

行业快讯

加多宝王老吉就广告语再开口水战

北京商报讯(记者 金晓岩)广州中院的一纸“诉中禁令”判决将加多宝和王老吉这对冤家的战火再度点燃。加多宝“叫屈”受广药威胁并且表示将上诉到底,而王老吉则指责加多宝蓄意颠倒是非。

前不久广药就加多宝涉嫌违法使用“全国销量领先的红罐凉茶改名加多宝”等相关广告用语提起诉讼,1月31日广州中院对此“诉中禁令”做出广药胜诉的判决,同时加多宝随即提出的复议诉讼结果也于昨日公布,广州中院驳回了加多宝的复议请求。

“该裁定严重背离事实,错误适用法律,而且‘诉中禁令’并不是实体判决,更不是最终判决结果。”加多宝品牌管理部副总经理王月贵昨日向北京商报记者表示。据加多宝方面透露,自“诉中禁令”裁定结果公布后,有20多个省60多个城市的100多个经销商、客户及130多家媒体受到了广药的口头恐吓、散发传单、雇佣所谓的“职业打假公司”投诉等手段的频繁骚扰,已严重影响和干扰了其正常运营行为。迫于上述压力,将决定更换广告语,新广告语方向将从传递“加多宝一直独家使用凉茶创始人王泽邦祖传正宗配方”的概念,以及强化加多宝凉茶的行业领导者形象两方面出发。

而广药方面则坚决否认了加多宝的控诉,“凡事都要拿出证据,加多宝纯属颠倒黑白”。王老吉方面认为,加多宝的言论,不仅是针对王老吉的攻击,更是对中国法律公平正义的公开挑衅。双方再一次进入口头交锋阶段。

皇氏乳业扩张战略拖累业绩

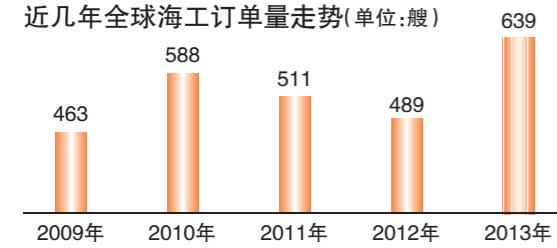
北京商报讯(记者 金晓岩)昨日皇氏乳业对外公布了其2012年业绩,其净利同比下滑四成多,业内人士认为皇氏乳业进军全国市场的扩张战略是拖累其业绩的主要因素。

皇氏乳业公告显示,2012年营收7.5亿元,同比增加31.77%,但净利却只有3346万元,同比下降43.22%。对于业绩下滑如此明显,皇氏乳业解释称,随着公司经营规模的扩大,为推广新产品和开发新市场特别是省外市场,公司加大投入进行广告宣传,产品的促销与新市场营销渠道的培育,致使销售费用同比大幅上升;加之公司融资规模扩大导致财务费用增加所致。

据了解,来自广西的皇氏乳业2011年7月开始进军北京、上海等一线城市,试图借此打开全国市场,然而事与愿违,其外埠市场的开拓进展并不顺利。数据显示,2011年其净利为5811万元,相较于同期仅增长2.08%。

业绩增长缓慢曾引来投资者的担忧,去年9月在回应投资者的质疑时,皇氏乳业副总经理何海晏表示:“目前公司在拓展北上广这些重点区域市场投入了大量的培育市场费用,公司从去年7月中旬正式进军北京、上海市场,起初在这两个城市销售情况非常好,8月之后就开始发生了一些风波,有一些负面新闻,导致公司的销售达不到预期。”

中日韩三国船企抢食巴西海工市场



北京商报讯(记者 马骏昊)造船业低迷,海工装备成为船企重要掘金地,而在此领域开发潜力最大的巴西则被多国追捧。目前,世界造船国排行前三的中日韩三国对这块大蛋糕的热情格外高涨,日本国内的五大船企甚至要抱团进攻巴西市场。

目前,三菱重工、三井造船等5家日本船企宣布成立联合组织“J-DeEP”,其目的就是希望能接获巴西海上大型浮体装置“人工浮岛”的订单。

同为金砖五国,中国和巴西在海工市场的合作早已开始。在去年11月,国内航运龙头企业旗下的上海船务在巴西市场顺利拿到8艘FPSO的生活区模块建造订单,从而站上了其在海工装备制造领域的新起点。韩国同样不甘落后,目前也在积极进军巴西市场。

据了解,巴西由于浅海少,75%的石油储量位于深海,迫使巴西只能把开发深海当做石油开发重点,很明显,这正意味着巨大的海工设备需求,也因此,巴西成了近两年增长最为迅速的船舶及海工装备市场。

就在去年,巴西在桑托斯湾发现了世界最大的深海油田,当时有专家预测,巴西有可能在未来20年内成为全球十大石油资源国和石油生产国之一,而深海开发则成为主要途径。

在巨大的市场诱惑面前,造船大国们自然格外乐观,但此时,业界也存在着担心,鉴于巴西市场的贸易保护政策比较突出,中投顾问给出建议,中国企业对巴西的投资应主要以合资企业、入股的形式进行。并且政府高层可考虑从国家层面与巴西签订合作订单,同时针对出口巴西出台优惠政策,从多方面打开巴西市场。另有业内人士指出,想进军潜力市场,企业必须要有周密的市场分析及大量的技术研发,才能避免产能过剩问题的出现,从而达到厚积薄发的理想效果。

韩玮/制表

三星硅谷建园直捣苹果大本营

北京商报讯(记者 曲忠芳)记者昨日获悉,三星拟斥资3亿美元在美国加利福尼亚州圣何塞市建立新园区,以扩大在硅谷的影响力。业界指出,三星在身为苹果大本营的硅谷狂飙突进,将令二者竞争进一步升级。

据悉,三星拟今年7月开工建设圣何塞新园区,总占地面积将达到110万平方英尺,预计两年后竣工,新园区将由三星首席战略官孙英权掌管,专门供三星半导体部门使用。相关人士透露,三星将在这座新园区的设计创意上一下功夫,以期与苹果总部的飞船造型争夺硅谷最具特色的地标头衔。同时,业内预计三星新园区将创造至少2500个高收入、高技能就业岗位。

值得一提的是,三星的硅谷扩张规划远不止于此,该公司还计划建立一个创业公司孵化器、三星战略和创新中心等。

三星一改此前在硅谷的低调风格,转而狂飙突进的背后是其实力的增长,截至目前,三星已经成为全球最大的智能手机厂商和手机厂商双料冠军。即使是在苹果长期称霸的美国市场,据市场研究机构Strategy Analytics的最新统计数据,三星在2012年四季度首次将苹果超越,市场份额跃居美国市场第一位。

责编 刘佳 美编 韩玮 责校 池红云 电话:84285566-3273 kuaijiaogao@163.com

雾霾再袭加剧恐慌消费心理

京城空气净化产品全面脱销



不少空气净化器和抗菌机产品都显示“无货”或“预订”,需要消费者在线下单后,再向供货商采购。

相比而言,国产品牌亚都的存量最多,各卖场的销售区都有五六款产品可以选择。不过当记者提出团购某款产品,需求量为20台时,促销人员都表示,目前库存量没有这么大,5台之内可以马上订货,超过5台就得两个星期后送货了。

数据显示,2013年1月夏普空气净化器在中国市场的销量是去年同期的3倍;松下在华销量也同比增长1倍;大金的产品销量增长2.6倍。淘宝网相关统计数据也显示,PM2.5最近30天的搜索指数环比上涨2344.3%,PM2.5空气净化器销量环比上涨6402.6%。

市场营销火爆,企业均开始加大生产量。夏普公关部门相关负责人告诉记者,目前各代理商加大订货量,工厂已经在满负荷运转。松下的一名销售代表也表示,目前集团正致力于将空气净化器产量提高50%。

对于目前“一机难求”的状况,中国室内环境监测工作委员会主任宋广生认为,雾霾天气加剧了消费者的恐慌心理,空气净化器目前是卖方市场,但消费者还是要选购有权威机构认证的产品,空

气净化器并非安慰机。他建议说,目前市场上空气净化器的种类比较多,如果要过滤颗粒物PM2.5,采用高效过滤和静电吸附原理的净化器便可以满足需求。

北京商报记者 暴帆/摄

S 重点关注
Special focus“房价快涨时代结束 主流房企将正面交锋”
郁亮:万科没有敌人浑身不自在

北京商报讯(记者 李芊)作为国内头号住宅开发商,万科对于未来市场和行业走势的判断颇为引人关注。在昨日召开的业绩说明会上,万科表示,未来房地产行业的集中度将进一步提升,主流开发商进入面对面的竞争。

伴随着业绩报告,万科还发出了致股东的一封信。与往年一样,这封信延续了万科一贯的风格,十分富有文采,在信中,万科给出的基本判断是“中国房价快速上涨的时代应该已经结束”。

“这并不是一个断然的结论,但作为企业决策的演绎起点,它已经足够了。如果我们相信房价的快速上涨已经结束,那么未来市场是波动还是平稳并不十分重要。因为企业可以找到一个可供长期坚持的策略,无论波动或平稳,该策略都能适用。”

万科董事会秘书谭华杰表示,2013年房地产市场将继续回归居住属性、投资属性淡化、城市化进程继续,转型升级开始。他强调,行业集中度将进一步提升,主流开发商进入面对面的竞争,对于开发商要求更高。万科总裁郁亮也坦承,万科没有敌人浑身不自在,调控目的并不是让行业死掉,而是让优秀分子脱颖而出,万科要顺应这种趋势。

2010年至今的这轮调控,加速了行业的两极分化,尤其在去年,大型房企围绕千亿数字展开竞逐。中指院也认为,十年后千亿将成为全国性龙头房企的门槛。

的下限,2020年可能有19家企业达到这一水平。

今年1月,各龙头房企销售额与销售面积均同比增长,向好的销售业绩使房企信心强劲,并纷纷调高今年的销售目标。

那么,万科为即将到来的竞争做了哪些准备?郁亮表示,“行业变化很多,万科没有长处来高枕无忧,只能以不变应万变”。郁亮所说的“不变”,指的是快速周转和坚持以中小户型为主的产品结构。万科的经营策略重点体现在三句话:第一,将住宅产业化作为长期策略;第二,不囤地,不捂盘,不当地王;第三,盖有居住的好房子。

快速周转的房地产企业具有更强的制造业特色,有利于促使公司不断提升专业能力。而快速周转加上谨慎投资,则保证了公司在或有波动的市场中经营的安全性和灵活性。上述两点正是万科自2008年以来被市场验证了的金律。

与其他开发商相比,万科的市场份额并不是最多。目前,万科进入了全国60多个城市,市场份额仅2.18%。对于未来大型开发商的竞争是否会涉及到广大的三四线城市市场的问题,万科表示,拿地不分一二三线,只要是适合的就会出手。同时,万科还发出可能降价的信号。谭华杰透露,若未来市场发生变化将会积极定价,“能使房子卖出去的价格”。

周鸿祎自辩:360没侵犯用户隐私

北京商报讯(记者 张绪旺)安全产品不安全?周鸿祎称“NO”。就旗下产品安全性遭质疑,奇虎360公司董事长周鸿祎昨日召开发布会予以全面否认。

近日有媒体报道称,奇虎360旗下多款产品涉嫌侵犯用户隐私及存在严重安全隐患,并指360的做法破坏了互联网世界的基本准则。被质疑产品包含360安全浏览器、360安全卫士等该公司王牌产品。

针对上述指摘,周鸿祎昨日形容“像被水母咬了一口,奇痒难耐”,并全盘否认“侵犯用户隐私”等说法。他举例称,360安全浏览器实时查询更新,5分钟与服务器连一次,更新的是恶意网址库,并没有传递任何用户的个人信息。“而用户开启网址云检查时,会上传用户的每个网址与云端恶意网址数据库比对。金山、腾讯、卡巴斯基的类似产品也有这种功能设计。”

而对“黑匣子”(指对用户信息进行暗箱操作)、绕过国际公认VeriSign证书(数字信任服务)体系等传言,奇虎360方面也均予以否认,并强调该公司产品已经通过了国家权威机构监测。

此外,周鸿祎怀疑近来“所谓黑幕”是遭到竞争对手“几大巨头合谋抹黑”,因为“做了搜索,用了两周就拿到10%的份额”。奇虎360称,已经正式将相关媒体告上法庭,相关部门也介入了调查。

相关新闻

周鸿祎:产品遭苹果下架因“理念不合”

北京商报讯(记者 张绪旺)360安全性遭遇争议的导火索源于其iOS产品被苹果下架。昨日360董事长周鸿祎就此做出回应,称被下架源于“理念不合”,并将继续“进行沟通”。

今年年初,360多款iOS产品在苹果App Store上被批量下架,已达一个月之久。周鸿祎昨日表示,360目前仍在与苹果方面沟通,希望说服苹果“放宽限制”。

“应用之所以被下架是因为双方在产品上有理念上的争议。”周鸿祎透露,刚开始360手机卫士做的是越狱版本,后来做企业版本时触犯了苹果开发者规范,“苹果认为我们在App Store规则之外做开发,所以我们被下架了。”

之前有报道称360公司CFO也曾去美国做沟通,“目前我们仍在继续说服苹果,哪怕你来做,我们提供数据”。周鸿祎如是表态。

据了解,苹果并不允许应用开发者做拦截垃圾短信、过滤骚扰电话、显示来电所在地等涉及用户个人信息等方面的应用,而Android系统并无这种限制。

PPTV被指分区域盗播规避侵权风险

北京商报讯(记者 魏蔚)昨日,PPTV被曝按区域盗播近300部剧。据知情者透露,这种隐秘性盗播不止侵权了一家视频网站,目前被盗播的乐视网已开始法律维权。分析认为,由于这种新型的盗播方式给取证工作增加了难度,将在未来成为网络视频维权新挑战。

“最近电影院上映的《在一起》、《越来越好之村晚》和《101次求婚》在PPTV上都有,真的很给力啊。”一位网友近日在微博上曝光了PPTV客户端上有以上内容的截图。然而,另有网友反映称只有部分网友可以在PPTV上免费观看这些电影,而北京、上海、广州等区域的网友则无法在PPTV上搜索到这些影片。

据知情人士透露,PPTV目前这种按区域上线的影片均未获得版权,其中《笑傲江湖》(李亚鹏版)和《在那遥远的地方》等影视剧的网络版权属于乐视网

所有,另外电影网等其他网站内容也被PPTV侵权。此外,记者从乐视网法务部了解到,PPTV在广州、深圳和山东部分区域存在按区域播放侵权影视剧的行为,侵权作品近300部,仅在深圳一地就有145部。

对此,乐视网法务总监刘晓晓直言,“PPTV这种按地域侵权的方式,加大了版权所有者的维权难度。虽然乐视网法务部已经扩大调查范围,在发现侵权的地方进行取证,并采取维权措施。不过尚无法关注到所有区域的侵权行为,这无疑会让这种侵权行为逐步蔓延”。

然而,PPTV负责内容的高层告诉记者,“通过和内容部门确认和反复盘查,PPTV目前在全国范围都没有《101次求婚》、《越来越好之村晚》和《在一起》这些片子”。随后,记者在北京登录PPTV网页及客户端,也未发现以上三部电影。

淡水河谷

曝出史上最大季度亏损

北京商报讯(记者 肖玲)昨日,世界头号铁矿石生产商淡水河谷披露,受大额减计影响,该公司去年四季度净亏损28.1亿美元。这是淡水河谷自2002年以来首次报出季度亏损,也是其历史上最大季度亏损。

全年来看,2012年淡水河谷净利润约为48.6亿美元,较2011年大幅下降74%,为2004年以来最差业绩。淡水河谷自己分析,账面亏损是净利润下降的主要原因之一。此外,去年产量下降以及国际铁矿石价格下跌对整体亏损起到了推波助澜的作用。去年由于矿区降水过多以及来自中国的购买需求下降,公司全年铁矿石产量为3.2亿吨左右,小幅下降0.8%;同期国际铁矿石均价每吨130美元,低于2011年的143美元。淡水河谷CEO费慕礼就表示,“去年我们公司经营遭遇巨大挑战。”

事实上,与淡水河谷同为国际三大矿的另外两家日子也不好过。此前,力拓在官网公布的业绩显示,2012年,该公司净亏损高达29.9亿美元,与2011年58.3亿美元的盈利形成了比较强烈的对比,这也是力拓史上首次“全年亏损”,而必和必拓在不久前也因去年不佳的经营状况更换了CEO。

业内分析人士普遍认为,随着全球铁矿石最大买家中国的需求减弱以及供应量持续增加,接下来矿价将低落无悬念。届时,铁矿石将难以继续贡献丰厚利润,可以说,国际矿业巨头的暴利时期已经过去。