

· 商讯 ·

五粮液回应网红冰淇淋侵权：暂时不管

北京商报讯(记者 刘一博 许伟)对于突然走红的“五粮液网红冰淇淋”到底是不是五粮液“正牌”，五粮液方面4月15日回复北京商报记者表示，是商家自身的行为，公司并未接受过商家的沟通，五粮液这边应该暂时不会对其进行管理。

据悉，网络上走红的冰淇淋命名是五粮液巧冰淇淋，外形是黑色的巧克力冰淇淋，再撒上金闪闪的可食用金箔，由于加入了五粮液，还散发着淡淡的酒香，该款冰淇淋标价18元。

值得一提的是，这并不是五粮液集团旗下推出的产品，而是南京一家名为“琉璃鲸”的网红奶茶店推出的新品，该店也凭借这一招牌产品成功成为“打卡胜地”。其中，北京商报记者发现，“打卡”过这款网红冰淇淋的消费者都纷纷表示，口感很惊艳、吃完会有微醺的感觉等等。

此外，该款冰淇淋还曾与喜茶卷入过抄袭事件。去年10月，喜茶新推出了两款酒味冰淇淋，琉璃鲸方面指责过喜茶抄袭五粮液冰淇淋，并称该款产品是琉璃鲸最先发布的。但喜茶却表示，这是自己的原创，不存在抄袭一说。一时之间，众说纷纭：“五粮液冰淇淋”也一度陷入了罗生门。

MUJI母公司2018财年利润涨12%

北京商报讯(记者 王晓然 孔瑶瑶)日本MUJI母公司良品计画日前发布了2018财年业绩报告。财报显示，2018财年良品计画实现营业收入4097亿日元，同比增长8%，净利润同比上涨12%，为2016财年后首次净利大幅上涨，主要得益于以中国市场为核心的海外业务收入增长推动。

分地区来看，MUJI日本本土市场贡献的营业收入仍然居首，整个2018财年获得营业收入2463亿日元，占整体营业收入的60%以上。其中，中国市场2018财年营业收入取得751亿日元，为2016财年以来连续第三年增长，在2018财年整个东亚事业部营收中占比61.4%，在MUJI海外市场营收中居于首位。

毋庸置疑的是，中国已成为MUJI最重要的海外市场，MUJI也在通过实际行动不断将重要布局的砝码添加到中国市场。除了在中国不断调整新定价，价格“十连降”，使中国MUJI商品定价渐与日本本土趋同，2019年3月，MUJI首次为中国做出改变，提出“中国现地商品新尺寸新价格”，对MUJI在中国销售的床具尺寸进行调整，以便更适合中国家庭的需要。

对于下一财年的预期，良品计画表示乐观。良品计画提出，下一财年营业收入有望达到5000亿日元，营业利益预期600亿日元，股东回报率达到15%以上。

无底薪奔跑的京东物流，势必是一场众人围观的孤单旅行。京东创始人刘强东在4月15日凌晨发布的内部信中再次透露出对京东物流的焦虑感，焦虑一方面来自于取消快递员的底薪，另一方面则来自于京东物流自身长达13年的亏损。毫无疑问，京东对重金投入搭建起来的物流网络寄予厚望，但在京东物流的接连亏损之下，薪酬改革、降低成本、物流变现自然显得迫不及待。

焦虑感

刘强东在文章中表示，为了增加揽收单量，增加公司收入，京东忍痛调整薪资结构。

京东物流薪酬改革的背后是上线许久却表现平平的个人快递业务。一位通达系快递企业负责人对北京商报记者称，京东的个人快递业务是一个短期不可高估、长期不可低估的业务。尽管京东在个人快递业务方面并没有长期的经验，但整体的物流框架已经搭建起来，服务企业多年的京东物流需要尽快调整思路和经营方式。

或许刘强东已经意识到京东物流在承接个人快递业务后，需要一场自下而上的“变革”。当前，京东已改变了“底薪+提成”的薪酬结构，将底薪转变成更有激励性的业务提成，并增加快件收件任务。彼时，京东物流相关负责人给出回应称，京东物流独立运营之后，不仅服务京东商城自身的订单，还有大量外部订单业务，大客户业务以及个人快递的揽件业务等，原来的薪酬结构已经不适应新的模式，因此在部分地区试点将底薪转变成更有激励性的业务提成。

降成本

抛开所有的情怀和大理想，是京

>> 2018年京东业绩一览

全年净收入增速27.5%

全年活跃买家数量增速4.38%

全年成交额增速27.5%



东为快速做大个人快递业务进行的调整。将揽件的单量和薪资直接挂钩，甚至规定超过一定揽件数量后，快递员将获得更高的工资。这种方式可以推动快递员主动增加揽件业务，尤其是对更习惯送件而非揽件的京东快递员来讲。”一位和平里快递网点负责人称。

上述负责人解释，网点能否赚钱在一定程度上和揽件量直接挂钩，这也要求快递员揽件量挂钩，每单揽件的收入一般要比送件高出1元甚至更多。“没有揽件哪来的派件业务？也不能靠天吃饭。”当记者问起揽件重要性时，上述网点负责人很激动地表示。

以北京地区为例，多家快递公司采用前1~3个月底薪+寄件，此后便无底薪，划分片区，无五险一金。快递员可自行缴纳五险一金。有些快递公司承担意外险，包吃住。这也意味着快递员工资收入与业务量相关。

在本轮调整薪资结构前，京东物流采用“底薪+绩效+五险一金，划分片区”的方式，属于典型的“旱涝保收”模式，但是这样的模式却并不是一种能够适应市场竞争的模式。随着京东物流向外开放，不再仅服务于京东商城，尤其开始向个人揽件，需要采用更符合市场化运营的计件方式调整薪资结构。毫无疑问，京东之前采用“底薪+提成”的方式，可以较好地保障员工的经

济利益，改变薪酬结构、取消底薪，可降低成本。

这显示出京东想要快速发展个人快递业务的野心，促使京东快递员改变习惯，习惯派件同时还要习惯向个人揽件。一位京东快递员送货时对北京商报记者称：“现在揽件和派件还是两拨人在负责，揽件量在增加，但是数量还很有限，对工资确实有影响。每天都在忙于送件，多少有些忙不过来，增加揽件尤其是不顺路的揽件会让工作量翻倍。”

急变现

京东物流的止损问题已经迫在眉睫。刘强东也对京东物流的情况向公众交了底，他称：“京东物流2018年全年亏损超过23个亿，这已经是第十二个年头亏损了。如果扣除内部结算，京东物流去年亏损总额超过28亿元……如果这么亏下去，京东物流融来的钱只够亏两年的！”

在京东财报中，物流方面的数据从未直接公示。根据京东历年的财报数据显示，2017年，包含物流、技术创新和海外业务的“新业务”运营亏损20.7亿元，2018年达到51.3亿元。而物流就是“新业务”的一部分。

尽管如此，京东集团内部已经开始向物流要成绩，2018年三季度财报后的电话会议中，京东CFO黄宣德表

示，京东物流会对未来利润率改善做出贡献。“京东第三方市场业务增长很快，有一部分增长就来自于京东的物流服务。”黄宣德强调。

2017年，京东物流独立出来，并且开始向第三方开放，这也意味着，京东物流不再只是“京东商城的物流”，而是转向第三方物流，运营模式发生了根本的变化，开始自负盈亏。从这个时候开始，京东物流不再只是作为京东商城的运营支撑体系，而是真的要像一家“物流企业”那样经营。

京东物流作为京东多年来投入人力物力最大的业务，砸出了用户体验的核心竞争力，未来也可能变成利润中心。京东已经表现出对京东物流的期望，2019年1月，京东进行了大规模框架调整，京东物流一跃成为三大子集团之一，与京东零售、京东数字科技并列。独立的京东物流是时候为资本市场提供一份高可信度的成绩单了。

在业内人士看来，京东物流对上市的需求越发迫切，向第三方开放就注定在向市场要资源和利润，要让早期的巨额投入看到成效。与此同时，京东零售作为子集团之一，正经历着大的架构调整，细微处的高管轮值、淘汰高管10%也随之开始，这些也足以向京东物流释放压力消息。

北京商报记者 王晓然 赵述评/文
李杰/制表

聚力攻坚 止于至善

 CSR 2019企业社会责任峰会

2019.4.18 北京新闻大厦

指导单位 中国经济传媒协会 | 中国扶贫开发协会

主办单位 北京商报社 | 北京品牌协会

承办单位 西街传媒(北京)有限公司 | 《中外企业文化》杂志社

合作机构 北京市工商业联合会 | 中国服务贸易协会 | 北商研究院 | 声誉研究所 | 《数据》杂志

中国扶贫开发服务有限公司 | 阅广天下(北京)文化传媒有限公司