

国内石油需求上月同比增长3.5%

北京商报讯(记者 马骏昊)昨日,普氏能源资讯发布报告显示,中国11月的表现石油需求同比增长3.5%至4218万吨(平均每天1031万桶),高于10月2.9%的同比涨幅,据分析,政府实施的刺激政策再加上年底需求的季节性上扬促进了11月的石油消费。

数据显示,中国11月的表现石油需求比10月上升2.2%。同时,今年前11个月的总体表现石油需求为999万桶/天,比去年同期上升2.3%。

北京商报记者注意到,11月柴油、汽油、燃料油表观需求均有不同程度上升。其中,柴油表观需求比去年上升4.4%至1497万吨,汽油表观需求继续了上行趋势,但增长放缓至9%,11月的需求为874万吨,“这是由于APEC(亚太经济合作组织)会议于11月上半月召开之际,北京及周边地区实行了交通限流措施”。

另外值得注意的是,成品油进出口还出现了一个前所未有的情况,中国在今年1-11月期间成为成品油净出口国,成品油出口量比进口量多7万吨。数据显示,1-11月,成品油净进口量下降26.1%至2678万吨,而成品油出口量上升3.8%至2685万吨。

10省市家电售后服务满意率仅五成

北京商报讯(记者 齐琳 实习记者 廖天云)中国消费者协会昨日发布10省市家电产品质量和售后服务状况调查报告,冰箱、洗衣机、空调、电视、热水器五类家电产品的售后服务满意率只有五成。

从家电产品投诉的调查结果来看,质量问题依旧是消费者投诉的主要原因,其次是服务问题,包括商家服务承诺不兑现、服务质量不好。在售后服务投诉中,消费者反映“商家投诉渠道不便利”的比例最高,其次是“处理投诉时间长”和“投诉被互相推诿”。

报告显示,五类家电产品的调查故障率在15.1%-23.2%之间;热水器和洗衣机产品较高,均超过两成;彩电、空调分别是17.4%和17.1%;冰箱相对最低,为15.1%。一直以来,质量问题投诉多,渠道不畅,处理低效是家电行业长期存在的诟病。中消协给出建议,家电厂商应加强管理,大力提升产品质量和服务水平,不断进行产品技术创新和设计改造,最大限度地为消费者提供使用方便、舒适的产品。有关部门也应该尽快制定和出台更为严格的家电售后服务标准,从制度上保障家电售后服务质量。同时,消费者也应按需选购、理性消费,培养良好的消费和使用习惯。

弹幕网站哔哩哔哩陷版权纠纷

北京商报讯(记者 齐琳 姜红)被诸多年轻用户喜爱的弹幕视频网站哔哩哔哩日前陷入多起网络传播权纠纷,因涉及侵犯版权问题,该网站未来一个月内将面临9起网络传播权的案件。

哔哩哔哩的实体运营公司上海幻电信息科技有限公司接到多起诉讼通知,案件的上诉方分别为北京爱奇艺、北京奇艺、广州斗鱼网络科技以及华视网聚,案由均为“侵害作品信息网络传播权纠纷”。

弹幕网站是近几年流行的网络亚文化网站,不同于普通视频网站,因观看视频内容时在屏幕上发表评论而广受动漫游戏爱好者欢迎。哔哩哔哩的视频源及视频流基本来自于其他视频网站,多数是在未经授权也未支付报酬的情况下盗链。随着弹幕网站的用户数增长和很多用户已养成使用习惯,一旦弹幕网站有实力大规模正版化,必然成为传统视频网站的隐患。

另据消息,哔哩哔哩几个月前曾因提供电影《中国合伙人》的在线点播,被中国电影股份有限公司北京电影营销策划分公司告至法庭。另一弹幕网站Acfun在今年7月也经历了版权和内江等问题的困扰。

北京二手房成交量创六年新低

北京商报讯(记者 齐琳 阿茹汗)在贷款新政和降息的刺激下,北京二手房成交量从10月起走上了快速回升的通道,而即将过去的12月,二手房再次突破了万套。不过,年底的翘尾却无法改变全年的颓势。

据统计,截至12月23日,北京二手住宅网签套数为100271套,预计全年成交量在10.4万套左右,与2013年相比下调幅度达到了36%,而这也是北京二手房六年来历史成交量最低的一年。

北京中原地产首席分析师张大伟认为,今年北京二手房受全国楼市萧条以及限购限贷政策不放松的影响,出现成交的明显降温,特别是上半年房价和成交量下降幅度超过之前的市场预期,直到9月30日限贷政策松绑之后,部分观望的购房者出现了恐慌性入市,抬高了年末的成交量和成交价格。

张大伟进而指出,虽然年后3个月成交量出现了轻微反弹,但后市走势依然不明朗。“目前就北京市场而言,仅有的利率优惠只体现在银行的认贷不认房,除此之外,购房人很难享受到其他利率优惠,特别是年底很多银行贷款额度用完的情况下,银行很可能会抬高申请贷款门槛,从而影响购房人的入市。”

宋卫平已“借来”25亿元还款钱

北京商报讯(记者 齐琳 阿茹汗)宣布入股绿城之后,中国交通建设集团(以下简称“中交集团”)的“金主”角色开始发挥作用。绿城昨日早间公告称,绿城中国股东宋卫平及关联方寿柏年、夏一波等与中交集团订立协议,总计出售绿城24.288%的股份,作为交易的一部分,宋卫平先期得到25亿元定金,用于偿还融创此前的支付款。

据悉,此次交易以现金每股11.46港元成交。该价格与绿城停牌时6.34港元的收市价格有80.76%的上浮,较停牌前最后5个交易日平均收市价7.07港元出现62.09%的溢价。交易完成后,央企中交集团与港企九龙仓并列成为绿城第一大股东。

值得注意的是,绿城在此次公告中对于本次交易的定金做出了详细规定:根据公告,中交集团将在签约当天或下一个营业日向绿城支付25亿元定金,该笔定金将用于偿还融创此前的支付款,除此之外不得用于其他用途。此前,宋卫平反悔将股权卖给融创后,宋卫平能否还钱成为该笔交易能否继续的关键,当时市场猜测认为宋卫平会通过筹集资金来还钱,出乎意料的是宋卫平再次用卖股权来还了融创的欠款。

在宣布新的股权交易后,绿城于昨日早间恢复股权买卖,尽管此前多家机构调低了绿城的评级,但是资本市场却对中交集团与绿城的联姻反应强烈。昨日,绿城股票高开高走,以7.65港元/股收盘,比停牌收市价上涨20.66%。

全球业绩连年下滑 中国区表现独秀

可口可乐裁员对华影响甚微

可口可乐近四年业绩状况

财年	营业收入(亿美元)	同比变化	净利润(亿美元)	同比变化
2011年	465.42	33%	85.72	-27.4%
2012年	480.17	3%	90.19	5.2%
2013年	468.54	-2%	85.84	-5%
2014年 (前三季度)	351.26	-1.9%	63.28	-7.9%

营收增速放缓,全球最大软饮料公司可口可乐不得不以缩减开支予以应对,裁员便是其中一个重要方案。昨日,可口可乐被曝未来几周内在全球范围裁员至少1000-2000个职位。可口可乐中国公司相关负责人向北京商报记者证实,裁员计划为真,但具体时间和人数还未最终确定。而业内人士猜测,中国市场保持强劲增长动力,营收增速高于全球其他区域板块,极有可能不在裁员之列。

裁员暂无细则

可口可乐中国公司回应称,裁员数字未得到总部证实,而可口可乐正在全球范围内进行提高生产力的全面策略规划,具体执行方案尚在制定中。“因此,中国是否在裁员范围内还不能确定”,可口可乐中国公司相关负责人称。

今年10月,可口可乐祭出了多项改革措施,其中一项重要内容就是以削减成本来应对净利润下滑,即2019年之前每年削减30亿美元生产成本,可口可乐中国证实:“裁员便是其中一环”,但资本市场似乎并不看好削减成本可以挽回颓势,该计划一经宣布可口可乐股价便下跌了2.2%。

利润下滑是主因

中投顾问食品行业研究员梁铭宣指出,受累于全球碳酸饮料市场需求减弱,

可口可乐的营收和净利增速尽显疲态。今年三季度,可口可乐实现净利润21.1亿美元,同比下降13.8%,而在上一季度可口可乐净利润同比降幅仅为2%。净利润同比下滑的同时,其营业收入也从去年三季度的120.3亿美元减少到119.76亿美元,低于市场预期的121.2亿美元。10月底,可口可乐也对2014和2015财年的利润目标提出了预警。

不过,在中国食品商务研究院研究员朱丹蓬看来,业绩陷入困境之时可口可乐可以通过缩减成本来补贴“家用”,但是比起“节流”,“开源”对于可口可乐的实际意义更大。朱丹蓬也介绍,目前可口可乐推陈出新的速度在不断加快,例如下半年在中国市场引进了即饮咖啡产品,在美国推出了高端牛奶产品,这些多

元化举措也在一定程度上冲抵了碳酸饮料销量下滑所带来的亏损。

按照可口可乐董事长兼首席执行官穆泰康的介绍,可口可乐未来将发力不含汽饮料品类,诸如果汁、果汁饮料等,此外还将增加对含乳饮料的投入。同时可口可乐将利用和绿色咖啡、怪兽饮料等公司的合作模式以及列入目标的并购项目,以强化在关键品类里的增长。

中国市场难受影响

依据可口可乐的计划,紧缩成本和多元化战略将同步进行,业内人士判断,就裁员计划而言,最先遭殃的应是营收表现较差的区域板块,而中国市场由于增长动力强劲,或能暂时逃脱被裁命运。

上述可口可乐中国公司人士向北

Special focus

五粮液自曝并购图谋:铺路系列酒

与系列酒的独立运作,将成立五粮液系列酒公司。在业界看来,高端酒高速发展时期,以中低端为主的系列酒发展备受压制,近两年高端销售承压,消费市场转向大众,迫使酒企转向发力系列酒。

连抛亿元并购

关于通过并购加码系列酒的最新进展及计划,截至昨日发稿前并未得到五粮液回应。翻看历史,五粮液并购地方品牌2012年8月就有消息曝出;去年5月,该公司高管再度明确,行业大洗牌下要抓住机遇“走出去”,大力并购。

号子喊出后,五粮液并购之路也进入了快车道。去年8月,五粮液与合作方签署《关于出资设立河北永不分梨酒业股份有限公司的出资协议》,新设公司注册资本5亿元,五粮液以自有资金出资2.55亿元,持股51%;今年7月7日,五粮液再出资2.55亿元,与合作方签署协议,直接及间接持有河南五谷春酒业股份有限公司约51%股份。

对于拿下这两家酒企,五粮液的解释也颇为相似,“借力地方性酒业资源和区域性市场,为中低价位酒寻求更广阔的市场,是打造和布局区域性品牌的重要举措,以进一步提高产品的市场占有率”,五粮液表示。

自曝并购艰难

啤酒行业经过前期疯狂并购实现了快速扩张,目前已经形成五大集团掌控八成市场的格局。在业界看来,行业深陷低迷的白酒业正催生兼并重组的机会,白酒行业的并购潮即将到来。五粮液也称:“白酒行业整合是大趋势。”

中投顾问研究总监郭凡礼认为,不排除五粮液继续并购区域酒企的可能性。不过这一模式对五粮液而言有利有弊,利好在于为抢占三线或者乡镇市场寻找到了一个良好的途径,弊端在于众多子品牌出现,区域品牌或影响消费者对五粮液这一品牌的认知。

五粮液也意识到并购所存在的诸多困难,这其中就包括“鉴于地域、工艺等方面因素,白酒质量的一体化标准较难,环境因素对产品质量影响较大,另外还有地方政府对当地酒厂的支持等诸多方面因素”,五粮液在上述投资者关系活动中坦言。

另有中投顾问食品行业研究员梁铭宣认为,并购中的产品关键是避免冲突。“因为五粮液旗下也有多款产品,如何避免产品在口味、定位、价位等方面的冲突较为重要。”

北京商报记者 马骏昊

上海家化前高管不服关联交易处罚

北京商报讯(记者 齐琳 赵秀静)中国证监会上海监管局日前对上海家化及相关人员下发《行政处罚事先告知书》,认定上海家化与沪江日化之间存在关联交易。当事人之一的上海家化原董事长葛文耀昨日连发微博反驳称,没有书面证据表明存在关联交易,并表示自己会申诉。

根据上海家化发布的公告,上海证监会调查结果显示,上海家化原副总经理宣平担任上海家化副总经理期间,同时担任沪江日化管委会工作,双方涉及关联交易达18亿元。故上海家化被罚30万元,葛文耀被罚15万元,其余宣平、曲建宁等17人被罚10万元或3万元。

葛文耀发布微博解释称,“宣平管理供应链,进入所谓沪江管委会有他个人考虑,但是肯定没有书面文件和会议纪要证明组织或我派他去”,且认为宣平“在公司迎合某些人需要,作了致命的证言”,暗指宣平在接受调查之时作了不实的证言。而对于与上海家化之间历时一年半的“小金库”辩论,葛文耀感慨道,“这次

虽然我会申诉,但总要结束了”。

就此次处罚结果,上海家化也表示决定行使陈述、申辩和要求听证的权利,但具体要对哪方面进行申辩,上海家化并未给予回应。

值得注意的是,该份处罚结果是作为上海家化与原总经理王茁劳动纠纷案的新证据呈现在法庭。“但这份关于处罚结果的新证据对王茁是有利的”,王茁的代理律师吴冬表示,“共有18位董事、监事、高管受处罚,王茁所受处罚最轻,按照上海家化董事长谢文坚指控王茁对于信息披露有重大责任的指责并不成立。其次,证监局处罚的是上海家化关于信息披露违规事宜而不是‘小金库’问题,故家化在庭上提出的所谓‘小金库’说法也不成立”。

今年6月,王茁向上海劳动仲裁委提起诉讼,要求恢复与上海家化之间的劳动关系,并赔偿工资损失。8月仲裁结果宣判王茁胜诉,上海家化不服,提起上诉。“一审判决可能在元旦之后有结果”,吴冬表示。

神华集团数名高管接连被调查

北京商报讯(记者 马骏昊)身为煤业老大的神华目前正陷入“高管被调查”的漩涡。12月22日、23日短短两天内,已有三位高管卷入其中,最新曝出涉嫌严重违法违纪的是华泽桥,其职位为中国神华能源股份有限公司原副总裁。

值得注意的是,华泽桥早在2011年就已辞职。根据中国神华发布的公告,2011年3月16日收到副总裁华泽桥提交的书面辞呈,华泽桥因达到法定退休年龄辞去副总裁职务。另据神华2010年财报显示,华泽桥自2004年11月起担任中国神华副总裁,曾任神华运销公司董事长、总经理、副总经理兼工会主席。于1998年9月加入神华集团前,曾担任鸡西矿务局总经济师、鸡西矿务局副总经济师兼运销处处长和鸡西矿务局穆稜煤矿矿长。

至于华泽桥是否在神华集团违纪,就此问题北京

商报记者昨日联系到神华,但截至发稿时该公司并未给出进一步说明。据公开资料显示,华泽桥进入神华后,业绩表现较为出色。

就在华泽桥被宣布调查的前一天,还有两位神华高管卷入“调查漩涡”。根据神华集团12月22日公布,神华集团公司总经理助理、神华科技发展有限公司董事长张文江,神华宁夏煤业集团有限责任公司安全监察局主任师刘宝龙涉嫌严重违法违纪,正接受组织调查。

同日,神华集团又称,决定免去上述二人职务,对其进行立案调查。“神华集团对任何违纪违法行为始终保持零容忍,无论涉及谁,坚决查处。”神华表示。公开资料显示,1957年出生的张文江1982年1月参加工作,历任石炭井矿务局白茨沟副矿长、太西集团公司董事长等职。

联通独立“沃商店”加速互联网化

北京商报讯(记者 齐琳 曲忠芳)继中国移动成立新媒体公司后,中国联通首个独立化运营子公司“小沃科技有限公司”昨日挂牌成立,该公司的前身就是联通互联网业务“沃商店”,未来将引入外部合作伙伴,以市场化规律运作。业界指出,在互联网企业冲击,加重运营商“管道化”危机的形势下,管理市场化、业务互联网化将成为电信运营商发展的主流趋势。

据了解,新成立的小沃科技是中国联通的全资子公司,其前身为中国联通应用商店运营中心(沃商店),于今年11月1日起从中国联通上海分公司整体剥离,实行独立化运作,并将从不同领域引入合作力量和资源。

目前,该公司经营的业务范围包括综合性应用分发平台“沃商店”客户端、垂直游戏运营平台沃游戏客户端、线下应用分发渠道联通手机服务站,以及专用于家庭娱乐的V乐游戏大厅等移动互联网应用。值得一提的是,小沃科技还将在人事、财务、投资等方面管理扁平化,尤其在资金使用上会较自由和灵活,如收购或投资优质移动互联网项目和团队。

随着3G网络的成熟及4G发展,以微信等为代表的互联网企业OTT业务对电信运营商形成了不小的冲击波,电信运营商滑向沦为单纯“网络管道”的边缘,在这种情况下,运营商必须加快改革步伐。相比互联网企业,运营商企业包袱沉重,业务创新周期较长,因此从管理体制上实现轻资产化,并用互联网化的思维、营销等改造传统业务,成为运营商变革的重要内容。

就在前不久,中国移动整合游戏、动漫、音乐、阅读、视频五大内容基地成立了新媒体公司“咪咕文化科技有限公司”,与此同时,中国移动还成立了在线服务有限公司,集中服务系统覆盖线上线下全渠道。种种举动表明,运营商已意识到了互联网化的重要性。

通信产业专家预测,在即将到来的2015年,国内4G发展将迎来新的增长,运营商转向流量经营的任务将更加迫切,三大运营商在市场化运营、发展互联网业务方面的改革力度显然也将进一步增强。不过,运营商的改革成效如何,取决于其从思维、管理等各方面变革的决心和执行力,这还有待市场的检验。