

183个品牌大换血 国货成合生汇新宠?

品牌大规模调整

近期,合生汇开始对场内品牌进行大规模的调整。北京商报记者采访时看到,合生汇近期有不少新品牌开业,其中,位于合生汇负一层的拐角大店引入了国货美妆品牌完美日记,同时该层还引入了多个运动品牌的新型门店,如The North Face城市探索系列门店、LEVI'S形象店以及阿迪达斯三叶草门店。

值得关注的是,除了国货品牌完美日记,男装品牌速写的形象概念门店已在试营业中,中国设计师品牌卡宾门店、男装设计师服装店VGO也刚开业不久。国货品牌在商场中的比例大大增加。

在餐饮方面,北京商报记者看到,负二层电梯口处引入了日式烧肉门店牛侍;21区Block内也更换了一些新品牌,如Dogtastic热狗店、堂堂小伙夫、DAY BY DAY站着吃烤肉等品牌。

除了刚刚开业的新店之外,还有一些门店正在装修中。如,负二层的华为体验店、负一层的满记甜品、三层的儿童高定服饰FLOWER NINE,以及五层的福记茶楼、椒爱水煮鱼和六层的聚宝源等。

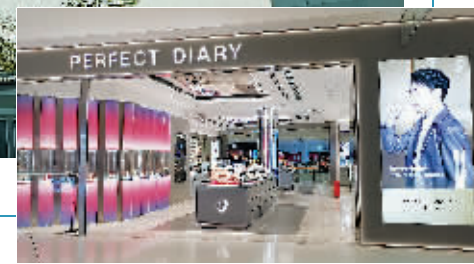
合生商业相关负责人透露,2020年朝阳合生汇总共招调品牌183个,目前已开业品牌为132个。同时,该负责人表示,本轮调整从2019年底陆续开始,截至目前调整已基本收官,预计在2021年农历春节前实现全部开业。

本土品牌占比提升

相比以往的商场调整,北京商报记者发现,本土品牌在商场中的比例越来越大。朝阳合生汇在此轮调整中引入国货品牌56个,较有代表性的品牌有蔚来汽车、华为旗舰店、initial、jnby by JNBY、TOREADX、完美日记等。国货品牌占到了新引入品牌的30%之多。

合生汇相关负责人表示,本轮招商调整除了国货品牌之外,还引进了一些潮流品牌和国

伴随国内商业日渐回血,一些出身于社交电商的国货品牌伴随疫情好转开始扩张线下实体市场。另一边,各大商场也开始靠引入本土品牌吸客。11月9日,北京商报记者走访朝阳合生汇看到,合生汇近期引入了一些新店铺,调整品牌接近200个。值得注意的是,不少国货品牌受到消费者关注,例如,蔚来汽车、jnby by JNBY、完美日记等。不仅如此,朝阳大悦城、祥云小镇也都在加大国货进场的比例。



际美妆,自调改之后,商场客流同比增长20%。虽然疫情期间减少聚客活动,客流数据明显下降,但随着疫情持续可控,客流与销售增长短时间内止跌回弹。截至2020年5月底,已基本恢复至去年同期水平,现在日均客流超12万人次。

其实,本土品牌的加大引入并不仅仅存在于朝阳合生汇一家商场中。疫情后期,朝阳大悦城也更换了不少品牌,如华北区首家国货彩妆橘朵、四川葫芦娃火锅、糖水川菜等;在长楸天街中,引入了北京首家贤合庄卤味火锅、popcorn潮牌店等。同时,双井富力广场、国瑞购物中心等一些大型购物中心均将国货代表品牌华为旗舰店、蔚来汽车等大型体验店作为主力店。

根据祥云小镇相关负责人透露,祥云小镇在今年6月以来引进新店铺34家,其中国货品牌有22家,占比达65%。截至目前,祥云小镇场内的国货品牌近150家,占商场内品牌数量的比例为66%。

国货品牌的崛起从电商数据上更为直

观。根据天猫“双11”数据显示,今年“双11”第一天,菜百天猫官方旗舰店涌入的消费者比去年“双11”当天增长了111%,成交额超预期超了80%。同时,在天猫产业带国潮直播中,联合佛山南海发放10万张消费券,带动成交额1.3亿元,直播间在线人数超过680万。

就单品来看,截至2020年10月,完美日记线下门店为200家。公开报道显示,完美日记预计在三年内开店600余家。根据第一财经商业数据报告显示,“95后”消费者偏好度较高的是国货品牌, TOP 10品牌中,国货品牌占到了七成,并以运动品牌为突出;同时,在消费的过程中,“95后”消费者喜欢搜索“完美日记”和“李宁”等品牌关键词。可见,除了新锐国货美妆产品外,像李宁这样的老字号国货品牌也受到了年轻人的关注和认可。

国货新契机

国货品牌逐渐走入消费者视线中,这与

品牌的定位分不开。盈石(北京)招商中心负责人向北京商报记者表示,越来越多的国内消费者开始回归消费理性,并且在内需拉动的整体市场导向下,消费者对国货产品性价比的认可及需求都在逐渐增高。尤其在以国内大循环为主体、国内国际双循环为轴的新格局之下,国货品牌占比还将持续走高。

在整个控制疫情的背景下,我国提出国内大循环、国内国际双循环的新发展格局,在政策的引导下,国货崛起正是购物中心发展新趋势之一。

步步高集团董事长王填在接受北京商报记者采访时表示,在国内大循环的经济格局形成下,国内实体商业以及国货品牌迎来了发展新契机,因为疫情下,国内消费者难以出国消费,国货潮流和线上线下一体化的新趋势渐显。

合生商业集团首席品牌官张西同样认同,我国提出的国内大循环、国内国际双循环的模式特别切合时机。在政策的引导下,

国内品牌和国外品牌在国内进行生产和投放的比重会加大。对于购物中心业态而言,一些国内设计师品牌能更好地在商场中孵化,且通过商品平台帮助本土品牌进行线上线下的打通和产业链垂直的货品生产、物流,这对于未来国货品牌走出中国市场至关重要。

盈石(北京)招商中心负责人表示,目前来看,进驻商场的更多是电子类、生活类的本土品牌,例如盒马鲜生、7FRESH等生活类品牌,更了解国内消费需求的它们,是以买手思路进行所售商品的集合,也是国内电商市场蓬勃发展后,反哺到线下的一种创新的零售。不过,本土化在服装服饰这类零售领域尚不凸显。

越来越多的本土品牌进驻商场,将进一步提升消费者对于国货的认知。盈石(北京)招商中心相关负责人表示,这种越发强烈的国货情结会让消费理性这一基本面更加稳定,也使得反哺到本土品牌发展的资金更多。

在招商方面,随着国内品牌增多,国际品牌进驻相应会逐渐变难。盈石(北京)招商中心负责人指出,从市场饱和度上看,目前在国内外对国际品牌的消费处于一种相对稳定状态,随着国内消费者越来越青睐国货,这意味着他们对国际品牌的需求将降低,很可能会出现部分国际品牌需要缩减门店规模,当然这是一个渐进的过程。

不过,上述负责人指出,目前与处在发展期的本土品牌相比,国际品牌在流量上有更好的担当,引进成本相对较高;消费者对于国货的认知度仍有提升空间,也使得国货品牌的持续经营能力更为稳定、更加可期。

北京商报记者 赵述评 刘卓澜/文并摄



扫码观看视频

订单暴涨包裹滞留 快递如何应对“双11”

11月9日,国家邮政局官网发布消息,国家邮政局党组书记、局长马军胜表示,抓住国家推动跨境电商等新业态加快发展的重大机遇,加快推进“快递出海”工程。

电商业态飞速发展,每一年的“双11”对于快递网点而言都如同一场大考:车辆调配、人力安排、数据统筹、业务考核指标等挑战着网点的运营能力,而末端例如驿站等若出现经营不善的情形,派送压力在“双11”期间将进一步被放大。为了减轻末端网点经营压力,部分快递企业正在城市转运中心上下功夫,以投放智能设备,直链快递员来提升分拣效率。

快递员:每天派件量上千

一个社区快递网点停止运营,导致大量包裹堆积;“双11”物流高峰期已致。

近日,北京商报记者在走访时发现,位于朝阳区罗马街区的一处快递终端网点突然关闭,里面的快递架和办公设备均已搬离。在现场,一位前来取件的消费者告诉记者,手机收到了取件的短信,却没想到网点空空。

据该网点负责人向北京商报记者回应,如需要取件,可以将快递单号以短信形式发给他进行查询。不过,对于关门的原因并未具体解释。而在10月底,一位快递员也曾向记者提及该网点可能即将关门:“主要是经营不善,其实网点倒闭的情形很常见。”快递员如此解释。

与此同时,附近的小区门口出现了快递井喷的情况,大量包裹沿路摆放。北京商报记者看到,截至晚上8点左右,一些快递员仍守着上百件包裹等待居民前来取件,人们正开着手电寻找自己的快递。一位快递员告诉记者,当前的派件量达到每天1200-1300件,下班时间延迟至晚上9点。另一位快递员表示,当前派件次数为一天两次,每晚会有30%的快件无人来取,派件上楼的人手不够,只能重新运回网点。

可见的是,从目的地城市的转运中心到

一二级网点,再到快递柜等末端设施,若是链条上任何一环出现波动甚至闭环,便会直接影响消费者的取件体验。同理,如果能在转运中心环节提高效率,对于整条派件线路也会发生明显作用。这成为众多快递企业升级转运中心的原因之一。

转运中心:分拣前置

当快递员在晚上为“双11”派件奔忙时,位于河北的中通快递京南转运中心正迎来一天货物到港的高峰期。每晚8点左右,17米长的挂式货车络绎不绝地驶入园区。由于货量较大,同一收货区的货物均以循环袋集中打包。平时一天到港100辆左右的货车,在“双11”期间达到了170辆。

在现场,京南转运中心操作组长郭浩达告诉北京商报记者,货车完成进港流程后,南方城市的水果、东北地区的粮油重货、义乌的小商品等便会搭上卸辅助伸缩机,途经传送带的摆轮,按北京不同区域滑落至不同的轨道。据介绍,京南转运中心一期和二期一共有4套交叉带自动分拣线,为双层立体分拣构造。其中,京南转运中心二期的自动化分拣线能达到7万件/小时的分拣效率,传送带速度达2.5米/秒,日吞吐量将可承载500万件以上峰值。每条分拣线最多只需150个员

工进行操作。

值得一提的是,当货物经过整理和扫描后来到供包区,便会沿滑槽分别滑落到循环袋中,而这1400个滑槽所代表的运输方向,不仅覆盖了北京南部一部分区域,还以三段码细分了快件归属片区,实现在转运中心将快件片区快件预分拣。这也意味着货物到达北京网点后,快递员无需分拣就能直接派送。

京南转运中心经理王召付告诉北京商报记者,转运中心能实现分拣前置,更重要的是能有效减轻合作网点在场地上的租金压力,不需要留出大面积分拣空间,又可以规避货物破损风险,提升派送时效。

此外,为了能最大效率利用运力资源,中通河北的转运中心与京南转运中心、北京转运中心进行系统协同,货车车厢与车头、司机能实现智能灵活调配,不再需要人工操作。

若是将时间倒推五年,在王召付的回忆里,那时北京的“双11”还充满了紧张气氛,“当时自动化设备的应用还在探索阶段,货实在太多了,很多环节还必须人力参与”。

据北京市邮政管理局的最新数据显示,1-9月,全市快递服务企业业务量累计完成17.39亿件,同比增长9%。其中,异地业务量累计完成12.22亿件,同比增长16.67%。

事实上,为了应对逐年攀升的快递量,近几年企业已投入大量财力物力升级转运中心、智能仓库、无人设备等来提升效率。例如圆通在“双11”前启动北方最大的转运中心——华北转运中心,全新引进1套双层、4套三层自动化快件分拣设备,最高日处理量预计可达600万件,能极大提高企业在京津冀地区快件中转处理能力。而在河南地区,京东物流在10月底升级启用郑州亚洲一号智能物流园区,整个智能分拣中心由高速自动矩阵、支线自动分拣机、传站自动分拣机等部分组成,日均可处理100万件。

物流基建:土地纳入规划

尽可能减少中转、分拣次数,减轻末端派送人员的工作强度,以技术手段加强分拣效率,这成为了物流企业探索的路径。一方面是为稳定物流网络的正常运转,另一方面则是以效率驱动赢得时效竞争力,从而在“双11”这类旺季高峰抓住增长机遇。

快递专业人士徐勇告诉北京商报记者,据他了解,目前一些企业在尝试设立分布式的小型分拨中心,既能实现城市整体范围的覆盖,与网点交通距离达到成本平衡的同时,场地投入等也没有那么高的要求。

“当前物流基础设施在拉动消费的环境下变得非常重要,需要国家的政策支持,我认为可以根据业务量情况进行相应的减税措施。”徐勇表示。

中国物流与采购联合会副会长贺登才则

认为,现代流通体系构建中的关键问题是用地问题。“土地利用应该纳入强制用途规划管制中,一个城市需要多大的物流园区、商场需要多大的配送中心、小区该有多少物流基建,都应纳入城市总体规划和土地利用规划。由于这类项目投资大、规划长、回报慢,所以并不受部分政府的重视。有些政府为了扩展市中心面积,将物流园区外迁,就会造成物流配送面积的扩大,难以保证食材运输的新鲜度。而有些企业以物流建设为由圈地,然而项目没做起来,最后又转变为房地产建设。”

北京商报记者 赵述评 何倩



扫码观看视频

北京文化产权交易中心挂牌项目

北京文化产权交易中心是以国有文化产权交易为基础,集各类文化资产交易和权益流转服务于一体的全国文化要素市场,同时也是集合各类文化金融创新服务的综合性平台。欲了解更多信息,请登录北文中心官方网站http://www.bceec.com,或联系北文中心刘女士,010-87537625。

项目编号:GBJ20200009 项目名称:国亨信益(北京)资产管理 有限公司25%股权 挂牌价格:500万元 项目简介:挂牌标的为【北京新京报传媒有限责任公司】拥有的【国亨信益(北京)资产管理有限公司25%股权】	项目编号:GBJ20200013 项目名称:北京北广传媒数字电视有 限公司38%股权 挂牌价格:4855.09万元 项目简介:挂牌标的为【北京北广传媒集团有限公司】拥有的【北京北广传媒数字电视有限公司38%股权】
项目编号:GBJ20200012 项目名称:北京瑞特影音贸易有限公 司100%股权 挂牌价格:6628.50万元 项目简介:挂牌标的为【北京北广传媒集团有限公司】拥有的【北京瑞特影音贸易有限公司100%股权】	项目编号:GBJ20200014 项目名称:鼎视传媒股份有限公司 54.05%股权 挂牌价格:6756.17万元 项目简介:挂牌标的为【北京北广传媒集团有限公司】拥有的【鼎视传媒股份有限公司54.05%股权】