

·快讯·

## 新西兰裁定恒天然为“乌龙门”负责

北京商报讯(记者 齐琳 阿茹汗 张茜岚)恒天然肉毒杆菌的“乌龙”事件终于有了一个政府层面的定论。昨日,北京商报记者获悉,新西兰政府日前发布了浓缩乳清蛋白(WPC)受污染事件的政府调查报告,这一独立的第三方报告指出,恒天然以及负责食品安全监管的新西兰初级产业部等在去年的肉毒杆菌风波处理中存在多处问题,而这一调查结果也为一直以来苦苦通过法律途径寻求恒天然赔偿的达能带去福音。

对此,达能方面向北京商报记者表示,达能对此份报告中所列的调查结果与建议表示欢迎。并声称,恒天然在这一危机中的行为与新西兰食品行业的高标准、严要求相去甚远,理应受到谴责,也希望这会在目前进行中的法律仲裁程序中得到确认。

去年8月,恒天然的乳清蛋白粉原料被指发现肉毒杆菌,引发一次全球性召回行动,但经检验表明这实际上是一场虚惊的食品安全问题,达能称由于召回以及相关影响,该案件去年对达能造成了3.7亿欧元的销售额损失,而恒天然集团只愿负担其中的一部分。

在随后的数月,两家公司进行多次洽谈,但终未能达成一致,只得对簿公堂。今年1月,达能决定终止与恒天然公司现有的供货合同。同时,达能在新西兰高等法院启动了法律程序,以及在新加坡启动仲裁程序,力求还原事实真相,为所遭受的损失获得相应补偿。目前,达能就该事件正在寻求恒天然赔偿,双方在新加坡进行仲裁。

## 滴滴打车获7亿美元D轮融资

北京商报讯(记者 齐琳 曲忠芳)在手机打车软件竞争日益升级之时,滴滴打车又引入了“金主”的助力。昨日,滴滴打车宣布获得D轮融资,规模超过7亿美元,由淡马锡、DST、腾讯主导,成为国内移动互联网领域非上市公司中最大的单笔融资。

滴滴打车创始人兼CEO程维表示,此轮融资后,该公司将继续投入培养国内用户移动出行的习惯,巩固现有业务,加大产品研发力度以及新业务的开展。

作为第四次向滴滴打车追加投资的互联网巨头腾讯也表示,增加投资意味着未来将与滴滴打车进行更深度的合作。

值得注意的是,近一段时间以来,滴滴打车不断加大对提升用户数量和黏性,一方面,在出租车领域,借助微信社交平台,提高用户打车“红包”的额度和数量,这从频繁出现在微信群、朋友圈的“抢红包”活动可见一斑;另一方面,除了出租车业务,滴滴打车还在今年8月推出了针对中高端消费群体的商务约租车业务,目前已覆盖了北京、上海、广州等16个大型城市,并正与此前快的打车推出的约租车业务“一号专车”争抢市场,而快的打车前不久豪掷千万元招揽用户体验。与出租车叫车类似,商务约租车要打开增量市场,培养用户移动出行习惯,同样也采取变相的现金补贴方式吸引用户,这自然需要资金的支撑。

另有消息称,快的打车的C轮融资即将完成,规模在数亿美元级别,由互联网巨头阿里巴巴继续跟投。随着背后“金主”的鼎力相助,毋庸置疑,快的打车与滴滴打车在未来的大众出租车、商务约租车等领域的全面比拼将更加激烈,与此同时,对打车软件的差异化增值服务考验也将更加严峻。

## 难耐高投人 重啤终止疫苗实验

北京商报讯(记者 马骏昊)业绩承压的重庆啤酒昨日发布公告称,该公司已同意控股子公司重庆佳辰生物工程有限公司(以下简称“佳辰公司”)董事会做出的不申请联合用药组的Ⅲ期临床试验,并不再开启新的联合用药组Ⅱ期临床研究的决定。在业界看来,这意味着重啤的乙肝疫苗实验画上句号。

按照重庆啤酒的解释,终止上述实验,一方面是根据“治疗用(合成肽)乙型肝炎疫苗联合恩替卡韦治疗慢性乙型肝炎的疗效及安全性的随机、双盲、多中心Ⅱ期临床研究”《临床试验总结报告》结论意见。根据研究结果,在主要疗效指标中,安慰剂组和合成肽900ug组均有类似的表现,“两组没有具有统计学意义的差异”,业界看来,换而言之,该疫苗实验可以认为是失败。另外,“鉴于新药研制具有高风险、高投入、专业性强、周期长的特性,以及征询相关各方意见等实际情况。”重啤表示。业内人士认为,重啤放弃此疫苗实验,业绩承压或是背后主因。重庆啤酒公布的最新业绩显示,该公司在今年1—9月实现营业收入和净利润分别同比下降7.22%和26.95%。

## 内蒙古前10月稀土出口量价齐跌

北京商报讯(记者 马骏昊)昨日,北京商报记者从中钢协了解到,今年1—10月内蒙古自治区出口稀土3136.9吨,比去年同期减少26.6%;出口平均价格为4.7万元/吨,下跌27.7%。

数据显示,今年以来内蒙古出口稀土呈现月度波动态势,5、7、8月保持在400吨上方,9月为今年以来单月最低出口129.5吨。10月当月出口237.2吨,同比减少44.2%。出口均价1月冲高回落之后,9月有所反弹,当月出口均价6.6万元/吨,10月5.7万元/吨,环比下跌13.6%。

按照中国稀土行业协会发布的报告给出的解释称,1—10月内蒙古稀土出口价格显著下跌的主要原因是全球稀土供应趋向多元化,“除中国以外的其他稀土资源国陆续恢复稀土开采冶炼”。据介绍,37个国家和地区261家公司已经或酝酿上马的429个稀土项目,2013年形成5.5万吨产能,预计2015年将达到17万吨。

该报告指出,目前稀土行业的非法开采,无计划、超指标生产仍然存在。“稀土盗采屡禁不止,黑色产业链猖獗,造成稀土市场价格大幅下降,挤压了合法企业的利润空间,干扰市场经营秩序。”

## 苹果承诺不开后门

北京商报讯(记者 齐琳 曲忠芳)苹果CEO蒂姆·库克近日在总部接待中国国家互联网信息办公室主任鲁炜考察时承诺,苹果公司不会向第三方提供任何苹果用户的信息,绝对不会“开后门”。

鲁炜考察苹果总部时强调,中国对苹果等科技产品一视同仁,愿意开放市场,但前提是必须保证中国消费者的个人信息和隐私。同时,新科技产品投放市场前,必须经过中国相关部门的网络安全评估。

对此,库克则回应称,苹果愿意接受中国官方的网络安全评估,从而确保苹果用户在产品使用中的信息与网络安全。

数据显示,大中华区已成为苹果营收第三大市场,也是营收增长最快的市场,因此苹果不敢不重视中国市场,尤其是与政府层面处理好关系。

# 乐视抢先BAT挑战互联网汽车 或联手北汽 复制电视模式

责编 齐琳 美编 王飞 责校 杨少坤 电话:64101863 kuaijiaogao@163.com

抢在BAT前,大病初愈的乐视创始人贾跃亭抛出了传言已久的互联网汽车战略。昨日,贾跃亭在其微博中抛出“SEE计划”,宣布正式进军电动汽车领域,通过自主研发打造超级汽车,复制乐视生态垂直整合模式重新定义汽车。

## SEE计划

据乐视控股集团相关负责人透露,乐视早在2014年春节之前就开始筹划智能电动汽车和车联网项目,并将其上升为企业未来五年发展的战略项目。乐视与北汽也在今年夏天一起投资了美国高科纯电动汽车设计公司Atieva,其中,北汽是第一大股东,乐视是第二大股东。据了解,Atieva公司是目前全球新能源汽车领域的顶尖设计公司,被行业称为“新能源汽车领域的Intel”。

另外,在美国督战乐视海外战略时,贾跃亭曾与北汽董事长徐和谊就新能源汽车一事达成协议。

目前,乐视超级汽车已经在申请电动车制造牌照,相关招募工作也已经展开,此前,搜狐前副总编、汽车事业部总经理何毅便已经加盟乐视车联网,任CEO兼乐视控股副总裁。

从贾跃亭微博中公布的超级汽车概

念图中,可以看到车内属于金属感设计,配置了大量触摸屏,并带有人机交互、智能驾驶功能。车辆配备的操作系统或是为汽车打造的“LeOS”系统,配合乐视强大的云平台,用户可以通过它实现无人驾驶、自动泊车、智能导航、精准定位、基于个人兴趣的搜索等等。

## 复制电视模式

“未来汽车领域将涌进越来越多的互联网企业,汽车将成为一种承载各种功能的载体。”在汽车专家张志勇看来,现在外界对“互联网汽车”的定义是存在争议的,随着互联网在中国的普及,不断增长的互联网参与人群已经渗透到各个行业,而汽车行业正渐渐成为被互联网融合的新阵地,“互联网汽车”由概念到现实,未来“互联网汽车”将会发展至全价值链合作出现。据张志勇预测,未来汽车将会整合移动端、互联网的功能,规模上将会密集上市。

据贾跃亭表示,乐视超级汽车将通过互联网方式展开营销与销售,可以大幅度降低成本,从而降低用户购买价格。但据了解,目前的汽车网购还是O2O模式,即通过网上支付订金,用户通过手机收到的验证码去所在地制定经销商支付

尾款,核销验证码,再提车,实际上并没有脱离传统的汽车销售模式。

“来自非传统汽车从业企业的颠覆是存在的,如特斯拉非常聪明地选择电动轿车切入,通过改变动力方式,让整个驱动系统和底盘系统变得很简单。这样的颠覆性设计确实有所创新。”汽车行业分析师贾新光表示,乐视参与到新能源车的商业模式也可以是一种创新,目前乐视尚不具备造车的能力,但在汽车硬件与汽车屏幕背后打造的“内容+平台+终端+应用”的全产业链业务体系还是有一定的基础。虽然目前互联网企业造车面临庞大的技术难题,但是一旦成功,那么回报将比目前的业务更为巨大。

## 业内审慎乐观

比亚迪汽车销售有限公司副总经理李云飞表示,随着像乐视等互联网企业加入到新能源汽车行列,无论是新能源汽车还是车联网需要更多的人参与来推动整个行业的进步,这也为新能源汽车市场以及车联网市场共同做大提供了基础。

凯翼汽车总经理郑兆瑞表示,互联网思维造车给所有后来者都提供了机会。凯翼同样是轻资产重研发的企业模

式、年轻化智能化的产品定位、具有性价比优势。在这几大因素中,“智能互联”概念留给了人们最大的想象空间。不过,相比于传统汽车企业,由于汽车制造需要太多的安全和标准的研发认证,因此乐视造车目前不会颠覆整个汽车产品线,未来互联网技术依旧是整车为基础,这也决定了乐视造车更多的是参与到造车,而非主导地位。

目前,乐视超级汽车并没有确定是哪种网络销售模式。但相对于彩电、手机等数码家电产品而言,汽车的产品质量、工艺精度和售后服务体系都要求更高,产品体积更大也导致仓储物流系统更加繁琐,这将给互联网的销售模式带来巨大的阻碍。北京易华录常务副总裁、智能交通专家甄爱武对北京商报记者表示,目前国家政策法规尚不允许汽车在网上直销,许多直销企业也是打着法律的擦边球,合理但不合法。如果有某个代表性的企业在网络上的产品品质和售后服务上都能做好,可能使政府放开对汽车网络直销的限制,为整个汽车行业打开网络直销大门,但另一方面也可能在政策的打击下铩羽而归。

北京商报记者 蓝朝晖 陈维 实习记者 廖天云

## S 重点关注 Special focus

# 后毛大庆时代北京万科的变与不变 多元化及商用物业取舍待考



## 明升暗降?

毛大庆承认,历经波折后,这一次他是真的要动了,简单来说就是从北京公司总经理升为区域总经理,同时和原北京区域首席执行官丁峰换了一个职位,交出了商用地产业务的工作。

伴随新职务的是“明升暗降”的市场猜想。有了解万科的业内人士透露,万科实行总部、区域、一线公司的管理架构,而为了保证一线员工的积极性,万科近年来提出了“一线当家”的概念,除了拿地、财务和考核归属于总部外,其余业务均由一线公司主导,而放权的结果是处于中间环节的“区域公司”角色尴尬,并无实质权力。

但不容忽视的是区域公司的权力或将在来年也有变化。在今年的媒体活动上,万科集团总裁郁亮就曾介绍,2015年万科要将北京、上海、广深、成都四个区域改

毛大庆调任了,这回是真的。和此前离职的肖莉一样,万科集团高级副总裁、北京万科总经理毛大庆昨日撰文交代了自己的新去向——任万科北京区域首席执行官兼北京公司董事长。毛大庆欣然接受这一变化,并称:“变者,天下之公理也。为之,则难亦易;不为,则易亦难。”而市场更为关心的是,这一轮变动后,北京万科以及万科商业地产又将触发哪些“变”与“不变”。

为事业部,进一步放权区域,因此在新一轮改革中,有可能北京万科还是要听毛大庆的,但这仅仅是构想,是否架空,未来还要看万科的放权究竟能有多大。

## 北万怎么办

从1993年成立至今的21年里,第九任总经理毛大庆的任职时间最长,而前八任总经理的平均任职期只有两年,也正因此,如今的北京万科已深深烙上了毛大庆的印记:2009—2013年,毛大庆执掌的北京万科共拿地31块,连续四年跨越百亿门槛;2013年首次在前三季度达成销售目标,全年销售额达到160亿元;今年前10月,北京万科销售业绩突破170亿元,全年目标瞄准200亿元。

“毛大庆是北京土著,他对于北京市场的了解以及与北京政商业搭建的良好关系是北京万科迅速扩大不容忽视的推动力”,在一位北京开发商眼里,

毛大庆的这些优势正是新任掌门人、原杭州万科总经理刘肖的短板。

“万科虽说是制度严谨的现代化企业,但是地区公司的发展离不开总经理的思路和能力,刘肖北上后首先要面对的是不同于杭州的一线城市市场以及更为复杂的政商关系;其次,北京万科正值多元化关键期,养老、物流、写字楼、商业纷纷起步,刘肖对于多元化是否会取舍,有待观察。”上述开发商如是说。

## 商用地产能否持续

在这一轮职务调整中另一个出人意料的决定是原北京区域首席执行官丁峰接替毛大庆出任万科集团商用地产业务负责人,而凯德出身的毛大庆则不再分管该块业务。

万科涉足商业地产,毛大庆一向被看做是最合适的管理人选,毕竟毛大庆曾用十年时间把凯德在北京从零做起发展到22个项目。毛大庆对于万科的商业地产提出了“轻资产、重运营”的思路,在这一思路下,今年万科牵手凯雷,向轻资产迈出关键一步。

翻看丁峰的简历,似乎与商业地产的交集并不多:自1992年加入万科后先后担任了总经理办公室研究室副主任、《万科周刊》主编、万科东北经营管理本部总经理助理、万科东北部副总经理、上海万科副总经理、万科企业部经理等职务,直到2000年才在上海出任一线公司一把手。业内分析师表示:“在商业地产起步初期,其发展思路由集团把控,更换负责人的影响并不会短期内显现,关键是要看在人事调整中,万科集团的发展方向是否有变。”

北京商报记者 齐琳 阿茹汗 张茜岚/CFP供图

# 万达23日在港挂牌 估值或超3000亿

大连万达商业地产股份有限公司(以下简称“万达商业地产”)昨日宣布,公司股份将于12月10日起在香港公开发售,并计划于12月23日在香港联交所主板挂牌交易。而在前日招股区间价格曝光之后,万达商业地产的估值能否如预期般理想成为另一个关注的焦点。尽管昨日万达方面并没发布官方版本,但目前市场声音大致分为两类,投资者根据市场规律预测总市值可能超过3000亿元,而机构则将估值锁定在3000亿元,但无论如何判断,万达商业地产将成为市值最高的房企已铁定的事实。

## 市场规律:或超过3000亿元

万达集团董事长王健林俨然成为目前最受香港资本市场欢迎的人物,而从路演现场传出的消息也显示,万达商业地产的招股价格介乎41.8—49.6港元/股之间,而另有媒体报道,机构随后给出的6倍认购也证明了这笔港交所年内最大单的价值。

不过,在万达商业地产还未最终公布招股价区间和公众持股比例时一切都不能成为定论。但也有消息认为,根据香港联交所对新申请人公众持股量要求,发行人已发行股本总额至少有25%由公众持有。如果发行人预期上市时市值超过100亿港元,则香港联交所可酌情接纳一个介乎15%—25%的较低百分比。目前港股地产上市公司市盈率一般为5—7倍,有分析人士预计认为,万达商业地产由于有别于普通商业地产公司,PE值可能参照商业地产公司进行计算,其上市后未来总市值可能超过3000亿元人民币。

## 机构预测:锁定3000亿元上下

万达商业地产的估值还未最终揭晓之前,投资机构也已纷纷做出了预测。在高盛看来,万达商业地产成为中国房企市值第一高的事实。

北京商报记者 齐琳 阿茹汗

# 北汽19日IPO 欲募资百亿港元

北京商报讯(记者 蓝朝晖)昨日,通过香港联交所聆讯的北京汽车股份有限公司(以下简称“北汽股份”)在官网刊发了新版招股书,其中显示此次招股介价介于7.6—9.8港元之间,计划筹资金额最高可达121.4亿港元,预计将于12月19日在联交所主板挂牌上市。从北汽股份融资规模来看,业内普遍判断,将成为国内汽车企业最大规模的融资交易。而在这一轮顺利融资过后,以整体销量来计算,北汽股份也将成为在香港联交所上市的第二大汽车企业。

据悉,纳入到上市公司板块的北汽股份,将囊括北京奔驰汽车有限公司、北京现代汽车有限公司、北京汽车动力总成有限公司等乘用车全部优质资产。而本次所募集的资金的60%将用于固定资产投资,其中85%用于北京奔驰、15%用于北京汽车,固定资产投资之外,总集资额的10%将用于北汽乘用车研发;5%用于发展销售网络及推广北京汽车乘用车;15%用于偿还银行贷款。业内人士表示,从目前募集资金的分配上看,最少有近三成将向自主品牌输血。北汽股份自主品牌板块去年亏损27.5亿元,这也意味着北汽股份此次上市的最终目的是发展自主品牌。

知情人士向北京商报记者透露,北汽股份副总裁姜小栋在香港记者会上解释称,北汽旗下自主品牌2011年生产初期需投入较大研发费用,以及承担较高折旧摊销费用。但随着公司汽车销售增加,以及成本持续下降,亏损将进一步收窄。

业内人士分析认为,虽然去年北汽股份的自主品牌销量突破20万辆,同比增长20%,实现自主品牌增速第一,但利润上持续失血却是不争的事实,相信此次IPO将为北汽股份进一步完善国内生产布局以及加快自主品牌发展提供强大的资金支持。