

·行业快讯·

广药曝光租赁合同 “王老吉”之争打响最终战役

商报讯(记者 李冰)加多宝集团和广州医药集团之间持续了一年多的“王老吉”商标使用权纠纷,将迎来终极对决。本月底即将开庭的王老吉商标案,将决定加多宝母公司香港鸿道集团红罐王老吉是否能继续使用“王老吉”品牌。

在临近开庭之际,广药集团突然首次对外披露了双方此前一直避而不谈的合同内容。该商标租赁合同显示,广药集团向香港鸿道收取的商标使用费十年间仅从450万元/年增加到目前的506万元/年。原本到2010年期满的租赁合同,因时任广药总经理李益民在收受香港鸿道负责人300万港元贿赂后,将合同延长至2020年,如果按现有合同,2020年的商标使用费也只能增加到537万元。

对此,行业分析人员认为,自从双方纠纷开始后,广药方面倚仗自己对“王老吉”品牌的拥有权,一直比较强势,而加多宝则呈现出劣势,并大打感情牌。而此次广药公布租赁合同,也从另一方面证实了双方纠纷起源于利益争夺。

网络巨头打“免抽成”牌拉拢开发者

商报讯(记者 张绪旺)免费、免税渐成互联网巨头争夺第三方资源的趋势。昨日,国内最大社交网站人人网成为继新浪微博之后第二家实施“不参与分成”计划的开放平台。

人人网开放平台计划昨日调整针对移动客户端应用的分成政策,从2012年1月1日到2012年12月31日期间,第三方移动应用通过人人网开放平台移动支付流程产生的收入,人人网在扣除支付渠道成本后,不参与分成,收入归第三方移动应用所有。

事实上,分成是互联网开放平台模式兴起后流行的商业模式,易观国际分析师玉轶告诉记者,随着阿里巴巴、百度等越来越多开放平台涌入,大佬开始用越来越优惠的政策争夺开发者。人人网意在移动游戏市场,用优惠政策吸引开发者,将内容资源与用户资源对接是意料之中的事情。

东洋之花否认面膜含毒 称系同行恶性竞争

商报讯(记者 孙聪颖)近日国家食品药品监督管理局曝光“东洋之花美白水润面贴膜”等18种化妆品含超标禁用或限用的有毒物质,随后东洋之花在其官网上做出回应称,“我公司未采购国家禁止使用的原料,在该产品中也未添加禁用原料,同时配方中使用的原料也不含有禁用原料,生产过程安全可靠”。东洋之花方面官方网店工作人员还表示所谓涉毒其实是同行搞的恶性竞争。

据了解,东洋之花美白水润面贴膜含超标禁用或限用的有毒物质“氢醌”,氢醌又名对苯二酚,可导致服用者出现头痛、头晕等症状。对于东洋之花方面的自辩,消费者表示国家食品药品监督管理局发布的通告应该具有很强的权威性,东洋之花空口无凭不值得信服,然而东洋之花方面也不服气,称已诉至国家质量监督总局。

一日两度道歉消费者仍不买账

蒙牛致癌奶事件存三大疑点

因旗下牛奶产品被国家质量监督检验检疫总局查出含有致癌物黄曲霉毒素M1,日前蒙牛再次登上了舆论的风口浪尖。虽然一天连发两份声明对消费者道歉,但是因回避问题根源,仍然受到公众的巨大质疑。一位不愿具名的品牌营销专家对记者表示,细看蒙牛的声明,其并未对问题本身进行全面的交待,或许该企业只是想通过道歉来转移消费者的注意力,以减轻对其问题的关注,但是其回应疑点重重更加引人关注。

疑点1 蒙牛奶源是否存在问题

据了解,黄曲霉毒素被动物食用后,一部分会蓄积在动物体内,另一部分则会转化到乳汁和尿液中,转化率一般为3.45%—11.39%,而且,黄曲霉毒素M1熔点为299℃,牛奶常见的巴氏消毒法、超高温灭菌等都无法清除该毒素。

蒙牛一日之内连发两份声明向消费者致歉,却并没有解释牛奶中出现黄曲霉毒素M1的原因。记者拨打蒙牛集团新闻发言人卢建军的电话,对方称卢建军正在开会,方便时会给记者回复,随后记者将各种疑问以短信形式发给卢建军,但截至记者发稿前仍未得到任何回复。

而蒙牛内部一位高层则解释称,造成产品不合格的原因是当地个别牧场的一批饲料因天气潮湿发生霉变,产生黄曲霉毒素M1。

既然是原奶环节出现问题,那么问题奶源在哪?其整个奶源是否已被污染?对此,蒙牛方面没有回应,但是有知情人士透露,蒙牛眉山工厂的奶源供应除了现代牧业外,很大一部分来自于散奶收购,而现代牧业原奶一般用于高端产品的生产,此次查出的问题牛奶为普通产品,所以“奶源来自哪里恐怕只有蒙牛自己知道”。

疑点2 蒙牛是否有自检黄曲霉毒素程序

乳业专家王丁棉在接受媒体访问时表示,黄曲霉毒素M1是一种致癌物,包括我国在内很多国家都对牛奶和其制品中的黄曲霉毒素M1设下限量标准,属于生产原材料样品和成品的必检项目。

所以,蒙牛在其两次情况说明中均表示,接受国家有关部门和全社会的监督,严格执行国家和企业的各项质量和检测标准,从每一个环节入手,切实把好质量关。对此,有乳业行业分析师指出,蒙牛黄曲霉毒素M1跟双汇瘦肉精很相似,问题在原料身上,作为常规检测项目,蒙牛没有自检出来,说明其生产和质量的把控方面存在重大缺陷。更有评论直接质问:“为什么国家质量监督检验检疫总局轻易就能检出的致癌奶,而蒙牛就没有检出来?难道所谓的检验程序只是走过场?”

疑点3 问题产品是否流入市场

有品牌营销专家在接受记者采访时表示,食品安全问题后,最受伤无疑是消费者,“蒙牛需要让消费者知道问题牛奶是否流入了市场,这是对消费者最起码的尊重”。

蒙牛在其声明中强调,该批次产品在接收抽检时尚未出库,企业已经对全部产品进行了封存和销毁,确保没有问题产品流向市场。但是市场对此并不买账,有评论指出,目前仅仅是涉事企业自称没有流出,而没有第三方监督和证实,实难令人信服。“况且,既然是原奶出现了问题,受影响的则不可能只有一批次产品,该工厂被查出问题批次的前后几个批次产品是否进行了检查,是否有权威部门证实这部分产品的安全性?”

商报记者 李冰

工信部表态明年宽带“提速降价”

商报讯(记者 金朝力)在联通电信接受反垄断调查、“假宽带”风波仍在持续发酵时,昨日,主管部门工业和信息化部终于做出了明年宽带“提速降价”的明确表态。

在工业和信息化部昨日举行的全年工作会议上,部长苗圩表示,近五年,中国的宽带接入带宽在世界的排位下降,且资费偏高,消费者对此有所不满。2012年将以“惠民生、降价格”为目标,推动宽带建设,计划到2015年城市家庭宽带达到20M,农村家庭达到4M。同时工信部将鼓励民营资本进入电信行业,推动实施“宽带中国”战略,争取国家政策和资金支持。

近段时间以来,无论是在网络论坛上,还是在微博上,网民们在热议宽带服务“缺少两”的同时,还深感“伤不起”的就是“高网费”。互联网数据中心

报告也显示,全国固网宽带用户上网1M带宽每月费用实际折合13.1美元,算下来,中国内地网民实际每月为1Mbps宽带的支出是越南的3倍、美国的4倍、韩国的29倍。

电信专家付亮表示,在竞争的压力下,运营商也可以推动宽带建设,但长远来看,这并不利于国家宽带建设。因为宽带建设还涉及物业、电力、用户等问题,因此工信部把宽带建设提升到国家战略层面进将大大推动整个行业的发展。

而对于前一段国家发改委就宽带接入问题对中国电信和中国联通展开反垄断调查一事,苗圩也明确表态称,明年将规范宽带市场竞争行为,加大对恶性市场竞争、阻碍互联互通、资费违规等行为的查处。在互联网信息服务和接入服务管理方面,阻止企业滥用市场支配地位。

被中国本土品牌超越

苹果在国内市场份额首次下滑

商报讯(记者 金朝力)市场研究公司Kantar Worldpanel ComTech昨日发布的研究数据显示,苹果在中国的市场份额从今年二季度的13.3%下降到第三季度的10.4%,并被中国本土品牌华为超过,成为中国内地市场上第四大智能手机品牌。另外根据中文互联网数据研究资讯中心的统计显示,苹果在欧洲一些国家的市场份额同样出现了下滑。

据悉,这是苹果公司在中国内地市场份额的首次下滑,同时也是首次被中国本土品牌超越。

业内资深人士杨群认为,苹果公司的市场份额下滑并不代表其产品在中国内地不受欢迎,但其高昂的价格确实造成中国消费者开始放弃苹果而转投

其他品牌的重要原因之一。据了解,目前中国消费者用不到2000元的价格就购买到一款其他品牌的智能手机,而苹果iPhone 4的价格相当于这个价格的两倍多。

北京邮电大学信息经济与竞争力研究中心主任曾剑秋则认为,苹果的份额下降应该是多种因素造成的。一个特别重要的因素就是竞争对手的变化,比如国内像华为这样的企业生产出来的智能手机市场份额在增加。

另外,目前苹果只有一款手机在市场上竞争,也让更多的消费者放弃了苹果手机。而摩托罗拉、HTC等安卓系统厂商通过多种机型、多种价格以及多个运营商合作等方式,为消费者提供更多选择,从而在市场上挤占苹果的份额。

SIMPLY CLEVER
专于智 慧于行

ŠKODA



用经典
记录生活之美

- 购昊锐1.8TSI/2.0TSI车型,尊享徕卡V LUX30相机,参与昊锐徕卡摄影沙龙活动
- 购昊锐全车系,参与抽取布拉格浪漫之旅幸运名额,探寻斯柯达百年魅力
- 同时或可尊享2年0利率金融购车方案



TSI全系
涡轮增压缸内直喷发动机

PLA
智能泊车辅助系统

AFS
随速自适应双氙气一体式大灯

TWINDOOR
双段开启行李厢

ESP
电子稳定系统

HHC
坡道辅助控制

TPMS
胎压监测系统

SOLAR
太阳能天窗

CLIMATRONIC
双温区全自动空调
全时环境舒适系统

AQS
空气质量监控系统

1.4TSI+DSG 车型
再次荣膺3000元
国家节能惠民补贴殊荣



ŠKODA
斯柯达



生活之美,俯仰皆是,斯柯达昊锐伴您一路用心发现。即日起至12月底购买昊锐1.8TSI/2.0TSI车型,即可获赠徕卡V LUX30相机一部,并参与徕卡摄影沙龙活动,让您时刻捕捉每个美好瞬间,同时或可尊享2年0利率金融大礼。购1.4TSI立享5000元保险豪礼或2年0利率优惠,全车系还能抽取布拉格之旅幸运名额,一起探寻斯柯达故乡魅力。详情请洽当地经销商。
*上海大众有权在法律法规允许的范围内作出相应解释和调整。

ŠKODA 昊锐 内蕴实力 成就非凡

*若用户对此有疑义请及时拨打400 820 1111电话予以咨询 斯柯达品牌官方网站 <http://www.skoda.com.cn>

上海大众汽车
SHANGHAI VOLKSWAGEN

四川斯达 010-62958998
北京支店 010-51193188

重庆店 010-88915588
北京支店 010-87504818

三益店 010-64339966
经销商排名不分先后

运通店 010-67861777

中润店 010-87395559

上汽安吉斯达 010-84915066

青星 010-69059988

北方福瑞 010-82336060