

编辑 常蕾 美编 李燕 责校 刘凯晶 电话:64101673 syzx10@126.com

· 商讯 ·

首旅集团成为王府井控股股东

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)5月22日,王府井集团股份有限公司发布公告称,已收到北京首都旅游集团有限责任公司转来的《中国证券登记结算有限责任公司过户登记确认书》,确认无偿划转的股份过户登记手续已办理完毕。

本次无偿划转后,首旅集团直接持有王府井2.07亿股股份,占王府井总股本的26.73%,首旅集团成为王府井的控股股东。

今年3月30日,王府井已被披露了《关于国有股份无偿划转及权益变动的提示性公告》,首旅集团作出《关于将北京王府井东安集团有限责任公司所持王府井集团股份有限公司股权无偿划转至北京首都旅游集团有限责任公司持有的决定》,将北京王府井东安集团有限责任公司持有的王府井26.73%股份无偿划转至首旅集团。

在2018年初时,北京市委、市政府召开北京首都旅游集团有限责任公司和北京王府井东安集团有限责任公司重组大会,宣布两家企业实施合并重组。

去年起正式拉开两大北京国企重组序幕,据悉,重组后的新首旅集团资产总额将超千亿元,成为名副其实的北京商业航母。王府井和首旅的合并,让人们看到了零售和旅游新的发展方向。

星巴克祭出快取服务对垒瑞幸

北京商报讯(记者 郭诗尹 郭缤璐)5月22日,北京商报记者从星巴克中国了解到,星巴克中国的在线点、到店取”服务——啡快Starbucks Now在北京、上海上线。耐人寻味的是,快取模式一直是刚刚上市敲钟的瑞幸咖啡最引以为傲的点。不难看出星巴克正在尝试在门店方面变得更加灵活,双方的攻防战也未结束。

快取店的这种模式如今成为咖啡市场的重头戏。目标成为中国最大的咖啡连锁品牌的瑞幸咖啡也一直在着重布局快取店。而对于星巴克而言,当前的门店基数是移动点单服务的一大优势。目前,星巴克已经在中国150多个城市开设了超过3600家门店,保证了移动点单服务的辐射范围。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,快取店这种模式是整个咖啡行业竞争升级的结果,也更加贴近新生代重度消费人群,从整个前瞻性的布局来看,快取店这种模式一定会成为未来布局的一个重点。

在上海啡越投资管理有限公司董事长王振东看来,星巴克之前推出过的类似服务并不成功,所以依然会有很大挑战。星巴克正在探索多种餐饮模式,目前在单价方面不占优势,想要跑通快取店模式,星巴克或许需要为其开发出一条新的产品线。

(上接1版)

袁仁国落马 茅台市场化清障

今年一季度,贵州茅台经销商总数再次减少533家。截至2019年一季度末,贵州茅台国内经销商数为2454家。与此同时,2019年5月5日,贵州茅台集团营销有限公司正式成立揭牌。该公司为茅台集团全资子公司。

营销公司的成立是否会造成交互的关联交易,一度引发了市场激烈的讨论,茅台股价也因此有所波动。上海证交所也发布监管函,请茅台就集团成立营销公司的主要考虑、拟开展的商业活动及具体经营模式、是否有经营上市公司茅台酒的计划,以及与此前营销体系调整之间的关系等作出公开说明。

茅台集团尽管截至目前并未对此进行公开回应,不过北京商报记者注意到,茅台集团高层已经不止一次提出过去要在营销工作上进行大变革。

北京上兵伐谋品牌机构首席顾问刘立清则指出,茅台的直营业务,不放在股份公司下属的销售公司,也未放在股份公司之下另立分支,而是直接放在集团层面和销售公司经销商业务进行互补,的确厘清所思。不过直营业务无论放在哪里,加大直营的占比是非常正确的,对于平衡市场销售价格、加强市场可控性是非常有益的。

架构“瘦身”

在李保芳执掌下,茅台正在实施新一轮改革,在围绕主业多元化布局的同时,茅台也对公司管理架构等进行改造,以加强对子公司及各业务的管控。不仅涉及品牌、渠道,公司架构也在快速“瘦身”。

就在去年7月,茅台官网宣布将清理整顿51户子公司,原则上公司管理层次基本控制在三级以内,不再设立四级及以下分、子公司。逐渐解决定位模糊、与集团业务关联度不高;管理层级多,存在监管盲区;功能重叠,部分存在同质化竞争;盈利能力弱,经营情况较差;“僵尸公司”,无存在意义等问题。茅台表示,所有清理工作将在2019年全面完成。

李保芳在对贵州茅台2019年营销工作进行介绍时就表示,将对茅台酒增量部分进行调控,通过扩大直销渠道来推进营销扁平化,包括与大型商超、知名电商等进行合作。茅台集团副总经理杨建军也曾指出,茅台营销体制的理顺和完善,将进一步稳住市场,通过强化市场监管机制,确保茅台酒市场价格健康稳定。

北京商报记者从茅台集团方面了解到,在企业的定位中,新成立的茅台营销公司是推进营销体制转型升级的创新与实践。在经营过程中,需要对改革力度进行强化、创新终端渠道合作方式,以提高终端服务与管控能力。并且还要对服务模式进行创新,加强与消费者之间的互动体验,实现线上线下各终端销售平台运行的规范。

距离 CIFTIS 5天

一年一办 2019京交会再升级

5月22日,国务院新闻办公室举行发布会,商务部副部长王炳南介绍,从今年开始,京交会正式更名为中国国际服务贸易交易会,将于5月28日-6月1日举办,并调整为一年一办。京交会提速升级的背后是我国服务贸易的高速发展,从而形成了京交会与服务贸易相辅相成的良性互动局面。

更名+提速

京交会更名、提升开会频率的背后,是服务贸易重要性的逐渐凸显。相关负责人表示,商务部、北京市人民政府对新时代京交会的定位进行再提升,将致力于把京交会打造成具有全球影响力的服务贸易展会,着力提升京交会在服务业扩大开放中的作用,集中展示我国开放举措和便利化的营商环境。

王炳南表示,2019年京交会以“开放、创新、智慧、融合”为主题,重点围绕科技、文化、健康、商务等服务领域,将着力强化京交会在引领全球服务业和服务贸易前沿理念、先进技术、创新成果、行业标准等方面的功能。

因此今年京交会规模更大。展览面积从以往的5万平方米,大幅增加到15万平方米,还首次尝试设立一批分会场。参加京交会的国家和地区数量比上年大幅增加,共有21个国际组织、130个国家和地区参展参会。

展会期间,将举办全球服务贸易峰会、国际论坛、行业大会、专题论坛等百场论坛会议和国别推介、省市推介、行业洽谈等百场洽谈交易活动,并首次采取“一主多辅”方式,设置国家会议中心及周边的奥林匹克广场和北京国际会议中心1个主会场,王府井商业街、西城金融街、新老国展、故宫博物院等10个分会场。

此外,本届京交会首次采取了智能显示大屏的方式,突出数字化、智能化。同时,实现主会场5G网络覆盖及主分会场、京交会-世园会等重要活动的互动。并新设人工智能、智慧城市、智慧生活、智慧医疗等行业专题展区,集中展示基于人工智能、第五代移动通信(5G)等前沿技术在服务领域应用的最新成果,为观众提供可视化、场景化、沉浸式、互动式体验。

而在服务贸易方面,本届京交会上着重突出扩大开放。京津冀联合展区北京馆将围绕服务业扩大开放展示北京服务业、服务贸易取得的新成果。北京主题日活动将向境内外客商解读新一轮服务业扩大开放综合试点政策,分享试点工作经验,推动服务业持续扩大开放。会期将有法国、西班牙、乌拉圭等57个国家(地区)举办32场境外专题活动,推介在金融、健康、教育、文化和旅游方面发展优势及政策环境,吸引国际投资,实现开放合作。

10个行业发展联盟

京交会是推动服务贸易发展的重要平台。2018年,中国服务业占GDP比重已达52.2%,高于第二产业11.5个百分点,成为名副其实的第一大行业部门和经济增长主要的驱动力。

商务部服务贸易和商贸服务业司司长冼国义介绍称,服务贸易在出口中占比最高的是其他商业服务,比如会计、法律等很多商业服务,占比达28%;第二大比例是电信、计算机和信息服务,占比17.4%;第三大比例是运输,占比16%。“其中前两项,我们认为它还会保持一个快速发展的势头。”冼国义说。

在此基础上,2019年京交会可预期的成果也将更加丰富。相关负责人表示,京交会执行机构将联合相关境内外知名商协会、知名企业及相关机构共同发起组建北京国际服务贸易联盟,开展信息发布、研讨交流等贸易促进活动,推动成员之间开展广泛合作、共享服务贸易资源。

此外,组委会将邀请政、产、学各界知名人士组建京交会服务贸易展望委员会,为中国服务贸易、京交会发展提供智力支持。从本届会期结束至下一届京交会开幕前,组委会还将持续开展线下推介和对接交流活动。如由组委会举办的境内外招商推介活动、专题洽商活动;各参展参会国家和地区、境内外商协会和承办机构计划与组委会办公室共同举办的展览展示、论坛和项目对接活动。

对于本届京交会的预计成果,北京市副市长王红表示,2019年京交会将引导京交会行业专题板块成立约10

个行业发展联盟,推动形成服务业和服务贸易发展的长效机制;相关政府部门、权威机构将发布《中国电子商务报告(2018)》《全国会展产业政策法规白皮书(2018)》等近30项行业发展报告、发展指数、榜单排名等相关内容,引导行业实现更好发展。

相辅相承

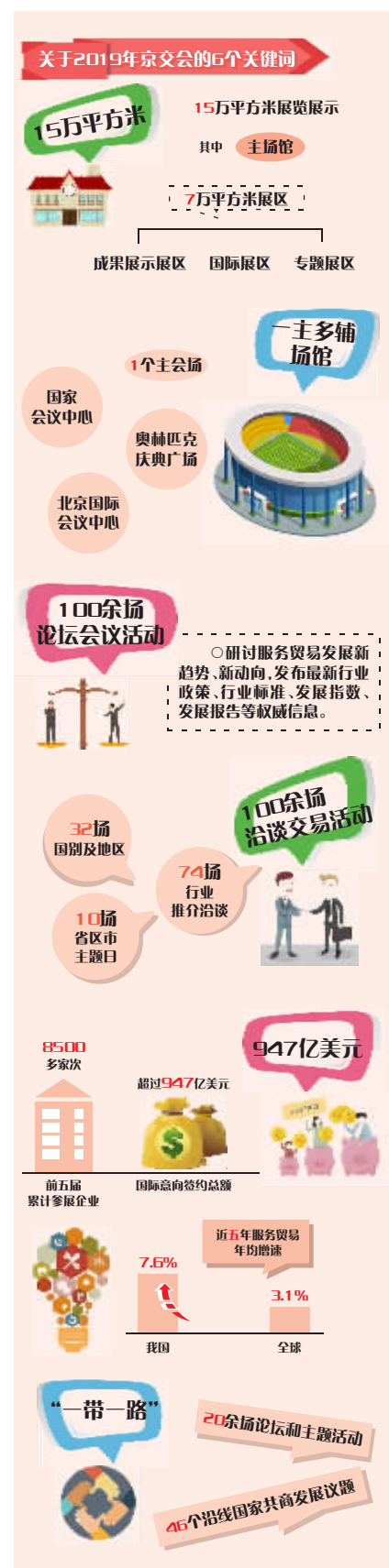
京交会助力了服务贸易的成长,而服务贸易也见证了京交会的变化。2015年,国务院出台《关于加快发展服务贸易的若干意见》,明确提出形成以京交会为龙头的服务贸易会展格局。

经过五届的培育,京交会已成为传播理念、衔接供需、共享商机、共促发展的国际服务贸易权威交易平台。五届京交会累计举办活动669场,参展企业8500多家次,实现意向成交额4242.7亿美元。吸引了79个境外国家和地区组团办展办会,近200个国际组织和行业协会组团参展参会,促进了国际交流合作。

而这五年间,我国服务贸易平均增速高于全球。2018年服务进出口5.24万亿元,同比增长11.5%,连续五年位居世界第二,服务贸易占外贸比重从2012年的11.1%提高到14.7%。

今年以来,我国服务贸易继续稳中向好。一季度服务进出口1.29万亿元,同比增长2.6%;其中新兴服务进出口4580亿元,同比增长12.6%。新形势下,党中央国务院把优先发展服务贸易作为推动我国经济转型升级和向高质量发展的重要举措。

在商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究部副主任白明看来,中国发展服务贸易的优势在于以下5个方面:首先是产业支撑,中国货物贸易发展较好,且很大程度上有服务贸易伴生;二是中国国内市场巨大,很多产业都在进行转型升级,这给服务业利用外资的规模却增长很快,这给服务外包的发展带来了机会;四是国家扶持服务贸易发展的政策力度很大;五是跨境电商的发展在促进货物贸易发展的同时,也给服务贸易带来了附加值。北京商报记者 陶凤 常蕾



Market focus

6·18前再现“二选一” 拼多多遭围剿

“二选一”仿佛是一个永远说不完的话题,且以变形的形式存在着。5月22日,拼多多联合创始人达达对苏泊尔、美的、九阳三家品牌商关停拼多多旗舰店一事做出回应称,国内大型“经济体”对拼多多搞“二选一”是国内商业竞争领域里一个新常态。他强调:“任何有价值的品牌和有价值的商品,都不会从一个有价值的平台彻底退出。”可见,一场围绕品牌商、经销商和平台之间的博弈愈演愈烈;“6·18”这个利益必争的时刻直接放大了三方矛盾。

一场拉锯战

品牌与平台之间是一样旷日持久的拉锯战。5月22日,达达称:“6·18”期间拼多多会用心服务好消费者,继续专注于下沉用户和消费升级。拼多多会通过补贴用户继续保持高性价比,甚至消费者会发现,许多全网同样商品在“6·18”之后,其实拼多多上的价格会更优惠。

达达在回应中点名苏泊尔、美的、九阳三家品牌在拼多多有巨大的销量。达达表示,任何有价值的品牌和有价值的商品,都不会从一个有价值的平台彻底退出。

实际上,上述品牌的官方授权的旗舰店已陆续撤离。5月21日16时,北京商报记者在拼多多找到了“九阳旗舰店”、“九阳中式生活旗舰店”、“九阳西式生活旗舰店”三家带有“官方”字样,且上传了品牌方授权文件的网店。5月22日18时,北京商报记者再度在拼多多搜索“九阳”时,原本的“九阳中式生活旗舰店”已经更名为“久阳专卖店”,其他两家网店还以原名称运营。

此前,九阳相关负责人对北京商报记者表示,“我们正在找拼多多关掉7家旗舰店”。对于关停品牌在拼多多旗舰店的原因,该负责人表示,旗舰店要有高端品牌形象。

相较于九阳较为温和的撤离方式,苏泊尔、美的的方式更为直接。5月22日,北京商报记者已搜索不到“美的生活电器旗舰店”、“美的精品电器旗舰店”。此前,美的声明,要取消对上述两家店铺的授权。

苏泊尔发布内容强调,拼多多上的旗舰店多次违反与公司的销售合同。未能给消费者带去好的体验,已违背了品牌形象店的初衷。现有旗舰店将在6月1日前关闭。苏泊尔相关负责人称这是正常的渠道调整。

品牌商与拼多多的撕扯总是难以平静。不久前,苹果经销商向北京商报记者证实,苹果官方已口头方式叫停经销商供货给拼多多。

价格优惠何在

拼多多、经销商与品牌商“置气”的背后,隐藏着价格战的身影。达达称拼多多“补贴”、商品薄利多销时,北京商报记者调查发现,部分商品的价格并不具有优势,部分九阳产品在拼多多拼单购买时的单价,较其他平台的售价更高。

以一款型号为九阳SN-10J91的酸奶机为例,拼多多“九阳旗舰店”拼单购买价格为49元,单独购买的价格为99元,以两种不同的形式购买商品,价差达50元。同款商品在九阳京东自营旗舰店的单独售价为36元,加上6元邮费,共计42元。在天猫九阳官方旗舰店,这款酸奶机的单独售价为49元。

两相对比,如果消费者在九阳京东自营旗舰店、天猫九阳官方旗舰店单独购买该商品要支付的费用均低于在拼多多“九阳旗舰店”的费用。

由此可见,把“补贴”挂在“嘴边”的拼多多很难从家电市场中再分走一块蛋糕。太和智库研究员唐兴通表示,随着京东、苏宁、国美等巨头将家电、3C产品转移到线上交易,市场区域透明化。作

为后人局者,拼多多不具备进货优势,产品利润的可操作空间被挤压,这场竞争中拼多多难以占据上风。

“二选一”屡禁不止

实际上,每次临近电商行业大促时,品牌撤出部分电商平台的消息便成为热点新闻。对于三家电器品牌商将旗舰店撤出拼多多的事情,达达认为,国内大型“经济体”对拼多多搞“二选一”,这是国内商业竞争领域里一个新的常态。

电商分析师李成东同样认为,此次三家电器品牌几乎同时宣布撤出拼多多,是由于拼多多最近增长势头强,使其他平台受到压力;拼多多被围剿了。

对此,达达表示,拼多多的存在与传统巨头进行良性商业竞争,本质上对于消费者和商家都是好事;但如何应对行业史上最大规模“二选一”也需要平台和商家拿出更大的勇气和智慧。拼多多所做的不是从打破一个垄断到创造一个新的垄断,而是从打破一个垄断到提供一个新的选择。面对每年都会出现的电商“二选一”,已被《电子商务法》定性为违法行为。《电子商务法》明确规定,“电子商务平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段,对平台内经营者的交易实行不合理限制或者附加不合理条件”。

对上述事件而言,唐兴通分析认为,拼多多主要用户群体为四五线消费者,这部分人群对品牌的认知度不高,客单价偏低。这些消费特质与知名品牌的品牌调性全然不同;尤其是高端品牌,不会选择入驻拼多多。如果拼多多继续走“低价”风格,平台应该销售品牌的库存商品,而不是新品或热销单品。

北京商报记者 王晓然 金朝力 王维伟