

苹果因为要提高iPhone在中国的销量,对去年发布的三款新机进行了降价,目前市场调研机构瑞银给出的新报告显示,虽然3月苹果出货量仍很一般,但供应链正在开始改善。这种做法与此前的苹果形成强烈对比,技术博客Stratechery作者本·汤普森曾提到,i-Phone从很多意义上来说是一款“韦伯伦商品”,这种商品能满足人类的虚荣心,是财富与地位的炫耀。

【韦伯伦商品】

韦伯伦商品又称“炫耀财”,是经济学上的一种商品,其特色是商品需求与商品价格成正向关系,而非正常需求法则的反向关系。这种商品能满足人类的虚荣心,是财富与地位的炫耀,故称为炫耀性消费。价格高昂的宝石、名车等奢侈品皆为韦伯伦商品。香港大学经济系教授张五常分析,炫耀财没有违反需求定律,他认为人们消费炫耀财,也是购买“炫耀”(炫耀也是经济商品),假如一款手表价值5万元,有10单位炫耀(一单位炫耀价值5000元),另一款手表价值7万元,有50单位炫耀(一单位炫价值1400元),按照需求定律,一些购买能力高且只考量炫耀的人会因为一单位炫耀价值的下降,而倾向于购买7万元的手表。

· 观世界 ·

日本企业将推出“刷手指”支付服务

北京时间4日日经中文网报道,日立制作所和东芝将推出“刷手指”支付服务。该服务利用了日立的手指静脉生物体认证技术和东芝的POS终端。将于5月启动实证试验,力争2020年达到实用水平。可降低伪造卡片等假冒风险,生物体认证技术已开始在金融及支付领域推广。

在收银台的读取器上按压手指,可根据手指的静脉图案进行个人认证,几秒钟之内即可完成电子支付。如果用户已在店内的专用终端上预存现金,就不再需要信用卡或手机支付了。支付系统及个人信息由零售店方进行管理。该服务将在广岛县的连锁超市EVERY中进行试验。将以该公司的约100名员工为对象,从5月开始进行为期约两个半月的试验,以验证认证精度等。日立擅长手指静脉认证技术,东芝子公司东芝科技在零售店的POS终端领域占有约50%的国内市场份额。零售店将支付信息与POS数据结合在一起,可以按照每位顾客进行销售数据分析。日本政府计划在2025年之前将目前20%的无现金支付比例提高至40%,各IT公司已陆续涉足使用手机的无现金支付业务。但这种支付方式存在手机丢失被盗用的风险,因此生物体认证的安全性备受关注。

加拿大政府将参与美国“深空门户”计划

加拿大政府近日宣布,将参与美国航天局在月球轨道上建设“深空门户”太空港的计划,并将在未来24年为本国航天项目投入20.5亿加元(约合15.4亿美元)。

加拿大总理特鲁多办公室在一份新闻公报中说,加拿大将开发一个名为“加拿大机械臂3号”的智能机器人系统,用于“深空门户”的维护工作。参与“深空门户”计划将是加拿大新太空战略的“基石”,会开创加拿大航天的新时代。

美国航天局局长布里登斯廷也发表声明说,非常高兴加拿大成为“深空门户”计划的第一个国际合作伙伴。加拿大在天基机器人能力方面处于世界领先地位,曾对哈勃太空望远镜的维修以及国际空间站的建设作出贡献。

加拿大在卫星通信、天基雷达等领域处于国际领先地位,曾为国际空间站制造了负责站外机械动作的“加拿大机械臂2号”。美国航天局2017年宣布,将于2024年前后在月球轨道上建立“深空门户”太空港。这一平台将类似一个小型国际空间站,可作为宇航员往返月球以及火星等深空目的地的门户。此前,俄罗斯也曾表态愿意参与建设“深空门户”。

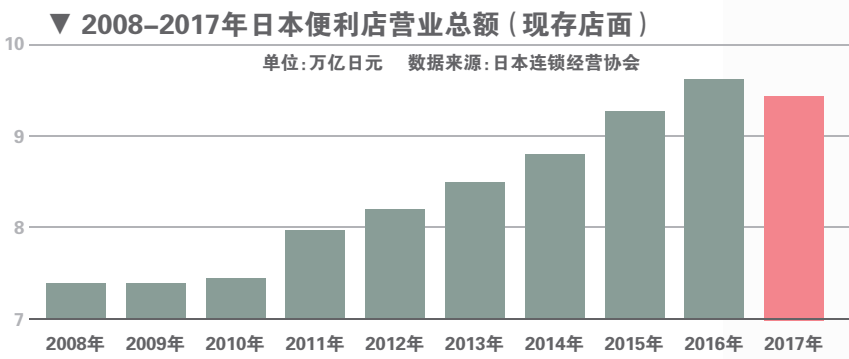
意大利欧洲廉价航空加收行李费被罚

据欧联网援引欧联通讯社报道,意大利竞争和市场管理局日前发布通告,欧洲廉价航空公司瑞安航空和维兹航空额外加收旅客手提行李费,涉嫌欺骗和误导消费者。意大利当局决定,对瑞安航空处以300万欧元罚金,对维兹航空处罚100万欧元。

据报道,从2018年11月1日开始,瑞安航空加收旅客手提行李费,并将乘客用于安放手提行李的空间减少超过65%。该政策实施后,消费者协会指责其广告具有误导性,称乘客携带手提行李是最基本的旅行需要,廉价航空公司加收手提行李费用,是用来掩盖机票的真实价格。瑞安航空对意大利的处罚公开表示,将拒绝执行,并对此提出上诉。瑞安航空认为,意大利竞争和市场管理局没有理由发布与航空安全、客户福利等相关的行政处罚。瑞安航空行李收费政策透明,增加手提行李收费是出于对消费者的利益考虑。

意大利竞争和市场管理局强调,手提行李是航空运输服务必不可少的元素,旅客随身携带行李不得收取额外费用。瑞安航空公司对于每个超出规格的手提行李箱,额外收取5-25欧元的费用,其行为是变相提高机票价格。据新华社

试行非24小时营业 7-11“老了”还是“困了”



7-11可能要回到最初的起点,回归到1946年的开业时间7点-11点了。3月3日《朝日新闻》报道了这一消息,称便利店之王7-11正在考虑是否修改24小时营业的原则。一石激起千层浪。即将缩短营业时间的7-11,成了悬在日本便利店业头上的一把剑。毕竟作为“便利店之王”,7-11的改变或将掀起新一轮的便利店运营浪潮。

不再7×24

7-11总部表示,自本月中旬起,将在东京、爱知及兵库等8个地方的10家分店进行缩短营业时间试验,营业时间从早上7时持续至晚上11时。

激发此轮浪潮的石子是1700万日元的罚款。作为大阪市内的7-11门店店主,松本实敏是受罚者,原因是他擅自缩短了营业时间。

据了解,目前,57岁的松本实敏经营着一家位于大阪府的7-11东大阪南上小阪店。今年2月1日,他将营业时间改为早上6点至次日凌晨1点。因为从去年5月妻子病逝后,松本实敏一直独自经营便利店。据他表示,此前已向7-11总部要求增派人手以维持24小时营业,但未得到回应。

在8个月内只休息3天的情况下,松本实敏只能缩短营业时间。但7-11确认店铺深夜时段并未营业后,表示“若不恢复24小时营业,就属于违约”,如果要解约,松本实敏则需要支付1700万日元的违约金。

“我觉得便利店没必要一定24小时营业啊。”不知什么时候变成了24小时营业,最初是从早上7点到晚上11

点营业的。营业时间回到最初那样也不错。如果不能重视加盟店的员工,客人也会无法得到更好的服务。”网友的吐槽铺天盖地。

不满的不只是网友和松本实敏。2月27日,由便利店经营者组成的“便利店联盟”召开了记者会,商定有关缩短便利店营业时间以及关店事宜。

北京商业经济学会常务副会长赖阳对北京商报记者表示,便利店24小时营业,对消费者是很有必要的。但是夜间运营成本很高,主要是人力成本非常高,而便利店是微利行业,增加店员成本对于企业来说是很大的压力。因为夜间消费率很低,营业收入还不够支付给店员的工资。所以从经济上来看,减少营业时间是合算的,但是从品牌影响力上来看,是不太好的。

三步一“7-11”

三步一“7-11”、五步一“罗森”的便利店服务已经成为了日本的“国民生命线”。几家便利店营业时间的改变,之所以能引起轩然大波,也正在于此。数据显示,截至2016年底,日本的便利店数量已经达到54501家。在东京这样的大城市,平均每2000个人就拥有一家便利店。

7-11可能是哆啦A梦口袋的原型。从早餐到夜宵,从洗漱用品到衬衣面膜,从电影票到代缴水电费,在7-11约100平方米大小的门店里,通常会容纳约3000个单品。据了解,7-11有一支150个人的商品研究团,每天会分析销售数据,并研究各种商品销量和利润,把每一平方米的效率发挥到最大。

观察

法国“数字税”能一帆风顺吗

向大型互联网企业征税成了法国的一块心病,可就算单干法国也要将其推行下去。据彭博社报道称,当地时间周日,法国财政部长布鲁诺·勒梅尔说,法国计划对亚马逊等30家互联网巨头征收收入税,以帮助确保“财政公正”。在“盟友”倒戈、反对不断的不利局面下,法国的“数字税”或许并不容易。

报道称,勒梅尔对《巴黎人报》提到,对大型互联网公司在法国的营收征收3%的税,每年可产生5亿欧元的收入。这项税收针对的是全球数字业务收入至少7.5亿欧元、法国收入超过2500万欧元的公司,将针对大约30家公司,其中大部分是美国公司,但也有中国、德国、西班牙和英国公司,以及一家法国公司和几家被外国公司收购的法国公司。按照计划,法国将于2020年1月1日起开始征收这项“数字税”,相关方案的具体细节将于6日在法国内阁进行商讨。

包括谷歌、亚马逊、Facebook、苹果以及Uber、爱彼迎、Booking和法国在线广告专家Criteo都将成为这项税收的目标,按照勒梅尔的说法,对他们征税是一个“财政正义”的问题,因为这些数字巨头缴纳的税收比欧洲中小企业低约14个百分点。

法国并不是唯一一个力推“数字税”的国家。去年3月,欧盟委员会就已经公布了“数字税”提案,预计全球150家大型科技公司将受影响,其中约一半是美国企业,1/3是欧洲公司。但正是这遭受影响的1/3美国企业,成了挡在这项税收面前的最大拦

路虎。提案公布的时候,正值美国推出钢铝关税之际,当时便有声音将其解读为对美国的报复行为。而在去年9月,曾坚定地站在法国身边的德国却动摇了,据德国《图片报》的报道称,德国财政部的一份机密文件称,对大型数字公司的“妖魔化”不会产生生产力。虽然此后《明镜》周刊称,德国财长肖尔茨否认了这份文件,但该刊也认为,德国对数字税不是很积极,是担心美国采取报复措施,对进口德国汽车提高关税。

另一方面,卢森堡和爱尔兰等企业税率较低的成员国也坚决反对这一提议。值得注意的是,许多欧盟成员国都在抱怨,这些大型科技公司的很大一部分收入都来自欧洲,但他们却把利润转移到爱尔兰和卢森堡等国家避税。如果互联网巨头们被迫迁离欧洲大陆,损失最大的可能也将是他们。

在种种压力之下,法国却并没有选择退缩。去年12月,勒梅尔就提到,若欧盟无法就数字税达成共识,法国将从2019年起,在全国范围内对数字巨头征税。值得注意的是,英国已经踏出了向科技巨头征税的第一步。去年10月,英国财政大臣菲利普·哈蒙德就称,大型跨国技术类企业在英国的数字服务将按2%税率缴税,自2020年4月起执行。但此前便有美国政商界人士批评美国对技术巨头征收“数字税”的计划,警告这一做法可能引发美方报复,削弱美国 and 英国达成贸易协定的可能性。

北京商报记者 陶凤 杨月涵



虽然7-11带着美国血统,但创始人铃木敏文将这种模式做到了极致。7-11的前身是1927年创立于美国得州达拉斯的Southland Ice Company,主要业务是零售冰品、牛奶、鸡蛋。1946年,南方公司将营业时间延长为早上7点到晚上11点,于是诞生了“7-ELEVEN”这个名字。

1973年,7-11被38岁的铃木敏文引入日本。彼时正处于日本经济的高速增长期,日本中小企业制定了《便利店手册》,为便利店的发展创造了有利条件,由此开启了日本便利店的高速发展期。

“不要为顾客着想,而是站在顾客的立场上思考。”这是铃木敏文为7-11定下的价值观,在他看来,虽然这两点看似没有区别,但是“为顾客着想”还是把自己定位成“卖家”;而站在顾客的立场上思考问题,才更容易获得消费者的需求。

绝对的用户至上是7-11俘获人心的重要原因。2016年,7-11的8000多名员工,创造了近百亿元人民币的利润,人均创造利润近120万元人民币。

过度饱和的便利店

言多必失,店多也不是一件好事。在日本,便利店的数量已经处于过饱和状态。

“商店周围300米以内,竟然有10家便利店;大型药店,卖生鲜食品和便当的地方也在增多,威胁着便利店的生存。”去年,东京高圆寺车站前的便利店主前田宏在接受日本媒体采访时曾表示。

本轮融资之后,Voi目前融资总额达到8000万美元。尽管只成立了短短7个月,Voi发展突飞猛进,融资规模一直在扩大。去年11月,Voi获得5000万美元的A轮融资,而这次又拿下3000万美元融资,Voi的下一步则是扩大业务范围。目前,除了瑞典斯德哥尔摩,Voi已经扩展到西班牙的马德里、萨拉戈萨和马拉加。该公司本次募资是计划利用新的资金继续扩展到新的欧洲市场。

同其他竞争对手不同,Voi的营销策略是与当地政府部门合作。该公司首席执行官Fredrik Hjelm说:“在进入新城镇之前,我们需要获得‘许可’,这意味着我们可以与当地政府合作,而不仅仅是提供一种可行的汽车替代品。”自去年8月推出以来,Voi已积累了40多万名乘客,共搭乘75万余次。该公司表示,这使得Voi成为欧洲领先的电动踏板车共享公司。但是也有批评人士警告说,运营商可能会面临

滑板车巨头Voi“滑向”风口

北京时间3月4日上午,欧洲最大共享电动滑板车公司Voi Technology宣布完成新一轮3000万美元融资,帮助其在整个欧洲展开扩张。这最新的3000万美元融资来自现有投资者,包括Balderton Capital和LocalGlobe及Project A和Creandum等新投资者。但该公司并未披露具体估值。电动滑板车行业在欧洲已经是风险投资激烈竞争的领域,欧美各大共享电动滑板车公司的融资规模都在不断扩大。新的风口下,所有玩家都在抢占先机。

本轮融资之后,Voi目前融资总额达到8000万美元。尽管只成立了短短7个月,Voi发展突飞猛进,融资规模一直在扩大。去年11月,Voi获得5000万美元的A轮融资,而这次又拿下3000万美元融资,Voi的下一步则是扩大业务范围。目前,除了瑞典斯德哥尔摩,Voi已经扩展到西班牙的马德里、萨拉戈萨和马拉加。该公司本次募资是计划利用新的资金继续扩展到新的欧洲市场。

同其他竞争对手不同,Voi的营销策略是与当地政府部门合作。该公司首席执行官Fredrik Hjelm说:“在进入新城镇之前,我们需要获得‘许可’,这意味着我们可以与当地政府合作,而不仅仅是提供一种可行的汽车替代品。”自去年8月推出以来,Voi已积累了40多万名乘客,共搭乘75万余次。该公司表示,这使得Voi成为欧洲领先的电动踏板车共享公司。但是也有批评人士警告说,运营商可能会面临

便利店赚钱的时代似乎要结束了。数据显示,日本便利店的销售额在2017年出现了罕见的下滑。这背后,有网络新零售的冲击,但也有便利店成本与时长的博弈。

24小时的营业制曾是7-11等便利店的便利资本,但事实是,深夜和凌晨真正会去便利店买东西的客人很少,但在这段时间内需要付给员工的时薪却更高。也就是说,在盈利最低甚至没有的时间段内,却需要支付更多的人力成本。“人不敷出”又劳心劳力的方式让松本实敏这样的店主难以支撑。

更雪上加霜的是日本众所周知的老龄化、劳动力短缺趋势。据《日本经济新闻》报道,去年10月,日本PER-SOL综合研究所和中央大学公布了一项调查结果,预计2030年日本劳动力缺口将达到644万。这一数字约为2017年日本人口总数的约5%。

而缺口最大的正是饮食业为首的小型私营服务业。7-11公关人员对于营业时间的改变,也解释为是为高龄化及人口减少等社会结构变化做准备。如今7-11、罗森也开始在店内尝试新的业态,比如无人便利店。东京JR赤羽站内就曾试运行过A1无人商店。

赖阳也表示,对于目前便利店的困境,比较好的解决方案,增加人工智能和人工值守,白天有人值守,夜间可以使用无人值守,因为白天不能完全无人值守,需要有人整理货架、摆放货物;而晚上如果消费率很低,无人值守也足以满足消费者需求。

北京商报记者 陶凤 汤艺甜/文 李燕/制表

与自行车共享公司类似的问题。自行车运营商GoBee和Mobike因竞争被迫展开价格战,并因规则和故意破坏行为遭到当局的强烈反对,它们已撤出欧洲。

由于欧洲通勤人口众多、汽车保有量低于美国,电动摩托车共享业务将在欧洲迅速增长,新鲜的“血液”不断涌进。在Voi推出几周后,柏林Tier和Wind Mobility相继成立。Delivery Hero联合创始人卢卡兹·加多斯基创办的Flash总部位于德国,目前已经在葡萄牙、西班牙和瑞士展开小规模运营,并且计划今年春天在欧洲扩大部署范围。而美国也开始加入欧洲战场,今年1月硅谷共享电动滑板车巨头Lime和Bird获得了欧洲三家顶级风投的大量投资,开始积极拓展欧洲市场。

共享电动滑板车领域最近融资的规模也逐渐扩大,电动滑板车行业滑向“新风口”。在欧洲市场上,2018年10月,电动滑板车租赁初创公司Tier获得2500万欧元的A轮融资,11月Wind Mobility获得了2200万美元的种子轮融资。同时,总部位于瑞典斯德哥尔摩的电动滑板车初创公司Voi Technology也在11月完成了一笔5000万美元的A轮融资。

面对如此规模巨大的竞争,德国电动滑板车初创公司Flash创始人Gadowski认为这一领域并非只能有一个赢家:“前期玩家的模式一直在为后来者提供经验;‘微移动’公司应该可以愉快地共存”。

北京商报记者 陶凤 实习记者 周微微