

· 动态 ·

每克拉美线上、线下将投数亿元

烧钱战 量贩同行怎么办?

每克拉美钻石商场在量贩钻石领域掀起的烧钱大战,正将同行逼上跟进或放弃的两难抉择中。近日,每克拉美钻石商场总裁郝毅表示,继本月16日翠微嘉茂购物中心的新店开业后,每克拉美钻石商场建国门贵友店、重庆店的亮相定在9月。在对实体店业务投入过亿元的同时,每克拉美方面还计划在3年内投入5000万元用于完善刚刚上线的电商业务。面对对风投不感冒、不差钱的每克拉美钻石商场,全城热恋钻石商场等同业态商家该何去何从?



每克拉美的主要竞争对手全城热恋面临的压力不小

加速北京市场扩张

在高调宣布北京及国内市场扩张计划的同时,每克拉美钻石商场开始逐步兑现诺言。

上周六,每克拉美钻石商场在北京市场的第三家门店翠微嘉茂购物中心正式亮相。与其在蓝色港湾、大钟寺中坤广场的大店相比,该门店的体量较小。

据每克拉美钻石商场的一位负责人透露,该店主要销售钻石商品。

在嘉茂购物中心店开业的同时,每克拉美钻石商场位于建国门贵友的新店也正在紧锣密鼓的筹备中。据悉,该店计划在9月亮相。昨日,贵友大厦的相关负责人也向记者证实了这一消息,并表示商场已开始为每克拉美钻石商场的入驻调整品牌。

据悉,到今年底,每克拉美钻石商场位于城南银泰百货的新店也将亮相。

由于量贩钻石行业在外埠市场同样是新兴行

业,每克拉美钻石商场还将触角伸向了重庆、上海、大连和西安等城市。其外埠首家门店重庆店也将在9月开业。

据郝毅透露,每克拉美钻石商场对每家新店的投资都将达到数千万元。

线上、线下同烧钱

在今年板上钉钉对实体店业务投入过亿元的同时,每克拉美钻石商场还在本月初进入了更为烧钱的电子商务领域。

事实上,与实体店领域相比,平价钻石网购平台的竞争丝毫不逊色。记者昨日登录每克拉美钻石商场官方商城看到,同类商品的价格比实体店低一成左右。

每克拉美方面坦言,每克拉美钻石商场官方商城目前的主要任务是磨合系统,订单数量并不多,也没有具体的销售指标。

在业界看来,每克拉美钻石商场的线上业务尽管不如钻石小鸟等起步早,但其有实体店的品牌

优势作为依托。

郝毅表示,未来,每克拉美钻石商场的网购和实体店业务很可能将并驾齐驱,其已经为此准备了数千万元的资金作为发展支撑。

其实,由于开展了线上业务就不只面对北京消费者,每克拉美钻石商场在外埠开店抢占市场空白的同时,也是为了提升其在国内其他城市的知名度。

同行跟进或者放弃?

“不差钱”是郝毅给外界最直观的感受。投资公益事业、连续开店、进军线上业务等一系列大动作,也证明了这一点。

像电子商务领域的其他企业一样,每克拉美钻石商场掀起平价钻石领域烧钱风暴的同时,也给其同行目前只是单店发展的全城热恋钻石商场、洛克珠宝城等出了一道难题。

一位商业专家认为,量贩钻石行业市场并不大,圈地大战将成为量贩

钻石行业未来一年的主旋律似乎已经不可避免。谁能加速“占坑”、覆盖更广泛的渠道,就能在日后的竞争中获得先机。

面对已经走在行业前列的每克拉美钻石商场,全城热恋钻石商场董事长万子红表示,目前,全城热恋钻石商场唯一一家门店开业4个月,其业绩近8000万元。今年,该品牌将在北京至少开出3家门店。其中,包括将于9月27日开业的悠唐生活广场店。

对于每克拉美钻石商场将在电子商务领域投入巨资的举动,万子红表示,听说了每克拉美钻石商场进军电子商务,但全城热恋钻石商场未来的发展方向将更加专注实体店。尽管也曾考虑进军电子商务,但目前该领域至少已经有五六家领先品牌。全城热恋钻石商场在此时进军电子商务领域并非明智之举,所以暂时不考虑。

本报记者 李锋
实习记者 孙舒扬/文
实习生 马思琛/摄

家乐福建一级食品安全检测室

食品安全问题一直是消费者关注的问题。超市方面的食品安全检测室也成为了为消费者把握质量的重要关卡。近日家乐福(北京)食品安全一级检测室项目在家乐福双井店正式落成并投入使用,这一举动也将带动京城超市行业的食品监测工作升级。

据介绍,检测室占地面积140平方米,由专业光谱室、色谱室、微生物室等构成,配备全套国际先进检测仪器,如原子吸收光谱仪、原子荧光光谱仪、气相色谱仪、液相色谱仪等,可以检测食品添加剂、重金属、微生物、非食用物质等指标。

目前传统快速检测室只能检测如吊白块、亚硝酸盐等十几项检测项目,但一级检测室按要求可以检测包括非食用物质、食品添加剂、重金属、微生物、农药和兽药残留及其他常规理化项目等共46个检测项目,涉及蔬菜、水果、肉蛋禽、熟食制品、奶制品、蜜饯果脯、面点等65大类产品。

本报记者 姜子谦

赛特夏季促销开场

记者近日获悉,赛特7月新促销活动已经开场。LAMER、La prairie、娇兰、兰蔻等纷纷推出包括眼唇护理、香水和唇膏在内的应季新品。据悉,即日起至本月24日每逢周末,购买化妆品满5000元,除享受品牌的优惠赠礼,还可获赠赠送的施华洛世奇水晶U盘或滤水壶等礼品。与此同时,即日起至本月31日,在赛特五层购买儿童商品满2000元,可获赠朝阳公园“海洋沙滩狂欢节”入场券。

本报记者 崇晓萌

妇幼婴童产业展会下月亮相

已经淡出人们视线的家用缝纫机、搪瓷将在8月12日亮相北京国际展览中心(老馆)。以国际妇幼婴童产业展览会和轻工工业精品展览为主题的展会,来自30多个行业的众多国产品牌将集中展出。

目前中国商业联合会与中国轻工业联合会已联合邀请了西单、贵友、王府井、燕莎、翠微、沃尔玛、家乐福、京客隆、卜蜂莲花等百余家大型百货商场、超市和天津物业集团的专业采购商,同时还有来自北京的300余家3星级以上宾馆饭店的采购代表,为购买方提供一个需求产品和信息发布平台。

本报记者 吴文治

中国将办首届进口产品博览会

中国国际商会联合江苏省人民政府等单位将于明年3月在江苏昆山市举办首届中国国际进口产品博览会。

这届博览会将贸易及洽商进口目标国家和地区重点锁定自贸区成员、与我外贸逆差较大国家以及最不发达国家,以有效缓解我国与主要国家和地区贸易顺差过快增长的势头。

本报记者 陈伟

“平板太阳能”行业首获科技立项

近日,北京市朝阳区科学技术委员会发布公告,2011年度朝阳区科技(知识产权)计划项目第一批拟立项项目名单正式出炉。公告显示,此次获批拟立项的项目共有75个,“平板型太阳能热水器”项目榜上有名,正式成为2011年度首批朝阳区科技(知识产权)计划项目。

据了解,太阳能平板集热器在我国的应用已有20多年的历史,经历了铜铝复合板式、超声波板条焊接式、整板激光焊接式的发展,但与真空管太阳能集热器相比,市场占有率大约只有10%,且太阳能平板集热器的主要应用区域也集中在我国华南、西南等温热地区,这与国外的应用形成了很大的反差。究其原因,主要是由于平板集热器需要采用不冻液二次循环方式防冻,其价格相对较高,限制了其在内陆地区的发展。

目前,随着消费者生活水平的提高,越来越多的用户主动提出了采用平板集热器的要求,生产平板集热器的厂家也在迅速增加,这也反映了平板集热器特别适宜于在城市住宅中应用,具有良好的发展前景。2010年广州亚运会,这个仅次于奥运会的大型运动会的比赛场馆和亚运村,就使用了广东五星平板太阳能热水器产品,而2008年奥运会使用的却是德国平板太阳能热水器,这说明国产产品的技术革新近年来取得了很大的进步。

本报记者 姜子谦

“三屏合一”成业界大势所趋

记者获悉,随着各大PC厂商的积极布局、国家“三网融合”政策的稳步推进以及各种内容提供商、运营商服务措施的跟进,使得电视屏、手机屏、电脑屏“三屏合一”已成大势所趋。对此,北京苏宁方面表示,本周起将通过电视、手机、电脑三大品类的联动互惠,以套餐组合让利、折上折等多样促销形式,为消费者提供更多的产品选择和让利。

对于三屏合一的市场发展前景,各方都颇为看好。一方面,庞大用户群为三屏合一带来了潜力无穷的市场。根据《第27次中国

互联网络发展状况统计报告》的统计,截至去年底,我国网民规模已达4.57亿,其中手机网民规模达到了3.03亿,这预示着更多的经济生活步入互联网时代。另一方面,随着电信运营商的重组、3G牌照的发放,三大运营商希望能将基于多种终端的数据业务整合在一起为用户提供一个整体解决方案。这都在客观上为三屏合一的实现创造了条件。

北京苏宁电器副总经理孙志表示,三屏合一未来的大趋势,也是未来10年电子产业内最大的趋势,其最终目标是让用

户可在任何时候、任何地方、任何设备上轻松获取信息。同时,该人士指出,三大终端产品均有各自的特点和优势业务,因而,三屏合一也不是对三个终端已经承载的业务简单相加,而是在更广阔的空间综合利用三个业务的特点和优势,实现终端之间的合作联动,最终带给消费者更便捷的服务。

为了让消费者真正享受到三屏互动的让利和实惠,作为渠道商,苏宁一方面凭借自身的连锁网络优势,同家电厂家积极协商,力保为消费者提供更多的产品选择和服务;另一方

面,苏宁也通过大力度的促销让消费者享受到多重让利实惠。

记者了解到,为了给消费者更自由的选择空间,彩电、电脑和手机集中促销资源推出了大批特价机型,以满足消费者单件购买的需要。其中名牌32英寸液晶彩电仅售1699元,电脑联想一体机B305610一款特价3558元,降价幅度达400元,宏碁笔记本AS4750G-2312G50Mn以旧换新价仅售3500元。手机中包括诺基亚5230、三星S5750、HTC A9191等在内的数十款明星机型9折特惠。本报记者 吴文治