

武汉中商收购居然新零售

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文雯)2019年1月10日,武汉中商停牌,理由是筹划针对居然新零售的重要收购。居然之家家居连锁集团总裁王宁向北京商报记者确认了这一消息,因目前类似静默阶段,不便多说。

2019年1月9日晚,武汉中商集团股份有限公司(以下简称“武汉中商”)发布公告称,正在筹划以发行股份购买北京居然之家家居新零售连锁集团有限公司(以下简称“居然新零售”)全体股东合计持有的居然新零售100%股权。预计本次交易涉及的金额将达到重大资产重组的标准。目前该事项仍处于洽谈阶段,双方正在积极协商沟通中。”公告还显示,武汉中商自2019年1月10日开市起开始停牌,预计停牌时间不超过5个交易日。

天眼查显示,居然新零售为汪林朋控股公司,于2015年4月30日注册,注册资本12755.102万元,居然控股为居然新零售的控股股东,收购完成后,居然控股将成为上市公司股东。

此次收购方武汉中商始创于1985年,是一家以商贸零售业为主业,同时涉足房地产、电子商务、进出口贸易等产业的国有控股大型商业上市公司,截至1月9日收盘,武汉中商收盘价为6.72元,市值为16.88亿元。

居然之家在2018年就估值360亿元,市值仅16.88亿元的武汉中商收购居然新零售,这也引发了居然之家借壳上市的猜想。业内人士分析,IPO上市需要企业进行改制、审核、发行路演、信息披露等,排队企业较多、审核时间长、审核标准严格、成本相对较高,而借壳上市的审核程序相对简单,审核时间较短,审核标准较宽松。但证券分析人士邓运盛也表示:武汉中商收购居然新零售,只是为居然之家借壳上市提供了一种可能性,接下来还要看双方的具体合作内容。”

回顾过去的一年,这两家公司的业绩均处于上升趋势。2018年前三季度,武汉中商实现营业收入约29.49亿元,同比增长2.39%;归属净利润约9457.13万元,同比增长172.84%。2018年居然之家共营收750亿元,比2017年上涨23%,门店新开80家,累计门店数达303家。

阿里打假年报:假货订单下降26%

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评 闫岩)治理假货对于电商企业来讲是场攻坚战。1月10日,阿里巴巴发布《2018阿里巴巴知识产权保护年度报告》(以下简称“报告”)显示,2018全年,阿里共向执法机关推送超5万元起刑点的涉假线索1634条,协助抓捕犯罪嫌疑人1953名,溯源打击涉案金额79亿元。值得注意的是,被行政执法机关要求协查的知识产权侵权案件量下降64%。

报告显示,2018年96%的疑似侵权链接一上线即被封杀,因疑似侵权被平台主动删除的链接量下降67%;96%的知识产权投诉在24小时内被处理,品牌权利人投诉量下降32%;被消费者举报删除的疑似假货链接量下降70%;被行政执法机关要求协查的知识产权侵权案件量下降64%;每1万笔订单中仅有1.11笔为疑似假货,比上年同期下降26%。

阿里巴巴集团首席平台治理官郑俊芳称,2018年网络假货治理成效与国家高度重视知识产权保护的举措息息相关。执法机关、品牌权利人、消费者、平台等各方共同组成的打假共治系统首次实现历史性闭环。

从2019年1月1日开始实施的《电子商务法》进一步明确规定了电子商务平台保护消费者权益和知识产权方权益的义务。该法第五条规定:电子商务经营者从事经营活动,应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则,遵守法律和商业道德,公平参与市场竞争,履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务,承担产品和服务质量责任,接受政府和社会的监督。此外《电子商务法》第四十一条规定:电子商务平台经营者应当建立知识产权保护规则,与知识产权权利人加强合作,依法保护知识产权;第四十五条规定:电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的,应当采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施;未采取必要措施的,与侵权人承担连带责任。

对此,中国电子商务研究中心法律权益部助理分析师蒙慧欣认为,《电子商务法》中有5个条款均是关于知识产权的保护问题,这也进一步说明当前我国对知识产权的保护意识越来越强。各电商平台都加大了对对于售假问题的打击力度,也说明当下对知识产权的保护是不可忽视的。

耐克中国物流中心三期开仓

北京商报讯(记者 方彬楠 白杨)1月10日,耐克中国物流中心三期在江苏省太仓市高新区开仓。实际上,该物流中心三期早在2017年5月正式启动中国物流中心扩建工程。

三期投入使用后,各仓库不再孤立存储货物,而是更加一体化地调配库存资源,充分利用现有的仓储面积,并且使耐克具备更快速的物流周转能力。

耐克全球副总裁、大中华区总经理董炜表示:中国物流中心三期的落成和运营,是耐克在中国发展的又一个重要里程碑,也是对中国的经济发展未来和太仓市投资环境下的又一张信任票。这将帮助耐克更好地服务中国消费者,同时也将为太仓的物资经济发展作出更大的贡献。”

太仓市委书记沈宽表示,物流中心三期的开仓启动是耐克公司扩容增效、提升线上线下全渠道订单水平的重要举措,标志着耐克公司在太仓的发展进入新的阶段,必将为太仓经济高质量发展增添新的动力。

2018年,面对瞬息万变的商业新浪潮和风起云涌的市场,哪些商业企业的表现足够抢眼?哪些商业品牌最值得铭记?答案在2019年1月10日举行的2019北京商业品牌大会暨2018年度(第十四届)北京十大商业品牌颁奖盛典上隆重揭晓,54个品牌分别问鼎2018年度北京十大商业品牌、改革开放40年北京商业卓越贡献奖以及2018年度北京商业创新大奖。

2018北京十大商业品牌揭晓



54家品牌分获三大奖项

1月10日晚,北京建国国际会议中心,宾客云集,来自北京市商务局等各政府部门的主管领导、商业领域资深专家及各领域商业企业高层共同见证了2018年度北京商业品牌优秀榜样的出炉。

北京十大商业品牌评选由北京市商业联合会与北京日报报业集团共同主办,北京商报承办,历经13年品牌打磨和口碑积累,已成为北京商业领域备受关注的年度盛事,无论规模、权威性还是影响力均堪称北京商业领域评选之最。

2018年度(第十四届)北京十大商业品牌评选活动以“智慧商业 开放共赢”这一主题下,历经3个月的初选、复选、决选,通过业界专家评审、公众投票等方式,综合考虑参评品牌的业态代表性、平衡性、成熟度,并以品牌经营状况、创新能力、社会责任、文化价值、社会美誉度、品牌服务能力、成长性七大维度指标构成评价体系,参评企业覆盖购物中心(百货)、超市、便利店、餐饮、家居卖场、电商平台、专业店(专业市场)、生活服务等多个业态,最终在300余个参选品牌中,北京稻香村、菜百首饰、大董餐饮、华夏典当行、金源新燕莎MALL、京东、居然之家、吴裕泰、物美、新发地十家企业脱颖而出,问鼎2018年度北京十大商业品牌。

时值改革开放40周年,作为改革开放最早的领域,我国商业服务业40年来在党中央、国务院的领导下,上下求索,砥砺前行,取得了辉煌成就。北京商业流通领域也经历了翻天覆地的变化。京城百年老字号、最早探路中国市场的众多外资商业品牌以及受益于改革开放诞生并崛起的国货品牌,既是这一重要历史的见证者也是参与和推动者。为此,本届评选特设了改革开放40年北京商业卓越贡献奖,北京市百货大楼、北京华天、超市发、翠微大厦、东来顺、家乐福、京东、京客隆、肯德基、麦当劳、全聚德、味多美、小米、新发地、燕莎奥特莱斯、张一元等来自不同业态的20家企业荣获该奖项。

与此同时,创新创业大潮下,诸多商业品牌加码个性化创新,强化社交化基因并吸引资本追捧,这些品牌也在2018年格外引人注目。其中,城南商圈的时髦艺术新地标北京坊、北京第二家“中国特色商业街”华熙LIVE·五棵松,集合了众多网红品牌的合生汇以及2018年在无界零售领域不断探索的红星美凯龙等共24个商业品牌凭借自身的创新亮点赢得2018年度北京商业创新大奖。

过去一年中,生鲜新零售品牌及精品超市增长迅速,便利店和超市的界限也不再有着明确的分野,传统超市依靠自身创新力孵化出的新物种频频抢眼,对便利店资源的整合动作频频,在这方面表现较为突出的超市发、物美、京客隆在本届评选中均有奖项收获。

对于众多老字号企业来说,2018年也在创新之路上进一步探索,并引发了市场的新一轮热潮。北京稻香村、吴裕泰、东来顺等品牌均呈现老字号年轻化趋势,收获了不少“90后”新

的技术创新,也离不开成熟的中间服务。北京十大商业品牌评选,正是这样的中间服务,它减少了因为信息不对称、期望不对称而导致的过高交易成本,倒逼企业走向品牌化,倒逼市场提供更优质的产品和服务。”

北京市商务局副局长孙尧在活动现场发表主题演讲时表示,2018年,北京市提出要建设国际消费中心城市,市商务局为此制定了三年行动计划,同时还制定了实体商业转型升级的三年行动计划。未来几年,北京商业需要围绕国际消费枢纽城市建设和传统商业转型升级等方向去努力,这要求北京的品牌和企业也要与时俱进,不断适应北京商业发展的需要。尤其是今天获奖的企业,这些奖项既是一份荣誉,这份荣誉也赋予了获奖企业更多责任和使命。希望获奖品牌珍惜这份荣誉,并在所处行业中发挥示范引领的标杆作用,在北京传统商圈转型升级中发挥积极带动作用。为促进北京商业升级,促进消费增长作出积极的推动作用。

品牌创新推动商业豹变

在一切都快速变革的时代,处于风口最前沿的商业领域首当其冲,更新迭代的速度尤甚。据北京十大商业品牌评选活动组委会相关负责人介绍,在评选启动之初建立候选品牌库,就结合2018年度北京商业发展过程中出现的各种新变化作出相应调整,例如,增加了服务业态入选企业的占比。2018年,北京服务消费对总消费增长贡献明显,在政策利好与市场需求下,北京市生活服务业态在多样性、创新性等方面不断提高。北京市商务局局长闫立刚曾在接受北京商报记者采访时表示,纵观2018年,服务消费对总消费增长的贡献率超过七成,持续成为带动总消费增长的主要拉动力,北京也因此成为全国率先步入服务消费主导时代的城市。

此外,北京市场竞争依旧激烈,品牌优胜劣汰的速度加快,传统品牌在不断触网寻求转型的同时,轻奢品牌、潮牌和网红餐饮品牌活跃度渐涨。随着北京市场扩大开放,营商环境不断优化,2018年,更多外资百货品牌争相落地北京,更多国际大牌选址北京市场开设中国首店,为北京居民带来新一轮的消费升级。新消费形势下勇于创新求变的购物中心品牌如北京市百货大楼、翠微大厦、金源新燕莎MALL纷纷摘得奖项。

过去一年中,生鲜新零售品牌及精品超市增长迅速,便利店和超市的界限也不再有着明确的分野,传统超市依靠自身创新力孵化出的新物种频频抢眼,对便利店资源的整合动作频频,在这方面表现较为突出的超市发、物美、京客隆在本届评选中均有奖项收获。

对于众多老字号企业来说,2018年也在创新之路上进一步探索,并引发了市场的新一轮热潮。北京稻香村、吴裕泰、东来顺等品牌均呈现老字号年轻化趋势,收获了不少“90后”新

粉。本届获奖名单中,这类老字号的身影也并不鲜见。

首都商业提质按下加速键

北京十大商业品牌评选创立于2005年,已连续举办了十四届。14年中,北京社会消费品零售额从不足3000亿元至突破2万亿元。作为除商品之外总消费的第二大构成部分,服务消费在过去一年中对总消费的拉动作用明显,商品消费主导转为服务消费主导,服务消费占总消费比重达55.2%,与此同时,人们的消费偏好也从速度型向质量型转变。2019年,服务消费主导的消费升级趋势将更为明显。

毫无疑问,2019年消费热点将会发生更多巨变,更多的商业新业态也将被重构。随着2018年北京获批成为首批国家电子商务示范城市以及2019年电商法的实施,代购或将逐渐被更多合法合规的跨境电商企业取代。北京市商务局表示,下一步将从加大政策支持、健全工作机制、持续优化

营商环境等方面为各类跨境电商企业提供优质服务保障。此外,北京市还将启动进一步发力生活性服务业提升工程,针对早餐、家政、蔬菜零售、便民网点等居民服务的痛点,发展培育更多连锁品牌企业,打造更多特色示范商业街区。在繁荣夜间经济促消费的政策支持下,也将催生更多的24小时新业态。与此同时,2019年北京的重点商圈改造升级依然在进行中,公主坟、回龙观、天通苑两大商圈都被提上了改造提升日程,王府井、前门大栅栏也将定位高品位步行街。

在北京建设全国政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心以及打造国际一流的“和谐宜居之都”进程中,首都商业扮演着重要角色。“一带一路”“京津冀协同发展”等国家战略的实施,特别是2022年冬奥会和冬残奥会进入北京周期,以及大兴国际机场的落成和投入使用,北京商业将迎来发展的黄金时代。

北京商报记者 王晓然 孔瑶瑶 徐天悦

2018年度(第十四届)北京十大商业品牌榜单

2018年度北京十大商业品牌获奖企业

- 北京稻香村
- 菜百首饰
- 大董餐饮
- 华夏典当行
- 金源新燕莎MALL
- 京东
- 居然之家
- 吴裕泰
- 物美
- 新发地

改革开放40年北京商业卓越贡献奖获奖企业

- 北京市百货大楼
- 北京华天
- 超市发
- 翠微大厦
- 东来顺
- 家乐福
- 京东
- 京客隆
- 肯德基
- 麦当劳
- 全聚德
- 首创奥特莱斯
- 顺丰
- 苏宁易购
- 物美
- 味多美
- 小米
- 新发地
- 燕莎奥特莱斯
- 张一元

2018年度北京商业创新大奖获奖企业

- 爱琴海购物公园
- 北京坊
- 贝壳找房
- 城外诚
- 东方新天地
- 多点Dmall
- 国美零售
- 合生汇
- 和彩放题
- 红星美凯龙
- 华润五彩城
- 华熙LIVE·五棵松
- 集美家居
- 家和家美
- 京东到家
- 蓝景丽家
- 南新仓
- 全时便利
- 食宝街
- 天虹(北京)
- 物美新街口广场
- 58同城
- 亚马逊中国
- 中国黄金