

·行业快讯·

戴姆勒无意脱手特斯拉股权

北京商报讯(记者 钱瑜)昨日有消息称,戴姆勒发布声明称,未来三年内合作者特斯拉的股价存在下跌的风险,但仍无意抛售所持特斯拉股权,并寻求拓展双方的合作关系,以起到保护作用。

戴姆勒首席财务官称:“达成交易的目标在于保护戴姆勒持有的特斯拉股权价值,使得在未来三年协议区间内,戴姆勒仍然能够对特斯拉股价保持增值期望。”

目前戴姆勒持有特斯拉4.3%股权,由后者供应电动马达和电池,用于Smart Fortwo电动车,以及梅赛德斯-奔驰B级电动车,该B级电动车将于明年在美国和欧洲上市。实际上,今年10月31日戴姆勒三季度财务数据发布会上,戴姆勒已提到扩大合作的可能,“我们希望寻找其他机遇,进行更多的合作。”今年以来,特斯拉股价经历了较大波动。从年初至今,股票价格增长了3倍。不过自从10月起连续3次起火事件后,特斯拉股价多次暴跌。

10家虚拟运营商近期将获批

北京商报讯(记者 曲忠芳)工信部部长苗圩昨日表示,首批移动通信转售业务的试点批准将于年内下发,民营资本进入国内电信领域已进入倒计时。

苗圩透露,截至目前,工信部共收到10份从事移动通信转售业务的企业申请,将于年内批复,这意味着未来一周内首批虚拟运营商牌照将下发。与此同时,工信部下一步将继续研究进一步扩大民营企业参与基础电信领域的相关工作。

据了解,自今年5月工信部启动移动业务转售工作以来,已有16家民营企业和中国电信、14家民营企业与中国联通签署了合作协议,还有17家民营企业与中国移动达成了合作意向。这些民营企业中既有迪信通、乐语、天音通信等传统零售商,又有苏宁、国美等综合IT卖场,还有京东商城等电商渠道等。

神华投5.5亿元试水页岩气开发

北京商报讯(记者 马骏昊)昨日,神华发布公告称,该公司拟向全资子公司中国神华海外开发投资有限公司(以下简称“海外公司”)增资5.5亿元,设立“神华美国能源公司”,与Energy Corporation of America(以下简称“ECA”)合作开发美国宾夕法尼亚州的页岩气项目。

项目预估开发的总投资额为1.46亿美元。海外公司通过神华美国能源公司向项目账户出资9000万美元,剩余部分由海外公司和ECA平均分担。ECA将其位于美国宾夕法尼亚州格林县的足以用来开发25口天然气井的特定油权约的50%不可分割权益及相关数据、信息转让给神华的海外公司。公告显示,上述页岩气项目的页岩深度约为2395-2515米,预计前30年可采气量为38亿立方米。神华方面表示,该页岩气项目处于美国页岩气成熟开发区域,经济效益可行。但神华也承认,“因项目尚处于初步阶段,仍存在一定的不确定性”。同时由于页岩气的工业化生产历史较短,此项目的开发还存在“天然气价格的剧烈波动对预期收益的负面影响、实际储量和产量大大低于预期储量和产量”等诸多风险。

茅台首次对授权电商开限价罚单

酒仙网因低价促销被祭旗

北京商报讯(记者 金晓岩)继五粮液以割麦的方式淘汰中小经销商后,茅台也首次将整顿市场的触角伸向刚刚搭建的电商渠道。昨日,业内曝出茅台已经内部发文首次对一大型授权电商的违规促销行为开出罚单,北京商报记者随后证实该大型授权电商为茅台两大授权电商之一的酒仙网,但截至发稿前茅台和酒仙网均未对具体处罚金额做出回应,但酒仙网内部人士透露,此举并不会终止针对茅台的促销活动。

据知情人士透露,此次酒仙网被罚,主要是在此前全网大促销期间,在京东商城的旗舰店对茅台产品实行超低价格促销导致。值得一提的是,京东商城本身也是茅台授权的网络电商之一,而截至目前,茅台除了官方运营的茅台网上商城、天猫茅台官方旗舰店和国酒茅台阿

里巴巴旗舰店外,授权的网络电商只有酒仙网和京东商城两家。

对此,京东商城在给北京商报记者的采访回复中表示,京东与茅台合作很顺利,此次茅台开出罚单涉及的酒仙网是京东平台的卖家,卖家的店铺由卖家经营和维护,京东商城不便评论。而截至北京商报记者发稿前,酒仙网官方与茅台方面未能给予回复,但酒仙网内部人士随后证实了这一消息。“被罚的就是酒仙网,但以后对茅台的促销活动还会继续做,只是价格管控会更加严格。”上述酒仙网内部人士透露。

今年7月,茅台刚刚宣布与酒仙网达成战略合作,在刚刚过去的全国经销商大会上,茅台也表示将努力做好与电商的协调工作,正在构建以30多家自营公司为基础、以茅台线上商城为平台的电

子商务体系,未来遍布全国的1500多家专卖店体系很有可能纳入茅台线上+线下的电商体系。茅台希望未来几年在电子商务渠道能实现过亿元的销售。

然而电商一贯使用的价格却屡屡触碰茅台等高端白酒的底线,传统渠道代理权也颇有微词。此前,酒仙网就曾先后在天猫旗舰店等渠道做“双11”5折包邮、9元秒杀和1619元购茅台、五粮液的组合销售等多种促销活动,京东商城也曾做过单笔订单满1000元减300元的茅台专场。

酒类电商从业人员在接受北京商报记者采访时强调,未来3-5年酒类电商渠道将快速发展,线上价格偏低只是减少了中间成本,是白酒行业渠道改革的体现。只要不跌破厂家最低成本价格都应该被允许,并称“茅台不要让自己

定的规则替代市场规则,厂商控制不了产品市场价格”,但更多的业内人士则认为,此次茅台对电商开刀,说明传统白酒企业对电商既要放权又要管住的纠结心理。

此外,今年2月,茅台曾因要求保价1519元,对其由于低价和跨区域销售的3家经销商予以处罚,同时扣减20%保证金,并因此被国家发改委以触犯《反垄断法》为由开出2.47亿元的罚单,此番再度对网络代理商限价是否会造同样后果?

据业内分析,这要看双方在签约时是否在协议中有规定不得做低价促销的条款。“限价不等同于价格垄断,茅台90%销售来自线下,利用电商渠道销售比重较小,尚不构成价格垄断。”业内分析表示。

移动版iPhone明年1月17日上市

北京商报讯(记者 曲忠芳)传闻已久的中国移动与苹果联姻终于尘埃落定。昨日,中国移动与苹果共同宣布达成长期合作协议,TD-LTE(4G)版苹果iPhone 5S和iPhone 5C将于2014年1月17日正式在国内上市。有消息称,中国移动对iPhone的补贴力度相比其他品牌仍会有所倾斜,但差别应该不会太大。

据了解,中国移动版iPhone 5S和iPhone 5C可支持中国移动的2G(GSM)、3G(TD-SCDMA)和4G(TD-LTE)网络,在境外漫游状态下还可支持LTE FDD和WCDMA网络,也就是说用户在国际漫游时无需再更换手机。12月25日起,消费者可通过中国移动官方网站或10086客服热线进行预订。

对于市场关心的补贴力度及其向苹果承诺的iPhone销量数字,双方均未透露。中国移动新闻发言人张轩强调,中国移动将实行审慎、理性的手机补贴政策,但不会对具体某款手机的总额补贴情况进行披露,关于套餐资费及对用户的补贴信息将很快对外公布。

业内人士指出,中国移动此时引入iPhone已经错过了黄金时期,因此中国移动可能相比于全球其他运营商从苹果方面拿到了较优惠的商业合作条件。由于“果粉”基数庞大,4G版苹果iPhone引入国内仍会出现一个快速增长的时期。独立电信分析师付亮在接受北京商报记者采访时指出:“中国移动与苹果合作效果到底有多大,这取决于中国移动4G网络的建设普及速度。”

付亮认为,短期之内中国移动在4G网络运营初期不尽完善,可能存在诸如覆盖盲点、网络不稳定等问题,尽管4G网络覆盖不到的地方可回落至3G或2G网络,但移动的3G网络相比中国联通、中国电信来说劣势明显,因此中国移动需要一定的时间做好准备工作。待到苹果下一代iPhone推出之时,中国移动4G网络基本成熟,或将在用户总数上进一步拉开与联通、电信的差距。

民航局:机票定价将逐步放开上限

北京商报讯(记者 肖玮)昨日,在“2014年全国民航工作会议”上,民航局提出,将完善价格形成机制,逐步放开国内机票浮动上限。此前,受限多年的机票价格下限已率先被取消。随着民航局有意放手,松绑后的机票价格将更贴近市场。

民航局表示,将逐步放开国内航线运价浮动的上限,过渡到除极少数社会公益性突出的航线外,绝大多数航线实行市场化调节。同时,进一步完善机场、空管收费政策,根据资源条件和供求关系实行不同的收费标准,为航空企业实施差异化战略提供更大空间。

据了解,1992年以前我国机票完全由政府定价,随着行业发展,到2004年4月,监管部门对国内航线的票价进行放开,规定航空公司执行的国内航线票价水平,上浮不得超过基准价(全价)的25%,下浮不超过45%,在这一范围内则绝大部分由航企自主定价。

对于民航局欲将上限和下限均放

开的设想,民航专家王疆民表示,“如果未来全面放开,则航空公司可以根据客流、成本等相关情况进行自主定价,毕竟现在执行的价格政策还是几年前核算制定的,但随着航油以及人力等均大幅提价,让航空公司背负不小压力,不仅如此,航企还可以实施差异化服务,为有需求的旅客推出价高但服务更周到的机票产品”。

更重要的是,这也显示出民航局进一步将定价权交给企业和市场的决心,此举有利于建立更为公平、竞争有序的民航市场。

不过,中国民航管理干部学院教授谢立在接受北京商报记者采访时指出,放开价格上限还需要逐步完成,因为如果在一些独飞航线上过早放开,航企很可能仗势定价过高,从而损害消费者的利益。另外,即使未来机票定价完全市场化,政府部门还是会通过相关法律法规进行监管,避免航企结成同盟哄抬机票价格。

天津新燕莎奥特莱斯盛大开业

四大特色打造欧洲小镇式奥特莱斯

12月21日,位于天津市空港经济区的天津新燕莎奥特莱斯隆重开业。它是由国内奥莱业态的开创企业——燕莎奥莱在天津全力打造的首家欧洲小镇式奥特莱斯,拥有8.8万平方米的建筑面积,2000多个免费停车位,环境设计采用低密度、欧洲小镇式奥特莱斯建筑风格,以欧洲花园式风情为主题的集购物、休闲、娱乐、餐饮、旅游等为一体的具有国际水平的奥特莱斯主题购物广场,为消费者带来全新的购物体验。

地理位置优越,覆盖津、京、唐等地区

位于天津市空港经济区的天津新燕莎奥特莱斯拥有优越便捷交通优势,距离北京市区130公里,距天津市区13公里,距天津港30公里,8分钟车程至天津机场,30分钟车程至天津火车站,40分钟乘高铁至北京,毗邻京津塘、京津、津汕联高速。

主题小镇,感受欧洲生活文化新体验

由花坛广场、中心广场、喷泉广场、雕塑广场,四大主题广场构成的广场文化体验,演绎着欧洲生活的浪漫。在“太阳神阿波罗”人物艺术雕塑与太阳星座时钟的呼应中,令人感受到“光明、生命、仁爱”的艺术文化体验。漫步在欧洲经典的弧形蜿蜒的街道上,涌入眼帘的是窗前娇嫩艳丽的鲜花,闻到的是太阳暖暖的味道……种种欧洲文化生活体验令人陶醉!



小镇地址:空港经济区环河北路98号。

地铁:地铁2号线,去往空港经济区方向,空港经济区下,转乘公交坐692、696路5站,空港奥特莱斯南站下车,就到啦!

驾车:市区沿卫国道方向过外环线经津汉公路行驶2.7公里,右转进空港中心大道,在第一个路口左转进入环河北路,沿环河北路行驶600米,即可到达。

公交:市区公交622路,空港奥特莱斯站。

特色一:品牌组合强。九河下梢、合流入海的地理特征,孕育了天津“河”“海”兼备、中西合璧、南北兼容的文化特质。因此,天津新燕莎奥莱的品牌构成充分考虑到了天津消费者的这一特征,力求提供更具吸引力的品牌组合——国际品牌占到60%;深受消费者喜爱的国内知名品牌占到30%;服务配套项目占到10%。由此构成了天津新燕莎奥莱500多个品牌,330个独立店铺的品牌布局。

特色二:品类规模大。沿着“一街一道一中心”的商业街区规划,天津新燕莎奥莱按品类划分出“五大购物街区”和“十大集合店”,为消费者提供了足够大的购物空间和购

物选择。“五大购物区”包括国际品牌区、男装区、女装区、皮鞋皮具区、运动休闲区,如CERRUTI1881、Gieves & Hawkes、菲罗、朗姿、COACH、ECCO、Clarks、新秀丽、Jeep、Timberland、CK Jeans、G-STAR、NIKE、Adidas、狼爪、The North face、哥伦比亚等众多国内外时尚品牌均被收纳在“五大购物街区”中,且经营面积大多是300平方米左右的品牌形象店。“十大集合店”中分别将男装类、女装类、运动类、皮鞋皮具类、儿童类、钟表眼镜类、家居类等品分类别组成相当规模的集合店。如独具特色的家居类集合店中经营知名欧洲床品品牌Zucchi、喜来登、Frette,家居

香氛系列米兰菲丽,崇尚自然护肤精油皂系列卡莎兰,让您处处感受品质生活。另外,由燕莎奥莱独家与意大利、西班牙商会合作建立的意大利、西班牙皮鞋皮具工厂店也在开业当天与消费者见面,将欧洲最优质的皮鞋皮具理念及传承百年的古老工艺带给广大消费者。

特色三:商品高性价比。天津新燕莎奥莱的商品平均折扣在6折以下。元旦期间到店购物惊喜不断、买赠好礼。VERRI、Gieves & Hawkes男装、DV皮鞋皮具、GANT休闲、狼爪户外等品牌参加购物折上折活动;都彭皮鞋满额现金立减;Levi's指定款199元、Ecco皮带特价399元;TOM-

MY 699元起;哥伦比亚购物满额送户外挎包及拉杆箱, Timberland 满额送限量黄靴U盘;北京风味九鼎都一处、客家美食云南客栈8.8折优惠。办理会员卡,就可获得精美礼品一份,购物满额送羊毛围巾、保温杯、工具箱!

特色四:综合配套,感受假日休闲时光的新乐趣。通过景观和街区环境的营造,让消费者犹如徜徉在欧洲繁华的商业街中。同时,天津新燕莎奥特莱斯拥有餐厅、咖啡馆、冰激凌店、食品售卖等16个餐饮服务项目。小镇内还设置了银行、自助取款机、儿童游乐、皮鞋皮具专业护理店、服裝修改等贴心服务,满足消费者全日休闲购物的需求。