

## 假货可退 耐克官网正品管理存疑

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)耐克官网出售的鞋也未必都是真的吧?在耐克仓库惊现百余双高仿鞋后,有消费者提出了这样的质疑。5月12日,有媒体报道称,嫌疑人潘某等因通过耐克官网购买运动鞋,再以高仿品掉包退回而被依法刑事拘留。

据了解,潘某等人屡屡作案成功的起因是由于此前从耐克官网购买了“存有异议”的鞋想退货时,耐克并未给出准确答复,而只是让其将鞋退回。耐克的这种处理方式让潘某看到了“商机”,之后开始尝试以高仿鞋冒充所购正品退回,侥幸未被发现后则一发不可收拾。

2018年2月,潘某在耐克官网购买了一双售价为1599元的AJ 11运动鞋,之后联系到卖高仿的微商,以640元购买了一双高仿鞋。按耐克官网“7天无理由退货”的规则,潘某将高仿品退回,获得全额退款后,再将真鞋卖出,赚取差价。报道中,潘某解释称,自己曾在耐克官方渠道买过假鞋,提出异议后公司并不承认,只让其将鞋子退回。他之后便想到利用这个漏洞,买高仿品把真货调包。

此消息曝出后,消费者纷纷关注,这些被退回的高仿鞋是否会再次通过耐克官方渠道流向市场?对此,北京商报记者采访了耐克相关部门,但截至发稿,耐克未予以回复。

不过,有消费者发现,耐克此次发现端倪也并非是从产品真伪上辨别得知,而是通过潘某的消费记录发现问题的。那这是否表明,耐克本身对于真假耐克鞋其实也无法鉴定?

业内人士表示,在市场上并没有可靠的认证鉴定耐克鞋的真假,但官网也未能识别真假则在纵容假货市场的存在。纺织服装管理专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄指出,在耐克特许渠道销售就是真的,不在耐克特许渠道销售哪怕是一个工厂一条流水线上生产出来的产品也是假的,产品本身其实是真的,但工厂尾货流向市场的就是假的。

“国内外运动鞋品牌在福建工厂下生产的不少,类似工厂在生产过程中超出耐克等国际品牌采购量也是存在的,导致这类产品流到市场,耐克也是防止不了的,国内流通市场太发达了。”程伟雄说。

## 金立旗下资产被司法拍卖

北京商报讯(记者 石飞月)5月12日,记者获悉,金立旗下资产被司法拍卖,拍卖的标的物基本上都是机动车。

5月10日,金立旗下的18辆车产在淘宝上进行司法拍卖,拍卖标的物评估价总计约400万元,其中价格最高的是一辆价值近150万元的奔驰S600轿车。最终这辆奔驰S600轿车以210.1815万元的价格成交。所有标的物成交价约为500万元。

金立自2018年初爆发资金危机,当时报道称,金立董事长刘立荣赌博导致金立资金链加速断裂,刘立荣在采访中表示,金立资金链断裂的根本原因是其长久以来一直在亏损。

去年底,北京商报记者从一位业内人士处获得一份深圳中院的民事裁定书,裁定书显示,深圳中院已在去年12月10日裁定,受理申请人广东华兴银行股份有限公司深圳分行对被申请人深圳市金立通信设备有限公司提出的破产清算申请。

当时,金立方面告诉北京商报记者,法院只是受理了破产清算申请,没有裁定是破产清算还是破产重整方向。

上个月,深圳市中级人民法院举行了金立第一次债权人会议,根据有关报道,会议认定金立债权总额为173.59亿元,负债达到近211亿元,金立将进入最后的破产程序。如今,在京东和淘宝上都已经不见了金立的官方旗舰店,只有一些第三方经销商还在降价出售金立的产品。

## 欧菲光签署 增资扩股协议

北京商报讯(记者 石飞月)5月12日,欧菲光发布公告,公司及深圳、南昌子公司与南昌高投建筑正式签署《增资扩股协议》,公司已向南昌欧菲华光增资2.1亿元人民币,并收到南昌高投建筑向南昌欧菲华光的增资款4.9亿元人民币。

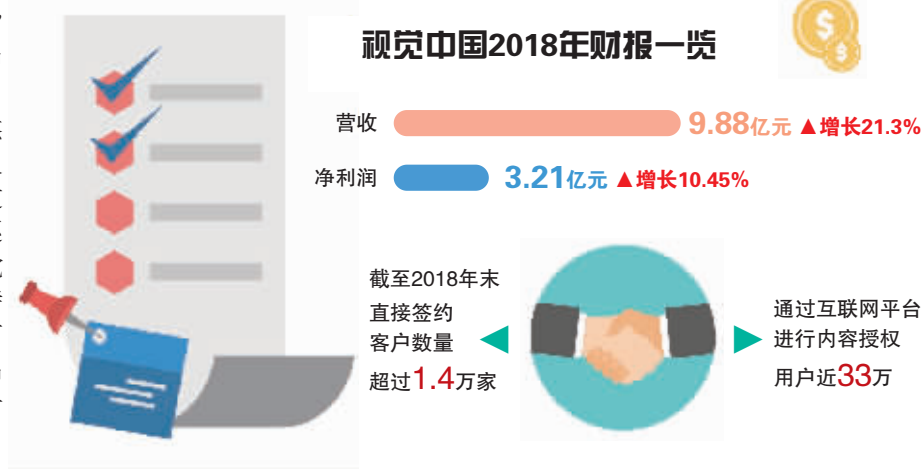
增资完成后,公司持有南昌欧菲华光50.925%的股权,深圳欧菲创新持有南昌欧菲华光0.147%的股权,南昌高投建筑持有南昌欧菲华光48.928%的股权。

5月8日,欧菲光披露,公司控股股东欧菲控股及其一致行动人裕高(中国)有限公司,经过和拟交易方南昌工业控股集团有限公司(以下简称“南昌工控”)充分协商沟通,最终未能就股权转让事项达成一致意见,决定终止筹划本次重大资产重组事项。公司股票将于2019年5月9日开市起复牌。

虽然与南昌工控的联姻闪电宣布终止,但同日晚间,欧菲光公告了另一起股权转让计划。据其披露,已与深圳资本签署了《合作框架协议》,在符合深圳市国资委等监管机构相关规定的情况下,深圳资本将积极推动其管理的深圳投控共赢股权投资基金合伙企业(有限合伙)(以下简称“深投共赢”)受让欧菲控股及裕高公司持有的不超过上市公司股本总额5%的股份,转让价格将协商确定。

欧菲光指出,本框架协议仅为合作各方的初步意向,并非实质交易方案,深投共赢是否受让欧菲控股及裕高持有的上市公司股权及受让价格以正式协议为准,尚存在不确定性。

## 视觉中国整改的30天



与下线一样,视觉中国的“回归”也引发了热议。5月12日零点,视觉中国官网恢复运营,北京商报记者发现,目前视觉中国网站仅提供登录状态的图片搜索功能,未开放会员注册入口。在线上声明中,视觉中国称,经过用户测试,公司整改已达预期目标,还新增了举报等新功能。对于此次视觉中国的上线,有两种声音,网友普遍持负面态度,摄影师和用图媒体们却有些欣慰。一方质疑一方喝彩,如何走出两难境地,成为视觉中国面临的下一个难题。

## 整改结束恢复上线

按照计划,视觉中国于5月12日凌晨恢复运营,用户可以正常访问视觉中国官网。北京商报记者5月12日体验发现,目前视觉中国网站已能正常打开,不过不提供非登录情况下的搜索图片库功能,必须以会员身份登录才可查看,官网也并未开放注册会员入口。无下载权限用户登录之后,也无法进行图片检索,网站会显示“请联系您的销售代表”。

根据视觉中国5月11日晚间发布的声明“自2019年4月11日我司主动暂停网站运营以来,在网信、版权等政府有关主管部门的指导下,我司成立了专项工作组,围绕提高内容审核机制、优化公司版权运营等方面,进行了全面自查,并开展整改工作”。

北京商报记者登录视觉中国发现,视觉中国新增了举报功能,位于每张图片正下方,视觉中国将举报类型分为“政治类”、“暴恐类”、“色情类”等六大类,方便用户举报。

此前存争议的“国旗”、“国徽”以及企业商标等照片已经下线。不过带有企业商标的图片仍可以检索到,在这类图片的基本信息中,视觉中国表示,未获得肖像权/物权授权,此图片是编辑图片,仅可用于新闻报道等编辑类

用户,未经许可不得进行商业使用,如有疑问,请咨询客户代表或联系在线客服。不过,北京商报记者多次联系在线客服,并未得到回复。

中国政法大学知识产权中心特约研究员赵占领向北京商报记者解释,“对于建筑物所拍摄的图片,其中包含企业的商标,对该图片进行售卖并不构成商标侵权。因为这并不属于法律上的商标性使用。而将图片商用主要是指将图片使用在产品包装上、广告宣传中等,因图片中包含企业的商标,还需要获得该企业的授权,否则可能侵犯其商标专用权”。

## 谁在叫苦谁在喝彩

尽管视觉中国在声明中强调“整改已达到预期目标”,并从内容审核、版权运营方面,对整改情况进行了披露,但是网友仍对视觉中国怒气未消。针对视觉中国恢复上线,部分网友比较极端,网友“动物知识bot”认为:“应该彻底封了。”用户“幸国大”则发问:“会不会以崭新的面貌重新进入敲诈勒索领域?”

但这不能代表外界所有的声音,在视觉中国整改的一个月里,也并非所有人都在鼓掌叫好。微博认证为视觉中国网站创始人、北京工业设计促

进会副秘书长雷海波称:党中央是英明的。微博认证用户“爱摄影的磊哥”评论:终于回来了。图虫网资深摄影师张仰在转发视觉中国上线的声明时,附“回归”二字,并获得了40个赞。

媒体从业者也各有感触,文字编辑戴君(化名)告诉北京商报记者:“视觉中国上线了挺好,我不用再提心吊胆地在搜索引擎里找图片了。这一个月我害怕侵权,都是找好几张图,把需要的元素扣下来自己再做设计,花了好多时间”。美术编辑张艺(化名)则认为视觉中国上线跟自己的关系不大:“它收费太贵了,我本来平时就不怎么用,同样的素材,我在别的地方买更便宜,可能需要照片的人用视觉中国更多吧。”

自视觉中国暂停运营至今,这两类声音一直存在。业内人士普遍认为,关停视觉中国并不能从根本上解决问题,问题的核心在于如何保护知识产权。

## “三输”困局何解

在这次风波中,视觉中国之所以成为众矢之的,源于其在国内图片版权市场的地位。根据东兴证券研究报告,视觉中国、全景网络、东方IC、达志影像、新华图片社包揽了中国图片市场70%的市场份额。

多个第三方数据显示,在商业图

片领域,视觉中国占据的市场份额超过40%,远远高于其他竞争对手。视觉中国不久前公布的财报则显示,其2018年营收和净利润再创新高,分别为9.88亿元和3.21亿元,同比分别增长21.3%和10.45%。

截至2018年末,视觉中国直接签约客户数量超过1.4万家,通过互联网平台进行内容授权的用户近33万。一头连接超万用户,一头连接30多万个图片提供方,视觉中国对于复杂困局的应对,具有样本作用。如何做好双方的平衡,是视觉中国上线后的新考验。不过,截至北京商报记者发稿,雷海波针对具体的解决方案尚未做出回应。

在业内人士看来,问题在于如何让知识产权更加规范化、让摄影师群体获得更透明的变现渠道。对此,有技术方面的建议是区块链+图片。自区块链概念爆发后,已经有不少公司宣称,利用区块链技术做到图片版权全网可溯,从而围绕摄影师(版权人)展开新的图片交易商业模式的探索。

在摄影师方面,则体现在平台的销售与结算流程上的透明。北京商报记者发现,多位摄影师曾公开表示,对这些流程并不了解:“视觉中国这类平台对摄影师的售价要更加透明,分成流程也要更明晰”,督察大数据分析师刘大伟说:“要重视原创审核,这是保护知识产权的重点,还要采用技术手段,在企业或个人使用图片前,明确告知图片版权归属,并且保护正常的维权权利。”

其实在上述某些环节,视觉中国在声明中有所提及:优化健全了上架审核流程及制度;此外,视觉中国还与人民网信息技术有限公司合作,提升内容质量和合规服务的能力。”不过,这一系列整改能否改善国内图片版权市场,只有时间知道答案。

北京商报记者 魏蔚

S 重点关注  
Special focus

## 连跌10个月 车商亏本促销仍难“过冬”

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)国内车市已连续10个月呈现下滑趋势。5月10日,全国乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)发布数据显示,2019年4月,国内狭义乘用车销量同比、环比下滑幅度均超一成。值得注意的是,尽管部分经销商频频降价,甚至自掏腰包举办促销活动,但并不能改变整体市场深陷销售“寒冬”的现实。

“部分品牌车型实在不好卖,集团也在想办法。”北京某汽车园一汽-大众4S店和一汽奔腾4S店的销售人员均对记者表示,近期(经销商)集团将举办“购物节”活动。

轿车销售疲软,MPV车型销量持续下滑,甚至近年来一直销售火爆的SUV车型,销量跌幅也达到了两位数。数据显示,SUV车型4月销量为642万辆,同比下降14.7%。“以前即便出现整体销售状况不佳的情况,SUV车型依然能够走量,但现在连SUV也开始不好卖了。”一位宝骏销售人员表示。

车市整体遇冷,眼下想办法维持销量增长的还包括新能源品牌。北京商报记者调查发现,很多

有新能源车型在售的企业主动选择在补贴政策过渡期内不调整价格。一位奇瑞新能源4S店销售人员介绍,4月1日-6月25日,店内车型不会跟随2019年补贴新政的变化而上调价格;不过,补贴新政发布后,到店客户数量确实受到影响,可能是因为很多人不了解厂家的新政策”。

一位吉利4S店销售人员也表示,除部分没有现车的车型外,吉利品牌新能源车均还享受2018年补贴政策,该政策将持续至6月底。而一位比亚迪4S店销售人员也透露,目前还没有接到厂家的新通知,购买各款新能源车仍可继续享受2018年补贴政策。

虽然车企和经销商频频出招,赔本吆喝,但仍没能改变车市的低迷。乘联会数据显示,2019年4月,国内狭义乘用车销量为150.83万辆,同比下滑16.9%,环比下滑13.8%;2019年前4个月,国内狭义乘用车销量为659.46万辆,同比下滑11.9%。

就新能源车来看,2019年前4个月,国内新能源汽车累计销量为335万辆,同比增长83.9%。然而,4

月新能源乘用车销量为86万辆,环比下降18.9%。

中国汽车流通协会公布的“汽车经销商库存”调查结果,从经销商角度反映出部分自主品牌面临的滞销压力。2019年4月,库存深度超过两个月的品牌有17个,其中库存深度最高的品牌为长安、奇瑞、荣威,库存深度都在3个月以上,这意味着,经销商的库存车足够其正常销售3个月。

乘联会秘书长崔东树表示,目前乘用车消费市场不强的主要原因是供需多重因素造成的。其中,个别潜在消费者的购房现金支出和债务支出增长较快,对购车消费有挤出效应,作为可选消费品的入门级私家车需求暂时不旺。

“近几个月来,既有减税降费政策利好,又有汽车下乡等积极信号,各省市国六提前切换的新闻也层出不穷,新能源补贴退场又给主机厂加压,诸多事件产生的复杂因素,影响着市场上下游各利益链之间的关系,消费者观望情绪不减,经销商信心受挫,零售消费市场复苏艰难曲折。”崔东树说。

## 百年玩具店Hamleys在中国“玩不下去”了?

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)5月10日,Hamleys将被千百度抛售的消息传出,这距离Hamleys杭州店正式开业还剩8天。这可能是千百度为Hamleys在中国市场开的最后一家店。作为全球最古老的玩具店,即使有千百度的帮衬,Hamleys在华也一直没能打开市场。如今,各企业纷纷加码儿童经济,本就表现不佳的Hamleys能否玩转中国市场,依然是个未知数。

据悉,Hamleys工联CC店为全国第四家旗舰店,位于杭州工联CC三楼,占地7000平方米,2019年1月18日,该店开始试营业,经过数月调整和改善,将于5月18日正式开业。

虽然新店开业在即,但拥有4家旗舰店的Hamleys却并不拥有乐观的发展前景。5月10日,千百度发布公告表示,从当天开始短暂停止买卖,以待刊发一份有关非常重大出售事项的公告。随后,有消息称,千百度欲刊发的公告与出售Hamleys有关。据了解,印度首富穆克什·安巴尼旗下信实品牌公司同意从千百度手中收购Hamleys,交易价为6800万英镑。

对此,北京商报记者联系千百度相关负责人,但截至发稿,并未得到回复。创办于1760年的Hamleys是全球最古老的玩具店。过去16年间,Hamleys的所有权几度易手。2015年,Hamleys被千百度以1亿英镑价格收购。

彼时有消息称,2015年收购Hamleys时,千百度希望借2016年全面开放“二胎”政策红利,在母婴产品、儿童玩具等零售产业拓展版图。但寄身于千百度的Hamleys,未能在中国市场打开局面。数据显示,2017年Hamleys收入同比下降2.5%,仅为6630万英镑,亏损1200万英镑。

Hamleys也没能为千百度带来理想收益。业内普遍认为,千百度出售Hamleys也是无奈之举。千百度2018年度业绩显示,该集团首次出现上市后的大幅亏损。期内,千百度收益为29.24亿元,同比下降4.6%;毛利为16.73亿元,同比下降10.2%;股东应占溢利亏损4.76亿元。

伴随着中国儿童经济迎来新风口,各企业纷纷开始加码玩具业务,Hamleys的日子将会更加不好过。2018年,全球最大玩具公司美泰旗下下芭比、费雪、风火轮、美高积木四大品牌与宝尊电商签订战略合作协议,加速布局中国市场。2019年,乐高在北京开设首家乐高品牌旗舰店。

“中国‘二胎’政策开放确实为儿童经济带来利好,但并非所有企业都可从中获利。像千百度这样以女鞋起家的公司,实际上在运营玩具业务时并没有较强竞争力,出售仅是时间问题。而对于Hamleys而言,如何寻找新‘靠山’更为重要。”业内人士分析称。