

王业波:冷链设备企业要为社会担责

□ 记者张乔生

据报道,北京超市发2016年预计开设30家连锁店,推行社区菜店模式、平移个人超市网点、扩大生鲜果菜面积等五方面入手,全面落实社区化经营方向,打造分业态差异化运营新模式,以实现“生鲜超市家庭化、社区超市便捷化”的目标;山东华英果然好食品有限公司成立的第一家“华英果然好超市”近日正式开业,标志着华英果然好食品正式进军超市零售业,且有计划加盟连锁扩张;而超市集团如永旺、欧尚、步步高、正大、华润万家等集团也均在大量投建购物中心。

记者调查发现,消费者在购买食品场所的选择上,92.89%的消费者通常会

在超市等大型购物场所购买食品,占比最高;五成多的消费者会选择便利店和农贸批发市场,还有三成多的消费者会选择网店和食品零售店。

随着购物中心、社区零售店和便利店的连锁扩张,用于保存、储存、运输、展示等各种制冷设备的需求也在不断增长,商用制冷设备的市场在迅速发展。

从大别山西南边陲北漂来到京城创业的王业波,亲手缔造了北京易同人电器有限公司。据介绍,该公司是集研发、设计、生产、销售于一体的商用电器设备专业制造企业,主要生产超市冷柜,酒店厨房冰柜等系列商用冷柜,产品有保鲜柜、冷藏柜,不锈钢工作台、厨房冰箱等二十多个品种。

王业波告诉记者,公司生产的“易

同人”牌系列制冷设备集保鲜、冷藏为一体,其控制系统元件均采用国际、国内名牌厂家生产,如热力膨胀阀采用Danfoss;蒸发风机、冷凝风机采用ebm,如此配置确保了整个制冷系统运行的正常、可靠性。公司拥有现代化的生产厂房,年产万台/套,拥有先进的生产设备以及冷冻冷藏陈列柜及厨房设备生产线,压缩机组装,配套线,热交换器(蒸发器及冷凝器)生产线,机械化的发泡车间,静电喷涂生产线和检测设备齐全的产品检验室,现代化的生产工艺。其产品技术精良、信誉良好、外观以豪华美观而著称。公司有严格的质量控制体系和管理方式,目前已具备了从产品设计、生产、质量检验到工程安装及售后服务的综合能力,确保产

品的高质量。公司凭借自身的努力相继在青岛、南京、长沙、武汉、成都、深圳等多地成立分公司,深受广大用户的好评。

O2O的崛起并没影响到传统商超的连锁扩张。在商超与电商的拼杀中,冷链设备企业有了更多商机。敏锐的王业波看到了巨大的市场前景。他认为,市场很大,但要求越来越高。

面对同行强手如林,竞争日趋激烈。王业波满怀信心地告诉记者,他们将以高起点,大规模的生产模式,结合现代企业经营理念,利用科技创新,精益求精,不断创造出更新更多的符合中国食品零售企业所需求的多类型产品,为保障人们的食品安全和提升人们的生活品质而不懈努力。

■ 商超资讯

红旗连锁一季度营收增两成

本报讯 王晓梦 近日,红旗连锁发布了今年一季度业绩报告。公告显示,公司一季度营业收入实现15.87亿元,增长幅度达20.16%;归属上市公司的净利润也小幅增长0.41%,达4802.84万元。业绩稳定。

据悉,公司业绩的逆势增长离不开“商品+服务”的差异化模式发展理念。红旗连锁的门店在做优主业的同时,一直

在积极拓展便民服务范围。此前,红旗连锁已经为市民提供了公交卡充值、水电气费代收、话费代缴、长途客车票代售、火车票代售、信用卡还款、邮政速递代收件、顺丰快递代存等40多项便民服务措施。此外,公司为进一步提升盈利能力,还将牵手四川发展(控股)有限责任公司,就供应链方面达成业务协作。

步步高2015年营收增25.66%

本报讯 王晓梦 近日,步步高发布2015年年报。公告显示,去年公司实现营收154.52亿元,同比增长25.66%;净利润2.13亿元,拟实施每10股派现1.5元(含税)的利润分配方案,共计分配现金股利1.17亿元。

据悉,步步高去年新开超市门店7家,百货2家。截至2015年底,公司拥有各业态门店241家,其中超市198家,百

货43家。步步高董事长王填表示,去年,公司积极打造全渠道供应链,一方面加快线下联盟速度、增强消费体验;另一方面上线云猴全球购PC端和移动端,满足消费者随时随地购买的全球需求。业内人士表示,步步高依托自身线下渠道优势实现用户数字化之后,进行区域供应链整合和全球购线上线下融合的规划清晰,优势明显。

天元:打造“鲜食”现代化便利店

本报讯 记者张乔生 石家庄市首家鲜食连锁便利店日前开业,较传统便利店不同的是,在这家小小的店铺不仅有新鲜果品、蔬菜、中式面点、西式包点,而且还有特供真空延打面,独家秘制石锅饭等美味。

据悉,开办首家鲜食连锁便利店的正是曾经创办石家庄

首家连锁便利店的天元超市公司,对于传统业态的转型升级,该公司从年初开始策划筹备,立足“新鲜、即时、便利”的品牌定位标准,坚持以服务大众,便利社区为发展目标,打造“鲜食”现代化便利店。随着首家店铺的成功开办,今后将加快连锁扩张规模,形成市区网点布局。

■ 企业资讯

上海2015年新开购物中心148家



上海购物中心协会最近发布《2015年度上海购物中心经营情况概述》。较2014年净增19家,建筑面积逾1600万平方米。

面对迅猛的数量增长和容量扩充,各购物中心企业经营压力不减,增幅趋窄,根据该会10年来统计数据排比,去年全市购物中心营业收入首次呈现个位数增长。据统计,2015年全市购物中心营业总收入1379.67亿元,比上年增长7.1%,在全市社会消费品零售总额中占比13.7%。

依地域分布分析,中心城区购物中心营业收入同比增

长3.2%,浦东新区同比增长6.8%,城郊区同比增长5.0%,远郊区同比增长11.5%,高于中心城区购物中心增幅。

依商场类型分析,都市型购物中心同比增长1.8%,区域型购物中心同比增长7.0%,社区型购物中心同比增长3.9%,直销型购物中心同比增长20.6%。直销型购物中心中,百联奥特莱斯在年营业收入10亿元以上商场中增幅排名首位,同比增长19.9%;米格天地在年营业收入5~10亿元商场中增幅排名第二,同比增长39.4%。直

销型购物中心未来有较大的发展空间。

依营业状况分析,年营业收入在10亿元以上的购物中心有35家,占全市已开业购物中心数量的23.6%,营业收入占全市购物中心营业总收入的71.2%,其中,年营业收入达30亿元以上的10家购物中心,占全市购物中心营业总收入的三分之一之多。购物中心企业整体发展不平衡。

随着今年新增商业设施的相继开业,各类商业物业供应量剧增,未来全市购物中心经营将面临更大的压力和挑战。(网摘)