

·快讯·

中国移动否认参与收购新加坡M1

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)4月25日,针对中国移动计划竞投新加坡电信商M1股份的传闻,中国移动进行了否认。中国移动投资者关系部发言人称,该集团旗下设有专责管理投资项目及进行市场研究的公司,但并未参与洽购M1股权。

此前有消息称,中国移动可能会收购新加坡电信运营商M1,一旦收购完成,将是中国移动在海外的最大手笔并购交易。据了解,M1是新加坡第二大移动通信运营商。上述消息称,M1三大股东正在接触中国移动等潜在买家,希望出售其所持M1公司61%的股份,M1的三大股东分别为Axiata集团、新加坡报业控股(SPH)和吉宝讯通(KTEL.SI)。今年3月,上述3家股东共同聘请摩根士丹利为财务顾问,帮助做M1估值。

当前,新加坡移动通信市场的竞争十分激烈。去年12月,澳大利亚电信巨头TPG Telecom成功赢得了新加坡的电信频谱竞标,成为新加坡第四大电信公司,该公司将正式在新加坡提供服务。有分析师认为,此举对M1的冲击巨大。在过去的两年中,由于业绩欠佳,M1股价已缩水近半。

首都科技创新发展指数十年连增

北京商报讯(记者 冯秀英)首都科技创新发展指数2017正式发布。4月25日,北京市人民政府新闻办公室、北京市科学技术委员会(以下简称“市科委”)联合北京市统计局(以下简称“市统计局”)和首都科技发展战略研究院(以下简称“首科院”)共同举办“首都科技创新发展指数2017”新闻发布会。发布会上,首科院院长关成华详细解读了“首都科技创新发展指数2017”最新研究成果。

关成华指出,“首都科技创新发展指数2017”旨在通过数据大盘点的方式,系统梳理三年来首都科技创新发生的新变化、取得的新成果”。2005—2015年期间,首科指数总指数实现“三级跳跃”,“十二五”末2015年首次突破百分大关,达到100.49分。从分项指数看,北京在全球科技创新中心中保持了“四个突出”:创新投入突出、创业活力突出、创新产出突出、辐射带动突出。国内层面,北京在国家创新驱动发展格局中保持“三个领先”:科技成果领先、双创活力领先、示范辐射领先。

市科委委员杨仁全表示,从“十二五”伊始开展的“首科指数”系列研究是北京市的前瞻部署,为北京科技创新工作提供了很好的决策支撑。今后,市科委还将完善与市统计局等部门的协同机制,依托首科院等智库机构,持续深入开展研究,提供鲜活的数据全景图,为科技创新中心建设提供决策支撑。

一季度彩电出口增收不增量

北京商报讯(记者 陈维)彩电业增量不增收局面正在发生逆转。4月25日,海关总署发布的最新数据显示,1—3月我国彩电累计出口1423万台,同比下降3.5%;累计出口金额1653416万元,同比增长17.5%。

国内市场,奥维云网最新发布数据显示,一季度,国内彩电市场零售量1179万台,同比下降5.2%,零售额规模达389亿元,同比增长1.8%。这也是近年来,中国彩电业首度在国内外市场上双双实现销售额同比正增长。业内人士分析指出,彩电业增收不增量,主要是因为自2016年下半年以来,彩电面板成本持续走高,导致了电视零售价不断提升,推动销售额的增长,同时一定程度上抑制消费需求。

去年下半年以来,彩电涨价成为行业新趋势。不仅互联网电视品牌乐视、小米等纷纷多次上调电视终端售价,海信也传出部分地区上调电视售价。乐视方面表示,超级电视价格的上调主要是受面板影响,面板供不应求状况持续,推升价格涨幅扩大。此外,大尺寸、高端化趋势也推动彩电增收不增量。奥维云网分析师指出,小尺寸面板占整机成本接近50%,大尺寸面板占整机成本维持在30%左右,面板涨价导致中小尺寸的经营压力加大,市场份额下降,彩电业高端大尺寸发展趋势明显,带动整体零售额的增长。

东芝确认7月分拆能源以外业务

北京商报讯(记者 孙麒麟 石飞月)4月25日,东芝发布公告称,7月以后将陆续拆分社会基础设施等4项主要业务。据了解,东芝预定拆分的业务有4项,分别为社会基础设施业务、火力发电等能源业务、存储器以外的半导体和存储装置业务、信息通信技术(ICT)解决方案业务。其中,能源业务包括2月由社长直接管理的核能业务。东芝将以分拆的形式,由与各项业务相关的现有集团公司和新公司继承业务。

在将被拆分的4项业务中,仅资产规模较大的能源业务需要在预定6月下旬召开的定期股东大会上获得批准,将于10月1日拆分。能源以外业务无需批准,将于7月1日拆分。各分公司的名称和资本金等将在今后确定。此次拆分,东芝包括总公司和集团公司在内,约2.4万人将变更所属单位。另一计划10月分拆包括核电的能源业务亏损严重。数据显示,由于在美国发展的核电业务出现巨亏,东芝净亏损额达到5325.1亿日元,超过此前预计的4990亿日元。同时,这一额度也远超2015年同期的4794.4亿日元净亏损额。2015年12月,东芝通过美国核能子公司西屋电气,斥资逾6000亿日元从芝加哥桥梁钢铁公司手中收购斯通-韦伯斯特公司,后者从事核电站建设业务。但收购公司业务费用逐渐增加导致资产价值远低于最初预计。

爱奇艺与美国Netflix合作

北京商报讯(记者 姜红)在版权内容方面持续投入的爱奇艺与美国流媒体网站Netflix达成内容许可协议。4月25日消息,Netflix方面宣布了此消息。

Netflix的视频服务遍布全球,该公司一年多以前就开始将其服务推向世界各国,目前已经进入130个国家,但在中国并没有直接进行投入业务以及内容合作。除了提供视频流媒体服务外,Netflix近年来也逐渐推出了自制影视剧内容,比如,知名的《纸牌屋》、《怪奇物语》等电视剧。

Netflix CEO里德·哈斯廷斯(Reed Hastings)去年初就曾表示,计划在中国市场推出其流媒体视频服务,而且与中国监管部门的谈判已经取得进展。通过此次合作,Netflix自制视频内容将通过爱奇艺在中国同步或者接近同步上线,业内猜测,这部分内容或许将涉及到收费。

目前,爱奇艺与Netflix正在探讨基于内容层面的相关合作,合作会严格遵守网上境外影视剧管理的有关规定,具体合作内容近期我们会正式公布”,爱奇艺方面人员对北京商报记者解释道。根据百度今年提交给美国证券交易委员会(SEC)的文件中,2016年营收112.83亿元,同比增长113%,高于分析师预估。运营成本和费用为140.5亿元,亏损率为24.6%,同比上年亏损45%,亏损率大幅缩减,2016年,爱奇艺的财务状况得到了极大改善。

新能源车年产销200万辆压力大

经历数十年发展的中国汽车产业,迎来“顶层设计”设计规划。4月25日,工信部、国家发改委、科技部联合印发《汽车产业中长期发展规划》(以下简称《规划》),旨在落实建设制造强国的战略部署,推动汽车强国建设。工信部方面表示,《规划》的核心是要做大做强中国品牌汽车,培育具有国际竞争力的企业集团。

同时,《规划》提出到2020年,国内新能源车年产销达到200万辆。数据显示,2016年,我国新能源汽车的销量为50.7万辆,同比增幅达53%。虽然增长迅速,但仍未能完成原定的70万辆销售目标。如果以去年50.7万辆销量为基础,未来四年,按每年50%的增速增长,到2020年销量可达到257万辆。不过,随着补贴渐退,要想实现年产销200万辆压力不小。

新能源车:三年后年产销200万辆

在众多优惠政策的助推下,新能源车已经成为国内汽车市场的生力军。根据中国汽车工业协会公布的数据显示,去年国内新能源车销量为507万辆,同比增长53%。今年3月,国内新能源车仍然保持高增长,销量为311万辆。《规划》提出,到2020年,国内新能源车年产销达到200万辆。

同时,在新能源车高速增长下,各自主品牌车企也实现高增长,去年,北汽、广汽、上汽三大车企的新能源车销量保持高增长势头。虽然通过众多新能源车的投放,使自主品牌车企近年来实现销量的快速增长,但被称为“三电”的电机、电控、电池核心技术,仍然成为自主品牌车企需要突破的关键。为了加快新能源车技术的研发和产业化,《规划》指出,利用企业投入、社会资本、国家科技计划(专项、基金等)统筹组织企业、高校、科研院所等协同攻关,重点围绕动力电池与电池管理系统、电机驱动与电力电子总成、电动汽车智能化技术、燃料电池动力系统、插电/增程混合动力系统和纯电动力系统6个创新链进行任务部署。

为了提升自主电池研发能力,提升新能源车核心技术创新,工信部此前发布《汽车动力蓄电池行业规范条件》企业目录,车企选用进入目录的国内企业生产的电池,能够取得新能源车补贴,摆脱了对国外企业电池的依赖。同时,车企本身也在“三电”技术上不断加码,比亚迪、北汽新能源等新能源车企已经拥有自主“三电”核心技术,并运用在旗下各款车型上。

目前新能源车售价普遍较高,依靠政府补贴降低最终售价。对新能源车来说,电池价格占整车价格50%以上。为了降低新能源车电池成本,《规划》要求到2020年,动力电池单体比能量达到300瓦时/公斤以上,力争实现350瓦时/公斤,系统比能量力争达到260瓦时/公斤,成本降至1元/瓦时以下。数据显示,去年动力电池单体能量密度达220瓦时/公斤、价格1.5元/瓦时,较2012年能量密度提高1.7倍,价格已经下降60%。

此外,在新能源车推广应用上,《规划》指出,逐步提高公共服务领域新能源汽车使用比例,扩大私人领域新能源汽车应用规模。据预测,瞄准公共出行的国内新能源车分时租赁市场规模为200亿元左右,目前包括上汽、长安汽车、首汽集团等众多企业纷纷在该领域抢占市场。在私人新能源车领域,以北京市为例,新能源车配置指标不断增加,目前全年私人新能源车指标已增至5.1万个。在新能源车销售中,为了降低新能源车购买成本,北汽新能源推出的EC180起售价仅为4.98万元。

汽车行业专家景晖表示,中国汽车产业经历几十年的发展,在传统燃油车领域经历引进外资通过“市场”换“技术”的阶段,对于中国车企有得也有失。

在新能源车领域,中国车企与国外车企站在同一起跑线,通过顶层规划,设计新

能源车发展路线,能够使中国车企尽快缩短国际差距。

智能网联汽车:基于需求弯道超车

在发展新能源车的同时,智能及联网无疑是汽车产业的另两大热词,众多自主品牌车企在智能自动驾驶与互联网上加大投入,以期在新兴领域实现弯道超车。

《规划》提出,未来应加大智能网联汽车关键技术攻关,促进智能汽车与周围环境和设施的泛在互联,在保障安全的前提下,实现资源整合和数据开放共享,推动宽带网络基础设施建设和多行业共建智能网联汽车大数据交互平台。

在智能驾驶领域,2015年曾对外提出在无人驾驶方面将实现“三年商用、五年量产”的百度,近日宣布将向汽车行业及自动驾驶领域的合作伙伴开放自动驾驶软件平台Apollo(阿波罗),以帮助它们搭建自己的自动驾驶系统。除了互联网企业,传统车企也在智能自动驾驶和网联上不断发力。去年,长安自动驾驶汽车已经上路测试;北汽自动驾驶车也在去年北京车展亮相;吉利表示将在2—3年内推出沃尔沃自动驾驶量产车;上汽未来十年将实现全环境自动驾驶;长城汽车将在“十三五”末推出高速公路自动驾驶车。

此外,在新能源车推广应用上,《规划》指出,逐步提高公共服务领域新能源汽车使用比例,扩大私人领域新能源汽车应用规模。据预测,瞄准公共出行的国内新能源车分时租赁市场规模为200亿元左右,目前包括上汽、长安汽车、首汽集团等众多企业纷纷在该领域抢占市场。在私人新能源车领域,以北京市为例,新能源车配置指标不断增加,目前全年私人新能源车指标已增至5.1万个。在新能源车销售中,为了降低新能源车购买成本,北汽新能源推出的EC180起售价仅为4.98万元。

汽车行业专家景晖表示,中国汽车产业经历几十年的发展,在传统燃油车领域经历引进外资通过“市场”换“技术”的阶段,对于中国车企有得也有失。

在新能源车领域,中国车企与国外车企站在同一起跑线,通过顶层规划,设计新

能源车发展路线,能够使中国车企尽快缩短国际差距。

此前,国务院总理李克强在对全国

节能与新能源汽车产业推进工作座谈会上强调,加快发展节能与新能源汽车,是促进汽车产业转型升级、抢占国

际竞争制高点的紧迫任务,也是推动绿

色发展、培育新增长点的重要举措。

而《规划》中也将节能汽车作为汽车产业

中长期发展的重要部分,提出推动先进

燃油汽车、混合动力汽车和替代燃料汽

车研发等。

景晖认为,以插电式混合动力车型为

为代表的节能汽车,由于结构较纯电动汽

车复杂,更能促进自主品牌车企在技术研

发方面的投入力度,掌握企业产业核心技

术。同时,节能汽车也是国内车企实现油

耗限制的重要一环。

国务院在2015年印发的《中国制造

2025》,被认为是悬在国内各车企头上的

“达摩克利斯之剑”,该文件提出到2020年,

国内乘用车(含新能源乘用车)新车整

体油耗降至5升/百公里,2025年降至4

升/百公里左右。对于国内车企来说,单

纯依靠改进传统燃油发动机并不能实

现油耗限值目标,必须依靠新能源车及

节能汽车降低整体油耗。

上汽通用汽车总经理王永清表示:

“从国内一线城市的补贴、限行、牌照等政

策上看,纯电动汽车是未来的趋势之一。

但是,混合动力等节能汽车技术同样重

要,到2025年国内车企实现4升/百公里,

只依靠新能源车是不够的,节能汽车与

纯电动汽车要齐头并进。”

北京商报记者 刘洋

S 重点关注
Special focus

上市就转型 金陵体育自我革命不容易

成功登陆资本市场或许只是金陵体育变革之路的开始。4月24日,金陵体育在深圳证券交易所上市申购,发行价格为每股13.71元。招股说明书显示,该公司近两年营收未能借势持续火爆发展的体育产业,甚至一度出现逆势下滑的态势。有分析人士认为,直销的销售模式拖了金陵体育发展的后腿。上市后,金陵体育亟须进行产品升级和销售模式的变革。

业绩逆势下滑

国内体育器材巨头金陵体育4月24日正式上市申购,该品牌曾因成为2016年里约奥运会排球比赛器材供应商而名声大噪。借助近两年体育产业热钱涌动,登陆资本市场成为金陵体育的不二选择。不过,体育产业内资本与政策东风并未让金陵体育业绩大幅增长,从2014年开始,该公司业绩却逆势下滑。

北京商报记者查阅金陵体育招股书了解到,2012—2014年是金陵体育的快速发展期,公司的营业收入及净利润均呈现快速增长,公司三年的营业收入分别为2.17亿元、3.04亿元、3.44亿元,实现净利润分别为1066万元、2302万元、4486万元。但是自2014年之后,金陵体育却出现了由盛而衰的态势,2015年的营业收入甚至出现下滑。2015年、2016年的营业收入分别为3.24亿元、3.3亿元,净利润分别为4414万元、4631万元。

公开资料显示,金陵体育成立于1985年,先后为2016年里约奥运会、2008年北京奥运会、CBA篮球联赛、国际田联钻石联赛等重要赛事提供体育器材和服务。该公司从篮球器材起步,目前业务已经覆盖篮球、足球、排球、田径、游泳、全民健身路径、场馆座椅等体育器材及体育场光电集成系统、计时计分系统等。财务数据显示,该公司球类器材和场馆设施销售

收入贡献超过五成。

直销模式遭质疑

业绩出现逆势下滑被外界解读为金陵体育的直销模式拖后腿。招股书中显示,金陵体育业绩下滑源自公司以直销为主、经销为辅的经营模式。有分析人士称,因该公司直销客户主要为政府单位、体育赛事组织单位、学校等,这类客户采购虽然有批量大、金额大的优势,但是公司也会给予一定优惠,使得毛利被压缩。另外,该类客户还存在结款方式特殊、周期较长的特点,应收账款不能及时收回和较低的存货周转率给金陵体育的营运资金造成了一定压力。

资金链紧张成为限制金陵体育发展的原因之一。招股说明书显示,2015年和2016年,金陵体育的主营业务增幅分别为-6.62%和2.2%,金陵体育表示,凭借单一的融资渠道以及自身经营积累已难以满足大规模产能扩张的资金需要。2014年度与2015年度,公司现金及现金等价物净增加额均为负数,由于公司较多地采取的直销模式客户回款较慢等原因,公司应收账款余额较大;同时,公司按批次生产模式使得期末存货余额较多。公司的资产结构中超过60%的流动资产为存货和应收账款,2016年底,这一比例已经达到47.07%。

与直销模式相比,经销模式只需要把货卖给经销商,款到付货的形式也减少了应收账款的压力。招股书显示,经销模式下,金陵体育篮球架产品收入占比高于直销模式下篮球架的收入占比,报告期内,经销篮球架产品的毛利分别为41.1%、52.51%、55.33%,高于公司的主营业务毛利。

针对销售模式,北京商报记者致电金陵体育办公

室负责人,对方表示目前不便对外透露相关信息。

先上市再转型

金陵体育也意识到了经营模式的问题,从2014年起便在逐步调整直销和经销模式的比例。招股书显示,2014—2016年,金陵体育直销模式占主营业务收入的比重分别为72.56%、67.95%、59.81%;经销模式占比分别为27.44%、32.05%、40.19%。

北京大学中国体育产业研究中心秘书长郭斌认为,金陵体育作为一个老牌企业,上市之后的转型升级是一个必然趋势。金陵体育现有的产品偏“硬”,在智能化器材等“软”器材上仍有不足,未来需要进行产品升级,进一步提升产品的科技含量。另外,在销售体系和渠道上也需要进行升级,对机关单位及学校以外的其他市场加大开发力度。近几年整个体育行业持续火爆,体育器材也占有很大比例,在成功上市后,有了资本的介入,金陵体育如果可以利用好自身老牌企业的优势,做好企业的转型、升级,或许可以重新焕发生机。

关键之道体育咨询有限公司CEO张庆认为,上市可以促使金陵体育做出改变,使整个管理体系更加职业化,同时也更加开放和高效。他表示,金陵体育最需要的是从一个器材供应商转变为一个解决方案供应商。“在此前与金陵体育的接触中,金陵体育内部有变革的意愿和尝试,但受制于公司要维持稳定发展,在成功上市后,可以为他们的变革创造条件,但需要内部有更大的决心和勇气去自我革新。目前来看,金陵体育在有些领域处在前列,但是在其他一些领域的市场竞争还是很激烈的,他们需要增加服务和技术创新的占比,这样更能满足市场需求。”

北京商报记者 孙麒麟 实习记者 刘之爽

易到承诺5月5日前解决司机提现

北京商报讯(记者 孙麒麟)4月25日,有媒体报道称易到易到的易到司机获得13亿元,并呼吁易到妥善处理好易到的问题。随后易到和乐视联合回应称,乐视从未挪用过包括用户充值在内的易到任何资金,且已投入近40亿元资金及大量生态资源,支持易到发展。4月20日晚,周航再次发表声明宣布易到3位创始人周航、杨芸和汤鹏正式离职。4月21日,易到方面宣布任命全新管理团队,原易到总裁彭钢出任CEO,全面负责公司战略、管理工作;原易到首席运营官冯全林继续担任COO,负责公司运营事务;原易到首席财务官任