

京东谷歌合作落地

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)京东与谷歌的合作开始落地。3月5日,有信息显示,京东开始通过谷歌的电子商务平台在美国市场销售一些商品。京东对北京商报记者回应称,双方仅仅是早期测试,还没有正式对外开放。据了解,目前主要销售京东自营品牌Joybuy下的键盘、耳机和厨房电器等500种商品,通过Google Express投放,未来还可能添加更多产品。Joybuy是京东创办的跨境在线购物网站。

2018年6·18”期间,京东不断刷新战报数据时,还与谷歌签成一笔价值5.5亿美元的大生意。2018年6月18日,谷歌以5.5亿美元现金投资京东。双方协议为,谷歌将获得2710万股新发售的京东A类普通股,发售价为每股20.29美元,等值为每ADS 美国存托股票)40.58美元,此价格为前10个交易日的交易量加权平均价格。

彼时,谷歌与京东计划在系列战略项目上进行合作,其中包括东南亚、美国和欧洲在内的全球多个地区合作开发零售解决方案。在这项长久的合作中,京东将输出供应链管理与物流服务能力,并结合谷歌的技术优势展开合作。

京东集团首席战略官廖建文表示,与谷歌合作是全球零售现代化进程的重要一步。谷歌首席商务官表示,合作双方将共同探索全球零售生态。

国际搜索引擎巨头将触角延伸到零售领域,是与对手的“应战”。2016年电子商业数据公司BloomReach最新公布的数据显示,亚马逊已经超越谷歌成为美国多数用户在购物时的搜索引擎首选。亚马逊搜索引擎服务对谷歌形成挑战,谷歌自然不会坐以待毙。

早在2014年谷歌便强调,要加强Google Shopping服务,进一步向电子商务领域推进。在京东与谷歌合作“创新零售”之前,京东计划优选一系列高品质商品,通过Google Shopping在全球多个地区进行销售。谷歌也将借势京东电商基础抗衡亚马逊。

百盛百货将退出重庆市场

北京商报讯(记者 王晓然 王莹莹)继西安西大街时代百盛停止营业后,百盛集团又少一店。近日,重庆百盛南坪店确认3月31日营业结束后,百盛在重庆的最后一家卖场将闭店。

据南坪百盛店相关负责人公开出示的确认函上显示,考虑到重庆当地物业的客观环境已经不再满足百盛未来门店的发展方向,百盛再三考量,计划于2019年3月31日营业结束后关闭其重庆南坪店,并重新评估当地市场的零售业态环境。

据了解,作为最早进入重庆的外资百货,百盛于1995年正式进入重庆市场,随后陆续开设了百盛大坪店、南坪店、万州店、财富中心店、万象城店5家门店。但从2016年开始,重庆的百盛相继闭店。随着南坪百盛店的关门,重庆第一家外资百货也将全线退出重庆百货市场。

而受闭店影响,百盛集团的业绩也出现了下滑。2月21日,百盛集团发布的2018年年度业绩显示,归属母公司权益持有人净亏损为7930万元,同店销售下降2.4%;销售所得款项总额实现151.95亿元,同比下降4.8%。但实际上,近年来,百盛集团的业绩一直不太乐观。2012年,百盛出现了上市八年来的首度净利下滑,净利润同比下滑24.24%至8.5亿元。2012-2015年,百盛集团净利润连年下降,2015年净利润甚至一度亏损1.86亿元。

公开资料显示,百盛集团是马来西亚金狮集团旗下零售业务分支机构,1994年正式入驻中国零售业市场,在北京复兴门开设首家百货店。截至2018年12月31日,百盛集团在中国30多个城市运营管理43家百盛门店(包括概念店Parkson Beauty”)、2家百盛优客城市广场及1家金狮广场。目前,北京也仅剩复兴门1家店。

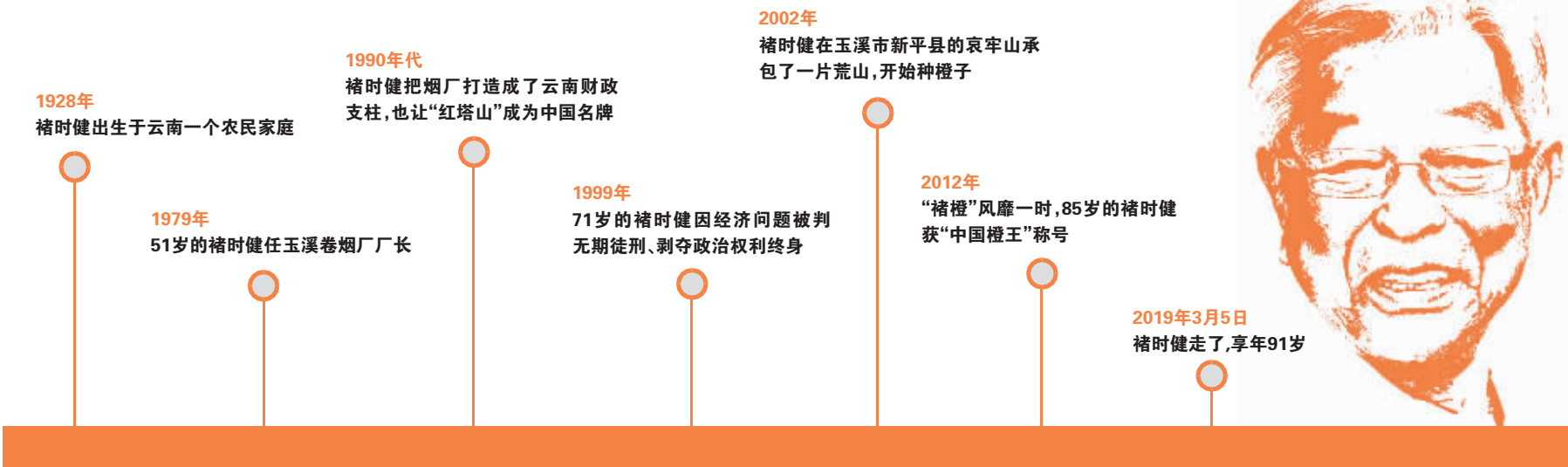
百世新业务收入同比增52.4%

北京商报讯(记者 王晓然 陈韵哲)3月5日,百世集团公布截至2018年12月31日止的2018年四季度以及全年财务业绩。四季度百世总收入同比增长38.3%至90.4亿元,超过集团预期收入11.5%。同时,本季度盈利水平稳步上升,毛利润达到5.2亿元,较上年同期增长81.7%。

2018年全年,百世总收入同比增长39.9%至279.6亿元。其中,百世快递、百世快运收入分别达到177亿元及41亿元,较上年同期分别增长38.5%及29.1%。由百世优货、金融和国际事业部组成的其他新业务成长明显,收入同比增长524%,达到12.4亿元,已成为新的增长动力。同时,全年的毛利润达到14.4亿元,同比上升接近两倍。

百世集团董事长兼首席执行官周韶宁表示,2018年四季度是百世成长的一个重要里程碑,百世很高兴看到集团在季度内首次取得了非美国通用会计准则(Non-GAAP)下的净利润。回首2018年全年,百世通过一系列有效举措实现了稳健的收入增长,市场份额有效扩大,利润水平显著提升。2019年,百世将继续执行构建全球智慧供应链服务平台的长期战略,以期在数字化经济时代助力生态系统不断成长。同时,百世将专注于提高市场份额、运营效率、自动化技术的运用水平、客户体验以及盈利能力,继续推进长期投资和发展。百世预计2019年全年整体收入的增长将介于365亿-372亿元,此预期收入体现了百世当前的初步预期,可能会发生改变。

企业家褚时健传奇人生谢幕



“衡量一个人成功的标志,不是看他登到顶峰的高度,而是看他跌到低谷的反弹力。”企业家王石曾用巴顿将军的这句名言评价褚时健。3月5日,褚时健走了,享年91岁。他一生大破大立,留下“烟草大王”“中国橙王”的称号,经历70岁高龄入狱,到90岁仍高喊“闲不住”“要为社会做点什么”。天行健,君子以自强不息,传奇落幕,精神永存。

坎坷的“烟王”

人当拥有逆境中从头再来的勇气,才不枉一生风雨。而回顾褚时健的一生,便是在一次次的跌倒中重来,在一次次的摧毁中新生。1928年,褚时健出生于云南一个农民家庭,家境并不好,15岁时父亲便离世,身为长子的褚时健主动离开学堂,肩负起帮母亲照顾弟弟妹妹的责任。每天要工作18个小时以上,一个人扛700多斤粮、1000多斤燃料。

1958-1978年间,正值壮年的褚时健又被打成右派,被下放到红光农场

改造,在那段特殊的政治环境中艰难坚持。

终于在1979年,51岁的褚时健任玉溪卷烟厂厂长,也开启了中国烟草的新时代。在他的带领下,破落的地方小厂被打造成了创造利税近千亿元的亚洲第一烟草企业。通过实施引进现代化卷烟设备、把烟田当作企业“第一车间”,实行“三合一”管理体制等举措,玉溪卷烟厂高速发展。到上世纪90年代,玉溪卷烟厂已经成为一个年创造利税200亿元以上的大企业,占到云南财政收入的60%。在云南,一个玉溪卷烟厂相当于400多个农业县的财政收入总和。

红塔山成为中国名牌香烟,玉溪卷烟厂成为亚洲第一烟草企业,褚时健也成为“烟草大王”。

大器晚“橙”

直到1999年,银铛入狱,褚时健的人生再次归零。71岁的褚时健因经济问题被判无期徒刑、剥夺政治权利终身,一代烟王黯然离开一手打造的烟草王

国。2001年5月,褚时健因为严重的糖尿病获批保外就医,回到家中居住养病。

离开监狱时褚时健已经73岁,不过,随后在经历了各种考量后,褚时健还是在2002年与妻子开始了第二次创业,他们在玉溪市新平县的哀牢山承包了一片荒山,开始种橙子。他用管理烟厂的经验治理果园,宝刀未老,种出的橙子标明“褚时健种的橙”还可以每斤比别的橙子贵3元,一经上市便风靡昆明的大街小巷。

2012年11月,褚时健种橙的第十个年头;“褚橙”首次通过电商开始售卖,由于品质优良,常被销售一空,抢购热度堪比当年的红塔山香烟。褚时健再获“中国橙王”称号,这时他已经85岁。

“工匠”企业家

从“烟王”到“橙王”,在褚时健的手里,烟草、橙子仿佛被赋予新的生命和意义,这背后离不开“工匠精神”。2015年,网上销售的褚橙被部分消费者抱怨个头小、口感下降,褚时健听说后立

刻在媒体上向消费者公开致歉,并与果农和技术人员一起寻找橙子品质下降的原因。最后了解到橙子品质下降一方面是由于雨水多,另外由于果树越来越成熟,不断增大的树冠也影响了果树的受光和通风状况。当时的褚时健毫不犹豫地做了一个决定,砍树、剪枝。为了保住橙子的品质,他砍掉了3.7万株树,也就是约2000吨的果子产量。

2018年1月17日,褚时健90岁生日那一天,在位于云南省玉溪市的褚橙庄园,云南褚氏果业股份有限公司举办了成立仪式。当时,褚时健在致辞中提到:“虽然我们都是七八十岁开始创业,但对社会要做的事,我们也算做了一点。现在,还有一些人问我,这个果子很难种,为什么还要做这个事。我闲不住!”

至于什么是企业家精神?褚时健自己的说法是:把坏企业变成好企业,把不赚钱的企业变成赚钱的企业,就是企业家精神。

北京商报记者 王晓然 徐天悦/文 宋媛媛/制图

Market focus

大白兔遭美国冰淇淋山寨

山东大白兔冰淇淋事件一览

- 2月5日 美国洛杉矶冰淇淋店Wanderlust creamery推出了季节限定款——大白兔奶糖口味的冰淇淋,除了用大白兔奶糖做原料,冰淇淋甜筒包装纸也是大白兔奶糖的包装纸。
- 2月24日 一天内,冰淇淋店将39加仑(约合147升)大白兔冰淇淋销售一空,接近1000个冰淇淋球。
- 3月初 大白兔品牌方冠生园食品公司表示,这款冰淇淋并不是由冠生园授权在美国销售生产的产品,也未与相关方面展开过合作。
- 3月4日 冠生园食品公司表示,对于海外市场火起来的大白兔奶糖冰淇淋,他们正了解情况,该冰淇淋店曾采购过大白兔奶糖。

跨洋热销

3月5日,有媒体报道称,一款大白兔冰淇淋在美国引起消费者排队购买。这款冰淇淋采用大白兔奶糖作为原料,平均每个冰淇淋球含1.3颗奶糖。冰淇淋口味跟大白兔奶糖口味一样。

实际上,大白兔奶糖是由上海冠生园出品的奶类糖果,1959年开始发售。大白兔凭借一颗糖果在上世纪八九十年代消费者的童年时期有着极强的号召力。然而,美国市场销售大白兔冰淇淋的是美国洛杉矶一家名为Wanderlust creamery的冰淇淋商,并非大白兔品牌所有企业——上海冠生园食品有限公司(以下简称“冠生园食品公司”)。

一位在美留学生向北京商报记者表示,这款冰淇淋并不是公司品牌授权商店工作人员称最初只是尝试销售几天,因销售产品时经常“脱销”,商店延长了销售时间。

冠生园食品公司于近日回复媒体称,这款冰淇淋并不是公司品牌授权在美国销售生产的产品,也未与相关方面展开过合作,目前冠生园食品公司方面正在沟通第三方商标代理机构来查询是否存在侵权行为。

北京商报记者就此事采访了冠

生园食品公司的母公司光明集团,光明集团相关负责人表示,冠生园食品公司并没有关于进行大白兔冰淇淋的官方授权,并且不清楚公司是否会对上述品牌问题进行维权。大白兔冰淇淋走俏美国市场后,海外也陆续出现了其他效仿者。社交平台公开信息显示,马来西亚的一家冰淇淋品牌也推出限量款大白兔冰淇淋,商品依然以大白兔奶糖为原料。这款马来西亚品牌销售的单个冰淇淋球售价约为14元人民币。

光明集团相关负责人表示,公司认为用大白兔奶糖作为原料来做成冰淇淋的创意,对老字号的大白兔来说值得思考和借鉴。

如果大白兔冰淇淋在中国制作售卖,商品的基本原料成本并不高。北京商报记者从冠生园天猫旗舰店了解到,一袋500g的大白兔奶糖售价为27.9元,重约500g的大白兔奶糖,包含糖果数量为80-90粒,每粒奶糖重约6g,每粒价格约为0.3元。除去人工、制作成本,以单个冰淇淋球需要两颗大白兔奶糖来计算,冰淇淋中奶糖成本约0.6元。

糖纸包装涉嫌侵权

尽管光明集团并未对是否进行品牌维权作出回应,但在法律业内律师看来,美国Wanderlust品牌未经冠生园食品公司许可,在相同或类似商品上使用与“大白兔”注册商标相同或近似的商标的做法,涉嫌商标侵权。

第三方律师北京谨良知识产权代理有限公司法律顾问、北京奕鑫律师事务所律师刘东阳在接受北京商报记者采访时表示,从商标保护来看,如果“大白兔”商标在美国获得保护,冠生园食品公司则可以进行维权。

刘东阳进一步解释称,从糖纸的著作权保护来看,在中国以企业名义可以对糖纸申请50年著作权保护期。美国与中国对于著作权的保护制度不尽相同,美国是“登记主义”,中国为“创作完成主义”,原则上著作权在美国是否受到侵害要以大白兔糖纸在美国是否登记来分析,但是美国是《伯尔尼公约》的缔约国,根据《伯尔尼公约》中的国民待遇原则和最低保护原则(作为外

国人不需要注册就可以获得不低于《伯尔尼公约》规定的最低保护标准,不必在美国注册也可以得到法定赔偿)的规定,美国版权法可自动保护该作品。

再创新需重构渠道

据品尝过大白兔冰淇淋的消费者称,它的味道与自己从小熟悉的大白兔奶糖一样,完美复制了这种让中国人怀念的糖果风味。在北京商业经济学会常务副会长赖阳看来,老品牌有很多创新的机遇,但需要品牌把握时机。

光明集团相关负责人对北京商报记者表示,大白兔将进一步传承经典、创新突破,通过糖果新品研发,品牌跨界合作、产品品类拓展来更好地服务于消费者,让大白兔品牌持续年轻化。

实际上,早在去年,冠生园食品公司就宣布将携手国产护肤品牌美加净推出奶糖味唇膏。美加净天猫旗舰店显示,美加净大白兔奶糖味唇膏3g/支,售价为39元。对于老品牌之间的合作,某老字号企业管理者表示,合作产品也应该注重迎合现代人的生活方式;避免出现两个老字号合作出现“第三个老字号品牌”的情形。

对于品牌将思考、借鉴大白兔冰淇淋创意的做法,赖阳认为,创意在美国已有较好的市场反馈,国内品牌借鉴并推出产品将会有不错的销售效果。不过,产品自主创新才是品牌发展的原动力,品牌持续创新才能走在市场前端。赖阳指出,冰淇淋的制作工艺、售卖渠道与大白兔奶糖的原有销售渠道有较大差别。如果品牌参考大白兔冰淇淋的创意进行经营,则需重构渠道,这对品牌而言是不小的挑战。

北京商报记者 王晓然 王维伟/文 宋媛媛/制表