

### 辉山欠款遭银行起诉

北京商报讯(记者 钱瑜 王子扬)12月20日,据媒体报道,恒生银行已于12月19日向香港高等法院提交诉状,寻求辉山乳业支付2960万美元尚未偿还的本金和243086美元的拖欠利息。此前,辉山乳业在港交所公布,朱健宏及张毅林因个人原因辞任该公司独立非执行董事,以及董事会辖下各委员会的职务,并已于12月15日起生效。

继沈阳市中院公告受理辉山乳业董事长名下及其相关6家公司重整案件后,辉山乳业董事长杨凯又于近期被辽宁省盘山县人民法院列入“老赖”名单。公开信息显示,辽宁省盘山县人民法院于12月7日公布,杨凯因“有履行能力而拒不履行生效法律文书定义务”,被列入全国法院失信被执行人名单。

此前,辉山乳业发布公告称,辽宁省沈阳市中级人民法院当日做出裁定,接受公司债权人提出的对公司两家主要附属公司破产重整的申请,正式启动破产重整程序。本次将被破产重整的公司为辉山乳业(中国)有限公司及辽宁辉山乳业集团(沈阳)有限公司,两家公司持有辉山乳业在中国的大部分经营业务。

辉山乳业为东北地区最大的奶牛养殖企业,并拥有液态奶以及婴幼儿奶粉等多个产品品类形成全产业链。分析认为,此次破产重组的两个附属公司应该是辉山乳业核心的上游奶牛养殖业务,辉山乳业有种断臂自救的感觉。重组后辉山乳业将失去两个企业的话语权,从而导致整个产业链出现断层,最具竞争力的养殖业务丢失,液态奶竞争力不足将导致辉山乳业未来发展较为艰难。

### 3款新能源车未申报整改车型

北京商报讯(记者 蓝朝晖 高春艳)12月20日,中机车辆技术服务中心(以下简称“中机中心”)发布的《油耗整改审查情况通报》指出,截至12月19日,中机中心已对乘用车油耗整改车型进行了审查,请未整改或审查未通过的企业抓紧时间整改。计划第303批公告中将对未整改或整改未通过车型进行暂停。

中机中心将目前审查进展进行了通报,未申报整改车型的有713款,其中有2款比亚迪插电式混动车型和1款传祺增程式混动轿车。已申报整改但未提交检测资料车型有100款,其中包括1款吉利美日牌插电式混动轿车。审查未通过,已退回车型有67款,未有新能源车型。

值得注意的是,11月24日,中机中心发布的“关于调整汽车公告产品强制性检验项目的通知”明确,对《车辆生产企业及产品公告》以下简称《公告》)申报系统的检验项目进行了调整,新申报的汽车产品于2018年1月1日《公告第304批》开始执行。明确将“轻型混合动力电动汽车污染物排放控制要求及测量方法》《低地板及低入口城市客车结构要求》两项国家强制性标准列为《公告》依据标准。

### 360关闭争议产品水滴直播

北京商报讯(记者 魏蔚)争议声中,360公司12月20日宣布主动、永久关闭水滴直播平台,360智能摄像机将专注安防监控功能。据悉,在主动关闭水滴直播平台前,水滴直播已经将平台上所有涉及到有人员流动的公共场所的视频直播全部下线。

根据水滴直播公告:“由于内部业务调整,水滴直播自即日起停止运营。360智能摄像机将专注提供可靠的安防监控功能,为用户提供服务”。

水滴直播为360旗下一款视频直播平台,360智能摄像机用户可以开启直播功能参与水滴直播。此前,有文章指出,某些店铺在未贴有直播告示的情况下,通过360智能摄像机对用户逛街、健身、吃饭等行为进行了直播,涉嫌侵犯用户隐私权利。

12月14日,360将水滴直播平台上所有涉及到有人员流动的公共场所的直播全部下线,仅保留精准扶贫、生态农业等纯公益性直播。

北京商报记者登录360摄像机App发现,目前水滴直播关闭公告位于页面醒目位置。水滴直播产品团队称,“水滴直播功能全面关闭,不再提供任何直播服务”。该团队同时强调:“我们会坚定不移地向全国幼儿园继续免费提供360智能摄像机,将帮助家长实时了解自家孩子动态这一事情继续做下去。并且,360智能摄像机针对幼儿园使用场景,进行针对性升级优化”。

### 宁波赴京招商签约近千亿元

北京商报讯(记者 钱瑜 高春艳)12月20日,宁波(北京)投资合作洽谈会暨项目签约仪式第三次在京举行,通过专题推介宁波投资环境,吸引央企国企、高端装备制造企业、科研院所、科技创新型企业、金融机构和知名浙商来甬投资合作,共建“一带一路”综合试验区,助推宁波“名城名都”建设。

活动现场共签约重大合作项目34个,总投资966亿元。其中战略合作协议4个,二、三类产业合作项目30个,涉及特色小镇、研发中心、现代信息技术、智能制造、金融、现代物流等。

签约项目包括:在宁波象保合作区总投资117.4亿元的国家级云制造示范基地,在杭州湾总投资110亿元的恒天时尚小镇、总投资75亿元的领克投资有限公司项目,在余姚总投资100亿元的中关村东升科技园产业基地,在梅山总投资50亿元的中国天诚军民融合产业园及现代供应链项目,在象山总投资12亿元的产业(技术)研究院项目等。

近年来,特别是前两届宁波(北京)投资洽谈会后,宁波的投资环境越来越受到北京客商的青睐,众多来自北京的央企、著名民企、知名浙商甬南,如中车集团、中交股份、五矿集团、北京国际能源、北京精雕集团、银泰集团等,积极参与宁波市经济社会建设。

# 摩拜国际化傍上“日本微信”

在国内结盟微信的策略,被摩拜单车搬到海外。12月20日,摩拜单车与日本社交软件LINE达成战略合作,后者领投摩拜单车日本子公司(以下简称“摩拜日本”)A轮融资,并计划在App中新增摩拜独家入口。这是摩拜单车海外子公司首次获得融资,业界认为,由于文化和市场差异,以及对场景的强依赖性,共享单车的国际化推进速度快但深度欠缺,摩拜单车傍上“日本微信”,提供了多一种实现路径。

#### 助力在融资之外

摩拜单车似乎格外重视日本市场,在进入日本多个城市后,摩拜单车为摩拜日本引来了A轮融资。虽然未透露具体的投资金额,但摩拜单车称,LINE持有摩拜日本不多于20%的股份,现为摩拜日本的第一大外部股东。

未来几个月,LINE App将新增摩拜单车独家入口,每月7100万日本LINE用户,在摩拜单车已经入驻的城市只需通过LINE App扫描车身二维码即可解锁用车,并通过LINE Pay移动支付服务或其他渠道支付车费。

子公司独立融资,摩拜单车创始人兼总裁胡玮炜认为:“摩拜单车希望与LINE及更多本地合作伙伴、政府、社区紧密合作,携手将智能共享单车带给更多日本城市,并致力于打造全球共享单车的运营典范。”LINE总裁兼CEO出泽刚表示:“通过投资和战略合作,LINE将利用自身与日本政企的关系网络,帮助摩拜单车在日本拓展业务”。

LINE于2011年6月上线,全球注册用户超过4亿。2016年下半年,LINE赴美完成上市,目前市值约92亿美元,有“日本版微信”之称。

摩拜单车与日本市场的交集不仅如此。今年6月,摩拜单车宣布进入日本,并在福冈市成立摩拜日本分公司,组建了一只本地化的运营管理团队,由曾任有



桩共享单车服务商DocomoBIKE 高管的木下升担任摩拜日本总经理。

日本是继新加坡和英国之后,摩拜单车进入的第三个海外市场。此后两个月,摩拜单车正式在日本札幌投入运营;就在本周,摩拜单车将正式在福冈提供服务。

具体到摩拜单车在日本的业务进程,木下升表示,跟中国业务一样,摩拜单车将征集日本投资者。在2018年6月之前,摩拜单车将在日本最少投入1万辆自行车。最低目标是2018年全年部署3万辆,希望能够达到10万辆。摩拜单车将在2018年上半年进入东京,到2018年底为止希望在日本30座城市提供服务。

除了市场布局外,摩拜单车还与日本伙伴在产品设计上有过合作。今年9月,摩拜单车与日本设计大师深泽直人合作推出一款摩拜概念车。

在独立分析师张旭看来,相比于其他海外市场,摩拜单车日本市场的表现比较突出:“在摩拜单车进入日本之前,日本的共享单车行业已经有用户基础,市场也已经完成了教育”。

#### 海外拓展不易

不过,共享单车的国际化并不都如摩拜日本顺利,甚至可以说“共享单车进入每一个海外市场都十分不易”。业内人士如是表示。摩拜单车方面告诉北京商报记者,进入每一个国家,摩拜单车都需要

先拿到政府的许可,而且每个国家的要求均不相同,有的需要加车灯,有的要求在骑行中佩戴头盔。因此,在摩拜单车进入的每个国家,都设立了分公司”。

ofo的策略有所不同。ofo相关负责人向北京商报记者透露:“ofo小黄车是唯一获得美国西雅图城市官方运营许可和英国共享单车管理协会认证的中国共享单车企业。中国企业需要在各国设立公司,但无需引入当地资本。因为国情不同,我们要根据情况制定投放策略和配备特定的车型。车辆停放上,我们会和当地政府进行商议停放范围”。

在海外车辆投放和线下业务运营人员设置上,摩拜单车和ofo都会招聘当地运营人员并培训,目前双方在海外投放的车辆都是从中国生产运输。不过,摩拜单车和ofo都针对海外用户开发了专门的App。

竞争是激烈的,双方此前均宣布提前完成2017年目标。据悉,ofo 12月7日入驻法国巴黎,提前完成进入全球20个国家的目标。摩拜单车则在今年11月下旬进入全球第200个城市德国柏林,提前完成任务。不过,双方均未透露在海外投放的车辆数量。ofo方面透露,目前ofo为海外用户累计提供超过1000万次骑行服务。

分析人士对共享单车的海外竞争也心存隐忧。一位不愿具名的分析人士直言:“水土不服仍然是共享单车国际化的

主要困难,还将面临本土对手的竞争”。新加坡已推出共享单车品牌oBike,软银和7-11则在一个月前在日本推出共享单车服务。这些难点并未阻挡中国企业的野心。谈及未来计划,摩拜单车与ofo均表示,明年将继续扩大全球化市场,不仅从广度上扩大国家数量,还会在现已入驻的国家扩大纵深布局。

#### 关键仍在国内

“共享单车出海可以获得新增长点,它们也一定会继续抢夺海外坐标,但出海更多是防御性布局,是卡位的性质。它们最主要的市场还是国内。”张旭指出;不过,目前共享单车在国内的增长已经接近天花板。”

城市“限投令”之下,共享单车在国内的规模攻势戛然而止,各方陷入僵局。易观国际分析师王晨曦认为:“目前共享单车在国内市场的第一阶段竞争已经结束,国内人口红利带来的高速扩张告一段落。”因此,国内竞争的重点变成了立体化出行布局,摩拜单车表现积极。今年9月之后,摩拜单车先后与首汽约车、嘀嗒拼车达成合作,在App接入、服务互通、用户对接、品牌营销和技术研发等领域组成出行同盟。

目前摩拜App提供共享单车、网约车和拼车三种服务,试图满足用户不同场景下的出行需求。此外,摩拜单车还成立了专门的出行服务有限公司,负责网约车业务。而在今年4月,ofo就已通过接入投资方滴滴App的形式,为自己的出行服务升级。

在转向大出行竞争后,完成行业首例合并案的哈罗单车和永安行,成为共享单车二线阵营扩张生态的典型代表,不仅引入蚂蚁金服和威马汽车的融资,还启动了与威马汽车的“4+2”战略(共享单车+共享汽车),并且开始投放6万辆电动自行车。

北京商报记者 魏蔚/文 王飞/制图

#### 重点关注

### Special focus

## 跟风全面屏 国美手机急赶路

北京商报讯(记者 石飞月)赶在2018年之前,国美推出了今年第四款自主品牌手机,12月20日,国美通讯发布了全面屏手机国美U7,这距离今年4月才杀入智能手机市场不过8个月。在业内人士看来:“迟到者”国美想在手机市场分一杯羹,仅靠机海战术还不够。

和今年发布的众多手机产品一样,国美U7同样赶了全面屏的潮流,搭载5.99英寸18:9全面屏,采用FHD+ (2160×1080)高清分辨率,后置1300万像素Sony IMX258高清摄像头,支持PDAF相位对焦,拥有背景虚化、慢动作、延时摄影等多种功能。全面屏之外,国美手机还瞄准了尽可能多的热点元素,国美U7还支持虹膜、人脸、指纹三重生物识别。

对于跨界做手机,国美手机相关负责人曾在今年国美发布第一款手机产品时解释,国美进军手机产业是由市场需求决定的。国美积累了渠道、资金、技术研发的优势,自主品牌手机的推出水到

渠成,手机的推出也是呼应了国美控股集团的新零售战略。国美手机瞄准的不仅是手机产业,还是安全智能生活领域,预计未来会以智能硬件设备为连接点,提供整体的智能生活服务。

作为架构支撑,2016年就完成收购手机制造企业浙江德景电子科技有限公司的三联商社,在2017年处置了家电零售资产,并更名国美通讯,专门负责手机在内的智能终端板块。

针对国美手机凶猛的产品攻势,业内人士分析称,作为一家老牌家电零售连锁企业,推出自有的智能手机产品,国美的优势不言而喻。既有的线上线下自有渠道、社会及代理商渠道及运营商渠道都可以帮助国美手机获得市场。

但质疑的声音为数不少,除了时间晚和经验欠缺的因素,国美零售商的身份也会影响它与其他手机厂商的关系。对此,运营商世界网总编辑康钊认为,国美做手机看重的是智能家居、智能家电的产

业链,手机是一个连接终端的环节,没有这个抓手就没办法形成智能家居的生态。国美确实有自己的渠道优势,虽然手机行业的竞争很激烈,但国美也不是没有机会,这还要看国美未来在手机方面的策略。”跨界做手机的企业并不算少,比如空调巨头格力,跨界做起了手机;做视频的乐视,也是手机品牌中的一员;就连饮料龙头百事也曾涉足手机圈;互联网安全厂商360也在手机市场一直努力。

值得一提的是,北京商报记者观察到,国美手机已经在零售“死对头”京东开设了“旗舰店”,包括最新产品U7在内的四款机型均有销售,U7还将在12月26日开启京东首销抢购。不过,在京东,国美此前发布的几款手机产品似乎不太畅销,虽然未显示销量,但产品评论都只有个位数的几条;在国美自家的在线商城,国美此前三款手机K1、U1、S1的销售情况要比京东好一些,每个产品下面有100多条评论。

### 森马在港设立子公司加速“出海”

北京商报讯(记者 钱瑜 鲁佳乐)国产服装品牌森马正在加速布局国际市场。12月20日,浙江森马服饰股份有限公司(以下简称“森马服饰”)发布公告称,公司将投资1亿港元(约合人民币8500万元)成立香港森马国际贸易有限公司。据了解,此次成立的香港森马国际贸易有限公司旨在在香港地区开展业务,并以此布局国际市场,推动森马品牌国际化运营,提升品牌国际知名度,提高综合竞争能力和经济效益,实现成为全球领先时尚服务提供商的愿景。

此外,公告显示,除了在香港设立子公司外,森马服饰还将投资500万元在上海设立全资子公司——上海森马国际贸易有限公司。森马服饰表示,此举是为了推动公司品牌国际化运营,提高公司经营业绩,支持公司经营和战略目标的实现。

据了解,这并不是森马服饰谋求产品“出海”的首次动作,早在2016

年,森马服饰旗下童装品牌巴拉巴拉童装就开始布局海外市场。当时巴拉巴拉品牌就已在俄罗斯、阿联酋等多个国家开出了七八家专卖店。该品牌还表示,未来将继续寻找国际优秀加盟商,开拓国际市场。从森马服饰的业绩报告可以看出,童装业务在森马服饰的整体业绩中表现不俗,在2017年半年报中,森马服饰旗下的童装业务占比甚至超过了成人休闲服饰。

目前,中国休闲装市场“大腕云集”,各大国际知名品牌正在抢占市场,服装品牌竞争激烈。本土品牌在国内发展的同时,也在谋求新机遇。据了解,除森马服饰之外,许多本土品牌也都开始计划走向国际舞台。近日,服装品牌海澜之家发布公告称,为了满足公司拓展海外业务的战略需要,完善公司整体业务布局,提升公司综合竞争力,公司拟借旗下全资子公司分别以187.29万元、455万元收购两家跨境进出口公司。

### 京东方抢跑液晶最高世代线

北京商报讯(记者 石飞月)12月20日,全球首条最高世代线——BOE(京东方)合肥第10.5代TFT-LCD生产线提前投产。京东方2015年在合肥自主投建的10.5代线是全球最高世代线,也是全球首条10.5代线,设计产能为每月12万片玻璃基板。

在京东方合肥第10.5代TFT-LCD生产线产品下线暨客户交付仪式上,京东方方向三星、LG、SONY、Vizio、创维、康佳、海信、长虹、TPV、小米、海尔等客户交付了75英寸8K 60Hz、75英寸8K 120Hz等大尺寸超高清显示屏。

据悉,京东方将会在2018年1月正式为这些合作伙伴供应8K液晶面板,这也意味着2018年将成为8K元年,大量的8K电视机即将上市销售。

据介绍,BOE(京东方)10.5代线在产品设计开发、工艺保障、技术控制难度等方面超过了以往任何一条液晶面板生产线,10.5代线的智能化

和核心工艺技术均达到业界最高水平,该产线的建成投产为业内树立了最高世代线的技术新标准。

如今超高清、大尺寸已成为行业发展趋势。IHS数据显示,未来五年,8K面板市场复合增长率达111%。在60英寸以上大尺寸面板市场中,8K渗透率将达到25%。

群智咨询副总经理李亚琴认为:“8K是下一个发展方向。明年4K会基本完成普及,8K的市场和技术窗口就会打开。各国的面板厂都看到了这个机会。包括夏普、三星、LG它们也都在积极进行技术储备。”

除了京东方和夏普布局8K液晶面板之外,华星光电两条位于深圳的11代线计划在2019年一季度以及2020年进行投产,三星显示广州10.5代线将会于2019年四季度投产,位于美国的10.5代线则会在2020年投产,LG Display韩国坡州10.5代线同样是在2020年投产。