

苏宁逾2.5亿美元拿下五年德甲版权

北京商报讯(记者 孙麒麟 实习记者 刘之爽)4月4日,据多方信息显示,苏宁体育已经获得了2018—2023共5个赛季的德甲联赛中国内地独家全媒体版权,五年合同总价值在2.5亿美元以上。目前,合同年限与价格等细节仍在等待官方的最终确认与公布。如果交易达成,德甲将是继西甲、英超、中超、亚冠、国足之后,苏宁拿下的又一重量级赛事独家版权。

据悉,苏宁体育近年在体育产业布局专注足球领域,从西甲到德甲,苏宁体育买独家IP已经投入约105亿元。资料显示,2015年8月,苏宁体育以2.5亿欧元拿下2015—2020赛季西甲联赛中国地区独家全媒体版权,折合每赛季约为3.68亿元人民币;2016年12月,苏宁体育以7.21亿美元的总价,获得了2019—2022共3个赛季英超联赛中国内地及澳门地区独家全媒体版权,折合每赛季约为1.65亿元人民币。

今年3月,苏宁体育拿下2017赛季中超联赛新媒体的全场次独家版权,按照媒体估算,单赛季或为13.5亿元;随后,苏宁体育通过体奥动力,从乐视体育手中接下了2017—2020年亚足联旗下所有赛事(亚冠和世预赛等比赛)在中国内地外的全媒体转播权和信号制作权。根据路透社报道,这笔合同总价超过1亿美元,约合每年1.7亿元人民币。

有媒体分析人士推测,手握多项赛事版权的苏宁体育可能不再分销版权,而是逐步推进付费服务。据了解,乐视体育此前从2016赛季已经开始对中超和亚冠进行过收费模式,不过随后因版权易主无疾而终。有消息称,苏宁体育PPTV的体育会员体系将争取在2017—2018赛季欧洲联赛开始之前推出。

莱茵体育收购英超南安普顿倒计时

北京商报讯(记者 孙麒麟 实习记者 刘之爽)莱茵体育收购英超南安普顿俱乐部终于进入实质性阶段。3月31日,莱茵体育发布的重大资产重组进展公告称,收购英超南安普顿俱乐部相关事项已进入境内外审批机构审核进程,收购资金已处于金融机构放款流程中。

公告显示,目前实际控制人、控股股东下属的标的公司已与境外自然人萨琳娜·利勃海尔签署《股权收购协议》,拟收购所持有的圣玛丽足球集团有限公司的部分股权,该公司持有英格兰足球超级联赛(Premier League)球队——南安普顿足球俱乐部,目前上述股权收购事项正在办理中;上市公司正组织中介机构对标的资产进行尽职调查,并与交易相关方就本次重大资产重组方案及相关事项进行进一步沟通、协商及论证。目前上述收购事项已处于境内外审批机构审核进程中,同时关于收购资金的安排亦已处于金融机构放款流程中。

据悉,莱茵体育2015年进军体育行业,由莱茵置业改名为莱茵体育,并在深交所上市。去年11月,莱茵体育就被曝出和南安普顿瑞士籍老板卡萨琳娜·利勃海尔会谈股份转让一事,公司股票已于去年10月17日开始停牌,经过5个多月时间,这一收购终于进入实质性阶段。

除英超南安普顿外,欧洲足球五大联赛的多支足球俱乐部都有中国资本身影,包括西甲马德里竞技俱乐部以及国际米兰俱乐部等。此外,中国资本还对英格兰、西班牙、意大利、法国、荷兰和澳大利亚等10余家海外俱乐部实现并购。

虚标净水流量 汉斯顿净水机登黑榜

北京商报讯(记者 陈维)净水机仍未走出粗制滥造的野蛮式发展期。4月2日,央视《每周质量报告》披露,江苏省质监部门日前对国内热销的家用净水机进行监督抽查发现,在抽查的60个批次产品中,汉斯顿、雅美娜等29批次产品不合格,不合格率高达48.3%。

据了解,江苏省质监部门日前委托连云港质检中心,从生产企业、实体店和网络平台渠道共抽查了60款净水机样品,涵盖45个热销品牌。不合格产品存在的主要问题是标签说明书项目不规范、净水流量和总净水量不合格等。连云港质检中心助理工程师钱佳琪表示,在60个抽查批次中,28个批次标签说明书项目不合格,不合格率高达46.7%,其中,11个批次未标注卫生许可批准文号,16个批次未标注总净水量,5个批次未标注净水流量,19个批次未标注执行标准。不合格产品包括标称深圳市汉斯顿净水设备有限公司生产的汉斯顿牌净水机、标称合肥菱菱环保设备技术有限公司生产的雅美娜牌等产品。

同时,11个批次净水流量不合格,不合格率达到18.3%,部分净水机净水流量虚标高达26倍以上。不合格品牌包括冰雨恩、永冠、爱玛特、汉斯顿等。9批次净水机出水的菌落总数不合格,不合格率为15%,水质最差的超标20多倍。

值得注意的是,净水机产品售价往往和产品质量并无直接关系。此次抽查产品覆盖高中低档全线产品,不同价位段都存在不合格产品,甚至价格越高产品不合格率越高。据悉,本次抽查市场采购31批次净水机,其中1500元以下产品抽查8批次,不合格2批次,不合格率25%;1500—2500元抽查15批次,不合格9批次,不合格率60%;2500元以上抽查8批次,不合格5批次,不合格率62.5%。

诺基亚拖累 富智康预亏1.1亿美元

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)4月4日,富智康发布公告称,预计截至6月30日的6个月中期业绩为亏损少于1.1亿美元,亏损主要由于该公司于2016年5月18日所公布的合作协议项下与该公司新业务组别相关的成本所致。

据了解,2016年5月18日,微软宣布以3.5亿美元将公司功能手机业务出售给富智康和HMD Global,将诺基亚品牌、功能手机软件、服务等交给富智康。富智康于收购诺基亚时,曾表示该公司将充分利用诺基亚品牌及若干知识产权,并共同在技术、制造、供应链及研究与开发活动上有所合作,从而加强公司在设计、制造、物流及分销方面的整体商业能力。

诺基亚品牌归来后的首款作品Nokia 6已经先后在中国内地和台湾、香港地区上市,在二季度内,该款产品和诺基亚的其他3款新机Nokia 3/5、3310将在全球120多个国家和地区全面开卖。

不过,诺基亚过去的业务表现一直未见起色,现时公司先要承担新业务的沉重成本。根据收购时协议,富智康将接收诺基亚位于越南河内的制造厂,以及将为其制造及销售Android功能手机。

富智康早前于业绩会上表示,所处行业的竞争环境相当激烈,预期智能手机的终端需求于2017年维持较低的按年增长,并对公司业务构成压力,且新客户的增长或会落后于智能手机供应商的较快增长。

市值超福特 特斯拉盈利难破局

被称为现实版“钢铁侠”的特斯拉汽车公司(以下简称“特斯拉”)总裁埃隆·马斯克最近心情大好。这家最年轻的汽车上市公司,近日凭借486.3亿美元的市值在美国汽车制造领域市值排行榜中挤掉福特汽车排名升至第二。本次特斯拉市值的提升,依赖于今年一季度新车交付量的大幅增长,为市场提振了信心。然而,在市值与新车交付量提升的同时,特斯拉至今仍未摆脱亏损的现状。未来“盈利”车型Model 3是否能够大规模量产等仍是摆在特斯拉盈利道路上的难题。

市值超福特

特斯拉的股价近日大幅上涨并创下历史新高,这家电动汽车制造企业也超越了福特汽车,成为按市值计算的美国第二大汽车制造商。

据了解,特斯拉股价在美股市场交易中上涨7.27%,收盘报298.52美元,不仅创下收盘历史新高,同时超过2014年9月4日所触及的286.04美元纪录。随着股价的大幅上涨,特斯拉的市值也提升至486亿美元,福特汽车则为455亿美元。同时,通用汽车则是按市值计算的美国最大汽车制造商,市值为512亿美元。

目前,福特汽车市值与2010年底时相当。当时,刚上市的特斯拉,市值还不到20亿美元。此后,福特汽车的股价开始起伏,特斯拉的股价则稳步上涨。虽然去年四季度特斯拉新车销量环比下降9.4%,但在去年收购太阳能公司——SolarCity后,股价已累计上涨50%以上。

同时,由于成立13年来一直处于亏损状态中,特斯拉的市值是否被高估也成为关注焦点,但是埃隆·马斯克则认为,这反映出特斯拉的未来潜力。“如果按照以前的估值方法计算,特斯拉的高市值确实有悖常理,但这不重要。”马斯克称,股价反映的是风险调整后的未来现金流。

重点关注

Special focus

国产化妆品碰壁专营店渠道

作为CS(化妆品专营店)渠道中的代表,屈臣氏在中国内地业务的调整动作反映着行业的风向。近日,有市场消息称,屈臣氏将在未来终止与多个国产品牌合作。屈臣氏相关负责人回应称,此说法并不属实。但这也显示出国货在CS渠道的压力。“国产品牌如果在产品上无法树立起核心竞争力,仅依靠短期的集中促销是无法应对渠道边缘化危机的。这一风险不仅仅存在于屈臣氏,还将蔓延至电商甚至更多专营店领域。”

“动刀”国货？

近日,有媒体报道,尽管屈臣氏新任运营总监还未正式挂帅,但“屈臣氏会终止与多个国产品牌合作”的消息便在坊间传开。未来,屈臣氏将出台一个“品牌需达到月销1200万元”的标准,凡是低于这一数据的品牌都可能面临淘汰。这或将导致50%的本土品牌被屈臣氏“砍掉”。

对于这一传闻,屈臣氏相关负责人回复北京商报记者称,“屈臣氏将在未来减少国货比例”这个说法并不属实。“在产品上,我们将引进更多独家、新品和潮品以满足消费者需求。无论是国产还是进口品牌,只要符合顾客需求,我们都会选择。在服务上,我们会在店铺里增加更多顾客的良好体验。”

不过,北京商报记者走访发现,在屈臣氏、国妆丽人等化妆品店,尽管导购人员会力荐国货或自有品牌,但是外资品牌的产品,如欧莱雅旗下的雅漾、理肤

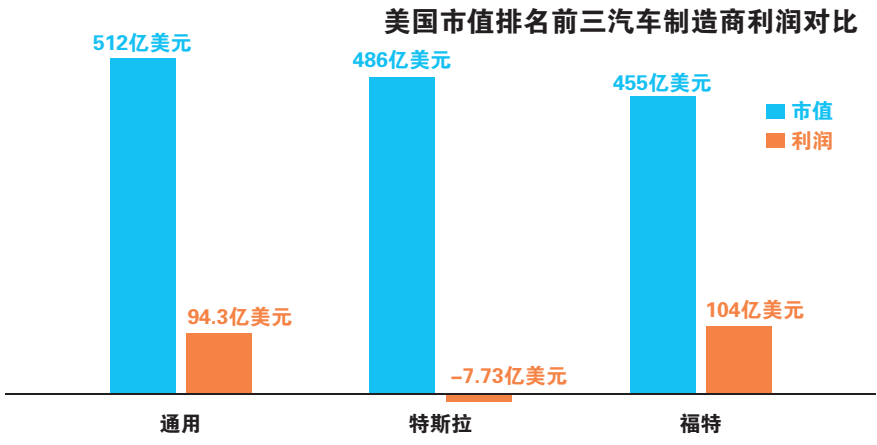
Xbox外设制造商美加狮破产

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)4月4日,由于资金问题,知名游戏外设公司美加狮宣布停业并挂牌出售其资产。据悉,美加狮根据“美国破产法”第7章提出救济,以清理所有资产,并停止所有业务。同时美加狮还宣布,该公司所有董事及高级管理人员均已辞职。接下来,该公司的资产和库存将会被拍卖,用以偿还债权人。

美加狮是全球著名的家用游戏机外设制造商,主要开发及生产索尼PlayStation 2、PlayStation 3、PSP、微软Xbox和Xbox 360、任天堂GameCube等创新外设产品,是全球顶级的游戏外设制造商。除美加狮MADCATZ自身品牌以外,该公司还包括赛铁客Saitek、赛暴客Cyobrg、日蚀ECLIPSE、AIRDRIVES、TRITTON等一线品牌。

美加狮推出过不少口碑非常好的外设产品,尤其是在街机摇杆方面,作为主打产品,美加狮比起其他品牌更具影响力,自从《街霸4》时代,美加狮的声望就达到了巅峰,其公司推出的TE系列摇杆更被评为PS4最好摇杆之一。

“令人遗憾的是,尽管公司一直积极推行战略性替代方案,包括银行融资、股权投资等短期融资替代方案,以及本公司某些资产的潜在销售或销售公司整体,公司一直无法找到令人满



不过仍有部分分析人士认为,特斯拉的市值建立在炒作和承诺之上,而不是实际业绩,存在被夸大的成分。

交付量大幅提升

事实上,埃隆·马斯克对于特斯拉市值的信心,不仅来自于对未来现金流的期望,更来源于近期特斯拉新车交付量的大幅提升。

根据特斯拉公布的销量数据显示,今年一季度,特斯拉交付新车数量为2.5万辆左右,同比增长69%,并创造特斯拉新的季度销售纪录。在今年一季度销量中,特斯拉Model S轿车交付1.34万辆;特斯拉Model X SUV交付1.15万辆。同时,特斯拉还有4650辆新车在交付用户的途中,并未被纳入到今年一季度的交付数据中。此前,特斯拉方面曾表示,今年上半年出货量将达到4.7万—5万辆。但是,对于上半年接近5万辆的出货量,业内也存在质疑之声。数据显示,去年特斯拉销售目标为8万—9万辆,但实际销售量仅为7.623万辆汽车,未能达成全年销售目标。

值得一提的是,在新车交付量提升的

同时,特斯拉即将推出的量产车型——Model 3也成为特斯拉市值提升的重要推手之一。Model 3是特斯拉在去年推出的新款电动车型,主打“高配低价”高性价比路线,售价为3.5万美元(约合24.15万元人民币),是特斯拉迄今为止售价最低的电动车型,该车型在未正式上市的情况下,已经在网上开始进行预售。

按照特斯拉方面的规划,今年7月,Model 3将开始试生产,9月开始进行大批量生产。今年2月,特斯拉已经制造出Model 3的原型车,并进行一系列测试,该车型的生产线也已经开始进行安装。根据特斯拉方面的计划,明年Model 3的周产量将提升至1万辆。

汽车行业专家张志勇表示,与新车交付量提升相比,Model 3的进度更能够提振投资人的信心,以提升特斯拉市值的增长。该车型能够降低消费者购买特斯拉的门槛,与此前推出的两款车型相比,Model 3是特斯拉实现盈利的重要车型。

扭亏前景难料

Model 3被业内看做是特斯拉打开盈利之门的钥匙,但此前Model X曾出现

泉以及韩国品牌会被摆放在柜台的最显眼处。相比之下,国货在化妆品专营店所占货柜的比例较小,且鲜有单独货柜。品牌局限性较高,主要以百雀羚、一叶子为主。有经销商向北京商报记者透露,自2015年起,越来越多的化妆品店拥有了“数据部”,主要职责为分析各个品牌、单品的日、周、月销售排名等数据,连续3—6个月均排在倒数后十位的品牌或单品便会被下架。“被下架的品牌大多为三四线的国产品牌。”

地位难舍

对于国货来说,尽管全渠道运营已经成为了大趋势,但是CS渠道依然是很多品牌不能放弃的重守之地。以相宜本草为例,2011年,相宜在CS渠道的销售额达1.19亿元,占当年销售总额的9%左右。据接近相宜的相关代理商介绍,这个占比在近几年一直未有很大突破。2015年3月,相宜推出了针对CS渠道的本草精油添加护肤系列,在上市前的相宜经销商年会上,相宜本草化妆品有限公司董事长封帅高调宣布,2015年专营店渠道将会成为相宜渠道拓展的重心,并为CS渠道量身打造了全新相宜系列。

在此前接受媒体采访时,韩后化妆品有限公司董事会合伙人、总裁肖荣荣也表示,CS渠道的地位依然重要。“韩后目前60%的营收来自于年轻型消费者,百强的消费者结构本质上是偏年轻化的。”

不过,由于2016年化妆品线下零售市场生意“寒冬”的持续,诸多国内一二线品牌都在今年设置了更

推迟三年交付的情况,使外界对Model 3的前景产生担忧,同时,特斯拉的盈利前景也并不乐观。

成立13年来,特斯拉一直处于亏损中。其中,近三年来,特斯拉已经连续净利润亏损,2014年亏损额为2.94亿美元、2015年亏损额为8.89亿美元,去年亏损额为7.73亿美元。同时,经营活动中产生的现金流量净额也连续三年为负值,主要的现金流来自于特斯拉以发行股票为主的融资活动。去年,在Model 3推出时,特斯拉方面便在全球范围内接受预订,中国地区预订金额仅为8000元。在原型车未推出时启动预售,被业内认为是一种融资行为,以缓解特斯拉资金吃紧的现状。

张志勇认为,随着Model 3交付日期的临近,特斯拉对于资金的需求量会更大。此前,特斯拉官方曾宣布,通过出售普通股票和可转换债券,获得约12亿美元的融资。该融资分为两部分:一笔是以每股262美元价格出售了130万股普通股票,到手3.5亿美元;另一笔是通过销售预定2022年到期的可转换高级债券,获得了8.5亿美元。为了增加投资者信心,在130万股出售的普通股中,马斯克自掏腰包,以2500万美元买了9.542万股。

据透露,融资12亿美元是为了保证Model 3能够顺利量产,而Model 3则是特斯拉扭亏的关键。同时,此前腾讯以17.8亿美元收购了特斯拉5%的股权,成为特斯拉第五大股东。此次腾讯收购特斯拉的5%股权为被动股权,不会对特斯拉的决策产生影响,但是,腾讯方面曾表示,“未来会视双方发展情况做适当考虑”双方在商业方面的合作。然而,业内人士表示,外界猜测本次收购双方会在无人驾驶、车联网等领域进行合作,但对于缺乏资金的特斯拉来说,17.8亿美元的进入才是目前最重要的。

北京商报记者 刘洋/文 王飞/制表

修炼“内功”

尼尔森2016年最新数据显示,化妆品店销售额占比达30%,已取代大卖场成为最重要渠道。CS店精细化、专业化、个性化的特点显然更符合如今消费者的多样化需求。同时,越来越多CS店主表示,差异化经营将是连锁店未来发展的主要方向。过去一年中,国内化妆品店最明显也是最重要的一个转变就是,都在不同程度上精简了店内产品条码数,“小而美”门店从3000个SKU要削减至不到1500个,“大而全”的集合店也要从5000左右SKU缩减至3000左右。

日化行业观察员赵向晖表示,当下中国本土一线品牌有八个,被称为本土化妆品G8品牌,包括自然堂、珀莱雅、丸美、美素等,这八个品牌的崛起都有赖于化妆品专营店这个渠道。其他品牌在这一渠道想要做出成绩比较困难。加上近年外资大品牌的渠道下沉带来的压力,“国货”要在制作工艺、创新能力、营销水平等方面有较大突破,才能把握住专营店这一沃土。

北京商报记者 孙麒麟 王潇立

筹资“娶”美赞臣 利洁时卖食品业务

北京商报讯(记者 孙麒麟 王潇立)4月4日,有市场消息称,英国消费品巨头利洁时正考虑出售旗下的食品业务,以帮助筹集资金完成对美国婴儿食品制造商美赞臣的收购。

据消息人士透露,利洁时已聘请银行协助其出售食品业务。随着该公司越来越专注于消费者健康领域,食品业务已不再被视为公司的核心业务。利洁时随后发布公告宣布,公司正对旗下食品业务实施战略检视。在公告中,利洁时指出,集团旗下的调味品品牌French’s是一个拥有“伟大品牌、人员和历史表现”的“让人着迷”的业务,但对利洁时来说已非核心业务。

可能涉及被出售的French’s是目前利洁时旗下最主要的食品板块品牌。French’s旗下产品包括号称美国市场排名第一的芥末酱。事实上,French’s是同样拥有调味品业务的卡夫亨氏的一大竞争对手。

对于利洁时对食品业务板块的此番调整,部分业内人士认为,这很可能是为了顺利收购美赞臣的“集资”手段。今年2月,利洁时表示将以总价约179亿美元,每股90美元的价格收购美赞臣。据了解,利洁时的食品业务去年销售额达4.11亿英镑(约合5.12亿美元),如果出售,售价可能超过24亿英镑(约合29.9亿美元)。

不过,即便出售食品业务也难以支付收购美赞臣的资金。据悉,为了筹措收购美赞臣的资金,利洁时需要请投行承销90亿美元的3—5年期定期贷款及80亿美元的过桥贷款,用于支付交易的现金对价部分;按需要再提供30亿美元,用于对美赞臣的现有债券进行再融资;此外还有额外的10亿英镑(约合12.4亿美元)循环贷款,以加强利洁时在交易完成后的融资灵活性。对于利洁时来说,如果针对美赞臣的收购顺利完成,该笔交易将成为利洁时继2010年以约32亿美元收购杜蕾斯避孕套生产商后较大型的收购。

乳业专家宋亮表示,美赞臣在母婴与营养健康方面有一定研究,利洁时在人体功能保健方面有所研究,两家合作在某种程度上可能会有出彩的产品出现。数据显示,利洁时因家庭及个人护理品增长放缓,目前该公司约40%销售来自卫生清洁产品,33%来自健康产品,而企业在新兴市场销售始终未能取得显著增长。同时,尽管利洁时1995年便进入中国市场,旗下已经拥有多个杜蕾斯、薇婷、亮碟、安悦嘉、秘语等众多品牌,但这种“摊大饼”式的战略并没有让每个品牌得到均衡有效的发展。除了杜蕾斯、巧手、滴露之外,中国消费者对利洁时的其他产品并不熟悉。