

京天红已发现4家山寨门店

北京商报讯(记者 郭诗卉 郭缤璐)网红炸糕品牌——京天红公开了最新的维权进展,目前已经发现4家山寨门店,7月9日,北京商报记者从京天红了解到,京天红向商标评审委员会提出对被恶意抢注的商标进行无效宣告及撤销申请,目前30类、35类、32类京天红商标均处于撤销/无效宣告申请审查中。另外,在维权打假的同时,京天红也加快了线下店面扩张计划,并启用新一代店面形象,如今正在筹备4家门店在近期开业。

此前,因一场商标维权案,京天红食府进入了公众视线。京天红食府创始人韩美俊对北京商报记者表示,京天红在今年4月密集提交了19个有关“京天红”的商标注册申请,同时组织律师团队向商评委提出对被恶意抢注的商标进行无效宣告及撤销申请,目前,30类、35类、32类京天红商标均处于撤销/无效宣告申请审查中。另外,目前在北京市昌平区、海淀区、丰台区、大兴区发现4家山寨门店。

“由于当时注册商标成本较高,加之知识产权及商标保护意识弱,没有对其他类别进行保护性注册。”韩美俊谈到,实际上,2018年底,京天红就已经发现有人在恶意抢注“京天红”商标。从中国商标网查询可以看到,刘某在2012年7月开始抢注“京天红”商标35类、30类及32类等国际分类,可用于炸糕、蛋糕、甜食、月饼等食品。进一步查询发现,刘某还抢注了“虎坊桥”、“地安门秋栗香”等商标。此外,在今年6月份,刘某将京天红合作伙伴凤起龙游品牌告上法庭,宣称其拥有京天红商标专用权,而凤起龙游在未经授权的情况下,擅自在其店面装饰、门头及产品销售中使用京天红字样,已经涉嫌侵权,单方面索赔20万元,目前该案件还在审理当中。

在打假维权的同时,京天红也开始在门店上下功夫。北京商报记者了解到,京天红目前在北京已经开设店面11家,筹备开店的4家将在近期开业。

6月全国快递业务量超50亿件

北京商报讯(记者 陈韵哲)7月9日,国家邮政局发布《2019年6月中国快递发展指数报告》,据测算,2019年6月中国快递发展指数为208,同比提高18%,呈现稳中向好的态势。上半年,行业总体保持高速增长。其中,现单月快递业务量规模达到50亿件以上,单月增量在10亿件以上。

从具体指数来看,发展规模指数、服务质量指数和发展能力指数分别为216.8、297.4和155.8,分别比上年同期提高了24.8%、23.9%和3.8%,表明我国快递市场的发展规模、服务质量和发展能力整体提升。

6月,快递发展规模指数为216.8,同比提高24.8%。从分项指标来看,快递业务量预计完成53亿件,同比增长25.3%,相当于日本2017年的全年业务量。快递业务收入预计完成630亿元,同比增长23.9%。上半年,预计累计完成快递业务量276亿件,同比增长25%。净增量55.2亿件,超过上年同期。预计完成快递业务收入3384.6亿元,同比增长23.3%,是同期服务业生产指数增速的3倍多。

二季度樱桃、荔枝、杨梅、水蜜桃等应季水果大量上市,业务量增长注入了强劲动力,行业增速明显加快。此外,电商促销提升增长动力。在商务部和国家邮政局组织开展的“双品网购节”期间(4月28日-5月10日)共揽收快件超过20亿件,同比增长28%;“6·18”期间(6月1日-18日)共揽收快件31.9亿件,同比增长26.6%,为业务量高速增长做出了积极贡献。

不过,上半年,快递服务满意度和重点地区72小时准时率略有下降,有效申诉率明显改善。满意度和准时率下降主要受制于农村地区快递业务量的激增。农村快递时限整体慢于城市,在一定程度上影响了行业的满意度和准时率。快递企业提供的产品更加丰富,服务形式也更加多元化,用户对快递品牌的认知高于对快递产品的认知,人们对快递服务的期望值高于快递服务水平的提升速度。

小红书数据:六成“90后”为国货“种草”

北京商报讯(记者 赵述评)似乎不经意间,国货成为了各大平台上的宠儿。7月9日,小红书发布了一组国货“种草”数据,数据显示超过500万用户在小红书种草和讨论国货,“90后”和“95后”是主力人群占比达61%。实际上,国货的消费主力军是以“90后”为主体的“国潮青年”。买国货、用国货、晒国货,已经成为“国潮青年”的一种新日常生活方式。

小红书提供的数据显示,2019年上半年,小红书平台关于国货的笔记数量同比去年增长116%,超过500万用户在小红书“种草”和讨论国货。在小红书的国货笔记中,“品质”“评价”“搭配”是被提及最多的三个关键词。小红书用户普遍愿意为高品质和能够提升“颜值”的国货买单。

在小红书上,对国货青睐有加的“90后”和“95后”占比高达61%。公开数据也显示,在18-65岁的消费群体中,表示宁愿多花一点钱也要买国产运动服饰品牌的百分比,从2010年的15%上升到2018年的19%。

众多带有历史感和岁月痕迹的文化正在“逆生长”,引得众多消费者纷至沓来。此外,有鲜明品牌主张和独特中国气质的新国货,也因抓住了年轻人的喜好而后来居上,成为社交网络上的“网红”。

根据小红书的数据,“种草力”领先的国货品牌中,即包括周大福这样拥有多年品牌记忆的国货,也有完美日记、橘朵等后起之秀。举例来讲,凭借有潮流感的设计元素、时尚联名款及彩妆教学笔记等,完美日记的品牌账号很快积累了167万粉丝,并在小红书平台产生了超过12万篇笔记。

小卖部升级便利店推至全国

连锁便利店发展再迎政策加码。7月9日,商务部办公厅发布《关于推动便利店品牌化连锁化发展的通知》和《关于征集品牌连锁便利店发展典型案例的通知》。文件要求,各地抓紧制定推动品牌化、连锁化、智能化的工作方案。直辖市、计划单列市和省会城市要在7月底之前将工作方案报商务部,其他城市于9月底之前报送。一场席卷全国的“小卖部”改造计划已经拉开帷幕。

鼓励品牌改造小卖部

提高便利店门店密度成为便利店未来在布局上的发展重点。事实上,尽管在零售领域各业态中,便利店近年的发展增速远高于大卖场、百货商场等业态,但总体来看,我国便利店的连锁化水平还有待提高。

中国连锁经营协会发布的数据显示,2018年中国便利店行业增速达到19%,市场规模超过2000亿元。不过,百强便利店企业的经营规模差距大,以中小规模的便利店企业为主。数据显示,超过1000家门店以上的百强企业仅有20家。有30%的企业门店数在100到200家。总体来看,便利店企业还处于起步阶段,规模普遍不大。另外,百强便利店市场的主战场还是在省会城市及省会以上城市,大约只有30%的企业来自于地县级市场。

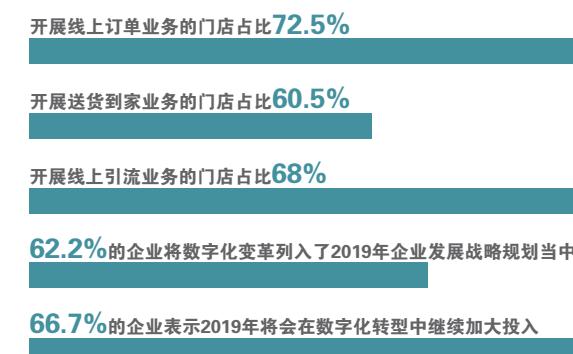
商务部针对我国便利店市场目前发展连锁化程度不高、布局不均匀的阶段性特征提出了发展要求。《品牌连锁便利店发展工作方案编制要点》显示,各地要根据不同区域商业设施状况、消费水平研究制定便利店等便民商业设施配置标准。推动落实新建社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积比例不低于10%的要求,加强便利店用房保障。要结合城镇老旧小区改造工作,利用疏解整治腾退出的空间资源,鼓励品牌连锁便利店入驻经营。

同时,还要鼓励推动医院、高校、体育场馆、公园、景区等公共服务场所向品牌连锁便利店开放门店资源。鼓励品牌连锁便利店企业改造提升老旧小商店、杂货店、小卖部等分散经营的便利门店。鼓励引进跨区域发展的知名品牌连锁便利店企业。

借力新零售

伴随互联网技术和大数据发展,新零售技术已

2018年便利店开展新零售情况一览



北京方案已先行落地

便利店作为最贴近民生的零售业态,直接关系着广大消费者的幸福度和获得感。事实上,2018年底,北京市商务局已经联合市六部门,印发了《关于进一步促进便利店发展的若干措施》,推出19条支持政策措施,进一步改善便利店市场营商环境,减缓店租与人力成本高企的压力。

企业也跟随外部环境的变化而做出不同的转型举措。对此,7-11北京副总经理朱赤兵透露,资本加剧了便利店选址的竞争,7-11北京也采取了新的选址策略,在既有区域坚持密集开店的同时,积极开拓新的地区,采取开发地图的方式加速寻找优秀选址资源。另外,好邻居为更好地优化商品和服务,也在今年提出“北京味”的定位,增加更符合北京人口味的鲜食小吃等,更好地满足消费者的接地气需求。

中国人大商学院党委书记黄江明表示,便利店密度衡量着一个城市的商业现代化程度,每三千人拥有一家便利店的话就能达到整体的便利化,每两千人拥有一家便利店的话,那就是商业的高度便利化。近年来,北京市政府已经推出了不少政策推动便利店发展。但是在人工、租金成本以及规模效益等方面仍面临较大挑战。对于便利店企业来说,还是要坚持单店盈利模式,应用新技术。对于政府来说,还需要在行政审批方面适当放宽,给予更多政策优惠。

北京商报记者 徐天悦

M关注
Market focus

麦德龙拍卖传闻再起 物美永辉入围

北京商报讯(记者 徐天悦)7月9日,有媒体报道称,物美和永辉超市参与的一个投资者团体都入围了对麦德龙旗下中国业务的最后一轮竞购,苏宁控股集团已放弃竞标。永辉已与高瓴资本联手,腾讯也在商议加入这个财团。知情人士称,最终入围者被要求于8月份发出有约束力的提议。知情人士表示,鉴于竞争激烈,交易对麦德龙中国业务的估值可能在20亿美元左右。对此,北京商报记者联系物美和永辉相关负责人,但截至发稿前,双方均未作出回应。

据悉,此前关于麦德龙出售中国业务已经传出多轮“绯闻”。2018年9月,外媒报道,据知情人士透露,德国知名批发零售超市麦德龙正在评估中国业务,包括出售股份和寻找合作伙伴等事宜。2018年10月份,麦德龙再次传出正在与银行洽商为旗下中国业务寻找一家合作伙伴。2018年11月又爆出麦德龙正在与腾讯洽谈合作事宜,具体消息将于不久后公布。今年3月,还有麦德龙出售中国业务并吸引到腾讯、永辉超市、中信产业投资基金的兴趣的消息。今年5月,路透社报道至少有8家

竞购者正准备对麦德龙中国业务的多数股权进行第二轮竞购,其中包括万科、永辉、腾讯、大润发、苏宁和阿里巴巴。

此前,麦德龙方面曾回应北京商报记者称,麦德龙寻找拓展自身业务能力的战略合作伙伴一事,目前处于早期,不予置评。麦德龙中国总裁康德近日在接受北京商报在内的媒体专访时也表示,中国对于外资零售商仍然是一个巨大的充满吸引力的市场,麦德龙目前在中国市场的B2B业务还有两位数的增长,也在不断开新店。麦德龙定位服务于中产收入的人群,他们在食品杂货上的花费通常为每周800元。10年前,这部分人群只占总人口的15%,今天这一比例已经达到了45%,今后十年可能占比会增加到2/3。麦德龙希望把更多质量好的商品以更好的价格卖给更多中国消费者,康德表示。

作为全球现代商对商批发业务的先驱,1996年,麦德龙在上海开设了它在中国的第一家现购自运批发商场,仓储会员制业态给中国带来了全新的商业理念。迄今,麦德龙在中国的59个城市开

设了95家商场,2017-2018财年销售额达27亿欧元。不同于其他零售商的是,麦德龙虽然也服务个人消费者,但更多针对酒店、餐饮、中小零售商和企业食堂等B端客户,这是麦德龙的不同之处也是优势所在。目前,麦德龙中国专注发展O2O商场、食品配送服务及福利礼品三大业务。

麦德龙中国总裁康德在今年1月时给出了理想的合作伙伴“画像”。一是可以让麦德龙更接近客户;二是可以在数字化方面帮助麦德龙快速提升;三是可以帮助麦德龙获得更适销对路的商品和改善供应链。商务部研究院流通与消费研究所副主任关利欣表示,麦德龙作为进入中国市场较早的大型仓储超市,在全球供应链、采购能力、食品安全等方面相对本土零售企业和电商企业都具有独特的优势。另外,以批发为主的经营模式也使麦德龙积累了大量中小型零售商、酒店、餐饮业、企事业单位、政府和团体等专业客户资源,这些会员信息也成为本土线上线下企业争夺的重要资源。麦德龙寻找合作伙伴的目标比较清晰,不过要最终确立合适的对象仍然不容易。

壮丽70年 奋斗新时代

京华大地调研行

北京商报讯(记者 陶凤 实习记者 刘瀚琳)如今走进位于朝阳区崔各庄乡的黑桥村,已不再是满目碎瓦平房,被改建成公园的黑桥村,有柏油路、行道树、广场音乐喷泉还有大片湿地。7月9日,北京商报记者来到朝阳区崔各庄乡黑桥村,从黑桥村第一书记处获悉,这座位于北京市东五环与机场高速之间的黑桥公园一期工程预计于本月底开园。

据黑桥公园设计师魏佳玉介绍,黑桥公园一大设计特色是,该公园设置18公顷水面,蓄滞洪21.6万立方米。同步规划建设的何里栖地公园和山水乃园将串联乡域内河湖水系,为朝阳区东北部新增水面和湿地近40万平方米。

“公园的湖面上会不时有野鸭到

见缝插绿:朝阳区黑桥公园7月底开园

访,甚至在黑桥公园的湖畔安家,这很大程度得益于黑桥公园的这片湿地建设,也是水质得到改善的力证。”魏佳玉说。

据朝阳区崔各庄乡社会公共服务中心主任赵立国介绍,2018年前,黑桥公园开工前,村里满是土路、平房。而后朝阳区制定出拆除违建、涵养生态、大幅增绿、全面落实城市总体规划和“疏解整治促提升”的要求,崔各庄乡也应势拿出一份《大生态建设总体规划》,黑桥公园则是规划中的一部分。

据了解,规划施行后,崔各庄乡黑桥村仅用3天时间,收回出租大院39家,疏解腾退面积达31万平方米。崔各庄乡2018年完成非宅回收85.5万平方米,拆除违法建设35.13万平方米,清理

整治出租大院28家,完成黑桥、南皋两个村的棚改腾退任务。

赵立国说,目前黑桥公园一期项目已基本建成,未来将新植4.76万株灌木,与温榆河绿色生态走廊连接起来,即可实现“城在水中、水在绿中、绿在人中、人在画中”的美好景象。

近年来,为实施“生态立乡,文化兴乡”战略,崔各庄乡将文化和生态元素融入黑桥公园的设计理念中,规划建设滨水区、生态保育区、林地体验区、耕读文化体验区、健身运动区及儿童区共计六大区,总占地面积约138万平方米,主要服务京旺家园、金盏家园等数万回迁居民及周边市民。

其实在朝阳区,黑桥公园并非唯一

“见缝插绿”成果,截至2019年7月5日,农村地区已拆除各类建筑561万平方米。其中,疏解商品交易市场1家,疏解仓储物流企业20个,疏解腾退出租大院公寓128家。

除崔各庄的黑桥公园外,常营地区、豆各庄地区、来广营地区、小红门地区、十八里店地区等一批大尺度建绿工程正逐步形成农村地区连绿成廊、连绿成带的大生态格局。

除乡村外,朝阳区还将“见缝插绿”理念贯穿到城市绿地建设中。为美化区域环境、给白领与附近居民提供更好的休闲场所,CBD管委会在原西南绿地项目基础上,打造了“城市森林”主题公园,这是北京CBD区域首个以“城市森林”为设计理念的城市公园,园区占地面积约1.8万平方米,已于5月开放。