

(上接1版)

“3·15”又来 谁屡教不改

时隔一年,北京商报记者联系上述两家企业后发现,瓷都忠诚医疗已经倒闭,北口义齿电话一直处于无人接听状态。

曾在瓷都忠诚医疗工作的王先生向北京商报记者表示,瓷都忠诚医疗已经不存在了。“瓷都忠诚医疗已经停产,工作人员全部解散,在法律主体还能查到这个企业,但实体企业已经不存在,企业原有场地已经拆迁。”

上述王先生表示,央视曝光后整个假牙制造行业大洗牌,政府部门加大整改力度,企业有所忌惮。另外,审批门槛越来越高,政府部门对生产厂房、环境以及经营环境都有了更加严格的要求。

在电信领域,去年“3·15”晚会揭露了大量手机用户被莫名扣费的现象,在使用一款专门为抢购火车票而设计的应用程序过程中,失误操作会被扣除增值服务费。技术人员发现,软件内置了一个插件,才使手机上出现了包含恶意扣费程序的广告弹窗,这些广告的数据都来自于一个叫DDAPP.CN的域名,这个域名就是道有道科技公司注册的。借助这个插件,道有道科技公司为一些带有色情意味的扣费软件做推广。

通过一年的整治,道有道公司分别被北京市通信管理局、北京工商行政管理局海淀分局和北京工商行政管理局朝阳分局处以罚款,并且自“3·15”之后,连续发布了20份停牌进展公告,2017年1月,道有道宣布该事件的影响已消除,不过,直到现在该公司仍未复牌。

待解 保健品痼疾依旧

尽管“3·15”确实对各种经济业态的发展起到了肃清的作用,但是也并非一洗百清的“万金油”。北京商报记者调查发现,针对保健品和互联网领域,去年“3·15”中提到的问题依然存在。免费WiFi已连续两年被认定为央视“3·15”晚会的“座上客”。根据2015年及2016年“3·15”晚会的显示,黑WiFi可以收集用户在自己使用的各种App上的下单信息和消费记录,甚至详细到电话号码、家庭住址、身份证号等。

又一年过去了,黑WiFi仍然猖獗,北京商报记者通过腾讯风险WiFi检测系统进行检测的结果显示,仅北京市的风险WiFi总数量就超过了57474个,危险等级位居前三的地点是:北京西站周边、亮马桥地铁站附近、百荣世贸商城附近。腾讯手机管家安全专家杨波提醒称,用户需要谨慎使用公共场合的WiFi热点。避免在连接公共WiFi的情况下进行网络购物和网银操作,以防如银行卡密码等重要个人隐私信息遭到泄露。

同样的失序问题在网络订餐平台和网购平台上也依然存在。在近期开展的网络订餐企业监管活动中,食药监局相关负责人表示,自去年“3·15”北京出台《北京市网络食品经营监督管理办法(试行)》后,经过一年的治理,北京地区网络店铺信息公示率有较大提升。但他也表示,仍存在个别无证餐饮,以及餐饮店铺超范围经营凉菜等问题,这也证明网络订餐平台依然存在把关不严的问题。

此外,在去年的“3·15”晚会上,淘宝网、大众点评、美丽说等多个平台上存在的刷单行为被曝光,同时被揪出的还有背后的黑色产业链。内容公开后,上述三大电商平台先后表明了对刷单行为的零容忍态度,在过去一年中,也分别通过联手第三方调查机构,组建诚信联盟等方式开展打击刷单行为的工作。但也可以注意到,行业中各大平台上存在的刷单问题仍有待进一步消解。

门店缩水 VERTU进退两难

奢侈手机VERTU五年内第三次被转手。作为诺基亚打入奢侈品市场的武器,VERTU以高超的工艺和昂贵的材质出名,沦落到如此境地与其不断亏损的业绩脱不开干系,随着中低端市场饱和,国内手机厂商纷纷进军高端市场,华而不实的VERTU陷入进退两难的局面。

三度易主

信息显示,VERTU此次的收购者为土耳其商人哈坎·乌赞(Hakan Uzan)旗下的投资公司Baferton,交易金额为5000万英镑(约合6100万美元)。北京商报记者拨打VERTU官网上的联系电话对收购消息进行求证,但电话一直未能接通。

这并不是VERTU第一次被转卖,在五年内,该公司已经被转手三次,公司价值也缩水至不到原来的1/3。虽然几度易手,但VERTU多年来在全球市场的布局一直偏爱中国市场,2011年的一份统计数据,当时VERTU在全球拥有80多家专卖店,在中国有38家,该公司在全球市场的销量排名为大中华区、西欧、东欧和中东;2015年,VERTU在中国的门店数量已经上升到了50家,仅上海地区就有5家,除一线城市外,国内二三线城市商场里能找到VERTU的身影,不过,该品牌在英国和美国各只有区区3家门店,日本此前仅有的3家门店也已关闭。

资料显示,VERTU是诺基亚于1998年在英国创立的子品牌,当时试图开辟一个奢侈手机的市场,以用昂贵材料制造手机而闻名,2002年推出第一款手机。由于诺基亚在智能手机时代逐渐衰落,VERTU在2012年被母公司转手卖给了瑞典私募股权机构EQT VI,当时的交易价约为1.75亿英镑,不过诺基亚仍保留了VERTU 10%的股份。2015年,接盘VERTU三年的EQT又将这家奢侈手机公司卖给了位于香港的戈丁控股(Godin Holdings),当时的收购价并未对外公布。

据了解,收购VERTU的哈坎·乌赞是著名鼎鼎的乌赞家族成员,该家族如今在土耳其颇具实力,掌管着Uzan Group集团,旗下资产包括一家银行、几座发电厂、几家广播公司和一家名为Telsim的移动通信运营商。

值得一提的是,乌赞家族的Uzan



Group集团与VERTU曾经的母公司诺基亚另有渊源。Telsim成立于1994年,诺基亚和摩托罗拉两家移动通讯巨头曾联合对该公司注资,但好景不长,2001年Telsim遇到了财政困难,27亿美元的贷款打水漂,乌赞家族因违反贷款规则被诺基亚起诉,并赔偿了数十亿美元。如今,一度“对簿公堂”的“冤家”完成了该笔交易。

奢侈定位

北京商报记者调查了解到,目前VERTU的手机价格体系分为三个等级:入门级Aster系列售价4.6万-8.3万元,中端Signature Touch系列售价为6.9万-14.6万元,并搭载安卓系统。不过,仍旧搭载塞班系统的Signature签名系列卖得最贵,售价10.3万-67.2万元,甚至有部分手机价格达到90万-200万元,私人定制的价格更是上不封顶。除了手机,VERTU专卖店还出售手机壳和钱包,标价都在几千元。

天价VERTU手机以复杂工艺、高档材料和24小时服务出名。据介绍,在VERTU超过400个组件中,有名贵的钻石、黄金、珠宝、法拉利材料,硬度相当于不锈钢2倍的太空金属,每一件都是纯手工加工组装。VERTU手机的壳壳材质也全都是高档材料,有小牛皮、蜥蜴皮、鳄鱼皮几种可供挑选。在东方新天地的VERTU专柜,工作人员向北京商报记者介绍了一款售价为4.6万元,为女性定制的手机,该产品的壳壳材质是鸵鸟皮,另一款全身由18K金覆盖的手机售价为30.5万元。

此外,VERTU推出管家服务,用户只要按下手机上的客户专键,手机便会直接连接到VERTU的24小时服务总台,不论用户想要手机服务资料,或者是交通、娱乐、饮食、酒店等各方的资讯问题,都会有专人为其解答疑难,该服务遍及全世界各大城市。

关于VERTU的目标群体,VERTU工作人员介绍,购买VERTU手机的顾客以30岁以上的商务人士居多,他们有足够的经济实力,也有配备一部奢侈品手机的需要,同样为了满足富豪阶层显示身份的需要,在货源补充上,VERTU产品备货也有一定限制。在东方新天地专柜,店员告诉北京商报记者,售价在3万多元也就是价格最便宜的一款VERTU手机已经卖完,并且以后将不再补充货源。

尽管制作工艺高人一筹,但VERTU的手机实用功能却并不那么出彩,在很长一段时间内,该品牌在功能和配置方面都比市场慢几拍。2010年,VERTU由塞班系统改为安卓系统,2011年发布首款触摸屏手机。与当下主流智能手机快速更新换代相比进度缓慢。

价格“奢侈”的VERTU,售后成本惊人。有消费者称,花15.3万元买的VERTU手机,一年内光修理费就花了2万多元。第一次维修是因为上下键按键的问题,只能向下翻,不能往上翻,前往专卖店进行维修被告知要出6000多元,并承诺保修一年。但修好后没多久,又出现了同样问题,再次维修时却被店员告知,必须

要把键盘整体换掉,再包括上下键修复,共需要花费1.5万元左右。

进退两难

当下,发力高端市场,成为各大手机品牌的主要发展方向。定位高端的VERTU曾被看做前途无量,但如今已变成烫手山芋。在产业观察家洪仕斌看来,VERTU难以给接盘者可观的盈利,甚至会拖累企业。数据显示,2014年VERTU的销售额只有1.1亿英镑,净亏损达到了5300万英镑。

在销量上,VERTU的表现也并不亮眼。从品牌成立之初到2015年,VERTU共计在全球卖出45万台手机,销量约为3万台/年。“虽然VERTU价格更高,利润也高出普通手机几十倍甚至几百倍,但就畅销手机一年几千万甚至上亿部销量来说,VERTU的业绩还是差了很多。”洪仕斌坦言。

VERTU一直倚仗的中国市场也没有逃脱渠道缩水的遭遇。有不愿具名行业人士透露,VERTU此前在中国市场经历了一轮关店潮,尤其是二三线城市。北京商报记者在VERTU官网上查询到,该公司在中国市场目前有40家店,较之2015年的50家减少了10家。其中在北京地区,VERTU有4家直营门店,分别位于燕莎友谊商城、东方广场、金宝汇购物中心和北京SKP。

哈坎·乌赞对VERTU的未来信心十足,他表示:“VERTU拥有强大的品牌影响力,市场定位很明确。我期待与团队合作并提供资金支持,使VERTU重新焕发最大潜力。”但VERTU未来的前景未必会如哈坎·乌赞想象得那般好,在洪仕斌看来,中低端手机的市场格局已经基本定型,市场也趋于饱和,近两年以及未来几年,手机厂商都会瞄准市场空间还相对较大的高端市场,以手机性能来说,VERTU确实很难竞争得过其他企业。

“喜欢VERTU手机的用户更多是出于一种收藏的初衷,但目前VERTU的收藏价值正在降低。在智能机大行其道的今天,VERTU的设计感在其拥趸眼中变得落伍,甚至丧失潮流感,Vertu多年来也与时尚科技无关,被视为‘暴发户’的玩物,它的品牌形象亟待改善。”行业人士说。

北京商报记者 孙麒麟 石飞月/文并摄



京都念慈菴

全球流行音乐金榜 GLOBAL CHINESE GOLDEN CHART

引领音乐新指标 全世界华人都在听

A grid of logos for various media partners and sponsors, including CNR, MSiC, and various radio stations and networks.



敬请关注:音乐之声微博 微信公众号、音乐之声 APP