

· 产业动态 ·

乐视控股世茂·工三项目再度流拍

北京商报讯(记者 石飞月)4月15日,阿里司法拍卖平台显示,乐视控股所持的北京财富时代置业有限公司100%股权再次流拍,这是继今年1月后世茂·工三的第二次流拍。

乐视控股世茂·工三项目于本月再次启动拍卖程序,起拍价为21.87亿元,比上次下调1.13亿元,拍卖时间为4月14日10点-15日10点(延时除外)。阿里司法拍卖平台显示,世茂·工三项目评估价为32.89亿元,参与竞拍者需先交纳约1亿元保证金。与上一次无人问津不同的是,此次开拍前有一人报名参与,但最终依然流拍。

这已是世茂·工三项目第二次被拍卖。2019年1月,该项目便曾启动拍卖,但以流拍告终。北京市第三中级人民法院于2019年1月7日10点-8日10点,在北京市第三中级人民法院淘宝网司法拍卖网络平台上公开拍卖乐视控股(北京)有限公司持有的北京财富时代置业有限公司全部股权。该次拍卖为首次拍卖,标的资产评估价为32.89亿元,起拍价为23.02亿元,保证金为1.15亿元,增价幅度为10万元。但是,截至1月8日10时竞拍结束时,无一人报名参与竞拍。

资料显示,世茂·工三总占地面积近4万平方米,其中建设用地面积近3万平方米,总建筑面积为21.2万平方米(其中地上面积为13.5万平方米、地下面积为7.7万平方米),标准层面积为1850平方米,包括商业、产权式酒店、智能写字楼等业态。

2016年5月,乐视控股从世茂股份手中以29.2亿元、5200万元收购北京财富时代置业有限公司及世茂商管公司持有的新世纪公司全部股权,合计29.72亿元,成为世茂·工三项目新主人。

富士康否认郭台铭将辞职

北京商报讯(记者 石飞月)4月15日,有报道称,富士康董事长郭台铭计划在未来几个月内辞职,希望为更多年轻人才进入公司的晋升铺平道路,不过,他的辞职计划必须由董事会通过。郭台铭还表示:“尽管计划辞去董事长一职,但还是希望能继续参与有关公司业务的战略决策。”

对此,富士康方面予以否认,在回复媒体时称:“此为不实消息,郭董只是说希望退居二线,让年轻人把精力集中在日常事务上,他则专注于战略方向。”

根据有关媒体的报道,郭台铭在4月15日出席台湾关系法40年座谈会时说:“公司未来的大方向还是会由我来参与指挥,日常运作我会退到第二线。我觉得应该淡化我的个人色彩,我已经69岁了,45年的经验能够传承给他们,这是我现在定的目标,让年轻人早点学习早点接班,早点取代我的位置,我能够腾出时间来为公司的未来做长期的规划。”

据悉,在去年的股东大会上,郭台铭已向股东承诺“未来五年不考虑退休事宜,会持续培育优秀的接班梯队与人才”。现年68岁的郭台铭,于1974年成立富士康,该公司随后成长为全球电子产品最大的合同制造商,在多个国家拥有工厂。

格力电器市值超越美的集团

北京商报讯(记者 金朝力)正在经历控股权变更的格力电器,受到资本市场的持续加码。截至4月15日收盘,格力电器股价上涨3.94%,报收56.7元,总市值达3410.92亿元,比美的集团市值高10.16亿元,时隔三年后再次超越美的,成为家电企业的龙头。

北京商报记者梳理发现,2015年之前,格力电器市值一直领先美的集团至少150亿元。但2016年之后,美的集团实现了对格力电器的反超。此后一直保持领先优势,2017年,美的集团市值最高时曾领先格力电器约800亿元。

格力电器和美的集团作为中国家电行业的两个明星企业,有许多相似之处:1985年先后进入空调业,2012年同时完成掌门人任命,股权也同样经历了从集中到分散的过程。

回顾两家公司历年营收和净利润,美的集团一直在营收上保持领先,其营收在2018年突破2000亿元,领先格力电器500多亿元。但美的的净利润一直不如格力,2018年格力电器净利润为221亿元,美的仅为179亿元。

360回A完成业绩承诺

北京商报讯(记者 魏蔚)4月15日晚,360(三六零安全科技股份有限公司)发布了2018年度报告,期内360实现营业收入131.29亿元,同比增长7.28%;净利润35.35亿元,同比增长4.83%;扣非净利润34.18亿元,同比增长24.22%。

数据显示,360控股子公司三六零科技实现扣除非经常性损益的净利润35.68亿元,超额6.68亿元完成业绩承诺。具体看,互联网广告及服务、互联网增值服务、智能硬件业务仍为360主营构成的“三驾马车”,分别实现营业收入106.58亿元、11.78亿元、10.15亿元。

360于2018年2月通过重组上市顺利回归A股,这是360回归A股一周年后首次公布年度财务报告。2018年度,在广告市场总体增长平缓的背景下,360的互联网广告及服务收入达到了约17%的同比增幅。在技术层面,360也在AI、大数据等领域持续加大投入,报告期内,公司互联网广告的点击率和转化率均取得较大幅度增长。截至2018年12月,360 PC安全产品的市场份额为96.98%,平均月活跃用户数平稳保持在5亿以上,安全市场持续排名第一;PC浏览器市场份额为82.11%,平均月活跃用户数达4.3亿。移动安全产品的平均月活跃用户数达4.63亿。

美图告别 小众手机之殇

“这是一封告别信,但也是一份回忆,在说再见之前,想再回忆我们之间的故事。”4月14日晚间,美图手机发布告别信,正式向广大用户说再见,未来的美图手机将由小米集团接手经营,智能手机发展到今天,已经进入创新瓶颈期,各品牌产品的功能和性能趋同,小众手机的特色不再是特色,发展空间进一步压缩。在大品牌的挤压之下,美图和锤子手机就成为了被淘汰的品牌,而存活下来的品牌也不好过。在5G时代到来之际,如果能够把握时机和创新点,小众手机们或许还有翻身的一天。

发文告别

根据告别信中的信息,美图手机将在年中关闭手机业务,将旗下美图手机的品牌独家授权给小米集团,但售后服务还是由美图手机来负责。

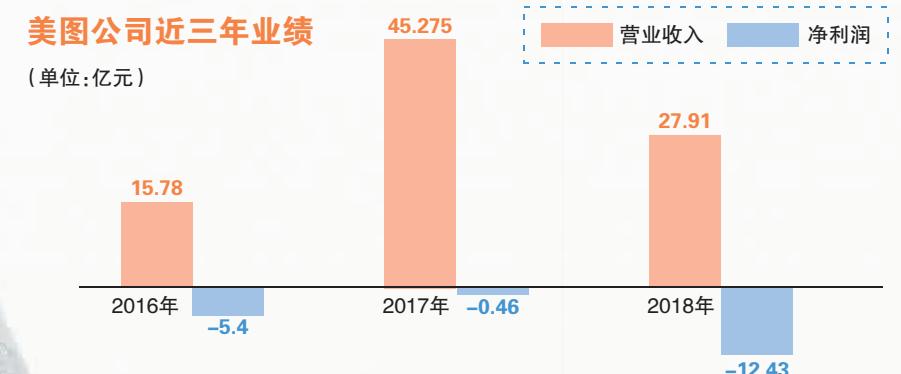
实际上,在去年公布2018年三季度财报时,小米集团就宣布,该公司与美图公司于2018年11月19日签订战略合作协议,内容是关于所有日后发布的美图品牌智能手机及某些智能硬件产品相关的美图品牌全球独家授权,以及若干技术和域名的全球授权。

彼时,小米方面表示,美图的影像算法和技术将有助于小米为合作智能手机用户提供更好的拍照体验,此外,美图在女性用户中的优势亦将帮助小米不断扩大及丰富小米的用户基础。

在告别信中,美图手机回忆了发展历程,也坦承了告别的原因:“做一台让更多人变美的手机,所以它意味着小众,也意味着体量小,无法降低成本去迎合愈演愈烈的价格战。”

财报显示,美图2018年全年营收为27.91亿元,同比下降37.8%,净亏损12.43亿元。而总收入下降主要是由于智能手机业务低迷。据悉,2018年美图智能手机业务亏损约5亿元。

北京商报记者发现,美图手机已经开始清仓。新上市还不到3个月的美图V7,刚发布时标准版售价4799元,托尼



洛·兰博基尼限量版6799元,而顶配版本售价更是高达10888元。不过现在来看,顶配产品似乎并未上市,现在官方以“收官之作”的名义将手机降价,标准版售价降到了3999元,托尼洛·兰博基尼限量版售价已经降到了4499元。

“美图手机销量一直不佳,五年间,美图手机共推出10余款手机,共售出350万台。2018年,美图智能手机仅推出一款新机,年内智能手机销量共72万台,不足2017年的一半。再做下去,美图手机也不会有什么起色。”运营商财经网总编辑康钊说。旭日大数据显示,2018年美图手机的出货量只有0.62%,甚至不及锤子手机的出货量。

小众没落

在龙争虎斗的手机市场,美图的境遇并非个例。锤子也是一个典型的失败案例。从年初到现在,锤子科技已经变卖了不少资产。该公司部分专利使用权已经被字节跳动收购,用于探索教育领域相关业务,锤子科技部分员工也已改签劳动合同到字节跳动;上个月,锤子科技孵化的一个生态链品牌畅呼吸也被出售给优点科技。此外,锤子科技子公司北京锤子数码科技有限公司的资产多次被冻结。

伴随着国内手机市场的饱和,头部品牌集中程度增加,小众手机的市场遭到进一步挤压。产经观察家、钉科技总编丁少将分析认为,智能手机市

场增长趋缓,品牌集中度不断提升,头部品牌对中小品牌的挤压尤其严重。美图手机虽有明确的人群定位,但拍照技术已经成为手机品牌的基础能力,竞争格外激烈,美图难以构筑差异化的竞争能力。

目前看来,少数依然存活的小众手机品牌只剩一加了,不过,因为一加的主要销售市场在海外,所以并没有成为国内智能手机市场激烈竞争的牺牲品。市场调研公司Counterpoint报告显示,在全球400美元以上的高端手机市场,一加已位列安卓阵营第五名。在北美,一加与T-Mobile合作,成为首个以高端产品打入美国主流运营商渠道的中国品牌。

此外,市场调研机构IDC数据显示,去年四季度一加手机已经成功进入美国高端手机市场前五。在西欧,一加在高端安卓手机品牌中位列前三,在芬兰市场连续26个月成为当地最大运营商Elisa的手机单品销量冠军。

5G机遇

面对激烈的竞争,美图背靠大树的选择不失为明智之举。未来,美图手机将成为小米矩阵中的一员。在日前的美图公司业绩发布会上,该公司创始人兼首席执行官吴欣鸿表示,与小米合作的第一个项目已经开始,进度符合预期。4G到5G可能遇到平台支持

问题,可能影响5G产品发布时间,但双方整体项目合作已经展开。双方首个合作项目预计会在年中6-7月左右公布。

小米集团公关部总经理徐洁云在微博转发美图手机告别信这一新闻时评论称“很快再见”,意味着首款“小米牌”美图手机即将到来。

对于被小米接手的美图手机,丁少将认为:“依托小米线上和线下的渠道资源以及供应链资源,纳入小米生态体系后的美图手机在女性垂直市场有望获得一定的生存空间,也将弥补小米在女性市场的缺失。”

但他也指出,小众品牌的生存确实很艰难,尤其是在5G、IoT时代,技术和生态体系上的差距很难弥补,除了走美图模式之外,还可以向手机之外的市场探索多元化的可能。

如今正值智能手机行业寒冬之际,手机厂商们都期待5G时代迎来新的换机潮。在产业观察家洪仕斌看来,5G对产业链上的任何企业来说都是一次难得的机遇,尤其是中小手机厂商,也包括小众手机品牌。

“前两年,小米手机把山寨手机给颠覆了,但现在,华为、OPPO、vivo又把中小手机厂商给挤出了市场,TOP 6之外的手机厂商都非常艰难,未来只能等待5G时代,手机业要看看5G时代能否重新洗牌。”康钊说。

北京商报记者 石飞月

S 重点关注
Special focus

滴滴顺风车提出五大整改方向

北京商报讯(记者 魏蔚)4月15日,滴滴顺风车负责人张瑞通过顺风车官方微博发布了《滴滴顺风车致大家的一封信》,提到顺风车在下线期间的反思,公布“回归顺风车本质,尽全力抵制非法营运”、“去掉个性化头像和性别等个人隐私信息显示”等五大整改措施方向。

对于重启顺风车的时间,滴滴方面称,目前顺风车仍然在全力投入安全整改中,暂无具体上线时间表。

具体看,滴滴顺风车五大整改方面包括:“回归顺风车本质,尽全力抵制非法营运;去掉个性化头像、性别等个人隐私相关信息的显示;用户准入信息筛查持续加强,尽最大努力杜绝人车不符;加大客服资源投入,提高客服处置能力;提升应急处置

能力,优化调证流程。”

具体来说,为了最大限度预防安全风险,抵制非法营运的行为,滴滴会严格按照指导意见要求限制接单次数,规定车主在常用的路线上搭载乘客。未来滴滴只展示出行必要信息,禁止合乘双方编辑互评内容,评价标签仅与出行相关,例如“准时、礼貌”等。

在用户准入和杜绝人车不符方面,滴滴会继续加强用户信息筛查,并在车主每次行程前进行人脸识别,严肃处理人车不符的情况。但滴滴也承认“线下场景复杂,我们还在不断探索更多有效的方式,也希望大家给我们提出建议”。

据张瑞透露,2018年两起顺风车事件后,滴滴

加大了客服资源投入,提高客服处置能力,在各个环节展开了全面的安全隐患排查,投入大量资源升级整个客服体系。

同时,顺风车会接入滴滴平台专门成立的安全响应中心,只要涉及安全类的投诉,全部交由专人第一时间处理,降低安全投诉被误判或积压的概率。在2018年9月的滴滴平台安全整改中,滴滴组建了7×24小时的应急指挥中心,为突发事件提供全方位支持,同时成立“警方调证对接工作组”并优化调证流程。

张瑞表示,后续将逐步公布更多产品改进方案和安全策略,广泛征求社会各界意见,并尽全力照顾好逝者家人,全力以赴提升出行安全。

多公司被罚“百日行动”持续整顿保健品乱象

权健事件后,国家启动“百日行动”对保健品市场乱象进行整顿。4月15日,国家市场监督管理总局发布“百日行动”执法典型案例公告,包括中源协和子公司天津百乐思生物科技发展有限公司(以下简称“天津百乐思”)、兆阳医疗器械(沈阳)有限公司以及康航生物科技有限公司等多家企业涉嫌虚假宣传。

根据国家市场监督管理总局披露的最新一批“百日行动”执法典型案例公告,虚假宣传案件偏多。其中,天津百乐思自行编辑内容制作了宣传牌,宣传内容中有“富硒麦芽粉,同类产品含硒最高,科学安全,防癌抗癌,抗氧化衰老,营养修护细胞”、“诺丽原液,取自水果皇后诺丽果,富含227种最强营养成分,消炎抗菌,清体润肠,修复细胞”等用语。

经天津市东丽区有关部门查处,“富硒麦芽粉”、“诺丽原液”等均为普通食品,天津百乐思宣称的上述内容是虚构的。国家市场监督管理总局在公告中表示,天津百乐思上述行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定,依据《反不正当竞争法》第二十条第一款的规定,责令天津百乐思停止违法行为,并处罚款20万元。

此外,兆阳医疗器械(沈阳)有限公司通过虚假宣传销售家用量子按摩器250台,被罚款120万元;康航生物科技有限公司组织老年人参加养生知识等各类会议进行产品宣传虚假宣传,处以45万元罚款。

值得关注的是,天津百乐思是由中源协和以及丰盛集团两大上市公司打造的一家“健康管理与服务体系”的健康管理平台。针对公司目前业务发

展情况以及被罚的影响等问题,北京商报记者致电天津百乐思,但截至发稿并未收到相关回复。针对子公司被罚对公司的影响等问题,北京商报记者致电中源协和,证券部相关负责人表示,公司尚未听说此事,需落实后才能进行影响的评估。

权健事件以来,国家加大了对保健品直销企业的监管力度。此后,国家市场监督管理总局发布了《关于进一步加强保健食品生产经营企业电话营销行为管理的公告》,其中明确提出,保健食品经营者以电话形式进行保健食品营销和宣传时,应当真实、合法,不得作虚假或者误导性宣传。

2019年1月8日,国家市场监督管理总局联合工信部、公安部以及民政部等13个部委共同开展整治保健品市场乱象的“百日行动”,食品、保健食

品)以及声称具有“保健”功效的服务等为整顿重点。截至目前,国家市场监督管理总局先后公布了三批“百日行动”执法典型案例。

在日益趋严的监管政策以及国家对违法案件不断加大曝光度的背景下,在多位业内人士看来,在“百日行动”期间进行严格自检自查、并对问题进行整改的企业将会留下来。反之,不合规的企业将会被淘汰。

一位保健品企业相关负责人向北京商报记者表示,整治保健品市场乱象的“百日行动”对于行业来说不是坏事,全面整顿和更加完善的法律法规能够肃清整个行业,未来行业将会进行一次大规模的淘汰赛,一些不合规的企业将会被淘汰,而留下的企业会更加健康地发展。

北京商报记者 郭秀娟 姚倩