

苏宁 2017 重塑实体店价值

电商企业从互联网走向实体，线上线下融合的“新零售”成了眼下最时髦的词汇。这股大潮下，以苏宁为代表的本土零售企业积极转型，不仅捍卫了实体店的价值，也成为“新零售”的探路者。

■ 刘映花

电商企业从互联网走向实体，线上线下融合的“新零售”成了眼下最时髦的词汇。这股大潮下，以苏宁为代表的本土零售企业积极转型，不仅捍卫了实体店的价值，也成为“新零售”的探路者。

北京苏宁总经理卞农近日透露，2017 年北京苏宁将推出数码店、通讯店的建设，为不同区域不同的消费者提供专业服务。苏宁旗下首个新奇特产品独立零售品牌——“新奇特 YOUQU”优越也将落户北京。“以前各个环节是割裂的，现在的商业正变得越来越有趣。”卞农说。

推出首个新奇特产品独立零售品牌

2016 年国内外零售环境遭遇前所未有的困难，不仅大批创业公司“阵亡”，华堂、乐购退出中国市场，沃尔玛、家乐福等全球连锁企业也进行了部分关店调整。但是，2016 年北京苏宁线下门店却实现了约 15% 的增长，单体门店中，北京慈云寺云店的增长超过



30%，成为北京零售业实体端的“黑马”。

卞农认为，线下场景在移动消费中的作用正在逐渐显现，低价不再是唯一卖点，高品质的产品、服务、体验，品质消费成为未来零售发展方向，很多消费者开始向实体店回流。苏宁在线下的 1600 多家门店和 2000 多家苏宁易购直营店成为苏宁最大的优势。

“在互联网新零售时代，苏宁易购的每一家线下门店都成为苏宁物流最后一公里、甚至最后 100 米的支点，门店即是销售前端，还是线上商品的仓库、物流配送站点和商品自提点，让线上消费看得见，服务摸得到。”卞农说。

据卞农介绍，2017 年北京苏宁将推出数码店、通讯店的建设。“五一”前，良乡大角、刘家窑桥西、慈云寺、联想桥将陆续完成云店 2.0 升级。云店 2.0 不再是原来简单的业态叠加，而是进一步扩充年轻人喜欢的新业态，如新奇特零售中心、VR 体验馆等。

苏宁旗下首个新奇特产品独立零售品牌——“新奇特 YOUQU”优越将落户北京。优越的面积在 200 平方米至 300 平方米之间，销售规模有限，但能够吸引大量的客流。同时苏宁六大产业的产品也将相继落地到苏

宁线下门店。未来，云店 2.0 将进一步整合 PPTV 视频直播、足球、电竞、网咖、影咖等娱乐化元素。

打造看得见的服务

2017 年 1 月，家住立水桥附近的郭大爷想买一台电视机，提前预约了苏宁 V 购服务。到了苏宁门店，他却发现店内电视机专区在二楼，没有直梯，只能依靠轮椅行动的郭大爷一筹莫展。负责接待的 V 购专员鲍雪贞在了解了情况后，与彩电部门的几位员工一起，按照郭大爷的选购需求，将推荐品牌的电视样机全部搬到了一楼展台，让郭大爷比较、挑选。最终郭大爷在专业贴心的介绍下，选购了一台 42 吋的先锋电视回家。

V 购只是苏宁转型过程中众多互联网营销工具中的一个，除此之外，平京雷达、店+、千里传音、金矿等互联网营销产品在 2016 年陆续推出，成为苏宁转型过程中非常重要的工具。以店+为例，传统零售时代，线下门店拓展方式落后，成本居高不下但收效甚微。如今苏宁门店店长可以通过店+系统升级线下运营，实现消费者精准营销和 VIP 个性化服

务，门店每个人员的转化率、优惠券的发放等通过手机就可以轻松直观的看到。“最近几年苏宁门店的变化很大，消费者也愿意来门店逛一逛，玩一玩，像我们云店摄影课堂、餐饮课堂、游戏体验区这些一到做活动都是人满为患。”联想桥云店店长师晓雯说。

农村电商将成下一个创富风口

在市场环境和政策推动下，2017 年农村市场将从蓝海变为红海。

农村市场潜力很大，如何布局、如何开拓新市场也是苏宁易购直营店一直努力和摸索的方向。80 后刘红艳已经成为第一批“吃螃蟹的人”。

2016 年，刘红艳带领着仅有 2 个人的团队在胜芳打了一场漂亮的地区攻坚战：廊坊胜芳直营店全年销售额突破 2000 万元，年底奖金近 10 万元。

胜芳直营店只是苏宁农村电商战略的一个缩影。2016 年苏宁大力推进农村电商战略，成立农村电商研究院，打造农村经济发展的电商生态圈，助推各地形成农业产业化、农产品品牌化和人才专业化发展。截至 2016 年底，苏宁易购在全国累计开设直营店 2000 余家，仅北京大区 64 家直营店销售规模就超过 4 亿元。苏宁独具特色的农村电商发展模式不仅实现了在行业内的领跑，也在促进就业、创业、增加收入方面起到了积极的作用。

卞农表示，2017 年苏宁将协同六大产业发展，充分打通根据各个渠道的差异化定位和功能组合，打通苏宁易购线上平台、猫宁平台、线下门店平台，以及农村电商的五六级市场，充分利用 O2O 线上线下平台优势和资源优势，新开 1000 家苏宁易购直营店，推动农村电商的发展，打造苏宁农村经济生态圈。在京津冀地区，苏宁易购直营店布局将超过 300 家，整体销售规模突破 20 亿。

(北京晨报)

中国发布首份国企改革报告：七点建议支招 2017 年改革

在 23 日召开的首届“中国企业改革发展论坛”上，由新华经参研究院、国资委研究中心共同发布了《2016 国企改革发展年度报告——探索中国特色国企改革之路》，作为中国的首份国企改革报告，其在概括 2016 年国企改革成效特点的同时，对 2017 年的改革提出针对性的展望建议。

经济参考报社总编辑杜跃进代表课题组介绍称，2017 年中国经济新旧动能转换的任务依然艰巨。错综复杂的国内外形势和严峻挑战，给正在向纵深推进的国企改革提出了更高要求。对下一步改革课题组提出以下几点建议：

第一是加快瘦身健体、提质增效，继续推动企业管理层级，大力推进僵尸企业管理。

第二是剥离企业办社会职能和解决历史遗留问题亟待获得突破性进展。

第三是在推进国企兼并重组的过程中，不能把央企重组整合简单地理解为减少部署或做大规模，而是要更多地关注内部融合问题，加速重组的化学反应，实现 1+1>2 的效果。

第四是混合所有制改革不是单纯地“为混而混”，而是产业节点中市场化节点混合，不同资源禀赋混合，切忌一窝蜂，要发挥市场配置资源的作用，营造统一开放的市场环境，真正吸引民营资本、社会资本进入国有企业。

第五是下一步改革中应继续推进公司制改革，全面推进规范董事会建设，要按照市场化选聘、契约化管理、差异化薪酬的原则，推进市场化选聘经理层、职业经理人和薪酬差异化改革试点，加快建立健全以合同管理为核心、以岗位管理为基础的市场化用工制度。

第六是未来国有资本投资运营公司改组建建应注意以下两方面问题：按照一企一策的原则，在落实国有资本投资，运营公司董事会职权的基础上，在产权管理等方面明确对国有资本投资运营公司的授权方式；各级国资委全面梳理监管优化流程，分类探索适合国有资本投资运营公司管理的流程和手段，推进信息化与监管业务深度融合。

第七是建立探索完善的国有企业改革容错纠错机制，解放企业家让他们撸起袖子干。

(刘辰瑶)

阿里巴巴集团副总裁余涌：大数据重构外贸新梦想

一个美国小买家，想买一些圣诞节的帽子。他登陆 Alibaba.com，通过平台的大数据匹配，找到了最适合自己的中国卖家。但是价格太便宜了，居然是 3 美金一个。此前，他买的都是 12 美金，会不会有风险？他在平台上看到了信保服务：赊购 2 万美金，下单不用付款。他下了单，以为少说也得几天才能到货。然而，3 个小时后，他收到了这批帽子。

多么不可思议。这是阿里巴巴集团副总裁余涌在 2 月 23 日“2017 中国新外贸梦想节”上分享的一个案例。“这就是外贸的下一个阶段，时机到了。”余涌说，基于互联网大数据技术的升

级，外贸将发生根本性的变化，所有的链条将被重构。过去，一个美国小买家要从深圳罗湖区的一个工厂买圣诞帽至少需要 8 个环节，而如今他只需在一个平台轻点一下鼠标。

阿里巴巴依靠其强大的互联网基础设施，正构建外贸新的生态圈。余涌说，通过阿里巴巴的大数据匹配，买卖效率可以提升 300% 到 400%；交易出现问题，阿里巴巴包赔，这解决了信用问题；阿里巴巴还将与当地政府共建混合单一窗口，可将中小企业办证等所有流程一站式全办；还将为客户提供零物流，把货仓开到买家的身边。

这就是为何一个美国买家能在 3 个小

时收到中国卖家的圣诞帽的原因。“今天畅想的模式就是全球买和全球卖。未来在大数据的配置模式下，我们将有新外贸和新机会。”余涌说，“互联网+外贸”经历了四个阶段，互联网从工具、渠道到底层基础设施再到今天的大数据。

“我在这里做一个判断，两年之后深圳所有中小企业都将是新外贸的电商企业。在快速变化的过程中你要问自己，是否还停留在过去。”余涌说，大数据已经重构了人们的衣食住行，也将重构外贸的生态圈。他建议有梦想的中小企业尽快进入新的外贸生态圈，用大数据思维做好自己的产业，实现从老板到企业家的转变。

(庞倩影)

姆爱普：依托全产业链资源优势，开创牛奶新时代



刚刚过去的 2016 年，婴幼儿奶粉配方注册制正式出台，根据新规，未来国内奶粉市场上最多只有 528 个品牌，而现在，国内市场共有 2500 多个品牌，这意味着，约 75% 的品牌将被清理出局。注册制给要配行业带来了一场由政府主导的行业变革，规范市场主体资格，重构市场竞争秩序和格局。在新政之下，怎样的品牌和产品才能领跑市场？

用实力与品质说话，迎战行业洗牌

蓝河拥有优质奶源，自有新西兰极地牧场，位于南纬 46°高氧无霾区，盛名享誉全球。新西兰牧场百多年来沿用当地人传统散

养放牧的方式，与欧洲的圈养有着本质的区别。散养的奶牛在广阔的牧场里，自由自在的吃牧草，奶牛快乐而幸福，自然产奶品质高、风味好。

蓝河自有高品质工厂，是全球首家获得新西兰 MPI 绵羊奶、牛奶、山羊奶全品类干、湿法生产及出口资质认证的企业；新西兰初级产业部(MPI)一贯以严苛的品质检测闻名，蓝河高品质工厂不光对产品品质进行严格检测，连生产环境、车间空气都要每天检测。蓝河的全程品质自控可追溯系统，追求极致品质，从牧场到餐桌全品质无优！

除了奶源、牧场和工厂的“硬”实力，蓝河更注重于产品科学研发的“软”实力；蓝河与新西兰皇家农科院、奥克兰大学、梅西大

学及意大利 Cagliari 大学等顶级科研团队开展长期战略合作，进行新产品开发、乳品营养价值及科学喂养等方面的深入研究，为宝宝的健康成长保驾护航。目前正在开展的建设项目包括：如何通过牧场管理、产奶季节及操作方式调整，提高奶牛产奶的品质；乳品喂养对宝宝成长形成的季节性影响；免疫球蛋白、溶菌酶等活动成分对人体抗病能力的影响研究等。

爆款姆爱普，开创牛奶新时代

面对行业洗牌，蓝河凭借全产业链资源优势，重磅推出姆爱普婴幼儿配方奶粉，进军牛奶奶粉市场。以消费者利益为导向，让妈妈们比配方、比营养、比价格、比口碑，获得最大的实惠。

姆爱普还添加了水解蛋白、乳铁蛋白、结构脂 OPO 等珍贵营养成分，全面助力宝宝成长。采用经过千万妈妈们验证的经典配方，价格比同等配方营养的产品低 30%~35%。

100% 新西兰原产原罐原箱进口，境内境外同质同标同价。姆爱普，母爱创造奇迹，普惠全球妈妈。

(中新网)

张维宁到洛阳调研尾矿库安全工作

2 月 17 日，河南省人民政府副省长张维宁在省环保厅和省安监局有关领导的陪同下，在洛阳市、栾川县对尾矿库安全工作进行调研。

在调研过程中，副省长张维宁首先听取了省环保厅、洛阳市和栾川县政府关于 2 月 14 日龙宇钼业有限公司榆木沟尾矿库出现尾砂泄漏险情及处置情况的汇报。在得知省安监局领导在第一时间派出工作人员和专家到达事故现场，靠前指导险情处置工作，并结合节后复工复产立即开展尾矿库专项安全大检查等情况后，他对省安监局的快速应急响应工作给予了充分肯定。

针对全省尾矿库 620 座，其中头顶库数量(下游 1 公里有居民的 200 座)全国第一，一等库(坝高 200 米上的 11 座)数量全国第一，三等以上尾矿库(坝高 60 米)和头顶库占全省尾矿库总数的一半的特点，张维宁强调：河南省尾矿库数量多，安全风险大，要提高准入门槛，严控增量，优化存量，实现尾矿库长治久安；要清醒认识当前面临的严峻形势，举一反三，进一步加强尾矿库安全，环保工作监管力度，确保尾矿库不能出事。

(本报记者 任二敏)

七匹狼 2016 年业绩逆势上涨 品牌革新成果卓越

2017 年 2 月 17 日，中国男装领导品牌七匹狼发布了 2016 年业绩快报。该报告显示，七匹狼 2016 年实现营业收入 26.35 亿元，较去年同期上涨 5.99%，利润总额为 3.57 亿元，同比增长 38.34%。在宏观经济持续走低，服装企业生存环境每况愈下的大环境之中，七匹狼逆势而为，交出一份不错的年度财报。

中国服装行业正面临着转型与挑战。智研咨询发布的《2016-2022 年中国服装市场运行态势及投资战略研究报告》提出，目前中国经济的颓势将会持续，服装企业业绩天花板效应会不断增强。与此同时，行业内也出现了更为明显的细分市场及品牌阵营，在“正装及休闲潮流男装”的市场之中，七匹狼以领头的位置带领着这个细分领域发展，并成为行业翘楚。

“男人不只一面”是七匹狼倡导的品牌理念，不仅如此，七匹狼也在企业发展与战略布局中注入狼性精神。这种有所担当及敢于挑战的男子气概，让它得以从一个地域品牌发展成为两次登上米兰国际时装周的国际男装大牌。而这种狼性精神之中，也不乏灵活明锐的商业判断与行业洞察——在服饰行业整体环境态势不容乐观的情形之下，七匹狼开始了品牌调整，从产品优化、供应链升级及渠道有效布局等方面来推进，为品牌注入活力。

七匹狼在保持原有经典产品的同时，不断结合现代时尚元素，发展“狼文化系列”；同时携手国际设计师针对不同季节的产品，进行全面革新与升级，更为迅速与敏锐地为消费者提供时尚且具有品质感的生活方式。

在渠道方面，七匹狼不断进行渠道的改造与分级，以应对消费升级以及市场细分的变化。“公司的营销网络升级已经从‘外延扩张’转向‘内生增长’，提升‘产品力’和‘渠道力’，调整渠道定位，进行渠道分级和改造，并积极探索新的线上线下互动模式。”七匹狼相关负责人表示。

七匹狼已经在不同城市开设“概念体验生活馆”，涉及男装、高级定制、书籍、轻餐饮、艺术品及展演活动等服务，从而构建一个符合当下消费者生活方式的新型业态。除此之外，七匹狼还推出了提供更高性价比产品的“优厂速购 EFC”，来满足不同的细分市场需求。电商与跨界合作的项目也在持续进行，七匹狼还敢于克服库存管理体系的复杂挑战，率先尝试了线上购买线下取货的新兴模式，给消费者提供无缝衔接的完整购物体验。

渠道的有效升级，减轻了七匹狼的库存压力，从而实现利润增长。七匹狼营业利润和利润总额较去年同期增长 40.43%、38.34%。不过也由于七匹狼母公司所得税税率变动，导致所得税费用大幅上升，因此归属于上市公司股东的净利润略有下降，但这一客观因素与七匹狼的主营业务及市场反应并无直接关系。财报数字的背后，是七匹狼的努力与付出，同时也是作为行业领先者对于中国男装市场的探索与革新。

(中国网)

便民服务

3家代理机构:四川博纳文化传播广告有限公司

注销公告

成都润元堂生物科技有限公司(统一社会信用代码:91510100327495260M)经股东会决议决定注销,请公司债权债务人员自本公告见报之日起 45 日内前往公司办理相关手续。特此公告!

●双流县仁和恒顺商贸有限公司在中国工商银行股份有限公司成都仁和路支行的银行开户许可证(核准号:J6510045872102,账号:4402249409100003910)遗失,声明作废。

●四川徽安建设工程有限公司营业执照正本(注册号:5101003063558)遗失作废。

注销公告

成都金豆豆餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:91510122MA6209WU5W)经股东会决定注销,请公司债权债务人员自本公告之日起 45 日内到公司清算组申报债权债务,逾期按相关规定处理。特此公告

变更公告

成都味与道餐饮管理有限公司已在公司登记机关申请变更,法人及股东刘杨变更为许争光,公司变更前的债权债务由原法人承担,自公司变更之日起变更前后的债权债务与变更后的公司无关。特此公告!

注销公告

●四川柏德德商贸有限公司(税号:91510105394231804H)开始给四川勇安智能科技有限公司四川增值税普通发票记账联(发票代码:5100152320,发票号码:20060937,价税合计:70900.00;发票号码:20060936,价税合计:80000.00;发票号码:20060935,价税合计:80000.00)不慎遗失,声明作废。

●四川源康医疗器械有限公司(税号:510107551051269)开始给渔溪中心卫生院的四川增值税普通发票发票联(发票代码:5100153320,发票号码:907041811,价税合计 66821.60)遗失作废。

注销公告

成都银行股份有限公司成都武侯支行(统一社会信用代码:91510108MA61WUNCXU)经股东会决议决定注销,请债权债务人员自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

●成都金岛环保工程有限公司(税号:51019866046592X)发票准购簿遗失作废。

●四川楷越网络科技有限公司国税税务登记证副本(川税字 510107574619785 号)遗失作废。

●成都市喻达劳务服务有限公司国税税务登记证正本(统一社会信用代码:510107551090313)遗失作废。

注销公告

成都宏励商贸有限公司(注册号:510105000439058)经股东会决议决定注销,请债权债务人员自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

●成都谷舶国际贸易有限公司(税号:51019808331301X)遗失普通机打发票 18 份(发票代码:5100151320,发票号码:15927783-15927800)及发票领购簿(号码:00120612),声明作废。

●四川汇开源机械设备有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510108MA61W36930)不慎遗失,特此声明作废。

注销公告

●公告:四川微购科技有限公司,本委受理吴昊、杨婷诉你单位劳动争议纠纷一案,现该案已审理终结。因无法与你单位取得联系,现依法向你单位公告送达成武侯人仲裁字(2016)第 229-1,229-2 号仲裁裁决书,自发出公告之日起经过六十日未领取即视为送达。特此公告。成都市武侯区劳动人事争议仲裁委员会。

●四川科华制药有限公司(统一社会信用代码:915101007559624782,原税号:510107755962478)发票领购本遗失作废。

注销公告

●四川省凯胜创威建筑劳务有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510112MA61UUEP8R),公章(编号:5101009215128),财务专用章(编号:5101009215127)均不慎遗失,声明作废。

●四川越鑫建设工程有限公司,公章,编号:5101008687811,不慎遗失,特此声明作废。

●四川省成都市金牛区国家税务局、成都市金牛区地方税务局 2015 年 8 月 3 日颁发的成都国盛元商贸有限公司税务登记副本(川税登字 510106350562708 号)遗失作废。

注销公告

●四川省生马装饰工程有限公司营业执照副本(统一社会信用代码:91510100MA62Q7AK8D)不慎遗失,声明作废。

●成都雅维防水工程有限公司,沈浩,安全生产考核合格证书(证书号:川建安 C(2012)0012746)遗失,声明作废。

注销公告

成都创联互通科技有限公司(统一社会信用代码:91510105066975935F)经股东会决议决定注销,请债权债务人员自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

qq:2581962219

收费标准:45 元/行/天(13 字 1 行)

地址:红星路二段 70 号四川报业集团 3 楼 3105

广告热线 028-69959066