

·快讯·

调整加速 高峻出任乐视体育COO

北京商报讯(记者 陈维)3月23日,乐视发布内部邮件正式任命高峻为乐视体育COO,主要负责参与设计并管理乐视体育战略规划、年度经营计划、预算、组织规划,完善经营管理体系,健全各项管理制度,向乐视体育CEO雷振剑汇报。乐视体育方面向北京商报记者证实了这一人事任命,至于原乐视体育COO于航的情况则未披露。

此次任命是乐视体系内部人员调整。2016年11月,高峻被任命为乐视控股亚太总裁兼LeEco香港CEO。据乐视控股方面表示,高峻被任命为乐视体育COO的同时,原有职务仍将保留。内部邮件指出,乐视生态正值第二阶段战略落地的关键时期,为了加强乐视体育从战略目标到经营达成的闭环管理进行了此次高管任命。

除乐视体育外,本周早些时候,乐视超级汽车也宣布高层人事调整,乐视超级汽车全球副董事长、中国及亚太区CEO丁磊不再担任乐视汽车相关职务,乐视超级汽车(中国)总裁兼COO张海亮出任乐视超级汽车(LeSEE)全球CEO,原上海大众员工王胜福加盟乐视汽车,担任乐视超级汽车(LeSEE)中国首席技术官。

业内专家分析认为,这一系列高层调整,对应的是乐视创始人贾跃亭此前表示的组织变革。去年底贾跃亭在公开信中表示,乐视将进行自我颠覆,推进组织变革,“要以经营为导向、以协同化反为己任、充分投入、勇于担当、以合伙人精神、责任感和创造奇迹的主动性为员工做出表率。同时,对不合格的高管要坚决清除出队伍。”

索尼中国专利侵权被判赔偿910余万元

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)3月23日消息,北京知识产权法院就西电捷通诉索尼移动通信产品(中国)有限公司发明专利侵权案做出一审判决,索尼中国侵犯西电捷通公司涉WAPI标准必要专利,判决立即停止侵犯涉案专利权行为,判赔共计910余万元。

根据北京知识产权法院公布的一审判决结果显示,索尼中国被判定立即停止实施侵犯原告西电捷通公司第ZL02139508.X号“一种无线局域网移动设备安全接入及数据保密通信的方法”发明专利权的涉案行为;赔偿原告经济损失8629173元;赔偿原告合理支出474194元;驳回原告其他诉讼请求。

据了解,原告西电捷通公司与被告索尼中国侵害发明专利权纠纷一案,北京知识产权法院于2015年7月2日受理。索尼中国曾就本案管辖权提出异议,被驳回后曾向北京市高级人民法院提起上诉,但又被驳回。2016年2月25日,北京知识产权法院依法公开开庭审理,2016年12月21日,法院第二次公开开庭审理。

在最初的诉状中,原告主张,索尼中国的L50u、S55u等35款手机产品的实现WAPI功能,侵犯原告享有的“一种无线局域网移动设备安全接入及数据保密通信的方法”的专利。西电捷通公司最初提出的主要诉讼请求包括,索尼中国公司立即停止使用原告涉案专利,立即停止生产、销售使用原告涉案专利的手机产品,以及支付3000多万元的经济损失及合理支出。北京知识产权法院尚未公布索尼中国公司是否上诉。

转型受阻 维维净利润下滑三成

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)遭遇业绩天花板的维维食品饮料股份有限公司(以下简称“维维股份”)正在谋求转型,但转型业务却拖累了维维股份的业绩。3月22日,维维股份发布2016年业绩报告显示,2016年,公司营业收入为44.63亿元,同比上涨14.81%,归属于上市公司的净利润约为7031万元,同比下降30.91%。

作为稳坐豆奶市场头把交椅的维维股份来说,虽然曾经一度占据八成市场份额,但在带领行业进一步转型升级、做大产业规模之际,维维股份不仅未能发挥“领头羊”作用,自身的豆奶业务发展也难有进步。根据维维股份2000年年报显示,2000年维维股份主营业务收入9.28亿元,净利润1.19亿元。其中,主产品豆奶粉系列产品销售7.3万吨,销售额9.26亿元,此时,维维股份的营收几乎全部来自豆奶业务。到2012年,维维股份营收58亿元,净利润仅7763万元,豆奶粉销量7.4万吨,固体饮料(豆奶粉、豆浆粉等)营收13.6亿元,到2016年营业收入为15亿元,较上年提升1.13%。

主体业务遭遇天花板的维维股份近年来也在不断寻求转型,不断地将资金大量投入到牛奶、白酒、煤矿、金融、茶叶、房产等行业。从目前来看,维维股份的这些举动也未能使企业在这些行业取得领先地位,反而让主营的豆奶业务发展缓慢。2016年财报显示,维维股份涉足规模最大的白酒行业,2016年营业收入下降21.85%至9.94亿元,占公司总营收的22%。同时,白酒库存量激增819.19%,达4743万元。

2016年,白酒行业整体复苏,高端酒品如贵州茅台、五粮液等价格一路上涨,业绩普遍超预期;维维股份旗下定位中低端的湖北枝江和贵州醇酒则表现不佳。年报显示,2016年,湖北枝江酒业的营业收入为8.46亿元,同比下降20.64%,连续五年下滑。贵州醇酒则已多年未扭亏为盈,2016年净利润为-4907.13万元。维维股份的房地产业发展则更为艰难,2016年房地产业务营业收入为2000万元,同比下降82.76%。

快手获腾讯领投3.5亿美元投资

北京商报讯(记者 姜红 王嘉敏)3月23日消息,“网红”短视频、直播平台快手宣布完成新一轮3.5亿美元的融资。此次融资由腾讯领投,快手方面并未透露以百度为代表的老股东是否跟投。快手方面介绍,除了资本层面,快手也将在产品、技术和服务等多方面与腾讯和百度进行更深入的合作,促进用户体验上的升级。快手表示,新一轮的融资将用于持续提升产品体验和技术研发。公司会持续探索前瞻性的人工智能和视频分析技术,以加大公司的行业领先地位。

快手成立于2011年,曾是一个动态图片拍摄和分享App,后转型做短视频分享以及直播。根据快手官方数据显示,快手当前日活用户超过5000万,日上传视频超过500万条。今年2月初,有知情人士称快手计划于今年末赴美上市。虽然随后被快手方面否认,但随后快手也确认原汽车之家CFO钟奕祺已于2016年11月加入快手科技管理团队,出任CEO一职。

短视频及直播行业在今年可谓进入奋力厮杀的一年,业内分析认为,此轮融资后快手也离上市更近了一步。腾讯投资管理合伙人李朝晖表示,腾讯非常看好快手团队,他们有理想,能坚持,有深厚的技术积累并对产品精益求精。腾讯期待和快手未来的深入合作。

快手创始人宿华表示,未来快手将在用户体验、人工智能等方面加大投入,努力成为全球领先的生活分享平台。不过,北京大学文化产业研究院副院长陈少峰表示,目前快手中有很多低端用户群体,内容也颇具争议,在监管趋严的情况下,快手想要保持已有的用户量与市场份额,要从自身的内容质量抓起。

中欧体育收购AC米兰步履蹒跚

中欧体育再付2000万欧元,收购AC米兰再现新转机,但最终能否成功还是未知数。3月23日,中欧体育收购AC米兰的交易由于资金问题多次被推迟后有了进展。最新消息显示,经协商,菲尼韦斯特集团愿将交易日期宽限到4月,前提是意大利当地时间3月22日下午,中欧体育须再次向菲尼韦斯特集团支付1亿欧元定金,目前已到账2000万欧元,其余8000万欧元将在本周之内清,双方还将在4月7日召开股东大会。此消息一出,让中欧体育收购AC米兰一事再现转机,看似中欧体育又“躲过一劫”,但是未解的资金问题使得这笔交易能否达成还不得而知。

2000万欧元“续命”

自从去年8月曝出中欧体育与菲尼韦斯特集团达成将以7.4亿欧元(包括2.2亿欧元债务)收购AC米兰俱乐部99.93%股权后,该交易的数次延迟一直备受各界关注。

由于资金问题,本应在2016年内完成的正式股权交割并没有如期完成。代表中方财团的中欧体育已经先后向意大利菲尼韦斯特集团预付了共计3亿欧元(另有8000万欧元未到账)保证金。此外,中欧体育即将与菲尼韦斯特集团在4月7日召开股东大会,看似本次交易再现转机,不过有消息称,原来的合作投资方海峡汇富产业投资基金和另一民营资本已经退出此次收购,这让中欧体育的此次收购雪上加霜,再交保证金“续命”,但收购AC米兰股权剩余的4.4亿欧元缺口如何填补?

据报道,如果中欧体育收购失败,现AC米兰俱乐部主席贝卢斯科尼将继续持有AC米兰,已经交付的3亿欧元(8000万欧元还未到账)不会退回,如果中欧体育撤出这项总额7.4亿欧元的交易,还将面临高额违约金。

面临如此困境,中欧体育并未对外界发声。北京商报记者通过多方沟通,尚未与该公司取得联系。

对于此次收购谜局,一位足球业内人士表示,在意大利经济不景气与中国资本在整个国际足坛强势崛起形成鲜明反差的背景下,达成收购本无太多意外。



问题在于和苏宁收购国际米兰时相比,无论是政府层面的管控还是来自媒体与舆论监督的压力,此次中欧体育制造轰动效应的时机并不好。从牌面实力看,中欧体育一家已经很难完成最终的收购,此前两家合作金主的退出,已经从侧面反映出对于此次收购前景的悲观态度,因此,中欧再次投入的2000万欧元订金,无非是给自己续的一条命,毕竟此前的2亿欧元已经很难退回。不过,对于AC米兰现有的菲尼韦斯特集团来说,无论最终如何,至少已入账的2.2亿欧元从纸面来看刚好能抵消俱乐部的债务,到目前为止,此事更多的还是中欧体育在拿小钱救大市的一种不得已的行为。

资金难题未解

意甲豪门AC米兰和中欧体育的这场交易已经持续了近个月,总是在交易即将达成时遇到资金问题而拖延,此前有消息称,意大利人已经对中欧体育起了“疑心”。贝卢斯科尼要求中欧体育出具相关的文件来证明它们的资金不存在来路不明的问题。不过,有消息显示,菲尼韦斯特集团以及意大利联合信贷银行已经收到了中欧体育出具的文件,能够证明它们拥有足够用以AC米兰股权转让交易的资金,同时这些资金也都是从合法渠道获得的。

北京商报记者通过调查发现,此次收购AC米兰的中国资本包括海峡资本

和一家民营资本及中欧体育投资管理长兴有限公司,主要领衔人是中欧体育管理长兴有限公司董事局主席李勇鸿。如今,两位背后的财主已经退出,这笔收购交易只剩下李勇鸿,据悉,这次中欧体育支付的第三笔1亿欧元保证金也是李勇鸿从两家银行借贷筹集到的,因此这笔定金才会分两次到账。

公开资料显示,中欧体育成立于2016年5月26日,注册资本1亿元,法定代表人、执行董事兼总经理均为自然人陈华山,李勇鸿在股权上与中欧体育并无任何关系。

曝出收购消息时,公司成立不满3个月。此外,无论是李勇鸿,还是中欧体育均鲜少在媒体上曝光,其资金来源更是一团迷雾。

不过,在去年8月29日上市公司永大集团(现更名为“融钰集团”)发布的一份公告中,出现了中欧体育的名字。公告称,吉林永大集团股份有限公司的全资子公司永大创新金融服务(深圳)有限公司拟与中欧体育投资管理长兴有限公司合作,参与投资产业并购基金。根据公告显示,该基金为有限合伙制,由中欧体育发起,系为收购AC米兰俱乐部股权而设立,总规模不超过45亿元,公司全资子公司永大创新金融服务(深圳)有限公司将认缴不超过3亿元,永大创新拟作为劣后级投资人之一。

公开信息显示,此次收购的关键人物李勇鸿为中国香港居民,祖籍广东茂名,曾任多家公司的董事长,且曾是上市

公司多伦股份的实际控制人,曾有减持股份套现的经历,熟悉资产运作套路。截至去年11月,李勇鸿财团已经陆续成立了至少13家公司,其中在浙江长兴成立了9家,在福建自贸区成立了4家。这13家公司中,有多家就是为了募集资金的有限合伙企业。

境外收购监管加强

除资金问题外,境外收购监管趋严也是中欧体育不得不面对的事实。去年12月,国家发改委、商务部、中国人民银行、外汇局四部门负责人在中国相关部门将加强对外投资监管答记者问时曾明确表示,近期在房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部等领域出现了一些非理性对外投资的倾向。

近一个月内,央行行长周小川和央行副行长、国家外汇管理局局长潘功胜先后对跨境对外投资有跟风、过热、盲目的现象进行公开表态,尤其指出投向体育、娱乐、俱乐部行业的对外投资对国家没有好处。甚至还“点名批评”了一些企业在借钱收购海外足球俱乐部资产,还有的则在直接投资的包装下转移资产。

官方的连续发声已经表明了国家的严管态度。一位不愿具名的资深足球分析人士表示,近年来,中国企业收购欧洲俱乐部的事例屡见不鲜,其中不乏欧洲传统豪门,当它们经营陷入困局的时候,自然会主动寻求收购,米兰双雄也进入了中国企业的法眼。不过和被苏宁成功收购的国际米兰不同,AC米兰寻来的“金主”却有点神龙见首不见尾的意思,若是资金不足或是增资收购,那么风险系数也会随之增加。这不禁让人想起较早前中国某企业被荷兰海牙俱乐部告上法庭,因拖欠资金而吃了官司。

上述足球分析人士称,海外收购并非易事,那些出现财政赤字的欧洲俱乐部自然欢迎有诚意有实力的买主,但并不意味着它们会降低审核标准。中国体育产业近年来的迅速扩张,掀起了海外收购热潮,作为中国企业,想要通过收购来达到另外的目的,未来收购的道路只会越来越艰难。

北京商报记者 孙麒麟
实习记者 刘之爽/文 王飞/制图

S 重点关注
Special focus

花式烧钱 摩拜单车上线“红包车”

北京商报讯(记者 姜红)3月23日,摩拜单车宣布一项新玩法“摩拜红包车”,用户可通过摩拜单车App的GPS定位找到“摩拜红包车”并解锁骑行获得现金红包,烧钱补贴换了新姿势。

据摩拜方面介绍,“摩拜红包车”将首先在北京、石家庄、济南等城市推出,此后将逐步在已开展运营的30多个城市中推行。用户可通过摩拜单车App的GPS定位找到“摩拜红包车”并解锁骑行,有效骑行超过10分钟即可获得奖励:不仅2小时骑行免费,更可以获得最低1元、最高100元现金红包奖励。用户领取多个红包金额将进行累计,超过10元即可以通过支付宝提现。不久后,还将开通微信提现功能。用户领取红包金额与摩拜单车账户余额分开计算。

“摩拜红包车”借鉴了曾经风靡全球的“Pokemon Go”增强现实技术与LBS技术相结合的玩法,对于用户骑行趣味性和参与性来说的确有所提升。按照摩拜方面的说法,摩拜希望通过红包手段进行车辆投放的自动调节,将闲置的车辆骑行到需求旺盛的区域。

事实上,“摩拜红包车”本质上还是用户骑行返利的活动。本月以来,ofo、摩拜单车、小蓝单车陆续宣布免费骑行的战略,ofo、永安行、小蓝单车还接入支付宝免押金。ofo与摩拜单车充值返现不过瘾,小蓝单车也推出了一个免费骑行活动——充值199元获得免费骑行卡,半年中骑满6次就可以获得199元的返现。

根据中国自行车协会的数据显示,2016年以来,涌现的共享单车品牌约有15-20家,已在全国30多个城市投放超过200万辆车。而用户为了能够快捷用车,往往下载不止一个共享单车品牌的App并绑定账户。当前市场的角逐一如当年网约车初始时期竞争激烈,谁能留住更多用户谁才有更多希望。

如今,摩拜换了种红包玩法吸引用户,换了个烧钱姿势能否获得更多用户暂且不提,仍然未找到商业模式的共享单车并没那么多钱可烧。同时,共享单车的单车购置和养护成本高、损坏率居高不下、人工运营费用越来越多、转运协调单车分步耗时的人力成本也在不断上升,资金积累还要大量投入在技术人员储备、宣传营销等方面,烧钱砸市场恐怕难以持久下去。

易观互联网出行研究中心研究总监、高级分析师张旭认为,共享单车的比拼日后势必是运营能力的比拼,这需要成本扎实的积累。

“预计到2017年底,整个行业将会进入整合阶段,至2018年初共享单车市场将趋稳定”。

与之前滴滴、快的、Uber等网约车之间相当长时间的比拼相比,共享单车的大跃进速度惊人。据了解,2015-2016年,共享单车市场整体用户数量实现了从245万到1886万的巨大增幅,一年增长了7.7倍。预测到2017年,共享单车市场用户规模继续保持大幅增长,年底或达5000万用户规模。

3月以来,全国多个城市陆续出台了共享单车监管试行方案,不单在技术方面提出要求也在管理方面划清方向,共享单车平台对市场的急切情绪可想而知。在政策明晰之前做到业内领先才能拥有更多的机会,而这是不惜赔钱也要做的准备。

业绩涨 李宁要追赶的路还长

北京商报讯(记者 刘一博 郑佳佳 邵蓝洁)3月23日,据李宁发布的2016全年业绩显示,集团总收入达到80.15亿元,同比增长13%;净利润6.43亿元,同比大幅增长4395%。尽管业绩长势喜人,但实际上李宁其实是在“收复失地”。相较于目前国产品牌的“一哥”安踏,李宁仍然有很长的路要走。

在连续三年亏损后,刚于2015年扭亏为盈的李宁,在2016年迎来了跨式的业绩增长,44倍净利润的增幅足以令业界震动。然而,此次净利润中包含了出售红双喜10%股权所获得的3.13亿元净收益。扣除该项收入后,李宁80.15亿元的营收和3.3亿元的净利润,仍不及集团2011年的业绩,而该年是李宁进入全面亏损的前一年。2011年,李宁的总收入达89.29亿元,净利润为3.86亿元。

优他国际品牌投资管理有限公司CEO杨大筠指出,李宁业绩下滑的根本原因在于品牌老化。而李宁本人在重掌企业后,首先扛起的也是品牌年轻化的大旗。就2015年、2016年的业绩来看,年轻化战略有效遏制了李宁的进一步下滑。

2016年内,李宁在改进原有跑步、篮球、休闲产品体验的同时,对旗下品牌进行了多方调整。2016年10月,李宁独家获得美国女性专业舞蹈运动服装品牌Danskin在中国内地及澳门地区业务的代理权。同时李宁还在童装品牌LI-NING KIDS的基础上,重新规划后推出Li-Ning Young。此外,李宁对快时尚品牌弹簧标的的产品和渠道也进行了调整和优化。为

迎合互联网与年轻一代,年过半百的李宁本人甚至开通了微博,为品牌多方造势。2016年,李宁的电商业务收入大幅增长90%。

然而,尽管业绩已有起势,但李宁与如今的本土体育品牌老大安踏相比,仍有不小的差距。据2016年年报显示,安踏全年营收已达到133.46亿元,同比上涨20%;净利润为23.86亿元,同比上涨16.9%。而李宁在巅峰时期的2010年,总收入为94.79亿元,未破百亿元;净利润为110.8亿元,不到安踏2016年时的一半。

另一方面,现在李宁面对的市场竞争也与当初自己一枝独秀时相差甚远。杨大筠表示:“现在李宁前有安踏,后有361°、特步等企业与其实力接近的企业。”杨大筠表示,“但我认为李宁要夺回老大的地位已经很难了。李宁错过了2000-2010年这关键的十年时间,而这十年里,包括安踏在内的竞争对手,成长的速度比李宁要快得多。”

随着国内体育产业的新一轮热潮来临,国内体育企业迎来发展红利,安踏、361°等品牌业绩顺势而起。在此背景下,李宁能否在市场内立稳脚跟非常关键。而李宁下一步发展的关键词,一是“年轻化”,二是“人格化”。

“李宁必须要继续坚持年轻化,同时还需要人格化。”杨大筠表示,“互联网时代,工业时代的那种依靠广告、代言、赛事轰炸收效甚微。现在是消费者主导消费,互联网时代让消费者的主导权无比强大,所以李宁需要在观念上进行逆转。”

中国移动去年日赚近3亿
净利同比微增0.2%

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)3月23日,中国移动公布的2016年业绩报告显示,中国移动2016年实现营业收入7084亿元,同比增长6%;EBITDA为2567亿元,同比增长6.9%;净利润1087亿元,同比微增0.2%。剔除铁塔一次性收益因素,2016年净利润同比增幅为10.5%。北京商报记者粗略计算发现,中国移动2016年平均每天利润近3亿元,净利润超过中国电信和中国联通两家公司总和近5倍。

具体业务上,中国移动2016年通信服务收入增幅为6.7%;无线上网收入较去年上升43.5%,占通信服务收入比达到46.2%,年度首次超过语音和短彩信收入之和,成为公司第一大收入来源。客户方面,中国移动截至2016年底,移动电话客户达8.49亿户,净增2266万户,其中4G用户净增2.23亿户,总量达到5.35亿户;建成全球规模最大的4G网络,新增4G基站40万个,总量达到151万个,覆盖人口超过13亿。

提速降费方面,中国移动2016年流量资费同比下降36%。中国移动预计,2017年提速降费新政策对利润的影响,取消手机国内长途和漫游费约为一个季度40亿元,降低中小企业专线接入和国际长途资费合计约