

微软收购泡汤 Tik Tok美国业务去向成谜

微软收购最终作罢

微软在其官方网站上发布公告：我们相信我们的提议将在保护国家安全利益的同时有利于Tik Tok用户。要做到这一点，我们必须作出重大改变，以确保服务符合安全、隐私、在线安全和打击虚假信息最高标准。我们也在8月的声明中明确了这些原则。期待看到Tik Tok在美服务在这些重要领域的发展”。

微软是最早就Tik Tok美国业务收购一事与字节跳动谈判的公司。8月3日早间，该公司在官网发布声明称，公司首席执行官萨蒂亚·纳德拉与特朗普进行讨论之后达成一致意见，微软将继续与Tik Tok母公司字节跳动商谈收购Tik Tok在美业务的问题，并将在9月15日之前完成这些讨论。期间，微软不会再就此发表其他声明，直到谈判得出明确的结果。

而如今再次发出的这份声明，就是已经出来的结果。至于原因，微软并未在声明中透露，北京商报记者也就此采访了字节跳动方面，截至记者发稿，对方未予置评。

在9月14日的外交部例行记者会上，有记者就此事提问。外交部发言人汪文斌表示，中方已多次就Tik Tok问题阐明立场。Tik Tok在美遭遇“围猎”，是典型的政府胁迫交易。美国个别政客，一方面鼓吹要实现公平、对等，构建所谓的“清洁网络”；另一方面却又在拿不出任何证据的情况下，泛化国家安全概念，滥用国家力量，对某一领域取得领先优势的美国企业，进行无理打压和百般胁迫。这充分暴露了美方某些政客强取豪夺的真实用意和经济霸凌的丑陋面目。

“中方对此坚决反对，我们将坚定支持相关企业维护自身合法权益，坚定维护国际经

“字节跳动今天告知我们，不会把Tik Tok在美国的业务卖给微软。”在宣布与字节跳动商谈收购Tik Tok在美业务一个多月后，当地时间9月13日，微软又以一份声明宣告这项收购计划正式“泡汤”。此时，距离美国总统特朗普给出的限定交易时间仅剩一周，Tik Tok美国业务去向却依然不明，如果不能按时交易导致关停，字节跳动将遭受不小的损失。



贸规则。我们敦促美国政府为外国企业战略投资经营提供开放、公平、公正、非歧视的国际营商环境。至于企业具体经营行为，我们不作评论。”汪文斌强调。

决定时间仅剩一周

留给字节跳动的的时间不多了。8月6日，特朗普签署行政命令，要求字节跳动在45天内，即美国时间9月20日之前出售Tik Tok美国业务；8月14日晚，特朗普再次签署行政命令，要求字节跳动在90天内剥离任何使Tik Tok能够在美国运营的有形和无形资产。

北京商报记者了解到，这两个禁令一个是指确定交易的时间，一个是指交易交割完成的时间。

然而，据路透社报道，特朗普在9月10日对媒体表示，字节跳动出售Tik Tok美国资产的最后期限不会延长：“要么关门，要么卖掉”。这意味着，留给字节跳动出售Tik Tok在美资产的时间仅剩一周了。

字节跳动创始人张一鸣此前发布全员信称，近一年来，公司一直在积极配合美国外资投资委员会（CFIUS）对其2017年底收购musically的项目进行的调查“尽管我们一再强调自己是一家私营企业，并且我们愿意采取更多的技术方案来消除顾虑，但CFIUS还是认定字节跳动必须出售Tik Tok美国业务。我们不认同这个决定，因为一直以来我们都坚持确保用户数据安全、平台中立性和透明度。”

然而，美方咄咄逼人的态度和朝夕改

的作风，使得字节跳动只能采取法律手段来维权。美国当地时间8月24日，Tik Tok正式在美国对特朗普政府提起诉讼，主张废除特朗普8月6日发布的行政令，并主张禁止商务部实施该行政令。此次诉讼由Tik Tok及其母公司字节跳动联合提告，诉讼对象包括美国总统特朗普、美国商务部长罗斯和美国商务部。

除去官方诉讼，字节跳动的美国员工也在自行发起针对特朗普的诉讼，诉讼理由是，特朗普这一行径让约1500名Tik Tok和字节跳动的美国员工面临失去收入的困境。

弃售还是另择买家

目前，关于Tik Tok最终的去向，业内有

种种猜测。但产经观察家丁少将指出，在美国政府没有改变立场的情况下，字节跳动的可选项目前并不多。

9月12日，路透社援引消息人士的话报道称，中方反对字节跳动被迫出售Tik Tok的美国业务，而是宁愿看到这个短视频应用在美国停运。而字节跳动在给路透社的一份声明中强调，中方从未建议其关闭Tik Tok在美国或任何其他市场的业务。

多家外媒曾报道称，字节跳动正与美国政府协商其他可能性，包括不全盘出售Tik Tok在美业务，以及延长“最后期限”。更值得关注的一点是，消息人士称，字节跳动不会出售Tik Tok美国分公司，同时“不会将源代码交给任何美国买家”。

如果按照这样的计划进行下去，特朗普发布的行政命令生效，那么当地时间9月20日之后，Tik Tok在美国将正式停止运营。

就美国这块业务来说，Tik Tok拥有超过1亿用户、约1500名员工，以及数千家合作伙伴。如果关停Tik Tok美国业务，按照此前市场传闻200亿-500亿美元的出售价格，字节跳动将至少损失超过人民币2000亿元。

“如果最终无法交易，字节跳动要面临Tik Tok美国业务全部损失的危险，没有达成交易，如果美国总统下令封杀Tik Tok，那么根据目前其市值，直接损失在300亿美元左右。”文渊智库创始人王超说。

如果说另外选择买家，除了微软，Tik Tok的主要竞价方还包括沃尔玛，以及获得泛大西洋资本集团、红杉资本联盟支持的甲骨文等公司。但也有报道称，字节跳动不会将Tik Tok美国分公司出售给甲骨文。

总之，在最终结果出来之前，一切还都存在变数。

北京商报记者 石飞月
图片来源：企业供图

火腿肠“三国杀”谁能走出价格战

企业的竞争归根结底是人才的竞争。近日，有消息称，在一份雨润的人事任命文件中，涉及多名双汇在职员工。在多年的“肉搏”中，位于火腿肠市场第一阵营的双汇、雨润、金锣的竞争不仅从未停止，且愈演愈烈。经过恶性价格战“瘦肉精”、“过期肉”等事件，双汇、雨润、金锣在送走了曾称霸一时的“春都”火腿肠后，俨然已形成三强争霸的局势。然而，对于这些头部玩家来说，三足鼎立并不是竞争的结尾，而是新一轮竞争的开始。

抢人大战

近日，有消息称，在雨润公司苏雨人政字（2020）41号任命文件中，共涉及9名双汇在职员工，均为双汇肉制品事业部各地办事处业务人员，由于雨润公司的任命文件在网上快速传播，有6名在职员工迫于压力向双汇提出辞职，另有3名员工明确表示不会离开双汇，拒绝到雨润任职。

对此，北京商报记者分别联系采访了双汇和雨润，但截至记者发稿，双方均未予以回复。

业内普遍认为，此次雨润从双汇“挖人”，与今年8月初原双汇总裁游牧成为雨润肉类产业集团董事长兼总裁不无关系。

这位曾在双汇摸爬滚打多年的行业老兵，于2001年进入双汇，2007年成为公司总经理。在2010-2013年，游牧曾带领团队创造了双汇史上的“黄金增长期”，营收规模跨过300亿元、400亿元大关。2017年12月，双汇进行人事调整，游牧降为副总裁，总裁由曾担任双汇发展生鲜品事业部总经理的马相杰接任。

2018年8月，双汇董事会通过董事换届决议，由万隆带领下的新一届董事会成立，其中并不包括游牧。与此同时，游牧从双汇离职。

“游牧离职，为雨润从双汇调人埋下了伏笔。从游牧曾担任的职务和经历来看，他不仅深谙中国肉类市场发展，同时熟悉竞争对手的成长路径。”战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊称。

事实上，雨润也急需新高管履新。2015年，雨润董事长祝义财突然失联，随后被曝出南京检察机关对祝义财执行监视居住指定居所强制措施，同年，祝义财辞去雨润董事长一职。2019年祝义财回归，同年4月，祝义财女儿祝媛成为雨润食品的董事会主席和首席执行官。

“雨润的新CEO是从双汇挖去的，因此为了重振雨润业务，从自己熟悉的体系挖人也是属于人之常情，但是作为友商和前东家，类似大规模私下挖人的行为还是有待商榷。”香颂资本董事沈萌告诉北京商报记者。

竞争加剧

除了双汇和雨润的人才竞争，在市场上，加之金锣，三者的“火腿肠之争”从未停歇过，而这不得不提到引进我国历史上第一条火腿肠生产线的“春都”。在上世纪90年代，我国火腿肠市场出现春都与双汇双雄争霸局势。为了进一步抢占市场，双方掀起了火腿肠价格战。

彼时，双方在不断调低火腿肠中猪肉成分的同时，也急剧压缩产品成本。火腿肠从1元降为5角钱时，引起消费者的质疑：究竟是买的猪肉火腿肠，还是淀粉火腿肠。”

正当春都与双汇仍专注于价格战时，1996年金锣以质优价廉的产品定位突围，并保持连年翻倍的高速增长。随后，1998年，双汇推出“双汇王中王火腿肠”，开始异军突起。而1994年才成立的雨润，跟风双汇和金锣推出火腿肠，但显然不是其对手。

截了跟头的雨润开始布局低温肉制品。2011年，双汇陷入“瘦肉精”事件，短短半个月，销售额大跌15亿元。彼时，坊间还有消息称，雨润趁机挖走大量双汇的经销商。2012年，雨润被曝出疑似“过期肉”。几番折腾下来，双方皆不好过。

数据显示，双汇在2010年营收净利同比增长超20%后，2011年，营收同比下滑1.32%，扣非净利润则大幅下滑55%。雨润则在2010年营收净利同比增长超五成后，在2011年股东应占溢利同比下滑超三成。2012年则营收、净利均出现大幅下滑。

经历过“瘦肉精”风波过后，双汇收购了史密斯菲尔德、参与竞购西班牙肉制品巨头Campofrio股权，和雨润、金锣在规模上进一步拉开距离。此外，双汇进一步挤压金锣。2017年5月，双汇针对金锣的“王中王”等产品发起诉讼，要求对方停止侵权并赔偿经济损失。2020年，金锣被判向双汇赔付120万元。

“同业竞争在国内属于正常现象，双汇在各个方面对其他两家的领先优势明显。”沈萌称，

双汇在市场上的地位难以撼动，即使雨润和金锣采取一些非正常竞争手段也不会改变市场格局，所以长期来看，恶性竞争并不会持续。

各寻出路

经过恶性竞争后，三巨头也都各自进行转型升级。双汇业绩独占鳌头，但产品老化，亟须向年轻化转型。据了解，双汇制定了“稳高温、上低温、中式产品工业化”的产品战略。在高温肉制品领域，双汇加强开发高温食材化“肉蛋奶菜粮”相结合的产品，向“进家庭、上餐桌”产品结构转型。在中式熟食产品的开发上培育拳头产品。

在此战略下，2020年，双汇推出八宝肠速食粥，宣布进军餐饮业和火热的植物蛋白领域。4月，双汇在线上推出植物肉产品“吃豆人”，并且收购了多家拥有植物蛋白生产能力的企业。在品牌端，2020年初，双汇加快在年轻化的社交媒体布局，推出网红产品。

双汇需要年轻化升级，雨润最重要的是恢复元气。在市场层面，8月15日，雨润首家街道店在上海开业，同日，雨润批发零售中心也在无锡开业。雨润开始有针对性地整合线上线下渠道资源，逐步实现线上服务、线下体验和现代化物流三方深度融合，搭建起多方互利平台，推动雨润零售业态的革新升级。不过，雨润仍需要继续努力。2020年上半年，雨润收入75.36亿港元，同比增长1.95%；但仍亏损4.05亿港元，同比收窄9.3%。

作为曾经第三品牌的金锣，如今也超越了雨润，瞄准了健康领域。2018年，金锣推出了低脂香肠，并推出新型植物肉产品“素肉派”系列。对此，金锣方面称，肉制品板块的发展开拓出新增长点，可助力金锣冲击植物肉市场高地。对于未来发展情况，北京商报记者采访了金锣方面，但截至记者发稿，对方未予以回复。

在徐雄俊看来，由于自身发展阶段的不同，3家企业战略也有差异。即便选择的路径不同，但归根结底企业追求的是高利润。谁能在火腿肠市场占据一席之地，仍需要业绩检验。

对于未来发展，沈萌建议，三方都需要认真做好产品、把好质量关，最终仍是产品为王、质量为王、消费者为王的竞争。

北京商报记者 李振兴 白杨

动力电池中心二期投产 宝马“纯电”战略提速

北京商报讯（记者 刘洋 刘晓梦）9月14日，华晨宝马动力电池中心二期正式投产，该中心也成为宝马集团在全球首座生产BMW第五代动力电池的生产基地。

据了解，华晨宝马动力电池中心于2017年开业，是宝马集团在德国以外首座拥有完整电池装备能力的电池中心，此前华晨宝马动力电池中心年产3.3万套电池组。在一期建成三年后二期正式投产，宝马相关负责人表示，二期将生产第五代动力电池，动力电池中心扩建完成后，宝马在中国的动力电池产能提高超过一倍，并为未来的产能增长预留了空间。

华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官魏岚德表示：“随着动力电池中心二期的建成，华晨宝马在宝马集团内率先实现第五代动力电池量产。今年4月，华晨宝马启动研发中心二期的扩建项目，对实验中心和试验车间设施进行扩建，预计2022年完成。”

当前，宝马集团正稳步推进电动化进程，按照宝马集团计划，到2023年将在全球提供25款新能源车型，其中一半为纯电车型。不过，实现这一目标，动力电池的研发和投标成为关键的一环。据悉，宝马集团动力电池生产过程分为两个阶段，首先将电芯组合成电池模组，再进一步组装为电池包。目前，华晨宝马动力电池中心的模组生产线实现100%自动化生产。

汽车行业专家颜景辉认为，动力电池是纯电动车的核心部件，车企想要在新能源汽车市场具有优势，动力电池的研发和生产环节就要由自己掌控，才能保证质量和技术的应用。宝马在规划新能源汽车市场的同时，在动力电池上投入精力，其目的就是在之后的发展中不被掣肘。”他表示。

值得注意的是，在动力电池中心二期投产前一天，宝马国产纯电车型iX3正式开启预售。据悉，iX3定位纯电动中

型SUV，搭载由华晨宝马动力电池中心二期投产的第五代动力电池。宝马相关负责人表示：目前iX3已经开始量产，年产能规划为4万辆。新车在沈阳生产，年内投放市场并出口全球。”这意味着，中国将不仅作为该车型的销售国家，也是其生产基地。

25款

按照宝马集团计划，到2023年将在全球提供25款新能源车型，其中一半为纯电车型。

“宝马集团的新能源汽车策略落地正在全速推进，到2030年，将有700万辆宝马集团新能源汽车行驶在全球各地。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示：“在这样的背景下，iX3是我们持续壮大新能源汽车阵列的重要产品。”

事实上，作为豪华品牌中电动化战略起步最早的企业，2011年，宝马推出电动化产品的宝马i品牌，并在2014年相继发布i3和i8两款车型。然而，巨额的投入并未带来预期的收益。同时，去年作为宝马主要竞争对手的奔驰和奥迪也相继向中国市场导入旗下主要纯电车型，反而让宝马处于下风。为此，纯电iX3的推出，将再度掀起BBA巨头的纯电之战。

“宝马在发布新车的同时，宣布在华动力电池工厂二期投产，是向市场释放提速在华纯电车型布局的信号。”颜景辉认为，在华生产车型，扩建动力电池中心也能为企业进一步降低造车成本、保证供应，为在之后的竞争谋得先机。