

中國信心

蘇寧榮譽鉅名聯合主辦

SUNING 蘇寧 科技蘇寧 智慧服務

蘇寧整合電商5億購紅孩子

香港文匯報訊(記者 軼璋 北京報道)內地知名零售企業蘇寧日前正式宣佈,擬斥資6600萬美元(約5.148億港元)或等值人民幣收購紅孩子,這是蘇寧在電商領域的首次併購,對蘇寧「超電器化」經營和蘇寧旗下電商平台蘇寧易購品類拓展、精細運營、規模提升具有重要意義,也拉開了電商行業整合大幕。

紅孩子是內地最早專注於母嬰用品的電商企業,2011年又推出以化妝品、食品為主的女性網購品牌「繽購」。截至目前,紅孩子已成為內地專業性最強的母嬰和化妝品垂直電商,年銷售規模超過10億元(人民幣,下同),註冊會員達750多萬,2011年重複購買率超過50%。紅孩子已建立了比較健全的全國銷售網絡,員工總數達1500餘人。

母嬰和化妝品最強垂直電商

蘇寧副董事長孫為民告訴記者,蘇寧易購的品類擴充一方面依靠開放平台建設,另一方面則通過併購垂直類電商。此次併購紅孩子,除了紅孩子自身具備的母嬰、化妝領域領先優勢外,雙方的互補性強亦是促成併購的重要原因。

雙方經過深度溝通、了解,對彼此經營理念和企業價值觀高度認同,迅速達成深度合作意向,並最終於9月底確定收購方案。根據方案,收購完成後,蘇寧易購會承接「紅孩子」及「繽購」兩大品牌和公司的資產、業務,全面升級蘇寧易購母嬰、化妝品的運營。

蘇寧易購執行副總裁李斌亦表示,紅孩子及繽購品牌將作為蘇寧的子品牌,在市場推廣、客戶營銷上保



蘇寧併購紅孩子新聞發佈會現場。

本報北京傳真

持一定的獨立性,並進駐蘇寧線上線下渠道,以加快蘇寧的「超電器化」經營步伐。如在線上部分,蘇寧易購母嬰頻道將更名為紅孩子頻道,並保留紅孩子、繽購的獨立域名,形成前端兩大入口;而在線下部分,蘇寧將在Expo超級店、樂購生活廣場大力拓展母嬰品類,設立紅孩子專區,將線上海量SKU與線下體驗互動優勢結合,豐富客戶選擇。

紅孩子及繽購成蘇寧子品牌

紅孩子總裁徐沛欣表示,縱觀世界各國電商格局,

從傳統零售轉向電商的企業更能構築競爭優勢,未來中國市場也是如此。公司創始人的徐沛欣說,8年的努力造就了紅孩子的今天,堅信把紅孩子交給蘇寧,一定會有更美好的明天。

據悉,自2010年初上線以來,蘇寧易購(www.suning.com)一直保持高速發展態勢,尤其今年上半年,蘇寧易購市場活躍度、增速大幅提升。根據規劃,蘇寧易購今年年底SKU數量將達到150萬,銷售規模衝擊200億元,而發展女性用戶群體則是實現這一目標的重要策略。

溫州簽最大投資項目



溫州迄今為止投資規模最大的招商引資項目舉行簽約。

香港文匯報訊(記者 白林森、通訊員 喻靜 溫州報道)新希望集團董事長劉永好,萬通投資控股集團董事長馮倫,奧康集團董事長王振滔等內地知名民營企業家,和全國人大常委、民建中央副主席辜勝阻,中歐國際工商學院教授許小年等專家學者近日共聚溫州,出席溫州市工商聯2012投資論壇。期間,萬通投資控股集團、新希望集團與永嘉縣就「立體城市」項目進行簽約,總投資約210億元(人民幣,下同)。這是溫州迄今為止投資規模最大的招商引資項目。

「立體城市」總投資210億

據了解,萬通投資控股集團、新希望集團與溫州永嘉縣簽約的「立體城市」項目,將落戶永嘉縣經濟重鎮甌北片的三江區域,該項目佔地600多畝,總投資額約210億元。未來將打造成集金融辦公、住宅、醫療產業、立體農業、現代信息產業、特色商業服務業及金融配套產業於一體的低碳生態之城。這也是萬通投資繼成都與西安之後第三個進入實際操作階段的立體城市項目。

擬30億建人造皮革交易中心

同時,溫州皮革鞋料商會、北京溫州商會、義烏溫州商會、石家莊溫州商會、迪拜溫州商會和溫商聯合投資中心負責人與「眼鏡大王」胡福林簽約,總計為信泰皮革鞋料市場注入5億元運營資金。此外,他們還將整合溫州市商業資源,打造市場集群,建設「中國人造革合成革國際交易中心」,預計總投資達30億元。

當天,由浙江省委宣傳部主辦的全省民營企業「雙聚」主題教育實踐教育活動經驗交流會及系列活動亦在溫州舉行,浙江省委常委、副省長、宣傳部長葛慧君和省委常委、溫州市委書記陳德榮等出席會議。系列活動在海內外發展不確定不穩定因素日益增多的特殊時期,希望通過系列舉措以推動民營企業持續健康發展。

香港文匯報訊 內地樓市今年首季起升溫,土地市場第三季更見火爆。9月份還未完,北京市在月內的賣地收入已接近上半年全年的總和。據中新社報道,截至9月26日,7天時間裡北京已經成功出讓10宗地塊,土地出讓金合計達118.69億元(人民幣,下同),而相比之下,北京在2012年上半年合計土地出讓金僅為144.88億元。

報道指,在9月剩下的幾天時間裡,北京還將有3-4宗地塊出讓。受24日西城區月壇南街地塊的高總價影響,業內人士預計其中的月壇地塊有望突破40億元大關,9月全月的土地出讓金也有可能因此超過185億元,超過上半年全年的總和。

從最近內地主要城市供地及成交節奏看,土地市場回暖跡象愈發明顯,而高單價、高總價的地塊次第出現,在表明房企已經渡過資金難關的同時,也在影響着周邊區域的房價以及購房者的預期。

為穩定市場預期,北京市土地儲備中心上周末緊急暫停了包括大興、通州、懷柔、豐台等10宗土地的出讓。而此前的9月17日,上海市規劃和國土資源管理局也中止了黃浦江沿岸一商業用地的出讓。

有業內人認為,從目前開發商拿地的積極性來看,整體土地市場已經升溫,預計4季度土地市場可能會出現新高峰。

京9月賣地收入或超上半年總和

簽12億元電腦新品迎黃金周



蘇寧亮相軟博會。

香港文匯報訊(記者 軼璋 北京報道)第八屆中國(南京)國際軟件產品和信息服務博覽會日前在南京舉行,中國內地最大的商業企業蘇寧再度參展,並在IT及軟件新產品訂貨會現場與宏碁、華碩簽訂了總額達12億元(人民幣,下同)

的電腦新品大單,以備戰「十一」黃金周。

2011年6月,蘇寧明確提出科技轉型與智慧服務新十年戰略,而此前蘇寧亦在物聯網、互聯網技術應用方面一直走在行業前列。此次參展,蘇寧主要是向

外界展示企業運營與管理、智慧服務消費者等方面的信息化應用;以及未來中國零售行業的發展趨勢、雲計算與雲服務、智慧服務平台給消費者購物和生活方式帶來的巨大改變。

參展軟博會 智能家居搶眼球

展會現場蘇寧展示的系列智能家居令人耳目一新:站在一面試衣鏡前,可以實現服裝推薦及選擇、虛擬試衣、服裝推薦、服裝購買等互動功能;同樣,安裝在盥洗室的資訊鏡,通過觸屏可呈現出智能鏡主界面,可查看天氣、新聞資訊,進行洗浴水溫、水量環境溫濕度控制等。此外,蘇寧還展出了系列雲終端產品,如涵蓋應用、遊戲、音樂、視頻等多種內容軟件的蘇寧雲應用商店,亦為消費者帶來多平台、多場景的隨時隨地閱讀享受的蘇寧雲閱讀(Subook)終端等。

值得一提的是,蘇寧亦承辦了此次軟博會重要組成部分IT及軟件新產品訂貨會,並在訂貨會現場,與宏碁、

華碩簽訂了總金額達12億元的電腦新品採購協議,以備戰「十一」。蘇寧採購總部執行副總裁王哲表示,即將到來的「中秋十一黃金周」是傳統的消費高峰,加之開學季帶來的學生消費潮,將促使電腦、數碼品類迎來銷售旺銷。

加緊3C產品戰略佈局

據了解,近年蘇寧加緊3C產品的戰略佈局,與上游廠商開展戰略直供、獨家首發、定制包銷等合作,並分別在2007年、2009年與宏碁、華碩建立了全面的戰略合作夥伴關係。

蘇寧副董事長孫為民亦強調,蘇寧正積極落實新十年戰略,在線上線下兩大渠道協同並進,增強渠道的核心競爭力,為供應商搭建更好的銷售、服務平台。

本屆軟博會由江蘇省政府和國家工信部、科技部、新聞出版總署和中國貿促會主辦,共吸引了微軟、IBM、華為等國內外逾千家企業參展。

即時撥款助昭通抗震救災

香港文匯報訊(記者 軼璋 北京報道)雲南省昭通市彝良縣日前發生5.7級地震,造成較嚴重的人員傷亡和財產損失。蘇寧駐雲南分公司第一時間向昭通災區捐贈現金100萬元,以支援災區抗震救災。

雲南蘇寧電器總經理楊萬波在捐贈現場表示,大災面前,蘇寧人與災區人民在一起,共同渡過難關。昭通災情發生後,雲南蘇寧第一時間啟動了重大災害應急基金。雲南蘇寧還將按照蘇寧總部指示,密切關注災情,積極支援抗震救災。

蘇寧一貫注重企業社會責任的履行,積極投身社會公益。據權威統計,自2004年進駐雲南後,蘇寧積極支持當地經濟建設和社會事業發展,先

後向雲南乾旱、盈江地震災區捐贈600萬,向城市低保人群捐贈100萬元,並組織員工發起「1+1陽光行」社會服務隊,開展各種社會志願者幫扶活動。

逾千萬雲南修建「蘇寧校舍」

此外,蘇寧資助雲南寧蒗溫泉小修繕的「蘇寧校舍」也已進入建設階段,預計年底就能建成入住。據悉,「蘇寧校舍」是由蘇寧和中國扶貧基金會聯合發起的「蘇寧·樂巢行動」公益項目,旨在為貧困地區小學新建學生宿舍。截至目前,蘇寧已向「樂巢行動」項目捐贈1220萬元,計劃在內地貧困地區建設24所「蘇寧校舍」。

蒙牛換新裝重塑形象

香港文匯報訊(記者 軼璋 北京報道)蒙牛集團總裁孫伊萍日前在蒙牛集團品牌新形象發佈會上宣佈,自9月21日起,蒙牛將在內地100餘萬個銷售網點逐步上架新包裝牛奶,這是蒙牛集團成立13年來首次大規模的形象切換,蒙牛亦現場發佈了全新的主視覺、品牌廣告及產品包裝。

近年蒙牛先後被曝光多起產品質量問題,其信譽度亦大受受損。行業專家認為,此次品牌形象刷新,是蒙牛內部發生改變的外在體現。自中糧集團入主蒙牛後,蒙牛已經先後進行了換帥和換新裝的動作,力圖重塑形象。

從每一滴原奶品質抓起

孫伊萍表示,蒙牛發佈的新形象、新

理念不是單純外在的視覺轉變,而是蒙牛對企業使命和核心價值觀的回歸和重溫,蒙牛會從每一滴原奶的品質抓起。據介紹,首批更換新包裝的產品包括純牛奶與基礎功能奶兩大品類,換新裝後產品的容量和售價都保持不變。

中糧集團董事長、蒙牛董事局主席寧高寧亦到現場給蒙牛「打氣」。他表示,蒙牛擁有強烈的改變的決心,已為改變做出了長遠、翔實的規劃,並擁有強大改變的行動力,相信蒙牛能把「點滴幸福」帶給所有的消費者。

原商務部副部長、博鰲亞洲論壇前秘書長龍永圖對蒙牛的轉變充滿期待,認為能讓一個公司基業長青的,不是發展規模和速度,「而是你對消費者的態度。」