

跨国聚焦

星巴克为拓展中国市场开启O2O格局

从星巴克全球经验来看,关于O2O,其实早有过多番试水。

星巴克的转型是从2008年开始的。此前一年,星巴克经历了单店销售额多年来首次下滑的窘况,而金融风暴的来袭更是加深了星巴克的危机。2008年,受多重因素影响,星巴克股价直接下跌超过50%,缩水到2003年的水平。而那时星巴克门店数量,尚不足2008年时的1/2。

于是,创始人霍华德重新回到星巴克CEO位置,并展开了大刀阔斧的改革,包括在星巴克领导层设立专门的网络数字化领导小组,设立风险投资部门并任命首席数字官,并试图在接下来的几年内,加速星巴克和互联网的融合等。星巴克的目的非常明确,就是要挽回在危机时代日益萧条的核心用户,通过核心用户做社交推广,达到拓展新用户的目标。

国际多样本

早在2011年,美国星巴克就已经实现了手机下单功能。当时,星巴克在美国7个城市推出了Mobile Pour服务——通过Mobile Pour App,允许星巴克知道你的位置,点好咖啡,下单后不久,一位踩着滑轮车的星巴克员工就把咖啡准确地送到客户所在的位置。

之后,星巴克仍旧在不断完善自己的IT系统,比如研究基于移动终端的服务、会员大数据管理、电子支付等。

近日,星巴克推出了绿色围裙外卖服务,将首个试点选在了纽约帝国大厦。星巴克向该大厦内超过1.2万名工作人员承诺,提供30分钟食品和饮料送达

服务。

从数据上来看,这些举措确有成效。根据星巴克在美国的交易统计,目前,星巴克每周需要处理超过700万笔移动支付交易,占到了交易总数的16%,这让它成为美国移动支付市场的领头羊。据2015年10月末统计,20%星巴克用户群使用星巴克支付软件付费,从2014年起使用星巴克移动支付用户即增长32%,相当于每月500万订单来自移动端。

国内存挑战

那么,这样的模式能否快速复制到中国市场? 答案也许是否定的。不得不承认,星巴克在中国市场挑战不小。

美国时间10月29日,在10月底就结束2015财年的星巴克公布了第四季度财报。财报显示,星巴克在本季度的营收增长了18%至49亿美元,净利润增长13%至9.69亿美元。在同店营收方面,全球平均增长率为8%,其中北美市场8%,高于中国在内亚洲市场的6%。

而此前一个财季的情况是,以中国为首的亚洲市场增长了11%,超过了北美的8%。另有预测显示,2016财年中国与亚洲市场营业毛利率将同比持平或轻微下降。显然,中国与亚洲市场的增长正在放缓。

不过这种说法并没有得到星巴克官方的认可。在不久前举行的星巴克与华尔街分析师的会议上,星巴克高层表示星巴克在中国乃至亚太地区的业务当季依然非常强劲,并没有看到中国业务出现系统性的放缓,中国的可比门店销售更是整个地区的领头羊。

但无论如何,需要承认的是,竞争对手在华增长势



头愈发迅猛。从韩式咖啡连锁、独立咖啡品牌,到有着快餐背景的麦咖啡,再到打着各种旗号、定位小众的咖啡品牌,无不虎视眈眈。甚至连日本、中国台湾的某些便利店品牌,也已经打起了分食这块蛋糕的主意。

具体来看,Costa的计划是,在2018年以前,将在华门店数增加一倍,增至700家;漫咖啡的想法是,在今年年底之前,将其在中国内地的门店数目,从目前的100家扩充至200家;麦咖啡的数量也达到了800家左右,市场份额扩大至6%上下;一直不提供咖啡的肯德基,如今也在店内卖力推销着鲜煮咖啡;而由众信旅游打造的旅行生活概念咖啡店,这种集休闲、交友、体验、销售、货币兑换等多种功能为一体的新式竞争

者,实力同样不容小觑。

“如果说挑战,肯定还是来自于竞争对手,单从性价比来讲,星巴克优势并不明显,其咖啡产品其实也都是工业化生产的产物,并没有想象中那样高大上,那么当精明的消费者发现,其实星巴克的咖啡并不独特的时候,星巴克靠什么来留住顾客呢? 这就涉及中国市场最有挑战性的工作:“如何提高品牌忠诚度的问题了,用互联网时代的词来讲叫‘顾客黏性’。”林岳认为,中国消费者对品牌的忠诚度并没有想象的那么高,更多的可能是猎奇、喜欢贪图便宜、尝鲜,因而,在竞争对手越来越多且越来越精明的情况下,星巴克将不断会有新的课题要研究。

(金 观)

迪士尼与郑州市政府签署合作备忘录 采购消费产品

上海迪士尼乐园尚未迎客,近日,迪士尼公司又把目光瞄向了距上海千里之外的中国中部城市郑州。未来,是否在这里开建迪士尼乐园,留给外界很多想象空间。

据悉,华特迪士尼(中国)有限公司已与河南省政府签署战略合作备忘录。迪士尼决定通过在郑州国际文化创意产业园投资建设郑州项目,主要从事迪士尼文化衍生品、动漫、消费品授权及电子商务零售业务。

此外,迪士尼公司还将与当地电子商务战略合作伙伴合作,向迪士尼授权商采购迪士尼消费产品。

微点评:很显然,迪士尼拓展中国市场的步伐在加快。

希尔顿抢滩西部市场 未来五年在华酒店将翻三倍

面对万豪集团在大中华地区的穷追猛赶,全球酒店业巨头希尔顿集团正在以前所未有的速度跑马圈地。

“我们致力于在全球发展最快的经济体扩展布局,并抓住中国市场的诸多机遇,特别是希尔顿花园酒店和希尔顿欢朋酒店的巨大市场潜力,以满足中国日益崛起的中产阶级。在未来五年,我们的运营酒店数量将翻三倍”,希尔顿全球大中华及蒙古区营运高级副总裁麦金信表示。

这是希尔顿集团继2010年后在中国的第二次大规模扩张。截至今年9月30日,希尔顿全球在大中华区共运营64家酒店,其中62家位于中国大陆地区。至今有180家筹建酒店,数量超过目前营业酒店数量的三倍。而单是成都市场的筹建酒店已达11家,对西部市场的抢夺显而易见,云南和乌鲁木齐的希尔顿旗下酒店也已落成。“我们已为在中国西部拓展布局、大力发展蓄势待发”,麦金信透露。

微点评:海外酒店业还是很有远见的!



跨国动态

澳否决中企收购牧场 称违背国家利益

澳大利亚联邦财政部长斯科特·莫里森近日表示,否决中资企业收购的关键问题是,基德曼公司旗下的安娜溪养牛场的一半土地位于澳大利亚南部乌美拉沙漠实验场武器试验范围之内。他说:“乌美拉沙漠实验场是澳大利亚国防一个独特且敏感的问题,外国人以当前的形势收购基德曼公司是违背澳大利亚国家利益的。”

据悉,拍卖者家族企业基德曼公司控制着澳大利亚内陆10万平方公里的牧场,相当于英格兰面积的四分之三,还拥有约18.5万头牛。这次大手笔出售很

快吸引了中国投资者的目光。

参与竞标的中资企业包括中国投资公司汇智、东凌粮油、上海鹏欣以及一个由上海中房置业牵头的财团。这些企业都是民营企业。

据了解,莫里森宣布他的决定之后,所有有意收购基德曼公司的潜在收购者都撤销了其在外商投资审核委员会的申请。这意味着中资企业已经无缘该“超级牧场”。

有中资企业担忧在澳大利亚的投资环境是否就

大众汽车因“排放门”事件放慢在华扩张脚步

结构变更为大众奥迪总计持股50%,类似上海大众由双方等比持股。有消息称,今年上半年,中国政府已经批准了大众增持一汽大众股权。有分析人士指出,合资公司总价值大约为500亿欧元(约合570亿美元),因此从40%增持到50%将耗费大众50亿欧元。

这笔支出对于大众来说,无疑是相当大的财务支出,但是大众渴望已久。目前中国业务是大众极其重要的利润来源,一汽大众去年销售表现又极为突出,速腾、迈腾等跻身同级别最畅销车序列。因此增持一汽大众将进一步扩大大众在华“利润池”,这也是即便股权价格不菲,但大众仍急于推进的原因。

大众汽车损失惨重

为了应对“排放门”事件,大众中国不得不进行财务上的准备。有消息称,大众汽车从近13家国际银行获得原定的200亿欧元过渡性贷款,此举旨在重塑外界对大众信誉度的信心。上述银行给予大众的信贷范围为15亿欧元至25亿欧元。知情人士表示,为期12个月的过渡性贷款应能在近期敲定。

苹果公司跨界加码中国光伏电站

四川阿坝。两座光伏电站装机容量为20MW,每年将产生8000万千瓦时的清洁能源,相当于6万个中国家庭的供电量。

就在上月,苹果宣布四川项目完成,这些项目使得公司在中国的运营已达到“碳中和”,产生能源超过苹果中国办公室和零售店所需的全部电力。另外,苹果还计划在中国北部、东部和南部电网地区建设超过200MW的太阳能项目,产生的能源相当于超过26.5万中国家庭一年的用电量,并开始抵消苹果供应链所使用的能源。

苹果公司的CEO库克彼时表示,不仅自己要用上清洁能源,还要逐步帮助自己的供应链(例如富士康)也用上清洁能源,自己供应链企业未来也要达到碳中和的目标。

作为苹果公司最大的代工厂商,富士康承诺从河南开始,到2018年建设400MW太阳能项目,这大约相当于其郑州工厂生产iPhone的能源

此恶化。莫里森在他的声明中补充称,澳大利亚欢迎与我们国家利益相符的外国投资。

近几年来,中资收购澳大利亚资产面临不少阻力。2009年,澳大利亚前工党财长韦恩·斯万否决了中国国有企业五矿集团收购在澳大利亚证交所上市的OZ Minerals的计划,OZ Minerals的Prominent Hill矿山位于乌美拉沙漠实验场内;中铝集团也未能收购力拓旗下西澳铁矿石资产等。

(钟 心)

“排放门”丑闻导致大众汽车损失惨重。10月28日,德国大众集团发布三季度财报,今年1-9月,大众营业利润为33.42亿欧元,同比下降了64.5%,其中第三季度集团亏损高达34.79亿欧元约(245亿元人民币),这是大众集团15年来首次出现季度亏损。财报显示,大众集团前三季度共销售了743.1万辆汽车,同比下滑1.5%,其中第三季度销售了239.2万辆,同比下滑3.4%。而在尾气排放造假丑闻曝光之前,大众集团第二季度的盈利和去年的同期盈利都超过了30亿欧元。

对此大众集团表示,出现季度亏损的直接原因是受到了9月爆发的尾气排放造假事件影响。尾气排放丑闻已经使大众在财务上计提了大量成本。该公司已拿出73亿美元应对丑闻,但是大众汽车CEO穆伦承认,这笔资金只是个开始。大众汽车预计,其二氧化碳排放问题的处理费用可能会高达22亿美元。巴西政府已经因此开出了1300万美元的罚单。有人预计,大众汽车在全球处理整个排放作弊问题的费用可能会介于245亿美元至870亿美元之间。

(辛 华)

消耗。

申银万国能源分析师韩启明称,苹果之所以重视清洁能源投资,一是源于其标榜的清洁能源生产中碳零排放的品牌价值要求,同时也是为了满足其数据中心用电供应要求。此前,国际环保组织绿色和平曾施压苹果,批评其使用大量煤炭为耗能巨大的数据中心供电。

苹果在企业减排俱乐部中并不孤独,这份名单中还包括谷歌、微软、沃尔玛等巨头。

早先一步的谷歌自2010年以来,已经在全球16个可再生能源项目中投资超过10亿美元。根据绿色和平公布的数据,从2009年至今,其清洁能源使用比重已从36.4%上升到48%。

就在上周,比尔·盖茨为推销旗下的第四代核能技术再次来到中国。在新能源领域,他已直接投资了15家公司,并计划未来五年向绿色技术投资20亿美元。

(王 月)