

保健食品实施“双轨制”管理

北京商报讯(记者 钱瑜 阿茹汗)国家食药监总局日前发布《保健食品注册与备案管理办法》(以下简称《办法》),其中规定,保健食品的管理办法将从此前的单一注册制变为注册与备案相结合,该办法将于今年7月1日起正式实施。

实际上,去年10月1日正式实施的新版《食品安全法》也涉及到了保健食品实行注册备案结合制的规定。该《办法》中也提到,按照新修订的《食品安全法》,根据风险管理要求,该《办法》将保健食品产品上市的管理模式由原来的单一注册制调整为注册与备案相结合的管理模式,规定国家食药监总局负责保健食品注册管理,以及首次进口的属于补充维生素、矿物质等营养物质的保健食品备案管理。省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门负责本行政区域内其他保健食品备案管理。

这就意味着,保健食品“注册审批制度”向简化“备案制度”转变,明确了保健食品的申报将采用注册和备案“双轨制”管理,打破了之前全部采用由国家食药监总局受理注册的管理办法。

有业内人士认为,保健食品实施“双轨制”意味着保健食品的身份有所“松动”,新法规出台后,由于保健食品的法律定位被明确,将极大鼓舞新投资者的涌入,同时由于管理方式的改变,将迫使部分企业不能适应变化而退出市场,行业将会出现新陈代谢加速的新景象。

欧盟批准戴尔670亿美元收购EMC

北京商报讯(记者 钱瑜 石飞月)日前,欧盟委员会宣布,已批准戴尔以670亿美元收购数据存储厂商EMC。欧盟委员会称,戴尔与EMC合并后,新公司在外部企业存储系统市场的份额适当,未构成垄断,而是面临着强劲的市场竞争。

去年10月,戴尔宣布以670亿美元价格收购EMC。产业经济观察家梁振鹏指出,这笔交易正好符合戴尔目前从B2C到B2B方向的转型需要,能够弥补戴尔在数据存储方面的缺陷,EMC可以提供存储、安全数据分析方面的资源,而且EMC在企业级存储业务上的影响力是很大的,如果戴尔想成为具有行业影响力的“超融合供应商”的话,EMC的存储产品会带来很大帮助,而EMC也将找到一个较大的靠山维持运作。

但值得注意的是,戴尔目前仍持有超过117亿美元的债务,670亿美元对该公司来说并不是一个小数字,何况EMC的市值并不值这么多。有消息称,去年戴尔欲以50亿美元的价格出售IT服务业务Perot Systems为收购EMC筹资,该公司与Tata Consultancy Services几乎达成协议,但双方的谈判最终因为价格分歧而破裂。

上周,这笔交易已经获得美国联邦贸易委员会(FTC)的批准,该交易预计将于今年5-10月完成,在此之前,戴尔还需要为这笔交易筹集400亿美元资金。据了解,早在2006年PC出货量被惠普超越之后,戴尔就一直在谋求转型,但成效并不是很大。

资料显示,EMC为一家美国信息存储资讯科技公司,主要业务为信息存储及管理产品,服务和解决方案,该公司旗下虚拟软件公司VMware被认为是戴尔与EMC交易中最重要的一部分,EMC当前持有VMware大约80%的股权,市值约为320亿美元。

国内钢市回暖明显

据新华社电 据中物联钢铁物流专业委员会3月1日发布的指数报告,2月国内钢铁行业PMI指数为49%,较上月回升2.3个百分点,连续3个月回升至2014年5月以来的最高点。

据分析,反映需求端变化的新订单指数和成本端变化的购进价格指数明显向好,显示钢材市场积极因素在聚集,但值得注意的是,2月生产指数升至近18个月以来最高,新出口订单指数重新回落至50%以下的收缩区间,产成品库存指数大幅上升,显示钢厂复产意愿强烈,出口受阻,后期供应压力或将加大。

指数显示,目前钢厂复产加快,2月,钢铁行业生产指数三连升至49.5%,较上月回升3.9个百分点。与此同时,和生产相关的采购活动呈现明显的扩张趋势。当月采购量指数回升5.5个百分点至50.4%,时隔15个月以后重回50%以上的扩张区间,为2014年11月以来的最高;2月原材料进口指数为52.6%,较上月上升0.9个百分点;当月原材料库存指数三连升至51.1%,时隔11个月重回50%的荣枯线以上,为2015年2月以来的最高。

目前,钢铁业的成本支撑显著增强,2月,钢铁行业购进价格指数延续反弹势头,较1月大幅上升11.1个百分点至49.9%,为2014年1月以来的最高点,该指数三连升至26个月以来的高点,显示当前原材料价格回升明显。节后,进口矿和钢坯价格涨势最为强劲,2月20日,进口矿价格一度达到每吨51.2美元,创近4个月的新高。

老牌杀毒公司瑞星以冲击新三板的方式重新回归业界视线。全国中小企业股份转让系统公告显示,瑞星信息技术股份有限公司(以下简称“瑞星”)新三板上市申请已经获准通过,但同行业的后来者360和猎豹移动早已上市多年,并且估值达到数十亿美元,瑞星在去年上半年的营收则不足亿元。业内普遍认为,按下重启键的瑞星能否重现十几年前的辉煌还是未知。

风云霸主没落

还记得曾经的小狮子吗?所谓小狮子指的就是瑞星,如果不是因为它与新三板扯上关系,或许这个曾叱咤风云的国产杀毒软件公司会彻底被业界遗忘。

根据瑞星的公开转让说明书,公司去年1-7月营收为8265.26万元,净亏损1717.31万元,2014年该公司营收为1.65亿元,净利润411.91万元,而上述数据在2013年分别为1.41亿元和316.65万元。

2013年至去年7月,以软件销售为主的瑞星非网络增值服务收入占比逐步萎缩。去年1-7月,该板块收入为3092.3万元,占比37.41%,其中软件销售收入为2548.91万元。而以网址导航为主的瑞星网络增值业务收入比重增至62.59%,达

到5172.95万元,其中网址导航业务收入为4962.04万元。目前瑞星网址导航已经成为百度、淘宝等知名网站的重要推广与营销平台,是百度联盟排名前十的合作伙伴,是淘宝联盟的VIP客户。

比瑞星成立晚14年的奇虎360财报显示,去年二季度奇虎360营收4.383亿美元,净利润8140万美元,同比增长108%。此外,同是做网络杀毒出身的猎豹移动在去年二季度也收获了1510万美元的净利润,该数据同比增长43%。

时间退回到1998年,瑞星于当年奠定了国内杀毒领域的龙头地位,瑞星杀毒软件成为当时行业的爆款产品,最辉煌的时期,瑞星仅靠销售软件一年就可收入约7亿元,其中个人级产品占比7-8成。

错失转型良机

盛极而衰,瑞星的优势从2006年开始逐渐瓦解,始作俑者是成立仅一年的奇虎360。后者免费的360安全卫士使网络安全厂商陷入冗长的口水战,在这期间,瑞星凭借品牌力与360艰难角力,然而在2009年360推出360免费杀毒后,用户迅速倒向360,瑞星则被彻底拉下神坛。

随着金山(猎豹移动前身)于2010年

11月宣布永久免费,个人级免费杀毒的大势已定,瑞星虽然在4个月后宣布个人安全软件产品全面免费,但已无力回天。事实上,在做出这个决定后,瑞星就开始业务转型,将重心投向企业级产品。

转让说明书显示,截至去年7月,瑞星共有13款企业级产品,8款个人级产品以及1款瑞星安全网址导航。其中,瑞星企业级产品拥有企业用户近9万家,终端总数近1500万。瑞星的个人级主力产品——瑞星杀毒软件V16+及瑞星个人防火墙V16月活跃用户分别稳定在7800万和1500万左右。

而早在去年4月,360手机卫士累计用户量已达7.88亿,去年6月,金山软件移动端月活跃用户量达5.882亿,奇虎360董事长周鸿祎曾托人转告瑞星董事长王莘希望收购瑞星,但王莘回绝称:这不是钱的事。而金山杀毒业务变身猎豹移动后,不仅赴美上市,还成为了当今国际化表现最佳的中国互联网公司。

正是由于瑞星向企业级产品的转型,近年来在业界几乎销声匿迹,发布16款企业级新产品,推出U盘版安全助手、发布企业级移动管理系统、推出虚拟化安全软件等动作成为瑞星个人级产品免费以来为数不多的业务布局。

或借“不变”谋翻身

尽管业界普遍认为瑞星固守软件公司模式已错失发展良机,但艾媒集团董事长张毅却认为它仍有翻身机会。“现在瑞星要想从消费级服务突破,基本上已经没有活路了,360和猎豹移动的这些创新玩法并不适合瑞星。”张毅向北京商报记者直言,“倒不如以不变应万变,坚持做企业级的生意。”

包括复星集团副董事长兼CEO梁信军、东方富海董事长陈玮等人士认为,今年将是企业级移动互联网应用产业壮大的关键一年,将给国内产业链及更多中小企业释放利好。目前腾讯和阿里等企业均陆续开始发力企业级安全市场。

“和个人网络安全相比,企业级安全拼的不是技术能力而是服务能力,企业级安全需要一对一的服务,这意味着没有一家公司能把这个市场全部吃下,这就给了瑞星机会。”张毅进一步说,“而且从服务成本来看,公司在企业安全市场的技术成本是可以复制的,维护成本也比个人安全产品低,这有利于瑞星扭转亏损。”不过,另有分析人士则表示,企业级安全已有巨头进入,资金和资源都相对缺乏的瑞星很难占领更大的份额。北京商报记者 魏蔚

Special focus

电商效果不佳 二手车1月交易微涨

北京商报讯(记者 钱瑜 孙昊天)昨日,中国汽车流通协会发布的数据显示,1月,全国二手车市场累计交易量80.63万辆,相比2015年1月增长6.47%,与新市场增幅相当;从环比来看,受春节效应以及2015年12月的高基数影响,2016年1月交易量环比大幅回落20.71%,交易额469.7亿元,环比下降23.15%。

对于同比上升、环比下降的情况,中国汽车流通协会副秘书长沈荣认为,虽然二手车市场在去年遇到了一些问题,但二手车整体的增长保持一定的幅度。同时,由于二手车市场的季节性因素明显,从往年的交易量来看,年初的市场活跃程度要低于年末。所以相对于去年12月超100万辆的交易量,1月交易量回落还是正常的。

“但不得不说不,80万辆的交易量还是表明二手车

市场通过过去几年的积累已经提升到了一个新的高度。”沈荣说。

另外,值得注意的是,在近年来发展迅猛的二手车电商平台,1月的交易周期要长于线下二手车市场,并没有表现出快速传导和高效率的优势。数据显示,2016年1月主流B2C电商平台共上传车源29.37万辆,当月有36.4%的车辆完成交易,占总交易量的13.5%。1月售出车辆中,线下渠道销售周期为26.6天,线上B2C销售周期为32天。

对此,沈荣表示,基于中国汽车流通协会选取的样本,由于各地对于二手车迁入限制的影响,二手车的周转率开始出现下滑,这也导致在整个产品中,跨区域流转占比更大的二手车电商的销售周期变长,而线下二手车市场主要以当地的交易为主,反而销售周期要短一些。

对于二手车电商对于整个市场的影响和现状,沈荣认为,目前二手车电商平台有面向B端、C端两种,但目前都已出现了调整的迹象,特别是面向B端的二手车电商平台。“包括平安好车、车享等平台,都已经准备进行战略调整了。二手车电商通过这几年的发展,已经到了一个调整的阶段。不少电商平台已经意识到,O2O在二手车交易中是完全行得通的,二手车企业拥抱互联网的思路没有错,但二手车毕竟是非标准化产品,交易和使用都离不开线下的支撑。”

据了解,二手车电商的发展在2015迎来爆发,资本看中二手车市场的发展,纷纷入局。据不完全统计,2015年1-11月,国内17家电商的融资总额能够达到9亿美元,这还不包括平安好车、瓜子二手车直卖网等自有集团的资金注入。

360有意网罗李湘加盟发力影视

北京商报讯(记者 魏蔚)互联网企业搭伙娱乐圈名人已成为互联网文化业务标配。昨日多方信息显示,李湘或将加盟奇虎360(以下简称“360”)出任该公司副总裁及首席内容官,分管360影视以及相关内容业务。对此,360方面承认正与李湘接触。

继黄晓明、杨颖、何炅、高晓松后,李湘也即将开始互联网之旅。昨日业界风传,在今年1月离任深圳卫视副总监及首席艺术总监的李湘,不久后将以360影视副总裁及首席内容官的身份复出。对此,360方面向北京商报记者表示,“360公司2016年将大力推进360影视的发展,引入影视娱乐行业里的各种优秀人才加盟。李湘非常优秀,正在接触中”。业界普遍认为,这是360对文化领域的再一次冲击。

据了解,360影视于2011年推出,2013年下半年360上线平台型影视App

产品,当时360相关负责人向媒体强调,“这是一个平台型产品,360影视读取的是各个视频网站服务器上的内容,但是在播放视频前有明确的提示”。这种轻模式使360在短时间内即聚集了不俗的点击量。

网络视频资深人士告诉北京商报记者,作为影视制作公司的光线传媒实际上充当了360的资源库,但难免让360既当裁判又当运动员,反过来影响了视频聚合业务与乐视优酷等的关系。而且光线作为制作公司,与360太过紧密,也会影响360与华谊、唐人等其他影视制作公司的合作可能,毕竟一家影视资源库无法建立足够的视频片源门槛。

这次引入李湘加盟则被誉为是360挺进影视产业链上游之举,借力李湘在影视圈的资源 and 制片能力,360影视则可在模式上有更大的想象空间。

果汁类饮料进入深度调整期

北京商报讯(记者 钱瑜 阿茹汗)中国食品工业协会日前发布的数据显示,过去一年我国饮料行业全年累计总产量达到17661万吨,同比增长6.23%;饮料类商品零售额为1961亿元,同比增长15.3%,增速比上年提高了3.7个百分点。虽然整体发展向好,但是果汁及果浆饮料品类正走向低谷,中国食品工业协会相关人士也表示,该品类已进入深度调整期。

目前,我国饮料类商品分为碳酸饮料制造、瓶(罐)装饮用水制造、果汁及果浆汁制造、含乳饮料和植物蛋白饮料制造、固体饮料制造、茶饮料制造及其他饮料制造几大类。根据中国食品工业协会公布的数据,从各品类利润总额同比增长率来看,茶饮料及其他饮料制造行业增长率最高达23.03%,随着该行业自2013年开始产业调整结束,盈利回升,在子行业中利润总额增速最为明显;碳酸饮料制造、瓶(罐)装饮用水制造、含乳饮

料和植物蛋白饮料制造行业增长平稳,增长率超过17%;果汁及果浆汁饮料制造行业开始进入产业调整,利润总额增幅收窄,增长率仅为2.44%。

另从各品类主营业务收入同比增长率来看,瓶(罐)装饮用水制造和固体饮料制造还保持两位数增长,达到11.35%,瓶装水获利能力居首位;果汁及果浆汁饮料制造在所有品类中增速最为缓慢,仅有1.45%。

据中国食品工业协会相关负责人介绍,果汁及果浆汁饮料经过多年的高速增长后,已经进入深度调整期。有业内人士进一步透露,果汁饮料受到鲜榨果汁等产品的冲击,出现销售疲软,也急需通过产品结构的调整来刺激消费,例如,非浓缩还原汁等产品正在兴起,将成为果汁饮料新的增长引擎。能否抓住新的流行风口,将考验企业的市场应对能力。

超市发 CSF Market

引领绿色消费

共创幸福家园