

·快讯·

北京房屋过户指导价调整不属实

北京商报讯(记者 钱瑜 阿茹汗)在二手房“涨”字当头之时,关乎房地产行业的点滴消息都能引发买卖双方的强烈关注。近日又有消息称,北京市将从4月1日起调整过户指导价格,由此将引发房屋交易税费的新一轮上涨,对于该消息,昨日北京市相关部门予以否认,并辟谣称,不存在对于过户指导价格的调整。

所谓的二手房过户指导价格指的是二手房交易中缴税的基本成交价格,即二手房交易最低计税价格。目前北京市二手房交易中纳税的依据,基本都是政府设定的各区域最低过户指导价格,因此区域指导价格的调整直接影响着二手房的交易成本。最低指导价格上涨也意味着房屋交易过户时所缴纳的税款将上涨,与其成正比。在北京市,二手房过户指导价格实行综合评估、动态调整,且属于“封闭调整”,地税部门一般不会对外公布。

近日就有消息称,北京市将从4月1日起调整过户指导价格,且背后的潜台词是:“房屋交易所要缴纳的税款也要相应上调,有房屋交易需求的买卖双方需要抓紧时间,趁4月1日之前完成交易。”不过,北京市相关部门昨日对该消息进行了辟谣。另有业内人士认为,这是房屋交易中间商为了促成交量上涨而传播的谣言,实际中并不存在。

拜耳表示倍泰龙不会退出中国

北京商报讯(记者 钱瑜 王潇立)近日,有媒体报道称德国医药巨头——拜耳公司旗下药物“倍泰龙”即将退出中国市场。昨日,北京商报记者从拜耳相关负责人获悉,拜耳并未决定将倍泰龙撤出中国市场,只是目前暂时性的药品供应短缺,公司正在积极研究可行方案解决这一问题。

据了解,倍泰龙是目前中国市场上惟一可降低多发性硬化症发作频率的药物。如果拜耳将倍泰龙撤出中国市场,中国正在使用该药物的近千名患者无疑将面临断药的困境。对此,拜耳承诺,将保证目前援助疗程尚未结束的患者继续获得倍泰龙,直到患者援助疗程结束。

这是拜耳旗下第二款罕见药在中国市场面临断货。去年6月,拜耳旗下专门用于治疗肺动脉高压的特效药万他维布宣布要退出中国市场,并终止在华援助项目。此后由于患者、医生持续呼吁,2016年2月1日万他维援助项目重启。

公开资料显示,多发性硬化症和肺动脉高压属于罕见病,由于市场需求少、研发成本高,很少有制药企业进行研发,因此这些疾病的治疗药物被称为“孤儿药”。目前我国对于“孤儿药”的研发仍有较大空白,药物基本依赖国外进口。与高昂的研发费用相比,倍泰龙在华销售业绩并不理想,2013年全年在华销售额总额不超过1000万元人民币,相比倍泰龙当年在全球10.38亿欧元的销售总额来说,中国市场几乎可以忽略不计。

奥维云网加码企业级大数据服务

北京商报讯(记者 陈维)智能化浪潮下,大数据对各行各业发展显得愈加重要,数据服务也成为行业香饽饽。昨日上午,奥维云网成立全资子公司北京奥维万象科技有限公司(以下简称“奥维万象”),企业主要业务在于通过数据采集、处理、挖掘和可视化应用,为企业提供大数据技术和应用服务,帮助企业查找并解决发展难题。

据了解,奥维万象共有五大数据产品,包括市场罗盘、产品指南、价控卫士、评价管家和战情观察室,五大产品组成“企业智能决策支持系统”。整个系统涵盖发现企业行业发展问题、模拟解决方案、监测企业乱价、评估品牌口碑、收集行业最新动态等方面,可用于制造流通企业运营流程各环节的业务场景,为企业决策提供有力支持。

微信企业版进入内测阶段

北京商报讯(记者 钱瑜 姜红)日前传得沸沸扬扬的微信企业版终于有了确切回应。昨日消息称,微信官方确认正在进行微信企业版的内测工作,将于不久后正式上线并免费投入使用。这也表示微信对企业通讯领域将更加重视。

据微信官方公众号“微信派”透露,“企业微信作为一个独立的App新产品,目前还处在打磨阶段,前期主要邀请了部分企业进行内测”。预计将于一两个月内发布,并且会同步发布包括在iOS、Android、Mac、Windows版在内的多个版本。而发布上线的初期会采取邀请制的方式,申请试用的入口将于近期开放,不过暂时只对腾讯企业邮箱和微信企业号用户。

微信方面人员表示,企业微信首先是一个基础办公沟通工具,其次会加入一些贴合办公场景的特色功能和OA工具。例如其中的“休息”功能,可以让员工在休息期间不受打扰,区分工作和生活。

事实上,腾讯早在2003年就已经推出了办公沟通软件RTX,作为企业IM面向企业提供内外部沟通服务。在2014年又推出了微信企业号,发力企业级应用市场。据微信方面人员透露,企业微信也是在RTX的基础上优化而来,是腾讯看好企业级市场的发展而做的尝试。

2月国内汽车产销同比双降

北京商报讯(记者 钱瑜 孙昊天)昨日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布的数据显示,2月,汽车产销比上月明显下降,比上年同期略有下降。乘用车增幅比上年同期有所减缓,商用车降幅收窄。同时,新能源车仍保持较快增速。

数据显示,2月,国内汽车产量为161.18万辆,环比下降34.43%,同比下降1.31%;销量为158.09万辆,环比下降36.94%,同比下降0.86%。其中,乘用车生产140.25万辆,环比下降34.96%,同比下降0.83%;销售137.67万辆,环比下降38.45%,同比下降1.53%。从乘用车主要品种销售情况来看,与上月相比,四大类乘用车品种销量均呈明显下降;与上年同期相比,交叉型乘用车和基本型乘用车(轿车)销量呈较快下降,其他品种保持增长。另外,在新能源车市场,1-2月新能源汽车生产37937辆,销售35726辆,比上年同期均增长1.7倍。其中纯电动汽车产销分别完成27850辆和24835辆,比上年同期分别增长2.6倍和2.7倍。

中汽协副秘书长姚杰表示,新能源汽车的产销数据同比仍在增长,但与去年底相比,今年初出现了下降,主要原因是补贴政策的变动。国家发布的2016-2020年新能源汽车推广政策,明确规定了补贴逐年退出的方针和退出的具体比例。另外,跨年度时,地方上的补贴政策有些也尚未出台。这些都对产销波动有所影响。”姚杰说。

无力还债 雨润难自救

雨润食品(01068.HK)身上隐藏的债务可能难以如期兑付的风险再次出现。日前,雨润食品发布的公告显示,该公司旗下的核心子公司南京雨润在依时兑付2016年3月17日到期、本金额为5亿元人民币的第一期短期融资券到期本息方面存在不确定性。在去年10月,南京雨润也曾出现13亿元中期票据面临违约的风险。在连续出现的债务违约风险、资金紧张的情况下,雨润没有放弃自救,今年1月雨润食品开始通过雨润集团的商业板块补强线上渠道。但在业内人士看来,补强线上渠道对于雨润食品而言并没有实质性的帮助,在资金问题得不到解决的情况下,雨润食品将难以走出困境。

再现债务违约风险

目前,雨润食品发布公告称,鉴于中国高端餐饮及肉类消费市场疲软、竞争加剧、生产成本上升等多项原因,加上旗下全资附属南京雨润在截至2015年9月30日止的9个月录得综合亏损净额约5.24亿元人民币,因此,南京雨润在依时兑付2016年3月17日到期、本金额5亿元人民币的第一期短期融资券到期本息方面存在不确定性。同时,雨润食品方面表示,南京雨润目前正积极安排资金,以兑付第一期短期融资券。据了解,此次短期融资券是雨润食品在2015年3月通过南京雨润发行,目的是偿还银行贷款及补充流动资金。

事实上,数月之前,南京雨润曾出现类似风险。资料显示,去年10月12日,南京雨润在中国货币网发布公告称,因公司董事长祝义财被执行监视居住,间接影响公司生产经营,公司资金链紧张,生产经营及财务状况面临较大的潜在风险。因此,公司10月18日到期的13亿元中期票据“12MTN1”本息兑付存在不确定性。随后,雨润食品在10月19日发布公告称,南京雨润的上述中期票据已全数本息兑付。

有业内人士曾表示,支援南京雨润的神秘资金来自于当时有意收购雨润集团的融创老总孙宏斌的运作。而目前,孙宏斌已经放弃对雨润集团的收购,雨润集团的重组计划也无实质性进展,在业绩亏损的情况下,雨润食品偿还债务的压力可见一斑。

另外,同花顺数据显示,截止到2015年6月30日,雨润集团负债总计为108.73亿港元,其中流动负债达97.01亿港元。

被列入负面观察名单

在连续出现票据兑付可能违约的风险后,雨润食品的核心公司南京雨润的主体信用等级遭机构下调,这对雨润食品而言也是一个不小的打击。3月4日,上海新世纪资信评估投资服务有限公司(以下简称“新世纪”)发布关于下调南京雨润信用等级并将该公司列入负面观察名单的公告。新世纪方面表示,将南京雨润的主体信用等级由A级下调为BB级,

并列入负面观察名单。

对于做出上述决定,新世纪方面表示,2015年前三季度,南京雨润开工率同比进一步下滑,生猪屠宰和熟肉食品产能利用率分别降至14.55%和20.3%,公司生产经营压力进一步加大。同时,截至2015年9月末,南京雨润负债总额为95.47亿元,其中,刚性债务余额为50.53亿元(短期刚性债务余额为47.06亿元),在主业亏损、自有资金不足以现金回笼欠佳的情况下,公司面临的流动性风险和集中偿债压力进一步加大,该公司债务主要依赖于外部支持。另外,南京雨润实际控制人祝义财被监视居住也使该公司的融资能力和财务状况受到很大程度的不利影响。

另外,早在去年雨润食品第一次出现票据兑付可能有风险之时,中金公司发布的研究报告显示,雨润食品此前已经显现出盈利恶化、补贴持续性存疑、关联方资金往来频繁、债务负担重、资金压力大和实际控制人风险六大问题。

补强线上难自救

事实上,主业巨亏、实际控制人被监视的雨润食品没有放弃自救。据了解,在2016年1月,雨润集团旗下商业板块启动了“店联网战略”,构建B2B2C/O2O全渠道流通平台,其中采购批发平台“优润网”也正式上线运营。北京商报记者登录该网站发现,雨润生鲜放在了产品列表的首位。

雨润方面表示,公司将会充分利用

“优润”网上批发平台(B2B/O2O)以及“优便利”社区综合服务平台(B2C/O2O)两大核心,利用店联网战略中包含的品牌商、综合批发中心、经销商、代理商、便利店、仓储物流、生活服务类等商家资源,集合社区用户需求,最终形成覆盖人们日常生活新鲜食材社区网络。

而在搜猪网首席分析师冯永辉看来,通过补强线上销售渠道对于雨润的产品销售而言并没有实质性的帮助。“国内的鲜肉产品70%的最终去向是消费者的餐桌,而商超无疑是鲜肉的主要销售渠道,消费者更愿意与蔬菜等农产品一起去购买。而剩下的30%则是餐饮行业的需求,这一方面餐饮行业的采购习惯更多的是到农贸市场,而非互联网。”冯永辉说。

中国品牌研究院研究员朱丹蓬也认为,目前资金匮乏的雨润补强线上渠道对于自身的帮助短期内难以显现。“如果市场的需求没有问题,那么通过补强线上渠道来增加产品下搜后未尝不可,但现在市场终端的销售低迷,仅仅是丰富销售渠道,对于提升产品的销量是起不到作用的,况且是一个新成立不被大家熟知的电商平台。”朱丹蓬说。

北京商报记者昨日就雨润食品此次筹集资金以及对于线上销售预期等问题联系了雨润食品相关负责人,截至发稿时并未收到回复。

北京商报记者 钱瑜 孙昊天

S 重点关注
Special focus

爱康举报美年 体检两巨头掀口水战

体检行业三足鼎立的格局在美年大健康收购慈铭体检后被打破,令人意想不到的是,美年大健康与爱康国宾二分天下的局面再生变数。昨日,爱康国宾发布公开声明,实名举报美年大健康及其实际控制人俞熔违反反垄断法。

爱康国宾举报

今年3月,美年大健康发布公告称,拟以发行股份方式购买天亿资管、东胜康业、韩小红和李世海等4名股东持有的慈铭体检72.22%的股权,交易作价26.97亿元。

爱康国宾认为,在此次交易之前,俞熔就已经在2015年3月和11月分别通过美年大健康和天亿资管对慈铭体检进行了两次股权转让交易,取得了对慈铭体检的独家控制权。根据美年大健康公布的数据显示,美年大健康2014年度中国境内营业额为14.3亿元人民币,慈铭体检为9.1亿元人民币,两家公司2014年度的中国境内营业额均已超过了《国务院关于经营者集中申报标准的规定》中的申报门槛,该交易应在第二次收购(即俞熔通过天亿资管收购慈铭体检68.4%股份)交易完成前,向商务部反垄断局进行反垄断申报。由于美年大健康至今未向

商务部提交任何关于该次交易的申报,爱康国宾认为该行为违反了《反垄断法》和商务部的有关规定,并对此进行实名举报。

此外,爱康国宾在声明中指出,美年大健康、慈铭体检与爱康国宾为中国健康体检市场的前三名民营专业体检机构,此次收购打破了目前中国民营体检市场的竞争格局,导致市场主要竞争者由三家减少为两家,对于相关市场的良性竞争造成了严重损害,并可能对下游客户及社会消费者在体检服务供应商的选择空间和议价能力方面造成不利限制和消极影响。

美年大健康反击

面对爱康国宾的举报,美年大健康在第一时间进行了反击。美年大健康表示,有关天亿资管购买慈铭体检股份的经营者集中申报事项与上市公司美年大健康无关,美年大健康不予发表意见。美年大健康收购慈铭体检的股份已公告重大资产重组预案,收购事项的推进将严格依据法律法规的规定履行所需的各项程序。

针对行业垄断一说,美年大健康则表示,从体检市场占有率的角度,专业体检机构集中度低是显而易见的事实。

海通证券研报提供的数据显示,市场上的前三大机构(美年大健康、慈铭体检、爱康国宾)的合并市场占有率为2.6%。健康体检是充分竞争的市场,全国有数千家公立医院和其他专业机构参与市场竞争,并不存在所谓垄断的事实依据。美年大健康将继续推进收购爱康国宾的相关工作进程。

私有化之战

爱康国宾此次的突然发难,很难不让让人将之与两家的私有化之战联系在一起。

2015年8月,爱康国宾董事长兼CEO张黎刚提出私有化要约,报价17.8美元每股ADS。2015年11月,美年大健康向爱康国宾提出私有化要约,交易价格为22美元/ADS,并在此后提价。

如今,爱康国宾通过垄断指控干扰美年大健康对慈铭的收购,行业的这场“二进一”大战已经进入了白热化阶段。爱康国宾法律顾问张元明表示,反垄断法律对此的处罚有两个重点:一、处以50万元罚款;二、恢复收购前的情况。也就是说,如果美年大健康确实违反了《反垄断法》,其对于慈铭的收购就可能终止。

北京商报记者 钱瑜 王潇立

北京3月住宅用地将现零成交

扬帆“十三五”

北汽构建新能源车生态圈

北京商报讯(记者 钱瑜 孙昊天)随着国家不断释放利好,新能源车企业发展正在逐步增速。昨日,北汽新能源党委书记、总经理郑刚称,在“十三五”期间,北汽新能源将通过多维度发展构建新能源车生态圈。

郑刚表示,作为行业内率先提出打造新能源汽车生态圈概念的企业,北汽新能源将通过构建生态体系,打破传统汽车企业仅仅售卖车辆的传统思维,从销售交通工具进阶至为用户提供“产品+充电+运营+服务”的一体化解决方案,将汽车“生产制造、消费使用和用户生活三大圈层通过商业模式创新整合起来,最终成为城市绿色智能出行解决方案的提供者。

据了解,2015年北汽新能源产销超过2万辆,较2013年均出现300%以上的增幅。同时,在北汽新能源的“十三五”规划中,公司目标是年产能达50万辆,年营收达600亿元。

除在产销实现井喷式增长外,北汽新能源车在自动驾驶以及新能源车型方面都已取得突破。以车型为例,今年北汽新能源将主推三款新车,其中一款由巴塞罗那研发中心打造的国内首款纯电动超级跑车的概念版将有望出现在北京车展。据了解,这将是一款结合了消费者意愿的豪华纯电动超跑,超过3万名北汽新能源用户为这款车提供了数据反馈与建议。该款车型将采用碳纤维车身,最高时速可达260公里,0到50km/h加速时间只需1.3秒,0到100km/h加速只需3秒,满电续航里程超过300公里,性能直指特斯拉。另外,北汽新能源品牌总监金新在接受北京商报记者采访时称,为了更好地迎合消费者的心理,满足消费者的需求,公司将会持续开发SUV车型,并使SUV车型成为北汽新能源的主销系列。

值得注意的是,作为最早推出的新能源汽车对私分时租赁品牌,北汽新能源旗下的GreenGo绿狗租车的发展也取得了较大突破。数据显示,目前上述平台全国运营车辆超2300辆,并在全国设立全自助运营服务网点近90个,其中北京网点数量近70个,是北京地区已实现车桩点智能互联网点覆盖区域最广的分时租赁公司。另外,郑刚表示,北汽新能源的分时租赁平台将在2018年形成运营2万辆纯电动汽车和超过10万会员人数的规模。

太古饮料业绩喜忧参半

北京商报讯(记者 钱瑜 阿茹汗)作为可口可乐公司三大瓶装合作伙伴之一的太古,昨日发布2015年业绩。在提到该公司饮料业务板块时,太古表示业绩好坏参半,在中国内地太古饮料的销售额出现了2%的轻微增长,而净利润则出现1%的下滑。

太古拥有地产、饮料及航空等多个业务条线,其中太古饮料在我国香港、台湾和内地七个省份及美国中西部地区拥有生产、推广和经销可口可乐公司产品的专营权。太古饮料生产及经销可口可乐公司的58个饮料品牌,专营区域覆盖超过4.5亿人口。

根据太古昨日发布的公告,太古饮料2015年录得应占溢利9.76亿港元,较2014年增长14%。太古称,应占溢利的增加主要反映我国香港、台湾及美国的溢利上升,而中国内地带来的应占溢利为3.91亿港元,较2014年出现1%的减少。与2014年相比,中国内地的销量轻微上升2%,其中汽水的销量上升4%、饮用水的销量上升12%,而果汁类饮料的销量则出现了12%的下跌。销售组合的变动及推广折扣优惠,使每箱收益减少了4%。

实际上,作为可口可乐公司的瓶装厂合作伙伴,太古饮料的业绩在一定程度上反映的也是可口可乐的市场表现,换言之,可口可乐卖得好坏也直接影响太古饮料的成绩。此前,可口可乐发布的财报显示,2015年可口可乐实现销售收入442.94亿美元,同比下降4%;净利润73.51亿美元,同比增长4%。

年初时可口可乐决定重新划分瓶装业务版图,未来可口可乐的瓶装业务将100%归于特许经营,也就是说可口可乐的所有瓶装业务将归属于特许经营公司,而不是由可口可乐自己来完成,由此业内人士也曾判断,未来太古饮料将承担更多可口可乐的瓶装业务。