

寒酥物业接手 比如世界看上医疗业态

自比如世界购物中心清退商户之后,新的“接手者”浮出水面。8月9日,北京商报记者了解到,寒酥物业接手运营原比如世界,未来可能以私立医院的形式进行改造。其实,从北京市场来看,近期有不少业主清退购物中心项目或是转手。分析指出,一些小型购物中心或者零散商户承租能力较差,对业主而言可能存在太多不确定性,相比之下,一些写字楼或医院等行业能够提供稳定或较好的租金回报,更受业主青睐。

新业主接手

比如世界购物中心并非单纯的内部调整,而是物业转手。北京商报记者从该项目商户获悉,比如世界已经转手给北京寒酥物业管理有限公司(以下简称“寒酥物业”)。记者从天眼查看到,该公司成立于2020年6月,经营范围为物业管理;房地产信息咨询;企业管理等。

此前,北京商报记者走访比如世界购物中心时看到,该商场只剩下负一层的麦德龙仍在营业,其余两层的商户已经全部清退。寒酥物业负责人向记者透露,当初比如世界购物中心二层全是教育机构,受目前教育政策影响,这些培训业态面临转型,加上疫情影响,很多商户都难以支撑下去。同时,该项目面临收租困难的问题,只有不到30%的商户能按时上交房租,所以不得不清退商户进行经营业态的转型。

或许是由于经营困难,所以导致了比如世界开发运营商比如世界房地产开发有限公司(以下简称“比如公司”)放手该项目。北京商报记者在阿里拍卖上看到,2020年6月29日,位于北京市朝阳区景顺路“比如世界”房产拟转让的招商公告显示,该项目为商品房,规划用

途为建材超市。建筑面积为地下一层、地上二层,建筑合计38744.2平方米。房下土地的建筑面积为21774.15平方米,绿化用地5800平方米。土地使用权类型为出让,使用权终止日期分别为商业、地下商业:2043年6月12日;办公、地下办公:2053年6月12日。

如何回归市场

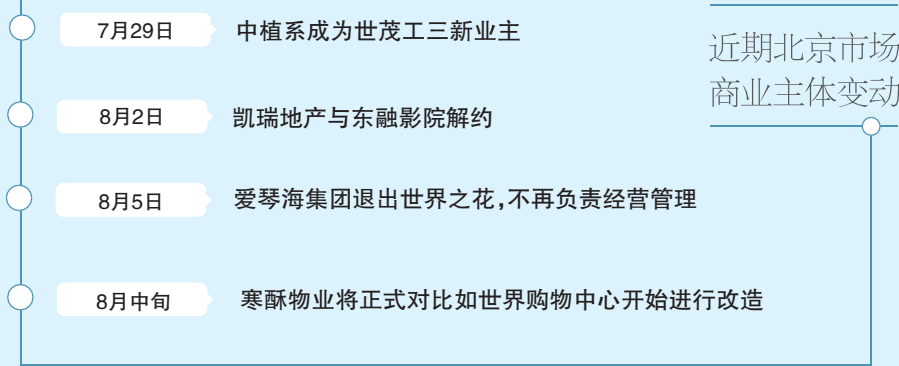
虽然比如世界购物中心此前面临收租困难,但便民业态的离开让不少消费者唏嘘。北京商报记者通过部分商户以及周边居民反馈得知,原比如世界购物中心可能会改造成医美医院,也可能是外资医院。不少周边消费者表示,影院和麦德龙对周边居民日常生活十分方便,并不希望超市和影院业态离开。

该项目具体要做什么,其实目前并没有定论。寒酥物业负责人表示,目前对外的大致口径是转型做医院,但都还没有最终敲定。“做什么?怎么做?其实需要依据之后的招商才能定夺。以麦德龙为例,从2009年签约至今,随着十多年的租金递增长,目前的租金来看,在市场上不算高。每个月的租金还不能覆盖寒酥物业接手后的项目维护费用。”该负责人坦言。

关于周边居民所期望的生活配套,上述



比如世界商场仅剩下负一层的麦德龙仍在营业,其余两层的商户已经全部清退。



负责人给出这样的详细答案:“麦德龙可能会走,但超市业态还会有,在规划中有2000-3000平方米的面积留给了超市业态。星巴克虽然目前也已经撤店,未来还是会返场。所以,生活配套的相关内容会在后续招商中陆续引入,不论是对商户还是周边居民,都有一定的生活保障。只是不可能再继续做教

育培训的方向”。

至于何时回归市场,上述负责人表示,自去年8月买下该项目到近日开始改造,该项目依旧面临很多问题,如水电路改造、线路老化等。具体开业时间虽然不定,但作为业主方一定是在保证安全的前提下越快越好。”该负责人表示。

回报率决定去留

到底是教育业态受影响还是购物中心难运营?北京商业经济学会副会长赖阳指出,虽然近期各种教育新规出台,但这对一些购物中心的教育培训业态影响有限,因为越来越多的教育机构转型,仍有较大的市场空间。反倒是一些小型的购物中心或传统商业需要整体转型,业主方对于运营主体的承租能力存有不稳定性,所以宁可进行转手,也要保证有固定收益率。

“其实类似于医疗美容等特殊行业的利润率比较高,往往愿意接手整栋建筑,同时还有很多新型行业都需要较大的建筑体,整租对业主方而言,有很好的收益率和租金回报,所以业主在权衡利弊的情况下,会选择这类项目。”赖阳解释道。

盈石(北京)总裁周睿认为,既要在长周期内保持一个增长态势,又要应对外部“黑天鹅”的冲击,对于购物中心而言,其实并没有绝对意义上的安全与稳定。本质上,购物中心都具有一定的生命周期,从培育期到提速期,再进入成熟期,可能也很快就到达衰退期。整个周期当中,都需要提前进行预判,做到不断地迭代换新,这也极其考验运营团队的前瞻性与创新力。与此同时,项目转手或业态转换其实是跟周边商圈的人口结构和消费需求相关”。CBRE世邦魏理仕副董事、华北区研究部主管孙祖天认为。

此外,想要打造一个体验感十分好的购物中心也越来越难了。赖阳表示,进行体验化、时尚化转型,做沉浸式的卖场固然能收获人气,但这个过程十分困难。即便有很多项目人气高,但收益回报并不高,所以,能做到有人气且高回报率的运营主体少之又少,不如转为其他用途。
北京商报记者 刘卓渊/文并摄

阿里巴巴同城零售业务总裁引咎辞职

阿里巴巴女员工被侵犯事件在8月9日凌晨迎来公司处理结果,除了涉事男员工被辞退永不录用,处理事件不当的同城零售业务总裁和HRG也纷纷引咎辞职。其中,此次引咎辞职的李永和担任同城零售事业群总裁,不久前刚刚升迁,他离职后,阿里巴巴尚未公布相关业务的进一步人事安排。对于饱受争议的企业价值观,在内部公告中,阿里巴巴董事会主席兼CEO张勇提出阿里接下来将在三个方面反思和行动,包括反对丑陋的陪酒文化等。不过,如此痛下决心的阿里能否实现“刮骨疗毒”还是未知数,9日当天,阿里巴巴(BABA.N)美股盘前跌2%,是市场给它的最新回应。

涉事男员工被辞退永不录用

针对女员工被侵犯事件,8月9日凌晨,张勇在阿里内网公布了阶段性内部调查结果和处理决定。同城零售事业群总裁李永和和HRG徐昆引咎辞职,涉事男员工被辞退,永不录用,其是否存在违法行为,警方正在调查取证。

张勇表示,事件对这位女员工造成了巨大的伤害,无论警方的调查结果如何;我们会尽全力关心和照顾好她”。

阿里阶段性内部调查结果和处理决定显示:鉴于王某承认存在和同事××在醉酒状态下有过度亲密行为,严重违反公司规定,予以辞退,永不录用。关于他是否有强奸或者猥亵等违法行为,等待警方的调查结论和行动。

不过,8月9日午间,王某去字节跳动面试的消息在网上流传,字节跳动相关HR对媒体表示,经过核查,王某近期确实在字节跳动某岗位招聘流程当中,且通过了第一轮初筛。候选人的面试时间的事件曝出之前,字节跳动的面试官和HR并不知晓情况。

字节跳动方面表示,在核查后,已经第一时间在人才库中备注了情况,并无限期终止该候选人王某招聘流程。如其违背法律、道德事件有明确结论,会将该候选人加入字节跳动黑名单,永不录用。

阿里巴巴集团首席人力资源官童文红也受到记过处分。阿里内部公告指出,在整个事件处理过程中,HR团队对人的关注、关怀不够,理性多了,感性少了,缺乏感同身受。同时,缺乏应急响应体系和存在严重的判断失误,在遇到涉嫌刑事案件的情况下,未能第一时间将当事人停职。这种种现象的背后是HR文化体系和能力的建设出现了重大问题。

张勇表示,阿里是所有阿里人的阿里,之所以痛,是因为爱,发生这样的事情是全体阿里人的耻辱;改变必须从每个人做起,但是首先必须从领导者做起,从我做起。请大家拭目以待。”

张勇在内部公告中宣布,阿里接下来将在三个方面反思和行动:一是开展对于包括性骚扰在内的员工权益保护的培训和调查,开通专门举报通道。员工的举报,将在确保隐私受到充分保护的前提下,由专人跟进;二是对性骚扰零容忍,由外部专家和员工代表共同制定《反性骚扰行动准则》;三是反对丑陋的陪酒文化,不分性别,阿里巴巴无条件支持员工拒绝陪酒。

刚宣布新一轮组织架构调整

此次引咎辞职的李永和担任同城零售事业群总裁,受侵害的女员工反映,事件发生后,她曾向李永和反映情况,但收到已读后,未等来任何消息回复。

对此,李永和在内网道歉称自己缺乏同

理心,缺乏视人为人的关怀。内部处罚决定认为,李永和作为事业群总裁,在这件事上的敏感性、重视和投入程度远远不够,没有主动作为,而一号位永远是业务和文化的第一责任人”。

公开资料显示,李永和于2018年6月加入阿里巴巴集团,任集团CEO张勇助理。2018年11月,任天猫超市事业群总裁。2020年4月天猫超市事业群升级为了同城零售事业群,李永和即任同城零售事业群总裁、阿里巴巴副总裁。

值得注意的是,今年7月,在阿里的组织架构调整中,李永和刚刚升迁不久,担任本地生活事业群总裁,同城零售事业群将保留淘鲜达和本地生活新零售团队,也继续由李永和负责。

根据阿里巴巴此前宣布的新一轮组织架构调整,同城零售事业群被拆分为两大业务板块,其一为淘鲜达与本地生活新零售业务,由李永和担任本地生活总裁,并向俞永福汇报,本地生活事业群原CEO王磊不再担任、另有任用;另一块为天猫超市业务及相关团队,该业务与天猫进出口事业群合并成立新的“天猫超市和进出口事业群”,由刘鹏任总裁,向张勇汇报。

此次出事正是发生在同城零售事业群中的淘鲜达,当事人正是出差山东济南谈当地的华联超市门店合作事项。

李永和离职后,阿里巴巴尚未公布该业务的进一步人事安排。

北京商报综合报道

市值缩水转型碰壁 百威亚太如何突破僵局

百威啤酒较早进入中国市场,一直霸占着高端啤酒的第一把交椅,现在却开始跨界推出了“0酒精”饮料,这背后的心酸或许只有百威知道。北京商报记者就两月前百威首推的“0酒精”饮料进行市场调查发现,百威植与气泡水月销仅500+,同期上线的黑氦月销仅200+,更是惨不忍睹。

近日,首次在华推出“0酒精”饮料植与气泡水与黑氦能量饮料后,百威又推出新品小菠萝,且同样不含酒精。两月内推出三款“0酒精”饮料,此举难道是百威在寻找新的增长点?百威相关负责人告诉北京商报记者,饮料类产品在整体业务量中尚占少数,该举只是一个尝试,并非业务重点。

不断进军饮料界的同时,百威持续加码高端产品品类。

百威亚太首席执行官杨克在财报中表示,透过实行营销途径策略,百威亚太加快了高端以及超高端组合在各主要市场的增长,并进一步丰富和扩展渠道和地域覆盖范围。

据悉,4月百威亚太宣布引进知名威士忌品牌“火龙肉桂”,以及“水牛足迹”、“Goldschlager”等其他知名烈酒品牌。去年9月,百威集团旗下高端预调酒品牌进入中国市场并发布梅柠鸡尾酒和裸气泡酒两款产品。

高端产品全面布局,拓展酿酒厂规模也在同期开展。据财报披露,百威计划在福建莆田兴建新的精酿啤酒厂,并拓展市内的现有酿酒厂,增至2000千万百升的产能,以支持高端产品线销量。

百威动作频频或有一定效果,但二季度销量下降仍耐人寻味。截至6月30日,上半年公司营业收入同比增长26%;总销量达45.88亿升,同比增长18.4%。但二季度百威亚太总销量25.09亿升,同比下降3.9%。

这还只是一个小麻烦。2019年9月30日,百威亚太在港挂牌上市,市值

3734.64亿港元,但截至昨日收盘,百威亚太市值仅剩2834亿港元,市值缩水近千亿。

香颂资本执行董事沈萌指出,百威品牌对消费者的影响力仍然存在,但在本土品牌和其他外资品牌加码投入营销下开始出现消退。市场条件无论怎样变化仍然会产生消费需求,百威亚太的发展不利更多原因是产生于其内部。短期内如果百威亚太不主动做出调整,外部压力并不会出现有利于百威亚太的变化。

沈萌指出,中国作为百威亚太的核心市场,因疫情和经济等方面因素,导致啤酒消费需求整体出现萎缩。与此同时,本土品牌也在不断挑战利润率高的中高端市场,对百威亚太的业务形成了双向挤压,而显然百威亚太没有做好应对措施。

数据显示,2018年中国高端和超高端啤酒市场份额,百威啤酒独占46%,遥遥领先。2019年百威虽仍是市场份额第一位,但较上年缩水4%,占43%。而期间青岛啤酒、华润雪花等分食了更多市场份额。

啤酒营销专家方刚指出,百威在高端层面仍处在领先地位,但很多国内品牌跟进的速度也非常快。雪花啤酒也提出三年内实现高端第一的战略目标,高端市场形成了激烈的争夺。啤酒行业的蛋糕是一个定量,此消彼长。

方刚指出,如今百威要解决的主要问题已经不能仅从产品、品牌和渠道层面去思考。百威的主力市场受到珠江、青岛、雪花、嘉士伯等巨头的渗透,这又导致百威在一定时间内有一些困难。百威或许会在组织层面的创新推动下一番功夫来解决问题。

中国食品产业分析师朱丹蓬指出,因为资本市场看的是未来的期待值和现在的利润,百威需要尽量把超高端业绩提上去,否则市值仍会进一步缩水。

北京商报记者 赵述评 实习记者 王微