

### 本期搜索

### 临近年底 部分区域酒企“温和”涨价

临近年底,剑南春、酒鬼酒等企业均传出涨价的消息。不过,此次涨价的力度和方式相对温和,更多是区域酒企的小力度调整。中国商报记者注意到,与往年相比,今年白酒行业涨价频次明显减少。这种现象折射出白酒企业怎样的生存境况?



05

### 34项举措描绘 贸易高质量发展路线图

11月28日,中共中央、国务院发布《关于推进贸易高质量发展的指导意见》。意见从优化贸易结构、培育新业态、建设平台体系等九大方面提出了34条举措,具体阐释了当前我国贸易高质量发展的方向。

02

### 周黑鸭放开特许经营 能否挽回利润下滑

作为卤味行业的龙头企业,周黑鸭国际控股有限公司走到了十字路口。近日,周黑鸭在武汉总部举办了广西南宁特许经营签约仪式,意味着周黑鸭特许经营模式正式落地,由此前单一的直营模式调整为“直营+特许经营”模式。那么,周黑鸭放开特许经营能否挽回利润下滑?

06



新闻热线  
(010) 8312 8892  
8312 8832  
虚假新闻举报电话  
(010) 8312 4796

### 本期观点

## 完善产品召回制度 系紧消费“安全带”

胡建兵

近日,国家市场监督管理总局公布《消费品召回管理暂行规定》(以下简称规定),自2020年1月1日起施行。该规定的实施不仅能进一步消除产品安全隐患,避免缺陷产品可能造成的人身和财产损失,还能倒逼企业进一步加强产品质量管理,不断改进产品设计和制造,保障产品质量的不断提高。

目前我国缺陷产品召回制度正逐渐完善,现已建立起包括汽车在内的缺陷产品召回制度,为消费者系紧“安全带”,也推动生产者更加精益求精。根据国家市场监督管理总局发布的召回公告,截至去年12月10日,共召回进口汽车9377辆,约占总数的1/3。其中,召回涉及5个企业24个车型的3.56万缺陷车辆。不仅在汽车领域,我国缺陷消费品的召回力度也在显著加大。目前消费品召回主要包括儿童用品和电子电器产品。2018年,国家市场监督管理总局根据问题线索,组织缺陷产品管理中心,开展了电源适配器及充电器缺陷技术分析,引导企业实施召回37次,涉及产品430万件,倒逼企业健全电源适配器及充电器安全技术要求。

不过,不能忽视的是,消费品召回还存在一些不足之处,如,缺陷消费品召回依据的管理办法法律层级相对较低,调整的产品范围较小;随着新技术的不断应用和投放市场新产品的种类不断增多,缺陷识别与调查技术难度不断增加,安全风险标准亟待健全。此次规定对“消费品”“缺陷”“召回”等有了更加明确的定义,使一些企业不再有空子可钻。生产者应当对其生产的消费品的安全负责,消费品存在缺陷的,生产者应当实施召回,鼓励生产者和其他经营者建立消费品可追溯制度。

消费品召回制度是消费品安全监管领域的一项重要制度,旨在保障消费者的人身和财产安全,涉及缺陷信息收集和处理、缺陷调查、召回实施、召回效果评估等环节,离不开社会公众和消费者的广泛参与和配合。作为消费者,在遇到产品安全事故、故障或发现产品可能存在缺陷时,应积极向有关部门进行报告和反馈。

当然,最关键的是,有关部门要完善三位一体的召回层级管理体系。加强技术人才建设,充分发挥技术专家在产品危害风险及风险程度的识别、研判、监测、评估、交流、预警、处置等各环节的重要作用,为科学实施召回制度提供技术保障。同时还要多渠道开展宣传教育,不断提升社会认知度。只有把规定实施到位,才能让民众消费更放心。



## “5G+工业互联网”渐行渐近

工信部日前印发《“5G+工业互联网”512工程推进方案》。方案提出,到2022年,在“5G+工业互联网”领域打造5个产业公共服务平台,内网建设改造覆盖10个重点行业,形成至少20大典型工业应用场景,培育形成5G与工业互联网融合叠加、互促共进、倍增发展的创新态势。图为青岛港“氢动力+5G”全自动化码头(二期)投产运营,一艘货轮在装卸货物。 CNSPHOTO 提供

## 业绩低迷风光不再 与消费变化脱节

# 迷途的快时尚如何走出寒冬模式

本报记者 冉隆楠

继 Forever 21、New Look 退出中国市场后,美国服饰巨头盖璞(Gap)集团旗下的老海军(Old Navy)也要和中国消费者说再见了。

近日,盖璞集团首席财务官 Teri List-Stoll 透露,集团到2020年将关闭约230家专卖店,预计将节省约2.5亿-3亿美元成本。老海军在独立分拆后将于2020年起退出中国市场,未来会把业务重心放在北美市场,以实现效益最大化。目前,老海军在亚洲共有18家门店,期内来自该地区的收入已跌至900万美元。

### 业绩不佳

据悉,老海军创立于1994年,于2014年进入中国。该品牌曾被盖璞集团寄予厚望,发展一直十分迅猛。2014年,时任盖璞集团董事长兼首席执行官 Glenn Murphy 表示:“中国市场将继续是盖璞集团扩张战略的重要组成部分,集团对老海军品牌扎根于中国市场充满信心。”去年,老海军品牌年销售额已经超过同集团旗下的盖璞和香蕉共和国(Banana Republic)两个品牌之和,年营收达80亿美元左右,约占集团营收总额的一半。就在不久前,盖璞集团宣布将把老海军拆分为独立的上市公司。

但这一发展势头在今年有所放缓。今年第三季度,盖璞集团整体销售额下降2.2%至39.98亿美元,上年同期为40.89亿美元;净利润为1.4亿美元,同比下滑

47%。子品牌 Old Navy 及 Banana Republic 的同店销售额均为负数。

中国商报记者实地走访老海军北京荟聚中心店和北京悠唐购物中心店后发现,其门店风格和盖璞颇为相似,打折标志在店里十分显眼。该店店员对记者表示,目前还没有听到撤店的消息。

### 十字路口

实际上,老海军的情况并不是个例,此前多个品牌的境况早已引发业界对于快时尚品牌的反思。

快时尚曾是购物中心的“宠儿”“标配”,大多数购物中心都会布局数个快时尚品牌。但随着消费需求的升级,消费者的选择也发生了变化,近年来快时尚品牌已风光不再。而对于部分快时尚品牌来说,即便尚未出现败走之势,但前景也不容乐观。

据西班牙快时尚品牌飒拉(Zara)母公司 Inditex 集团最近披露的半年报显示,集团在今年上半年销售额同比增长7%至128.2亿欧元,净利润增长10%至15.5亿欧元,毛利率同比增长7%,不及分析师预期。此前,该集团在2018年度净利润增长仅为2%。瑞典快时尚品牌海恩斯莫里斯(H&M)也计划2019财年关闭160家店铺,比上财年多关14家,新开店数也控制在335家。据记者观察,不少购物中心的快时尚品牌要么品牌数量减少,要么门店经营面积缩小。

Top shop 母公司 Arcadia 在美国递交的破产申请已获得通过,将关闭美国11家

Top shop 和 Topman 门店。

此外,国内的快时尚品牌日子也不是很好过。上海拉夏贝尔服饰股份有限公司(简称拉夏贝尔)也陷入关店潮。从今年年初到6月底,拉夏贝尔零售网点数量减少了2470个,平均每天关店13家。其财报显示,拉夏贝尔今年前三季度净利润为-8.25亿元,同比下降444.7%。日前,拉夏贝尔发布公告称,公司控股子公司杰克沃克(上海)服饰有限公司持续亏损,拟向法院申请破产清算。

### 何去何从

曾经以时尚、平价而颇受欢迎的快时尚品牌到底怎么了?有业内人士认为,市场环境产生变化,以电商为代表的新渠道崛起,而部分快时尚品牌没有把握好这波机会。门店效率低,库存积压严重,产品质量不能保证。此外,有些快时尚品牌在创新求变上变慢,与消费变化脱节。这是目前快时尚品牌面临的主要问题和挑战。

在记者采访过程中,不少消费者都表示,选择快时尚的原因就是因为价格便宜,基本上也都会选择打折季的时候来买,但同时他们也表示,对快时尚品牌衣服质量“不抱期望”。“就是买个款式,穿个新鲜就不穿了。”消费者张女士直言。

近两年买快时尚服装的频次有所降低。“因为选择变多了,而且想要购买更有品质的衣服。”消费者郑女士表示,质量永远是产品的底线,快时尚品牌需针对不同区域的消费者,匹配不同的产品和营销策略。

CBH 中国商报  
CHINA BUSINESS HERALD

从经济现象中观察社会  
在社会发展中关注经济

2020年报纸  
正在征订

全年定价:240元  
邮发代号:1-18

《中国商报》每周二、三、四、五出版  
《法治周刊》《收藏拍卖导报》《旅游导报》等系列专刊,更具特色

广告发行热线:010-63045019 网址:www.zgswcn.com  
地址:北京市西城区报馆寺1号 邮编:100053