

“双11”鸣枪

每天上百款买赠、特价商品链接进入直播间,数不尽的品牌推送着促销预告,2021年“双11”已经打响了第一枪。10月17日,京东举行“双11”大促发布会;“小时购”业务更是早于京东商城启动大促活动。在短视频、直播平台全年刷“超低价”的带货中,老牌电商在即时配送、合作线下中寻求增量。经历品牌争夺、价格互锤,今年“双11”将再度竞速时效。

比拼配送速度 “小时购”一路领跑

京东对即时配送业务有了更多倚重。10月17日,在京东的“双11”启动会上,京东集团及达达集团副总裁、京东全渠道到家业务部负责人何辉剑表示:“小时购”的“双11”活动将于10月18日晚8点开启,京东商城的“双11”大促则在10月20日开始。新业务早于主站先行一步,大有借“双11”一战成名的期待。

辛利军任京东零售CEO后首次亮相,为“小时购”站台,他在发言中强调,往年消费者会遇到“双11”结束1个月后才能收货的情况,今年京东将实现半小时、1小时完成配送。

在导流上,京东也为“小时购”开启了绿灯。京东在App首页推出的频道,可以根据消费者所在地理位置,提供附近3-5公里全品类门店和优质商品,并实现即时送达。

实际上,“双11”的配送速度也超预期地发展着。在数年的历练中,从曾经的次日达、当日达,到次晨达、小时达,再到现在的分钟级配送、秒级取件;“双11”大促时效不断提升,既是工厂直发、预售商品备货前置等多元

发货模式成熟的体现,也是物流基建数字渗透的有力证明。

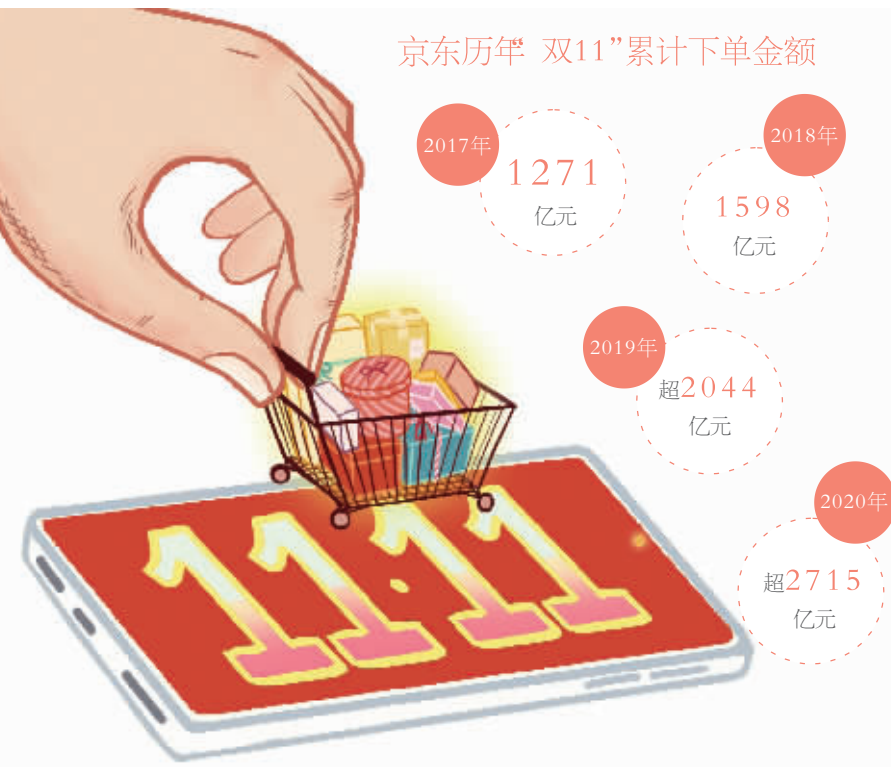
新品、国潮依然是电商寻求增长的爆点。“双11”期间,京东将上线超4亿件新品、超7亿件国潮商品。京东方面指出,新品供给的爆发也将带动新品类的高质量增长。今年京东“双11”,预计将带动超1200个新品类同比增长超100%。

同时,京东相关负责人指出,在品牌和商家层面,参与今年京东“双11”活动的品牌、商家数量均超过往年,尤其是时尚品牌的参与数量较往年有较大增长。

价格优势不再 低价成“常态”

“九成热销商品保价”以及特定时间节点的5折、秒杀、红包雨等等,在“双11”这场大促中,电商们仍在竭力拿出“低价”“低折扣”的排面。不过,“双11”的低价标签,逐渐在网红直播叫卖中被摘掉。

几天前,阿芙精油、河狸家创始人孟醒发文《李佳琦杀死双11》,认为“双11”不再拥有价格优势。如今的电商大促已经从一年2次变为了一年多次,各时间段促销力度几乎与6·



18“双11”持平,外加头部主播直播带货时的折扣力度颇为诱人,消费者的购物欲望有所减弱。

北京商报记者观察到,越来越多的明星、主播、网红开始在直播间造节,比如宠粉日、感恩节、生活节、服饰节、生日会等,打开任何一家具备直播购物功能的平台,主播们每个月都有大促。

当直播带货让低价的线上购物成为常态;“双11”还会是消费者唯一的选择吗?北京商业经济学会副会长赖阳指出,随着消费转向线上,整个市场商品流通结构发生了变化,相当多的传统线下消费已经转到线上,企业再进行价格优惠余地越来越小,大家实际上

已经把价格战做到了相对极限,所以要“双11”这一天再有极大优惠的难度比较大。

在赖阳看来,未来,线上的比拼要做到对实体制造的升级,从智能制造到云制造,通过制造效率提升,比竞争对手有更强价格优势。其次要增加设计和创意附加值能力,比如通过设计创意不再跟别人比拼价格,而是比拼独特性,这是线上商业销售未来的趋势。

发力最后一公里 即时配送能否突围

面对直播直接地切蛋糕,企业也应该重新思考促销活动的差异化之路。数字化

转型顾问、营销战略专家唐兴通指出,平台、品牌商家需要借助节假日促销更好地与消费者的需求和欲望进行匹配,而非简单地打折促销。

“最后一公里”,成为京东在“双11”中的新布局。零售商、品牌商对即时配送的态度也从抵触到积极参与,这也在推进零售数字化进程。

艾瑞咨询发布的《2021年中国即时零售行业研究报告》指出,即时零售消费者以“80后”“90后”为主,消费者对个性化、舒适化、便捷化的需求日益提升。2019年43.6%的即时零售消费者更看重配送时长,2020年消费时看重配送时长的即时零售消费者占比达48.3%,选择该因素的消费者占比排名从2019年的第四名升至2020年的第三名。配送时效愈发成为消费者在即时零售电商平台消费时考量的重点。

品牌、商家态度的转变,意味着消费者能选购的品类随之增加,尤其是生鲜消向着更丰富品类延伸。何辉剑指出,目前已有超10万家全品类线下门店接入京东“小时购”,包括沃尔玛、山姆、永辉、华润万家等商超,还包括丝芙兰、苹果旗舰店等专业店。京东“小时购”还与门店系统对接,打通了线下商品、库存、价格、会员等权益。

在即时配送的赛道里,不同的企业均占有一席之地。在“最后一公里”的布局上,越来越多的平台争相出手。此前,饿了么与永辉超市、步步高商业连锁、红旗连锁达成深度合作。中国商业经济学会副会长王耀认为,当商业的竞争围绕服务展开,即时配送将服务做到极致,将有利于提升商业竞争的价值。

北京商报记者 王经纬

众兴菌业跨界“饮酒”未果

众兴菌业(002772)今年6月以来筹划收购贵州圣窖酒业集团有限公司(原贵州茅台镇圣窖酒业股份有限公司,以下简称“圣窖酒业”)100%股权事宜,要做白酒生意。然而,近日众兴菌业却公告称重组终止,这也意味着众兴菌业靠重组实现双主业发展的计划玩不转了。值得一提的是,从披露的公告来看,今年8月25日众兴菌业就决定终止收购,但至近日才披露出来,众兴菌业也难逃信披违规之嫌。

收购计划黄了

在不少企业筹划收购白酒资产之际,今年6月,卖金针菇起家的众兴菌业也动心了。

彼时,众兴菌业披露的公告显示,公司拟以现金方式收购刘见、刘良跃持有的圣窖酒业100%股权。2021年6月20日,众兴菌业与刘见、刘良跃就公司收购其持有圣窖酒业100%股权初步达成合作意向并签署了《股权收购合作意向书》。

据了解,圣窖酒业成立于2011年6月30日,注册资本为14400万元。圣窖酒业坐落于中国酒都仁怀市茅台镇7.5平方公里酱香型白酒核心产区,自成立以来专注于酱香型白酒的研发、生产和销售,是茅台镇重点酿酒、储酒企业之一。

众兴菌业是专业从事食用菌研发、工厂化培植与销售的现代农业企业,主要的产品为金针菇和双孢菇鲜品。众兴菌业的此次重组属于跨界。

对于上述交易,众兴菌业认为,公司在做好食用菌产业的同时,积极寻找新的利润增长点,实现公司的双主业发展,从而巩固上市公司的综合竞争优势,增强上市公司抵御风险的能力。

如今,该收购却以失败收场。10月16日,众兴菌业公告称《股权收购合作意向书》签

众兴菌业近两年及一期相关财务指标一览

(单位:亿元)

时间	营业收入	归属净利润	扣非后净利润
2019年	11.56	0.68	0.38
2020年	14.83	1.89	1.47
2021年1-6月	7.04	0.13	-0.15

署后,公司积极开展了尽职调查工作,聘请了立信会计师事务所(特殊普通合伙)作为本次收购的审计机构,聘请了开元资产评估有限公司作为本次收购的评估机构,委托国浩(北京)律师事务所作为本次收购的法律顾问,公司也抽调专人做了尽职调查。期间公司与交易对方、标的公司及各中介机构进行了多轮次的沟通磋商,初步达成一致意见。但因市场环境发生变化等原因,2021年8月25日公司决定终止本次收购,随即公司与交易对方就终止涉及的相关事项进行了多次沟通协商,争取取得对方的同意。最终经多次反复友好协商,目前双方就终止相关事项达成一致。

伴随着重组的终止,圣窖酒业曲线上市的计划告败,众兴菌业欲通过此次收购打造双主业发展的计划落空。

被疑信披违规

从众兴菌业的公告内容来看,在8月25日公司就决定终止收购,时隔50多天披露终止重组的消息,众兴菌业被疑信披违规。

对此,北京商报记者致电众兴菌业董秘办公室进行采访,不过对方电话并未有人接听。

财经评论员张雪峰认为《证券法》股票上市规则》对上市公司的信息披露义务都做了明确的规定。当上市公司发生可能对其股票交易

价格产生较大影响、而投资者尚未得知的重大事件时,上市公司应当立即履行报告和披露义务。上市公司应该在监管部门最低要求的基础上,尽自己最大的努力做好信息披露工作,尽量保证公司信息的透明和对称,而不能以有关法规未作出具体规定作为借口而拒绝或逃避信息披露义务。

张雪峰进而表示,众兴菌业这份“迟发”的公告,有可能会涉嫌信披违规。因为公司终止收购圣窖酒业,这样的信息对于公司股票交易价格产生重大影响,应当及时披露。二级市场上的股票牵涉到的利益众多,如果该上市公司存在一些其他行为,和信息延迟披露相互配合,甚至可能会涉嫌证券市场上的内幕交易行为。

需要注意的是,在披露要进行重组的消息后,众兴菌业曾迎来一波爆炒行情。据东方财富显示,6月21日至28日,众兴菌业6个交易日连续涨停,区间累计涨幅为77.17%。

投融资专家许小恒表示:“终止重组等负面消息下,众兴菌业的股价将迎来压力测试”。

在终止重组的公告披露后,众兴菌业的股吧也炸了锅!不少投资者表示“开始数跌停板”。据东方财富显示,截至2021年6月30日,众兴菌业的股东人数有5.784万户。

业绩方面,众兴菌业承压明显。众兴菌业预计今年前三季度实现的归属净利润亏损4500万至5500万元。

北京商报记者 刘凤茹

中国北京种业大会今日开幕

10月18日至22日,第二十九届中国北京种业大会将在北京园博园举行。大会设置1场开幕式、4场峰会,其中,第二届中国玉米种子及产业链峰会将于10月18日下午在北京园博园主会场“园博厅”举行;首届中国北京国际种业论坛”也将在10月19日举行。

玉米是全球第一大作物,170余个国家和地区种植玉米,三分之一人口以玉米籽粒作为主要食粮。我国种植面积位居全球第一,产量全球第二。玉米产业的发展,经过快速增长和调整下降两个阶段,如今正迎来新一轮发展期。

北京科技资源丰富、科技人才众多,集聚了大量玉米产业链条有关科研单位及企业,具备引领玉米产业发展的坚实基础和独特优势。通州区是北京种业发展的重要芯片,北京通州种业创新示范区正加快建设。通州区以副中心产业提升为契机,谋划制定产业政策,力争吸引国际种业资源落地。

记者了解到,第二届中国玉米种子及产业链峰会以“种业振兴 产业融合 粮安天下”为主题,由中国种子协会、通州区人民政府、北京种业协会主办,发挥我国第一大粮食作物——玉米科技创新引领作用,促进北京种业高质量发展,助力种业振兴。

峰会采用线上线下融合模式,以种业为核心,涵盖玉米产业育种、栽培、食品加工、饲料原料、国际贸易等环节,是打通玉米全产业链的重要平台。

杰出的资源材料,是夯实种业科技创新的物质基础。峰会设置“全国杰出贡献玉米自交系”推荐活动,活动由中国种子协会、中国作物学会玉米专业委员会、北京种业协会联合举办,将在第二十九届中国北京种业大会开幕式上发布。

玉米具有粮食、饲料和工业原料、酿造等多种用途。为充分发挥大会平台

作用,搭建玉米新品种展示交流平台,峰会征集了一批玉米品种,在通州国际种业园进行田间种植展示。本次峰会还设置了玉米产业链展览展示区域,通过对玉米应用成果的展览,让参会人员更全面认识玉米产业链有更全面的认识,推动产业上下游的融合。展示内容包括科研院所、大型企业关于玉米育种、生产、应用等产业链方面的产品、成果。

此次峰会的举行,将有力推动北京市玉米种业及相关产业健康发展,支撑全国玉米产业全面升级,进一步从源头保障北京及全国食品安全、稳定供应。

当前,我国正加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。我国种业面临诸多挑战,既有跨国种业巨头的冲击,也有“走出去”转型升级的困境。无论对育种资源的引进保护利用、育种成果的商业化应用,还是从种业发展的自身角度看,国际化仍是我国加快种业发展、推进种业振兴的必由之路。

10月19日,首届中国北京国际种业论坛”也将在北京园博园丽维赛德酒店举行。为更好促进种业对外开放,让国内企业更好地了解相关政策和种业现状,更多参与国际交流与合作,北京市海淀区人民政府与中国种子贸易协会决定联合举办本次论坛。

论坛将围绕种业政策创新与保障、种质资源创新利用、前沿技术应用与监管、种业知识产权保护与维权、国际贸易与合作、企业创新与发展等多项内容,多维度思考、探讨构建种业创新体系,推进种业振兴行动方案实施,实现我国种业自立自强。

论坛将依托“线上直播平台+线下现场会议”的双通道模式,线上平台可对论坛内容进行留言互动,线下现场将配备同传翻译,全力营造专业化、品牌化、国际化的线上线下视听盛宴。

北京商报综合报道