

· 产业动态 ·

营收不及预期 微博股价大跌10%

北京商报讯(记者 魏蔚)5月23日,微博公布了2019年一季度财报。财报显示,微博一季度营收3.992亿美元,同比增14%,此前市场预估营收为3.996亿美元;一季度净利润1.504亿美元,同比增长52%。

业务板块看,微博的广告和营销营收3.411亿美元,同比增长13%,其中来自中小企业和大客户的广告和营销营收为3.245亿美元;增值服务营收5800万美元,同比增长24%,主要得益于2018年四季度收购的直播业务(直播)产生的营收。

截至2019年3月,微博的月活跃用户数同比净增约5400万,达到4.65亿。月活跃用户数中94%为移动端用户;日活跃用户数同比净增约1900万,达到2.03亿。微博在财报中预计,公司今年二季度净营收4.27亿-4.37亿美元,低于市场预估的4.818亿美元。

与此同时,微博母公司新浪也发布了2019年一季度财务报告。数据显示,新浪一季度净营收4.751亿美元,同比增长8%。其中广告营收同比增长6%,至3.88亿美元;非广告营收同比增长18%,至8710万美元。

受营收增速放缓影响,5月23日美股开市前,微博股价盘前下跌超过10%,新浪股价盘前下跌接近9%。

奔驰重申经销商不得收金融服务费

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)5月23日,梅赛德斯-奔驰及授权经销商发布《服务公约》,重申合法合规经营理念。同时,奔驰金融公司相关负责人表示,正对经销商网络开展针对金融服务费收取的自查与核查工作,明确要求经销商不得以奔驰金融公司的名义或以为客户提供奔驰金融公司的金融服务为由收取费用。

值得注意的是,奔驰官方近期针对金融服务费问题已多次公开表态。2019年4月,西安一位女车主购买的奔驰新车尚未开出4S店便出现漏油情况,当事女车主与4S店就解决方案迟迟未能达成共识。在该事件发酵过程中,奔驰曾发表声明称,一向尊重并依照相关法律法规开展业务运营,不向经销商及客户收取任何金融服务手续费,并反复要求经销商要诚信守法,确保消费者的合法权益。

5月10日,市场监管总局就“西安奔驰漏油事件”及相关问题约谈奔驰。当时,戴姆勒大中华区投资有限公司、北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司、梅赛德斯-奔驰汽车金融有限公司相关负责人回应称,奔驰已经明确要求全体经销商不得以提供金融服务为由收取费用。

经销商爆料飞鹤毛利率不足15%

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 黄亚亚)5月23日,有消息称,在新生儿数量下降,导致1段奶粉市场不济的情况下,经销商爆料经销飞鹤毛利率不足15%。

据了解,山东某地级市奶粉经销商马军称,由于客源减少,奶粉销售变难了。自2019年以来,1段奶粉的销售下滑最为明显,为了减少资金占用,他舍弃了部分品牌,留下更好卖的大品牌。但飞鹤等大品牌的毛利不过10%-15%,而中小品牌的毛利可以高达50%以上。飞鹤2017年披露的招股书显示,该公司高端产品主要分为超高端的星飞帆及高端的超级飞帆两种系列产品,毛利率分别为75.5%和63.6%。

根据国家统计局的数据,2018年我国出生人口为1523万人,相比于2017年减少了200万人,也是近年来的新低。新生儿下降直接影响到1段奶粉的销售。乳业专家宋亮表示,随着新生儿人数的下降,奶粉市场的难度逐渐加大,1段奶粉的销售量下降是肯定的。虽然大品牌的毛利率可能较一些小品牌低一点,但大品牌的市场认可度比较高,能够获得消费者青睐。产品最重要的是能够卖出去,毛利率高并不意味着消费者认可。同时,随着竞争的加剧和市场集中度的提升,很多小品牌将会逐渐退出奶粉市场。

对于经销商爆料飞鹤毛利率不足15%及飞鹤经营计划等问题,北京商报记者采访了飞鹤公关部相关负责人,但截至发稿对方未予以回复。

中体产业5.5亿元加码体彩业务

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)5月23日,体育总局控股唯一一家上市公司中体产业发布公告称,拟通过发行股份及支付现金的方式购买中体彩科技51%股权和国体认证62%股权,拟通过支付现金的方式购买中体彩印务30%股权和国安认证100%股权。

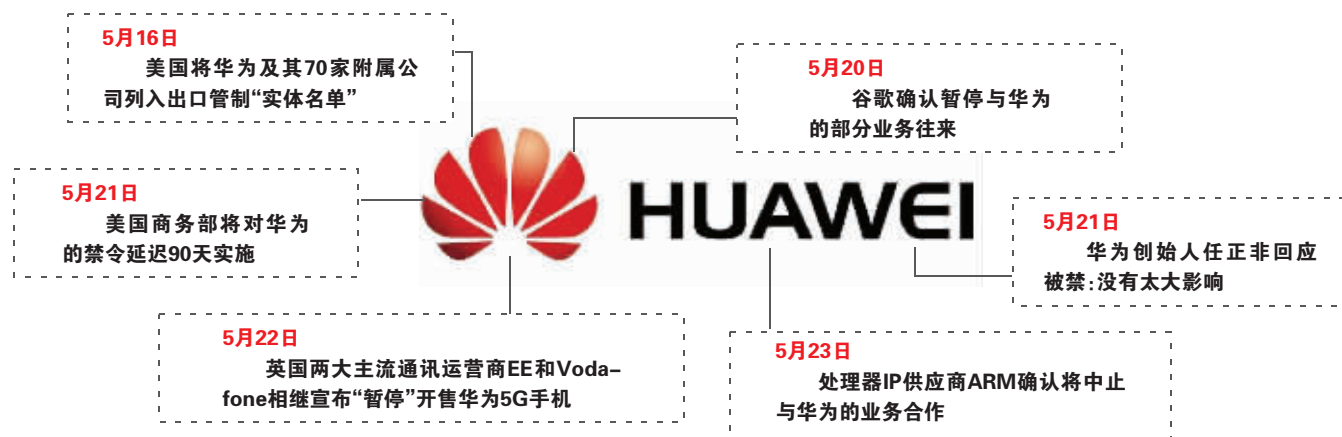
经估算,本次交易标的资产作价10.83亿元,其中,股份支付对价为5.5亿元,现金支付对价为5.33亿元。与此同时,中体产业对国体认证采取收益法评估结果作为定价依据经审计的扣非净利润承诺,分别在2019年、2020年和2021年实现1859.73万元、1908.55万元、1958.18万元,而在2018年,国体认证扣非净利润为1636.06万元;对国安认证经审计的扣非净利润承诺,分别在2019年、2020年和2021年实现126.89万元、134.41万元和139.56万元,2018年,国安认证扣非净利润实现107.8万元。

在业绩补偿期间,若标的公司截至当年末累积实现净利润数低于截至该年末的累积承诺净利润数,利润承诺方将对上市公司予以逐年补偿,优先以股份支付方式予以补偿,不足部分以现金方式予以补偿。

实际上,此次收购新资产也是由于中体产业急需新的业绩“引擎”。数据显示,2018年,中体产业营收为14.5亿元,归属净利润为8391万元。2019年一季度,中体产业营收为9472万元,归属净利润亏损100.2万元。

华为的“惊心”一周

华为一周大事记



禁令范围扩大

BBC在报道中称,获取了ARM一份5月18日的备忘录,该文件显示ARM产品的设计包含了“美国原产技术”,虽然ARM不是美国的公司,他们认为自己受到了特朗普政府禁令的影响,指示员工暂停与华为及其子公司的所有有效合同、支持津贴,以及任何尚未签订的合约”。

对此,ARM做出回应,称不便对BBC的报道做出评价,但公司一直遵守美国相关法律和法规。这个回答也间接确认了上述报道的事实。

资料显示,ARM总部位于英国剑桥,为软银旗下一个IP设计公司,本身并不制造计算机芯片,其主要业务是对外授权其半导体技术。芯片制造商仅需要取得ARM授权架构或“指令集”,就可以决定处理器如何处理命令,制造商还可以申请ARM处理器核心设计授权,也就是芯片晶体管布局,之后再和其他元器件组合,创建芯片系统。

如今,ARM在手机处理器市场有着不可动摇的“霸主”地位。该公司的资料显示,2017年ARM手机处理器的市场份额在90%以上,中国设计的SoC中有95%都是基于ARM技术,包括高通、苹果、三星在内的许多移动设备芯片都是使用ARM的芯片架构制造的。

短期不受影响

华为目前从旗下的海思半导体公司采购部分芯片,而海思的芯片也使用的是ARM的底层技术。2019年2月,华为发布了ARM-based处理器——

鲲鹏920,该芯片基于ARM架构授权,由华为自主设计完成;华为另一芯片麒麟处理器也使用了ARM的指令集。

据知情人士透露,华为表示,已经获得了ARM8架构的永久授权,可以完全自主设计ARM处理器,掌握核心技术和完整的知识产权,具备长期自主研发ARM处理器的能力,不受外界环境制约。

但研究机构CCS Insight副总裁、半导体行业分析师Geoff Blaber强调,ARM是华为智能手机芯片设计的基础,因此这对华为来说是一个不可逾越的障碍。BBC的报道也指出,虽然华为和海思仍然可以继续使用和生产现有的智能手机芯片,比如麒麟980,但却不能再向ARM寻求相关帮助。

从目前的情况来看,受美国禁令影响,将对华为断供的供应商还有扩大的趋势。但杀敌一千,自损八百,对华为的封禁,也将成为硅谷的灾难。华为公司董事、公共及政府事务部总裁、公司高级副总裁陈黎芳此前在《纽约时报》发表题为“美国需要华为”的署名文章,有理有据地论证了一个道理:这些“禁令”不仅无法使美国变得更“安全”,反而会损害美国自身的利益。

陈黎芳表示,华为每年从美国公司采购超过110亿美元的商品和服务,禁令将给与华为有业务往来的美国公

司的成千上万美国员工造成经济损失。全面禁止华为设备将会导致美国数以万计的就业机会消失。

惊心动魄的一周

从5月16日美国将华为及其70家附属公司列入出口管制“实体名单”开始,关于华为的舆论一直甚嚣尘上。

谷歌成为首家承认断供的公司。5月20日,谷歌确认暂停与华为的部分业务往来。据悉,谷歌将不再与华为开展需要转让硬件和软件产品的业务,但在开源授权范围内的除外,谷歌还将停止就安卓和谷歌服务为华为提供技术支持和协作。

随后,美国方面态度又有所松动。5月21日早间,美国商务部官方网站发布消息,将对华为的禁令延迟90天实施,直到8月中旬才会生效,理由是,华为及其商业伙伴需要时间来升级软件并处理一些合同义务问题。

对于连番打压,华为则一直以从容态度应对。5月21日,华为创始人任正非在华为总部表示:华为的5G绝对不会受影响,在5G技术方面,别人两三年肯定追不上华为。”任正非还表示,华为也能做像美国芯片一样的芯片。

不过,美国的做法并未得到其他国家的认可。5月23日,对于“松下断供华为”的消息,松下集团发布声明:目

前松下集团向华为为公司供货正常,对于网络媒体上所提及的断货等均为不实之词,华为是松下一直以来的重要合作伙伴,我们将在严格遵守松下所在国家和地区的相关法律及合规条例的基础上持续向华为等中国客户销售商品和提供服务,在中国贡献我们松下集团的微薄之力,为中国事业的发展添砖加瓦。”

同日,在晶圆代工台积电2019技术论坛上,该公司发言人孙又文重申,台积电不会改变对华为的出货态度;目前公司评估后认为,到今年下半年的整体出货状况不会有太大改变,并强调,只要客户、产品通过公司的尽职调查,我们当然出货。”

对于美国动用国家力量无端打压华为为一事,当地时间5月22日,外交部部长王毅在吉尔吉斯斯坦比什凯克出席上海合作组织外长会议期间表示:现在美国国内有一些人不希望中国有正当的发展权利,试图阻碍中国的发展进程。在没有任何事实依据的情况下,以莫须有的罪名,动用国家力量,无端打压华为这样一家中国民营企业,这是典型的经济霸凌行为。得道者多助,失道者寡助。美方这种唯我独尊的做法不会获得国际社会的认同和支持。”

北京商报记者 石飞月/文 宋媛媛/制图

S 重点关注
Special focus

中国电信因骚扰电话管控不力被约谈

北京商报讯(记者 陶凤 王寅浩 实习记者 周应梅)5月23日,工信部发布消息称,工信部信息通信管理局22日就骚扰电话管控不力问题约谈了中国电信集团公司和广东、江苏、浙江、四川等问题突出的四省电信公司。

在会上,工信部信息通信管理局通报了近期中国电信骚扰电话被投诉举报量快速增长、群众反映强烈的情况,要求中国电信坚决落实治理要求,确保短期内见实效。中国电信集团公司和参会四省电信公司签订了《整改承诺书》,承诺将切实履行企业主体责任,组织全面排查,切实堵住管理漏洞,并对问题严重的基层单位及责任人严肃问责。

北京商报记者注意到,就在不久前工信部信息通信管理局已针对近期“95”号码和移动转售业

务“170”“171”等号段拨打骚扰电话严重扰民、群众举报投诉居高不下等突出问题,分别集中约谈了南京颀志苍信息科技有限公司等20家呼叫中心企业和远特(北京)通信技术有限公司、小米科技有限责任公司等10家移动转售企业。

根据12321网络不良与垃圾信息举报受理中心统计,2019年一季度,骚扰电话投诉举报量超过20万,是2018年一季度的三倍,最多的骚扰电话内容就是“贷款理财”,投诉举报数量接近7万,占了1/3。房产中介、违规催收、股票证券分别排在二、三、四位。

艾媒咨询调查数据显示,2018年中国骚扰电话拨打量已超过了500亿次,两成网民接到的电话中超过一半是骚扰电话,而且每周都能接到骚扰电话的网民达到了85.4%。超过九成的网民表

示对骚扰电话的治理情况感到不满意,甚至有43.1%的网民表示最近一年接到的骚扰电话比以往更多。

“骚扰电话之所以治理效果不理想,是因为它牵涉到巨大利益链条。”艾媒咨询分析师认为,由营销电话和骚扰电话支撑起来的中国呼叫中心市场规模2018年就达到了190.2亿元,预计2019年能突破200亿元达到216.6亿元。

事实上,目前三大电信运营商已针对骚扰电话展开了一系列治理行动。据媒体报道,在加强监测骚扰电话方面,中国移动已在全国范围内建立了骚扰电话集中监测系统,针对“响一声”“语音群呼”“呼死你”等骚扰电话开展集中监测。在自查自纠方面,三大运营商重点对语音线路和“95”“400”等号码电话拨打行为实施了排查整改。

大白兔再跨界 老字号迎“网红”春天?

北京商报讯(记者 李振兴 实习记者 李彦)“国民奶糖”大白兔又对彩妆市场下手了,从润唇膏到香水,大白兔的跨界之路越走越广。上线半天,销量破万,大白兔与气味图书馆联手推出的奶糖味香氛,以“网红”之姿再次证明了情怀牌的作用。事实上,不止大白兔,面对产品单一且老化的局面,诸多老字号品牌都开始打出情怀牌。不过,潮流如风难长久,一时的火爆并不能从根源上解决品牌问题:“大白兔们”还需要在支撑品牌的产品上下功夫。

5月23日零点,气味图书馆和“大白兔”联名推出的香氛系列产品正式上线,包括大白兔气味的香水、沐浴露、

身体乳、护手霜以及车载香薰等。截至5月23日中午12时,香水销量已超过9607件,沐浴露销量超过10849件。

对于此次与气味图书馆推出跨界香氛系列产品,大白兔市场部相关负责人表示向北京商报记者表示,作为一个传统的食品品牌,大白兔的渠道和宣传偏重线下,与气味图书馆等年轻化品牌跨界推出新品,能够有效地区“90后”“95后”感知到大白兔品牌。

大白兔不是第一次当“网红”了。2018年9月,大白兔与美妆品牌美加净合作推出了润唇膏,第一批上线920支,售价为78元两支,上线后1秒售罄。事实证明,跨界联名的情怀牌的确好

用。大白兔与美加净共推的润唇膏已销售30万支,销售额破千万。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,大白兔产品单一、品牌老化严重,未能与年轻消费者产生黏合度。加之竞争对手徐福记被雀巢收购,行业竞争压力加大,大白兔业绩持续低迷。

2016年,大白兔携手法国时尚品牌推出了限量珍藏版的兔形铁盒装奶糖,平均一块奶糖的价格达到2.6元,身价是普通包装奶糖的9-10倍。

“限量珍藏版产品只能一时提高营收,情怀牌也不是长久之计,需要被年轻消费者认可,大白兔业绩才能获得持续的增长。”战略定位专家、九德

定位咨询公司创始人徐雄俊表示,大白兔作为一个糖果品牌,不断地跨界推出其他领域的产品,品牌传播有一定的作用,但恐难变现带动糖果业绩提升;一旦跨界产品出现问题,势必影响大白兔的品牌力。

“与这些品牌合作,授权它们使用我们大白兔商标都是免费的,主要目的就是宣传。”上述大白兔相关负责人坦言,在做跨界营销时,大白兔也考虑到对品牌的透支问题,但是目前大白兔如果不去尝试这些新的手段,只依靠糖果行业推广,效率太低,所以现在大白兔只能将精力更多地放在合作单位的质量把控上。