

扩张 | 输出自有品牌 网易严选拓展海外市场

北京商报讯(记者 吴文治 赵述评)掀起电商自建品牌热度的网易严选,正在将品牌输出拓展海外市场。1月15日,网易严选以开设旗舰店的形式入驻北美电商平台亚米网,亚米网在北美地区的华人市场将成为网易严选的商品主要销售区。有分析认为,借助天猫、京东以及亚马逊等电商企业,中国制造商和品牌商正加速出海,采用ODM模式的网易严选在一定程度上契合了市场需求,但能否打开市场尚有待观察。

据北京商报记者了解,此次网易严选在亚米网上架超过100种商品,网易严选负责提供商品,所售商品包括网易严选的黑凤梨系列;网易严选还承担了物流配送,通过直邮的方式为亚米网的消费者提供商品,满79美元包邮。亚米网则负责网易严选在北美的销售及售后服务。

亚米网的网易严选旗舰店上线了网易严选自营App中的部分商品,北京商报记者对比后发现,同款商品在两个平台中存在一定的价差。例如,24cm的绿色Carat钻石汤锅,网易严选在国内售价299元,同款白色在亚米网售价53.99美元,约合348元,相差49元。黑凤梨系列的两层抽屉收纳柜,国内售价59元,亚米网售价12.59美元,约合81元,相差22元。

实际上,网易严选入驻亚米网前已经在拓展海外市场。2017年9月,网易严选开通了28个国家、地区的海外配送业务。网易严选在国内的海量商品和物流体系是海外旗舰店的有力支撑,据了解,网易严选包含1万个SKU、十大产品品类,并在国内6个城市建立了8个仓库。

同时,亚米网在北美地区的市场份额将便于网易严选拓展海外市场,亚米网是北美地区主要销售亚洲商品的电商平台,主要面向北美华人,提供最具特色的亚洲商品,包含食品、美妆、养生、电器、图书等多种类别。

布局 | 获5.1亿元B轮融资 缤果盒子聚焦规模化落地

北京商报讯(记者 吴文治 徐天悦)无人零售再起波澜。1月17日,无人便利店运营商缤果盒子宣布完成约5.1亿元人民币的B轮融资。本轮融资由复星资本领投,普思资本以及启明创投、纪源资本、Ventech China等老股东跟投。缤果盒子方面表示,未来数月将聚焦在入驻城市规模化落地,力争达成每2万人拥有一个无人便利店的服务规模。

据悉,缤果盒子是市场上较早出现的无人便利店玩家。并于2017年6月开始规模化落地。截至目前,缤果盒子共进驻全国29个城市,并与北京门头沟区人民政府、天津南开区、成都双流区、兰州市政府等多地政府签订合作协议。此轮融资后,缤果盒子表示,将会按照2万人/盒的标准打造多个高密度样板城市区域,建立无人零售示范性区域。按此标准,一个1000万人口的区域将会铺设500个盒子。

与此同时,缤果盒子公布了提升传统零售效率的无人收银解决方案BingoBox Mini。借助BingoBox Mini,传统便利店无需任何改造,用户将所有商品放入结算台后,即可扫描二维码确认金额完成支付。据缤果盒子测算,以三线城市传统便利店为样本,使用缤果盒子的完整解决方案后可降低至少50%的人工成本。

缤果盒子CEO及创始人陈子林表示,无人便利店因前台无人化,可以在低人流量,无法养活传统便利店的区域为用户提供零售服务。用户楼下的24小时无人智能便利店,因距离足够近,商品足够符合用户需求,有望成为用户家庭场景的首选购物渠道。

监督 | 北京工商开展专项行动 查处仿冒“苹果”维修店

北京商报讯(记者 王维伟 陈伟)近日,北京市工商局东城分局按照北京市工商局“红盾利剑打假溯源”专项行动工作要求,在前期查证摸排的基础上,结合“苹果”公司代理人投诉,在全区范围内开展了打击仿冒“苹果”维修店的专项行动。

北京市工商局东城分局在向商标权利人详细了解情况的基础上,执法人员通过摸排发现辖区内的东直门商圈、王府井商圈、崇文门商圈等地存在多家仿冒“苹果”维修店。

据工商执法人员介绍,此类仿冒维修店大多具有以下特点:

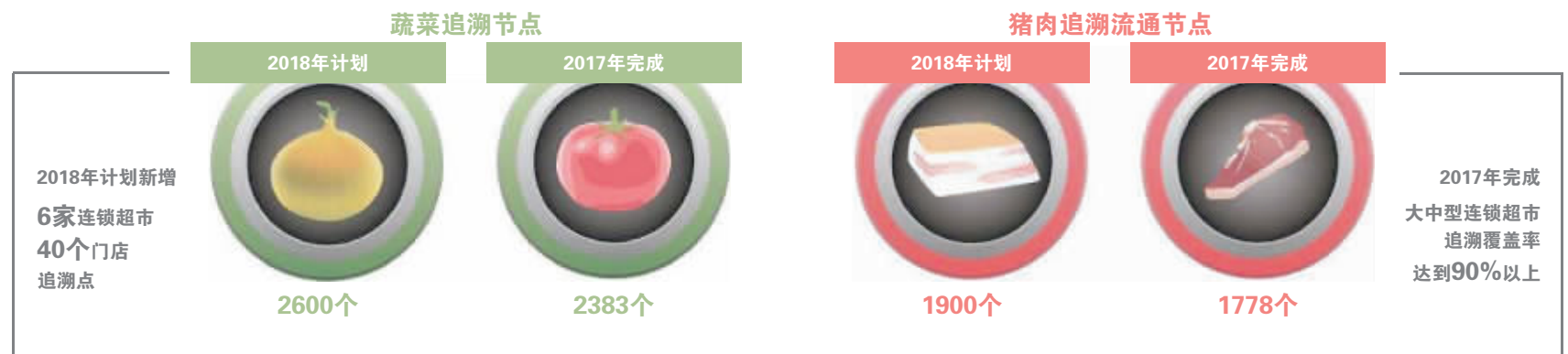
一是未经“苹果”商标权利人授权擅自使用苹果注册商标,且多表现为在店面招牌、墙体广告、店内装潢上突出使用;二是销售假冒的“苹果”手机配件,包括手机屏、贴膜、电池、充电器、数据线等;三是维修地点多数位于高档写字楼、购物中心内,非常容易让消费者误认为是官方授权的苹果维修店。

执法检查中,工商执法人员现场查看了商户证照情况、工作人员的服饰标志、“苹果”标识使用情况、配件销售情况、进货台账、维修单据、POS机清单等,对涉嫌假冒“苹果”的配件予以扣押,并提示经营者未经授权不得违规使用“苹果”公司注册商标。

截至1月16日,东城分局共开展此项检查活动4次,纠正不当使用商标行为19处,立案查处违法经营者7户,查扣涉嫌假冒“苹果”产品配件759件,目前案件正在进一步调查中。

工商执法人员表示,北京市工商局东城分局下一步将对辖区内的各品牌手机维修店进行专项治理,严厉打击未经商标权利人授权擅自使用注册商标、销售假冒注册商标商品等侵犯注册商标专用权的行为。

北京建成数千个肉菜追溯节点



北京商报记者1月17日从北京市商务委员会了解到,2017年全市共建设猪肉追溯节点1778个、蔬菜追溯节点2383个。通过“北京E追溯”微信公众号、手机App、追溯查询机和城市追溯平台网站四种方式,市民可随时追溯肉菜商品的产地和流通渠道信息。同时,北京市商务委员会与京东集团签署在北京市重要产品追溯相关领域开展战略合作的协议,通过应用大数据、物联网、云计算等新技术打造线上线下一体化追溯体系。

肉菜可追溯源头

北京市肉菜追溯体系建设成效显著。北京商报记者在超市发夕照寺门店看到,该店内的猪肉和蔬菜品类都已上线追溯查询服务。消费者通过“北京E追溯”微信公众号和手机App等方式扫描可追溯商品包装上的二维码、一维码或追溯码3种追溯信息载体,即可查询到相关肉菜商品的产地、供货单位等信息。另外,在超市发夕照寺门店的肉菜商品区,还设有一台追溯查询机,消费者通过该机器同样可以查询到商品的源头信息。

据北京超市发总裁王增庆透露,

目前,超市发已在24家门店内设有追溯查询机,从销量来看,肉类增长超5%,菜类增长超10%。

北京商报记者从北京市商务委了解到,2017年,北京市超额完成了猪肉、蔬菜追溯节点数的建设目标,共建设猪肉追溯节点1778个,蔬菜追溯节点2383个。其中,在猪肉追溯节点覆盖方面,肉菜追溯体系已达到北京市9家生猪定点屠宰企业全覆盖;6家猪肉批发市场全覆盖;肉品专卖店54家全覆盖;预包装分割肉企业覆盖4家;菜市场覆盖45家;团体消费单位覆盖16家980个门店。

此外,在蔬菜追溯节点覆盖方面,已达到北京市蔬菜直营直供13家510个菜车及菜店全覆盖;主要大中型连锁超市覆盖35家680个门店,覆盖率达到90%以上;包装蔬菜加工企业覆盖13家,覆盖率达70%以上;菜市场覆盖18家;蔬菜批发市场覆盖2家;团体消费单位覆盖16家1260个门店。

体系建设将进一步完善

北京市商务委主任闫立刚表示,未来北京市还将在多方面进一步完善追溯体系建设,不断扩充可追溯商品

品类,扩大参与企业数量。据了解,2018年,北京市将新增4家预包装猪肉企业和5家预包装蔬菜企业,同时新增6家连锁超市的40个门店。并通过采购肉菜追溯数据链条服务,进一步扩大覆盖范围,全市猪肉追溯和蔬菜追溯节点数量将分别达到1900个和2600个。

北京市商务委也在积极推动创新技术在追溯体系中的应用。例如,采取激光灼刻等先进技术,开发了分割肉自动称重、打印、贴标和扫描数据的自动采集设备;还为包装蔬菜生产加工企业开发了自动称重赋码包装一体机,实现了包装菜的全程可追溯等。

追溯体系需要覆盖从食品生产端到零售端的各个环节,在建设过程中也存在需要不断提升的地方。

一位消费者告诉北京商报记者,即使自己不一定去查询每个商品的追溯信息,但是只要看到商品外包装印有“北京E追溯”标识时,总会感到很安心,相信万一食品出现问题后,将借助追溯体系很快查询到问题源头。也有消费者表示,希望未来能了解到更多关于商品特点、生长情况等方面的细节。

联手电商大数据

在消费渠道不断融合,需求呈多样化发展的背景下,追溯体系也需紧跟商业与科技升级。为加强肉菜追溯体系与电商融合,打造线上线下一体化,市商务委将与京东在重要产品追溯领域开展战略合作。

据悉,双方将通过应用大数据、物联网、云计算和人工智能等新技术,探索在北京市合作推进全链条的重要产品追溯体系建设,实现从原材料采购、生产加工到成品销售的全链条追溯管理,为更多北京市参与肉菜追溯体系的企业提供开放式的技术服务平台。

京东副总裁、Y事业部负责人于永利表示,目前,京东已经在推动线上线下一体化的追溯体系建设,消费者在京东线上平台可看到肉类商品的所有源头信息,京东线下门店内部分商品产地等信息也有明确标识。未来,京东计划将追溯体系进一步覆盖到所有合作的品牌商、生产商,并且利用区块链、无线射频技术、条码技术等,实现商品从产地到流通的闭环追溯体系。

北京商报记者 吴文治 徐天悦/文 李燕/制图

Market focus

多措并举 无印良品能否在华扭转业绩

启动在日本本国史上最大规模降价后,无印良品在华“新定价”也于1月18日跟进,同时试水微信小程序并开通微信支付。1月17日,无印良品官方微信公众号发布消息称,无印良品将于1月18日开通微信支付功能并上线微信小程序。北京商报记者注意到,小程序页面已经挂出“新定价”通道,并在点进去的说明中显示部分降价商品并明确于1月18日实施。实际上,无印良品在中国的业绩增长已经出现明显放缓。业内专家分析,品牌此次尝试在短期之内业绩会有回升,但最重要的还是要延伸产品品类,深化风格营销。

拓渠道 跨业态

面对名创优品、网易严选等“无印系”杂货类品牌和电商的崛起,无印良品在华发展遇到瓶颈。1月17日,无印良品在官方微信公众号连续发布6篇推文,宣布将于1月18日正式接入微信支付并开通MUJI无印良品“微信小程序”。北京商报记者在无印良品微信小程序页面发现,目前小程序首页分为主页、卡券以及小票三栏。主页展示开通微信支付、新店开业宣传广告,以及降价和“新定价”通知,小票一栏则显示“建设中”。

同时,无印良品还将于当日开启全球首个无印良品三合一项目,包括无印良品深圳深业上城旗舰店、全球第二家MUJI Diner无印良品食堂以及全球首家MUJI HOTEL无印良品酒店,同时结合三种不同的业态。旗舰店内将引入MUJI YOURSELF定制,购买纸质商品可加盖个性印章

或刺绣名字、图案;店内还配有家具搭配顾问以及服装搭配咨询顾问,进行私人定制;无印良品酒店共4层,价格为950-2500元。

无印良品在中国市场的增长已出现放缓。数据显示,品牌2017年第二财季(6-8月)中国同店销售额仅增长1.8%,此前两个季度分别为增长5.8%和7.6%。公司原计划本财年新增40家门店,目前也已减少到30家。

新定位 再降价

值得关注的是,此前无印良品在日本实施的“史上最大规模降价”也于1月18日在中国市场正式启动,开始与日本同价销售。此次2018年“新定价”共58件商品,涉及事务小物、棉蜂窝纹毛巾被、进口食品、不锈钢厨具及餐具、化妆棉及PP化妆盒、木质收纳、松木组合架以及米瓷及耐热玻璃食器8个系列,降价折扣为5%-25%。其中,一款4层的白橡木收纳柜由2900元降价至2200元,折扣达到24%,其他生活小物也都下调3-15元。

无印良品表示,这已经是品牌第八次“新定价”。无印良品的商品,不会因为上市而停止创新。同时,无印良品会持续检视商品的开发及设计,并以此对商品的价格进行重新定位。

北京商报记者在大众点评最新评价中发现,不少网友表示无印良品商品种类齐全,但价格却过高。一位名为“淡淡的小茗同学”的网友表示,很喜欢在无印良品逛逛,即使不买也要溜达一圈,店铺给人很舒服的感觉,种类也很齐全,但价格确实

不算便宜。甚至,曾有业内人士向北京商报记者透露,相对于其他杂货类品牌,无印良品的价格一直都很高,甚至很有可能高于日本本土市场的定价。

大调整 转战略

派尚服饰搭配学院院长康蓝心表示,这可以说是无印良品经营战略上的大调整。相对于其他品牌而言,无印良品的微信支付和微信小程序似乎有点姗姗来迟。而酒店可以说是一次创新尝试,例如阿玛尼等奢侈品牌也有自己的酒店,利用自有产品,打造年轻人喜欢的无印良品风格。但从定价来讲,酒店定位偏高。拥有年轻人喜欢的清新质朴风格,适合旅行住宿,定价却在商务人士客群,但又无法达到商务人士要求的品质,因而陷入价格与风格的两难之地。整体而言,无印良品在商品降价的同时却又推出高档酒店,目标客户群不明确,定位矛盾,很有可能是“赚了夫人又折兵”。无印良品消费的是一种风格,更加吸引年轻的客户群体。但对于消费习惯变化多端的年轻人来说,无印良品也只是“一时新鲜”,真正吸引的还是小清新文艺风的小众客户群体。

康蓝心预计,短期之内,无印良品因降价而会有大批量的客户涌入,吸引老客户再次进店,带来业绩的提升,减少库存数量,但降价促销并不会对毛利润有明显影响。无印良品商品品类仍需要延伸,比如婴幼儿产品。同时,突出自身产品风格甚至达到独树一帜,深化品牌“性冷淡”质朴清新风格的营销。

北京商报记者 吴文治 魏茹

再入黑名单 彪马童鞋耐折性能被检不合格

北京商报讯(记者 吴文治 郭白玉)知名品牌成抽检不合格重灾区。北京市工商局1月17日披露对北京市场上销售的儿童鞋类商品抽检结果,彪马再次被列入黑名单,检出成鞋耐折性能不合格,彪马多年来各地黑榜记录再添一条。

据介绍,此次北京市工商局针对北京市场销售的儿童鞋类商品抽检结果当中,不合格商品一共涉及38款,涉及的主要问题为标识、感官质量、剥离强度、带带拉出强度、耐磨性能、耐折性能、外底硬度、勾心长度下限值、勾

心纵向刚度、重金属总含量(镉、砷、铅)、甲醛、六价铬、邻苯二甲酸酯含量等不符合相关标准要求。其中生产日期及批号为2017-05-15/19007204的彪马1#、2#、25(1.5)规格儿童鞋被检出成鞋耐折性能不合格。耐折性能是成鞋鞋底是否容易断裂、帮面材料是否容易出现裂面、裂浆和帮底是否容易开胶的指标,耐折性能不合格的鞋在穿着过程中最常发生的问题是鞋底断裂、帮面裂浆、裂面或帮底、底端开胶等问题。

北京市工商局在公示中称,已经

对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定立案查处,公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取措施,下架不合格商品。

事实上,近年来彪马已成工商质检等部门开出的黑名单的常客。2017年3月13日,上海出入境检验检疫局发布上海国检局开展不合格进口服装“3·15”集中销毁活动公告,相关不合格进口服装已被销毁,涉及货值812万美元,相关不合格服装品牌就涉及有彪马,2017年1月,广州市消委会对吸

湿速干服装的抽检结果显示,85.7%吸湿速干衣未达国家推荐性标准,彪马也在其中。2016年1月,广州市消委会公布箱包产品质量比较试验报告,彪马榜上有名,2014年9月,广州市消委会对在广州市面上销售的休闲服装商品开展了比较试验,由彪马(上海)商贸有限公司生产的彪马短裤抽检不合格,2012年7月,广东省质量技术监督局披露,彪马等品牌因检测不合格登上质量黑榜,2011年8月,上海市工商局公布了近期上海市鞋类质量监督结果不合格名单,彪马再次上榜。