

试水彩妆概念店 屈臣氏谋求“美丽”蜕变

■ 王晓然 陈韵哲

早已不满足传统品类的屈臣氏继深圳、广州、上海之后,终于计划将彩妆概念店 colorlab 拓展至北京。近日,记者独家获悉,屈臣氏将在近期开设北京第一家彩妆概念店。此前,屈臣氏中国行政总裁高宏达在 2018 屈臣氏 HWB 健康美丽大赏上表示,改造后新型概念店的消费额平均提高了 20%-30%。此外,自 colorlab 开业以来,彩妆产品的年度销售总额已提升了 74%。北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,正是由于彩妆门店为其带来了业绩的提升,加之年轻消费者对彩妆产品需求量相对较大,所以屈臣氏才会大力拓展彩妆门店的数量。

彩妆概念店拉升业绩

记者发现,除了即将在北京开出的首家彩妆概念店,屈臣氏早在今年 1 月,宣布与欧莱雅合作,在国内开设首家美妆概念店 colorlabbyWatsons。据了解,colorlabbyWatsons 引进欧莱雅旗下美妆品牌巴黎欧莱雅及美宝莲纽约,并在店内开设专柜,这两大品牌陈列的产品将占全店产品总数的三成。店内还常驻彩妆师提供化妆建议。

对此,屈臣氏方面表示,自第一家美妆概念店开业以来,彩妆产品的年度销售总额已提升了 74%,因此,集团计划今年内在国内增设 50 家同类型店铺。

据悉,屈臣氏首家彩妆概念店 colorlab 于 1 月在深圳开业,据屈臣氏母公司长江和记实业有限公司 2018 年上半年财报数据显示,作



为零售业务主体的屈臣氏上半年在中国保健及美容产品分部得以维持 20%的毛利率。此外,屈臣氏概念店的升级有所成效,根据长江和记实业公司 2017 年中期财报显示,屈臣氏中国同比店铺销售额下降 6.2%,但 2018 年中期已上升至 2%。

摒弃“传统”加速转型

实际上,屈臣氏近年来一直在尝试概念玩法,探索与传统门店不同的道路,记者在刚刚结束的 2018 屈臣氏 HWB 健康美丽大赏中发现,活动现场布局区别以往的传统形态,屈臣氏现场工作人员表示,公司未来的发展路

线会以潮流化为主,逐渐打破传统销售模式。

以此次北京上线的概念店 colorlab 为例,除了环境与传统门店区分以外,colorlab 将在门店中加入高科技设备。如“StyleMe 来彩我”服务,就是利用“虚拟试妆”服务,借助 AR 技术,只要坐在平板电脑前就可自动识别消费者的脸,提供不同的彩妆建议。

此外,今年 6 月,屈臣氏集团在香港开设了一家名为 CKC18 的购物概念店,除了美妆产品,该店还设有美食区、健康区、电玩潮流区和美酒区,更像是一家零售超市。

实际上,屈臣氏早已着手布局数字化转型。此前在部分门店内,屈臣氏加入了自助收银服务,推出扫码购功能,通过手机微信扫商

品条形码,可跳转小程序了解商品详情、商品评价,并且通过微信直接付款。此外,屈臣氏还结合线上线下推出“门店速提”和“闪电送”服务,线上下单门店取货,或选择“闪电送”最快 1 小时极速收货。

在 UTA 时尚管理集团中国区总裁杨大钧看来,零售行业尤其是个护美妆领域不少企业近些年市场表现都有所下滑,增速逐渐放缓,数字化等新兴玩法或将成为屈臣氏未来的重要关卡。

借彩妆谋求新发展

据英敏特(独立市场研究咨询公司)最近的调查数据显示,中国彩妆产品市场的增长率远超整体美容护理市场,预计在 2017-2022 年间,中国彩妆产品市场将以 10.2%的年均复合增长率增长,并在 2022 年达到 496.62 亿元人民币。

赖阳指出,屈臣氏近年来不断在做战略转型,传统屈臣氏门店销售的更多是性价比比较高的护肤品牌,但随着同类集合店的竞争和网络代沟渠道的成熟,大幅度挤压了屈臣氏传统门店的市场。而彩妆产品拥有特殊性,因为彩妆的多数商品都需要消费者亲自试用,对于第一次尝试新品的消费者而言,门店体验必不可少,所以屈臣氏近期开设的彩妆概念店相比网店更具优势,所以该类店铺消费者在实体店消费需求大幅提升。未来屈臣氏需规划实体店竞争错位战略,除了平价商品以外,彩妆概念店也需要拓展高端产品线,特别是在一线城市,并与同类门店进行差异化竞争,才能长久发展。

南航正式发布“互联网+”战略 力推服务智能化、电子化

中国南方航空公司近日在广州举行“南航 e 行”战略发布会,正式发布其“互联网+”战略。据南航集团副总经理韩文胜介绍,“南航 e 行”是南航近年来全面实施数字化转型、打造世界一流航空运输企业的战略举措,旨在通过南航开发运营的移动端官方平台,为旅客及合作伙伴提供全流程电子化服务。

退票可极速退款、出行知识搜索、特殊服务申请、电子发票开具……当天的发布会上,南航营销委电子商务部的多位项目负责人登台,介绍了“南航 e 行”独有的功能和服务。

据悉,“南航 e 行”将移动互联网和航空出行全流程服务结合起来,整合航空旅游上下游行业资源,构筑一站式服务的南航移动应用平台,为旅客提供出行门到门的服务体验,实现“一机在手,全程无忧”。

现在“南航 e 行”提供的服务覆盖了南航与旅客接触的全部环节,包括“出行前、去机场、在机场、飞行中、目的地、出行后”六大阶段的全流程服务。例如航班动态功能,除了航班的核心动态数据外,还融入了更多全流程元素:去机场前,购买预付费行李额,进行选座值机,查看机上娱乐、预订机上餐食等服务;在机场,会有值机信息指引、登机口变更提示、不正常航班退改等服务;飞机抵达后,可以指引领取行李、点评行程等。

南航营销委副主任兼电子商务部总经理黄文强表示,经过近两年的努力,“南航 e 行”目前已基本能够满足旅客出行服务的全部需求,初步实现了旅客通过一部手机可以在线办理所有业务,员工通过一部手机可以解决旅客所有问题。

“南航 e 行”是南航“互联网+”战略的核心,南航希望通过电商技术手段推动公司业务变革,提供全流程的航空营销服务产品,使电子商务成为南航的核心竞争优势。

南航表示,未来将持续推进“互联网+”战略转型升级,继续更新和升级服务电子化,将旅客出行中接触的各项服务逐步部署至移动端,解决旅客出行的各种痛点难点。同时,将积极探索人脸识别、智能机器人等先进技术和产品在民航运输中的应用实践。(郭军)



“南航 e 行”旨在通过南航开发运营的移动端官方平台,为旅客及合作伙伴提供全流程电子化服务

新蓉电缆三种新产品通过省级新产品鉴定

8 月 3 日,四川省经济和信息化委员会在蓉组织召开了新蓉电缆“BBTRZ 无机矿物复合绝缘柔性防火电缆”“柔性矿物绝缘防火分支电缆”和“6-35kV 中压耐火电力电缆”3 项创新产品的鉴定会。

鉴定会邀请了四川大学、西华大学、四川省化学工业研究设计院、四川省天然气化工研究院、中国生物材料学会、中蓝晨光化工研究院有限公司、中广核拓普(四川)新材料有限公司等单位有关专家、教授。

与会的专家、教授认真听取了项目负责人关于新产品研制开发情况的汇报,仔细审阅了鉴定资料,现场查看了产品,并就相关细节和应用情况进行了质询,公司技术副总工乔恩、项目负责人霍帅营、吕刚针对专家们提出的问题一一作答。

鉴定委员会专家、教授一致认为:新蓉电缆研发的“BBTRZ 无机矿物复合绝缘柔性防火电缆”“柔性矿物绝缘防火分支电缆”和“6-35kV 中压耐火电力电缆”3 项新产品技术先进、创新性强,各项技术指标均达到国内领先水平,同意通过新产品鉴定。

近年来,四川新蓉电缆有限责任公司以市场为导向,以创新为发展驱动,依托省级技术中心、市级技术中心和院士(专家)创新工作站三大创新平台,弘扬工匠精神,先后研制了一系列国内领先的防火、耐火创新高科技产品,仅 2017 年就有三项新产品通过省级新产品鉴定。未来,公司将进一步提升在防火、耐火电缆领域的核心能力,形成领先优势,提升创新成果产业化发展水平,为成都国家中心城市建

设做出贡献。

(肖芽)



国酒之

大企业的大担当,像抓茅台发展一样抓道真帮扶

2015 年 5 月 13 日,按照贵州省委、省政府的统一部署,茅台集团扛起了对口帮扶道真自治县“减贫摘帽、同步小康”的大旗。两双相隔三百多公里的手,紧紧牵在了一起。

这一牵,是大企业有大担当的社会责任感;这一牵,是工业反哺农业的“扶真贫、真扶贫”;这一牵,是企地同心奔小康的信心和决心。

茅台集团以高度的政治责任感和强烈历史使命感,把抓道真帮扶工作放在与茅台发展同等重要位置,尽超常之责、用超常之策、举超常之力,帮扶道真打赢脱贫攻坚战。

三年多来,茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳,茅台集团党委副书记赵书跃等领导先后 20 余次率队深入道真自治县调研指导帮扶工作。

三年来,茅台集团累计直接捐赠资金 1.56 亿元,帮助协调贷款 3 亿元,各基层党支部累计捐款捐物近 1000 万元,在基础设施建设、产业发展、公益助学、融资贷款、党建扶贫等方面给予了道真自治县大力帮扶。

三年来,在茅台集团的倾力帮扶下,在茅台 3 万员工的倾情帮助下,在道真广大干部群众的努力下道真自治县步入了快速发展轨道。

“减”出精彩,吃乡道真换新颜

三年来,在茅台“金融撬动、交通推动、产业拉动、教育推动、党建联动”的帮扶下,在道真干部群众的共同努力下,在社会各界的帮助和支持下,道真发生了翻天覆地的变化——

2015 年减少贫困人口 1.43 万人,贫困发生率下降到 11.7%,历史性地摘掉了“贫困县”的帽子,省委、省政府“减贫摘帽”验收组评价道真“减”得最精彩、“减”得最真实。

2016 年又有 17 个贫困村“摘帽”,减少贫困人口 1.32 万人,贫困发生率下降到 7.34%,小康实现程度达 91.6%。经济发展综合测评由 2012 年全省 80 位上升到 2016 年全省县城第二方阵第 12 位,在 2016 年全省扶贫开发工作成效考核中名列第 1 名,并荣获“中国扶贫、政府创新奖”。



●茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳,茅台集团党委副书记赵书跃等领导先后 20 余次率队深入道真自治县调研指导帮扶工作



●茅台集团帮扶道真的三桥镇食用菌产业扶贫示范园 胡芳精 拍摄

2017 年全县减少贫困人口 1.2 万人,贫困发生率下降到 4.36%。在全省脱贫攻坚成效考核中获得优秀等次,是全省连续两年获得优秀等次的 5 个县之一。

三年多来,在茅台集团倾心倾情倾力的帮扶下,道真自治县贫困人口由 2014 年底的 5.03 万人,减少到 2017 年底的 1.08 万人;贫困发生率从 16.6%下降到 4.36%,小康实现程度达 93.6%。

上千公里的通乡、通村小路,通往亿乡村寨,成为农民的创业路、产业路、致富路;万亩蔬菜基地、万亩茶园、万亩钩藤、万亩中药材基地、食用菌示范基地、食用菌加工园,雨后春笋般冒出,成为道真现代农业的筋骨。

茅台集团结对帮扶道真出色的表现,受到省委、省政府和各级领导的高度肯定,赢得了社会各界的广泛赞誉。

2015 年 10 月 16 日,省委、省政府下发的《关于坚决打赢扶贫攻坚战确保同步全面建成小康社会的决定》中专门要求“总结推广茅台集团帮扶道真自治县的做法”。2015 年 10 月 17 日,在全省扶贫开发大会上,茅台集团荣获“贵州省社会扶贫先进集体”称号。在 2017 年第九届、2018 年第十届中国企业社会责任年会上,茅台集团因在企业社会责任构建方面的重要贡献,先后两次被评选为“精准扶贫年度典范企业”。

大品牌大担当,加大投入强基础

茅台把对口帮扶道真作为头等大事,立说立行,马上就办。

茅台集团主要领导率队多次赴道真自治县各乡镇、贫困村,深入了解县情民情、贫困现状,寻找致贫原因。走访调研发现,由于历史、自然等原因,以及修路成本高、县级财力薄弱,道真自治县乡村公路建设非常滞后,277 个自然村不通公路,深山里的人们出行,常常是肩挑背驮。交通,成为当地跨越发展最大的“拦路虎”。

要想富、先修路,茅台集团精准研判到乡村交通是道真自治县打赢脱贫攻坚战、同步奔小康的最大拦路虎,决定以建设农村公路作为帮扶道真的先导工作来抓。

针对道真自治县推进小康路建设任务重、资金紧的实际,茅台集团大手笔给予道真自治县帮扶资金 3000 万元,并会同遵义市政府、贵州银行遵义分行,与道真签订了《农村公路建设贷款贴息协议》,帮助其融资贷款 3 亿元,负责 3 年的贷款全额贴息(按照年利率 5%计息,共计约 5000 万元),所有资金全部用于农村公路建设。

2015 年 7 月起,由茅台集团支持的小康路建设全面铺开。按照“适度超前、民生为先、转型升级、建管并重、以人为本”的原则,确保实现“连接畅通、出入便捷、乡镇循环、通村连组、服务发展”的目标。一年后,凝聚茅台真情的 800 公里小康路,延伸到道真的村村寨寨。以此带动,道真融资 10 亿元实施 1100 公里的农村公路建设,建成一批惠及群众和推动发展的民生路、连心路、发展路、创业路。

三年时间,道真以茅台集团帮扶资金为主体,实施了 2000 多公里农村公路建设,实现 100%的行政村通油路、100%原建制村通达目标,极大地缓解了群众出行难、运输难的问题,为同步小康奠定坚实基础。

此外,三年多来,茅台集团许多基层党支部针对有的贫困村出行难的问题,出资为结对帮扶村挖通了毛路、修建便道。

一路通,百业旺。公路建设的帮扶,彻底解决了群众出行难、运输难的问题,提高了农民创业致富的积极性,带动了农村特色产业发展。交通条件的改善,也激活了乡村旅游资源,为当地群众圆梦创造了条件。

与此同时,茅台集团还积极参与和支持道真自治县“四在农家·美丽乡村”建设,增强茅台帮扶道真的示范效应,2018 年茅台集团捐赠道真自治县 4000 万元,打造文家坝小康示范村。

目前,围绕“把文家坝小康示范村打造成环境整治、村庄宜居、生活美好、村民幸福的全省市示范性、代表性的全面小康示范村”的目

标,该项目各项前期工作正紧锣密鼓展开,近期即将开工建设,预计 2019 上半年建成完工。

60 个支部结对 48 个贫困村 真心实意真扶贫扶真贫

对茅台集团来说,帮助道真“减贫摘帽”、同步小康,是一场责无旁贷的攻坚战。

道真贫困点多、贫困面广,集团的力量是有限的,10 名扶贫队工作人员的力量也是有限的,如何变“一对多”、扶贫为“一对一”、“多对一”扶贫,变“大水漫灌”为“精准滴灌”。通过调研,茅台集团党委逐渐厘清思路——全面动员,全员参与,让茅台集团每个车间、每个机关办公室的每一个员工,都心系道真、情牵道真,为道真脱贫尽一份力。

2015 年 11 月,茅台集团出台《基层党组织结对帮扶道真县贫困村工作方案》,确立“60·48”工程帮扶模式,即集团 60 个党支部结对帮扶道真县全部 48 个贫困村,以“支部共建”的方式实施帮扶。

通过组织基层党组织结对帮扶贫困村,壮大了扶贫队伍,延伸了扶贫战线,构建起了集团上下联动、全员发力、全面覆盖的帮扶格局,为道真自治县脱贫攻坚注入了强劲动力,更让道真干部群众坚定了脱贫攻坚、同步小康的信心与决心。

三年多来,茅台员工积极响应集团党委的号召,慷慨解囊,60 个基层党组织捐款捐物近 1000 万元,到所结对的贫困村开展了遍访贫困户调研、关爱留守儿童、春节慰问、基础设施建设、产业帮扶等工作。

尽管各基层党支部力量有限,但他们充分履行好了三个“队”角色——

充分发挥“宣传队”的角色,把政策宣传作为帮扶的切入点。各基层党支部指定结对帮扶负责人和联络员,与结对帮扶村村支两委负责人、致富带头人,

(紧转 P6)