

· 快讯 ·

## 仁和药房网1680万控股元生堂

北京商报讯(记者 孙麒麟 郭秀娟)12月8日晚间,仁和药业发布公告称,根据旗下子公司仁和药房网(北京)医药科技有限公司(以下简称“仁和药房网”)与山西元生堂医药连锁有限公司(以下简称“元生堂”)相关股东签订股权转让协议书,使用自有资金1680万元收购山西元生堂医药连锁有限公司70%的股权。股权交易完成后,元生堂已更名为仁和药房网(山西)医药科技有限公司。

元生堂成立于1999年,经营范围为消杀用品、日化用品、保健用品、老年用品、计生用品等。仁和药业表示,此次交易主要依托仁和药房网为实施主体对各地终端点的布局是构建仁和药业医药FSC模式的重要一环。仁和药业通过打通线上线下压缩剔除中间环节,扩大仁和药业产品供应链的盈利空间,交易符合该公司整体战略布局。

据了解,仁和药业医药FSC体系包括:一个互联网平台即依托药房网搭建医药在线信息管理平台;两种模式即叮当医药和叮当连锁;三个环节,即囊括品种群整合放大、终端店布局和28分钟快速送药业务。

仁和药房网前身是“药房网”,成立于2005年12月,是我国第一家通过《互联网药品交易服务资格证书》的网上药店。被仁和药业收购后,2016年4月,仁和药房网正式亮相并宣布了未来全新的发展战略,利用三年时间,在全国收购3000家门店作为线下体验店;将继续提供以新药、特药、进口药为核心的高端产品服务;将推出在线解答、远程医疗、陪诊等网上医疗健康服务为核心的项目。

## 步步高否认奇虎360曲线参股

北京商报讯(记者 陈维)12月8日,步步高商业连锁股份有限公司(以下简称“步步高”)发布公告,否认奇虎360曲线参股步步高。此前,步步高公告以14.72元/股的价格,非公开发行8492万股,募资12.5亿元。而按照步步高非公公开发行股票发行情况报告书显示,新沃基金管理有限公司运用5亿元参与申购,本次发行后位列上市公司第四大股东。

根据证监会公布的基金公司设立审批信息显示,奇虎360通过旗下子公司北京奇付通科技有限公司参股设立新沃基金管理有限公司,占股30%。进而解读为奇虎360曲线参股步步高。

对此,步步高方面表示,根据奇虎360公司来函,北京奇虎科技有限公司(包括北京奇付通科技有限公司)与新沃基金没有股权关系,并不存在曲线参股情况。

与此同时,步步高也披露高管减持信息,称收到股东钟永利减持股份的通知,钟永利于2016年10月31日-12月7日通过深圳证券交易所证券交易系统减持了其持有公司无限售条件流通股7590340股,占公司总股本的0.9744%。

据了解,钟永利减持的股份来源于其通过公司发行股份及支付现金购买南城百货资产所认购的公司股份。自2014年5月23日披露《简式权益变动报告书》起至本公告日止,钟永利及其一致行动人钟永塔、吴丽君累计减持公司股份比例为1.5679%。钟永塔、吴丽君减持的股份亦来源于其通过公司发行股份及支付现金购买南城百货资产所分别认购的公司股份。

(上接1版)

## “固执”的星巴克为什么变了

对此,星巴克方面表示,移动支付只是此次与微信合作的内容之一,在此之前,星巴克也曾开通了Apple Pay及Samsung Pay,另外,星巴克还为会员用户开通了移动支付入口,通过星巴克App实现。

星巴克相关负责人表示,虽然星巴克目前星巴克还未与支付宝达成合作,但是星巴克与阿里巴巴在其他业务方面一直保持着良好的合作关系,包括开设天猫旗舰店等,而未来双方是否会移动支付方面合作也未可知。

张毅也表示,星巴克之前没有开放对国内第三方支付应用的接口主要原因也许在于法律风险,由于星巴克是美国公司,一些方面与中国法律法规有差异,存在较真的问题。微信支付打开了突破口,这也说明支付宝正在路上。

值得注意的是,星巴克方面着重强调,此次与微信合作中的社交礼品体验的内容,这似乎也是星巴克首先开通微信支付的主要原因。星巴克进入中国市场多年,在实体店的扩张方面具备较大优势,相比之下鲜少看到星巴克在互联网领域的作为,除了移动支付领域,星巴克在外卖方面的“保守”已然成为不少国内创业者的商机,通过代购星巴克外卖的方式,赚取服务费的平台不胜枚举。

## 双向布局 星巴克不得不变

无论是星巴克还是星巴克中国,最近频繁的人事变动以及未来发展计划的公布,都透露出星巴克加速布局互联网以及高端市场的决心,并且计划在五年内使中国市场的星巴克门店数量实现翻倍。如今,星巴克与微信达成战略合作,也暗示着星巴克将加快在互联网领域的布局。对此,有业内人士认为,星巴克线上、线下的双向布局,很可能是为了与国内正在兴起的其他咖啡品牌进行差异化竞争的表现。

该业内人士认为,星巴克近来在线上 and 线下都表现十分活跃,这与星巴克以及星巴克中国最近的人事变动不无关系。而此次,星巴克开通微信支付,主要是为了提升用户体验,留住更多消费者。星巴克“中杯门”事件,让在国内咖啡市场占据一定地位的星巴克在提升消费者体验方面颇受质疑,因此星巴克急需通过某种变革式的创新重新得到消费者的信任。

此外,星巴克与肯德基、麦当劳两大西式快餐品牌在咖啡领域的竞争越发白热化,星巴克此举也是为了能够弥补自身在移动支付领域以及线上营销方面的短板。

相比之前“固执”的星巴克,肯德基和麦当劳无论是线上还是线下都已经积累了一定的资源和运营经验,也更加了解国内消费者的需求。

如今,肯德基、麦当劳均已上线现磨咖啡产品,相比于星巴克一直坚守的中高端定位,肯德基和麦当劳的咖啡产品具有更强的价格优势,并且二者在已有门店的基础上,生产期间几乎天天停电,日常供水量不足40吨,难以满足生产需求。种植园地的选择也同样

离场六年,谷歌“回归”的猜测却从未没断过。12月8日,谷歌中国开发者大会在京举行,同时正式上线了谷歌中国开发者网站(Google Developers),这一次,谷歌仍未对返华做出表态,但拉拢中国广大的开发者人群可谓意味深长。

## 迎合开发者

五年之后再次来到中国召开大规模的开发大会,谷歌“开门见山”,表达了对中国日益成长的开发者力量的赞赏,也道出了互动的需求,“谷歌想知道中国的开发者需要什么”,谷歌大中华区总裁石博盟(Scott Beaumont)直言。他表示,过去两年,中国游戏以及娱乐应用开发者在安卓平台上的收入增幅已经达到了150%,中国开发者已成为全球开发者社区中不可或缺的一部分,但他同时为中国安卓用户通过第三方软件下载应用的事实感到一丝遗憾。

石博盟表示,虽然不能充当应用分发平台,但当前中国市场之于谷歌定位就是服务于中国开发者与企业,谷歌将为个体开发者和企业提供基于安卓系统进行研发的服务以及全球推广海外宣发的服务,帮助开发者更好地融入安卓生态系统。为了迎合中国开发者的需求,谷歌还推出了专门的中国开发者网页以及微信公众号,通过这些“接地气”的途径为开发者学习包括Android、Firebase等谷歌最新技术资讯提供帮助。

根据谷歌介绍,正式上线的谷歌中国开发者网站(Google Developers)地址为developers.google.cn,中国用户可直接访问。Google Developers中国网站汇集了Google为全球开发者所提供的开发技术资源,包括API文档、开发案例、技术培训的视频,并涵盖了Android Studio、安卓最新版SDK等最新安卓开发资源。此外,借助Google Play,开发者可以接触和服务全球

## Special focus

## 爱立信提前实施3900人裁员计划

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)12月8日,爱立信宣布,该公司已提前在瑞典实施裁员计划,这将使得今年产生的重组费用高于之前的预期。爱立信透露,作为该裁员计划的一部分,到目前为止已有1600名员工主动离职,此次裁员完成后,爱立信目前还没有进一步在瑞典裁员的计划。

据了解,在爱立信首批公布的裁员计划中,位于瑞典Kumla和Bors工厂影响最大,共裁员820人。其中,Bors将裁员460人,但一个新的物流和软件业务有望解决其中175人就业。Kumla工厂目前雇佣420人,360个岗位将被削减,其余60人将用于5G发展业务。

今年10月初,爱立信宣布将在瑞典裁员约3900人。其中约3000人来自制造、研发和其他部门,另外900人为咨询人员,由于已提前实施该裁员计划,导致爱立信今年的重组成本将达到55亿-65亿瑞典克朗(约合6.06亿-7.17亿美元),高于之前预期的40亿-50亿瑞典克朗,与此同时,2017年的成本将相应减少。爱

立信表示,至于今年的具体重组成本,要等到明年1月才能公布。

在通信设备行业,爱立信不复当年之勇,2013年,爱立信的业务被华为反超,丢掉了五大通信设备商(爱立信、华为、思科、中兴、诺基亚/阿尔卡特朗讯)榜首的位置,其中,华为依靠大力度的研发、专利积累以及性价比优势,不断在全球电信设备市场扩大份额,近年来对于爱立信的威胁也日益加大。2016年以来,爱立信的股价已经下跌了将近25%,原CEO卫翰斯抱憾卸任。爱立信已经宣布,公司董事会任命阿里巴巴董事贝里·埃克霍姆为公司总裁兼CEO。埃克霍姆将于2017年1月16日正式上任。

近期,爱立信也深陷贿赂丑闻中。日前,有消息称,爱立信为获取大批量订单与合同,曾在上世纪90年代至本世纪初向一些国家领导人行贿,其中包括哥斯达黎加前总统罗德里格斯。消息称,1999年秋,爱立信向巴拿马的一个银行账户汇入250万瑞典克

## 农夫山泉果汁工厂欲三年内扭亏

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)推出首款NFC果汁17.5°后,农夫山泉要在上游产业链发力。12月8日,农夫山泉举行17.5°橙新闻发布会。农夫山泉董事长钟睺眙表示,今年农夫山泉该工厂仍会面临亏损,只有在年产量达到10万吨的时候才能止亏。农夫山泉董秘周力在接受北京商报记者采访时表示,今年农夫山泉工厂产量能达到5万吨,随着销售情况好转,市场需求量提升,农夫山泉预计在三年内实现扭亏。

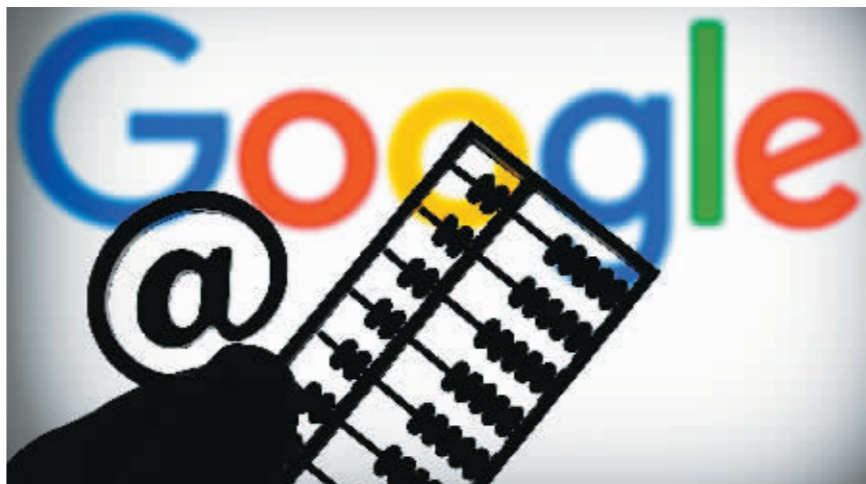
饮料商布局上游所遇到的困难并不只一个,农夫山泉方面表示正在积极应对。首先,农夫山泉在未来需要解决生产周期的问题。美国等地的橙子产品生产周期为4-6个月,我国目前生产周期仅有40天。橙子较短的生产周期意味着工厂面临原材料缺乏的局面,闲置时间较长,对于果汁生产将产生不小影响。同时,病虫害一直是农业发展所头疼的问题,黄龙病作为柑橘的“头号杀手”,是全世界柑橘产业所面临的共同挑战。

实际操作过程中,首先是脐橙榨汁问题,在工厂建好后,农夫山泉才发现,原来纽绿脐橙根本无法榨汁,这是当时全世界农产品加工行业公认的“禁区”。周力介绍,“脐橙里含有大量的柠檬苦素前体物质,一旦加工就会转化成柠檬苦素。柠檬苦素虽然对人体有益,但却有浓重苦味,大部分消费者不能接受”。

同时,由于对当地缺乏足够了解,农夫山泉早期工厂选址出现了失误。偏远的厂区一直受水电问题困扰,生产期间几乎天天停电,日常供水量不足40吨,难以满足生产需求。种植园地的选择也同样

## 拉拢中国开发者

## 谷歌返华“从长计议”



190余个国家和地区的超10亿安卓用户。2017年开始,Google Developers Agency Program也将向中国软件开发代理商开放,这意味着中国开发者可以更方便地获取技术和资源。“希望和中国有更多互动”,石博盟强调。

## 后发难制人

谷歌全球产品总监Ben Galbraith称,Google Play(谷歌应用商店)目前在全球已经实现了超过650亿的应用下载量。然而,谷歌的“老对手”苹果公司CEO蒂姆·库克今年9月就曾宣布,App Store(苹果应用商店)的下载量已达到1400亿,谷歌只能望其项背。值得注意的是,为App Store创造巨大下载量贡献的应用中,很大一部分来自中国。

作为全球最为普及的两大移动操作系统旗下的应用分发平台,下载量相差悬殊也带来收入上的差距。来自移动应用平台App Annie的数据报告显示,苹果公司App Store应用商店的全球收入比Google Play高出80%之多,中国市场的缺口成为不得不谈的话题。

全球92%的用户会选择使用移动设

备上网,而作为移动互联网业务发展最为迅猛的国家之一,中国人均App下载量已快速攀升至世界第五位,潜力有目共睹。石博盟以2016年“双11”为例,“当天83%的成交量是由移动端完成,而这是美国市场无法企及的”。

谷歌对中国应用分发市场的期待有目共睹,从去年开始就不断有声音传出谷歌应用商店在为进入中国市场做准备,对此持肯定态度的业内专家认为谷歌必然难以放弃这块创收蛋糕。艾媒咨询董事长张毅对此却并不看好:“对于谷歌应用商店来说,即使短期内能够使谷歌操作系统回到中国市场,谷歌也很难实现应用分发收益上的反超。”他分析称,虽然苹果目前也处于市场瓶颈期,但苹果应用分发的全球市场份额仍然很难被动摇。同时,在中国市场,不管谷歌是否再度卷土重来,目前的第三方应用分发平台和手机厂商已经牢牢握住了第一入口,谷歌很难从这些本土竞争者口中尝到甜头。

## 返华仍无期

苹果在中国市场的“大发横财”,必然

会让同为全球互联网巨头的谷歌心生艳羡。去年,与华为合作手机、服务器再入内地、Google Play酝酿入华等消息不断传出,虽然无疾而终,但是频繁的消息传播也是积极态度的一种体现。然而,此次开发者大会上,谷歌方面高管再次回避了“返华”的问题。

张毅分析称,谷歌此次大规模召开开发者大会或许只是一次预热而非非加速返华进程的表现,实际意义不大。谷歌拉拢开发者的做法也是参考苹果应用商店这一样本,谷歌只是释放出对接中国开发者的信号。“反观开发者,谷歌的橄榄枝也许并没有太大意义,毕竟对于开发者来说,开发的应用放在任何有价值的应用商店上都没有太大区别,不管是否寻求海外商机,大多数开发者还是本着中国网落地的。”

另外,谷歌的优势在于系统与应用的整合,这就意味着,如果搜索、Gmail、地图等核心业务在中国市场没有地位,谷歌应用商店作为正统应用分发平台抢占安卓用户的市场也会比较艰难,只能依靠与中国厂商、开发商等加强合作关系的方式去实现。因此,能否返华和何时返华的问题都将被现实拉得更久远。

搜索业务在2010年淡出中国后,谷歌却并不甘心被遗忘。一方面,从开发者入手布局中国,另一方面,谷歌的广告业务也从未放弃在中国市场中的扩张。7月8日,Google AdWords(谷歌关键词广告)深圳体验中心正式营业。此前,体验中心已在郑州、常州、青岛、南京等十多个城市陆续落地。按照谷歌的计划,未来一两年内,这样的体验中心还会在中国其他城市增开5-10家。此前,谷歌中国方面还表示决心要成为谷歌公司广告业务全球前十位市场。正如张毅所言,也许谷歌现在最需要做的是不让中国网民忘记它的品牌,其他的都需要从长计议。

北京商报记者 姜红

## 苹果诉北京知识产权局开庭

北京商报讯(记者 陈维)苹果公司起诉北京知识产权局,要求撤销苹果iPhone 6侵权佰利100C手机判决的案件,已于12月7日正式开庭,经过近7个小时的审理,法院宣布休庭,该案将择期宣判。

2014年底,佰利公司以北京中复电讯设备有限公司(为苹果公司的代理销售公司,以下简称“中复公司”)以及下属门店许诺销售和销售的iPhone 6、iPhone 6 Plus两款手机的外观设计侵犯了其专利权为由,向北京市知识产权局提出处理请求,要求责令停止上述许诺销售和销售行为。

佰利公司向北京知识产权局提出,该公司是专利号为ZL201430009113.9、名称为“手机(100C)”的外观设计专利的专利权人。佰利公司认为,中复公司下属门店许诺销售和销售的iPhone 6和iPhone 6 Plus两款手机的外观设计侵犯了自己所享有的权利,请求北京市知识产权局责令苹果公司和中复公司停止上述许诺销售和销售行为。

2016年5月10日,北京市知识产权局依据《专利行政执法办法》审理后,做出一份《专利侵权纠纷处理决定书》。北京市知识产权局认为,经过比对,被控侵权产品与涉案专利虽存在一系列差别,但均属于一般消费者难以注意到的微小差异,应当认定被控侵权产品与涉案专利无显著区别,落入涉案专利的保护范围。北京知识产权局依据专利法规定,责令苹果公司停止销售,中复公司停止许诺销售和销售的被控侵权产品。

苹果公司和中复公司不服,向北京知识产权法院提起诉讼。两公司认为,被控侵权产品与涉案专利存在众多显著区别,同时也不具有涉案专利区别于现有设计的“设计要点”,两者既不相同也不近似,且专利权人在另案诉讼的专利无效复审行政诉讼中的主张有悖于本案的相关意见。苹果公司、中复公司请求法院依法撤销该决定书,同时要求宣告被控侵权产品未落入涉案专利权的保护范围。