

商务部:电商“十三五”规划将出台

北京商报讯(记者 吴文治 王运)电商在新时期政策将趋向明朗。商务部电子商务与信息化巡视员聂林海日前表示,今年上半年我国网络零售额2.2万亿元,占社会消费品零售总额的比重为11.6%。据聂林海透露,下一步主管部门将加快电子商务立法,尽快公布电子商务“十三五”规划。

在日前举办的第二届浦东“互联网+”大会上,聂林海表示,近年来中国电子商务交易额快速增长,近五年的平均增速超过35%。今年上半年在消费增速有所放缓的情况下,网络零售额同比依然增长28.2%,保持良好势头。其中,手机移动端网购用户突破4亿,较去年的3.4亿增长18%。

聂林海表示,下一步商务部将加快电子商务立法,完善相关法规标准建设;推动重点领域电子商务应用,包括线上线下联动、电子商务进农村和社区、促进跨境电商发展等;开展第三批电子商务示范城市创建;加强电子商务信用体系和人才队伍建设。

上半年电商投诉数量同比增4.16%

北京商报讯(记者 吴文治 王运)随着电商消费的普及,电商类消费投诉也呈上升趋势。中国电子商务研究中心昨日发布的《2016年(上)中国电子商务用户体验与投诉监测报告》显示,2016年上半年平台共接到的全国网络消费用户涉及电商投诉数量同比2015年上半年增长4.16%。

报告显示,质量问题、售后服务、退款难、发货迟缓、退换货难、不发货、网络售假、网络诈骗、订单取消、虚假发货为“2016年(上)网络零售十大热点被投诉问题”。此外,退款难、售后服务、随意冻结账户、高额退票费、账号安全、订单取消、订单无法取消、退款难、到店无房、发票问题为“2016年(上)生活服务电商(O2O)十大热点被投诉问题”。

海淘热也使跨境网购投诉占比有明显上升,2016年上半年投诉占比达13.94%,为2015年(7.53%)的近两倍。在中国电子商务研究中心法律与权益部分分析师姚建芳看来,投诉领域占比的悄然变化与用户消费结构的变化有直接关系。以微商为例,2015年微商领域投诉占比2.51%,2016年上半年下降到0.15%,表明在国家以及媒体的监管下,微商杀熟经济已被大多数消费者摒弃。

浩沙欲建健康生态圈

北京商报讯(记者 邵蓝洁)不再局限于室内运动类服装,浩沙想借助全面健身的风口转型运动健康生态圈。浩沙国际发布最新半年报显示,截至2016年6月30日止6个月,公司收入6.56亿元,同比增长1.9%;归属于上市公司股东的净利润1.68亿元,同比下滑24.6%。浩沙国际认为,虽然净利润有所下滑,但风险可控,基本符合集团企业转型升级期的业绩波动预期,而运动健康产业战略也开始全面展开,将通过合作投资方式整合资源。

浩沙国际主要有“浩沙”、“水立方”两个品牌,涉及到水运动、瑜伽、健身等室内运动服饰。公告显示,2016年上半年,浩沙国际毛利为3.42亿元,同比下滑3.7%。毛利率为52.1%,去年同期为55.1%。销售及经销成本由截至2015年6月30日止6个月的6240万元增加至今年同期的9900万元,同比增长58.7%。存货周转天数上升明显,截至今年6月30日,存货周转天数为153.3日,而去年同期为100日,整体运营资金周期由96.1日增加到123.1日。

今年上半年,浩沙国际主要推进专业网点、教练自营营销等渠道终端建设,在实体终端方面,推进运动健康体验馆的布点,不过,浩沙国际也提到,正在积极研究运动健身垂直电子商务平台的发展机会,但并未透露该电商平台具体的运营模式。

海淘搜索量年增24%

北京商报讯(记者 吴文治 王运)在全民参与下,海淘已成为消费新的重要购物途径。百度商业生态研究院最新发布的《海淘行业整体搜索趋势分析报告》(以下简称“报告”)显示,从2014年7月-2016年6月,B2C电商在两年内搜索量的增长率趋于平缓,海淘行业则呈现出24%的增长态势。

报告表示,从近三年的检索词类型可以看出,检索词的构成由2013年行业词为主,逐渐向电商品牌词倾斜,海淘电商品牌/平台占比在逐渐提高,揭示海淘行业走向成熟。其中,无线流量占比在近三年内逐渐扩大,从2013年占比18%扩大到几乎与PC端平分天下的占比,也印证了海淘在2015年的无线化趋势。

在商品目的地上,今年与2015年相比有较大变化。2015年,目的地还是美日韩三国分天下,到了今年,美国和日本比重明显扩大,两者相加占据80%以上的搜索份额。结合近一年的零售市场变化,母婴、3C方面的海淘需求促进了美国和日本的海淘增长,此外,韩国日化市场经过多年的培育,渠道多元化发展,以“乐天”、“新罗”为代表的网上免税店的兴起也在一定程度上解决了市场对于韩系产品的海淘需求。而母婴、3C、服饰品类仍是海淘族关注的重点。分析显示,3C、母婴、护肤美妆和服饰占据海淘商品词的六成搜索量,这四大品类皆呈上涨趋势,且服饰和3C增长更快。

菜鸟启动快递纸箱回收

北京商报讯(记者 吴文治 王运)继使用免胶带纸箱之后,菜鸟绿色联盟昨日又宣布开始对天猫超市使用的快递纸箱回收。符合标准的回收箱会贴上专属标签后二次使用。绿动计划负责人表示,这么做是为了减少快递纸箱被随意丢弃,推动物流绿色环保。

业内专家估算,中国快递业在2015年消耗了82.6亿个塑料袋、99亿个包装箱、封箱胶带连起来可绕地球赤道286圈。这些包装物大多被消费者丢弃。自今年6月13日菜鸟牵头组建绿色联盟以来,物流行业已经承诺到2020年要替换50%的包装材料,填充物改为100%可降解的绿色包材。

实际上,国家正在推动快递这个“污染大户”走向绿色化。国家邮政局日前出台《推进快递业绿色包装工作方案》(以下简称《实施方案》)。根据规定,“十三五”期间,快递业电子运单使用率均提高5%,预计到2020年,主要快递企业品牌协议客户电子运单使用率将达到90%以上。一些绿色措施的推出也将提高行业运营效率。同时,《实施方案》还提出,将推动快件包装物纳入资源回收政策支持范畴,开展快件包装分类回收利用试点,鼓励企业重复利用塑料箱、纸箱和编织袋等封装容器,提升包装物品再利用率。

司乘分开计价 滴滴出行变招

滴滴出行计价方式调整前后司机收入变化

(以北京滴滴快车行驶10公里、20分钟的订单为例)

调整前:
(1.8元/公里×10公里+0.5元/分钟×20分钟)×(100%-20%-1.77%)-0.5

司机收入:21.4元

调整后:
(1.44元/公里×10公里+0.4元/分钟×20分钟)×(100%-1.77%)-0.5

司机收入:21.5元

更直观地看到自己的收入,显示更为直观,明细也更加清晰,车主的收入不会受到乘客端波动的影响。同时,如果有动态调价和过桥费,这些费用将全都给司机,平台不参与抽成,算上此类情况,司乘分开计价后,司机收入要高于司乘分开计价前。

上述滴滴出行公关相关负责人对北京商报记者表示,新计价方式除上述作用外,还对平台未来针对乘客端推广市场活动产生作用,“例如,此前想做一些市场活动,司机与乘客端费用连在一起,情况较复杂,为乘客端做优惠活动就必须考虑司机的收入是否会受到影响”。

司机收入略有提高,平台针对用户做优惠活动更加自由,滴滴出行新的计价方式看似“一鱼多吃”,从上述滴滴出行给出的官方回应来看,该平台未来或许还将对用户推出新一轮补贴。北京商报记者了解到,自网约车新政出台后,不少媒体调查称,滴滴出行和优步中国两大网约车平台在不同城市出现不同程度的涨价现象。

变招应对新政

事实上,在保证司机收入、用户低价和平台收益上找到平衡点一直是各大网约车平台面对的不小难题。在不少业内人士看来,滴滴出行此次计价方式调整可能是为了在维持司机服务积极性的基

Market focus

关注

北京华联加速淘汰BHG百货

北京华联于品牌BHG时尚百货仍处于转型期。北京商报记者昨日走访发现,位于马家堡城南嘉园益城园附近的BHG时尚百货已正式闭店停业改造,并将升级为购物中心。此前,已有天通苑等多店停业调整,北京华联BHG百货已进入清退倒计时。业内人士认为,随着消费方式的急转,华联百货业态调整是趋势所在。不过,调整中的华联购物中心应该找准地区消费者特点,否则难以突围。

百货闭店转型

北京商报记者昨日走访发现,BHG时尚百货马家堡店已闭店进行调整,清仓甩货也已于8月14日结束。门口张贴的闭店公告显示,BHG(北京)百货有限公司马家堡店于8月15日闭店停业改造。

此次将闭店停业改造的BHG时尚百货位于北京华联购物中心商场西侧共两层区域。1层经营品类包括化妆品、珠宝首饰、鞋类、女装等,2层则包括内衣、儿童服装、寝具、小家电等。

据购物中心店员介绍,闭店停业改造后,商场的百货模式将变为购物中心模式,仍由华联进行经营,并重启招商。不过,该店员对于其他改造细节并不了解。此外,BHG生活超市也于7月起暂停营业升级改造,预计将于明年1月重新开业。

升级不休

北京华联的调整升级已持续多时。2008年至今,北京华联商厦股份有限公司已接连对旗下多家百货业态进行闭店升级。除马家堡购物中心外,在北京华

联购物中心万柳店、常营店以及天通苑店内,传统百货区均在进行装修改造。

BHG时尚百货马家堡店的调整与消费者消费方式的急转有直接关系。中国购物中心产业资讯中心主任郭增利表示,传统百货企业受到了消费行为变化带来的冲击,多做出两种选择,一是进一步做百货,强化自行采购部分比重。二是转型为购物中心,这也是华联选择的策略。

不过也有业内人士认为,华联的改变与其经营状况不佳也有重要关系。北京商报记者调查发现,在马家堡地区,BHG时尚百货遭到同区域竞争对手首地大峡谷分流,相比于规模较小、品牌较少的BHG时尚百货,业态更为丰富的峡谷谷成为当地居民休闲购物的首选。而对于BHG超市业态来讲,隔壁的乐天玛特超市对其影响不小。此外,与BHG时尚百货两站地铁之遥的荟聚无疑也对商场造成冲击。

主业亏损难止

作为国内市场唯一运营管理社区型购物中心的运营商,北京华联商厦股份有限公司却仍靠副业保持活力。

对华联来说,已经到了不调整主营业务必死的关键节点。随着华联将主营业务从百货调整为购物中心,公司旗下经营的已开业购物中心数量也从2008年的2家增长至近40家。不过公司表示,销售和管理费用同比上升21.3%至2.23亿元,反映出在线下消费整体低迷的大环境下,公司去年新增的13个项目培养压力较大,购物中心运营主业扭亏尚需时日。

合并后首盈利 58同城二季度扭亏

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)在对一系列并购资源进行整合后,58同城盈利能力开始凸显。昨日,生活服务平台58同城发布二季报称,公司实现营收约2.98亿美元,同比增长86.7%,其中净利润为1390万美元,实现扭亏。这是58同城自2014年四季度连续5个季度亏损后,首次实现盈利。

58同城方面表示,二季度的业绩增长得益于58同城自身业务的发展,及安居客与赶集网业务并表的影响。自6月1日集团公布最新组织架构后,以招聘、房产、汽车、黄页、生态及创新业务核心事业群将资源与成本最优化配置,并将平台事业群架构运营效率和优势最大化。

从净利情况来看,58同城报告期内实现净利润1390万美元,相较于上年同期净亏损2690万美元,实现扭亏。58同城董事长兼CEO姚劲波表示,自2014年四季度以来,由于与赶集网的竞争升级,公司在利润层面一直亏损。本季度在并表赶集网与安居客的情况下,58同城与赶集网的协同效应在整合过程中得

到持续释放,此后每个季度都有新的进展。

58同城于去年4月与赶集网合并,合并的原因在于,处在当时同质化严重的激烈竞争中,双方的营销费用都呈现持续大幅上涨态势。合并后,将有助于双方的协同效应加强,包括降低市场投入。但合并完成后,58同城的业绩并没有及时得到好转。58同城今年一季报显示,集团实现营收2.31亿美元,同比增长165.6%,净亏损为8220万美元,同比扩大57%。

对此,58同城方面表示,集团本季度进一步完成了多业务品牌的深度融合,通过事业群布局、创新业务发展等打造58同城的生活服务场景,提升了内部运营效率以及业务竞争力。在互联网商业顾问、亿邦动力网首席知识官叶志荣看来,此次58同城实现盈利,也可以看做是与赶集网的整合进入新阶段。对于过去高度同质化的业务,线下布局等资源的整合,可以大幅减少成本投入。叶志荣认为,仅在分类信息市场而言,58同城已到了回报率。

对不少地方政府落地网约车新政时有意对当地网约车数量进行限制,滴滴出行并不需要使用提高司机收入的方式来吸引司机。“不过,业务持续亏损的滴滴出行平台需要收入,该平台目前的主要收入就是司机抽成,小部分收入来自广告和对车企的营销服务,同时也开始在汽车金融等方面进行探索营收模式,但量都不大。尚在亏损的滴滴出行需要司机抽成的方式保证平台收入,积极应对一旦未来网约车新政在地方落地有重大改变时,收入下滑对公司产生的影响。”

不过,昨日滴滴上述公关相关负责人回应表示,该种解读逻辑不通,滴滴出行此前刚刚完成史上最大额度融资,没有资金压力。

北京商报记者 吴文治 孙麒麟

相关新闻

滴滴回应兰州网约车“限量限价”

北京商报讯(记者 吴文治 孙麒麟)刚刚出台的网约车新政在地方落地引发争议。兰州市近日公布了《兰州市网络预约出租汽车经营服务管理实施意见》和《兰州市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则》,其中“限量限价”的思路引发争论。滴滴出行昨日回应表示,兰州市“限量限价”做法依旧是遵循出租车管理思路,与交通部的暂行办法以及共享经济的思路是违背的。

据悉,兰州此次即将落地的地方版网约车新政主要有两部分颇受争议。在数量上,兰州市城市交通运输管理处处长张建彪表示,并不是所有提出申请的私家车都可以成为网约车,根据业界通用算法,出租车应占城市人口比例的千分之三,兰州市现在常住人口在350万左

右,再加上100多万的流动人口,出租车的数量应该是1.5万辆左右。而按照兰州市政府的规划,到2017年,传统出租车将增加到1.1万辆左右,留给网约车的指标仅3000辆左右。同时,在网约车价格上,兰州运管部门认为,网约车属于高端出租车,主管部门可能会规定网约车必须由中高端轿车作为主体,为避免网约车恶意涨价或恶意降价,管理部门应该会设立最高和最低限价。此外,兰州运管部门表示,网约车报废年限上可能会参照兰州市巡游车六年的使用年限。

滴滴出行昨日回应表示,“限价限量”与交通部的暂行办法以及共享经济的思路是违背的。一个城市的出租车和一个城市的出行工具应该有多少,要根据市场的需求来走。

经营模式升级

郭增利认为,华联的调整一直在持续,调整不是简单的品牌结构升级,而是经营模式的变化。华联已从零售商转变为资产所有者和管理人。作为商业资产所有者,华联所进行的资产证券化在国内属于领先的操作模式,符合资本市场运作规律,公司主要收益也从营业收入转为资本性收益。

对于BHG面临的竞争问题,郭增利表示,商业拥有聚合作用,周边商业集中度的提高,证明区域综合吸引力提升,意味着服务功能更加全面。片区选择性增加,也将拉动消费增长。在南部区域,BHG附近的商业已形成合作竞争的模式。“几个大型购物中心和超市的存在留住了周边消费人口,否则消费极有可能向北部流失。”

区域内的各个商业设施应该面向服务人群进行调整。“商业设施形成错位或对市场进行细分后,将获得最大发展机会,否则将被竞争对手分流消费者。”郭增利认为,华联应该准确把握地区消费者的消费特点和消费需求。

北京商报记者 吴文治 王玮

老百姓大药房半年营收28亿

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)资本关注的医药电商在实体药店玩家手中能力初显。老百姓大药房昨日发布半年报显示,公司实现营收27.69亿元,同比增长32.63%。其中,电商B2C平台收入达到近5000万元,电子商务平台客流量月访问量达60.4万次。

财报显示,老百姓大药房实现营业收入27.7亿元,同比增长32.63%,实现归属于母公司股东净利润1.4亿元,同比增长20.33%。电商B2C业务情况增长明显,半年实现营收近5000万元。老百姓大药房去年年报显示,该业务收入为6800万元,这也意味着,老百姓大药房B2C平台上半年的收入基本上达到去年全年份额的七成以上。

据了解,早在2013年,老百姓大药房已获得《互联网药品交易服务资格证书》的C类证书,具备从事互联网药品B2C交易服务资格。2013年9月,北京老百姓电子商务有限公司成立,开始发展医药电商业务。因为一方面处于业务布局初期,此后又受到天猫医药馆、1号店等第三方电商平台获得A证试点的冲击,老百姓大

药房的电商业绩并不抢眼。中国电子商务研究中心特约研究员、知名IT律师赵占颂表示,第三方电商平台售药业务被叫停后,拥有实体药店的电商企业将获得更大的发展空间。

从主营业务行业情况来看,老百姓大药房营收主要来源于医药零售业务、医药批发业务以及医药制造业务,其中以零售业务为主,报告期内实现营收26.02亿元,占总收入比例接近94%,毛利率水平达到38.24%。老百姓大药房方面表示,营收增长主要是零售药店店同比增长及新开、收购新增门店的贡献;净利提升得益于收入增长且费用得到有效控制。据了解,老百姓大药房目前拥有门店1823家,新开门店384家。

对于下半年的布局,老百姓大药房方面表示,将加速拓展自建新店,加大医院店开发力度。同时,继续深度整合原有并购单店,提升并购单店的盈利能力;积极寻求并购可能性。此外,将继续构建全渠道运营平台,在线问诊模式抢占原本被医院牢牢“把控”的处方药市场。