



卜蜂莲花关店风波再起 在华业务举步维艰



■ 刘斯会

自卜蜂莲花与物美商业的整合方案流产后,卜蜂莲花的关店传闻就一直不断。事实上,在2014年2月15日,卜蜂莲花就关闭了其位于上海市天山西路555号的天山店。如今有媒体报道称,卜蜂莲花在北京的六里桥店将面临关店。公开资料显示,该店于2003年12月26日开店,至今已有11年多,该店更是卜蜂莲花进入北京市场的第一家门店。

记者近日实地走访了卜蜂莲花六里桥店,发现包括一楼和二楼有多家商铺已经撤离,卜蜂莲花卖场工作人员对是否关店多数表示并不知情。二楼某店外租区域的一家商铺员工向记者坦言,“会不会彻底关

店不清楚,但商场的招商经理告诉我们,将会把三楼超市撤掉,改为外租,原先二层的超市合并为一层。”中投顾问零售行业研究员杜岩宏在接受记者采访时表示,卜蜂莲花在华布局失败的原因除了当前中国的零售环境不佳、商超发展乏力外,还与卜蜂莲花的发展失误有关。“卜蜂莲花曾制定‘百店计划’,但是在发展过程中较盲目,在布局上多有失利,导致难以发挥较强的协同效应和规模效应。此次失误使卜蜂莲花元气大伤,接着再碰上大环境改变,便逐步走向衰退。”

关店传闻变连锁店

记者走访卜蜂莲花六里桥店发现,周围除了有北京西客站和六里桥客运站两个大型人流集散地外,还分布有大量成熟社区。一位工作人员在与记者交流时误把记者当成是想入驻的商户,她建议记者,如果想入驻卜蜂莲花要考虑清楚,现在的生意都不好做,卖场好多商铺都关门了。

记者发现,大卖场的一楼和二楼的确出现了不少商铺空缺。一楼空缺商铺旁一位经营户外用品的工作人员告诉记者,对面一个运动品牌店早在一个多月前就搬走了,目前还没有新店入驻;而同样的情形也出现在二楼,一家化妆品店斜对面原来卖服装的商店也处于关店状态,该化妆品店店长坦言,现在生意不好做,对面卖服装的生意也不行,年后就没开张了。

而对于近期疯传的卜蜂莲花六里桥店关店传闻,卖场工作人员多数表示并不知情。前述化妆品店的工作人员则表示,“会不会关店还不知道,但是商场的招商经理刚找过我们,说三楼的超市要和二楼的合并在一起,把三楼的地方外租出去。”而事实上,现在这栋楼一楼和二楼还有不少空铺,能否把三楼成功外租出去还是未知数。

六里桥店三楼面积共达到9732平方米,被卜蜂莲花定义为“集大型超市、男女潮流服饰、餐饮等为一体的休闲购物中心”,不过,据记者观察,即使在高峰期,超市人流也并不多。下午16时,记者在六里桥店看到,卖场的品牌总体偏中低档,货架的摆放比一般的超市更为宽松,二楼的卖场出口,共33台收银机,现在只有2台开放,并且排队的顾客只有十几个,另外,商场也打出了“大清仓”的促销广告。

公开资料显示,港交所上市公司卜蜂莲花的母公司为泰国的正大集团。1995年,正大集团联手沃尔玛,将易初莲花引入中国;1997年,第一家门店易初莲花在上海开业;2008年,易初莲花更名为卜蜂莲花。而所属华北区域的北京市场,卜蜂莲花最早于2003年年底才进入,第一家门店就是有关店传闻的卜蜂莲花六里桥店。

渠道下沉三四线城市

除了六里桥的关店传闻外,去年一年,卜蜂莲花相继关闭了上海(卜蜂莲花天山店)和北京(卜蜂莲花

望京店)两家店,使得其在华总门店数由原先的79家降至77家。关店的同时,卜蜂莲花表示,公司将继续扩张零售网络,于2015年公司新开至少5家店铺,大都分布于可支配收入增加及竞争较不剧烈的三四线城市。

根据卜蜂莲花最新发布的财报显示,公司2014年全年继续亏损,亏损金额为5840万元,2013年亏损金额为9680万元,亏损缩小的原因在于毛利率增加及严格支出管理抵消其它收入净额下降的影响。

2014年,卜蜂莲花营业额109.12亿元,同比增长0.3%,其增长主要由于2014年开设4家新店产生的收益,但是被2014年4月30日出售7家亏损店铺给WSL所抵消(2014年3月份,卜蜂莲花发布公告,公司将7家亏损门店以2.5亿元的价格出售给母公司正大集团的全资附属公司WSL,包括北京两家门店)。毛利率方面,卜蜂莲花2014年毛利率为16.8%,同比增长0.3%。

作为最早一批进入中国的外资超市,卜蜂莲花虽然还没有找到适合自己发展的道路,公司的财报也是连续3年巨亏,给其在中国的高层带来了不少压力。为扭转财务不良状况,2013年10月,卜蜂莲花欲出售亏损较为严重的华北、华东等地区门店,结果却在2013年年底意外告吹。而这次与物美商业合作告吹,也被业内人士解读为,卜蜂莲花丧失了一次寻找转型突破的机会。

丰田中国高层大换血：一汽丰田规避渠道再“失控”

在追赶大众的道路上,丰田在中国遇到了棘手问题,一汽丰田在2月的经销商大会上,不得不宣布拿钱补贴“造反”的经销商。一汽丰田销售公司总经理姜军在发布今年计划时进一步表示:“不想给经销商带来过多的压力。”

从组织架构到打法思路,一汽丰田今年都进行了不少的调整。姜军近日在上海特意带着团队成员,表演了一出很业余的交响乐,既让主要团队成员在媒体记者面前亮相,又给自己打气。

中国市场出现的状况,让远在日本的丰田汽车“总指挥”丰田章男,也在3月4日作出了调整计划。现年67岁的佐佐木昭将让出丰田(中国)董事长职位,交接给比他小5岁的大西弘致。

2012年丰田对中国市场放弃保守,发布新的事业计划时,丰田章男就将专务大西弘致派到中国,但职位安排在常务佐佐木昭之后,任副董事长。原因是佐佐木昭到中国工作长达10多年,对中国市场情况非常熟悉,是大西弘致全面管理中国市场的最佳过渡人。

丰田有严密的汇报层级制度,常务佐佐木昭只能向副社长汇报工作,而专务大西弘致,则可以直接向社长丰田章男汇报。丰田减少层级,加强中国市场的决策速度,在大西弘致接任后真正达成。

微点评:丰田想追上大众,必将不是一条坦途。

华谊在美签下18部大片 开启“全球分账”模式

华谊兄弟近日发布公告称,在美全资控股的项目公司Huayi Brothers Pictures LLC(以下简称华谊美国项目公司)拟与美国一家电影公司(以下简称美国合作方)签署合作协议,将在2017年年底前联合投资、拍摄、发行不少于18部合作影片。协议规定,除享有部分合作影片在大中华区的发行权外,华谊兄弟还将享有所有合作影片的全球收益分账。

这是国内电影公司第一次参与到从投资、拍摄到发行的好莱坞完整工业流程体系中,也是国内电影公司首次参与合作影片的全球票房分成,并同时按份额享有合作影片的著作权。

公告称,本次合作是华谊兄弟开展国际化战略进程和进入好莱坞电影市场的重要一步,为公司开拓国际市场提供了一个渠道,有利于提高公司在国际市场的影响力。同时,本次合作将有利于增加公司电影主营业务的影响力,公司与美方的合作将有利于公司电影业务的扩展和加强。

实际上,除了影响力的提高,此次合作还为华谊兄弟未来利润增长带来更大想象空间。据协议,华谊兄弟可从三个方面获得合作影片收益:一是按协议约定收取大中华地区的发行代理费;二是按照投资份额及协议约定分享合作影片的全球收益分成;三是按照投资份额拥有合作影片著作权。其中,拥有影片著作权所带来的想象空间更为广阔。

微点评:华谊兄弟跑在同行前面了,赞!

(本报综合报道)

亚马逊卖盗版书：电商海外直邮也不可信？



■ 刘会

距离2014年颁布号称“史上最严”《消费者权益保护法》已经过去了一年,然而,根据国家工商总局数据显示,2014年网购投诉达到7.78万件,同比增长356.6%,投诉商品主要是手机、服装鞋帽、电视机及计算机,投诉问题集中在合同、售后和质量等。

在网购投诉率增长迅猛的同时,商品的正品率也令人堪忧。今年1月,国家工商总局公布2014年下半年网络交易商品定向监测结果显示,在92个批次的样品中,正品率仅为58.7%。

记者与多位业内人士交流发现,不管是消费者在国内网购的图书等商品,还是通过海淘购买的国外商品,大量的假货让消费者防不胜防,这也使得如何保证产品为正品成为电商经营者头疼的问题。

网购假货让专家震惊

事实上,目前包括亚马逊在内的一些大型网站,在某一本新书上市后,便开始打出6折甚至更低折扣。对此,一位在出版社工作的孙姓女士告诉记者,出版社本身利润就薄,如果网上假货泛滥,那就根本赚不到钱。

另有广西师范大学出版社的工作人员告诉记者,以他们出版社为例,有一次,发现亚马逊中国第三方销售渠道6折以下价格出售《看见》和《文学回忆录》,并且绝大多数为盗版书。出版社在发现该情况后,马上与亚马逊方面进行沟通,但亚马逊方面给出的结果是“按照公司流程走”,同时,该第三方销售渠道仍然在销售盗版书籍。

为此,广西师范大学出版社在新浪官方微博上发表声明称,“近日,我社取证确认亚马逊中国第三方销售渠道6折以下《看见》和《文学回忆录》绝大多数为盗版书,鉴于此事已对我社的名誉及经济造成重大损失,并严重扰乱图书市场秩序,我社决定《看见》、《文学回忆录》暂不对亚马逊供货,直至其出台有效的解决措施。请读者谨慎购买。”该申明也得到磨铁图书总裁沈浩波的支持。

前述出版社工作人员表示,该声明发表后,亚马逊方面顶不住压力,关闭了该书第三方销售的购买渠道,此事才告一段落。然而类似这样第三方商家售假现象却屡禁不止。

有业内人士表示,第三方商家自己有库存,自己发货,质量无法保证。电商平台只能通过查看授权书,缴纳保证金的行为来减少假货出现的频率。

值得注意的是,除电商平台的第三方商家假货颇多外,亚马逊自营商品也会出现假货,职业打假人刘艳清在亚马逊网站购买的三款水晶吊坠,其中一款瑞福恒吊坠,就是亚马逊自营款。买主刘艳清说,购买时这些商品全部被介绍为“天然水晶”,经鉴定却是假货。

中国消费者协会律师团团长邱宝昌表示,去年12月,工商总局网站发布“双十一”电商平台商品抽检结果,8个批次的样品为假冒商品,涉及天猫、1号店、亚马逊等6家“大牌”电商。“如果假货率确是属实,非常令人震惊。”他说。

对此,步步高董事长王填公开表示,电子商务交易平台记录了完整的交易行为,基于后台的大数据管理是完全可以杜绝假货行为的。“可以说,电商平台就相当于实体的购物中心,出现假货问题,平台商应对商品承担责任,税收也是由平台方代扣代缴,商家应先行负责,然后再去找厂家或供货商负责。”

海淘产品真假难辨？

除在电商平台上购买国内商品外,随着消费水平的提高,海淘和跨境购物也吸引了一大批消费者。

在今年全国“两会”期间,商务部部长高虎城在回答中外记者提问时表示,去年中国的出境人数已经超过1亿人次,境外购物也在增长,去年境外消费超过1万亿元。海外购物热的主要原因是国内外商品价格相差悬殊。

去年11月份,亚马逊宣布推出海外直邮服务,并提供中文页面导航,不仅如此,国内苏宁、天猫、支付宝等也推出了海外直邮的相关服务。除这些海外直邮外,在淘宝页面搜索“海外代购”能找到将近2万条相关店铺的信息,基于微信朋友圈等社交领域的海外代购奶粉、衣服、鞋子、化妆品等各式商品的更是层出不穷。

然而海淘的背景到底有多深?买到的商品究竟是否为正品,在记者与多位海淘客交流时发现,“买来是假货”或者“不确定到底是不是正品”成为了多数人的回答。

一位陈姓消费者告诉记者,自己非常中意美国某品牌的服装,但去专柜买又实在太贵,因此,想在淘宝网上通过海外代购的形式购买,“我还专门仔细对比了各家海外代购店铺,找到一家评分还不错,价格差得没那么离谱的,结果邮寄过来发现衣服做工较差,为此,我专程跑到专柜去询问,发现还真是假货。”

有曾经从事过海外代购的余姓女士表示,类似淘宝海外代购的货源,都是从国内高仿批发商批发,然后邮寄到国外,再邮寄回国。通过这么绕一圈,海关凭证就有了。商品的包装可以批发进货,发票也可以伪造,她此前在淘宝网某“专业代购”的网站上通过上

传很多国外超市的视频来增加真实感,她坦言,视频是通过她在英国的一个表妹拍的。

中投顾问零售行业研究员杜岩宏在接受记者采访时表示,淘宝上“专业海外代购”假货频出的原因颇多:其一,淘宝上海淘电商鱼龙混杂,在海淘发展初期,淘宝尚未制定出较为完善的监管机制;其二,有许多海外商品之前尚未在国内出现,消费者对其较为生疏,防伪工作难度较大;其三,除了淘宝外,没有其他部门对海淘商品进行监管,使假货有机可乘。

那么除了淘宝网站,一些大型直邮电商网站可信度如何?有行业内人士告诉记者,她此前了解到一家在多家网站海外直邮频道拥有店铺的化妆品公司,虽然网站要求是必须海外发货,有国际物流信息,但公司通过往返国内和韩国的快递公司,签下了在韩国的代发货点。公司还买了一把扫描一下就变成韩国首尔发货的快速扫描枪,消费者在查询快递单号看到的发货地是“韩国首尔”,而实际上“公司的仓库、客服、货”等全部都在国内。

如何避免海淘假货

一位资深海淘人士告诉记者,虽然天猫国际和亚马逊都开通了海外直邮服务,但她还是乐意选择通过转运公司来购买商品。“除了海外直邮的产品种类有限外,很多海外直邮产品到付款时,发现并不能够用中国的信用卡支付,理由是,海外直邮网站上如果一发现有商品打折或特价,中国人一窝蜂就全抢购光了。”

但如何挑选转运公司又是一件相当麻烦的事情,前述零售行业研究员杜岩宏表示,当前转运公司数量较大,质量参差不齐,经过转运公司购买的商品不一定是正品,消费者应该选择信誉度较好的转运公司。

此外,海淘包裹经过转运公司转回国内后经常会产生丢件的烦恼,并且在售后服务方面难以找到明确的对象。

至于如何避免海淘假货,“一方面,消费者应该提高防伪意识,一旦发现假海外代购现象应该向相关部门举报;另一方面,不论是政府还是电商平台,对此类现象应该予以重视,加强监管;同时,对出现这种现象的企业进行处罚,不为商家留下投机空间。”杜岩宏补充道。

