一”,此举导致大批品牌商退出拼多多的活动,下架商品。目前,拼多多官方对此事表示暂不回应,阿里方面则未作出公开回应。但拼多多联合创始人达达在个人微信朋友圈证实此传言并曝光了9张截图。根据达达微信中曝光的截图信息显示,有品牌商表示“天猫盯着品牌的拼多多旗舰店”“天猫给品牌商巨大的压力,要求撤出拼多多”,还有品牌商向拼多多申请撤掉资源位。达达直言称,参与拼多多3年庆的品牌商被要求“污蔑自己上传到拼多多的商品不是正品”。

在电商争夺品牌商的过程中,“二选一”事件早已提升至法律层面。今年9月发布的《电子商务法》规定,电子商务平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段,对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易实行不合理限制或者附加不合理条件。

京城社区商铺告别频繁“变脸”

北京商报社(记者 邵蓝洁)小区楼底下的理发店突然关门了,经过重装开业,变成了一家足疗店;家门口的超市转让后成了服装店;街角的药店变成了旅游服务门店,社区周边门店的变动常常发生,周边居民只能被动接受,不过,这样的情况以后将得到控制,社区周边的居住配套商业服务设施将得到有效保障。

北京市商务委等部门《关于印发〈居住配套商业服务设施规划建设使用管理办法(试行)〉的通知》(京商务规字〔2018〕6号)(以下简称《通知》)对居住配套商业服务设施改变使用性质和转让工作作出了具体要求。上述《通知》规定,本市规划为居住配套商业服务设施原则上不得改变使用性质,如

确需改变使用性质,须由开发建设单位(产权单位)报所在区商务委,由区商务委会同区有关部门研究同意,并经区人民政府批准后,由市商务委、市规划国土委和市住建委城乡建设委员会召开联席会进行专题研究,未经联席会批准同意,不得改变使用性质。

北京商报记者注意到《北京市居住配套商业服务设施规划建设使用管理办法(试行)》第二条明确规定:本办法所称商业服务设施是指依据《北京市居住公共服务设施配置指标》为居住项目配套建设的商业服务设施,包括蔬菜零售网点(菜市场、生鲜超市、社区菜店等)、综合超市、便利店、早餐(餐饮)店、理发店、家政服务点、洗衣店、药店、末端配送点等设施”。这

意味着,以上这些居住配套商业设施频“变脸”的门槛提高。

超市发总裁王增庆向北京商报记者介绍,社区商业尤其是老社区配套设施经常会出现变更,例如服装店、银行网点甚至快捷酒店,尤其是随着疏解腾退工作的进行,更要保障居民的生活服务配套,现在直接规定了居住配套商业服务设施的性质和范围,就更容易从整体上规划统筹社区商业各个业态。

除了规定改变使用性质的办理,转让流程也需要先提交商务委《通知》规定,凡是房屋规划用途标注为“商业配套”“其他商业服务”等,属于居住配套商业服务设施的房屋,转让前均需要到所在区商务委进行批准。

如果是新建配套设施,那么这些设施只作现售。开发建设单位销售居住配套商业服务设施前,需经房屋所在地商务委进行现场查验。查验通过后,由区商务委出具“居住配套商业服务设施销售同意函”,开发建设单位凭同意函,到区住房行政管理和规划国土部门办理转移登记手续。如果是存量配套设施转让,已销售的居住配套商业服务设施再次上市出售时,需在双方交易前,由产权方到所在区商务委办理相关手续后到区房屋管理和规划国土部门办理转移登记手续。而在此之前,转让产权只需要去房屋管理和规划国土部门办理即可,而上述部门并不对所转让的商业设施作出规定或者要求。

凯德MALL变身印象汇

北京商报社(记者 王晓然 刘卓澜)印力集团日前完成收购凯德旗下20个商业项目,交割完成后的项目全部交由印力经营管理,购物中心品牌也同步完成更名。中购联购物中心发展委员会主任郭增利表示,此次收购属于双赢,双方将会根据自身发展战略完成相应的资产优化。

今年初,印力联合万科和Triwater通过各自旗下全资子公司联合收购凯德商用在中国国内的20家购物中心项目公司的100%股权。根据协议,三方将联合收购凯德集团旗下全资子公司凯德商用在中国国内的20家购物中心项目公司的100%股权并承接相应的负债,交易对价为83.65亿元人民币,

预计于2018年二季度完成交易。其中“凯德广场”“凯德MALL”正式更名为“印象”系列,凯德MALL西直门店、太阳宫店等均更名为“印象汇”,其余项目更名为“印象汇”。

据悉,收购的20家购物中心总建筑面积约为95万平方米,分布在中国华北、华东、华南和中西部区域城市,且均位于所在城市的核心区域。

此次收购之后,凯德在中国还拥有管理购物中心49家。凯德方面表示,目前以“综合体战略”和“核心城市群战略”发展为主线。被收购的这些购物中心分布在19个城市,其中14个城市为凯德仅有单一项目布局的非核心城市。数据显示,此次出售项目分别占比

凯德集团在全球和中国购物中心资产规模的4%和7%,对集团整体收入影响不大。

据统计,此次股权转让涉及的20家购物中心,凯德通过旗下公司平均持有十年,项目平均建筑面积为4万平米。而从2017年以来,凯德在内地新开的项目均在10万平米的规模以上。郭增利表示,此次出售对凯德而言,是优化资产结构之举。凯德更加专注大城市和综合体发展,在对内部资产结构进行优化调整过程中,将不符合未来战略发展的项目出售,让公司整体实现资产结构优良,得到理想回报。

对于印力集团而言,此次收购将

加速区域市场布局。目前印力集团在全国持有或管理的商业项目数量达120家,遍布中国58个城市。印力北京公司旗下拥有运营十几个商业项目,如北京住总万科广场、天津印象城、沈阳印象城等诸多区域性项目。郭增利解释,近年来,印力集团发展十分迅速,此次收购也是印力2014年以来自主开发与资产并购并存成长路径的深化。印力集团在商业上具有强大的团队资源、资金支持以及运营优势等,所以该集团在中国布局上有很大规划和目标。此次收购20家购物中心,有利于印力集团壮大规模。此外,印力集团主要依靠管理出效益和业绩,提高资产价值。



The Summit of Chinese Park & Resort

2018(第五届)中国主题公园和度假区峰会

主题公园 撬动城市新文旅

2018年10月16日
北京歌华开元大酒店

主办单位:北京商报社 北京首寰文化旅游投资有限公司

特邀协办单位:TEA主题娱乐协会

承办单位:西街传媒 北京商报·高端旅游周刊

学术支持:北京旅游学会 北商研究院

大咖云集

国际视野

数据剖析

神秘签约