编辑 吕银玲 美编 白杨 责校 杨志强 电话:64101673 syzx10@126.com



开栏语:"内九外七,皇七禁城四"早已不能完全囊括北京商业。新消费、新业态催促之下,北京商业脱胎换骨,商业掌舵人日夜兼程、山后练鞭。消费场景日新月异,新消费方兴未艾,新老交织的商业力量,润物细无声地改变着生活。商业之治,北京这座城市有说不完的故事。在求索建设国际消费中心城市的路上,一张有关商业的新书卷正等着展开。

数字技术加持线上"菜篮子"求解高效配送

□ 几年前,一定没人会想到,一日三餐所需的食材能由配送员送货上门。渐入寒冬,生鲜平台的送货上门服务就显得更为重要,它们就像是移动的菜篮子、米袋子,丰富着人们的一日三餐。活海鲜、现切毛肚……越来越多的食材实现30分钟达,离不开生鲜平台通过数字技术在供应链各环节上降本增效,线上"菜篮子"猛增的订单量便是用户们用脚投票的结果。然而,如何能在防疫常态化下保证民生商品安全稳定地供给,北京仍在奋力书写着答卷。

到家人户品类扩充

在60多份订单中,每日优鲜配送员杨勇 再次看到了一个熟悉的地址和人名。对方告 诉他,由于家里没人,订单里有冻货,希望他 将食材放进冰箱。随后,杨勇收到了客户发来 的电梯和进门密码。

北京这座超级大都市里,人们与骑手的 会面往往只是短暂的货物交接。而杨勇能获 得允许将食材送进家门,便是基于其与客户 长达四年之久的信任积淀。每次配送完成后, 为了防止密码泄露,杨勇会将短信删除,他格 外珍惜这份心照不宣的情谊。杨勇在北京已 经奔波六年多,从他手中接过新鲜食材的家 庭难以计数。与其被称为骑手"杨勇们"更像 是为北京日常运转供给能量的守护者。

事实上,线上下单买菜已经成为北京消费者们日常生活的一部分。不同于早年只能去超市、菜市场采购一日三餐所需的生鲜,现在众多到家配送的平台几乎是'见缝插针'"般塞满了生活;下班还未到家菜已经送到了"成了稀松平常的事情。

据叮咚买菜数据显示,自平台进入北京 市场以来,华北区域的蔬菜品类数量已增长 135%至400个左右。为满足需求,在普通叶菜 等基础上,平台还开发了有机蔬菜、供港基地蔬菜等特色品类。在10月,华北地区的特色蔬菜销售额在该区域蔬菜总销售额中的占比已达到11%。

与此同时,为了让受疫情影响的用户吃上新鲜菜,近日,生鲜电商们除了在小区门口设立无接触自提点,还加大了供货补给。盒马北京回龙观店店长陈从军表示,为了确保疫情区域门店货源充足,盒马日常补货次数已经是平时的2-3倍。

线上手机买菜这个改变虽然是从年轻人 开始,但越来越多中老年客户也愿意在线上买菜了,一些不太会操作应用的老人还会前来店 里询问杨勇如何下单"。主要是人们发现线上 的商品质量和线下已经很相似了,因此四五十 岁的用户群增长得很快。"杨勇表示。

分拣不再靠记忆

如今,生鲜电商在北京争相落地开花。六年多时间里,每日优鲜望京东仓的品类从几百个扩展到4000余个。蔬菜水果、日用百货之外,从鲜花、活海鲜、鲜切肉,到半成品、自有品牌,无论娇贵易损还是做工复杂,各种品类已经在北京用户的手机页面上占据了一席之地。



在每日优鲜前置仓,杨勇快速找到商品对应的库位,不但要快,还要准,确保万无一失。企业供图

生鲜电商有底气挑战这类商品,离不开数字系统对供应链各个环节的精准分析,从而实现产销全流程的降本增效。据杨勇回忆,刚人职的时候,前置仓的货物分拣全靠拣货员的记忆,一旦货物多了,既耽搁拣货时间,还会影响骑手配送。现在每个品类都有相应的库位,巴枪一扫描就能确认商品信息,拣货时间从过去的十几分钟缩短到两三分钟。

骑手系统也在迭代。人们不仅能实时看到骑手的位置,还能收到货物放在指定位置的图片。杨勇也不用像过去般挨个寻找打印纸上的客户电话,或者兜里揣着几个硬币防止电瓶车没电。骑手端自动拨号、地图规划最优路线等新功能日益完善,将曾经2小时的配送时长缩短为人们熟悉的30分钟。

不过,当配送端已实现高效运作后,平台 们的竞争火力便向商品端转移,向上游寻找 成本更优、品质更高的产品。冬季颇受欢迎的 火锅品类,便是洞察电商供应链能力的窗口。据介绍,从今年9月底,盒马上线了900余种鲜品食材,同比增长超20%,一些食材的保质期仅为3-5天。同时,这也倒逼着传统肉制品供应商对供应链进行升级改造,将冻品改为鲜品,并提升运输效率。

基于大数据加持的订单作业方式,让电商供需两端无缝衔接成为可能"过去想着卖完就行,比较盲目,库存也剩余很多,但现在仓内上了系统,能分析和预判用户需求,库存周转明显好转了,蔬菜鲜肉在晚上基本能售罄。"杨勇称。

提升应急保障能力

然而,在防疫常态化下,如何保证民生商 品安全、高效、稳定地为北京的日常运转供给 能量,成为政企必须共同思考的课题。叮咚买 菜公共事务副总裁安琪表示,叮咚买菜在北京有6个大仓,在疫情发生后,订单需求猛增,北京仓储资源一直处于供不应求的状态,在租金和设施条件上符合电商需求的仓库资源很稀缺,因此企业配送成本预计未来也会上升。

据安琪介绍,由于每个大仓的作业要求、设施条件不同,对仓库的存储功能造成一定局限。生鲜、日用百货等不同温层需求的商品,需在各个仓库分开保存,这在一定程度上造成了生鲜行业物流成本偏高的现状。

要想加强北京商贸流通能力,中国农业 大学国家农业市场研究中心主任韩一军认为, 首先要推动优化流通格局,在促进传统农产品 批发市场供应链体系优化升级的同时,推动建 设农超对接、基地直供、后置仓等新兴农产品 供应链体系,打造多元化农产品流通格局。其 次,推动农产品市场数字化、智能化建设,补齐 设施短板,健全农产品流通骨干网络。

韩一军表示,既要加快发展农产品冷链物流,提高农产品流通效率,还要做好重要农产品储备工作,着力建立 政府委托,企业代储,社区小藏,家庭自备"的多层次储备体系,实现政府储备、生产环节和流通环节的社会储备相结合,提升在紧急时期北京农产品市场的应急保障能力。

据了解,例如建设冷链物流枢纽上,当前 北京4个项目获得了中央预算内投资支持,将 于2021年底完工,位于顺义、房山和平谷马 坊。其中,平谷首都食材共配中心将为多家餐 饮企业提供贮藏、保鲜、包装和运销等服务, 建成后蔬菜年周转能力将达3万吨,年配送能 力5万吨。而房山区肉类冷链物流配送中心将 重点服务超市及企事业单位食堂等。

北京商报记者何倩

太古里扩张 泛三里屯商圈显露雏形

北京潮流地标三里屯商圈即将上新。10月 27日,北京商报记者走访三里屯发现,还有一周就要开业的太古里西区已经呈现出内部品牌矩阵,不乏全球旗舰店和首店。同时,不远处的工体复建雏形和商业规划也已经出炉。整个三里屯商圈的业态相比以前更为丰富。分析指出,想要成为首都文化消费新地标和区域发展新引擎,三里屯商圈还需要在人性化软件服务上下功夫,尤其是交通规划,这样才能让消费者有更好的体验。

品牌首店、旗舰店云集

作为三里屯商圈的核心地标,太古里在不断地自我更新。原定于11月2日营业的太古里西区正在紧锣密鼓地筹备中。北京商报记者走访发现,整个外部的围挡已经拆除,内部品牌也有露出。从外面可以看到,目前进驻的品牌有优衣库、迪桑特、MANNER咖啡等。

三里屯太古里相关人员透露,在西区的品牌阵容中,不乏品牌首店和旗舰店。其中,优衣库为全球旗舰店,迪桑特为全国首家概念空间店,此外还将有NIKE RISE北方首店、陶陶居北京首店等进驻。

据介绍,太古里西区项目占地面积约4200平方米,可租赁面积约12800平方米,该区域从地下到地上总共11层,其中地下3层,地面上8层。上述人员表示,目前太古里西区已完成全部招商,会在11月陆续开业,西区的定位为三里屯太古里南区的延伸,增强了娱乐与社交属性。

除了西区,太古里还将向北扩大。不久之前,朝阳区人民政府、北京公共交通控股(集团)有限公司、太古地产签署合作框架协议,将携手改造位于三里屯太古里北区北侧、朝阳区新东路2号的北京公交集团维修场站,为更多的首店、旗舰店提供承载空间。

朝阳区副区长杨蓓蓓表示,该项目建成后, 将打通 文化三里屯"的南北纵线,有效实现与 北京东北部商圈、商务区之间的联通。

新工体等地标崛起

在三里屯商圈,唯太古里一家独大的现象 正逐渐弱化,那里花园、机电大院等地标纷纷崛起,让三里屯的标签也更加丰富。据了解,新工 体改造复建完工在即,在2023年亚洲杯举办之前,新工体还将为三里屯带来商业新增量。

北京商报记者获悉,未来的工体为集体育、购物、休闲、文化、娱乐等功能于一体的综合性消费载体。其中,新建的地下商业空间将定位为时尚商业配套。相关人员表示,未来新工体还将引进国内外高端品牌首发首秀,成为北京城市的夜经济打卡地。据记者了解,工体会与城市轨道交通无缝连接,商业部分为地铁上盖项目,连通地铁3号线和17号线。

同时,位于工体对面的世茂工三已经摆脱了烂尾的结局,被中植系收购。不论是未来资产证券化还是自己运营,也都会在亚洲杯和地铁贯通的利好下迎来生机。

杨蓓蓓表示,不论是三里屯西区开业、工体 2022年亮相,还是世茂工三迎来新的运营方,这 一系列新变化都将助推三里屯地区成为首都文 化消费新地标和区域发展新引擎。

三里屯太古里相关人员表示,太古里西区整体优化也是未来三里屯区域城市更新发展的一部分,这样能够为北京商圈注入更多时尚活力和消费热点,助力文化三里屯"和国际消费中心城市建设。

项目联动形成合力

三里屯商圈的变革对北京建设国际消费中心有助推作用。杨蓓蓓表示,按照北京市打造国

际消费中心城市的总体部署,朝阳区结合区位 优势、功能定位和发展特点,促进产业结构和消 费结构 双升级",有力支撑北京市高质量发展。 朝阳区下一步将持续发力推进国际消费中心城 市主承载区建设。

杨蓓蓓强调,会积极培育新消费品牌,支持本土消费品牌发展。提升区域消费活力,支持重点商圈、特色街区围绕潮朝阳"持续开展三里屯太古里灯光节、国潮博物馆、冰雪潮之双奥之夜等促消费活动。还将持续推动商圈转型提升,支持社会力量参与城市更新,推动太古里西区改造升级,增强消费对经济的基础贡献。

想要成为国际消费中心的一分子,三里屯还需要在软件上下功夫。在北京商业经济学会常务副会长赖阳看来,三里屯商圈内的太古里拥有大量客流和人气,溢出效应较大。所以,伴随周边一些项目的更新和人市,消费者向周围溢出,更多的商业资源能够逐渐承载三里屯商圈的客流。不过,伴随太古里的扩大,整个人性化的交通环境、人车分流的规划以及通行体系的完善,对于整个三里屯商圈提升是至关重要的。

"在交通环境中,人车不分流会给整个商圈带来很大的交通压力,而且来往行人也不方便,从而可能导致割裂整个商圈各个项目之间的互动。此外,以三里屯太古里为核心的基础上,如何把周边项目和其他的商业资源整合在一起形成合力,共同去发展才是整个商圈的重中之重。"赖阳表示。

对于如何形成合力这一方面,中购联购物中心发展委员会秘书长郭增利同样指出,三里屯商圈目前已经拥有一定的人群基础和区域特征,不过,除了太古里之外,其他项目的客流还不够理想"要借助太古里的影响力,为其他项目带去客流,让商圈内的项目形成联动,才能强化三里屯商圈的特色和地位"。

北京商报记者刘卓澜

鸭绒代替鹅绒被罚 哥伦比亚、加拿大鹅还是凛冬标配吗

北京商报刊(记者郭秀娟张君花)继加拿大鹅被罚后,哥伦比亚羽绒服因鸭绒代替鹅绒收到罚单。10月27日,哥伦比亚运动服装商贸(上海)有限公司(以下简称哥伦比亚上海")因羽绒服虚假宣传被罚1万元。业内人士表示,或基于成本、利润等因素,哥伦比亚、加拿大鹅等品牌用成本低的鸭绒代替鹅绒,但这会对其品牌形象造成很大的不利影响。

天眼查信息显示,哥伦比亚上海销售的一款羽绒服商品详情标注其填充物为灰鹅绒,而实际为灰鸭绒。另一款羽绒服标注面料为92%聚酯纤维和8%氨纶,而实际为93%锦纶和7%氨纶,违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》。因对商品或者服务作虚假或者引人误解的宣传,哥伦比亚上海被上海市徐汇区市场监督管理局警告并罚款

据了解,哥伦比亚上海为美国著名户外品牌哥伦比亚在华子公司,经营范围主要包括服装、鞋帽类及其保修用品、针纺织品、旅行及运动包袋等。旗下羽绒服产品价格在千元左右。哥伦比亚上海自2014年成立以来,主要负责该品牌的中国业务。数据显示,截至2017年底,哥伦比亚上海在中国开设了86家零售店。

无独有偶,此前加拿大鹅也因虚假宣传被处罚45万元。据了解,加拿大鹅关联公司希试(上海)商贸有限

公司在旗舰店发布的内容中声称,其 所销售的产品所用的羽绒混合材料 "均含有Hutterite羽绒,这是优良且 最保暖的加拿大羽绒"。

但据上海市黄浦区市场监督管理局调查,加拿大鹅所销售的大部分商品并非使用了保温性能最好的高蓬松度鹅绒,而是使用了蓬松度较低

除加拿大鹅、哥伦比亚深陷虚假宣传外,曾一度与加拿大鹅比肩的美国户外运动品牌北面似乎也没能幸免。今年5月期间,北面因旗下冲锋衣产品名不符实、整改效果不佳等问题,在天津被约谈。虽然北面方面称不存在虚假宣传情况,但却也无法消除其产品备受质疑的影响。

上海良栖品牌管理有限公司总 经理程伟雄表示,目前市面多品牌羽 绒服用鸭绒代替鹅绒,主要还是成本 不一样造成的。鸭绒的成本价格相比 较鹅绒的成本较低,这就不排除一些 品牌为了更多的利润销售一些假冒 份公产品

就相关问题,北京商报记者联系 哥伦比亚上海、加拿大鹅进行电话采 访,截至发稿并未接通。

在深圳市思其晟公司CEO伍岱 麒看来,虽然这些品牌有着一定的热 度,但产品问题会引起消费者对品牌 的不信任感,尤其像加拿大鹅这种高 端品牌,产品质量尚且无法保证,会 让消费者体会不到品牌的高价值,这 也会在一定程度上让消费者转而消 费其他品牌。