

·快讯·

达能确认出售乐百氏工厂

北京商报讯(记者 阿茹汗)在出售婴幼儿配方奶粉品牌多美滋之后,法国达能集团将下一个清理的目标锁定在了老牌饮用水品牌乐百氏,11月14日达能方面向北京商报记者确认,达能近期与盈投控股达成协议,乐百氏品牌及6家工厂将整体转移到盈投控股旗下。这也意味着在经过16年的经营之后,乐百氏被达能整体剥离。

达能方面提供的信息显示,此次整体转移的资产包括乐百氏品牌,6家位于广州、北京、天津、成都、重庆和中山的乐百氏工厂,以及从事乐百氏品牌业务的员工,对于交易的具体金额,达能方面并未进一步透露。对于此次转移,达能方面的解释是:“为在中国市场建立稳健、可持续发展的业务模式,公司不断评估和调整业务发展策略,以适应本地市场的快速变化,为中国消费者提供高品质的产品。”

乐百氏是中国食品饮料行业为数不多的经国家商标局认定的驰名商标。乐百氏也曾经拥有很丰富的产品矩阵,保健品、乳制品、饮料是该企业几大品牌,乐百氏奶、AD钙奶、乐百氏纯净水、矿泉水都是该品牌知名的系列产品。不过,目前乐百氏只剩下了饮用水的单一业务板块。

这一变化是从2000年3月开始的,当年法国达能集团一举收购乐百氏92%的股权,成为该公司最大的股东。不过,法国达能没能将乐百氏品牌做大做强,反而是因为没能发挥跨国企业应有的管理与协调能力而逐渐将乐百氏品牌推向了没落。据悉,达能接手乐百氏后,该公司内部长期存在新老员工阵营对立的矛盾,达能也没能对中国消费市场准确把脉,因此没过多久,乐百氏的多个业务板块逐渐被剥离,只剩下了饮用水单一业务。达能方面也曾公开反思称:“在乐百氏的问题上犯下了错误。”

乐百氏的官网显示,目前乐百氏的产品系列中除了桶装水以外只有饮用纯净水、饮用矿物质水、饮用薄荷水三款产品,水源地集中在北京和成都两地。至于工厂的布局,乐百氏官网并没有具体标注。中国品牌研究院研究员朱丹蓬介绍,在饮用水市场乐百氏只能算是一个老品牌,但是市场份额非常小,因此逐渐剥离乐百氏资产是意料之中的事情,这也是达能清理中国资产的一个开始。

青年老年公租房首次对外出租

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)11月10日开始登记的北京市保障房建设投资中心为主体运营的20个项目,约2.6万套公租房已有新进展。截至11月12日,北新桥街道完成92户在线意向登记,完成补充录2户,青年公租房登记2户,老年公租房登记1户。

位于常营南路的常营汇鸿家园公租房项目施工也已进入尾声。北京商报记者了解到,汇鸿家园公租房项目推出的“老年公租房”和“青年公租房”为北京市首创,其中,老年公租房120套,青年公租房516套,每两间为一户。该保障房项目分东西两区,共7栋建筑,其中普通公租房5栋,老年及青年公租房1栋,配套综合楼1栋,总建筑面积98907平方米。

作为首次推出的青年老年公租房,在设计上体现了人性化。老年公租房卫生间内加装了卫生洁具扶手,淋浴扶手,房间内安装紧急报警装置,以便老年人发生问题可及时通过报警装置向中心求助。青年公租房采用2间宿舍式居住空间为一独立单元的设计,同时在公共空间会有专门的咖啡座区以及棋牌区供青年人日常休闲娱乐。

据了解,老年公租房配租对象需满足家庭成员全部在60周岁以上的条件;青年公租房申请家庭除具备公租房轮候资格外,还需符合家庭结构为单人户、年龄在35周岁以下的条件,并与一个同等资格条件家庭或京籍无房35周岁以下无公租房轮候资格单人户家庭共同申请,两个家庭共同配租,并原则上同时退出。

微博对非会员取消140字限制

北京商报讯(记者 姜红)微博终于对全体用户取消了字数限制。11月14日,记者发现微博已经取消了发布器140字的限制,发布器的右上方文字也改成了“可以发布超过140字的微博啦”。经记者测试,尽管在发布器中取消了140字的限制,最多可以输入2000字,文字发布后在信息流中依然只显示140字,不过在句末加了一个“显示全文”的提示,点击后会出现超长微博全文。

今年1月,微博就曾宣布要在2月28日取消全体用户的140字限制,但并未如期开放,这一功能当时只针对微博会员开放,普通会员依然只能发140字以内的文字内容。微博CEO王高飞曾表示,“不断降低内容发布门槛是趋势,140字比1万字门槛更高。微博从1张图到9张图,从图片到视频,再到长微博,一直在降低内容发布门槛——未来是用户手机里面能存什么,微博就能发什么”。但开放140字限制的举措还是引发了一定争议,微博方面并没有在2月28日如期开放140字超长微博。此后,这一功能只对微博会员开放,对普通会员搁浅了大半年。

Twitter早些时候就面向全体用户放宽了字数限制,还宣布将不再把照片、视频、投票、引用和GIF动画计入字符限制中。业内分析指出,Twitter与微博相继舍去字数限制是基于用户行为需求考虑的。当越来越多的数据显示,用户有发长微博的需求在渐渐高涨时,放开字数便成了顺势而为的举措。另一方面,这一措施对普通用户开放后对调动平台活跃度也有一定作用。

近3000部老人机检测全部不合格

北京商报讯(记者 陈维)11月14日央视报道,国家质检总局在针对电商领域消费者的执法行动中,广东深圳一家通讯企业被查扣的千余台老人手机经检测,合格率竟然为零。随后,国家质检总局及深圳市市场稽查处对广东多家涉嫌制售老人手机的通讯企业进行了第二次执法活动。结果显示,两次检测,5个品牌31批次近3000部老人手机竟然全部不合格。深圳市市场稽查部门对两家通讯企业做出了责令停止生产、销售处理,没收老人手机及半成品共达3199部,并处以违法产品货值金额3倍罚款共110多万元。

据了解,老人机不合格项目主要包括爬电距离间隙、漏电、电器绝缘等安全指标,以及辐射骚扰、静电放电等电磁兼容指标。此外,部分批次手机也存在着冒用3C强制认证标志、冒用进网许可等违法现象的嫌疑。假冒知名品牌现象也大量出现,如深圳市京立通讯器材有限公司生产的一款长虹手机,深圳市市场稽查处执法人员方灿宇表示,与长虹注册商标的区别就在于中间加了个X,这是一种商标侵权行为,其商标与长虹商标构成近似。同时,执法人员还在该深圳市京立通讯器材有限公司发现了1300多部“大显”牌老人手机,部分批次手机没有3C强制认证标志,另有部分批次虽然具备了3C标志,但经执法人员查询,事实上这次手机也没有获得3C认证,但是都已经开始销售。

责编 孙麒麟 美编 代小杰 责校 杨志强 电话:64101880 kuaijiagao@163.com

核心车型分配成焦点 联姻上汽 奥迪在华的平衡试题

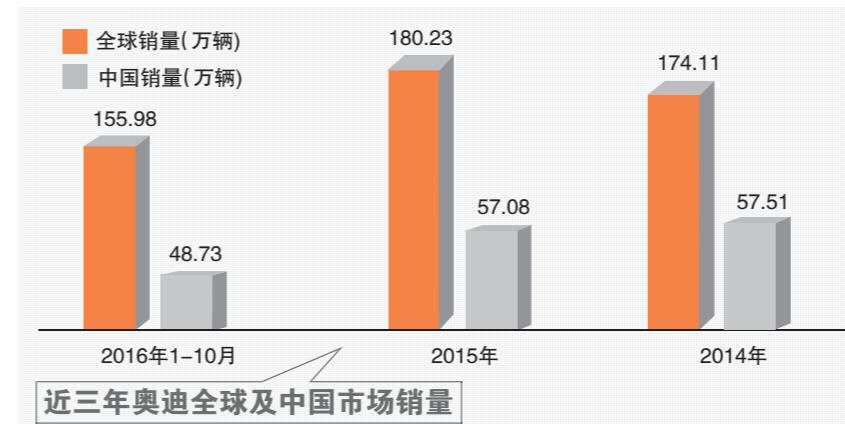
继大众和上汽在德国狼堡签署奥迪品牌合作谅解备忘录照片流出后,上汽集团率先正式承认合作事宜。11月14日,上汽集团发布公告称,将在上汽集团和德国大众的合资企业上汽大众汽车有限公司引进奥迪品牌产品进行制造、销售,并向中国消费者提供新能源汽车、智能互联移动出行服务的可行性进行探讨,从而进一步深化公司与德国大众的合作。

上汽合资奥迪确认

据了解,11月11日,上汽集团与大众汽车集团公司在德国狼堡签署《在中国制造和销售奥迪品牌产品,销售奥迪品牌进口汽车,并提供相关移动服务的合作框架协议》谅解备忘录,这也意味着,继一汽与奥迪牵手之后,上汽成为奥迪在中国的第二个合作伙伴。

此前,一汽集团和德国大众推进股比调整,原则意见中德双方股比由60:40调整为51:49。原先股权占比分配为一汽60%、大众30%、奥迪10%,经过这次提议后,三者的股权比例将变为51:30:19,换言之奥迪的股权将增加9%。但这一进程因为大众“排放门”事件被推迟,如今看来,股比变动事宜恐将被搁置。

如今,奥迪“再嫁”上汽已成定局。但股比分配、公司形态等具体事宜没有完全披露。业内人士纷纷揣测,奥迪会效仿斯柯达模式,与上汽集团成立股比为50:50的合资销售公司。为了减少资金的大量动用,绕开产业政策的门槛、合理利用现有的重资产,制造的部分奥迪品



牌车型将由上汽大众代工。

奥迪安撫一汽

值得关注的是,在上汽发布公告之后,奥迪正式发布了与一汽集团未来十年的发展蓝图,按照奥迪的规划,在未来五年内,双方的合资公司一汽-大众将国产5款奥迪e-tron车型,其中包括续航里程超过500公里的纯电动车型。

到2025年,奥迪将携手一汽-大众在所有量产车型细分市场相应至少提供一款电力驱动的国产SUV和三厢车型,并通过e-tron车型实现6个最大细分市场的全覆盖。奥迪品牌目前已经在启动了电动车生产,A6L e-tron作为第一款插电式混动国产汽车将在今年内交付经销商。

在和一汽的十年商业计划框架内,

奥迪公司还会与一汽-大众的生产与研发部门深化在电动车领域的合作,奥迪由此将大力推进合资公司核心技术上的能力建设。

此外,奥迪和一汽还将针对另一项未来领域开展合作:2017年双方将共同成立一家移动出行服务和数字化服务公司。为了加强一汽-大众公司奥迪销售机构与潮流大都市北京的密切联系,其部分销售和市场职能部门将迁往首都。

平衡关系恐遇考验

业内有分析认为,借助上汽大众,奥迪品牌找到了市场增长点,有助于提振其销量,但两个合资关系如何平衡,也确实是奥迪未来面临的一大难题。

有消息称,奥迪已有合作伙伴一汽奥迪的态度由疑虑逐渐变为愤怒,并由

此引发了经销商的强烈不满。

统计数据显示,奥迪在华市场先发优势正在缩小,销量增幅连续两年落后竞争对手。继2015年奥迪品牌销量下滑、宝马奔驰销量上涨之后,2016年1-9月奥迪在华累计销量仅同比增6%左右,低于乘用车市场整体增幅14.8%,而同属第一梯队的奔驰宝马继续分别同比增30%、11%左右,奥迪与奔驰宝马的销量差距正在逐渐缩小。

据了解,上汽大众已有奥迪MLB平台生产能力,产能充沛,通过辉昂进行豪华车渠道试运营,新合资公司的建立将为进一步推动奥迪品牌新车型的推出和国产化。

目前,除了在一汽-大众已经实现量产的A6L、A4L、Q5等车型外,奥迪产品库中仍有许多未在中国生产的车型,包括最新发布的Q2,以进口方式销售的A5与A7等,而这些车型的制造都需要用到MLB、MQB等平台。

业内人士分析认为,奥迪在回应与上汽合作的公告中称,奥迪与一汽-大众的合作不会改变,并列出了详细的车型投放时间表,这也意味着,奥迪对一汽-大众奥迪和上汽大众奥迪的战略将有所分工,按照计划,一汽-大众目前的业务不会受到任何影响,且会更加持续、深化,包括后续一些全新型车的引进、开发。上汽大众与奥迪的合作则存在着变数,不排除集中在移动出行以及新能源汽车的合作上。

北京商报记者 蓝朝晖
实习记者 吴晓勤/文 代小杰/制表

S 重点关注 Special focus

东芝转型再遭财务造假拦路

通过剥离业务而淡出消费电子领域的东芝,因为最新的财务造假再度成为业界关注焦点。东芝公司日前承认,子公司伪造并挪用订货单等票据,截至2016年9月底,累计虚报销售收入5.2亿日元。这也是继东芝去年曝出财务造假丑闻之后,又一起新的财务造假事件。对于东芝来说,公司重组聚焦能源、社会基础设施、半导体存储是个不错的策略,但造假事件再次爆发可能对东芝转型再添阻碍。

再曝财务造假

东芝方面称,此次涉及造假的子公司是开展机械设备系统安装维护业务的“东芝E1控制系统”公司。涉事员工从2003年起就一直伪造订货单和验收单,虚报了超过实际合同金额的销售收入。据悉,该负责人在接到订单的服务或产品的成本超过预期时,没有与客户就追加付款进行商谈,从而多次造假,造假行为持续13年之久。东芝方面表示,将在截至9月的半年报中进行修正,并加大力度杜绝违规情况再次发生。

这并非东芝首次财务造假。去年2月,东芝相关人员向日本证券交易委员会举报东芝存在财务问题,随后第三方委员会查出,从2008年起至2014年末,东芝共虚报利润1562亿日元,这个数字占到东芝5650亿日元税前利润的近30%。东芝陷入了财务造假丑闻泥潭,遭到日本政府高达73.735亿日元的处罚。随后,东芝方面进行高层大调整。除了东芝原社长田中久雄宣布辞职外,东芝多名董事进行了撤换。

陷业绩低迷泥沼

“越是遭遇业绩困境,越是需要去粉饰业绩”,家电专家刘步尘表示,这背后反映的正是东芝企业核心竞争力的衰退和无力。东芝发布的2014财年报告显示,截至2015年3月,东芝营收66600亿日元,营业亏损1704亿日元,净亏损为378亿日元。2015财年财报显示,截至今年3月31日,东芝的营收达56700亿日元,营业亏损为7191亿日元,净亏损4832亿日元,超出去年亏损10倍。业内普遍分析认为,东芝管理层此前设下过高的盈利目标,让各部門高层承受巨大压力。而2011年以来“3·11”大地震重伤东芝另一项主营核电业务,导致相关业务部门扛不住压力,最终纷纷虚报账目。

同时,过去几年来,东芝电视、白色家电、电脑业务也呈现断崖式下滑。财报显示,东芝家电业务自2012年开始衰落。东芝LifeStyle部门主要下辖东芝电脑、东芝彩电和东芝白色家电三大类产品业务,2014财年,东芝LifeStyle部门营业亏损达1097.47亿日元,而在2012财年和2013财年中,该业务营业亏损分别是704亿日元和546.44亿日元。

家电行业分析师梁振鹏表示,东芝等日系企业优于技术和品质把控,却偏于保守和僵化,决策链条过长,完全跟不上这种消费体验时代的发展变化。

难挽品牌形象

业绩和丑闻重压之下,东芝管理层进行结构改革,提出的重组计划关键。今年4月,东芝表示,2016

财年将全力推动能源、社会基础设施、半导体存储三大业务领域的发展。其中半导体存储包括NAND型内存,为东芝最大的收益来源,市场份额仅次于韩国三星电子,位居全球第2位;能源领域,将以核电业务为重点大力投入资源,同时,以火电、再生能源、输变电/配电、智能电表业务确保稳定收益;社会基础设施领域,将在电梯、空调等楼宇设施业务领域及水处理业务领域加强拓展海外业务,扩大业务规模。东芝表示,希望通过重组规划,实现2016财年纯利润400亿日元,2018财年纯利润1000亿日元。

梁振鹏表示,建筑楼宇的电器及控制系统、核电业务、基础设施面向工商业客户,技术门槛很高,是中韩家电企业目前不具备技术实力的部分,也是日系企业的竞争优势所在。同时这些领域不要求技术产品更新换代很快,适应日系企业目前层级管理结构。

不过,东芝转型困难不仅来自于业务本身,公司的财务造假丑闻引发的后遗症更加棘手。一位不愿具名的产业观察家指出,虽然东芝的财务造假受到了政府的处罚,但是其实还有一系列诉讼纠纷需要解决,此次新的财务造假事件,也会让这一系列纠纷恶化,不仅长期影响东芝品牌形象,还会耗费东芝很多精力,拖累转型步伐。

据了解,德盛联资产管理等45家海外机构投资者,以东芝公司财务违规问题导致股价下跌使其蒙受损失为由,向东京地方法院提起诉讼,要求东芝赔偿约166.5亿日元。

北京商报记者 陈维

三星80亿美元重回汽车市场

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)11月14日,三星电子宣布以每股112美元的现金收购哈曼国际,总成交额在80亿美元。如果哈曼国际的股东批准了该交易,这将是三星历史上最大的一次收购。资料显示,哈曼国际是全球著名的高端音响制造商及物联网汽车解决方案领域的企业,产品覆盖互联网汽车解决方案,包括嵌入式信息娱乐、车载信息、互联安全服务等,截至2016年9月30日的过去12个月内,产品销量占据了汽车行业65%。

三星副董事长权五铉表示:“哈曼在技术、产品和解决方案上完美地填补了三星的空缺,双方之间的联合是我们一直追求的汽车发展战略的自然延伸。”据了解,这项收购将会为三星提供HARMAN旗下8000名致力于开拓物联网市场潜力的软件设计师和工程师,此外三星还获得哈曼旗下的行业领导品牌,其中包括Harman Kardon、JBL、Mark Levinson、AKG、Lexicon、Revel和Infinity在内的先进音频系统。在这笔交易关闭之后,哈曼国际将会成为三星旗下的独立子公司运营,并继续由现有团队领导。三星表示将会继续保留哈曼国家的办公场所、工厂设施、总部以及所有的消费级和专业级别的音频品牌。本次交

易预期将会在明年中完成。

业内人士认为,通过此次收购,三星将直接成为全球大型汽车公司的供应商,这也将使得全球汽车供应链重新组合,并且随着移动通信领域和汽车领域的边界进一步模糊,三星也将得以了解更多消费者习惯和需求的变化。

三星收购哈曼国际重回汽车市场。据悉,三星汽车在1998年开始有汽车发售,但很快却遇上亚洲金融风暴,由于三星汽车属于三星集团的非核心业务,很快就被逼“割让出售”;同一时期,其竞争对手大宇汽车最终被通用汽车收购。1998年12月,三星集团与法资汽车集团雷诺汽车谈判,雷诺汽车同意于2000年9月购入三星汽车的70%股权,总价5.12亿美元。

产业观察家洪仕斌指出,三星此举也不排除是转移手机和家电业务的压力。近两个月,三星被Note 7频繁爆炸事件搅得焦头烂额,无奈只能做出停产的决定,除了有超过百亿元的经济损失,爆炸对三星品牌的伤害也让人担忧;随后,三星又对在美国存在安全隐患的约280万台掀盖式洗衣机进行召回,虽然三星强调除北美之外地区出售的洗衣机产品均不受此事件影响,但中国用户似乎并不买账。

Note 7失势 华为Mate 9乘机而入

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)

11月14日,华为发布年度旗舰手机Mate 9系列,部分机型的售价飙升到近万元,远超苹果、三星的主流旗舰机价位。Mate 9在性能、配置方面确实增添了不少亮点,正值三星Note 7停产,市场失势,华为Mate 9乘机而入。

据介绍,华为Mate 9/Mate 9 Pro搭载了麒麟960芯片,拥有ARM Cortex-A73 CPU和Mali-G71八核GPU的芯片。继P9之后,华为再次选择徕卡作为合作伙伴,将Mate 9/Mate 9 Pro搭载与徕卡联合设计的第二代双摄像头,采用1200万像素素彩头镜头与2000万像素黑白镜头组合。

此次Mate 9系列最大的突破在于EMUI 5.0智能感知系统的构建,EMUI 5.0独有的Machine Learning智能感知系统基于人工智能研发,能够确保流畅、高速的用户体验。根据加速模拟日常使用和现实使用情况测试结果,华为Mate 9/Mate 9 Pro可以做到连续使用18个月运行依然流畅。同时,华为还宣布联合阿里巴巴、百度、腾讯、网易四家国内互联网企业,成立安卓绿色联盟,共同推动安卓应用体验提升。

据了解,长期以来,安卓手机用户最大的困扰及痛苦莫过于手机在长时

间使用后出现卡顿的情况,对用户体验造成很大影响。

虽然华为的高端化路线并不是刚刚开始,但像此次一样冲击万元大关的尝试还是首次。华为Mate 9 Pro系列的价格已经高过平常,甚至超过苹果,比如Mate 9 Pro 4GB+64GB版售价4699元,6GB+128GB版售价5299元,而Mate 9 Porsche Design 6GB+256GB(曜石黑)售价达到了8999元,国际版Mate 9保时捷设计全球限量6GB+256GB版更是售价1395欧元,约10430元人民币,跨过了万元大关。

产业观察家洪仕斌认为,华为走如此大跨步的高端化路线,底气来源于全球市场的高速增长。华为消费业务CEO余承东透露,今年上半年,华为海外市场增速达到了中国市场增速的1.6倍,其中,比利时、西班牙等13个欧洲国家的市场份额占比达15%-20%,特别是在500欧元以上高端产品区域品牌效应提升明显。