

消费行为发生质的变化,电商冲击下传统百货业面临巨大挑战,互联网的兴起,对零售业是一场革命——

# 百货业突围路在何方

■本报记者 吴锋思

一片绿油油的菜地，几个稻草房里摆了一堆农具，还有羊驼、小猪和小鸡等动物。这是乡村一个再平常不过的场景，但如果这一幕出现在商场时，不得不让人大跌眼镜。日前，位于福州台江的一家商场为吸引顾家，把“开心农场”搬进了室内，逛街的顾客们可以认领菜苗，可以关注微信赠饮料，可以与“神兽”合影。

据了解，商场以此为噱头，主要为吸引顾客。近年来由于电商发展带来的巨大冲击，传统零售百货业开始逐渐走下坡路。今年上半年，43家中国百货上市公司约有半数出现了利润增幅下滑，平均跌幅为16%左右，更有两家面临亏损。

从19世纪第一家百货公司出现至今，零售业已发展了100多年时间。互联网的兴起，虽然对线下的百货起到冲击，但也让零售业迎来新的发展空间——通过无线互联网打通线上线下，将商场线下体验与线上方便快捷相结合，既发挥商场的传统优势，又能快速切入电子商务，一种全新的电子商务模式正在孕育而生。

## 促销手段频出

挂满礼包的圣诞树、喷上银色雪花的橱窗……圣诞节还未到，福州诸多商场超市都散发着浓浓的“圣诞味”。记者采访发现，许多商场借机开展促销，许多冬装已经给出低于5折的大幅度折扣。

节假日促销是百货业的一个主要手段，相类似的促销手段也越来越多，商场“庆生”



12月5日，沃尔玛洛阳景华路分店宣布将从12月19日起正式停止营业，并在超市大门口张贴了停业公告。CFP供图

就是一种。位于福州五四路某大型百货去年11月底刚刚开业，但今年10月份就开展了周年庆。“百货业不仅要面对同行的竞争，还要赶在电商之前争夺市场。10月之前的活动主要应对11月网上促销。”业内人士告诉记者。福州一家连锁超市10月底就开展了“流行服饰文化节”活动，新品服饰可以享受“1换2.2倍”的优惠，换季衣服最低达到“1换3倍”。

临近年底，百货超市的促销越来越多，从11月开始，福州市多家百货商场都开展了店庆大促销，打出“通宵营业不打烊”、“所有品

牌全面参与，全年最大力度”等口号。百货岁末促销战愈发激烈，有百货甚至喊出全城最低折扣、抽奖100%中奖等。

福州多家百货负责人表示，只要百货搞大促销，黄金的业绩增幅基本都会在50%以上，对商场整体业绩的提升基本也会达到两位数。

## 商品同质化

一楼金银首饰，二楼女装、三楼童装……这是大多数百货大楼的布局，“商品同质化是百货业的弊端，在商品相同的情况下，各家百货比拼的只能是价格，价格战大有愈演愈烈

之势。”业内人士指出。

“看似折扣很低，但跟电商相比还是高了不少，逛完商场后，果断回家开始网购。”网友“吃葡萄的狼”表示，同样的商品，百货商场里与电商价格相差太多。因为这些差距，许多顾客采取了到商场看实物，而再回家上网下单的手段。“商场看起来人流量挺大，但销售业绩并不好。”

电商是对百货业最大的冲击，但记者了解到，商场之间的竞争也很激烈，福州五城区百货门店已有14家，还有城市综合体项目接连冒起，就连福州百货单店王东百东街店的高层都坦言，月成交总笔数在降低，与5年前相比降幅约在20%左右。“百货业促销折扣力度越喊越低，甚至到了贴钱也要做促销的地步，目的就是希望争夺更多顾客的光顾。”

激烈竞争之下，拼价格成了百货业的主要手段。业内人士指出，目前各大百货都在拼价格，搞各种活动笼络人心。按照业内敲定的计划，未来两三年内福州百货数量将至少扩容至18家。

商务部数据显示，2012年全国3000家重点零售企业销售额增速比2011年放缓7.6%，全国各地陆续曝出线下商场关门的消息。与此同时，电子商务却在高速增长，2012年中国电子商务销售额突破万亿大关，达到1.3万亿元，同比增长66.3%。

## 商业必须跟着消费者走

“网购的发展确实很快，但网购不一定会对传统百货商场造成实质性打击。传统购物方式更直接，更方便买家直接接触，直观判断商品，有着独特的消费体验。”某百货商场一

林浆纸一体化是解决造纸工业生产原料问题的重要途径，节能减排降耗将成造纸业的主旋律,打造低碳发展模式成产业转型升级的必然选择

# “让造纸企业承担起造林的责任”

■本报记者 王群

文化用纸如何面临市场萎缩带来的重创?工业用纸能否在环保上获得更多信任?生活用纸怎样引导健康的生活方式?面对技术变革和环境挑战，中国纸业的未来发展之路在哪里?12月14日，在北京举行的2013中国纸业可持续发展论坛就中国纸业发展现状、转型升级、节能减排等相关议题进行了深入探讨。

作为基础原材料产业，中国造纸工业在经历了长期粗放的增长模式之后，开始进入了“严冬时节”。来自中国造纸协会的数据显示，今年前9个月制浆造纸及纸制品全行业生产和经济运行仍未走出疲弱的困局，市场需求趋软，生产增长减缓，企业盈利空间收窄，造纸企业普遍面临较大压力。其中，前三季度中国纸及纸板产量为8766.34万吨，同比增长仅为0.83%，比2012年全年增速下降2.39个百分点；纸浆产量较上年同期下降4.15%，利润总额亏损7.28亿元；国内制浆造纸及纸制品业亏损企业有1036家，占统计企业总数的14.47%，累计亏损71.58亿元。

另一方面，当前造纸工业的污染控制情况却不容乐观，面临着较大的环保压力。据2012年环境统计年报公布的数据显示，造纸工业的废水排放量占全国工业排水总量的18%，造纸业COD(化学需氧量)排放量287万吨，占全国总排放量40%，其中达标排放污水量是53%。

随着以无纸化为显著特征的移动互联网时代的到来，以森林保护为主要内容的生态文明理念深入人心，公众的用纸态度和习惯，造纸行业的生产经营都在发生深刻的嬗变。另一方面，国家节能减排、淘汰落后产能步伐的加快，更是对纸业提出了不可回避的变革责任。

在此次由中国新闻社、中国新闻周刊联合APP(中国)主办的论坛上，与会人士认为，我国造纸工业已经进入深度的调整期，面临资源和环境的制约，林浆纸一体化是解决我国制浆造纸工业生产原料问题的重要途径，应让造纸企业承担起造林的责任，形成以纸养林，以林促纸的产业格局。另外，“十二五”期间，节能减排已经成为造纸工业的十二定律，兼并重组、淘汰落后产能、打造低碳发展

模式的产业升级之路已经成为必然。

中国制浆造纸研究院院长曹春昱认为，针对目前结构性产能过剩、资源和环境制约愈加严厉的现状，造纸业在节能减排降耗方面关键技术的创新和进步仍将是产业转型升级、实现可持续发展的重要支撑力量。

国务院发展研究中心企业研究所副所长张文魁认为，要打造“中国经济增长的升级版”，以造纸业为代表的传统产业要实现从“老三高”(高投入、高消耗、高污染)向“新三高”(高技术含量、高经济效益、高价值链条)的转变。“中国造纸产业正在面临重组洗牌，在这个过程中，一些优势企业要实现从“老三高”向“新三高”的转变，而且这些优势企业要积极发挥推动行业洗牌的作用。”

APP(中国)文化用纸事业部总经理、金东纸业(江苏)股份有限公司总经理马志明则代表造纸企业做出承诺，大力倡导和推行世界先进的林浆纸一体化模式，坚守绿色承诺，继续推进以林养纸，以纸养林，林纸结合的绿色大循环，推动可持续的中国纸文明。“从治本入手，先种六棵树，才用一棵树，并再种回去，如此使林木资源生生不息，循环不已。”

# HTC 缘何遭遇风雨飘摇

■本报记者 戴明阳

日前，市场研究机构Canalys发布数据显示，HTC目前的全球市场份额为2.6%，较两年前的11.1%大幅下降，在全球前10大智能手机中与黑莓并列垫底，远远落后三星(31.7%)、苹果(13.2%)、LG(5.1%)、联想(4.8%)和华为(4.4%)。

HTC高层原本寄希望于今年4月发布智能手机HTC One之后，在智能手机市场上扳回一局，没想到的是，在HTC One集中上市的第二季度，公司的净利润同比大降83%。

## 定位模糊

从HTC中文官网可以发现，目前在售的智能手机一共34款，其中低于1000元的仅3款，但在定价最高的4000-5000元，却有多达6款手机，其中三款售价均为4888元。对比高端手机市场的领跑者三星，其NOTE系列最贵的一款手机售价为4899元，比HTC同档次仅贵出11元，但无论是市场认可度还是宣传力度都远胜HTC。在低端市场，联想有6款智能手机低于1000元，华为则有10款，数量上都多出HTC不止一倍。

手机定位不清晰，加上忽视中低端市场，迅速稀释HTC的市场占有率，令更多的消费者奔向三星、LG、联想、华为，最终导致这家以代工起步的中国台湾手机商失去越来越好的市场份额。

事实上，定位模糊的问题一直伴随着HTC，消费者谈起HTC，都会认为它是第一批做智能手机的，除此之外，HTC并没有给

人留下什么印象。相比之下，苹果手机定位高端，强调时尚和设计感；三星给人们提供从高端到低端的多种选择；中兴和华为等，则在低端市场用丰富的功能来武装产品，打造出高性价比。相比之下，HTC显得有些“不上不下”，处境尴尬。

随着安卓系统的智能手机价格在中国市场的不断走低，很多业内观察员们分析认为，对于HTC这家公司来说，向低端市场转移将成为其选择。通过降价的方式，这家公司还可以在新兴市场跟其他公司分一杯羹。

## 营销投入不够

除了摇摆不定的手机定位外，造成HTC现在尴尬局面的另一原因则是营销投入薄弱。

彭博资料显示，截至去年底的2012财年，HTC销售/营销/广告开支仅为7.3亿美元，占主营成本的10%。相比之下，行业领头羊三星2012财年销售总务及管理开支高达207亿美元，占主营成本的23%，苹果2012财年销售总务及管理开支亦高达100亿美元。

其实，代工的基因让HTC过于“务实”，关注产品质量，而忽略了品牌营销，这一弊端在近两年显露无疑，即便有领先市场的技术，也没有赢得市场份额。

一年前HTC率先推出了全景拍摄功能，相关技术领先苹果七八个月时间，但由于HTC营销策略过于保守，并没有让消费者熟知该项技术。

随后，苹果开发此项技术后，便在电视广告中大肆宣传手机的这一新功能，并获得了广泛赞誉，HTC却仍然默默无闻。

## 全国铁路将调整列车运行图

本报讯（记者刘静）记者近日从中国铁路总公司获悉，从12月28日零时起，中国铁路总公司将实施新的列车运行图。

此次调图是铁路部门组织的又一次较大范围的调图，其中，最大的一个变化是随着一批新线开通运营，新增客车较多。方案显示，全国铁路增开客车75对，经过此次调图，全国铁路开行的旅客列车将达到2369对。

此次调图进一步发挥了高铁作用。调整了京沪、宁杭、杭甬、合蚌和京广、郑西高铁、石太客专旅客列车对数，根据旅客出行需求，高铁继续实行日常、周末和高峰运行图。高峰期运行图对应春运、暑运、黄金周、小长假等时段，周末运行图对应周五至周日时段；日常运行图对应周一至周四时段，同时，也对既有线普速客车运行图进行了优化调整。

增开部分长距离跨线动车组列车，是此次调图的第二个变化。此次调图不仅新增了哈尔滨西、长春、沈阳北至上海虹桥、宁波、青岛北、济南西间的动车组列车，还新增了北京西至桂林、青岛、济南至广州南等动车组列车。

由于此次调图涉及面广，列车开行情况变化较大，铁路部门提醒广大旅客及时关注铁路部门的公告和媒体信息，或登录中国铁路客户服务中心12306网站查询，以免耽误行程。

## 沈阳至哈尔滨直通集货拼装班列开行

本报讯（记者顾威）12月16日19时20分，伴随着悠长的汽笛声，沈阳至哈尔滨集货拼装班列缓缓驶出沈阳货运中心沈阳东站。这次定点、定时、定线、定价、定编组地开行货运直通班列，是沈阳铁路走向市场货运组织的一项重要改革。

今年9月，沈阳铁路局决定，开行沈阳至哈尔滨直通集货拼装班列，为全面实施货运组织改革探路。9月15日，沈阳至哈尔滨直通集货拼装班列开始试运营。沈阳货运中心根据客户需求对实行多年的货运体制进行了脱胎换骨的改革。过去报运输计划需要到窗口办理，现在通过电话或网上就可办理；过去报运输计划最长需要1个月，最短需要3天，现在敞开收货，随到随办，随装随运；过去办理各种手续及交费需要到7个窗口，办理11道手续，现在整合为一个窗口，规范为一张货票收费。

据介绍，不到3个月时间，沈阳市已经有50多个物流公司与沈阳货运中心合作，沈阳货运中心的经济效益也是与日俱增，近3个月来，创效益56024.3万元，比去年同期多19386.2万元，创历史最好水平。

## 南方电网海蓄电站建设进入“快车道”

本报讯(记者戴明阳 通讯员王秋颖)日前，南方电网调峰调频发电公司召开加快海南抽水蓄能电站建设动员大会，标志着海南琼中抽水蓄能电站(以下简称，海蓄电站)建设进入“快车道”。

海蓄电站是南方电网在广东省外建设的第一座调峰调频电源项目，该电站的开工建设，将提高海南电网运行的可靠性和经济性。2013年2月27日，该电站获得国家发改委核准后，进入全面工程施工准备阶段。

经过前期大量准备工作，目前，该电站建设已经进入“快车道”。海蓄建管局相关负责人介绍，该工程静态投资约33.94亿元，总投资约39.95亿元，由南方电网全额投资，调峰调频发电公司负责建设，海南蓄能发电有限公司负责电站建设和建成后的运行维护。

南方电网调峰调频发电公司自2006年7月份组建以来，一直致力于调峰调频电厂的建设、运营和管理工作，管辖的电厂在电网中主要承担调峰、调频、调相和事故备用等重要任务，是保障电网安全稳定运行不可或缺的重要组成部分，目前已投运的机组容量达672万千瓦。

## 戎庄车站:小车站也有大作为

本报讯 戎庄车站是郑州铁路局龙门车务段管辖的三等中间站，随着今年铁路货运组织改革的实施，戎庄站创新发展思路，努力拓展新市场，装车量和发送量都实现了翻番，运输收入大幅增加，获得了更广阔的发展空间。

据了解，戎庄站周边遍布数十家煤矿，有着得天独厚的运输条件，去年以来，随着煤矿整合的深入，市场形势疲软，小煤矿停产，大煤矿升级改造限量限产，车站货源急剧下滑，一度月装车不足千车。

在这种情况下，戎庄车站决定创新思路，强化改革，以应对新的变化。戎庄车站工作人员开始大力拓展运输货源，相继扩建了货场，硬化货场地面，配齐照明设备，将进入货场的100多米“雨天水泥路、晴天扬灰路”变成了标准的公路。

车站良好的服务引来了不少企业纷纷由公路运输转向铁路运输。6月15日到11月15日，戎庄车站完成装车15586车，同比增加195%，发送量99996吨，同比增加200%，运输收入8901.2万元，同比增加171%。今年运输收入有望达到1.2亿元。(赵作建 姚映阳)

## 牛栏山酒厂打造“牛酒节”

本报讯 近日，牛栏山酒厂与酒仙网电子商务股份有限公司在北京签署战略合作协议，将依托商务合作向全国市场拓展。牛栏山酒厂还将于12月18日，在酒仙网上举办首届“牛酒节”，并指定以后每年的12月18日为“网上牛酒节”。

2012年底，为了进一步拓展与创新销售渠道，牛栏山与酒仙网达成合作，开展电商业务。这不仅是对“牛栏山”传统销售渠道的有效补充，同时对于“牛栏山”新型消费者的培育、进一步赢得消费者的价值认同起到了推动作用。今年上半年，牛栏山酒厂销售收入23.58亿元，增幅高达27.07%。据了解，牛栏山酒厂今年全年销售将达到50亿元，其中电商业务的增速更为突出。

牛栏山酒厂厂长李怀民表示，借助酒仙网，牛栏山将向全国市场拓展，2014年外埠市场销售收入由现在占出厂销售总收入的49%提升至60%。(杨柳)