银泰商业CEO陈晓东:现在必须回归零售的本质

入驻杭城18年的银泰一直在谋求转型发展，一次又一次地“蝶变”,不断为消费者带来全新的购物体验。正如银泰商业CEO陈晓东说的那样，零售商传统的经营模式已经走到头了，现在必须回归零售的本质。

●银泰杭州武林总店“四任性”新闻发布会

近日,一块“爱杭州、逛银泰”的广告牌亮相萧山机场、杭州东站等地，引发了网友热议。“这块广告牌很亲切,传递的是杭州人对银泰的喜爱之情。”85后时尚辣妈吴女士说,多年以来，在她的心中，银泰代表的就是年轻、时尚、活力以及对美的生活的不懈追求。

入驻杭城18年的银泰一直在谋求转型发展,一次又一次地“蝶变”,不断为消费者带来全新的购物体验。正如银泰商业CEO陈晓东说的那样，零售商传统的经营模式已经走到头了,现在必须回归零售的本质。

银泰任性

银泰从去年双十一开始，大跨步实现线上线下同时同款同价,实施任性退、任性赔、任性送,为广大顾客提供极致体验,购物狂欢。

今年8月1日，银泰杭州武林总店升级“任性赔”,全面推出任性赔付差价。该店副总经理郭敏介绍，具体来说，这项服务将剑指“线上线下价差”——消费者在银泰杭州武林总店购买的服饰鞋帽类商品(精品、化妆品、黄金珠宝、家电、西选等除外)价格高于同一货号同一天该商品在天猫官方旗舰店的售价,凭所购商品、小票、天猫官方旗舰店截图,即可获得差额现金赔付。

郭敏表示,“从商品上翻到双线同价,武林总店可以说是集团内部创新排头兵，此次三任性蜕变四任性,是创新变革,迎合消费升级的又一重要举措。”

陈晓东强调，银泰要继续做行业的颠覆者,打翻旧有思维,提高供应链效率,高度融合线上线下商品和价格，缩减从商品到顾客的距离和成本,通过“放水”让利拥抱顾客。

“傻傻帅”逻辑

商业要回归本质,就必须苦练内功。

在陈晓东眼中，零售业跟其他行业一样都处在转型变革期，要嫁接新技术，如互联网;要突破原来观念,有新的经营理念;要有新的技术、手段,而不是固步自封墨守成规。

这一切的前提是要恢复百货人原来的武功——怎么样把买卖做好,把东西卖好,把服务卖好。

那么,银泰做了什么？陈晓东说,银泰要做的,就是拥抱互联网思维,让互联网成为工具,做一个“傻傻帅”的银泰。

为了顾客,银泰会变得很傻。银泰在行业率先做到一个月无理由退换货。只要在银泰,顾客退货要求没有满足,就可以去找客服。

为了员工,银泰会变得很傻。为了员工银泰做了很多事情，比如员工情绪假、春节打烊。“在我看来,银泰应该为了员工变得更傻一点,因为他们要回家过年。”

为了行业,银泰会变得很帅。在欧美零售业,一个百货店曾经为顾客退了4条轮胎。在银泰,哪怕没有小票,没有包装袋,营业员也会给你退。退不了找客服，客服还是会给你退。“因为我们相信每一位顾客都是善意的。”

银泰本是时尚

陈晓东常常对身边的人说,不要再去焦虑线上线下,请回到零售的本质。

“减少供应链层级、实现线上线下的真正融合,只有豁出去才能创造真正价值”。在陈晓东看来,银泰的创新变革是永无止境的,常常是敢于在行业内成为第一个吃螃蟹的人。

对于大家关心的线上线下问题，在陈晓东看来,这本来就不是两件事,它只是为顾客打造一个无差别的线上线下融合的闭环。只有解决好消费者的痛点,带给消费者价值,商业的未来就可以看得见了。

怎样才是更好的融合?举个例子,你特别喜欢某个品牌的服装，买得久了对这个品牌非常熟悉,包括风格、尺码等等。有空的时候你可以去商场试穿，享受商场提供的各项服务，你还可以在没空或者商场关门的时候通过银泰“喵货”,加入该品牌的社群,通过线上来购物。

互联网只是工具和手段，最终都是围绕着顾客的需求来提供服务。“再依赖互联网的人,对于吃饭、溜冰、看电影这些体验,沉浸也是没法替代的。”让更多的消费者感受到零售带来的乐趣,这才是银泰要做的。

好东西不贵

银泰商业发布的2015年报显示,全国门店同店总销售额为167.6亿元人民币，同比上升6%,零售收入51.5亿元人民币,同比上升12.3%，归属母公司净利润13.2亿元人民币,同比上升17.5%,在当前零售企业业绩普遍下滑的背景下，能够取得这些业绩的原因是什么?

在陈晓东看来,从消费总体趋势来看,目前人们的消费结构正在由生存型消费向发展型消费升级，由物质型消费向服务型消费升级,由传统消费向新型消费升级,并且这一升级的趋势越来越明显,速度越来越快。随着消费升级,中国零售市场将继续蓬勃发展,为市场注入巨大潜力，但是未来供应链也会相应整合。

此外,百货业的客群也在发生变化。随着国内高净值人群的不断壮大，人们未老而先富,有钱、有资源去评判销售渠道,人们可以任性选择喜欢或不喜欢。未来,年轻人不会关心哪个是互联网,哪个不是互联网,所以,零售企业不要再纠结线上和线下。

零售商对于商品质量和价格的背书是一个必然的责任，这方面才是给顾客创造的价值。什么是零售商的价值？陈晓东举了个例子,好比银泰西选,就是零售商在为这些商品质量和价格做背书。“这些商品不是你创造的，而是你在商品流通环节加上了你的有效工作才创造了流通环节的价值。”陈晓东说,但是如果只是简单做搬运工，陈列这些商品就没戏了,呈现在消费者面前的应该就是“好东西不贵”。

随着峰会临近，越来越多外国友人来到杭州,银泰将以最好的面貌展现给世人,为杭州服务业添彩。 (钟兰)

杨锦龙:布局文化旅游新主业

安泰集团拟置出原有盈利能力较弱的焦炭、钢铁业务,并通过发行股份及支付现金方式，置入福建同元文化古镇旅游开发有限公司80%股权,后者初步作价为43.2亿元。重组完成后，上市公司主营业务将变更为文化旅游及配套地产行业,实现业务转型。

重组预案发布后，有人质疑此次重组标的同元文化超300%高溢价，这笔43.2亿元的重大资产重组引起业界关注。近日,记者采访了安泰集团董事长杨锦龙。

安泰集团进行重大资产重组的背景是,近年来焦煤行业持续低迷。

安泰集团目前主营业务为焦炭、钢铁业务，盈利能力较差,2013—2015年公司分别实现净利润-2.43亿元、-6.8亿元、3789.92万元。其中,虽然2015年10月通过实施重大资产置换扭亏,但“扣非”后净利润仍为-4.78亿元。

安泰集团半年报业绩快报显示，公司上半年亏损3.47亿元。公司认为,报告期内主要受市场低迷影响，公司产品价格同比大幅降低,而原材料价格较上年同期降幅较小,致使产品盈利水平降低。

“一方面是盈利水平持续降低,另一方面也想解决长期困扰公司发展的关联交易问题。”杨锦龙称,作为循环经济产业链,公司的产业布局从煤炭、炼铁、炼钢到型钢,这些不同的业态之间存在着上下游关系，进而形成了关联交易。在考虑引入文化旅游这个项目后,公司董事会便计划将旧的产业悉数剥离。

剥离之后，公司将变身为以文化旅游产业为主的平台。重组方福建同元文化在福建省平潭综合试验区坛南湾组团建设海坛古城,属于新兴的旅游休闲度假区加地产项目。

资料显示，海坛古城位于坛南湾组团国际旅游休闲度假板块，主打的景点坛南湾海岸绵延22公里,环境优美无污染。在居住功能上,古城不仅有传统建筑形态,而且还配套高品质住宅。

重组双方对这一旅游项目信心十足,根据标的公司股东荣泰亚实业的业绩承诺,同元文化2016年7月至2019年12月扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润合计将不低于16.85亿元，即同元文化80%股权对应期间净利润不低于13.48亿元。

杨锦龙称,首先,平潭现在享受很多政策的红利,发展前景明朗;其次,“海坛古城”目前一期工程已经完工,进入试营业。下一步,公司将探索旅游业与旅游地产的协调发展,项目的商业地产项目也在逐步销售之中。

“公司对本次重组还有着更深远的考量。”杨锦龙称,山西是传统的能源大省,在经济转型期承受着巨大的压力，能源企业在煤炭经济之外寻找和探索新的利润增长点,也是当地政府所倡导的。安泰集团也希望借此抓住机会,按照政府的要求进行业务的调整、转型。

(曹桢)

森马将重点发展全渠道推进

电商业务将保持高增长

日前，浙江森马服饰股份有限公司开展了投资者关系活动分析师会议，公司副总裁兼董事会秘书郑洪伟先生与投资者就公司全渠道布局、存货和服装市场划分等方面进行了交流。

“全渠道是未来公司发展的方向”,郑洪伟讲到,以前服装渠道中大多是街边店,目前兴起了购物中心和互联网等新渠道，提供了不同的发展方式,顺应这一趋势,公司发展的重点之一也是全渠道的推进。

据了解，过去中国服装行业的发展是渠道为王的模式,那时候渠道是有价值的,也是有限的,目前,随着房地产业和互联网的迅速发展,渠道之间发生了竞争,每个渠道自己都会去寻找并组合有竞争力或有能力的品牌,形成自己的特色竞争力，因此有产品能力的优势企业更容易获得渠道资源。

据郑洪伟先生透露，公司报表上的存货出现增加,一是因为公司的业务规模扩大,存货会相应增加；二是由于公司加大互联网业务的发展,电商业务作为直营业务,也必然增加了部分存货；三是公司有部分新品牌和新业务的增加，例如公司女装品牌minette、童装品牌马卡乐、韩国女装品牌it Michaa及德国休闲装品牌Marc O'Polo等业务的运营,也对存货产生影响。

据悉，森马将中国的消费市场分为一二三四线城市，公司在二三线城市中的店铺比重较高。此外,郑洪伟介绍到,中国的服装消费市场分为以一、二线城市为主的国际消费能力市场和以部分二、三、四线城市组成的发展中本土市场,不同的市场对产品消费能力、时尚度等方面的需求都存在差异。但有些一线城市的郊县在消费能力、时尚度方面和二三线城市相差无几，因此也很难划分这些城市的消费市场。

此外,郑洪伟表示,森马公司电商销售每年都以翻番的速度成长,2015年网络终端销售额超过17亿元,相比之下,以零售为主要业态的百货商场对公司的渠道销售影响要小的多。森马认为,电商业务发展空间较大,未来仍将保持高速增长。 (亿邦动力网)

海航频打转型组合拳“大手笔”布点科创领域

海航集团这家外界很难看懂的公司,正在新的市场背景下寻求转型之路。

这家业务涵盖航空、实业、金融、旅游、物流等领域的大型企业集团虽屡屡登上各大财富榜单,但其资产重、产业链条战线长、资本运作手法高超等特点也始终备受外界关注。2016年7月20日公布的数据显示,海航集团以营业收入295.6亿美元位列《财富》世界500强第353位。

记者了解到,不久前海航集团下属企业易建科技宣布在新三板完成30亿定增计划后,海航集团新组建的子集团公司——海航生态科技集团再度完成了一笔投资协议。而易建科技完成的定增计划也是今年以来新三板实业企业最大的单笔定增。

8月3日，海航生态科技集团在与全球科技孵化公司RocketSpace签署协议，组建合资公司。根据合作协议,海航集团将向后者投资3.36亿美元,以支持其以中国为首的全球扩张计划。

值得注意的是，作为海航集团在今年三月新组建的产业板块,海航生态科技集团所扮演的角色极为关键。

来自海航集团提供的官方资料显示,海航生态科技集团将依托母公司在产业、技术、资本等方面的累积优势,与国内外孵化资源进行深度整合。其主要业务将聚焦在云、大数据和IOT等高科技领域,包括科技孵化加速、联合办公、企业创新服务、创新培训等。而此次以资本形式捆绑RocketSpace公司,也正是试图借助后者的国际化经验和专业能力。

“前不久我们和重庆市政府部门进行了非常良好的沟通，接下来我们将在国内各大城市布置加速器。”海航生态科技集团副董事长兼CEO童甫接受记者采访时说。 (粟灵)

星巴克推出38款餐品 从“咖啡馆”变“餐馆”?

提起星巴克，人们首先想到的一定是咖啡。然而在7月末,星巴克在中国部分地区启动了一个名为“焕新食”项目,推出的新品不是咖啡,而是多达38款包括意大利面在内的餐食新品。

对于一直对咖啡保持执着专注的星巴克而言,此番举动无疑是颠覆性的。想当年,星巴克创始人霍华德·舒尔茨曾经喊出“让三明治滚出星巴克！”而今,三明治却堂而皇之地出现在了星巴克的柜台上。

业内人士分析认为，星巴克加大餐食比重的动机并不难以理解,即加强盈利能力、留客能力和市场竞争力。而与此同时,星巴克也在推出更多餐食的同时努力保持作为一家咖啡馆的调性,“一切还是为了咖啡”。

38款餐食新品争取“更强存在感”

星巴克对咖啡的专注全球闻名，一直信奉“咖啡香是一家咖啡馆的灵魂所在”。10年前,其创始人霍华德·舒尔茨甚至因为三明治加热后的奶酪味儿掩盖了咖啡香而大发雷霆,愤怒的喊出“让三明治滚出星巴克！”

但如今,星巴克突然发了个大招,一口气推出38款餐品,其中恰恰包括了“三明治”。据了解,全新的产品包括牛肉薯蓉派、番茄培根蝴蝶意面、鸡肉蘑菇派、清蔬帕尼诺、鸡肉帕尼诺、高达芝士火腿星明治、层层牛肉法棍、闪电泡芙等十几款。而经典的香酥可颂、扁桃仁白巧克力可颂等几款糕点也做了保留。

新餐品的定价从15元到32元不等。首批投放的市场包括湖北、湖南、陕西、河南等中西部地区，此后也将陆续在全国其他地区铺开。

业内人士评价认为,星巴克“焕新食”项目指向四个方面的变革。首先是“更大餐品比重”,这从餐品数量即可见出。其次是“更强存在感”,采取了立体陈列的方式,以吸引消费者的注意。第三是“更多咸味产品”,此次一次推出7款咸味食品,这被视作对“中国胃”的致敬。第四是“看上去更加高级”,从名字到食材、配方以及现场体验都比从前“高级了很多”。

放大边际效应,延长留客时间

向来专注于做咖啡的星巴克，为什么如此大力度加大餐食比重呢？据熟悉餐饮行业的人士分析，主要还是因为以下三个方面的原因。

首先是为了进一步加强盈利能力。全世界的咖啡馆都清楚,相对咖啡之类的饮品,餐品带来的边际效益更加可观，盈利能力也更强。

其次是为了让消费者停留时间更长。增

加饮品之外的餐食选择,除了放大边际效益,更是让顾客在咖啡馆停留更久的有效方法。加大餐品的供应，不仅仅增加了咖啡厅的赢利点,更解决了无数咖啡馆苦恼的问题:一到饭点儿,顾客便纷纷离去。这或许也正是星巴克想看到的，更长的停留时间能增加与顾客沟通的机会。

还有一个原因是竞争压力。随着精品咖啡热潮的掀起，咖啡市场的竞争对手越来越多，消费者对咖啡馆的环境和产品也正变得越来越挑剔。星巴克推出更多餐品也是为了更好地抢占市场。

如何避免从“咖啡馆”变成“餐馆”

不过,在咖啡行业存在一个经典悖论:一旦加餐，你的咖啡品牌就很容易在顾客心里沦为“低格调”的代名词。正因如此,一些独立咖啡馆宁愿少赚点钱也坚持不提供餐品,就是为了“不降格”。

那么，对于星巴克来说，在加大餐品比重,还需要保持咖啡馆的调性吗?不难发现,这个答案是肯定的，星巴克显然并不想把自己变成一家餐厅，相反,“一切还是为了咖啡”。

事实上，尽管餐品一口气推出38款之多,但几乎所有的餐品,都像这款意面一样,无论是份量、摆盘,还是食用方式,都被处理成以“咖啡佐餐”的形态存在。从一些细节即可看出这一点：所有餐品都仍旧没有出现在吧台后的正式菜单上，所有餐品均以精美的外观呈现并且配刀叉食用，所有餐品的气味都受到控制以不影响咖啡的香气。

此外，星巴克给专门新食品都制作了搭配咖啡的卡片——或者他们更愿意说这是专门为搭配各种咖啡而推出的餐品。比如,双重芝士火腿吐司与派克市场烘焙咖啡的搭配,既饱腹又不显油腻；而香酥松脆的烤鸡肉蘑菇派，则被视为美式或者苏门答腊咖啡最好的佐餐。

星巴克显然很清楚,保持调性,避免从咖啡馆变成餐馆,是这次餐品革命的重中之重。业内人士评价认为,星巴克此次的变革,无论是餐品、存在感,抑或更高级的体验,深究来看,“无一不是在为咖啡加分”。 (赵新星)

便民服务 QQ:2581962219 收费标准:45元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台，所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

注销公告

成都蚂蚁工坊文化传播有限公司(统一社会信用代码91510100MA61TXE57E)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。特此公告

●张维身份证420921199202123026于2016年08月10日遗失,遗失后非本人签字办理的一切业务无效

●四川长江出租汽车公司自编号003391张灵坤车牌号川ATS467驾驶员服务资格证遗失声明

●曾素华位于高新区兴蓉西巷1号6栋1单元4楼8号房屋产权证监证1472786遗失

●张瑞涵位于西航港街道希望路115号美好花园二期10栋1单元4楼401号房屋产权证双权0369035遗失

●青羊区承都速记服务部遗失国税定额(200元)发票一本50份，代码15101159H001，号码04172701-01472750声明作废.

●成都汉承源文化传播有限公司国税地税合证税务登记证副本(川税蓉字51010739572024 7号)不慎遗失，声明作废。

注销公告

四川尚古环保科技有限公司(注册号510105000443098)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。

●本人甘立(身份证510722199306148153)，于2016年8月11日正式从太平人寿保险有限公司绵阳中心支公司离职,特此声明

●注销公告：成都元通建材有限公司(注册号510107000283697)股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务

●本人石蕾(身份证510704198512151225)，于2016年8月11日正式从太平人寿保险有限公司绵阳中心支公司离职,特此声明

●本人周利红(身份证510722198306014601)，于2016年8月11日正式从太平人寿保险有限公司绵阳中心支公司离职,特此声明

●四川省致达路桥工程有限公司法人章邓志强(编号:5101008187429)遗失，声明作废。

●青羊区富昌电子产品营销中心营业执照正本（注册号:510105600404642)；公章均遗失作废。

●青羊区艾睿电子产品营销中心营业执照正本（注册号:510105600388945)遗失作废。

变更公告

四川日升昌贸易有限公司变更为成都浩斯瑞电气设备有限公司，向公司登记机关申请变更法人及股东。将原法人杨莉变更为现法人杨波,原股东杨莉、张威变更为现股东杨波、彭伟自2016年7月18日起变更前的债权债务由杨莉、张威承担。与变更后的股东杨波、彭伟无关。特此公告

●成都市一品香新餐饮管理有限公司(统一社会信用代码91510105MA61UYQB0Y)营业执照正副本不慎遗失声明作废。

●四川迈正庄商贸有限公司国税、地税税务登记证副本(川税蓉字510105395629865号)遗失,声明作废。

注销公告

成都唯尼教育咨询有限公司注册号510109000395709经股东会决议决定注销公司，请债权人于本公告见报之日起45日内到本公司申报债权,特此公告。

●四川慧泽远教育咨询有限公司营业执照正本（统一社会信用代码91510104MA61WCUFX5)不慎遗失,声明作废。

●成都市自昂建筑劳务有限公司营业执照副本一本注册号:510107000787436 2-2，不慎遗失,声明作废。

注销公告

北京无限乐游科技有限公司成都分公司注册号510104000040399股股东会决议决定注销，请债权人自本公告之日起45日内到本公司申报债权特此公告。

遗失公告

四川省工商局2016年02月17日颁发的统一社会信用代码91510000742275599E的四川华腾工程技术有限公司营业执照副本(1本)不慎遗失，声明作废。特此公告

2016年8月16日

注销公告

四川壹草贰木生物科技有限公司(统一社会信用代码91510108033206350X1)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。特此公告

●成都大数据商贸有限公司的营业执照正副本注册号510107000802591和国地税税务登记证正副本税号510107395914359和组织机构代码证正副本代码39591435-9和机构信用代码证代码G1051010706555420W和在浙江民泰商业银行股份有限公司成都武侯支行开立的开户许可证核准号J6510065554201账号581789518300015遗失作废