

对标顺丰博弈菜鸟 京东切入C端快递市场

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)京东物流正挤压市场广阔而赛道拥挤的个人快递行业,搅动行业格局。10月18日,京东物流宣布正式推出个人快递业务挺入C端快递市场,面向个人消费者开放物流寄件快递服务,明年试点数量可达50个。此举意味着京东物流成为搅局个人快递业务领域的首个电商企业,面对快递行业已趋于稳定的格局,京东物流要打出更多差异牌才有机会弯道超车。

“京东物流会采用全自营揽收团队,保证1小时内上门揽件,个人寄件还将与京东Plus会员的活动打通。”京东物流CEO王振辉强调。早在今年9月,京东物流已在部分区域试行个人快递业务。

京东物流入局前,顺丰与通达系快递企业已占据C端寄递服务的半壁江山,因此京东需要提供更多的差异化服务才有机会撬动市场。王振辉表示,针对重量不超过30公斤的包裹,京东物流提供标准化普惠寄件,同时,依托航空运力的特快寄件,同城即日达和次日达,以及由专车专人取送件的“京尊达”也将应用于个人快递服务。此举意味着京东物流网络将从伞状变为网状,揽件人员、网点数量等要达到一定密度才能支撑京东物流对时效的要求。

在此之前,京东物流一直服务于B端企业,仅向企业提供逆向揽件。京东物流正式入局C端快递市场后将与顺丰、通达系等快递企业争抢市场,还将与阿里旗下的菜鸟近身博弈。数据显示,2018年上半年快递业务市场占有率排名前三的快递企业为中通、韵达、圆通,分别为16.8%、13.6%和12.7%,京东物流将与上述企业直接交手。

值得注意的是,京东物流与顺丰在个人快递业务同为自营模式,同样瞄准了中高端快递市场,双方无疑会直接对垒。物流行业分析师丁威表示,顺丰深耕快递市场多年,已经开始向同城即时配送领域进军,在与通达系快递企业竞争过程中形成了市场认知,但顺丰每一票配送的边际成本较高。而京东物流则手握消费端数据,带有庞大的商务流量,京东快递引入个人件寄递业务,可进一步降低边际成本、提高边际收益,但又面临着构建物流体系以实现点到点个人揽收能力的多重考验。

获阿里20亿投资 1919谋划新一轮扩张

北京商报讯(记者 薛晨)获得阿里巴巴集团20亿元战略投资的壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司(以下简称“1919”),扩张计划已箭在弦上。10月18日,北京商报记者从1919方面获悉,经过C轮融资,企业获得了来自阿里巴巴集团的战略投资。至此阿里巴巴持股约29%,成为1919第二大股东。

1919创始人、董事长杨陵江表示,加入阿里生态圈以后,1919的各条业务线将发挥新势能,线上线下进行深度融合,打造“酒饮服务解决方案与运营平台”,为用户带来更为丰富的“订酒+订餐”体验,预计2018年GMV为80亿元。值得一提的是,从2019年开始,1919将开启新的五年扩张计划,力争在2023年实现千亿GMV目标。

事实上,阿里巴巴对1919的投资并不是空穴来风。此次战略投资前,天猫、零售通、菜鸟物流、蚂蚁金服等4条业务线,以及作为阿里新零售样本的盒马鲜生已经和1919展开了合作。值得一提的是,2018年3月,1919与盒马鲜生在成都签署新零售战略合作协议,双方宣布在酒类供应链及新零售领域进行深度合作,1919成为盒马鲜生全国市场的酒类供应商。业界认为,彼时1919与盒马鲜生之间的合作,拓宽了1919的销售渠道,有利于提高产品市场占有率和渗透率。而此次阿里巴巴战略投资1919,更有益于巩固双方之间的既有合作以及未来的资源共享。

据了解,作为一家酒类垂直领域电商公司,1919在2017年的GMV超过50亿,并在全国500多个城市布局了1200家直营直管店。1919相关负责人表示,尽管酒类市场空间巨大,但是电商渗透率不足5%,在零售端,市场散乱小特征明显。

北京便利店迎史上最宽松政策

北京便利店即将迎来史上最宽松的政策。北京市商务委等七部门10月18日联合出台的《关于印发〈关于进一步促进便利店发展的若干措施〉的通知》(以下简称《措施》)提出了19条举措,从便利店经营的空间位置、项目品类、注册审批等方面进行放宽。便利业内普遍认为,这是便利店行业特大利好消息,同时针对具体实施过程中可能涉及到的多部门协调,还希望能够尽快出台细则。

开进公园、医院、地铁

便利店的主流选址目前集中在写字楼、交通枢纽、社区等位置,作为规模发展的业态,便利店企业都在想方设法开设更多的门店。此次《措施》对便利店拓展发展空间、优化网点布局给出了更多的选择,除了利用疏解整治腾退出的空间资源引进连锁品牌便利店,还要逐步开放公共服务单位所属空间资源,在学校、体育场馆、医院、公园、地铁、科技园区等单位引入品牌连锁便利店。

北京市商务委相关负责人表示,目前公园、学校等单位很少有规划为商业用途的设施空间,也催生了不少无证照的小摊贩,今后将逐步改进准入登记,引入连锁便利店。对于使用社

区内可利用的空间资源,如原锅炉房、煤气站、奶站等,公共服务单位内部空间资源和市属国企房屋设置便利店的,将逐步改进准入登记。

物美便利店总经理董岗向北京商报记者介绍,像医院、公园之类的场所,此前因为无法开具产权证明,工商不受理,无法办理营业执照,今后可以向便利店企业开放是一个特别利好的消息,但是还需要相关政府部门给出可执行的细则,让企业有章可循。

提供更多的空间供连锁便利店进入,是为了覆盖更多人群,提高便利程度。在数量上,《措施》表示,按居住项目规划10-20平方米/千人的标准预留便利店业态空间,按每社区建设不少于1个便利店的配置指标完善街区商业生态。实际上,北京市已经数次提出鼓励增加便民商业网点,今年5月,市商务委发布《利用地下空间补充完善便民商业服务设施的指导意见》(以下简称《指导意见》),明确了便民商业进入地下空间的具体方式。

分支注册只需3个工作日

在获得了更多的开店空间资源后,便利店新开门店也将执行新流程。《措施》称,将进一步简化登记注册审批流程,采取“一区一照”模式的连锁

便利店,可以一次申请多个分支机构注册,并在3个工作日内办结。对实施“一区一照”登记的连锁便利店企业统一搭载便民服务项目,可由总店统一办理经营范围增项,各分店不再单独办理增项。

对于便利店搭售食品,将缩短食品经营许可审核时长。开通食品经营许可快速通道,对连锁便利店企业仅申请预包装食品销售等经营项目,以及食品经营许可变更、延续、补办等不改变经营场所、设备设施和布局的,不再进行现场核查。申请现场制售类经营项目的,进一步压缩现场审查时间,将便利店企业取得食品经营许可审核时长压缩至从提交完整材料之日起5个工作日以内。

同时,对300平方米(含)以下的便利店,不再进行验收和公众聚集场所投入使用、营业前的消防安全检查,加强日常监督管理。市商务委相关负责人表示,为了缩短便利店开业时间,降低经营成本,现在只是取消了开业前的消防检查,开业后正常运营中的消防检查还是需要的。

店内可售药品、现磨咖啡

随着便利店政策的逐年放宽,以往被消费者吐槽便利店“买什么没什

么”的声音也逐渐消失。《措施》提出,扩大简餐类经营品种,改进机制饮品制售项目许可限制。例如像现磨咖啡、现做的冰淇淋等各种由封闭容器直接形成的饮品、食品都将对便利店放开,而之前便利店经营这类项目需要取得现场制售的资质。现场制售对于场地面积和设备都有较详细的要求,大部分便利店难以获取该资质,消费者由此产生“便利店不便利”的刻板印象。之后,经营上述品类,按散装食品销售的经营项目进行许可。

在经营品类上的另一个重大突破是药品,允许连锁便利店企业开展乙类非处方药品零售。据北京商报记者了解,北京市食药监部门将会配合此政策出台一个可供便利店出售的药品明细,主要是消费者日常用药。目前,我国将非处方药OTC中安全性更高的一些药品划为乙类,乙类非处方药除可在药店出售外,还可在超市、宾馆、百货商店等处销售,而甲类非处方药只能在药店出售。据北京商报记者了解,中国台湾、日本等地都已经实现了便利店出售OTC乙类药品。

另外,《措施》也支持便利店搭载出版物、音像制品、代收代缴等综合便民服务功能,便利社区居民。

北京商报记者 邵蓝洁

高需求的养老餐市场缘何难开拓

北京有90%的老年人存在老年餐的需求,北京60岁以上老人占户籍总人口的24.5%。然而这个看似商机无限的领域却是一个极难开拓的蓝海。在外卖巨头饿了么宣布将以公益性进军这一市场时,老年餐这个曾令诸多餐饮企业跃跃欲试但赔本而归的项目,又被重新推到了行业关注的台前。

饿了么试水

在布局差异化市场时,养老营养餐成为外卖平台饿了么的最新选择。

10月17日,饿了么携手明夷红心居家服务驿站推出养老营养餐。在这项合作中,驿站负责统一制作养老餐,饿了么提供平台和配送。北京商报记者了解到,驿站一荤一素的营养餐定价15元,加上饿了么的配送费用3元,总价18元。目前这一价格水平低于饿了么在北京的平均外卖订单价格,对入驻的养老驿站提点也比其他商家少2-3个百分点。饿了么相关负责人表示,入局养老餐一是出于养老公益,二是出于市场布局的考量。未来将会考虑取消3元配送费。

据从事十几年养老服务的商家表示,目前北京大概有90%的老人需要养老餐服务。但该领域鲜有企业参与。去年5月开始,最早一批入局外卖业务的丽华快餐率先布局老年餐市场,并与国安社区达成合作,丽华快餐自己负

责餐品制作以及干线物流,由国安社区负责最后100米的上门配送服务。丽华快餐集团董事长蒋建平告诉北京商报记者,社区老年餐饮市场一直被很多餐饮企业视为有待开发的蓝海,但这一市场成本颇高,公司与国安社区合作才实现了餐品上门和控制成本。

难开拓的蓝海

家住北京小黄庄社区的刘阿姨已经退休,家中只有老两口,她告诉北京商报记者,老年人自己在家做饭很不方便,自己也尝试过从外卖平台或社区订购老年餐,但是老年人的需求跟年轻人非常不同,想吃到“顺口”的饭不太容易;希望老年餐品种更丰富一些,也能经常更新,饭菜都不要太硬,最重要的是口味尽量清淡,不能太油腻,这样才能长期订购老年餐”,她说。

刘阿姨的需求正是当下老年餐市场的难点,需求虽然旺盛,但令很多餐饮企业望而却步。

蒋建平告诉北京商报记者,社区老年餐被很多企业视为有待开发的蓝海,但由于老年餐需求较为复杂,老年人消费习惯存在一定局限性,餐饮企业感到阻力很大。老年餐的产品研发有很大挑战,软硬度、咸淡度都需要不断收集消费者端反馈来调整,才能尽可能满足更多老年人的需求,这也需要一定的试探周期。”

丽华快餐分公司经理李焕敏坦言,针对老年餐的特殊性,餐饮企业要在原本标准化的制餐流程中引入针对老年人口味的加工过程,这会拉高出餐成本。另外,老年人对手机、电脑等科技产品的运用不熟练,很多老人难以独立订餐下单。在丽华快餐的尝试中,是由国安社区以传统方式收集订单,再统一交由丽华快餐制作;整个过程是比较费时费人力的”。

一位不愿具名的餐饮业人士告诉记者,饿了么作为外卖平台,更看重市场需求量以及提供老年餐的餐饮商户数量规模,如果这两方面存在缺失,饿了么的老年餐生意则很难持续。因此他建议,饿了么可在布局老年餐的同时探索这一市场的发展状况,加强引导平台商户推出针对老年人的套餐产品,针对这一市场强化配送及服务,优化外卖体验,从而吸引更多的用户流量,才能让这一动作不仅局限于公益,并长久发展下去。

公益市场两难

老年餐市场很难完全依赖企业的“公益”出发点来推进。2015年初,北京市民政局曾宣布,北京将采取政府补贴等方式,鼓励大型、连锁餐饮企业进驻社区,包区解决老年人就餐问题。

彼时,有餐饮品牌通过开设社区门店试水老年餐市场,有的企业将餐

车开进社区,也有部分企业在社区内设置自助送餐机。但很多企业尝试后因“无利可图”而逐渐退出。2016年9月,在安贞社区布局老年餐自助送餐机的红枫盈社区服务有限公司总经理王兵在坚持一年后退出老年餐市场。王兵告诉北京商报记者:“做送餐机将近一年仍未能实现盈利,赔钱太多,因此彻底放弃这个业务”。

一位不愿具名的餐饮业业内人士在接受北京商报记者采访时也坦言,如果没有政府的补助扶持,企业很难坚持提供养老餐服务,这个市场看似很大,但细分需求过剩以及配送分散等问题都提升了运营成本。同时老年人对订餐价格敏感度较高,很难将成本分摊到消费者端,企业容易陷入“薄利多销”的尴尬局面,因此老年餐就演变为企业通过公益服务提升品牌形象及品牌影响力的项目。

中国烹饪协会副会长冯恩援介绍,目前国内老年餐模式有几种:一是社区老年餐饮服务项目;二是企业开设老年餐厅;三是政府资助的老年送餐业务;四是部分偏年轻的老年人自主选择在互联网订餐。但是所有模式都存在一个根本问题,那就是没有针对老年定制的服务平台,商家制作和配送养老餐的同时,也需配备照顾老人吃饭的条件。

北京商报记者 郭诗卉 于桂桂

北京首次发布民营企业百强榜单

由市委统战部牵头,北京市23个委办局共同参与,北京市工商联具体负责开展了北京民营企业百强调研工作。现向社会公开发布“2018北京民营企业百强”榜单。

序号	企业名称	序号	企业名称	序号	企业名称	序号	企业名称
1	京东集团	21	北京爱奇艺科技有限公司	41	北京四联创业化工集团有限公司	61	泛华建设集团有限公司
2	联想控股股份有限公司	22	万达电影股份有限公司	42	北京微梦创科网络技术有限公司	62	北京天诚同创电气有限公司
3	国美控股集团有限公司	23	神州数码软件有限公司	43	北京顺丰速运有限公司	63	亚信科技(中国)有限公司
4	泰康保险集团股份有限公司	24	北京学而思教育科技有限公司	44	北京凯撒国际旅行社有限责任公司	64	中国嘉德国际拍卖有限公司
5	小米通讯技术有限公司	25	北京明天投资有限公司	45	北京九州通医药有限公司	65	北京众成就数字传媒股份有限公司
6	百度公司	26	北京联东投资(集团)有限公司	46	北京市房山燕东化工厂	66	嘉友国际物流股份有限公司
7	北京建龙重工集团有限公司	27	北京当当网信息技术有限公司	47	北京华胜天成科技股份有限公司	67	北京恒昌汇财投资管理有限公司
8	天安人寿保险股份有限公司	28	北京华为数字技术有限公司	48	神州长城国际工程有限公司	68	北京恒昌惠诚信息咨询有限公司
9	物美控股集团有限公司	29	北京东方雨虹防水技术股份有限公司	49	北京纳通科技集团有限公司	69	探路者控股集团股份有限公司
10	北京运通国融投资集团有限公司	30	新华联合冶金控股集团有限公司	50	同方威视技术股份有限公司	70	北京盛世欣格力贸易有限公司
11	帝海投资控股集团有限公司	31	北京永辉超市有限公司	51	北京猎豹移动科技有限公司	71	大恒新纪元科技股份有限公司
12	北京链家房地产经纪有限公司	32	北京君诚实业投资集团有限公司	52	北京长久物流股份有限公司	72	北京携程国际旅行社有限公司
13	北京三快在线科技有限公司	33	当代节能置业股份有限公司	53	国黄金股份有限公司	73	北京民众互动网络营销技术有限公司
14	北京苏宁易购销售有限公司	34	洛娃科技实业集团有限公司	54	汇通投资有限公司	74	北京君合百年房地产开发有限公司
15	东兆长泰集团有限公司	35	恒诚科技发展(北京)有限公司	55	中国华力控股集团有限公司	75	北大先行科技产业有限公司
16	北京大北农科技集团股份有限公司	36	奥瑞金科技股份有限公司	56	瑞华会计师事务所	76	北京梅泰诺通信技术股份有限公司
17	江河创建集团股份有限公司	37	东华软件股份有限公司	57	新华联矿业有限公司	77	北京恒安卫士保安服务有限公司
18	翰林汇信息产业股份有限公司	38	北京恒沙科技有限责任公司	58	北京银隆新能源科技有限公司	78	拉卡拉支付股份有限公司
19	北京蓝色光标数据科技股份有限公司	39	利亚德光电股份有限公司	59	北京精雕科技集团有限公司	79	北京中视电传媒广告股份有限公司
20	北京东方园林环境股份有限公司	40	三一重工股份有限公司	60	博天环境集团股份有限公司	80	北京鑫方盛五金交电有限公司
						81	北京海震铁路装备投资有限公司
						82	北京千方科技股份有限公司
						83	金诚信矿业管理股份有限公司
						84	北京贝亚建筑装饰工程有限公司
						85	甘李药业股份有限公司
						86	北京汉光百货有限责任公司
						87	广联达科技股份有限公司
						88	阔扬科技集团有限公司
						89	康斯康达科技发展股份有限公司
						90	北京高能时代环境技术股份有限公司
						91	北京万兴建筑集团有限公司
						92	北京网易传媒有限公司
						93	爱慕股份有限公司
						94	北京海纳川汽车底盘系统有限公司
						95	北京华图宏阳教育文化发展股份有限公司
						96	北京嘉林药业股份有限公司
						97	洪阳阳化工程科技有限公司
						98	北京百得利之星汽车销售有限公司
						99	北京吉视互动网络营销技术有限公司
						100	北京诚信梦金园珠宝首饰有限公司