



京东商城物流成本居高不下

超过苏宁国美实体门店

今年以来,中国电子商务行业最惨烈的一场价格战由京东商城挑起。京东商城CEO刘强东8月14日在微博上狂傲称道:“今天,我再次做出一个决定:京东大家电3年内零毛利!如果3年内,任何采销人员在大家电加上哪怕一元的毛利,都将立即遭到辞退!从今天起,京东所有大家电保证比国美、苏宁连锁店便宜至少10%以上,公司很快公布实现方法!”

一石激起千层浪。刘强东微博上的频繁叫嚣使得苏宁易购、亚马逊、国美网上商城、易讯网等电商同行纷纷参战。刘强东随后不断抛出“成本优势”论据,自称京东商城的成本优势是最强的。但事实上,8月15日价格战开打以后,媒体和网友都普遍发现京东低价纯属“忽悠”,在与苏宁、国美的价格比较中全面落于下风,甚至出现了最大比例的涨价现象,即使个别标价有优势的产品也纷纷打出“缺货”,一看就是虚标低价的游戏,一时间遭到各界强烈声讨。

这种行动和言论上的巨大反差到底是刘强东主观故意还是另有玄虚,经过记者调查发现,京东的低价优势根本不存在维系的基础。

京东成本费用率高于15%

刘强东认为京东商城的大家电之所以能够比苏宁、国美卖得便宜,是因为京东商城的成本费用率只有6%,并且一口咬定苏宁电器、国美电器的成本费用率比京东商城高。

事实上,根据京东商城之前披露的财务数据,其2011年收入为212亿元,毛利率为5.5%。成本中,配送费占比6.6%、广告占比2.3%(去年广告费用支出为4.9亿元)、技术和管理费用占比1.5%左右,净亏损5%左右、应付账期天数38天、存货周转35天。

也就是说,仅从以上配送费、广告费、技术和管理费用这3项数据,就能推算出京东商城的成本费用率不低于:6.6%+2.3%+1.5%=10.4%;如果按照京东商城在2011年达到的员工总数2万人来计算,京东商城在2011年的人力成本至少需10亿元,其人力成本所占营收的比例不会低于4.7%,这就意味着:京东商城在2011年的成本费用率至少达到了15%。

更有甚者,从媒体报道的《京东商城CEO刘强东谈与苏宁价格战实录》一文中得知,刘强东在8月15日接受媒体采访时说:京东商城的物流成本率(包括仓储、配送等费用)在2009年是29%、2010年是26%、2011年是20%、今年大概能降到16%到17%。

这也就是说,京东商城去年实际配送费率可能并不止6.6%。仅从物流成本率这一项指标就能够获悉:京东商城实际成本

奥运营销并不是一句空谈,匹克已经开花结果。据匹克CEO许志华透露,在伦敦奥运期间,有多家国际体育用品经销商主动找到匹克,希望代理匹克品牌产品。其中,最引人注目的是欧洲最大的体育用品连锁超市巨头Intersport。这家公司的CEO Franz在伦敦与许志华会谈后表示,希望能将匹克的产品销售到欧洲所有地区。

与大多数中国品牌做法不同的是,匹克并不只是希望借助伦敦奥运会的亮相来吸引国内消费者,还希望能将匹克带给全球的消费者。因此,他们并没有与其他中国运动品牌一样,为了获取中国代表团及运动队的赞助权争得你死我活,而是独辟蹊径,赞助了新西兰、斯洛文尼亚等7个国家代表团,为其提供出场、领奖和部分比赛装备。

这7家代表团在本届奥运会上,获得了7金5银7铜的出色成绩。其中来自欧洲的塞浦路斯,还收获了该国奥运历史上首枚奥运奖牌。“这枚奖牌的意义,无异于当年许海峰为中国射落奥运历史首金!运动员

北京汽车重磅布局成都车展

蓉城刚过盛夏,即将拉开帷幕的第十五届成都国际汽车展览会又袭来一阵热浪。本次车展,北京汽车作为立足中高端的国际化自主品牌,为这场西南处子秀做足了功课,可谓看点十足。

北京汽车将在成都车展上以全系阵容亮相,参展车型涵盖旗下三大车系。另据透露,两大国际级的汽车研发大牌也将来到北

Acura(讴歌)TL在IIHS新标准测试中获GOOD最高评价

Acura(讴歌)2012款TL在IIHS(美国高速公路保险协会)新设立的安全测试项目——正面1/4碰撞测试中获得最高级别的GOOD评价。这项新的测试是用来模拟汽

费用率比15%还要高。

而根据苏宁电器2011年年报,苏宁电器去年成本费用率(包括销售费用率、管理费用率、财务费用率等)为11.95%。根据国美电器2011年年报,国美电器去年成本费用率为14.27%。综上所述,京东商城的成本费用率远远高于刘强东所称的6%,肯定超过15%,要高于苏宁电器、国美电器等实体连锁门店。

资深产业经济观察家梁振鹏认为,京东一直抓住电商没有“店租、人工、水电”成本来作为说辞,并主要据此说明线下成本高的结论,但这只不过是偷换概念,拿不同的经营模式的成本结构不同来说事。本质上实体门店付出的额外成本是为了获得黄金地段客流量和消费者门店取货的便利性;而电商为了获得同等客流和使得所有售出货品送货上门,有可能要付出更多的用户获取成本和物流成本,此外还有高额的信息系统投入维护费用和明显高于门店服务人员的所谓互联网人才的薪酬成本。但对这些因素避而不谈的刘强东选择了一“失明”,最终不会说谎的财务数据说明了一切。

梁振鹏分析到,两大家电连锁巨头线下的门店运营成本比京东低,而线上业务由于共享实体网络的品牌、采购规模和物流服务等后台,所以成本优势更为明显,因此在价格战中的表现明显强于京东。那京东之前确实给消费者造成的低价有印象来自于哪里?梁振鹏表示,只是由于京东在发展过程中为了做大做强,必须用低价来吸引用户,所以在成本不占优势的情况下,只能一直用亏本赚吆喝的方式来制造低价概念,由于没有采购优势,甚至很多时候不得不靠通过黄牛批发线下特价机来减少亏损,同时拼命制造科技概念和规模增长速度来寻找投资者“输血”,维持生存。

其实今年以来京东取消运费费、收取上门取件费、拖长供应商账期等一系列举措已经证明京东的财务状况越来越差,而京东价格高已经成为越来越多消费者的共识。今年以来京东的规模增长乏力,为了维持规模增长,京东试图不断通过POP平台运营、房地产等频道上线获得更多现金流流水但收效甚微。

在这重重难关之下,刘强东不得不朝苏宁、国美所拥有的巨大线下市场打上了主意,发动价格战将潜移默化的用户行为培养变成激进的主动进攻,同步也能通过滞销的大家电回笼更多资金渡过难关。如果规模恢复增长的话才有再向投资者募资的筹码,这才是刘强东如此高调的真实意图。

奥运效应显现:欧洲最大体育用品经销商瞄上匹克

穿着匹克领奖服、手拿金牌的形象,势必长久存在于当地人的脑海里。”许志华表示,匹克从经销商得到的最新数据是,奥运期间,匹克在所赞助国家的店面销售收入同比增长了3倍。

“匹克最初只是希望通过伦敦奥运会上的7国代表团,将匹克的品牌传播到全球,并提升在赞助国市场的占有率。”许志华说,没想到匹克军团在伦敦奥运会的出色表现,吸引了众多国际经销商的注意。

事实上,在Intersport之前,匹克国际销售部总监吴冰蕊已经在伦敦接洽了近30家匹克海外经销商和希望经销匹克产品的公司。“客户在我住的酒店外排队约见我,这让我很是意外。”吴冰蕊说,奥运营销让经销商对匹克有了全新的认识,对匹克未来前景更加看好。

Intersport正是看中了匹克品牌在全球的影响力。“相比其他中国品牌,匹克的国

北京汽车重磅布局成都车展

京汽车展台宣布深入合作事宜。

金牌导演赵宝刚的“青春系列”终结篇——《北京青年》正在各地热播。《北京青年》剧组成员将应邀前往成都车展,为剧中的独家汽车赞助商——北京汽车捧场。

本次车展中,与热播剧《北京青年》交相辉映的限量版E系列还将携手京东商城,玩转时尚网购。至于这款限量版到底“靓”在何

北京汽车重磅布局成都车展

车与固定物体(如电线杆)的碰撞场景,此时车辆正面仅有25%的面积与之发生撞击。

目前,Acura产品线中共有5款车型获得了IIHS 2012年在侧面碰撞、后部撞击测

京东遭供应商和电商同行抵制

刘强东一再声称其毛利率比苏宁、国美要低,京东商城不怕亏本销售商品。

梁振鹏认为,B2C业态从本质上是一种零售业态,如果不能获得盈利,那就势必会损害到供应商和消费者的正当利益,这样很容易遭到供应商的断供。

目前已经有供应厂家因为京东商城损害其利益而停止供货。海尔电子商务总经理宋宝爱在接受媒体采访时表示:“因京东商城价格打得太低,我们已于今年8月份停止与其合作。目前还与国美苏宁合作,因为他们都是统一集采,我们无法回避。”

苏宁、国美依靠庞大的采销规模,进货价比京东商城低,而且在广告、物流、售后等方面线上、线下能够形成巨大的协作作战优势,从而明显摊薄单价商品的运营成本。所以,面对京东商城的咄咄逼人价格战攻势,苏宁、国美完全没有让步之意。

苏宁易购执行副总裁李斌称,从8月15日至20日的大型促销活动,充分展现了苏宁集团的后台服务实力,全国88个仓储基地保证500个地级以上市和2000个县的配送,苏宁易购从货源和促销上都做好充分准备。“持续性的价格优势取决于采购规模、供应链效率、运营成本、资金实力。只有那些没有底气企业才会在嘴上炒作低价,亏本赚吆喝先考虑自己能否活下去。”

在8.18三周年店庆活动中,苏宁易购在正面应对京东商城价格战的同时,还开展差异化的竞争策略。从8月15日开始,苏宁易购启动三大服务保障项目,从送货准时性、退款及时性和退换货效率3个方面进行承诺;加快线上线下品类同价策略的实施,以此来实现线上线下同步发展,共同做大双线市场规模的目标。

有媒体报道称,在8月14日刘强东以微博发动价格战的当晚,京东商城大家电品类上有近50件商品悄悄涨价,价格涨幅从30%到100%不等。通过先升后降、特价商品缺货等方式,京东商城颇有“炒作大过实际”之嫌。

在京东商城价格战攻势有些力不从心之时,苏宁易购店庆日“超级0元购”活动已经正式开始,买多少返多少,近万款商品组成的0元购军团有力阻击京东商城。

苏宁易购执行副总裁李斌表示,保持价格优势是对消费者最基本的承诺,他重申:苏宁易购包括家电在内的所有产品价格必然低于京东,任何网友发现苏宁易购价格高于京东,我们都会即时调价,并给予已经购买者反馈两倍差价赔付,“苏宁易购将启动史上最强力度的促销,我一定能够帮刘总提前、超额完成减员增效目标。”(赵亦清)

奥运效应显现:欧洲最大体育用品经销商瞄上匹克

际影响力显然要高一些。”Franz说,他知道匹克是FIBA的全球合作伙伴,还是NBA官方市场的合作伙伴,以及WTA的合作伙伴,“这些影响力巨大的赛事组织,将为匹克带来强有力的品牌备述,这将为匹克吸引更多的消费者。”

Intersport在全球40多个国家拥有超过5300个店面,在全球体育用品零售市场上居于领先地位。Intersport同时也是欧洲最大的运动品牌连锁超市,它代表了19%的市场份额(这在欧洲已经是十分显赫的数字),同时,Intersport的准入制度尤其严格。

“对于匹克来说,奥运效应已经显现”,许志华说。借奥运营销的热度,匹克还将在9月举行全球订货会,根据奥运期间的洽谈情况估算。许志华表示,届时将有数十家新的国际经销商加入,“预计匹克海外收入的比例,将借伦敦奥运的东风,实现大幅度增长。”(程勳)

处?北京汽车期待您的亲赴展台,一睹为快。

本届成都车展期间,购车将享受最高万元促销礼包,同时还可以参与IPAD、普吉岛双人游等抽奖活动。此外,北京汽车还为本次车展提供了20辆“特供车”。北京汽车还为所有参展观众带来了“见面礼”,期待您的领取。

2012年的成都车展是北京汽车作为独立品牌开拓西南市场的处子秀。四大看点邀您全心体会,敬请莅临成都车展2号馆,关注北京汽车。(张旭)

北京汽车重磅布局成都车展

试、追尾对颈部影响测试、车顶强度4项测试中GOOD的最高评分,其中包括中国在售的2012款TL、MDX,以及即将于9月上市销售的2013款RDX。(东信)

航天信息与东盟各国交流智能政务 力拓国际化市场

近日,第七届中国-东盟民间友好组织大会在越南河内举行。航天信息股份有限公司携旗下众多信息化解决方案精彩亮相,并就智能政务、智慧城市、物联网等话题与来自泰国、印尼、菲律宾、越南、老挝、柬埔寨、文莱、新加坡、缅甸、马来西亚等东盟十国的政府官员及民间友好组织代表进行了深入交流和探讨。

据了解,中国-东盟民间友好组织大会是由中国人民对外友好协会于2006年发起,由中国东盟协会与东盟十国民间友好组织轮流承办的一大民间盛会。目前,该大会不仅已经成功举办六届,而且还发展形成了中国与东盟各国友好组织开展民间交流、深化合作的固定模式。本届大会更是为了进一步扩大与东盟各国的交流,增进相互间的了解与合作而举办的。

作为国家大型信息化工程和电子政务领域的主要参与者,航天信息在“金税工程”、“金卡工程”、“金盾工程”等国家重点工程建设中都承担了重要工作,为支持国家经济发展、维护社会稳定作出了重要贡献,并在这一过程中积累了丰富的项目经验及雄

亿家能全玻璃热管热水机横空出世 不炸管、不积垢、热效高,树立太阳能热水器选购新标准



近日,山东亿家能太阳能有限公司在中国太阳谷举办了主题为“颠覆传统集热模式,开创无水加热新时代”的全玻璃热管热水机上市发布会。发布会上,最新研发的亿家能全玻璃热管热水机惊艳亮相,与会行业专家、新闻媒体及亿家能全国经销商代表共计500多人,见证了这一引领行业变革的全玻璃热管热水机的发布盛况。镁光灯频频闪烁之间,闪耀着技术研发及设计师智慧光芒的全玻璃热管热水机,凭借“随时上水不炸管,管内无水不积垢”的产品特性,得到与会专家们的一致称赞。它标志着太阳能热水器行业“上水易炸管、管内易积垢”时代的结束。

发布会现场,亿家能市场总监王犀颖对记者说,全玻璃热管热水机解决了太阳能热水器晴好天气上水炸管难题,消费者可以随心上水,

筑梦一路走来风雨兼程

今年3月,为给和我们一样怀着一腔热血的大学生一个社会实践、锻炼自我的平台,在学院团委和学生会主席团的支持下,我们组建了一支支教队伍。

刚开始,我们没有经验,就靠几个人的摸索,从团队机构设置、团队管理、人员招募、学校联系、募捐义卖、教学培训等一步步走来,我们才把“筑梦”给建立起来。一语双关,和我们的力学与建筑工程学院形成对应的同时,也表达了我们和孩子们的一种约定,共筑你我梦想。

在这个火热的7月,我们暂时告别象牙塔舒适的生活,带着年轻人特有的蓬勃朝气,走进社会、深入农村。

《1/1300000000中国脸》——汤辉奥运公益影像展开幕

近日,围绕着“共享奥运财富,促进城市发展”这一主题,《1/1300000000中国脸》汤辉奥运公益影像展在北京奥林匹克公园中心广场拉开帷幕。北京奥运城市发展促进会(以下简称奥促会)相关领导参观了本次奥运公益影像展,并对其公益价值给予

“保值购车”推荐车型:广汽丰田逸致

目前,伴随着全国居民消费价格总水平(CPI)上涨,每个人都能在日常生活中切身感受到通胀带来的影响,个人资产的保值日渐成为焦点话题。作为生活上投入程度仅次于房产的大宗消费品,汽车的保值也日渐受到消费者重视。

与其他资产不同的是,车市中人们对汽车有种“新车落地打八折”的观念,所以购置车辆时,不妨从投入上去衡量其保值率。对于精打细算的车主来说,投入不仅仅局限在爱车购入的价格,更在于长期使用过程中的用车成本。

具有“三车一体、一车多能、宜商宜家”等高价值优势的FUV时尚多功能车逸致,能充分满足消费者当前这种保值购车的新需

SUV中坚力量 圣达菲淡季不淡

时值车市淡季,不少车型的销售都处于低谷,整体市场销量出现大幅下滑,但只有SUV市场却出现逆市上扬,淡季不淡的火爆局面,与其他车型形成“冰火两重天”式的强烈反差。这得益于自主品牌SUV的整体发力,从今

厚的技术创新实力。

目前物联网大潮席卷全球,航天信息凭借在智能卡及RFID领域的领先实力,已成为国内最具竞争实力的IC卡研制生产和系统集成单位之一。自2009年起,航天信息正式参与海外电子身份证项目,先后承担了多个国内外重大项目的智能卡和标签产品,包括韩国、土耳其、乌克兰、泰国等多个国家的地铁票卡、门票卡和inlay项目,产品出口到了北美、欧洲、亚洲等全球多个地区,并与欧洲及东南亚等地区的多家知名厂商就电子标签海外推广业务结成战略合作伙伴。

物联网作为下一个推动世界高速发展的“重要生产力”,如今受到了全球各国的高度重视。目前,航天信息在这些领域都已经具备了成熟的解决方案和丰富的实践经验,此次在中国-东盟民间友好组织大会上,航天信息就携智能政务、智慧城市等多领域的丰富经验和成功案例与各国交流,为进一步开拓国际化市场做好铺垫,也为这些国家未来采用信息化手段促进城市化发展带来了丰富借鉴。(红心)

亿家能全玻璃热管热水机横空出世

不炸管、不积垢、热效高,树立太阳能热水器选购新标准

告别等热水的日子。完全实现了真空管内不走水,不积杂质,热管集热始终处于最佳状态。作为一整套热水系统,亿家能全玻璃热管热水机除了采用新型真空管外,在出厂前还分别经过了模拟太阳能户外使用环境整机检测、整机耐冻、电加热干烧、内胆防腐等1000多项破坏性检测试验,让消费者在冬天可以畅享太阳能热水机带来的品质热水新生活。

亿家能公司总经理沈尚峰在发布会现场就太阳能行业现状特别指出,由于太阳能行业兴起时间较短,国家安全强制性标准缺失,业内许多“大牌”主流企业利用现行国标漏洞,降低选材及检测标准,导致目前太阳能热水器产品质量良莠不齐,安全性、稳定性和使用寿命等方面存在明显差异,导致太阳能“三聚氰胺事件”层出不穷,严重损害消费者利益,也危及太阳能行业生存。亿家能近期将曝光行业潜规则,强推国家安全强制标准!保卫消费者生命安全,拯救全行业。

据悉,亿家能全玻璃热管热水机在全国10余个省份的同步上市,将全面推动中国太阳能热水器产业步入品质升级、技术升级、功能升级新时代,也将进一步扩大中国在全球太阳能热水器行业中的技术领先优势。(李阳)

我们终于等来了出发的日子,为扩大支教的影响力,本次支教我们共赴贵州和四川3个点进行支教活动。怀揣着激动的心情,我们踏上了支教征程。

快乐的时光总是弥足珍贵,短暂的经历总是耐人寻味。离别的那天,我们收到了孩子们的很多信和小纸条,他们都希望我们能再回去看他们。要走的那天晚上,孩子们一直和我们待到晚上12点,在我们的强烈要求下才肯回去。

第二天,孩子们很早就起来为我们送行,汽车发动的那一刻,孩子们已经泣不成声,我们伸出了离别的手,对孩子们说,再见!我们的付出,只为孩子们的微笑!

(李健 董晶 谭军)

《1/1300000000中国脸》——汤辉奥运公益影像展开幕

高度评价。本次影展收录了最具公益影响力的摄影大师——汤辉历时12年拍摄的众多体育英雄的影像。会上,汤辉还将影像展纪念画册赠予了奥促会。他说:“我想通过这个影像展,让人们更关注运动员群体,把奥运精神包含的正能量传递到更多国人的心中,为他们的生活注入奥运的力量。”本次汤辉奥运公益影像展向全体市民免费开放。(乐迪)

“保值购车”推荐车型:广汽丰田逸致

求。据了解,逸致集合了“轿车的舒适性与燃油经济性、MPV的大空间与多用途、城市SUV的动感外观与高安全性能”三种车型优势于一体。逸致2780mm的出色轴距、1665L的行李箱容积以及独立的座椅设计,所带来的宽敞灵活的车内空间,既可满足车主当前商用或者家用的出行需求,也可以应对未来更多家庭成员的出行或物品的携带需求。

在保值消费日渐成为一种生活共识的当下,选择逸致这样一款具有理想用车成本、更高用车价值和配置的时尚多功能车,意味着选择了高价值的用车体验,同时也选择了一种更为完美而保值的生活方式。(杜维)

SUV中坚力量 圣达菲淡季不淡

年6月国产SUV市场增幅高达50.2%、增长速度远高于负增长的轿车和一直就不温不火的MPV可以看出。以华泰圣达菲为代表的国产中级SUV连续数月出现“抢购”的火爆场面更能引人深思。(王新)