

· 行业动态 ·

企鹅号 达人计划” 将清退内容低质及不活跃达人

北京商报讯(记者 魏蔚)推出“达人计划”10个月
后,企鹅号拟进行全面清理。3月13日,企鹅号方面宣
布,自2019年4月1日起,平台将针对产出内容低质、
内容发布不活跃等问题进行系统性排查,对存在问题的
达人予以清退,被清退的达人将无法再参加“达人计
划”,且当月结算也会被取消。

企鹅号方面表示,自“达人计划”推出以来,受到
了广大机构和达人的积极响应和鼎力支持,达人入驻
量和内容发布量屡创新高,但平台也发现,少量“达
人计划”的参与达人存在着产出内容低质、内容发布
不活跃等现象,对达人内容生态和用户消费内容的体
验都造成了不良的影响”。

近日,最典型的就“是‘露露事件’”。3月11日,某知
名自媒体人发现自己的企鹅号被盗,不光企鹅号名称
从“三表龙门阵”变为“娱乐与露露”,包括头像等主体
信息也被更换。从2018年1月12日起,此号开始发表
娱乐八卦文章,平均每天更新5篇,且文章被怀疑“洗
稿”。靠这些文章,“娱乐与露露”在创作的60天里,共
获利75196.37元。

一时间,该事件在朋友圈中被热议。有消息称,腾
讯董事会主席兼CEO马化腾已经亲自过问此事。腾讯
方面则向媒体回应,已在筹备建立并计划近期推出
“企鹅号原创专家委员会”,推动版权保护。

3月13日,企鹅号发布“达人计划”清退公告。根据
清退规则,参加企鹅号“达人计划”期间,达人发布的
内容经平台核实为低质的占比超过10%,则该达人被
即时清退,且无法再参加“达人计划”;参加企鹅号“达
人计划”期间,发布内容的活跃度列入对达人的考核
指标;若90天内在微视发布内容少于3篇,则该达人被
即时清退,且无法再参加“达人计划”。

企鹅号方面还对清退影响进行了说明:平台清退
的达人当月结算将被取消;平台清退的达人将无法再
参与“达人计划”,并且该达人的微视认证将会被取
消;平台清退的达人占比将会影响所属机构的人驻和
结算;若平台清退达人占比超过10%,平台将会取消
与该机构的合作和机构的当月结算。

“每嘉”婴儿奶粉不合格 华威乳业被暂停生产

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩)3月13日,黑龙江省
市场监督管理局发布了黑龙江农垦英博华威乳业有
限公司(以下简称“华威乳业”)生产不合格婴配粉的
风险控制情况通告,对上述不合格食品,当地市场监
管部门已分别对生产经营者开展了现场检查,责令公
司暂停生产、销售、使用,并召回不合格食品。

此前的3月7日,国家市场监督管理总局公布30批
次食品不合格情况的通告。其中,哈尔滨市道里区贝
一比母婴坊孕婴童用品商店销售的标称为华威乳业
生产的每嘉婴儿配方奶粉(0—6月龄,1段),经深圳出
入境检验检疫局食品检验检疫技术中心检验发现,其
中阪崎肠杆菌不符合食品安全国家标准规定。华威乳
业对检验过程提出异议;经黑龙江省市场监管局核
实,对异议不予认可。

据了解,阪崎肠杆菌(又称阪崎氏肠杆菌)是肠杆
菌科的一种。阪崎肠杆菌可能引起严重的新生儿脑膜
炎、小肠结肠炎和菌血症等。根据公司官网,华威乳
业主要生产以奶粉、豆奶等为主的多种产品,旗下拥有
华威系列、金品华威系列以及英博系列等产品。

黑龙江省市场监管局在此次的通告中表示,对上
述不合格食品,当地市场监管部门已责令华威乳业暂
停生产、销售、使用不合格食品,实施召回、销毁、无
害化处理等措施,排查产品不合格原因并立即整改。

设立子公司 金陵体育拓局体育产业链

北京商报讯(记者 方彬楠 白杨)3月13日,江苏金
陵体育器材股份有限公司(以下简称“金陵体育”)连
发两份公告,将与江苏青辰文化体育有限公司(以
下简称“青辰文化”)现股东宁波禾目资产管理有限公司、江苏长
天企业管理有限公司及相关方签署《股权转让协议》;
拟与自然人陈惠华共同投资成立控股子公司张家港
金陵教育产业有限公司(暂定,最终以工商行政管
理部门核准的名称为准)。

公告称,金陵体育拟以无偿受让宁波禾目资产管
理有限公司在青辰文化所持有的310万元股权与对
应相同数额的出资额;同时,金陵体育拟以无偿受
让江苏长天企业管理有限公司在青辰文化所持有的
3%股权与对应相同数额的出资额。上述股权转让完
成后,金陵体育最终取得青辰文化合计34%的股权,
青辰文化成为金陵体育投资的参股公司。

另一份公告则显示,金陵体育拟与自然人陈惠
华共同投资成立控股子公司张家港金陵教育产业有
限公司,控股子公司注册资本为2000万元,出资时
间为2049年12月31日前。

其中,金陵体育以货币形式出资1300万元,占
注册资本的65%;陈惠华以货币形式出资700万
元,占注册资本的35%。

对此,金陵体育表示,本次对外投资参股青辰文
化,旨在利用公司在自身所处行业的技术、产品及
服务优势,将体育产业链进一步延伸,拓宽大体育
产业布局,进一步拓展公司的业务范围。本次投资
符合公司的战略发展布局,有利于促进公司的发展,
增强公司的核心竞争力;而投资设立子公司,主要是
基于金陵体育整体的战略规划以及自身业务发展的
需要,同样也是为拓宽大体育产业布局。

中国石化销售公司将择机IPO

北京商报讯(记者 李振兴)3月13
日,中国石化相关负责人向北京商
报记者确认,经过五年时间,中国
石化销售股份有限公司(以下简
称“中国石化销售公司”)混改工
作基本完成,下一步将择机进行
IPO。

近日,中国石化总裁马永生在接
受媒体采访时表示,“前两年中
国石化销售公司基本完成了混改
工作,成立了董事会,按照董事
会的总体安排和章程,现在正在
积极筹备上市,时间节点要得到
国家有关部门的批复,另外还要
考虑资本市场的窗口期”。

据了解,2014年2月,中国石化
启动了油品销售业务板块重组引
资工

作。2015年3月,中国石化油品
销售业务板块引入25家投资者,
增资合计人民币1050.44亿元。
2017年4月27日,中国石化销
售公司成立,并决定筹备在境外
上市。

此前有媒体报道称,中国石化
销售公司最初计划筹资100亿美
元;而最新的消息显示,中国石
化销售公司计划募资50亿—60
亿美元。对此,中国石化相关负
责人表示,目前还没有相关消息
披露,请以中国石化正式公告
为准。

目前中国石化销售公司主营业
务为油品业务与非油品业务。其
中,油品业务占据公司主导地位,
主要包括成

品油、车用天然气和燃料油石油
产品的储运及直销、分销、零
售;非油品业务主要包括便利店
、电商——易捷网及汽车服务
、便利店依附于加油站而开,
客户主要为中石化销售公司的
内部员工及部分加油站客户。

数据显示,截至2018年三季度
末,中国石化销售公司境内成品
油总经销量13502万吨,同比增
长1.3%。加油站总数为30643
座。2018年上半年,中国石化
销售公司销售汽油、柴油、煤
油等产品共计收入达6683亿
元,同比增长10.3%。

在非油业务领域,截至2018年
三季度末,中国石化的便利店数
量为

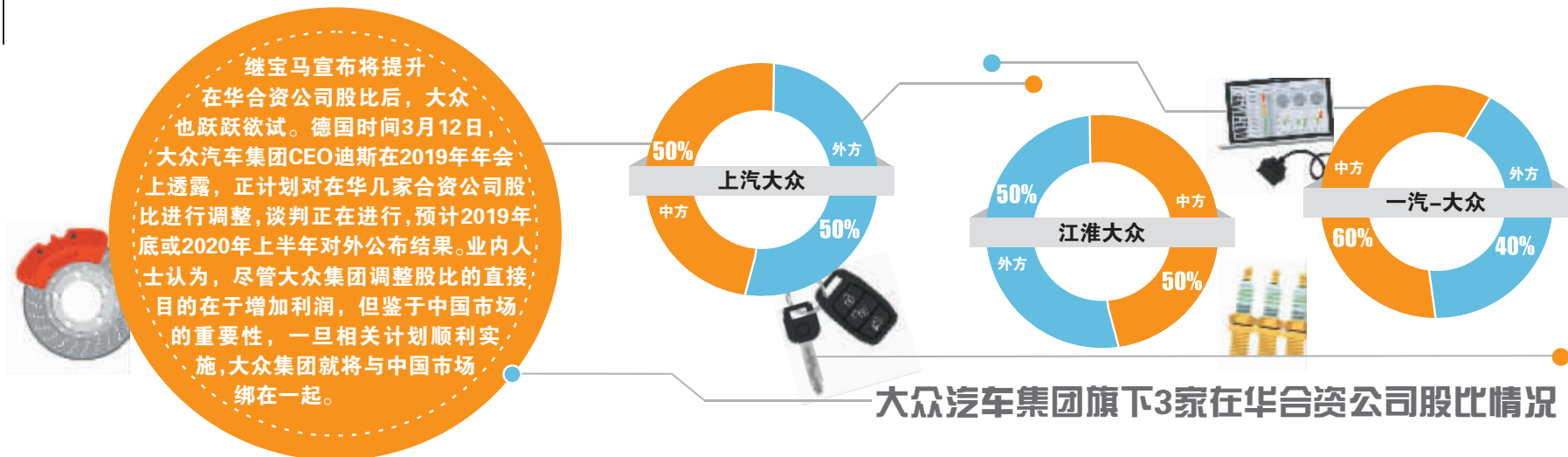
26981家,同比增长4.68%。2
018年上半年,非油业务收入1
63亿元,同比增加22亿元,利
润达17亿元,同比增加4亿元。

对于中国石化销售公司上市,厦
门大学中国能源政策研究院院长
林伯强表示,中国石化销售公司
通过上市获得资本的注入,成本
相对较低。值得注意的是,随着
新能源汽车不断投入市场,替代
了一部分使用石油的传统汽车,
成品油行业受到一定的影响。随
着中国成品油市场逐渐放开,中
国石化来自民企及外资公司的竞
争加剧,中国石化销售公司需要
投入更多的成本,保证自身的竞
争优势。

重点关注

Special focus

欲调股比 大众瞄准合资话语权



大众汽车集团旗下3家在华合资公司股比情况

涉及3家公司

“关于合资股比,大众集团正在评估这方面的可能性。”迪斯表示,大众汽车在中国已拥有新的合资工厂,西雅特也在2018年进入中国市场;当前,针对在华调整合资公司股比的情况,公司正在做深入研究。如果能在合资公司中占比更多,对我们来说就更好了。”

2018年10月,宝马集团和华晨集团共同宣布,宝马将增持华晨宝马股份,增持交易完成后,宝马将持有华晨宝马75%股份。由此,宝马也成为国内首个汽车行业股比开放案例。此次迪斯的表态,意味着大众有望成为继宝马之后第二家“吃螃蟹”的企业。

目前,大众在华拥有一汽-大众、上汽大众和江淮大众3家整车合资公司。除一汽-大众的中外方股比为60:40外,其余两家股比均为50:50。

2018年6月,国家发改委等部委发布《外商投资准入特别管理措施(负面清单)(2018年版)》,让外资企业获得进一步提高自身在合资车企中股比的机会。

汽车行业分析师贾新光表示,一直以来,国内汽车合资公司,通常由外方主导技术、管理、销售等,因此让外方控股合资企业“实至名归”。外方希望“明算账”式的合作,而不喜欢合资企业内的含混交易。

经济学家宋清辉认为,从股权结构看,如果未来大众集团在一汽-大众、上汽大众等合资车企中持股比例提高,甚至实现控股,大众无疑将在合资车企运营中占据主导地位,这意味着,相对于以前,大众在华合资公司的发展前景,将更多取决于大众方面的战略和决策,受大众集团发展状况影响。

早有调整动作

事实上,大众早有调整股比的意愿。作为大众在华最早成立的合资公司之一,目前一汽-大众由中国第一汽车股份有限公司(以下简称“一汽”)占股60%,德国大众汽车股份公司、大众汽车(中国)投资有限公司、德国奥迪汽车股份公司等3家德方企业分别占股20%、10%和10%。从股权结构看,一汽方面是一汽-大众的控股股东。

2013年,大众集团多次在公开场合表态,希望收购部分一汽-大众股份,将自身股比由40%增至50%,并与一汽集团高层多次探讨过可行性。不过,由于大众“排放门”事件影响,该计划被推迟。

2014年10月,一汽集团与大众集团达成协议,双方约定共同推进一汽-大众股比变更,一汽股比由60%减至51%,奥迪股比由10%增至19%。但是,一汽-大众的股比至今未发生实质性变动。

在一汽-大众股比调整未果的情况下,大众集团又盯上了上汽大众。2016年11月,上汽集团发布提示性公告称,已与大众集团签订协议,将在上汽大众引进奥迪品牌产品进行生产和销售,同时双方还计划成立由奥迪和上汽各占50%股份的上汽奥迪销售公司。

2018年6月,上汽大众股比调整的靴子突然落下,奥迪汽车股份公司宣布,获得大众集团所持上汽大众1%股权,该股权变化意味着,上汽大众成为第二家有资格生产奥迪品牌汽车的国内车企。

在汽车专家钟师看来,随着国内豪华车市场快速增长,一汽-大众已遭遇发展瓶颈期。上汽方面与德方合作多年,将奥迪品牌引入上汽大众,合资双方也不会在太多“磨合”问题,共同做大市场提振销量。

押宝中国市场

大众集团本次释放调整股比意愿的背后,是中国市场重要性的日益凸显。目前,中国已经成为大众集团全球最大单一市场。数据显示,2018年,大众集团全球交付量为1083万辆。其中,中国市场交付量为421万辆,占总销量近四成。

“中国市场决定大众汽车未来走向。”迪斯表示,之所以考虑股比调整,是因为未来大众将在中国走的道路与以往都不同。根据大众集团计划,到2021年,大众集团至少将在中国6家工厂启动电动汽车本土化生产;到2022年,在电动汽车和自动驾驶汽车领域,大众集团将在华投资150亿欧元。

值得注意的是,此前调整上汽大众股比,也是为大众集团的电动化布局服务。2018年,大众集团将全球首座专为MEB纯电动车型生产建设的工厂项目交由上汽大众,该新能源汽车工厂已于当年10月在上海动工建设,项目总投资170亿元。

除新能源方向外,迪斯还强调,大众集团正会同中国合资伙伴,就现有在华产品组合进行讨论,以迎合中国年轻人需求。大众集团将实现这一目标的任务交给了一汽-大众。2018年2月,大众品牌正式推出旗下首个子品牌“捷达”,该全新品牌计划在2019年进入中国市场,并成为一汽-大众旗下运营的第三个品牌。

业内人士表示,无论一汽-大众还是上汽大众或江淮大众,均是大众集团在华发展的重要抓手。在对华投入持续增加的背景下,大众集团显然希望将3家合资公司的话语权掌握在自己手中。对大众集团来说,调整股比既是提升利润的需要,也是推进在华战略落地的需要。

北京商报记者 刘洋 濮振宇/文 代小杰/制表

乐融超级电视回归 如何走出乐视阴影

北京商报讯(记者 石飞月)3月13
日,乐融董事长刘淑青表示,“事”隔两
年后,乐融超级电视再起航,并将在今
年推出第五代超级电视。受乐视危机
影响,超级电视这两年的销量出现下
滑,专家认为,要想重回一线阵营,乐
融必须彻底与过去的品牌完成分割,
同时结合人工智能、房地产、新零售
等因素,利用差异化的优势夺得市场。

在乐融举办的“超级伙伴·超AI未
来,2019乐融合作伙伴大会”上,刘
淑青表示,今年将发布新一代超级电
视。

刘淑青对北京商报记者表示,乐
融对电视大屏的战略是坚定的,未
来也将围绕家庭娱乐不断创新。此
外,乐融是家独立的公司,包括融创
、腾讯、京东等股东给了乐融很大
的帮助,这也是乐融前进的动力。

在互联网电视兴起的风口,超级
电视(当时的乐视电视)曾经跻身
电视行业一线阵营。公开数据显
示,2014—2016年,乐视电视销
量分别为150万台、300万台和
600万台。但随着乐视债务危机爆
发,乐视品牌受到影响,超级电视销
量也一路下滑。第三方机构根据监
测数据统计,超级电视2017年全
年线上累计销量仅为41万台。虽
然这并非官方数据,但刘淑青当时
也表示,2017年公司受现金流极
度紧张、市场需求下滑等因素影
响,电视销量出现波动。

乐融致新一直在为摆脱老乐视的
阴影而努力。去年7月,“高端互
联网品牌”乐融正式推出。在家电
分析师梁振鹏看来,乐融成立的主
要目的就是跟老乐视划清界线,因
为乐视的品牌

负面新闻太多,要想正常发展,就
必须改头换面。

在业内人士看来,乐融致新单飞
是超级电视摆脱乐视危机阴影的
一个转折点。去年底,刘淑青曾透
露,乐融智能终端当时保有量超过
1200万台,电视保有量依然是互
联网电视品牌第一。

对于未来,产业观察家洪仕斌
认为,乐融还是应该坚持原来“硬
件+平台+内容”的模式;乐视电
视原本的商业模式也是可取的,乐
融再提供以乐视用户为基础的服务
,方向很正确,关键在于如何落地。
比较可取的是,乐视电视的商业模
式一直在推进没有中断,包括与T
CL、京东等公司的合作”。

产经观察家、钜科技总编丁少
将则指出,就电视业务而言,乐融
首先要做好品牌的切割,逐渐淡化
乐视的印象。

记;还需要恢复供应链信心,解决
好历史欠账问题;另外应积极招募
人才,填补研发产品市场营销等人才
流失后的空缺。更关键的一点是,
“需要有更多融创资源的注入,包
括资金,也包括智能家居、智慧小
区、园区等业务的协同”。

如今,越来越多的品牌看到了电
视未来的可能性,开始布局智能电
视业务。因此,不少业内人士认为,
超级电视想要回归第一阵营,依然
存在很多困难,因为互联网电视市
场的红利期已经过去。此外,去
年不断有手机企业进军彩电市场
的消息传出,对于乐融致新来说,
这无疑将加大市场竞争压力。

但在丁少将看来,乐融致新建立
的大屏互联网平台基础仍在,具备
潜在投资价值,且有融创支持,通
过资金、内容等资源重新激活超
级电视,未来收益会很大。