

觅食森林将众筹 餐饮“新物种”怎么了



餐饮界的“新物种”觅食森林自开业以来一直备受关注。近日,北京商报记者独家获悉,觅食森林将于10月16日在多彩投新型空间众筹平台(以下简称“多彩投”)上开放众筹预约,筹集金额达800万-1500万元。此外,记者发现,觅食森林项目出现了8500万元的负债,对于是否用筹集资金填补负债等问题,觅食森林相关负责人表示,确实在与多彩投进行合作,但同样由于众筹期间不便进行宣传,未接受记者采访。

众筹即将开放预约

一位接近觅食森林与多彩投众筹项目的知情人士向北京商报记者透露,觅食森林项目将于10月16日下午3点在多彩投众筹平台开始预约。项目筹集金额为800万-1500万元,筹集模式为项目收益权,起投金额为5万元,每人限投90万元,投资期限为三年。预约时需交拟投资额的1%作为定金,如5万份额,则支付500元。

据介绍,投资者分红包括5万元、10万元和20万元三种不同方案,如投资5万元的共有100份,每人限购4份,收益为11%。如果项目年收入大于等于8000万元时,将额外分红1%;如果年收入大于等于9000万元,将额外分红3%。在额外福利方面,投资者每年可获得相当于投资额1%的京东卡或1.5%消费金,累计投资满50万元的投资者,将赠送1%的京东卡或1.5%消费金等。其中,选择消费金以电子券或实体卡形式发放,消费金在投资期内有效,可用于觅食森林内全部餐饮业态消费。

多彩投方面以众筹期间不便进行宣传为由,未接受记者采访。北京商报记者通过公开渠道了解到,多彩投是2014年注册的一家众筹平台,主要提供酒店、文旅、商业等众多众筹项目。记者在多彩投官网上看到,众筹项目多为酒店、民宿,而类似于觅食森林的项目几乎没有。

客流相对稀少

同在西单商圈,觅食森林与西单华威约饭街项目的客流相比,有明显差别。记者在周末和工作日多次走访后发现,觅食森林客流一直较为稀少,并有多个商家挂出“店面升级,商户已经撤场”的标示牌。即便是觅食森林内对用餐环境进行了精心布局,并且引入了火锅、东南亚菜等多种风味的美食,甚至还有歌唱表演,但客流增长并不明显。一位前来就餐的消费者表示:“来这吃饭主要是由于周边餐饮太火爆,根本排不上队,为了节省时间。”

从地理位置上来看,西单站是地铁四号线和一号线的交汇处,但距离觅食森林却有一公里之多。尽管觅食森林附近同样有灵境胡同地铁站,但这里的客流量少于西单站,并且在西单核心区,餐饮的种类和规模也基本能够满足消费者的需求。

其实,觅食森林也希望通过增加其他业态引流。上述知情人士称,觅食森林的一位负责人表示,互动、体验、文娱将是未来发展的趋势,餐饮作为高频多次的线下体验,具有更好的到店转化率,在这个基础上构建一个围绕年轻群体好吃好玩需求的商业闭环和粉丝群体。

商圈内部僧多粥少

事实上,筹集资金行为本身并不能反应项目经营状况的好坏。一位不愿具名的业内人士表示,众筹其实是一种融资,但通常参与众筹的项目规模较小,如果项目过大,不仅众筹会有难度,而且回报率周期较长,风险也会相应增加。

记者了解到,觅食森林是西单商圈唯一一家餐饮综合体,除了目前的竞争对手约饭街以外,食宝街也即将入驻“一街之隔”的西西友谊商城。对此,北商研究院特邀专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,餐饮应该是整个项目的一部分内容,而非全部。西单商圈不缺乏餐饮,消费者的选择余地很多,专程来此吃饭的人还是少数。此外,周围居民密度大小,餐饮需求就更少了。”

赖阳认为,跟中关村、合生汇附近相比,西单附近消费人群密度没有那么大。中关村西区有大面积的办公楼,办公人群较多,因此午餐时间就会出现大量出来觅食的上班族,晚间不仅仅是下了班的人,还有附近的居民、学生等,都给食宝街带来了大量的消费人群。同样的,合生汇的21block街区也有大量的消费者。但西单周围是个低密度的区域,居民不多,这边除了前来购物的消费者,更多的是在各个商业项目工作的人群,他们对于价格敏感度较高,消费也会更加理性一些,而即将开业的食宝街也会进行分流。”赖阳说。

另外,同在西单商圈内的西单商场也将进行改造升级。赖阳表示,商业项目的转型应该在整个商业街区体系当中去寻找自己独特的位置。由于西单商场周边的商业项目大都面临转型,竞争对手较多,所以它必须要考虑跟其他商业项目错位发展,评估周围竞争对手的发展情况,进行有针对性的改造。

北京商报记者 闫岩 王莹莹/文并摄

拼多多回应腾讯退出母公司股东行列:正常变化

北京商报记者(记者王维祎)10月14日,北京商报记者从工商信息平台天眼查了解到,拼多多母公司杭州埃米网络科技有限公司工商变更信息显示,林芝腾讯科技有限公司从股东中退出。与此同时,高榕资本合伙人张震不再担任股东、董事,腾讯投资管理合伙人林海峰退出董事之列。

相关资料显示,杭州埃米网络科技有限公司成立于2015年4月,法定代表人为拼多多联合创始人孙沁,该公司全资控股拼多多的运营主体上海寻梦信息技术有限公司,是拼多多的母公司。而林芝腾讯科技有限公司背后为投资机构——腾讯投资,由深圳市腾讯产业投资基

金有限公司全资控股。不过,最新数据显示,腾讯对拼多多的持股比例是16.9%,腾讯仍是拼多多的第二大股东。拼多多依托腾讯的社交体系,布局电商业务。

就上述事件,北京商报记者联系到拼多多相关负责人,该负责人表示:“属于正常变更,上市公司都会有这些变化。”他进一步表示,此次工商信息变更仅是境内公司的变化,与其他上市公司变更工商信息一样,上市后资本市场股东都不在境内上市公司继续担任任何职位。

今年7月26日,拼多多曾发布公告称,为遵循纳斯达克相关规定,公司于上市一周年时正

式对董事会进行变更,由6人缩减为5人,张震不再出任董事。

纳斯达克相关规定指出,上市企业董事会中超过半数的董事应由符合规则定义的独立董事担任;IPO后一年内,公司可豁免相关规定,IPO满一年后则需按规定施行。在7月26日的变更后,拼多多公司董事会5人名单中,陆奇、沈南鹏、杨荣文为独立董事,黄峥、林海峰为董事,以遵循纳斯达克规定独立董事占比“半数以上”的要求。

这也意味着,拼多多近日的董事会变更延续了此前体系架构,董事会成员涵盖投资、科研、企业管理、平台治理四大范畴。

关注 Market focus

麦德龙中国首次表态: 与物美合作后不裁员不降薪

北京商报讯(记者闫岩赵驰)

麦德龙进行了交易后的首次关于后续进展的表态,其情况与家乐福中国与苏宁的合作后的动作异常相似:稳定军心,保留品牌。10月14日,麦德龙中国总裁康德向所有的总部员工解释与物美的交易事件及后续工作安排。康德在接受媒体采访时表示,此次交易完成后,麦德龙中国的管理层和员工架构不变,不会裁员也不会降薪水,门店保持麦德龙品牌不变,未来也依旧会以麦德龙品牌在中国市场发展新店。

在分析人士看来,保留原品牌运营并不出人意料。对此,零售业专家胡春才认为,对于消费者,对品牌的信任是很重要的一个因素。一个新品牌建立后,首先会受到消费者的质疑。信任是需要企业通过长时间的培育来建立的。实际上,通过收购后,企业更多的是选择添加元素,而非替代。对于企业来说更加有利。例如,苏宁家乐福并没有单纯用家乐福,而是将苏宁的品牌添加进去。这样对企业会有一个增量效益。”胡春才说。

此前,在苏宁易购收购家乐福中国股份后,就仍然延续了家乐福中国品牌不变,一方面9月28日,全国200多家苏宁易购家乐福电器门店开业,另一方面苏宁制定了沿用家乐福品牌开设新店的计划:苏宁控股集团董事长张近东表示,未来五年内,在一到三线市场,将新开设300家家乐福门店。

另外,康德还回答了“为什么是物美”的问题。实际上,自传出麦德龙中国业务要出售以来,麦德龙中国并不缺乏买家。其中不乏永辉、苏宁等零售行业中的大型企业。物美在众多竞争者中并不算出众,直至最后一轮竞购时,面对纸面实力明显高于物美的永辉,麦德龙中国还是选择了物美。数据显示

示,在2018年连锁百强榜单中,永辉超市以7676773万元、销售增长率17.4%排在第六位,而物美,则排在第十一位。

康德在接受采访时表示:“我们选择和物美合作的原因是,合资公司必须和麦德龙一样,对食品安全、供应链和零售业务经营有相同的理念和承诺。在这些理念上,物美和我们有很大的一致性。物美多次承诺,麦德龙中国业务未来在既有战略上继续发展,比如我们在中国市场很成功的是B2B业务的快速增长,对终端消费者服务也有良好的可持续成长。”

同时,康德表示,物美有很强的数字化能力,这是麦德龙非常看重的,因为电商业务是未来重点发展方向之一,例如多点的生鲜电商。从康德的一番表态中,不难看出麦德龙看中的是物美的数字化能力。

据介绍,麦德龙中国通过与物美集团和多点Dmall的联合,将在采购方面受益。新合资公司将继续执行目前所有客户忠诚度项目,并履行麦德龙与批发业务合作伙伴、供应商及其他服务提供商的现有商业协议关系。此次麦德龙中国与物美结合,物美将通过多点数字零售科技赋能零售,补足麦德龙线上的短板。同时,帮助麦德龙实现线上线下一体化的数字零售解决方案。

有分析认为,中国本土零售企业的数字化能力正在受到全世界的普遍认可,本土零售企业近年来加快转型升级,实现技术赋能和业态创新,优势凸显,逐步缩小与外资零售企业的差距。无论是麦德龙中国与物美,还是此前家乐福中国与苏宁,在合作后都表达了对中国零售企业数字化能力的渴望。一方有品牌,一方有技术,零售界最近的合作看上去像是两场高度相似的各取所需。

爱沙尼亚与中方企业 洽谈跨境电商新合作

北京商报讯(记者闫岩实习记者

何倩)10月14日,爱沙尼亚经济部副部长维尔贾尔·卢比率领爱沙尼亚电子商务及物流企业代表团在北京希尔顿酒店举行B2B商务洽谈会议。此次参会的中爱企业共十余家,中方企业包括小笨鸟电子商务平台、中国民用机场协会、北京花儿朵朵花仙子农业有限公司等。会上,部分爱沙尼亚企业表示,近年来中国的电子商务发展十分迅速,很看好中国的市场潜力,希望能和中方企业在跨境电商和物流方面建立交流和合作关系。

来自爱沙尼亚的全球运输解决方案有限公司董事会成员Erki Lastik谈到,目前公司在中国西安、东莞、西安和上海等地建立了办公点,下一步,将在北京建立业务点。“中国是世界主要市场之一,其中北京是中国北方最重要的城市,有着完善的物流建设和充满活力的经济基础。”Erki Lastik表示,公司可凭借物流能力帮助中国企业发展进出口业务,既能将欧洲的商品例如红酒、奢侈品等运输至中国,也能帮助其出口商品到俄罗斯。

在和Erki Lastik交流后,小笨鸟跨境电商电子商务平台董事长助理李倩对合作很感兴趣:“尽管爱沙尼亚是一个小国家,但是我们看重它在欧洲的位置优势。在电商物流业务上,全球运输解决方案有限公司和小笨鸟也比较匹配,未

来我们会保持联络。”

塔林机场商业发展负责人Kaimo Sirak则表示,希望能与中方建立更多的航班路线,在航空货运量上也希望能达到一个更高的水平。在会上和中国国航、中国民用机场协会及投资者交流后,Kaimo Sirak认为收获颇丰:“这次和很多公司留下联系方式,也许在未来会展开更多的合作内容。”

近年来,爱沙尼亚和中国在跨境电商发展上热情不减。据2018年纳斯达克提供的数据显示,爱沙尼亚在2018-2019年的电商平均增长率达到35%,跨境电商业务发展迅猛,62%的爱沙尼亚人喜爱跨境购物。

而作为爱方企业高度关注的中国首都北京,于今年9月发布《关于开展第三批中国(北京)跨境电子商务产业园创建工作》,推进跨境电子商务产业园创建工作,带动北京跨境电商产业集聚化、规模化、体系化发展。目前,北京已建立11个跨境电子商务产业园。

中爱两国曾于2017年11月签署《关于电子商务合作的谅解备忘录》。根据该备忘录,双方将在中国-爱沙尼亚双边经贸混委会框架内建立电子商务合作机制,加强政策沟通,鼓励两国企业通过电子商务推广各自的优质特色产品,提高中国与爱沙尼亚的经贸合作水平。