

酒鬼酒营收增长超三成

北京商报讯(记者 薛晨)1月26日,酒鬼酒发布2018年度业绩快报。企业营业收入增长幅度超过三成,非湖南当地市场的增长成为此轮拉动酒鬼酒业绩增长的主因。加入中粮酒业体系之后的酒鬼酒,正谋求加速向外拓展。

根据公告,2018年,酒鬼酒营业总收入为11.87亿元,同比增长35.13%,归属于上市公司股东的净利润为2.25亿元,同比增长27.94%。酒鬼酒方面表示,此次营业收入得到大幅增长,主要是因为华中及华北地区销售收入增幅较大。

在业界看来,非湖南市场的大幅增长拉动酒鬼酒业绩成长并不意外。事实上,在酒鬼酒此前举行的战略发布会上,北京商报记者便了解到,酒鬼酒的全国化发展路径正转变为以华北为中心,向广东辐射,继而逐步向全国优质市场扩张。不仅如此,作为高端品牌的内参酒系列,短时间内不会呈现出大范围扩张的局面,而是将聚焦长沙、北京、广州三大城市,并在此基础上进行圈层化发展。

丰年灌肠落户北京前门大街

北京商报讯(记者 郭诗卉 于桂桂)在隆福寺开了60多年的丰年灌肠阔别三年后重新营业。丰年灌肠落户前门大街后,1月24日开始进入试营业阶段。据媒体报道,1月24日上午试营业不到一小时,商品全部售罄。而此前以售卖京天红炸糕出名的京天红酒家在原址继续经营的消息持续在消费人群中传播,也引发大量消费者前往排队购买。依靠情怀的老北京小吃的回归便成为“爆品”,显示出老字号拥有的丰厚的消费基础,但同时老字号小吃频频关店沉寂也显示出依靠手工的模式较重,生存能力偏弱等弊端。

北京商报记者了解到,新开的丰年灌肠门店面积、经营方式等与之前的老店并无差异,火爆程度与三年前相比也不相上下。据了解,丰年灌肠原拟定1月24日10点开门,但由于9点半开始店门外就有10多位顾客排起了长龙,因此提前半小时开门营业。不到一个小时的时间,店内所有的灌肠均售罄。相关负责人王红军解释称,由于试营业阶段,并未料到会有这么多热情的顾客前往,所以出现了供不应求的情况,而重新再制作新一轮的灌肠需要等到下午四五点钟。

有业内人士认为,丰年灌肠以及京天红炸糕这两家都是非常具有年代感的小吃老店,由于手工模式较重,无法进行大批量生产,因此老字号小吃需排队等位的情况较为常见,虽然有良好的消费基础造势,但从商业模式的角度出发,长久供不应求的情况并不利于该品牌持续发展。

家政价格翻倍考验春节保供

北京商报讯(记者 王晓然 王维祎)随着春节临近,北京保洁服务业现人手短缺。北京商报记者近日调查发现,部分家政服务平台已上调保洁小时工的服务价格,甚至出现价格翻倍的情况。业内专家表示,消费者对深度保洁的需求在保洁员集中返乡的时间节点爆发,家庭客群对保洁服务的需求黏性还有待增强,以周期性、稳定性、常态化的服务防止供需矛盾产生。

年前用工短缺,保洁服务价格翻倍增长。1月27日,北京商报记者从云家政发现,该平台优质保洁阿姨、金牌保洁阿姨的服务费用由40元/小时、55元/小时增至50元/小时、65元/小时。而此前云家政刚刚发布的涨价通知显

示,1月28日-2月19日期间,服务价格增至60元/小时、90元/小时,增幅达50%。同时,云家政指出,春节期间订单量急剧增加,建议消费者提前预约。

另外,e家洁官微发布消息显示,1月22日-31日、2月12日-21日两个时间段,保洁服务费由原来的35元/小时调整到80元/小时,增幅超100%。此外,e家洁在2月1日-11日家庭保洁、企业保洁业务暂停接单服务。

平台、企业上调保洁服务价格的背后,是即将迎来的春节家政人员用工紧张。百姓网相关数据显示,保洁家政类求职者投递简历数量进入2018年12月以来即有所下滑,1月环比下降8%左右。相比之下,保洁家政类公司的

招聘需求环比上涨15.9%。

百姓网相关负责人表示,春节后家政保洁类企业的招工需求将环比上涨26%-30%。与此同时,相关数据显示,招聘企业给出的家政服务业类薪资涨幅达5%-10%。

北京市商务局针对节前节后家政服务紧俏的情况,提前做出了“保供”方案。

北京商报记者了解到,今年的北京家政服务企业保供行动从1月28日持续至2月19日,参与行动的有51家规范化家政服务企业(机构),组织约3万名家政服务人员留守服务岗位,住家型家政服务人员每单奖励400元,计时型家政服务人员每单奖励55元。

对于家政用工短缺的解决方案,中国电子商务协会服务业分会副会长佟志强表示,家庭保洁服务可以尝试对标酒店保洁服务。实际上,保洁服务不仅是深度清洁性服务,还是一项具有周期性、稳定性的服务。当下,时间成本在保洁服务的总价格中占比较高,如果企业能通过“酒店式”家政服务推广,使时间成本缩减,保洁服务的收费也会有所下降。提供保洁服务的企业可以尝试与物业合作,承接小区保洁服务。保洁员每天到客户家中进行简单清理,保洁订单量有保证、保洁员收入稳定,而且通过物业来进行家政消费,也是对户主的人身、财产安全提供保障。

Market focus

加码多业态 天虹复制盒马模式

北京商报讯(记者 王晓然 王莹莹)在多方尝试转型发展之后,天虹商场股份有限公司(以下简称“天虹”)首次跨界餐饮,于日前推出新零售物种——虹食汇体验餐厅,试图打造天虹系首个零售餐饮业态样本。虹食汇模式近似于盒马和7Fresh,将超市现购食材和堂食加工打通,同时增加了自动数字化烹饪等“黑科技”体验。不过,对于天虹的这次转型,业内专家并不看好。

北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳认为,超市叠加餐饮的模式从目前来看,成本和收益的平衡仍是难点。因此,这种探索未必能带来实质性改变。天虹的真正发力点应该是转为真正的生活方式中心,提升百货的核心价值。

“虹食汇”体验餐厅位于深圳罗湖国贸天虹2楼的天虹超市,占地面积约260平方米。与盒马、

7Fresh打造的超市+堂食概念如出一辙,顾客在天虹超市购买食材后,可以在“虹食汇”深度加工并堂食。为了增加体验性,“虹食汇”还增加了“炒菜机器人”,让顾客体验全自动数字化烹饪。

事实上,近年来天虹一直在进行多业态发展。预计将填补医药高新区大型商业综合体空白的天虹购物中心中国医药城项目将于2019年底开业;天虹股份和厦门公交集团控股子公司厦门特运集团有限公司签约的厦门特运运营中心项目也将于2019年上半年开业;此外,天虹股份还先后与江苏泰州、湖南长沙签约,宣布将在两座城市分别打造新的天虹购物中心等。

赖阳在接受北京商报记者采访时表示,天虹在调整业态方面下了很大功夫,但探索未必能带来实质性改变。他指出,消费时代的变化呈现零时差、零距离、零渠道的特征,技术的发展让中间渠

道消失。天虹的“虹食汇”也是受到了盒马鲜生、7Fresh等模式的影响。此外,餐饮并不是人们外出消费的首要目的,在超市中引入餐饮功能,相当于变相叠加了排档餐饮功能,顾客的用餐体验和真正的餐厅相比还是有一定差别的。

赖阳坦言,天虹的发力点应该在提升百货核心价值,转变为生活方式中心,但目前来看,天虹百货并未真正适应这一转型方向,当下转型的收获也将十分有限。

据了解,天虹是以百货店、大型购物中心、便利店为主的中外合资零售业态,旗下拥有天虹、君尚、Sp@ce、微喔四大零售品牌。截至2018年9月,天虹股份在北京、广东、福建、江西、湖南、江苏、浙江、四川等8省25市开设了综合百货68家,其中包含2家社区生活中心,以及超市74家、购物中心10家、便利店167家。

BEIJING NEWS PLAZA
新闻大厦

领域长安街畔 尊享商务经典

金猪送祝福
携手共发展

新闻大厦地处东单,交通便利,四通八达。作为新闻文化产业的标志性建筑,欧式风格,大气高端,典雅舒适,并且景观优美、视野开阔,是长安街的一道亮丽风景;酒店式大堂、特色餐饮、会议、健身、员工用餐设施与服务一应俱全,辅以完善的商业配套,将国家级商务文化与国际化现代商务中心相融合,为入驻企业打造得天独厚的发展平台。

更多详情和资讯请关注新闻大厦官方网址: www.newsplaza.com.cn

◆ 项目配套

设施:多功能新闻发布厅、商业银行、停车场、员工餐厅、洗车服务、便利商店;
餐饮:南门涮肉、那家小馆、星巴克咖啡、长安茶社;
休闲:健身中心、室内泳池、健康调理。

◆ 项目优势

※ 拥有长期稳定的业主和专业物业管理团队。
※ 楼内配套齐全,无需出楼即可满足办公、商务接待、会议服务。
※ 交通便利,地铁1号线、5号线东单站步行1分钟即可到达,地面公交车站出门即可到达。
※ 外立面风格独特,欧式新兴建筑风格。
※ 户型方正,可灵活、多种风格布局设置。
※ 入驻客户资质优秀,大型知名企业为主。

扫码关注官方公众号

地址:北京市东城区建国门内大街26号
北京京报物业管理有限公司

租赁热线:
010-85202618