

· 聚焦“3·15” ·

互动百科成虚假广告“老巢”

北京商报讯(记者 姜红)央视“3·15”晚会第一枪开向百科网站互动百科,互动百科网号称“全球最大的中文百科网站,领先的社会化知识媒体平台,为数亿中文用户免费提供海量、全面、及时的百科信息”。经调查发现,互动百科上有些“来历不明”的词条,背后隐藏着百科网站商业化的秘密。

据报道,互动百科上“极藻5S”词条,称含有“真核盐藻、极地虫草”等五大稀缺成分,被誉为神丹妙药,不仅能够“美容壮阳”,甚至还能明显抑制肿瘤生长。产品见证中,一位肝癌患者服用“极藻5S”仅仅7天,癌细胞就不见了。不过,如此神奇的产品国家食品药品监督管理总局网站上却查不到任何相关信息。另外,互动百科上还有大量的医疗机构以及行业名人词条,但经调查不属实。

在互动百科上可以免费创建词条,但据互动百科工作人员表示,一些特殊的百科词条具有广告性质,需要联系付费部门申请推广付费。这些经过付费后再申请的词条,无论是否存在,都可以被收录到互动百科网站。互动百科同时还可以提供相关资质手续协助办理。

“三无”科视视光借体检盗信息

北京商报讯(记者 孙麒麟 郭秀娟)央视“3·15”晚会曝出郑州市科视视光技术有限公司(以下简称“科视视光”)角膜塑形镜背后不为人知的秘密。

按照教育部与卫生部制定的《中小学生健康体检管理办法》明确规定,体检机构必须是持有有效的《医疗机构执业许可证》、由政府举办的公立性医疗机构。

据报道,由销售角膜塑形镜的科视视光和民营医院黄河科技学院附属医院组成的一支无资质、无医学背景、无认证的“三无体检队”进入郑州、开封、焦作等城市的几百所中小学进行体检,要求体检的学生填写“视力异常登记表”获取个人信息,截止到目前已获得13.4万条学生信息。信息获取后科视视光谎称为郑州市中小学近视防治中心,骗取家长信任。在没有医疗机构执业许可证,没有眼科医生的情况下进行角膜塑形镜验配。科视视光所销售的“欧几里得”角膜塑形镜是一种用来矫治屈光不正的医疗器械,验配不合格或致角膜上皮脱落,严重可引发角膜感染。

另类“瘦肉精”卷土重来

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)2011年,“瘦肉精”被曝光后,政府部门制定了严格的添加剂使用规范,也加大了对饲料非法添加剂的整治力度。央视“3·15”晚会曝光的一段调查令人心惊。一些饲料企业瞒天过海地往饲料中非法添加各种“禁药”,且这种现象并非个例。

据报道,江苏远方中汇生物科技有限公司生产的“造肉一号”、山东成武旺泰饲料有限公司生产的“速肥肽”、郑州百瑞动物药业公司的主打产品“厚祺峥重”、河南漯河宇信科技有限公司的主打产品“日长三斤”均在列。饲料违规添加禁用西药,能使饲养的动物像吃酣睡猛长,但抗生素在肉里有残留,人吃了这种肉以后,或产生“耐药性”。长远地来说,它可能会让某种病菌、病毒产生耐药性,导致整个人都无法再有效抵御疾病。

中超“天价病”只能市场治

政策干预还是市场调节,这道 To be or not to be 的天价球员问题,新任国家体育总局局长苟仲文给出了答案。他谴责投资足球“有钱任性”,国家体育总局将拿出监管的“指挥棒”。的确,中国足球产业不能拥有扭曲的市场,但体育产业链附加值创造依赖于赛事观赏性以及成绩,如果说天价球员是市场需求助推的结果,那么通过监管干预能恢复足球产业一个纯粹的局面吗?

监管大棒

钱够多,也足够疯狂,这是中国足球转会市场的特有现象。自地产商进入足球领域以来,金主挥金程度令全球唏嘘。

根据体坛+统计,2017赛季,中超外援转会费用及薪水全部突破历史最高。上海市上港以6000万欧元从切尔西引进巴西国脚中场奥斯卡,刷新中超历史转会费纪录,同时也让“小金人”成为2016-2017赛季世界足坛的冬季标王;特维斯以3198万英镑天价年薪,压倒C·罗成为世界年薪最高球员,而球员高薪榜前8位有5人来自中超。

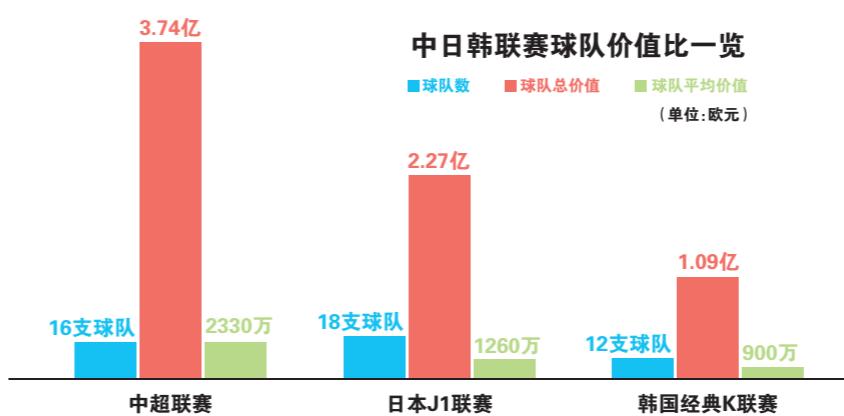
针对转会费动辄上亿元的中超球员转会问题,苟仲文认为,天价球员是投资足球的人“有钱任性”造成的现象,意在商业不是足球,体育总局会对此保持高度警惕,会有更严格的监管措施,同时也谴责不利于足球发展的行为。

行业发展与市场表现总是相辅相成,在2002年世界杯后,中国足球表现低迷,有实力的球员屈指可数。当成绩成为振兴足球的第一诉求前提时,高薪聘请外援成为不差钱俱乐部突围的捷径。从今日各家俱乐部金主背景来看,恒大、绿地、华夏幸福、中赫等财力雄厚的开发商让中超成为“地主”天下,也同步进入烧钱时刻。

资金注入势必会带来新起色。体奥动力以80亿元代价成为2016-2020赛季中超公共信号制作及版权合作伙伴;中超图片来源开发从“0收益”到“三年1800万元”。与此同时,各类赞助收入水涨船高,每家俱乐部分红接近亿元,但与迅速增长的支出相比仍是杯水车薪。中超俱乐部收支严重失衡。

足球市场变形

天价球员争议之一是高价格与所创



成绩不匹配。北京大学国家发展研究院体育商学院院长易剑东表示,足球不依靠赛事转播,冠名,赞助自身造血,利益来源于非足球产业带来的资金,这本就是对市场的扭曲,高价球员的能力水平贡献需与经济价值匹配。

在易剑东看来,职业体育需要规范化发展,也的确需要有监管之手。如何来管,可以参考借鉴欧足联财政公平法案,设置薪资封顶、缴纳奢侈税等控制,具体实施层面需要加以“中国特色”,征求各方意见,组建专家委员会评估等。易剑东表示,体育产业需要有稳固竞争性平衡基础上的共生机制。

实际上,时至今日中国足球变形发展与政治、政策等各类因素搅动密切相关。众多行业分析都指出,中国足球已背离了体育最原始的初衷,不仅是企业赢得资本、政策支持的砝码,还成为专业运动员提高收入的筹码。

从地产商纷纷进入足球领域可见一斑。资深媒体人皮皮认为,开发商投资足球更多是利益交换,很多地方把足球当成地方城市的名片。地方政府在土地转让上与开发商有一些合作,基本上能补足亏空。在中国足球俱乐部多数赔钱。

平衡引援资金与球队战绩关系是摆在每个球队老总面前最现实的问题。在地产市场中,开发商计较每一分投入所赚得的利益,如何从中超中赚钱也考验着他们。

以最为成功的广州恒大淘宝为例,2014年,一线球员和教练的工资奖金达

到5.75亿元,人均接近2000万元;从2010-2015年,在引进球员上花费8.2亿元,累计亏损18亿元。2016年,广州恒大淘宝足球俱乐部(股票代码:834338)在新三板正式挂牌上市,以恒大淘宝融资前3.75亿股股本计算,这意味着融前估值高达150亿元。

据不完全统计,恒大淘宝最近五年至少花了8.2亿元用于引进球员,其中国内球员转会至少花费2.1亿元,国外球员引进至少花费6.1亿元。2016年,仅为引进三位巴西外援,恒大淘宝就花去4000万欧元,折合人民币约2.7亿元。其中保利用尼奥、阿兰和高拉特的转会费分别是1400万欧元、1100万欧元和1500万欧元。除了转会费,球员年薪也颇为可观。高拉特年薪400万欧元,约2688万元人民币,相当于每周进帐51万元人民币。新签约的热刺后腰保利尼奥年薪更是达到700万欧元,周薪达约87万元人民币。

分析认为,在入不敷出的情况下,中超俱乐部维持运营过度依赖于俱乐部投资人注资。一旦投资人停止注资,俱乐部就会立即陷入财政危机。这种不可持续的发展模式,存在极大风险。

成败在市场

从中超冠名权无人问津、收入一塌糊涂,到2017赛季中超总费用冲击16亿元,商业层面的中超已腾飞。据了解,2016年现行赞助商架构包含1家冠名商、7家合作伙伴和2家供应商。2017年中超联赛赞助商,已确定嘉士伯和雷曼不再继续合作;

壳牌则与中超继续加强合作,从官方供应商升级为官方合作伙伴,同时,中超联赛成功引入两家新的官方供应商:百岁山(官方饮用水)、艾比森(官方LED显示屏)。在此基础上,中超公司还将利用现有广告资源进一步增加1-2家官方合作伙伴和12家官方供应商。

中超带来的商业价值、曝光率等或许已大于赞助商的现金赞助。商业层面的溢价价值以及诸多层面的关联效应或许给了俱乐部投资人底气和信心。根据体坛+统计,2017赛季,又有6名球员的身价突破1500万欧元,均跻身世界足坛冬季转会期引援身价的前13位,占据近一半。前5名分别是河北华夏幸福引进赵宇豪(1780万欧元)、天津权健引进帕托(1800万欧元)、天津权健引进维特塞尔(2000万欧元)、河北华夏幸福引进张呈栋(2044万欧元)、长春亚泰引进伊格哈洛(2330万欧元),当所有人认为巴黎圣日耳曼“吃进”德国国脚德拉克斯勒的4000万欧元将成为冬窗标王价时,上港又出手砸出6000万欧元天价,从切尔西拿下奥斯卡。

职业足球本就有痼疾所在,即便是发展成熟的欧洲五大联赛也经历过“黑暗”时期。据了解,为了尽快提高成绩,欧洲俱乐部也曾在引援上大把花钱,结果负债高筑。安郅、马拉加在投资人撤资后迅速陷入危机,朴茨茅斯因为难以承担球员高额的薪水成为英超历史上第一家破产的俱乐部。据欧足联2011年的数据显示,欧洲第一级别联赛55%的俱乐部亏损,38%的俱乐部是资产负债。

易剑东表示,国内足球发展实际有所借鉴,避免走很多弯路,但却一直未能下决心改变。易剑东建议,根据欧洲的经验教训和自身的现状,中超有必要推出自己的“财政公平法案”。资深媒体人颜强认为,“天价球员”出现是市场化的结果,如果政策干预会对市场化发展带来干扰。中国足球水平提升,球员谈判也就有了砝码,溢价也就自然降低。

任何行业想要有可持续发展都需创造出盈利的市场环境,不可否认,国球足球市场需要改变,或许全球任何国家的足球产业都难以做到绝对纯粹,但在需要公平的体育行业中,需要相对纯粹。

北京商报记者 刘宇/文 王飞/制表



新供给 新生态 新机遇

2016年度(第十二届)北京十大商业品牌榜单

2016年度北京十大商业品牌金奖

(连续三年当选“北京十大商业品牌”,第四年再度当选升级为年度“北京十大商业品牌金奖”)

- 1.北京稻香村
- 5.金源新燕莎MALL
- 9.全聚德
- 13.呷哺呷哺
- 2.菜百首饰
- 6.京东
- 10.味多美
- 14.新发地
- 3.超市发
- 7.居然之家
- 11.吴裕泰
- 15.燕莎奥特莱斯购物中心
- 4.翠微股份
- 8.眉州东坡酒楼
- 12.西单大悦城
- 16.张一元

2016年度(第十二届)北京十大商业品牌评选榜单正式出炉。该活动由北京日报报业集团、北京市商业联合会主办,经历了为期4个多月的评选过程,通过商业领域专家的数轮评审、权威媒体的评审以及公众投票最终产生了如下优秀的获奖品牌。

2016年度北京商业创新品牌

- | | | |
|------------|------------|-------------|
| 1.爱琴海购物公园 | 11.果多美 | 21.每克拉美钻石商场 |
| 2.八达岭奥莱 | 12.汉光百货 | 22.蜜芽 |
| 3.北京建材经贸大厦 | 13.护国寺小吃 | 23.南新仓 |
| 4.北美购物广场 | 14.华冠商业 | 24.首汽约车 |
| 5.本来生活 | 15.华润五彩城 | 25.网易考拉海购 |
| 6.城外诚 | 16.集美家居 | 26.王府井 |
| 7.东方名剪 | 17.家和家美 | 27.58集团 |
| 8.东方新天地 | 18.金宝汇购物中心 | 28.小e到家 |
| 9.多点 | 19.酷车小镇 | 29.洋码头 |
| 10.EMS | 20.蓝景丽家 | 30.中国黄金 |

2016年度北京十大商业品牌

- | | |
|----------|----------|
| 1.北京SKP | 6.国美电器 |
| 2.北京赛特奥莱 | 7.京客隆 |
| 3.便宜坊 | 8.内联升 |
| 4.大董餐饮 | 9.首创奥特莱斯 |
| 5.东来顺 | 10.西单商场 |

2016年度北京十大外埠和跨国商业品牌

- | | |
|---------|---------|
| 1.红星美凯龙 | 6.天虹 |
| 2.家乐福 | 7.天猫 |
| 3.肯德基 | 8.唯品会 |
| 4.麦当劳 | 9.亚马逊中国 |
| 5.苏宁云商 | 10.永辉超市 |