

虚拟运营商165全新号段正式上市

北京商报讯(记者 石飞月)1月6日,虚拟运营商165全新号段正式上市,这也是第一个16×级别的手机号段。

165号段由中国移动开展移动通信转售业务合作的17家虚拟运营商共同运营,该号段的发布标志着国内移动转售产业首个16×亿级号段正式上市运营,同时,虚拟运营商165号段品牌也是国内移动转售产业由多家虚拟运营商联合发布的首个统一品牌,这些虚拟运营商包括阿里、中兴、国美、苏宁易购、迪信通、鹏博士、分享通信等。

据悉,165号段将会提供全新的资费套餐方案,相比以往费用更低,套餐更加灵活。

虚拟运营商区别于中国移动、中国联通、中国电信,它们没有属于自己的移动通信网络,而是从三大运营商手中购买通信资源,经过自己“包装”后出售给消费者,市面上很多价廉物美的卡就属于这种情况,资费便宜,语音通话时长、流量还多,甚至有一大堆免流App。

根据去年8月的数据,彼时,我国虚拟运营商用户总规模已经突破7000万,用户规模突破200万的虚拟运营商已经超过10家。

去年,相关部门继续加大对国内虚拟运营商的支持力度,进一步下发了3亿码号资源。中国移动获发165号段,中国联通获发167号段,中国电信获发162号段,加上先期下发的170号段与171号段,可供虚拟运营商利用的号码已经达到了5亿。此外,去年7月23日,工业和信息化部官网发布了《工业和信息化部向15家企业颁发移动通信转售业务经营许可》的通知,这意味着试点近五年的虚拟运营商终于获得正式牌照。

成本上涨 恒顺醋业再提价

北京商报讯(记者 李振兴)1月4日,江苏恒顺醋业股份有限公司(以下简称“恒顺醋业”)发布公告称,由于包装材料等成本上涨因素,导致恒顺醋业旗下多款产品提价。

公告显示,恒顺醋业将旗下5个系列产品进行了提价,分别提价15.04%、15.04%、10%、10%、6.45%,2019年1月1日开始实施。据了解,上述五个系列产品2018年全年销售额分别约为9685万元、4861万元、4391万元、3716万元、958万元。

对于提价的原因,恒顺醋业在公告中称,提价是基于包装材料等成本上涨因素,并且为便于进一步聚焦A类产品战略,理顺价格体系。

据了解,在产品层面,恒顺醋业制定了“A+X”战略,突出恒顺香醋明星产品定位,配专项资源做产品进场、铺渠道等,提升A类产品市占率,同时辅以白醋、料酒等非A类产品。

随着产品战略的实施,恒顺醋业的销售额有所增加,同时营业成本也进一步提高。数据显示,2018年上半年,恒顺醋业营业成本达4.68亿元,同比2017年增加8.81%。就包装成本而言,作为主要材料的瓦楞纸价格也一路提升。2018年4-5月,瓦楞纸价格曾接近6000元/吨的水平,达到历史最高位,目前仍维持在3500元/吨。

不过,在业内人士看来,恒顺醋业旗下产品涨价,除有成本上升的原因,更重要的原因是,恒顺醋业距离2019年营收20亿元的战略目标仍有较大差距,需要通过提价来提升营收规模和净利润。最近几年,恒顺醋业共进行过3次提价,分别为2010年、2014年和2016年。

“如果提价不影响销量,每提升1%的价格,能够增加25%的净利润和13.14%的销售额。”业内人士坦言。但按目前的增速计算,2019年恒顺醋业实现营收20亿元的销售目标仍有较大的难度。”上述业内人士认为,从以往的涨价经验以及目前的营收状况看,恒顺醋业能否实现预期目标有待观察。

我国首个5G地铁站开通

北京商报讯(记者 方彬楠 濮振宇)1月6日,成都市政府新闻办发布消息称,全国首个5G地铁站(地铁10号线太平园站)已于1月5日在成都正式开通,该地铁站是全国第一个覆盖5G信号的地铁站,将成为四川移动对5G室内分布系统进行测试的重要场所。

据了解,此次四川移动在太平园地铁站开通的5G基站,是国内首个基于2.6GHz频段的5G数字化室内分布系统网络。具体而言,此前布局的5G基站主要集中在室外,用于拓宽5G网络的广度;而室内分布系统则用于解决5G网络的深度覆盖问题,目标是要让5G网络信号能够覆盖到室内的每一个角落。而5G室内分布系统开始布局,标志着5G全场景连续覆盖即将成为现实。

进入2018年后,中国移动不断加速5G建设的步伐。当年8月,中国移动董事长尚冰表示,中国移动正在推进5G网络规模试验和应用试验,并设立了14个开放实验室以及3个垂直领域的研究院;11月,中国移动四川有限公司在成都远洋太古里推出全国首个5G示范街区。

除了中国移动,中国电信和中国联通也动作频频。2018年4月,中国联通在16个城市开展5G试点;8月,北京联通正式发布了“5G NEXT”计划,北京市首批5G站点也同步正式启动,5G移动通信网络开始在京搭建;11月,中国电信海南公司在海口成功举办海南5G网络首次应用展示。

目前,5G商用的时代即将到来,国内三大运营商都已敲定自己的5G路线图。中国移动在2018年3月宣布,计划在主要城市建设5G试点网络,并于2020年全面商用;中国电信方面表示,2019年5G预商用,2020年正式商用;中国联通方面也宣布,2019年实现5G预商用部署。

小米入股TCL全面发力大家电

北京商报讯(记者 石飞月)1月6日,TCL集团发布公告,宣布小米集团战略入股TCL集团。对此,小米CEO雷军回应称,入股TCL集团对小米继续做大做强大家电业务有巨大帮助,并许下2019年将全面发力大家电的承诺。

公告显示,TCL集团接到小米集团通知,基于对公司价值的判断及对公司经营策略、核心竞争力、行业地位及文化价值观的高度认同,截至2019年1月4日,小米集团通过深圳证券交易所证券交易系统二级市场购入公司股份,购入股数为65168803股,占公司总股本的0.48%。

实际上,这并不是小米和TCL的第一次合作。在2018年12月29日,TCL集团就与小米集团签订了战略合作协议,双方将开展在智能硬件与电子信息

息核心高端基础器件一体化的联合研发,创新下一代智能硬件中新型器件技术的应用,建立起核心、高端和基础技术领域的相互合作或联合投资,以此催生创新智能产品。

小米集团方面表示,在核心高端基础器件领域的基础上,愿意在公司资本层面进行多方位的战略合作。早在2016年底,小米就曾入股美的,当时,美的以23.01元/股的价格向小米定向发行5500万股,募集资金总额不超过12.66亿元。

业内人士认为,发力智能家居一直是小米努力的方向,但小米如果自己去企业代工,从移动电源、游戏机、空气净化器等品类一个开始做,耗费的周期太长,而且过程中会遇到不可预见的技术问题。与TCL、美的这样的传统厂商合作,可以

把它们多年来在大家电和小家电领域积累的产品和潜力释放出来,接入小米大数据和智能家居生态体系,双方如此能够实现双赢:在若干年后,手机、平板、电视甚至洗衣机、窗帘、微波炉都可以互相连接,形成一个完整的家庭网络中心,任何设备都可能是智能终端。未来小米将会合作甚至入股更多的硬件生产企业,共同打造一整套完善的生态体系。”

对于小米和TCL的合作,产业观察家洪仕斌指出,双方在业务上有极强的互补性。小米拥有产品定义、研发和设计能力,同时拥有互联网思维,TCL则拥有非常丰富的供应链、生产经验,在半导体显示业务拥有很大竞争力。公开资料显示,TCL旗下的华星光电电视面板2018年前三季度销量全球排名第五。与TCL的合作将加强小米的供

应链和代工资源,为小米进军白电市场提供强大的援助,小米的互联网打法加上TCL的供应链实力将会给家电业带来更多的创新与活力。”

2018年,大家电业务成为了小米集团的新增长点。小米上市之后的首次组织架构调整,就新成立了电视部负责电视业务,同时孵化空调等新业务。与此同时,作为家电行业的巨头,TCL将战略调整为专注半导体显示业务、材料业务及新兴业务。

值得注意的是,小米集团入股TCL集团前期,TCL刚刚经历了重组,因此这个节点显得有些“巧妙”。去年12月7日,TCL集团拟以47.6亿元重组消费电子、家电等智能终端业务以及相关配套业务,集中资源专注于半导体显示及材料业务。

S 重点关注
Special focus

转让股权 野马汽车生产资质谁来接盘

北京产权交易所一则匿名转让股权的消息,再次引起了业界的关注。1月6日,北京商报记者经过查证后确认,北京产权交易所近日挂出的某汽车股份有限公司99000万股股份(82.5%股权)转让挂牌公告中的转让标的实为四川野马汽车股份有限公司(以下简称“野马汽车”),而转让方实为四川富临实业集团有限公司(以下简称“富临集团”)。业内人士表示,目前野马汽车的价值主要在于它是一个拥有生产资质的“壳”,很难说以12亿元去买这样一个资质合不合算。当前中国车市步入寒冬,无论是投资机构还是造车新势力,要作出接盘的选择,都不得不加倍慎重。

低调挂牌

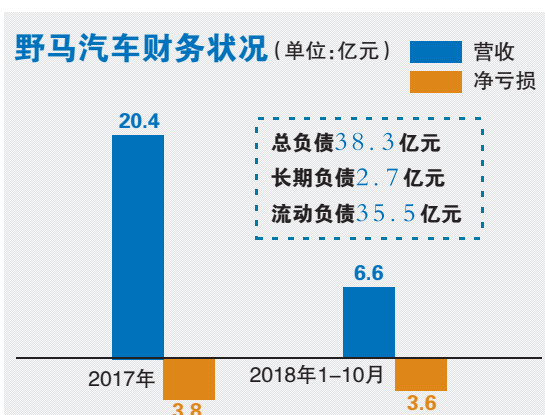
与此前多家挂牌出让股权的车企不同,虽然此次股权转让公告详尽披露了企业的各类信息,但却选择隐藏了最关键的企业名称。北京产权交易所的工作人员对北京商报记者表示,在公告中匿名是挂牌方的要求,该项目从挂牌到成交的全过程都将保持匿名状态。

根据北京产权交易所提供的股权信息,北京商报记者经多方查证,野马汽车与转让公告中的企业完全吻合。在股权结构方面,富临集团为野马汽车第一大股东,持股比例为82.5%,长城新盛信托有限责任公司和安治富则分别持有公司16.67%和0.83%的股份,本次挂牌将转让富临集团所持有的野马汽车股份。

根据公告,野马汽车此次股权转让的披露起止日期为2018年12月25日至2019年1月22日,转让底价为12亿元,信息披露期满后,如未征集到意向投资方,则不变更挂牌条件,按照10个工作日为一个周期延期。

事实上,目前野马汽车正面临严重亏损。2017年,野马汽车营收为20.4亿元,但净亏损达到了3.8亿元;进入2018年后,情况依然没有好转,前10个月野马汽车营收为6.6亿元,但净亏损却高达3.6亿元。野马汽车的总负债为38.3亿元,长期负债为2.7亿元,而流动负债则高达35.5亿元。

针对股权挂牌的详情和进展,北京商报记者试图联系富临集团,但截至发稿,对方尚未给出回复。对此,汽车行业分析师钟师表示,从近期国家发改委和其他一些部委的文件来看,汽车“壳”资源的意义和价值正在慢慢淡化,新能源审批这块较之前会更为宽松一些。但是,国家出台的新规定,前期往往主要是一些原则性的要求,具体落实下来可能还需要一定的时间。在国外车企即将在华投放大量新能源产品的背景下,时间窗口对国



内企业非常关键,如果相关企业急于上市或量产,那么此次野马“壳”是一次不错的机会。

经济学家宋清辉在接受北京商报记者采访时指出,股权转让匿名挂牌的情况不多见,富临集团此次的这一做法更鲜见。由于转让方和转让标的均未上市,外界一直以来并不清楚野马汽车正处在亏损状态。此次之所以匿名挂牌转让这样一家严重亏损的控股子公司,富临集团可能是为了避免影响和打击市场对野马汽车的信心,这样,即使万一最终找不到“接盘者”,也能给自己留下一条继续持有野马汽车的后路。

销量困境

虽然如今深陷亏损,但野马汽车却曾有一段辉煌的过去。20世纪80年代末,野马汽车在改革开放的大潮中诞生;“金顶”牌客车系列;“野马”、“白鹿”牌轻型越野车和客货两用车风靡全国。

2002年,四川大型民营企业富临集团对当时陷入生产经营困境的川汽集团(野马汽车的前身)进行了兼并重组。2007年12月,公司首款产品野马F99正式进入开发阶段。2011年12月,经股份重组之后,公司更名为野马汽车。

据了解,野马汽车是四川省唯一一家同时具备新能源及传统能源乘用车、客车等完整生产资质的本土整车制造企业。

值得关注的是,面对近年来新能源转型的大潮,野马汽车也大力投身新能源整车及核心部件的研发与制造,可以说是国内最早投身新能源造车的企业之一。早在2012年11月,野马汽车代号为SQJ 6452BEV的纯电动车型就获得了国家新能源汽车生产资质。然而,在自主品牌新能源汽车市场厮杀的战场上,野马汽车始终未能崭露头角,一直默默无闻。

根据野马汽车官网提供的信息,该公司现在

仅有4款车型在售,分别是T70、T80、斯派卡和T70S。有报道称,2018年11月,野马汽车销量仅为2452辆,1-11月的累计销量也不过31882辆,还不及很多品牌单一车型的月度销量。在传统车企加速淘汰之际,野马汽车也陷入销量困境之中。

业内人士表示,鉴于新能源汽车行业的投入巨大,销量每况愈下的野马汽车在接下来的发展中自然举步维艰。所以此次富临集团挂牌出售自身持有的野马汽车股权或许也是不得已而为之。

买家难觅

从近年来的实际状况看,当下整车厂商股权转让的接盘方几乎都是成立不久的造车新势力。这些新势力企业通常资金充足,但缺少造车资质。作为国内新能源汽车的早期起步者之一,野马汽车在技术基础与资质上都较为完备。

对造车新势力而言,除了资质,还有另外一个需要考虑的关键因素,那就是“价格”。近期向车和家转让股权的力帆汽车同样具备完整的造车资质,价格仅为6.5亿元,远低于此次野马汽车12亿元的价格。但与几乎只剩下一个“空壳”的力帆汽车相比,野马汽车具备更多实际价值。根据此次的挂牌公告,野马汽车尚有规模庞大的固定资产,其中包括6.4亿元房屋及建筑物和3.5亿元的机器设备。目前,野马汽车拥有年产15万台整车的产能。

汽车行业分析师贾新光对北京商报记者表示,从财务数据和资质状况来看,野马汽车的情况还算不错。本次野马汽车的股权转让,交易的不仅是“壳”,还有完整的生产能力。

钟师也指出,仅从价格来看,仅是“壳”资源应该值不了12亿元,但是如果加上厂房、设备等一系列其他资产,把整个企业卖掉,那么这个价格也并不一定算贵。同时,作为一家位于西部内陆的车企,野马汽车旗下资产对造车新势力而言,价值将相对有限,汽车企业的布局需要考虑物流等配套措施,造车新势力一般更偏爱交通便利的江浙一带。

此外,即便最终富临集团为野马汽车找到了合适的接盘者,这宗交易也不一定能够顺利完成。根据挂牌公告,目前富临集团所持标的公司82.5%股份已全部质押给某金融机构,转让方承诺在确定意向受让方后的10个工作日内协调质押权人出函同意转让方所持股份进行转让。在贾新光看来,这次股权转让比较麻烦的是还要和质押权人协调,真正被隐瞒的是质押权人,按理质押的资产不能出售,背后的事可能很麻烦。

北京商报记者 蓝朝晖 濮振宇/文
白杨/制图

支付宝改版 小程序之战一触即发

北京商报讯(记者 魏蔚)1月6日,支付宝小程序官方生活号曝光了一张支付宝主UI界面,配文“周一见”。根据这张曝光图,主UI界面突出了支付宝首页的中间位置。与之前支付宝官方发头条的海报图一样,这张新界面曝光图也引导用户下拉首页。业内人士普遍认为,支付宝小程序可能会在新版本首页拥有入口。

除了上述曝光图,支付宝没有透露更多信息,但是业内人士认为,选择通过支付宝小程序官方生活号曝光新版上线预告,很可能是在首页核心位置为小程序开放固定入口。

公开资料显示,支付宝小程序于2018年9月正式上线,是蚂蚁金服面向商业生态的开放技术的一环,它和mPaaS(移动平台即服务)、生活号等技术产品一道,共同组成蚂蚁金服的移动技术开放。支付宝小程序作为其中的轻量化解决方案,坚持服务品质,并聚焦在商业和生活服务场景。

2018年以来,BAT越来越重视小程序,微信用户可以通过下拉微信界面进入小程序,不久前百度App在首页为智能小程序搭建了快速通道,用户在百度App下拉即可到达小程序页面。为此,业内人士认为,支付宝有可能跟微

信小程序、百度小程序相似,采用下拉进入的方式。

跟腾讯相比,支付宝和百度入局小程序时间较晚,不过节奏更快。2018年9月,支付宝正式成立小程序事业部,还宣布在未来三年投入10亿元科技创新基金,专门用于激励、孵化支付宝小程序生态创业者。在平台资源投入方面,支付宝小程序平台还将借力阿里云等集团技术资源支持,通过一站式云服务等方式降低开发者的成本。

倾集团之力推动小程序的还有百度。为合纵连横开发者,百度成立智能

小程序开源联盟,爱奇艺、快手等12家企业成为首批成员。此外,百度为扶持开发者还开放了千亿流量。

不过从小程序数量和活跃用户数规模上,支付宝小程序明显落后于先行者。小程序统计平台阿拉丁发布的小程序生态白皮书显示,目前微信小程序日活已达2.3亿,2019年有望突破3.5亿。百度方面在2018年12月宣布,百度智能小程序月活用户已超过1.5亿。据支付宝小程序事业部副总经理李从杉披露,截至2018年12月,支付宝小程序用户数突破5亿,日活稳定在1.7亿,平均七日留存率达43.26%。