

“爆炸西瓜”影响不大 京城西瓜大量上市价格走低

商报讯(记者 何衡柯 通讯员 张艳妮)记者昨日从各批发市场了解到,受江苏省的“爆炸西瓜”影响,京城西瓜销售受到一定影响,加上上市量增大,价格降低。

江苏省丹阳市的未成熟西瓜在地里裂开,致使西瓜爆裂的膨大加甜剂被推到公众面前,一时间人们对个儿大味甜的西瓜敬而远之。记者昨日从北京新发地农产品批发市场相关负责人处了解到,“爆炸西瓜”对北京市场有一定影响,人们更愿意购买体积小的西瓜。而水屯市场方面则表示,北京的西瓜主要产自大兴庞各庄,山东、广东、海南等省为北京水果的主要供应地,江苏省的爆裂西瓜对北京市场几乎没有影响。

新发地市场监测数据显示,与5月17日相比,昨日京欣西瓜批发价格每斤下降了0.15元,无籽西瓜批发价格每斤下降0.35元。据业内人士分析,虽然膨大加甜剂在一定程度上影响了西瓜销售量,从而使得价格产生联动反应,但是价格下降的主要原因,还是由于目前正值西瓜的上市季节,供应量增大使得价格降低。据了解,随着西瓜等水果陆续批量上市,价格还会下降空间。

记者在某社区菜市场内看到,一种名为口口爽的小型西瓜销售情况很好。目前,口口爽西瓜的零售价为2元/斤,批发价格为1.6元/斤。据了解,这种小型西瓜主要产自大兴地区,由于去年这种西瓜销量较好,今年农户将种植面积扩大了一倍。

市场商户介绍,去年这个时候主要是卖南方的枇杷果、荔枝、杨梅,但是今年由于年初时候南方雨水多,光照不足使得这些水果推迟了上市时间。但是口口爽小西瓜因为属于早熟品种,并在大棚内种植,与去年相比,提前了20天上市,正好填补了这个时期的缺口。

窝窝团确认从拉手引人员工 称跳槽源于融资步伐过快

商报讯 拉手网200员工“集体私奔”消息传出后,拉手网方面予以否认。而窝窝团昨日则向本报确认此消息属实,并称是“员工自愿跳槽”。窝窝团方面称,员工跳槽原因为团购网站融资产生双刃剑,直指竞争对手融资步伐过快,股权遭稀释。

窝窝团相关负责人认为,团购行业发展至今,资本双刃效应开始显现。融资步伐过快的企业或陷入管理层面的“囚徒困境”,员工的期权奖励无望而当前待遇偏低,易导致大规模人员流动现象。有业内人士表示,团购行业是一种形式下的资源密集型行业。而资源随人走,人才是团购行业的最核心竞争力。窝窝团董事长兼CEO徐茂栋认为,“与其他多轮融资的团购网站相比,窝窝团能够给予员工更多的期权激励,并愿意与所有员工进行利益共享”。

窝窝团与拉手网完全相反的回应,和窝窝团对此次人员流动的高调宣传,被业界质疑有炒作嫌疑。有业内人士认为,员工能否“活”过试用期,将是界定窝窝团是否恶意挖墙脚的最终证据。而现在一切“还不好说”。

近期消息称,窝窝团已获高盛2亿美元风投,窝窝团将全员持股,无论直营还是加盟都获得期权。若此消息属实,对于窝窝团来说,如何在获得融资后保障管理团队话语权、控制企业经营决策权、避免陷入其诟病的“囚徒困境”,则成为窝窝团的重要一步。

(崇晓萌)

外贸企业关注跨境结算政策

商报讯(记者 吴文治)昨日,由北京市商务委、北京出入境检验检疫局、中国人民银行营业管理部等部门组织的北京市春季进出口政策服务贸易咨询会正式举行。会上,跨境人民币结算业务的具体政策成为外贸企业最为关注的内容。

“政府出台跨境人民币结算政策后,作为企业在进出口结算中怎么实施、需要什么手续等问题比较关注。”一位现场听讲席的外贸企业负责人表示,汇率不稳定的情况下,用人民币结算可以降低风险,还可以节省成本,但是公司对于具体的操作环节目前还比较模糊。

中国人民银行相关负责人介绍,目前北京市跨境人民币结算量已突破2500亿元,北京市跨境人民币结算额自今年1月以来一直在全国领先。根据测算,跨境人民币结算可以使企业的资金周转速度平均提高3个月。

据市商务委相关负责人介绍,除了有实力的大企业集团使用跨境人民币结算业务外,目前一些中小企业开始关注并尝试这一跨境支付业务。目前我国对外用人民币结算的国家已达到150多个,新加坡、美国、日本等国家的跨境人民币结算业务增长较快。

苏宁接手日本BEST香港门店

商报讯(记者 吴文治)继美国家电连锁巨头百思买败走中国市场后,日本的家电零售巨头BEST也正式退出中国市场。昨日,记者从苏宁电器了解到,其已承接了BEST在香港的三家店铺,但不涉及收购问题。

据悉,由于店铺租金暴涨、营业利润大幅减少等因素使BEST电器不得不转让香港的三家店铺。BEST电器表示,公司今后将主要致力于新加坡、印度尼西亚等海外市场的发展运营。

本月底苏宁电器将正式接受BEST的三家店铺,根据双方协议,三家店铺的90名员工将由苏宁电器一并接收。

2009年12月底,苏宁电器出资3500万港元收购辐射公司的品牌、业务、网络。目前苏宁在香港已有25家门店。苏宁电器方面表示,此次接手BEST的三家店铺不涉及收购事项,因此不会在上市公司公告中发布相关信息。

据悉,早在2010年5月,BEST电器曾计划今后三年内在亚洲地区将门店数扩大到60~70家,海外总营业额提高到500亿日元(约合人民币37亿元)。



乐天银泰调整百余商户 韩国品牌比例直线下降

韩式高端百货水土不服

韩式百货在北京市场的命运颇为坎坷。记者昨日获悉,京城首家韩式百货店乐天银泰对店内上百个品牌进行了更换。据商场方面介绍,由于销售业绩未达预期,商场再一次缩减了韩国品牌的数量。在业界看来,在京遭遇水土不服的不光是百货店,而是整个韩国高端商业。

品牌调整“韩味”变淡

尽管还在延续中、高端品牌“混搭”的经典韩国百货模式,但京城首家韩式百货店乐天银泰的“韩味”却开始渐渐变淡。缩减韩国品牌的数量,成为乐天银泰百货提升业绩的调整方向。

据记者了解,乐天银泰百货历时一个多月的品牌调整在本月初结束。调整期间,商场对男女装、户外等品类的上百个品牌进行了调换。在保留GUCCI、CATIER等国际大牌,迎来西班牙知名品牌TRUCCO等的同时,开业初期曾一度占据主流的韩国品牌,如今已越发显得“势单力孤”。

记者昨日登录乐天银泰百货的官方网站看到,在展示的37个品牌中,韩国品牌只占4家。与2008年开业时的数十家相比落差明显。

据乐天银泰百货方面透露,开业以来,韩国品牌的比例在直线下降。

乐天银泰百货在弱化韩国品牌的的同时,只有“一对一”陪购、贵宾式泊车等韩式风格的细腻服务,由于被业界认可,仍贯穿商场的运营体系中。

资料显示,位于王府井商业街的乐天银泰百货,是由韩国大型企业乐天集团和中国百货巨头银泰共同出资打造。2008年开业的这家商场始终坚持中高端定位。

经营业绩持续不达标

在业界看来,乐天银泰百货当面临经营压力高举调整大旗时,屡次将缩减韩国品牌数量作为应对之法的原因在于,来自韩国的知名品牌并未达到商场预期的经营业绩,以至于整个卖场经营业绩不佳。一直相辅相成的是,开业以

来,商场的运营团队也已更换了几拨。更有消息称,乐天银泰百货在开业头4个月曾面临高达亿元的亏损。

乐天银泰百货的一位负责人昨日承认,“由于韩国品牌的销售不太好,商场只能依据需要进行调整”。

记者曾多次走访商场看到,位于核心商圈,与王府井百货大楼隔街相望,但乐天银泰百货的客流却不多。到了就餐高峰时段,在绝大多数门店都需要等位的呷哺呷哺,在该商场却经常出现空位。

事实上,除了大面积更换品牌,为了吸引客流,乐天银泰百货对商场的营销也倾下功夫。多位消费者表示,尽管是一家中高端百货店,但乐天银泰百货的促销活动力度不小,甚至与新世界百货等商场不相上下,而且其环境要好于这些商场。

高端“韩流”暂难风靡

曾汇集多个顶尖韩国品牌的乐天银泰百货在北京遭遇水土不服,也从侧面

验证了韩国高端商业在京城的发展任重道远。

业内人士认为,韩国服装城、韩式料理都曾刮起一股“韩流”,并获得了众多京城消费者的青睐。而进入中国多年的韩国“衣恋”,也已经成为北京市场的主流服装品牌,但这些成熟韩式商业的共同特点是性价比高。

而真正代表韩国顶尖水准,售价不菲的韩国一线品牌,却始终未能在北京市场站稳脚跟。据悉,乐天银泰百货曾引进过韩国市场销售名列前茅的某服装品牌,其设计、用料和做工都代表了韩国服装的最高水准。但由于知名度与价格不匹配,这个在韩国商场的“巨无霸”品牌最终败走京城。目前,乐天银泰百货逐渐降低韩国品牌的占比也印证了这一点。

商业专家建议,在被众多欧美大牌掌控的国内高端消费市场,韩国顶尖品牌要想立足,需要在保持品质的基础上降低价格,同时还要加大品牌的宣传力度。

本报记者 李铎

F 追踪报道 Follow-up

不惧被诉 京东高调三折卖书

出版社欲展开自查揪出相关供货商

商报讯(记者 张绪旺)京东商城冒着被出版社起诉的风险,再度挑战图书价格底线。昨日京东商城CEO刘强东在微博上称,京东商城将在6月周年庆时“3折回馈顾客”,并于晚间发表声明称,定价高“没有义务对24家出版社负责”。被逼无奈的出版社方面表示会展开内部自查,揪出给京东供货的经销商,并暂停在5月27日第21届全国书市时讨论具体事宜。

从5月17日至今,京东和出版社对于图书成本价格的说法一直各执一词。刘强东在微博上强调,此番参加6月3折促销的图书为“滞销书”,并称京东从中间商低价进盘是为帮助其销售库存。法律人士分析,刘强东将促销图书冠以“滞销书”的概念,实际上是否正当竞争撇清关系。

被出版社抨击为行业“破坏分子”的刘强东,在

昨日下午的微博中表示:“我只是一个四处呼喊公平竞争的市场主义者!我不是个坏孩子!”

24家出版社一方面坐等政府干预,一方面诉诸法律程序,但维权速度仍显迟缓。面对京东的“3折挑衅”,出版社方面坚称,“中间商不可能6折进货低于3折盘给京东”。

贵州人民出版社策划室小丽表示,将在出版社内部展开自查。“从京东促销图书的类目反查,究竟哪些中间商为京东的供货方,帮助其毁灭图书生态系统。”而一位不愿透露姓名的出版社人士则称,“京东如果销售滞销书,图书质量和阅读价值都会有质量问题。而京东的低价倾销行为屡见不鲜,习惯利用垄断的手段压制竞争者,不顾行业的正常秩序和消费者的长远利益”。

出版社方面表示,计划在27日全国书市时碰头

讨论具体细节。

就在出版方欲自查内鬼之际,昨日晚间京东商城突然发表公开声明,一方面否认外界对其低价倾销的指责,一方面将矛盾引向竞争对手。暗指某网络书店与多家出版社签署《超级战略协议》,称“正因为‘超级战略协议’的存在,只能一直从其他渠道分销商处获取图书”。此次3折销售图书为“六一”儿童节促销活动,并且“已经征得渠道分销商的正式授权和许可”。

而对于24家出版社所言低价影响行业秩序的指责,京东表示签署超级协议的出版社不能向其提供图书,因此,“我公司的优惠活动如何定价,没有义务对其进行负责”。

尽管声明措辞强硬,但是,在最后京东方面仍呼吁“期望与更多的出版社合作”。

传凡客诚品四季度赴美上市

预计募集资金10亿美元

商报讯(记者 吴文治)昨晚有消息称,在线服装品牌凡客诚品将在今年四季度赴美上市,预计通过公开上市募集资金10亿美元。如果消息属实,这将是亚洲企业今年在美国股市进行的规模最大的IPO。不过,记者向凡客诚品高层求证赴美上市之事时,其表示对此并不知情。

凡客诚品成立于2007年,以网购男装衬衫起家,2009年开始不断拓展产品线,如今凡客诚品旗下包括男装、女装、童装、配饰、鞋、家纺等六大类两万种商品。去年5月,凡客诚品旗下V+平台正式上线,与凡客诚品原有平台不同,V+以第三方平台模式存在。

去年,凡客诚品的销售额为20亿元。凡客诚品创始人兼CEO陈年此前曾表示,今年凡客的销售目标为100亿元人民币,为去年的五倍。陈年表示,如果凡客诚品方面曾表示,预计今年仍将呈亏损状态,但亏损幅度将较去年收窄。

诚品的销售额今年能过100亿元,2012年肯定能过300亿元,未来五年凡客将在国内成为一个1000亿元规模的公司。今年以来,凡客诚品加大了对物流配送方面的投入,并将旗下如风达快递公司独立化运作。

去年以来,凡客诚品通过明星代言、铺天盖地的广告宣传,使其知名度大幅提升。今年又通过聘请一线明星,利用微博自嘲形式进行新形式的文化品牌推广。

目前凡客诚品已完成了五轮融资,去年底完成的第五轮融资达到1亿美元,当时凡客诚品的估值达到10亿美元以上。

据记者目前掌握的信息,与多数B2C企业一样,凡客诚品尚未实现盈利。凡客诚品方面曾表示,预计今年仍将呈亏损状态,但亏损幅度将较去年收窄。

1.8万元/平方米起始价入市

崇菜地块下月13日网上竞价

商报讯(记者 齐琳 李铎)北京市土地整理储备中心昨日发布消息称,位于崇文门外大街1号的崇文门菜市场地块将于6月13日开始挂牌接受竞价,目前楼面起始价约为1.8万元/平方米。业内人士表示,从地理位置看,该价格并不高,但肯定不可能再做菜市场,被商业企业收入囊中的可能性比较大。

根据北京市土地整理储备中心公布的信息显示,崇文门菜市场(含西侧地)地块最终的用地性质为商业金融,建筑规模16424.7平方米,起始价2.96亿元,折合楼面价超过1.8万元/平方米。挂牌竞价起始时间为2011年6月13日上午9时起,至挂牌竞价期限不少于10个工作日,即自收到第一份有效竞买报价单之日起,至延后的第11个工作日15时止。

“以地块的位置来看,1.8万元/平方米的起始价格并不高。”中国商业地产联

盟秘书长王永平告诉记者,从商业的角度讲,该地块最大的吸引力在于位置。“但大型品牌商业业态进驻的可能性也不大,主要还是面积太小,二环沿线还有限高。”王永平表示,该地块的体量仅相当于小型商场或品牌旗舰店的体量,因此未来品牌旗舰店或现有区域商业企业拿地的可能性比较大。

业内人士昨日也表示,考虑到地块本身的成本,老崇菜回归的可能性基本没有,而新世界百货北京地区负责人昨日在接受记者采访时表示,此前确实曾接触过该地块,并试图拿地,但最终因为种种原因未成功;因为对于这次崇菜地块入主的具体情况尚不知情,会先上报总部再做决定。

根据市国土局的计划,除崇文门菜市场地块外,近期还将推出王府井、大栅栏煤市街等热点区域的商服用地。

开放平台、加码互联网业务带来负作用

麦考林净利润持续下滑至亏损

昨日,“中国B2C第一股”麦考林惨淡的一季报,与国内B2C市场被各路资本炒得热火的现状形成鲜明对比。翻看麦考林一季报,“下滑”、“亏损”成为主要字眼。

对于忙着冲刺规模、跃跃欲试IPO的众多B2C企业,在B2C泡沫破灭前,如何确定理性发展的思路而不是被资本所牵制,显得越来越紧迫了。

净利润连续下滑

麦考林昨日发布的2011年一季度财报显示,其净营收为4810万美元,比去年同期下滑2.4%;净亏损为390万美元,亏损额比去年同期增长153%。

这并不是麦考林净利润首次下滑。麦考林去年10月赴美上市后,其随后虽然上交了一份亮丽的三季报:净营收5530万美元,同比增加36%;净利润80万美元,同比增加246.4%。但是,由于被指IPO前过度包装并接连在美国遭到集体诉讼,麦考林股价一路狂跌。

到去年四季度,麦考林净营收虽然

的毛利率;特许经营店铺的数量增加,而麦考林向特许经营店铺提供的平均折扣率较高。

记者发现,因被怀疑过度包装业绩,麦考林在去年四季度连续在美国遭到集体诉讼后,开始调整互联网和邮购业务。有业内人士认为,邮购和互联网两种渠道的收入比例是投资者对其质疑的关键,究竟是靠目录还是靠互联网是有本质的区别,毕竟,互联网才是资本市场追捧的热点。

麦考林自去年四季度财报后,互联网业务的营收占比开始上升,同时网上第三方品牌产品的销售也明显增长。

为“平台开放”敲警钟

在昨日的财报电话会议中,麦考林CFO张磅表示,麦考林互联网业务的利润率从去年的36%下降到今年的25%,造成利润率下降主要原因,是因为合作第三方供应商所占比例的增加,去年一季度第三方供应商所占整个网络业务的15%,今年一季度,这个数字已经上升到26%。而第

三方供应商产品,同自有品牌的产品相比,利润率会降低10%~15%。

麦考林方面表示,今年互联网业务中第三方供应商的比例增加非常迅速,未来因为第三方供应商产品的增加所造成的利润率降低仍将不可避免,但会逐渐趋于平缓。

而另一方面,麦考林的自有品牌时尚服装主业,在凡客诚品、梦芭莎等网络服装品牌的夹击下,其优势越来越不明显。

麦考林开放平台、加码互联网业务造成的利润下滑只是B2C企业纷纷开放平台的一个缩影。以京东商城为例,通过引入第三方品牌和厂家合作,其商品虽然丰富了,但是商品的配送速度和售后难与其自营商品相比。进入到当当网等平台的“淘品牌”,其产品的丰富度也不及品牌在淘宝的旗舰店。