

海底捞回应不雅视频

北京商报讯(记者 赵超越 于桂桂)1月6日,海底捞在官方微博对武汉一门店播放不雅视频的情况进行回应。海底捞称,门店已就相关情况报警,目前警方正在调查事件原委,公司将电视网络系统进行排查整改。日前,有网友反映1月5日下午3点左右在武汉一家海底捞火锅店用餐时,电视突然插播不雅画面。据了解,店内电视本来是用来播放海底捞火锅的宣传片。

海底捞对北京商报记者同时表示,目前公司对此事高度重视,并且向现场就餐的顾客以及受到影响的顾客表示了歉意。在警方调查的同时,海底捞将对公司电视网络系统进行排查整改。事发当天店内工作人员对媒体表示,由于事发突然,他们也很吃惊。对此,有微博网友猜测除了店内操作不当之外,还有可能是顾客等其他人员投屏、红外遥控所致,目前具体原因还在进一步调查中。

根据媒体报道,海底捞火锅店内确实多次出现“败好感”的事件。近两年,除了先后陷入“老鼠门”和“苍蝇门”,海底捞还被报道存在食材过期、水果不洁等情况。中国食品产业分析师朱丹蓬就此表示,虽然此次偷拍事件属于个案,但对于上市公司的海底捞来说仍有较大的品牌影响,品牌急需加强员工的培训和宣导。

朱丹蓬就此表示,虽然此次偷拍事件属于个案,但对于上市公司的海底捞来说仍有较大的品牌影响,品牌急需加强员工的培训和宣导。

晨鸣纸业子公司获采矿许可证

北京商报讯(记者 李振兴)1月6日,山东晨鸣纸业集团股份有限公司(以下简称“晨鸣纸业”)发布公告称,控股子公司海城海鸣矿业有限责任公司(以下简称“海鸣矿业”)获得辽宁省自然资源厅颁发的《中华人民共和国采矿许可证》。

据了解,海鸣矿业此次获得的是开采菱镁矿的资质,生产规模为100万吨/年,矿区面积为0.8403平方公里,有效期限自2018年12月19日至2047年2月19日。

晨鸣纸业在公告中称,海鸣矿业获得采矿许可证有利于该企业获得稳定的矿石原材料供应,降低产品生产成本,拓宽产业链,增强公司产品市场综合竞争力,增加公司效益,提升公司整体盈利能力和抗风险能力。

据了解,晨鸣纸业业务涉及制浆、造纸、金融、纤维、林业、矿业、物流等,是全国唯一一家发行A股、B股、H股及优先股股票的上市公司。

之所以多元化发展,晨鸣纸业在公告中表示,我国造纸及纸制品行业产能过剩问题比较严重,企业销售竞争激烈。2013年以来,在宏观经济增速趋缓的影响下,造纸行业需求持续较弱。同时,木浆、废纸市场价格波动较大,很大程度上影响公司产品的成本。

资料显示,由于政策、汇率及供求因素推高废纸、木浆等原料价格,造纸行业盈利水平有所下滑。2018年8月,有关部门公布了经调整的《对美国输华商品加征关税商品清单二》对废纸在内的固体废物美国输华商品加征25%关税,进口美国废纸减少,进一步推高了国内废纸的价格。数据显示,2016年末,国内废纸价格为1451.54元/吨,2017年末,国内废纸价格达到2000-2400元/吨之间。2018年,前三季度废纸价格曾达到3000元/吨,不过,目前维持在2200元/吨左右的价格。

2018年,晨鸣纸业多次对产品提价,来减小成本提高的影响。纸制品行业利润被压缩,晨鸣纸业需要谋求新的利润增长点。”业内人士表示。

社交平台贝店投入2亿布局生产端

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)电商企业极尽榨取着社交中的流量红利。1月5日,贝店网旗下的社交平台贝店发布数据称,2019年,贝店将尝试向生产端延伸,寻求与更多品牌、工厂合作的机会,预计起步投入2亿元。

扩大市场占有率仍是社交电商当前的布局重点。根据贝店大数据统计显示,2018年,贝店单季度订单一单量超过1亿,会员用户达到了4485万,覆盖了地级行政区337个,占全国所有地级行政区的96.6%,覆盖了县级行政区2756个,以及全国所有县市区域的95.8%。

放大话语权之外,社交电商均尝试向供应端延伸,试图从源头握住发声筒。据了解,贝店发布了深耕供应链的“厂牌500”计划,预计起步投入2亿元,扶持500家品牌工厂实现年交易额过千万元。实际上,2018年贝店就曾表示会打造1000个“超级品牌”,与品牌方在品牌推广、市场营销等方面进行合作。

作为后起之秀的社交电商,相较于综合类电商,在供应链搭建、资金储备等方面处于弱势,从生产端寻求突破的可能性就成为社交电商的共同举措。2018年12月,拼多多落地“新品牌计划”,瞄准了中小微制造企业,推动1000家覆盖各行业的工厂品牌覆盖拼多多的用户人群。拼多多联合创始人达达表示,电商让生产商有能力拥抱更大的市场,以低成本培育品牌,并打破从生产到需求,从产品到品牌过程中,因繁杂的链条形成的营销壁垒。

对于当前的电商行业来说,线上流量的天花板是共同要面对的问题,找寻新的流量池成为当务之急。原本已有强话语权的阿里、京东等综合类电商在不断强化供应链拓宽品类涉及的深度与广度,挤压着垂直电商和新兴电商的生存空间,因社交黏性而聚焦一定流量的社交电商自然也争抢着生产端资源,在竞争越发激烈的电商行业谋求生存空间。

2018北京十大商业品牌将揭晓

北京商报讯(记者 王晓然 孔瑶瑶)辞旧迎新之际,一年一度的北京十大商业品牌评选也进入了最后的决选阶段,谁将成为2018年度北京商业品牌的新名片,在众多参评企业中脱颖而出?2019年1月10日晚,答案即将揭晓。

北京十大商业品牌评选是北京市商业联合会同北京日报报业集团共同主办的公益品牌活动,由北京商报社承办,如今已迎来了第十四届,堪称北京商业领域规模最大、最具权威性、影响力最为深远的年度评选活动。

2018年度(第十四届)北京十大商业品牌评选活动的主题为“智慧商业 开放共赢”,该主题揭示了首都商业发展的趋势走向。新零售在2018年持续升温,在2019年将步入深度融合。人工智能、物联网、大数据等快速应用酝酿着新一轮科技革命,智慧商业催生出新业态和新机会。智慧商业需要开放共赢,开放共赢也是首都乃至全国商业的发展主流。借着首届中国国际进口博览会的历史性机遇,首都商业企业拿下一个个国际合作大单,面向技术更新、产品迭代和模式创新而铺路未来。

有了历届评选经验的积累,2018年度(第十四届)北京十大商业品牌评选活动的评选机制更加完善,整个评选历程从启动到公布最终结果历时3个月,期间经过候选品牌库建立、品牌提名、专业评审团评审、公众网络投票、评审委员会确认榜单等多个环节,确保评选公开、公平、公正。在奖项设置方面,本届



评选也结合时代特征和脉动进行了调整,除了保留年度重磅奖项“北京十大商业品牌”之外,新增设了“改革开放40年北京商业卓越贡献奖”和“北京商业创新大奖”两个奖项。其中,“改革开放40年北京商业卓越贡献奖”是致敬改革开放40周年特别设置的重要奖项,该奖项旨在凸显受益于改革开放而诞生并成长起来的北京知名商业品牌。这些沉淀了历史、自带故事的品牌如今已是北京商业的中坚力量。据活动主办方表示,经过决选,最终将有20个品牌获得“改革开放40年北京商业卓越贡献奖”,24个品牌摘取“北京商业创新大奖”。

值得一提的是,2018年度(第十四届)北京十大商业品牌评选首次给予服务消费品牌更多的关注。

Market focus

降低入会门槛 喜茶能否摆脱网红“短命”魔咒

网红出身的喜茶正在暗自布局会员计划,以期培育忠实用户,逐渐摆脱网红标签。北京商报记者注意到,喜茶微信小程序悄然推行星球会员计划。然而进入小程序点单后,页面显示多个地区的外送服务仍相对缺失,多数餐厅无法接单。业内人士认为,中国新兴茶饮市场已经进入下半场角逐,喜茶选择通过打造会员体系来延长品牌生命线,试图打破网红茶饮短命的魔咒,表明新兴茶饮品牌已开始迈向新的阶段,但培养忠诚用户不仅需要优惠政策,还需在产品品质和服务上多磨合。

培育“忠粉”

北京商报记者在微信小程序喜茶GO首页上看到,目前喜茶正在推行星球会员计划,记者尝试购买9.9元星球会员体验卡,发现系统自动赠送买一赠一、买二赠一以及5-12会员日赠优惠券等8张会员优惠券。除此之外,星球会员通过赠送不同价值的奖品来鼓励会员邀请好友。

喜茶GO项目负责人徐金焕曾对媒体透露,自2018年中旬上线仅半年的时间,喜茶GO就获得了600万的用户,复购率达300%。为了使线上的用户流量得到留存,喜茶推出了线上星球会员体系,通过9.9元低门槛的会员机制促使消费者转化为长期星球用户。徐金焕表示,会员体系计划在2019年1月1日正式推行。

有分析认为,利用低门槛会员机制的利好作为引子来吸引更多的消费者成为喜茶会员,显示出喜茶培养忠实用户、打造线上线下会员机制的决心,也表明了相较于其他新兴茶饮,通过品牌服务、管理的差异化,喜茶暂时在茶饮角逐的下半场领先。

配套服务混乱

然而,在星球会员推行不到一周的时间内,有网友反映其配套服务外卖服务并未及时跟上,线上点单仍存在严重的排队情况,甚至北京地区多家门店在下午茶时间出现不能接单的状况,在程序功能服务上,喜茶GO与去年中旬刚推行时并没有实质性的改进。

- 2018年5月 小程序喜茶GO开通外卖点单
- 2018年11月23日 喜茶成为第一家在首都机场开设门店的“网红”饮品
- 2019年1月5日 喜茶西安赛格店于2018跨年夜营业期间门店环境杂乱
- 2019年1月起 喜茶GO推行9.9元线上星球会员体验卡

背后是2018年北京服务消费对总消费增长贡献明显的发展趋势,在政策利好与市场需求下,北京市生活服务业态的多样性、创新性等方面也确实在不断提高。北京市商务局局长闫立刚在接受北京商报记者采访时表示,纵观全年发展走向,北京服务消费对总消费增长的贡献率超过七成,持续成为带动总消费增长的主要拉动力,使北京在全国率先步入服务消费主导时代。

据北京十大商业品牌评选活动组委会相关负责人介绍,在对参选商业企业的遴选与考核中,组委会抽取专业评审团代表,综合考量参选企业的业态代表性、平衡性和成熟度。专业评审团由行业协会会长、商业领域资深专家等成员构成。同时,评选活动设置了网络投票平台,将公众投票结果计入最终评价体系,力求全面呈现首都优秀商业企业。此外,今年的评价体系还在品牌经营状况、创新能力、社会责任、文化价值、社会美誉度这五大维度基础上增加了品牌服务能力和成长性两大指标,通过7个维度给予参选企业更为立体化的评价,使真正优秀的企业不被埋没。

作为系列活动,奖项揭晓是北京十大商业品牌评选活动最重头的内容。在此之前,活动已进行了充分的前期预热。2018年12月,众多商业重量大咖齐聚“2018年度(第十二届)北京商业高峰论坛”,围绕消费升级、政府、企业如何作为展开深入交流。论坛中,捕捉年度北京商业发展趋势的《2018北京商业发展蓝皮书》同时发布。

1月6日下午3点左右记者尝试在喜茶GO上点单,发现附近的门店均不能提供外卖配送服务,同时预约到店自取的电话也不能使用,北京凤凰汇茶空间店以及三里屯太古里黑金店均显示“本店繁忙”。

一位不愿具名的业内人士认为,无论是餐还是饮,最终都会通过会员体系打通线上至线下的服务。像奈雪的茶等其他茶饮品牌均有会员体系,但是仅有部分新兴的茶饮及时配有相关合理的会员服务。喜茶星球会员能够实现线上与线下的精准对接,但是相应配套的服务也应及时跟上,否则鸡肋的配套服务并不利于会员体系的维护。

门店排队众多其实也会埋隐患。就在1月5日,喜茶刚刚针对“门店卫生脏乱”风波发声。有网友爆料喜茶西安一门店卫生环境脏乱差,对此,喜茶1月5日微博发布声明称,承认西安赛格店于2018跨年夜营业期间,门店环境杂乱,对此该门店展开了自查,同时喜茶声明店内不存在食品安全问题。而在喜茶发布回应声明的微博评论区,除西安之外,多数网友反映上海美罗城、北京三里屯等门店也存在服务缺失、卫生状况较差的情况。

摆脱网红“魔咒”

对于依靠消费者排队长购买而成为话题性网红的喜茶来说,排队现象并不稀奇,2017年由于上海一门店门口慕名前来的消费者排起了长龙,使得喜茶一出道便成为网红”,随着越来越

多的新兴茶饮入局,不乏“喜茶式”的网红新概念茶饮诞生,而这些一夜之间爆红的网红茶饮均因经营不善、资金链断裂等问题,最终被市场淘汰。数据显示,2017年每开100家新店的同时,就有128家老店倒闭。

业内人士认为喜茶通过线上线下会员体系机制的建立,从品牌服务和管理的上寻求差异化的竞争,也是喜茶尽力摆脱网红标签,打破网红茶饮短命的魔咒,寻求品牌持续发展的一种措施。

除此之外,在品牌形象上,喜茶也在试图剥离网红的面罩,向国际化的品牌扭转。2018年11月23日,喜茶在首都机场开设门店,成为进驻首都机场的第一家网红茶饮品牌,对此业内人士认为,喜茶进驻首都机场也是对品牌高度的一种包装,是喜茶在摆脱网红标签,寻求品牌标杆作用的意向。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,从喜茶的扩张路径来看,首先以广东为主,之后慢慢地向全国扩张,其次从线下拓展至线上。在整个资本的推动之下,让喜茶在整个运营模式做到线上与线下的融合共通,使品牌实现最大化的溢价能力,虽然现在新式茶饮已经进入成长期,但是位于市场前列的品牌还不是很多。整个新兴茶饮下半场竞争的核心点首先是品质,由品质带动品牌发展,只有品质叠加品牌再叠加服务体系,才能形成整个新式茶饮下半场的核心竞争力。

北京商报记者 郭诗丹 于桂桂/文 李燕/制表

纳入失信名单 金百万官司难断

北京商报讯(记者 王晓然 赵超越)烤鸭“老炮儿”金百万的官司纠纷愈演愈烈。金百万日前发布关于补发公司被纳入失信被执行人公告的声明公告,公司表示,因违反财产报告制度公司纳入失信被执行人名单,但公司未及时发现上述相关情况,导致公司未及时披露相关事项。

公开资料显示,2013年山东济宁杜氏兄弟餐饮有限公司股东杜延军、管明昕与金百万签订协议,以1元的价格向金百万转让杜氏公司51%的股权并退出管理。2015年金百万将所持杜氏兄弟公司的股权全部转让,导致原

协议提前终止。杜延军在2018年6月13日申请财产保全,导致金百万实际控制人、董事长邓超被纳入限制消费人员名单,持有的1050万股股份全部被司法冻结,但随后不久从限制消费人员名单中移除。2018年12月25日,金百万公告,邓超再被山东济宁市任城区人民法院出具限制消费令,公司法定代表人、总经理邓刚也被北京市顺义区人民法院出具限制消费令,子公司北京金百万餐饮管理有限责任公司被纳入失信被执行人名单。其中,邓超被出具限制消费令的原因与杜延军的纠纷有关。

金百万表示,截至2019年1月4日,公司已部分履行给付义务。2018年11月26日,依据对相关材料的司法鉴定,济宁市公安局市中分局决定对杜氏兄弟伪造印章立案侦查,生效的判决尚在重新申诉过程中。公司董事长邓超、公司法定代表人邓刚正在积极推动协调解决工作,争取尽快向法院申请撤销失信被执行人情形。

金百万初期曾应用连锁加盟的模式迅速开出96家门店,并一举奠定了市场地位。随着互联网的兴起,金百万也成为北京首批尝试转型的餐企,相继在线上推出外卖和准成品拓展营

收。据一位不愿具名的业内人士分析,对于金百万来说,被纳入失信被执行人名单虽具有一定影响,但更为严重的是企业现阶段的发展模式。金百万都是千平大店,势必拥有较高的房租、人力等成本,但除了用餐高峰期基本上处于闲置状态,成本增加、客流量缩减造成的门店盈利下滑是金百万急需待解的难题。而且,近两年金百万的转型略显“着急”,一直在急于通过利用互联网减轻自己的模式,但外卖项目更多扮演的是企业营收补充角色,过度押宝外卖而忽略实体店的经营更易让品牌受损。