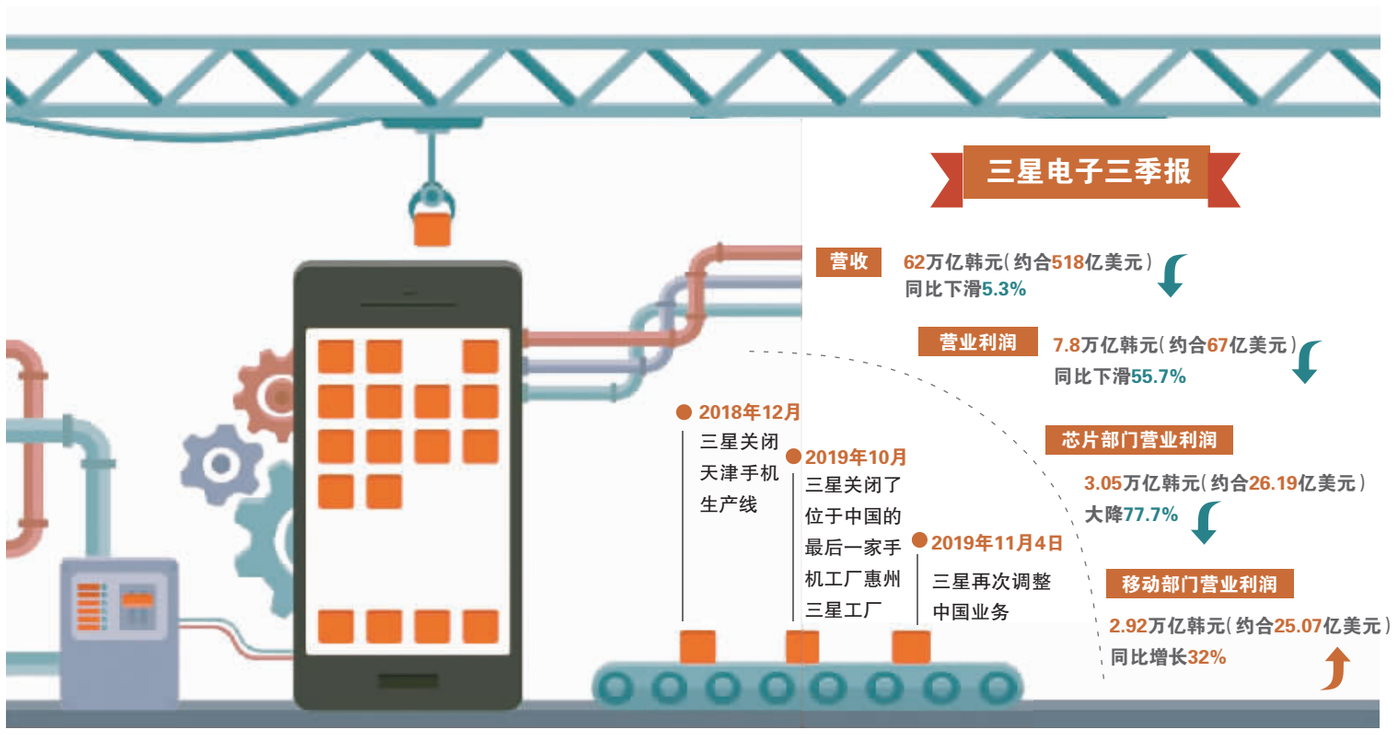
编辑 常蕾 美编 白杨 实习校对 李爽 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

三星再裁员？



北京商报讯（记者 石飞月）11月4日，有消息称，三星电子将裁掉中国公司1/3的员工，裁员主要涉及销售和市场销售部门，同时把中国市场的11个分公司以及办事处最终合并成5个。

对此，三星电子方面回应北京商报记者称，针对内外部经营环境的不确定性以及竞争激烈的市场环境，三星电子对相关业务进行了调整，以此推动在中国5G市场中的快速增长。顺应5G时代的发展需求，三星电子以5G产品为核心调整了产品线，并加强了与国内领先零售渠道商的战略合作，进一步强化三星电子在中国的移动业务。

这并不是三星电子在中国的首次业务调整。据了解，去年三星就关闭了天津手机生产线，并对员工采用了N+3的赔偿方案；今年10月，三星又关闭了位于中国的最后一家手机工厂惠州三星工厂。

近两年，三星手机在中国市场的表现不佳。2013年，三星手机在中国市场占有率为20%，短短五年时间，该数据已跌到1%以下。市场调研机构IDC数据显示，2018年，三星手机在中国市场的销量为334万部，市场占有率仅为0.8%。

业内人士认为，三星在中国市场的产量和销量逐渐降低，为了节约成本，启动裁员和关厂是正常的商业逻辑和节奏。

不过，三星并没有放弃中国手机市场的打算。该公司表示，中国一直都是三星电子最重要的战略市场之一，也是全球最大的手机市场之一，三星电子在今年下半年以及明年都将继续推出具有市场竞争力的产品，未来也将继续努力为中国消费者提供更好的产品与服务。

在产品方面，三星持续发力中国5G市场，2019年下半年，已推出Galaxy Note10+ 5G、Galaxy A90 5G、心系天下W20三款5G产品，2020年三星将以5G产品为主，再推出6、7款以上的5G产品，打造以5G智能手机为核心的产品线。从京东等电商渠道的销售数据来看，三星在国内发布的首款5G手机三星Note 10+ 5G版，销售情况比预期要好很多。

除了手机，三星半导体业务也表现疲软。三星电子三季度财报显示，当季营业利润介于7.6万亿-7.8万亿韩元之间，这一数字较今年二季度的6.6万亿韩元增长16.67%，但较上年同期的17.57万亿韩元下降56.18%。在声明中，三星电子将原因归咎于半导体业务的疲软，称主要是由于全球存储芯片价格的滑坡。

如今，存储器的价格正在下滑，DRAMeXchange数据显示，当季DRAM（动态随机存储器）价格降低10%、NAND（计算机闪存设备）价格降低15%。这一行业现象影响到的不仅是三星电子。半导体市场研究机构IC Insights发布的2019年麦克莱恩报告（MacClean Report）显示，三星电子、海力士和美光科技上半年销量都大幅下滑，其中，三星电子芯片销售额下降了33%，海力士下降35%，美光科技下降34%。

私自收集用户个人信息 工信部将下架App

北京商报讯（记者 魏蔚 彭慧）11月4日，工信部启动App侵害用户权益专项整治工作，整治时间从即日起至2019年12月20日，将重点对违规收集用户个人信息、违规使用用户个人信息、不合理索取用户权限、为用户账户注销设置障碍四个方面进行整治。其中，私自收集个人信息的App在督促整改无效后，将被强制下架。

前有支付宝芝麻信用因违规收集使用个人信息被约谈，后有花生日记涉嫌传销遭罚款，App侵害用户权益的行为频现。工信部也指出，近期，App违规收集个人信息、过度索权、频繁骚扰用户等侵害用户权益问题突出。

据统计，我国境内应用商店数量超过200家，上架应用近500万款。截至今年9月底，App违法违规收集使用个人信息专项治理工作组已经评估近600款用户量大、与民众生活密切相关的App，并向其中问题严重的200余款App运营者告知评估结果，建议其及时整改，整改问题达800余个。

工信部表示，此次专项整治行动面向App服务提供者和App分发服务提供者两类主体对象，重点整治违规收集用户个人信息、违规使用用户个人信息、不合理索取用户权限、为用户账号注销设置障碍等四个方面的八类突出问题。

具体问题包括：私自收集个人信息；超范围收集个人信息；私自共享给第三方用户信息；强制用户使用定向推送功能；不给权限不让用；频繁申请权限；过度索取权限；账号注销难。

按照工信部的计划，整治工作分为企业自查自纠、监督检查和结果处置三个阶段，时间为2个月。

> “整治内容包括：私自收集个人信息；超范围收集个人信息；私自共享给第三方用户信息；强制用户使用定向推送功能；不给权限不让用；频繁申请权限；过度索取权限；账号注销难。”

即日起至11月10日是企业自查自纠阶段。App服务提供者对照前述八类问题认真开展自查，发现问题及时整改；App分发服务提供者组织对所分发App进行全面检查，对存在问题的违规应用软件予以督促整改，拒不改正的应组织予以下架处理。

11月11日-11月30日是监督抽查阶段。工信部将组织第三方检测机构对App进行技术检测和检查，重点抽测与群众生活密切相关、下载使用量较大的App产品和分发平台。对群众反映强烈、难以接受、认为不合理的App，工信部将组织电信用户委员会、中国互联网协会以及相关媒体机构开展用户和专家评议。

12月1日-12月20日是结果处置阶段。工信部将对存在问题的App统一进行通报，依法依规予以处理，具体措施包括责令整改、向社会公告、组织App下架、停止App接入服务以及将受到行政处罚的违规主体纳入电信业务经营不良名单或失信名单等。

2019年以来，相关部门严查App获取用户权限等问题。1月25日，中央网信办、工业和信息化部、公安部、市场监管总局决定自2019年1-12月，在全国范围组织开展App违法违规收集使用个人信息专项治理。9月15日，国家计算机病毒应急处理中心发布《移动App违法违规问题及治理举措》指出，App和SDK（软件开发工具包）存在六大类问题，并对涉嫌违规的墨迹天气等企业予以点名。

App违法违规收集使用个人信息背后，是我国个人数据保护立法尚不完善。公安部第三研究所副所长李建瓴认为，个人信息保护虽已写入网络安全法，但仍存在可操作性不强等问题。

北京商报记者了解到，为保护互联网用户个人信息，国家先后出台了《网络安全法》《电信条例》和《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》《电信和互联网用户个人信息保护规定》《移动智能终端应用软件预置和分发管理暂行规定》等法律法规和规范性文件，这些文件为此次专项整治行动提供法律依据。李建瓴也建议，尽快推进专门的个人信息保护法规的制定和出台，为个人信息提供系统性、体系化的保护。

此外，App专项治理工作应做到技术手段与行政监管并重。“好的技术手段需要依托行政监管落地，行政措施也需要技术手段来做支撑。”公安部第一研究所副所长于锐说。

经销商库存高企 车市寒冬持续

> 迈过“金九银十”，国内车市仍未迎来真正回暖。11月4日，北京商报记者从中国汽车流通协会获悉，10月汽车经销商库存预警指数为62.4%，环比上升3.8%，处于警戒线之上。业内人士表示，无论最后两个月终端销量能否回暖，经销商都将面对严峻盈利压力。

■经销商高库存

中国汽车流通协会发布的最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示，2019年10月汽车经销商库存预警指数为62.4%，库存预警指数警戒线为50%，库存预警指数位于警戒线之上。

从分指数情况看，10月库存指数为62.3%，环比上升1.8%；从业人员指数为45%，环比上升2.2%，市场需求指数、平均日销量指数、经营状况指数环比下降。从区域指数情况看，10月南区指数为65.3%，高于其他区域。分品牌类型指数看，10月进口和豪华品牌指数、合资品牌指数环比上升，自主品牌指数环比下降。

库存高企背后是终端销量的低迷。乘用车市场信息联席会发布数据显示，10月1日-27日，乘用车市场零售销量同比下降15%，走势持续恶化。分周看，10月第一周，乘用车市场零售销量同比下降13%；第二周零售销量同比下降12%；第三周零售销量同比下降19%。

针对销量低迷的原因，中国汽车流通协会分析称，9月各地车展及季度末经销商冲量等营销活动透支了一部分市场需求；“十一”黄金周期间消费者外出游玩，经销商集客量有所下滑；北方地区进入农忙时节，农村消费者到店量下降。因此，10月车市压力较大，竞争环境进一步恶化。

■以价换量失灵

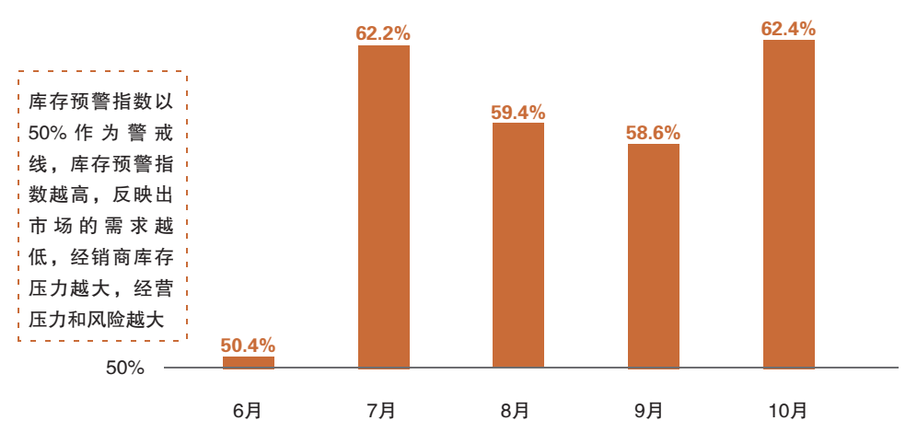
在“金九银十”传统旺季失色的背景下，11月和12月成为汽车经销商的最后机会。对此，中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示，临近年底，厂家和经销商为完成全年任务将加大促销力度，再加上11月一些地区将举办大型车展，预计11月销量将略好于10月。

事实上，对于陷入车市销量低迷期的经销商来说，“以价换量”已成为一种常用手段。全国工商联汽车经销商商会一项调查显示，2019年上半年国内主流品牌平均折扣率在10%以上，57.3%的经销商反映其代理的主要产品市场价格低于厂家批发价格。

价格手段立竿见影。今年6月，随着部分地区即将提前实施国六排放标准，经销商开始对国五排放标准车型进行降价促销，部分品牌甚至出现“买一送一”的优惠。在高折扣刺激下，6月乘用车市场罕见实现单月正增长。

不过，虽然降价有助于拉抬销量，但也增加了成本负担和盈利难度。数据显示，2018年，国内有53.5%的经销商经营亏损；2019年上半年，亏损面进一步扩大，盈利经销商占比仅为29%。今年上半年，1.53万家“汽车销售服务”公司涉及法人、股东变更，超过500家“汽车销售服务”公司关闭、注销，经销商4S店总数从2017年的峰值大幅下降14.8%。

汽车经销商库存预警指数变化情况



■上下游博弈升温

事实上，不仅是经销商面临销量和盈利压力，车企的日子也不好过。在国内13家乘用车A股上市公司中，7家车企前三季度出现亏损，2家净利下滑，仅4家车企实现利润增长。其中，长安汽车归属于上市公司股东的净利润为-26.6亿元，上汽集团归属于上市公司股东的净利润同比下降24.86%，海马汽车归属于上市公司股东的净利润为-2.01亿元。

为缓解业绩压力，部分车企仍未放松向经销商的压库力度。近期，全国工商联汽车经销商商会在一份报告中称，60%的经销商反映厂商存在强行压库的行为，全年超过70%的经销商库存系数超过1.5的警戒线，有6.71%的经销商库存系数在3以上，有的甚至超过4。为拿到返利，经销商还必须接受主机厂不合情理的考核。

在此背景下，下游经销商和上游车企之间的矛盾日益凸显。今年以来，观致汽车、力帆汽车、东风日产等品牌经销商都曾向主机厂提出减负建议。

“为保障自身业绩，厂家想方设法把压力传导到我们身上，我们只能自己想办法求生。”某主流合资品牌经销商负责人向北京商报记者表示，现在市场不景气，尽管厂家提供一些鼓励政策，但由于今年销量目标没有下调，所以经销商压力并没有减轻。

近期，全国工商联汽车经销商商会发布《致乘用车生产企业的倡议书》，呼吁经销商与车企正视矛盾，共同变革汽车流通行业的商业模式。

“价格倒挂和商务捆绑是导致汽车经销服务行业出现大面积亏损的主要原因。”全国工商联汽车经销商商会负责人表示，“我们从经销商角度提出，修正商业模式可以从以销定产、确定合理的进销差、不再利用纵向垄断变相捆绑经销商入手。同时，我们也期待主机厂拿出更具智慧的方案，携手推动商业模式的优化”。

“市场情况带来的压力需要经销商与车企一起配合承担。”乘用车市场信息联席会崔东树表示，“以销定产”的根基是市场预测销量，并非往日实现的销量，车企应该更好地把握市场走向，经销商也应该做好“平缓市场颠簸”的角色，从而实现一种动态平衡。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇