

鑫绿都市场牛肉检出瘦肉精

北京商报讯(记者 王晓然 王维伟)12月18日,国家市场监督管理总局(以下简称“市场监管总局”)发布抽检公告显示,顺义区鑫绿都市场一门店销售的牛腩肉中检出克伦特罗。克伦特罗列为非食用物质,俗称“瘦肉精”,根据规定,在畜肉中不得检出。

据悉,市场监管总局组织抽检粮食加工品、乳制品、酒类、茶叶及相关制品、方便食品、特殊膳食食品、婴幼儿配方食品和食用农产品等8类食品1974批次样品。根据食品安全国家标准检验和判定,其中抽样检验项目合格样品1971批次、不合格样品3批次。

其中,北京市鑫绿都便民生活超市连锁有限公司第六分公司销售的来自河北省廊坊市大厂回族自治县宏晟肉类有限公司的牛腩肉,克伦特罗不符合食品安全国家标准规定。

克伦特罗俗称“瘦肉精”,该类药物能够促进动物体蛋白质沉积、促进脂肪分解抑制脂肪沉积,提高瘦肉率。市场监管总局指出《食品中可能违法添加的非食用物质和易滥用的食品添加剂名单(第四批)》(整顿办函〔2010〕50号)中规定,β-兴奋剂类药物(盐酸克伦特罗、莱克多巴胺等)为食品中违法添加的非食用物质,在动物性食品中不得检出。长期食用非法添加克伦特罗的食品可能会引起中毒,诱发心律失常,出现心悸、头晕、乏力等症状,对健康造成影响。

H&M四季度业绩微增

北京商报讯(记者 王晓然 陈韵哲)H&M日前披露的2018财年四季度及全年财报显示,受汇率变动影响,含税营业额增长12%至63.92亿欧元。这一数字使得集团2018年全年业绩增长5%至237.6亿欧元。虽然此次H&M集团并未披露更多信息,但有分析师指出,四季度业绩还不及市场预期,此外,单独季度的增长不能代表整体利润的上涨。

根据财报显示,期内销售额增长6%至62.8亿欧元,含税营业额增长12%至63.92亿欧元。财报发布后,H&M集团股价下跌6.23%。在此之前,H&M集团曾通过大幅度打折来促进销量,还关闭集团旗下品牌Cheap Monday,以试图挽回业绩下滑趋势。

实际上,H&M从去年开始调整自身运营规划,意识到庞大的线上流量所可能带来的销量和品牌影响力。此前,在考虑是否在中国内地放开第三方电商这件事上,H&M集团在2016年1月曾用旗下品牌Monki试水。随后天猫旗舰店的粉丝数量突破百万,部分单品商品的月销量数千件。此次,H&M集团CEO Karl-Johan Persson曾表示,天猫是H&M目前在门店外的重要补充,未来会有巨大的增长潜力。

不止H&M,整个快时尚行业都在进入缓慢的增长期,各大品牌均通过不同的战略调整以应对业绩下滑趋势。在进入中国的十余年期间,快时尚品牌门店数量迅速增长,以一二线城市为主要的阵地,但奢侈品中国联盟荣誉顾问认为,门店所覆盖的城市地区消费力度攀升有限,而品牌自身也难以快速打通电商渠道进入三四线城市。快时尚品牌自身的迅速扩张,则成为了进入消费持续增长的三四线城市的重要渠道。他表示,随着快时尚领域业绩增长的普遍下滑,品牌调整是必然趋势。

名创优品加拿大代理商交破产申请

12月18日,据美国媒体Fashion Network报道,据加拿大不列颠哥伦比亚省最高法院的法庭文书显示,名创优品在加拿大的代理商已经向法院提交破产申请。

据悉,名创优品认为这家代理商在加拿大注册的三个子公司 Miniso Investments Inc.、Migu Investments Inc. 及 Miniso (Canada) Store Inc. 存在转移及隐瞒资产的欺诈行为,这三家子公司目前的负债超过2000万加元。

名创优品总部在声明中表示:名创优品在加拿大采取的是代理经营模式,因当地代理商公司经营出现问题,所以名创优品总部对其提起破产申请;目前,我们正在通过相关司法程序积极处理此事,相信不久会有一个明确的结果,届时我们再向媒体作详细通报;名创优品在加拿大市场非常受欢迎,市场经营良好,总部会尽力去保证当地门店的正常经营;截至目前,名创优品已进驻79个国家和地区,预计2018年营业收入超过26亿美元,同比增长50%。未来,名创优品依然会根据各国国情,积极开拓国际市场。

公开信息显示,名创优品于2017年4月进入加拿大,在温哥华开出首家门店。店面销售商品以销售衣物、化妆品、家庭用品和电子产品为主,售价在2.99-34.99加元(约合15-184元人民币)之间。名创优品当时声称2018年底前要在加拿大开出100家门店,未来三年将门店总量增加至500家。名创优品在温哥华开设了第一家门店,目前在不列颠哥伦比亚省、阿尔伯塔省、安大略省、魁北克省和新斯科舍省经营着近50家门店。

名创优品从2015年开始启动了国际化战略,开拓海外市场。目前在名创优品的3000多家全球门店中,海外门店超过1000家,进驻国家和地区超过70个,而且还在快速扩张之中。这家于2013年由中国企业家叶国富和日本设计师三宅雅俊共同创立的公司,因为价格平价亲民而通常被称为杂货铺,以低价提供高质量的时装,以及各种各样的家居和消费品,包括化妆品、文具、玩具和厨具。

北京商报综合报道

百网千店开启京城跨年促销

北京商报讯(记者 徐慧)12月18日,由北京市商务局主办的2019北京跨年促销节在王府井商圈拉开帷幕,标志着北京商业领域年度最大规模的促销盛宴正式启动。本届跨年促销节为期两个月,以“品质新消费 智享新生活”为主题,联合了百余条线上平台、千家线下门店参与,带来数万款实惠商品。

作为北京商业领域打造的自有促销品牌,跨年促销节迄今已连续举办三届。在汲取前两届经验的基础上,本届跨年促销节紧扣消费升级热点和趋势,在企业参与度、促销形式等方面进行突破和创新,呈现时间长、全场景、商圈多、玩法新、形式新等亮点。

在北京apm购物中心的开幕式现场,北京市商务局副局长王洪存表示,今年前10月,全市实现市场总消费额21119亿元,同比增长7.9%。其中,实现服务性消费额11648.1亿元,增长11.5%;实现社会消费品零售总额9470.9亿元,增长3.7%。服务性消费额占到总消费额的55%,在全国率先步入服务消费主导时代。为健全完善促进总消费体制机制,商务局将从供给端发力,激发新一轮消费活力,统筹推进商品消费和服务消费,着力打造国际消费枢纽城市、建设生活性服务业首善之区,发展绿色消费、汇聚全球消费品牌,推进“文旅商”联合促消费,满足居民多元化、个性化、品质化需求。

作为一场“跨新年、跨业态、跨平台”的大规模跨界联动促消费活动,本届跨年促销节活动整合了全城乃至全国优秀品牌企业的百余条线上平台、千家线下门店、数万类商品参与促销,全市各大主流商圈也将同步参与,大量爆款、网红商品,将以更低的价格参与跨年狂欢,全方位满足各种年龄、性别、需求偏好的消费人群。期间,品质年货主题活动将组织新疆和田等地的优质农产品集中走进回龙观、天通苑等大型社区,让百姓在家门口就能买到实惠优质的年货,同时也帮助产



地扩大农特产品的知名度和影响力,推动解决农特产品卖难问题,打造特色年货新经济,探索消费帮扶新渠道。

促销节期间,将重点举办8场主题活动。线上板块将举办“爆款秀·网购全球”、“猎美味·餐酒碰撞”、“云指尖·一键到家”、“食为天·活色生鲜”4场活动;线下板块也将举办“快闪购·名品奇炫”、“黑科技·智慧前沿”、“酷运动·时尚主张”、“囤年货·慈慈天伦”4场主题活动。活动还在微信端开通“2019北京跨年促销节”小程序,将定期发布活动安排、新闻动态、《2019北京跨年促销节消费图鉴》、爆款新潮产品目录和促销优惠券等。

促销节活动时间涵盖元旦、春节等节日消费高峰,促销范围覆盖电子商务、百货、购物中心、奥特莱斯、超市、便利店、家居卖场、连锁餐饮、新零售、老字号、珠宝专业店、烘焙专业店、酒类专业店及洗染、维修、家政、文化等多个零售业态。本届促销节加大线上和线下的联动,通过爆品推广、优惠折扣、试吃试玩体验、抽奖送伴手礼等丰富的促销方式,为广大消费者提供一场品质消费的狂欢盛宴。

开幕式上,内联升、苏宁连锁、蚂蚁金服等企业也分别介绍了参与本届跨年促销节的情况。北京内联升董事

长程来祥表示,零售企业也要适应市民消费的新变化、满足市民不断增长的消费新需求和对美好生活的向往。内联升作为具有165年历史的百年老店,除传统的特色商品、时令商品外,还和影视界合作,推出了多个系列的文创衍生产品。其中,和央视国家宝藏栏目合作的《国家宝藏》主题系列产品、国内各院线即将上映的奥斯卡动画影片《养家之人》的系列产品也将在促销节期间同步推出。

北京老字号协会会长刘小虹表示,本届跨年促销节以多业态、跨渠道、线上线下相融合的促销形式,为消费者购买老字号产品带来更多的便利和机遇。同时,媒体多渠道、宽领域的报道,也会让老字号品牌在跨年消费高峰期获得更好的推广。

北京苏宁连锁平台总经理王波表示,苏宁易购大数据显示,拥有中高端、品质化、细分功能等特点的产品,销量增速十分明显。无人机、翻译机等具有猎新、猎奇消费特点的新产品也从“小众”成为“大众”刚需。洗碗机、净水器和扫地机器人被称为县镇市场的“新三件”。品质消费已经成为全民消费趋势。

蚂蚁金服支付事业部总监林述民表示,支付宝小程序将全程参与

“2019北京跨年促销节”全城优惠活动,支付宝还推出扫码领红包等促销活动,口碑网在活动期间也推出多项促销活动。目前,支付宝推出全新的刷脸支付产品“蜻蜓”,刷脸支付的接入成本将降低80%。随着新技术的普及,消费将更加便捷化、智能化。

本届跨年促销节还突出新模式、新体验、新趋势。开幕式当日,支付宝最新款的“刷脸支付”设备也在北京王府井商圈首发落地,为本届跨年促销节增添科技亮点。在黑科技主题活动中,消费者将会体验实体店内的TAKE技术(自动支付)、AR试衣镜等,亲身感受黑科技和大数据应用给传统零售带来的变革。活动期间,将引入时下高热度、高流量的快闪店、黑科技、新零售、做品鉴、小视频等六大新玩法,让京城百姓零距离感受消费升级带来的新鲜购物体验。活动结束后还将发布《2019年北京新消费趋势预测报告》,将成为北京未来消费趋势的风向标。

本届促销节活动得到了市发改委、市经济信息化局、市农业农村委、市文化和旅游局、市市场监督管理局、市国有资产监督管理委员会、市体育局、市地方金融监督管理局、北京市扶贫协作和支援合作工作领导小组办公室、市政府国有资产监督管理委员会等有关单位的大力支持。相关委办局代表、部分企业、专家学者、本市主要商协会及媒体代表等近百人参加活动启动仪式。

2019年跨年促销节开幕式现场,菜百首饰、同升和、麦檬、依文、CHIZHANG等品牌携当季新品展开时尚走秀。苏宁极物、京造、吴裕泰、茅台、百花、支付宝、一指遥、小狗电器、晓本烘焙等品牌也在现场展示了流行爆款商品。此次活动的举办,将把岁末年初的品质消费、品牌消费推向新高潮,进一步丰富首都节假日消费市场,给京城百姓的日常消费提供更多的便利实惠。

北京商报记者 张笑嫣/摄

Market focus

强生董事长兼CEO喊话:婴儿爽身粉不含石棉

北京商报讯(记者 方彬楠 白杨)12月18日,针对此前强生爽身粉陷入致癌事件一事,强生董事长兼CEO亚历克斯·戈斯基(Alex Gorsky)为强生进行辩护时称,强生旗下包括婴儿爽身粉在内的滑石粉产品绝对不含石棉。此前,据路透社报道,该公司隐瞒滑石粉产品含有石棉数十年之久。

对此,戈斯基表示并不认同,并在接受媒体采访时指出:“我们毫不含糊地相信,我们的滑石粉产品以及婴儿爽身粉不含石棉。这一点在数千项研究中得到了证明,不仅仅是强生自己的研究,还有由独立机构以及受人尊敬的机构所进行的研究,我们与监管机构也有密切合作。”

值得关注的是,中国天猫旗舰店内被曝含有致癌物质石棉的强生婴儿爽身粉已经下架,目前在天猫旗舰店中仅剩强生婴儿玉米爽身粉。店员

表示,强生爽身粉已经于12月12日下架,后期还会上架,对于停止上架原因,对方并未予以回复。但天猫下架并非个案,京东商城店也不见强生婴儿爽身粉的踪影。对此,北京商报记者联系了强生婴儿部门,截至发稿前,对方并未予以回复。

对此,资深品牌营销专家张兵武表示,具体下架原因目前还不好揣测。但一位不愿具名的业内人士则认为,强生此次将婴儿爽身粉下架可能是认为产品存在一定的安全隐患。

不过,这并非强生首次陷入致癌风波。数据显示,在截至今年10月的一份监管文件中,强生在美国面临约1.17万起“致癌”诉讼,其中有9700多起诉讼涉及卵巢癌的索赔,剩余案件则涉及间皮瘤等。

不过,虽然强生频频遭到起诉,但是一直并未影响爽身粉的销售,不过此次对于强生婴儿爽身粉产品在中国下架,似乎还是头一次。对

此,强生在中国官方网站发布声明称,路透社的文章是片面的、错误的、煽动性的。强生婴儿爽身粉是安全的,不含石棉。对超过10万名男性和女性的研究表明滑石粉不会导致癌症或石棉相关疾病。监管机构和世界领先实验室进行的数以千计的独立测试证明,我们的婴儿爽身粉从未含有石棉。

“强生律师向路透社提供了数百份文件,并直接回答了数十个问题,以纠正错误和虚假信息。尽管如此,路透社一再拒绝会见我们的代表以审核事实,并拒绝列入我们提供给他们等诸多材料。”强生在公告中进一步指出。

Latitude Health创始人赵衡指出,目前,爽身粉的市场还是有竞争的并不是一家独大的。大健康领域的核心还是需要加强监管和法治约束,光靠道德或者公司自律是不够的。

机构纷纷看涨 2019年黄金走牛有望

北京商报讯(记者 崔启斌 实习记者 刘芸芸)随着美元走弱,股市波动加剧以及美联储加息等因素提振黄金价格。知名金融机构澳新银行最新撰文指出,黄金在2019年将表现良好,众多利好黄金价格因素将构成支持,对黄金市场来说是个好兆头。瑞银也发布报告称,一些投资者可能因黄金的避险特性考虑增持黄金。瑞银认为,进入2019年后,金价可能在12个月内升至1300美元/盎司。

2018年渐近尾声,近期,多家机构对2019年黄金走势做出了向好的预期。中原证券认为,美联储加息的节奏放缓或致美元疲软,美联储主席鲍威尔的最新谈话暗示2019年加息次数或少于2018年,市场预计只有两次,美元

加息步入尾声。全球不稳定因素增加,避险情绪升温,美元走弱,都有利于黄金价格走强。

兴业证券认为,2019年有望孕育一段黄金的中期行情,配置黄金的左侧窗口已经开启。美国加息进入后半段,当美国自身经济和企业盈利有放缓压力下。如果考虑贸易战增加美国通胀压力或提升通胀预期,从而带来实际利率在2019年可能会下降,这将对金价上涨形成重大支撑。

美银美林(BofAML)在12月12日发布报告表示,2019年金价或触及1400美元/盎司。荷兰银行(ABN Amro)近期也发布报告表示,由于美元和美债可能已经见顶,金价应在未来两年攀升。

12月18日,根据上金所行情,截至北京商报记者发稿,黄金现货均出现上涨,其中沪金9999上涨0.64%报278.56元/克,成交量巨大为185.09公斤,成交金额共计5119.45亿元。

在过去一年间,国际黄金ETF持仓量有所减少。据了解,12月18日,国际黄金ETF净持仓量为763.56吨,成交价格为1243.13美元/盎司,总价值305.67亿美元,较去年12月23日,国际黄金ETF净持仓量为837.5吨,成交价格为1274.95美元/盎司,总价值341.36亿美元,可以看出今年黄金ETF持仓量较去年黄金ETF持仓量减少8.83%。

500金研究院院长肖磊称,如果黄金ETF净减持,说明投资者倾向于卖出,对市场不利,但去年和今年的黄金

ETF对比不代表未来情况,只能说明今年是净减持。由于美联储加息步伐可能减弱,和全球信用资产的风险进一步加大,2019年黄金市场可能迎来新一轮反弹上涨,因为,债务累积导致的纸币购买力挑战加剧,黄金的避险属性会进一步加强。

中国(香港)金融衍生品投资研究院院长王红英表示,2019年黄金价格的走势应该是震荡上行格局,有望挑战1300美金/盎司的重要关口。目前来看,美元加息影响美国经济GDP的增长,带来一定程度经济衰退,而美元将会在明年二季度以后进入贬值状态,由于黄金本身有反通胀的功能,因此与美元会呈现相反走势,预计黄金上涨的幅度会在50-60美元/盎司水平。