

· 商讯 ·

鄂州机场获批 顺丰将成首个拥有机场快递企业

北京商报讯(记者 王晓然 陈韵哲)1月16日,国家发改委发布关于新建湖北鄂州民用机场工程可行性研究报告的批复,批复显示,国家发改委同意新建湖北鄂州民用机场,定位为客运支线、货运枢纽机场,主要发展国内各主要城市及境外的航空快递运营中转业务,兼顾传统航空客、货运服务。当日晚间,顺丰控股也对此发布公告。公告显示,机场工程投资158.57亿元,转运中心工程投资115.29亿元,顺丰航空公司基地工程投资37.52亿元,供油工程投资9.25亿元。其中,顺丰控股旗下子公司顺丰泰森,在2017年12月以自有资金23亿元参与设立了湖北国际物流机场有限公司。

国家发改委此次批复意味着,顺丰将成为国内首个拥有自己机场的快递企业,物流行业专家赵小敏分析表示,从国务院的货运枢纽的支持在政策到国家发改委批复的详细报告显示,鄂州机场的投建,顺丰航空货运中的737等小飞机将逐步会被757或767等大型飞机所代替,这也意味着,顺丰在同等运力可以用大飞机替代小飞机,减少飞行员数量,节约航空运输成本、机组引进成本等,有利于保持降低顺丰航空的日常成本,更有利于航空中长期战略的实施,使得顺丰的护城河优势更为明显。“无人机”#“航空梯队”#“顺丰机场”的超级航空物流平台将为顺丰从中国企业变为世界级企业提供重要保障。

自2018年以来,在航空枢纽建设上的竞争也开始加剧,资本开始密集布局这一领域。但与客运航空不同的是,货运航空要有更独特的要求,在功能上需避开航空客运,错开省会城市和人口密集城市,且要设在全国的中部,两小时的航程能覆盖全国80%GDP的来源地,此外,在功能上与铁路、公路等交通方式良好对接,其次,机场当地需具备完整的口岸功能。

处于武汉城市圈中的鄂州,距离武汉只有1小时车程,在京九、武九铁路联络线和武黄城际铁路交汇处,毗邻武鄂高速和京九、武九联络线公铁两用长江大桥,也是长江的一个重要港口。

进口热 降温 2018年中国进口葡萄酒下滑

北京商报讯(记者 薛晨)1月16日记者获悉,在经历了连续快速增长之后,进口葡萄酒在2018年末遭遇了一轮“挫折”,尤其是四季度增长放缓进一步拖累了全年进口葡萄酒的数据增长表现,法国、澳大利亚等多个葡萄酒进口来源国的数据均出现了下滑。

数据显示,2018年1-12月,中国市场法国葡萄酒进口额为10.0613亿美元,相比2017年度的11.0256亿美元下降8.75%;澳大利亚葡萄酒进口额为7.0272亿美元,相比2017年度的7.283亿美元下降了3.51%;智利葡萄酒进口额为3.4355亿美元,相比2017年度的3.2877亿美元增长了4.5%;意大利葡萄酒进口额为1.5567亿美元,相比2017年度的1.6136亿美元下降3.53%;西班牙葡萄酒进口额为1.5493亿美元,相比2017年度的1.9398亿美元下降了20.13%。

事实上,进口葡萄酒整体的增长情况在2018年都不容乐观。此前北京商报记者从中商产业研究院发布的数据也了解到,2018年6月,中国进口5.4万吨,同比下降30.4%;7月进口5.8万吨,同比下降了19.6%;8月进口6.2万吨,同比下降13.4%;9月进口6.1万吨,同比下降24.9%。

有业内人士认为,进口热的“降温”,或将使得国产葡萄酒在此轮竞争中赢得喘息机会。进口葡萄酒之间的竞争以及持续走低的价格,正进一步压缩进口葡萄酒相对于国产葡萄酒所具有的渠道利润空间。这有助于引导部分渠道商重新考虑“进口”与“国产”之间的平衡。

争夺时尚话语权 京东投资新宇钟表集团

北京商报讯(记者 王晓然 陈韵哲)京东集团持续加码在时尚领域的布局。1月16日有消息称,京东集团将战略投资新宇集团,共同组建中国规模最大的钟表零售联盟。未来双方会在无界零售、国际品牌入驻、升级售后服务等方面展开合作。实际上,京东已于2018年10月,与新宇钟表集团签署战略合作协议,双方从钟表品牌的产品销售、售后服务、无界零售和联合招商等方面展开深入合作。业内专家分析称,此次投资消息表明京东将进一步深入时尚领域,不过想整合产业链,打造钟表联盟可能不太乐观。

实际上,京东早已展开对时尚领域的布局,2017年12月底,京东联手腾讯投资唯品会。2018年1月4日,京东与美丽说、蘑菇街母公司美丽联合成立合资公司;1月11日,京东成立时尚生活事业部,涵盖时尚事业部、居家生活事业部、TOPLIFE业务部等业务单元,任命原京东3C文旅事业部总裁胡胜利担任负责人,而3C事业部是京东最成熟的部门,也是京东的“发家”部门,足以说明京东对时尚产业的重视。同年4月,京东又发布了新的时尚战略,包括“AI+时尚”的解决方案和应用人工智能技术。

奢侈品中国联盟荣誉顾问张培英对北京商报记者表示,京东此举是想进一步深入时尚领域。京东可利用大数据预测的优势,帮助品牌在中国市场作出有效决策。更注重门店运营和物流能力的京东,也可以帮助品牌清理库存。目前,时尚行业的利润点较高,电商平台一定会牢牢抓住这块蛋糕,电商平台加码时尚布局可以让自己拥有更多话语权。

无印良品频陷“质量门”



北京商报讯(记者 刘一博 许伟)继品牌纠纷后,MUJI(无印良品)再陷食品安全风波。1月16日,针对日前香港消费者委员会发布检测报告披露的香港MUJI饼干存致癌物一事,北京商报记者就该产品在内地是否有售、公司所售食品安全监测周期及问题产品处理,以及近年来在中国市场频繁曝出质量安全问题、后续处置方法和维护中国市场的计划等问题向MUJI方面进行联系,截至发稿时,无印良品(上海)商业有限公司即MUJI中国总部仅针对此次事件本身给予了答复,并未作过多回应。

MUJI相关负责人指出:“报道中提及的环氧丙醇和丙烯酰胺并非食品添加剂,并不存在非法添加或过量添加的问题。目前,国际上未指定该些物质的限量标准。该报道中提及的‘榛子

燕麦饼干’在进口时,我司按照中国相关法律法规,入境货物检验检疫证明合格。”

据悉,此次被检测出致癌物的产品,为香港MUJI旗下销售的一款产地为马来西亚的榛子燕麦饼干。在检测的非预先包装或豁免营养标签的预先包装样品中,其环氧丙醇和丙烯酰胺含量均为最高。官方客服对此表示,位于香港的MUJI与内地的MUJI门店分属两家不同的分公司,因此门店所销售产品类型可能略有差异,需核实该产品在内地是否有售再作答复。1月16日北京商报记者登录MUJI官网时发现,页面显示该商品不存在。

而据香港食物环境卫生署总新闻主任吕敏仪公开表示,消费者委员会报告中所指的环氧丙醇和丙烯酰胺,均为当地食品法典委员会尚未“制定

食品”中最高含量的物质,但当地就丙烯酰胺曾制定了相应的守则,有关部门也在草拟缩水甘油酯的守则。若抽取食物样品进行化验后的风险评估结果,显示有关食物不适合供人食用,消费者委员会有权利要求商户停售,并回收有关食物。此外,还可能会检控涉事商户。

事实上,这已不是MUJI旗下商品在中国市场首次被曝出检测不合格。北京商报记者梳理发现,近两年,MUJI所售商品频繁出现质量问题。2017年,MUJI被央视“3·15”曝光,店铺出售的日本食品来自于日本核辐射地区名列禁止进口名单;2018年,MUJI某门店工作人员因拒绝配合当地工商局进行商品抽检工作,引发舆论哗然。并在不久后,当地工商局在官网上通报了MUJI服装质量抽检结果,共

10批次服装不合格,涉及纤维含量、染色牢度等指标不符等问题。除此之外,去年,MUJI还多次被投诉门店商品无标签、未标明产地、材质及用法,质量存疑,以及多款在售电子产品屡次被消费者投诉使用周期不长,且不提供售后服务,消费体验差。

值得一提的是,在口碑跌落的同时,MUJI的市场表现也随之急速下降。根据MUJI最新财报数据显示,2018年三季度,MUJI中国市场可比销售出现4.1%的跌幅,较二季度2.2%的跌幅接近翻倍恶化。截至2018年11月,MUJI前三季度中国市场可比销售出现1.5%的跌幅。

国内时尚行业专家马岗告诉北京商报记者,此次检测问题发生后,将会对MUJI在中国市场的发展产生诸多关联性影响。“MUJI旗下产品多次触发质量问题,说明企业内部对于此类事件没有足够的重视。”此外,MUJI在中国市场还存在着定价过高的问题。在过去的一年间可以看到,MUJI曾多次下调售价。但业绩始终难以提升。

对此,马岗认为,像MUJI这样的全球化企业大多存在供应链分散的问题。若企业无法实行大规模整改,则很难改变业绩下滑的趋势。中国市场与日本市场存在着许多不同,若企业照搬原有的营销方式,很难在中国市场打开局面。同时,关注及转变中国消费者对MUJI的传统观念,进而拉动消费也需要很长一段时间。”

关注 Market focus

大悦城接手大兴王府井百货

北京商报讯(记者 王晓然 王莹莹)继石景山之后,大悦城地产将再添商业新项目。位于黄村火神庙商业中心F座的王府井百货大兴店落幕已3个月有余,北京商记者在走访时独家发现,原王府井百货大兴店被大悦城地产收购,而位于E座的儿童城也即将于1月18日正式关闭。据知情人士表示,大悦城地产仅仅只收购了E座和F座,并改为“大悦春风里”项目。此外,记者发现,随着大悦城地产接手的时间临近,合同并未到期的新华国际影城大兴店也在去年12月1日被迫停业。

业内人士指出,像“王府井百货”这类传统百货的商业模式终将被生活方式中心所替代。大兴大悦春风里的建立对南城发展有一定的促进作用,新型的商业模式引进以后,可解决南城生活品质提升的需求。但同时,随着南城的商业项目不断增加,大兴大悦春风里也将面临更大的竞争压力。

记者在走访时看到,随着王府井百货大兴店的闭店,火神庙商业中心显得较为冷清。记者从指示牌上看到,火神庙商业中心是由A、B、C、D、E、F以及下沉广场组成。除了已经闭店的F座王府井百货,下沉广场也已经关闭,而目前挨着F座的儿童城正在进行清店甩卖。

儿童城的一位商家对记者表示,儿童城的所有商户都将在1月18日前彻底搬走,然后由大悦城

接管并统一进行装修和运营管理。

据了解,王府井百货大兴店已于去年10月7日正式关闭。据王府井集团官方表示,这是由于物业方经营转型,提前与该集团解除租赁合同并赔付违约金。

记者在现场看到,火神庙商业中心位于大兴老县城的中心区,该地段虽处于中心地段,但周边设施较为陈旧,交通拥堵,人流量大。据一位消费者指出,不光是治安、交通等问题,原王府井百货的地下停车场也较为破旧,所以基本不去。

对于即将新开的大兴大悦城,这位消费者坦言:“如果周边交通、治安、道路等配套设施能够得到大的改善,还是有可能去的,毕竟大悦城也是一个品牌商户。”

而火神庙商业中心提前与原王府井百货大兴店解除合同,或许是希望通过与大悦城的合作,改变现状。

据了解,大悦城地产于2017年宣布推出了第二条产品线“大悦春风里”项目,瞄准25-45岁的新兴中产和成熟中产。与面向18-35岁、定位潮流时尚的大悦城不同,大悦春风里更生活化,包括餐饮、休闲、娱乐、社交、家庭、亲子在内的生活类业态占比较高,零售业态的比例比大悦城少。

知情人士指出,这个项目定位为“暖心生活

家”,将成为大兴城市中心区域升级更新的标志,预计2020年开业。

除了刚刚接手的大悦春风里大兴火神庙项目以外,定位于“都市精英优享生活美学空间”的丰台槐新北京大悦春风里项目,也预计于2021年开业。据接近企业的相关人员表示,未来,将继续加强北京地区的商业布局,携中粮商业全产品系列,巩固竞争优势,实现“米字形”城市商业版图,成为城市商业领军者。

就大兴而言,从区域上来讲,项目尽管位于黄村卫星城核心,这里的消费水平并不高,购买能力十分有限,与朝阳路和西单地段形成了鲜明的对比。

从商业业态上来看,与城区不同的是,黄村卫星城范围内餐饮企业云集。如何把餐饮品牌和购物品牌有机结合,是大悦春风里需要重点思考的问题。此外,王府井百货大兴店原来的商业布局也不尽合理,地下车库入口狭窄,且紧邻主干道和高速路,容易造成交通拥堵,消费者的购物体验不是很好。

北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳坦言,南有天宫商圈,北有汇聚等购物中心,并且体量都不小,夹在中间的大兴大悦春风里项目也将面临不小的的竞争压力。

新设COO线 贝壳架构调整落地

北京商报讯(记者 崔启斌 荣蕾)成立8个月,贝壳找房(以下简称“贝壳”)迎来全新架构升级。贝壳方面于1月16日向北京商报记者证实,坊间此前流传的新设COO线”计划已经正式敲定。在业内人士看来,贝壳的此次架构调整预示着贝壳平台战略来到了深度发展期,贝壳由此前的纵向对外扩张节奏,全面转向横向的内部联结融合,提升合作效率与品质思路。不过对于贝壳而言,一个快速奔跑的平台级公司仍需兼顾速度与质量,这也是贝壳能否持续发展的根本。

根据具体调整方案,贝壳将成立COO线,整合城市内经纪、新房及加盟业务管理;取消大中华南区、大中华北区、代理事业部;整合品质线至COO线,全面负责品质管理工作。COO线下设5个战区,下辖26个省区、91个城市。

对于组织架构上的新动作,贝壳

方面表示,此次组织结构升级主要围绕3个层面:贝壳找房成立COO线,意在提升服务运营效率;下设5个战区,整合城市内经纪、新房及加盟业务管理,意在加强属地化管理,全面发挥人店模式优势;整合品质线至COO线,意在提升服务品质。

同时,贝壳坚持链家、德佑两大品牌独立发展,持续兑现服务承诺,提升品牌活力。此外,贝壳找房将在2019年加大新房业务发展力度。

事实上,贝壳的架构调整计划在1月11日便已传出了风声。根据媒体消息,在1月11日链家召开的内部会议上,便宣布将对贝壳的组织结构进行调整。在2018年4月23日贝壳诞生之日,时任链家CEO又履新贝壳CEO的彭永东,对贝壳的前景展望憧憬满满。“不远的将来,我们将覆盖全中国超过300个城市,服务超过2亿的社区家庭,连

接100万职业经纪人和10万家门店,赋能超过100个品牌,作为基础设施推动行业正循环!”

快速扩张的开城数字,是贝壳的光荣勋章,也为贝壳的平台管理提出了更多挑战。

发展至今,贝壳的成绩如何?来自贝壳找房的最新数据显示,截至2018年12月31日,贝壳已经进驻全国95个城市,连接121个新经纪品牌、196万家门店和16.8万经纪人。

贝壳方面表示,新架构模式下,二手房、新房、租房、装修、社区服务等新居住生态形成并打通,贝壳的人店模式优势将会得到放大。在已经连接全国1.96万家门店之后,通过调整队形,打通服务生态,贝壳可以增强对一线业务的敏捷响应,因地制宜进行属地化管理,经纪人因协作将更加职业化,门店因连接将提升运营效率,更具抗风险能力。在宏观经济不

确定性较强的2019年,全国新经纪品牌对于保人、保店业绩的迫切度只会比2018年更高。

组织架构大调整下,贝壳的to B新战略浮出水面。作为贝壳平台上连接的两个新经纪品牌,此次调整给链家和德佑带来的运营走向调整,也成为行业焦点。消息显示,链家、德佑保持独立发展和相应服务承诺没有改变。

其中,链家内部号称将以“客户满意度”为核心经营目标,保持“国民品牌”影响力,开展创新性业务实践。不仅没有收缩,德佑更在2019年定下全国万店目标,德佑目前签约门店突破了5600家。无论链家还是德佑,在变动中抓住与平台上其他品牌加深连接的机会,一方面保证品质,另一方面做高跨店成交率等指标,才能延续活力。

“贝壳这一次迭代是否正确,有待时间来验证。”另有业内人士如是说道。