

· 产业动态 ·

## 苹果大规模召回MacBook Pro

北京商报讯(记者 石飞月)6月20日,根据苹果电脑(上海)有限公司向国家市场监督管理总局备案的召回计划,该公司即日起召回部分苹果笔记本电脑MacBook Pro(Retina,15英寸,2015年中期型号)。

本次召回涉及2015年中期型号电池,中国内地受影响的电池数量约为6.3万个,召回范围内的产品发生了6起发热事件报告,可能存在燃烧风险。苹果公司目前未收到任何与该电池发热事件有关的重大财产损失或人员伤亡报告。

苹果也在官方网站上发布了召回计划,提示持有受影响型号笔记本的消费者停止使用该电池,并联系苹果电脑(上海)有限公司进行免费更换。北京商报记者就此事联系到苹果方面,但截至发稿对方未做出回复。

从消费电子行业的角度来看,因产品某些部件问题而召回的例子不胜枚举,主流PC厂商都遇到过此类事件,但对于以质量闻名的苹果来说,近几年频繁的召回对其品牌声誉可能会造成一定影响。

今年4月,苹果召回在中国香港、新加坡和英国销售的部分适配器插头。据苹果称,这些插头有可能断裂并造成触电风险,当时该产品已经发生了6起“事故”,消费者被要求立即停止使用。

2018年2月3日,因部分iPhone 7无法正常联网,苹果公司宣布召回措施。苹果公司当时发布了适用于“无服务”问题的iPhone 7维修计划,确认逻辑电路板上的某个组件发生故障,一小部分iPhone 7设备可能会在状态栏中显示“无服务”,即使在蜂窝移动信号覆盖范围内。

2017年2月,苹果公司承认手机电池缺陷问题,并在阿联酋召回销售的88700部于2015年9月和10月在中国生产的iPhone 6S手机,召回的手机将提供免费更换电池服务,更换完再还给用户。但这一做法引起了中国消费者的不满,因为当时不少在中国购买的苹果手机也出现了不少自动关机的现象,甚至曝出手机突发自燃的事件。

产业观察家洪仕斌指出,在追利润和营收的同时,苹果需要兼顾产品的质量和体验,尤其是涉及到消费者人身安全的电池问题,否则再多的忠实“粉丝”也会在堪忧的质量和全面前退步。

## 奔驰召回9辆进口CLA

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 刘晓梦)6月20日,国家市场监督管理总局发布召回公告称,梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》要求,向国家市场监督管理总局备案了召回计划。自即日起,召回2018年2月9日-12日期间生产的部分进口CLA级汽车,共计9辆。

本次召回范围内部分车辆由于供应商生产过程中的偏差,造成尾灯灯座上的钝化层厚度超标,导致尾灯因接触不良出现闪烁或者失效,会增加车辆发生碰撞的风险,存在安全隐患。

梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司将为召回范围内的车辆免费更换符合标准的尾灯灯座,以消除安全隐患。

## 宝马召回209辆X7

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 刘晓梦)6月20日,国家市场监督管理总局发布召回公告称,宝马(中国)汽车贸易有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》要求,向国家市场监督管理总局备案召回计划。决定自即日起,召回2018年11月21日-2019年3月8日期间生产的部分进口X7汽车,共计209辆。

本次召回范围内部分车辆因装配错误,造成乘员头部安全气囊可能以扭转状态安装在车辆上,导致安全气囊触发时不能完全展开,当车辆发生碰撞事故时会增加乘员受伤的风险,存在安全隐患。

据了解,宝马(中国)汽车贸易有限公司将免费为召回范围内车辆检查安全气囊的安装状态,必要时重新进行正确安装,以消除安全隐患。

## 维他奶集团2018财年营收增16%

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 周应梅)6月20日,维他奶国际集团有限公司(以下简称“维他奶集团”)公布2018财年(2018年3月31日-2019年3月31日)业绩报告称,2018财年实现营收75.26亿港元;同比上升16%;毛利40.42亿港元,同比上升18%。

对于毛利的增长,维他奶集团在公告中表示,主要由于销量增加所带动;毛利率增加至54%,公告中提到,原材料(尤其是糖及包装纸)价格利好,加上销量增加提升生产效率,故毛利率有所改善。

公告显示,维他奶集团中国内地业务增长强劲,2018财年中国内地收入为46.28亿港元,同比增长25%,这主要得益于有利的产品组合及地区业务组合,使得税前溢利增长更快。不过,维他奶集团表示,未来为维持各品类的增长率,将在建立品牌价值、基础设施及组织架构等方面作出必要投资,预期来年的溢利表现将有所影响。

另外,维他奶集团第二大营收来自中国香港业务,2018财年中国香港业务收入增长5%,达22.64亿港元,扣除税前溢利轻微下跌,主要是投资为期限数年的生产及物流设施。澳洲及新西兰的业务增长4%,达5.22亿港元。新加坡市场方面继续维持其豆腐品类的市场领导地位,同时提高饮品类别的市场份额,2018财年收入增加7%。

## 庞大集团董事长庞庆华辞职

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)庞大集团破产重组之路尚未走完,掌门人便率先退出。6月20日,庞大集团发布公告称,公司董事会收到董事长、董事会战略委员会主任委员兼总经理庞庆华的辞呈,庞庆华因个人原因辞去公司董事长、董事会战略委员会主任委员及总经理职务。公司董事、副总经理王玉生在选举新任董事长之前代为履行董事长职务,公司将按照法定程序尽快完成公司董事长、总经理补选、聘任等相关后续工作。

针对庞庆华辞职的影响,庞大集团在公告中表示,庞庆华的辞职不会导致公司董事会人数低于法定人数,不影响公司董事会的正常运作。对于辞职后庞庆华是否完全不在庞大集团担任任何职务,北京商报记者联系庞大集团相关负责人,但截至发稿并未得到回复。

事实上,庞庆华辞职早已有迹可循。5月21日,上交所发布的《关于对庞大汽贸集团股份有限公司及有关责任人予以纪律处分的决定》显示,因庞大集团及控股股东庞庆华未如实披露权益变动情况、未按规定履行关联交易决策程序及信息披露义务等,上交所决定对庞大集团董事长暨实际控制人庞庆华、时任庞大集团董事兼副总经理武成予以公开谴责,公开认定庞庆华三年内不适宜担任上市公司董事、监事、高级管理人员。

作为庞大集团创始人和实际控制人,庞庆华自集团成立伊始便一直掌舵。2010年,庞大集团销售各类汽车47万辆,销售收入538亿元,利润12.4亿元,所经销的20个汽车品牌销售量名列全国同行业第一位;2011年4月,庞大集团在上海证券交易所正式挂牌上市。

与多年前的辉煌不同,如今的庞大集团已陷入经营危机。2018年,庞大集团营收420.34亿元,同比下降40.37%,其中汽车销售业务收入347.73亿元,同比下滑43.25%,归属于上市公司股东的净利润亏损61.55亿元,同比下降3003.23%,首次由盈转亏。销量方面,2018年庞大集团总销量为25.19万辆,同比减少22.98万辆。

庞大集团财务状况随之恶化。4月30日,庞大集团发布重大诉讼公告显示,由于出现流动性不足情况,庞大集团于2018年相继收到天津滨海新区法院、北京市西城区法院等10余家法院的起诉,涉及融资租赁合同、买卖合同、借款合同等诉讼案件共24起,涉及金额约8亿元。

2019年5月,庞大集团收到债权人冀东丰公司送达的《告知函》《告知函》显示,鉴于庞大集团无法清偿到期

债务,已经以公司不能清偿到期债务且有明显丧失清偿能力可能为由,向法院提出对庞大集团进行重整申请。庞大集团发布公告显示,如果法院裁定受理重整申请,庞大集团将存在因重整失败而被宣告破产的风险。如果庞大集团被宣告破产,公司股票将被终止上市。

庞庆华表示:“庞大集团在破产重组。”按照庞庆华的说法,这次破产重组是由债权人发起,并不是庞大集团主动申请。

业内人士表示,对于庞大集团而言,虽然破产重组并不等同于破产倒闭,但也是庞大集团最后一次资产重组的机会。如果庞大集团能够在限定时间内通过重组整顿清偿债务,就能有一线生机,但如果重整失败,庞大集团仍将无法避免最终被市场淘汰的命运。

## Special focus

## 否认招商“消失”的非常可乐会重出江湖吗

一则启动招商的传闻,让娃哈哈旗下“消失”已久的非常可乐再次回到公众视野。6月20日,针对非常可乐复出的消息,娃哈哈公关部相关负责人表示,非常可乐没有停止生产,但最近并未启动招商。事实上,非常可乐曾占据可尔市场近20%份额,由于调整不及时在国外品牌的阻击下消失在主流市场。如今,在沸沸扬扬的招商传闻下,非常可乐会卷土重来吗?

## 否认招商

日前,一则“娃哈哈非常可乐重出江湖”的消息传出。对此,娃哈哈公关部相关人士在接受北京商报记者采访时表示,非常可乐并未招商。

非常可乐诞生于1998年,曾打出“中国人自己的可乐”这一称号,在宗庆后的带领下,通过经销商的渠道发展模式和“农村包围城市”的策略,得到快速发展。2001年,非常可乐占据国内碳酸饮料市场12%的份额,到2006年底,非常可乐的市场占有率已经提升到16%-17%,在二三线城市甚至达到了30%,市场规模稳居前三,仅次于可口可乐和百事可乐。

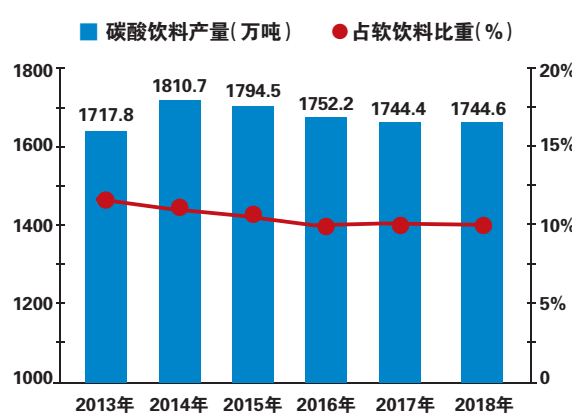
作为老大,老二的可口可乐和百事可乐,开始对快速发展的非常可乐有所忌惮。彼时有报道称,当年,可口可乐投入10亿美元入股非常可乐,并控制了非常可乐的各个渠道,弱化非常可乐的市场宣传,导致非常可乐的曝光率越来越少,并最终消失在大众视野。对此,娃哈哈内部人士否定了上述说法:“不管是可口可乐还是百事可乐都没有入股过非常可乐”。

非常可乐消失在主流渠道的原因也曾备受关注。有业内人士认为,虽然非常可乐在短期内获得了不少的购买量,但由于给人一种“山寨”的错觉,很难赢得心态开放的年轻消费者的认可。与此同时,随着消费升级以及城镇化建设,消费主流向一二线城市集中,可口可乐、百事可乐的渠道优势显现,非常可乐难以与之抗衡,在此背景下,非常可乐消失在主流市场也在预料之中。

## 一直在生产

不过,虽然在一线城市难觅行踪,但非常可乐

2013-2018年国内碳酸饮料产量一览



并未真正“消失”。娃哈哈相关负责人表示告诉北京商报记者,其实非常可乐一直处在生产状态,但销售区域仅集中在中西部地区,因此在国内其他城市很难买到。

北京商报记者注意到,目前非常可乐在一线城市已基本见不到踪影,而在线上电商平台上,卖家也比较少。在淘宝平台,出售的非常可乐以瓶装500ml装产品为主,但售价差距很大,12瓶装每箱价格为27.8-55元不等,发货地包括成都、嘉兴和上海。

在天猫上只有一家娃哈哈钜合食品专营店在出售非常可乐,工商信息显示,该店面由杭州娃哈哈钜合信息有限公司运营,法定代表人为宗钜量,12瓶装每箱售价33元。京东上的卖家为润约旗舰店,12瓶装每箱售价为38.8元。

对于非常可乐此次招商一事,有知情人士透露,娃哈哈非常可乐此次招商的产品为新上市的听装产品,准备在全国重新启动上市,由浙江豪威客食品饮料有限公司生产。目前的招商效果不错,已经有经销商联系了厂家。除听装产品外,后续还将有其他的品类上市。

天眼查数据显示,浙江豪威客食品饮料有限公司成立于2012年10月,法定代表人为宗泽后。宗泽后与娃哈哈董事长宗庆后,均为杭州宗盛智能科技有限公司股东。

## 回归不易

尽管娃哈哈方面否认了非常可乐招商一事,但在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,出现种种招商的消息,也预示着非常可乐有回归主流市场的可能:“目前饮料领域向多层次、多元化发展,非常可乐通过听装产品布局全国,可以在三四线及以下城市布局,但是可口可乐和百事可乐在这些市场的渗透率很高,恐怕短时间难以抗衡”。

不过,非常可乐想要再次崛起并非易事,如今碳酸饮料行业发展已经遇到瓶颈。数据显示,2014年我国碳酸饮料产量达1810.66万吨,2017年已跌至1744.41万吨,连续三年下滑。2018年全国碳酸饮料市场依然没有明显起色,产量为1744.56万吨,与2017年持平。2018年上半年,饮料市场销售额涨幅最大的为果汁饮料,增长近六成。

同时,非常可乐在渠道上推广力度上已不及竞争对手。目前国内碳酸市场已被可口可乐和百事可乐占据绝大部分市场份额,就连拥有品牌、渠道、资金优势的王老吉,也曾推出过可乐试水,最终难逃可口可乐和百事可乐围剿的困境。

可口可乐已在华深耕了40年,目前采取特许经营的模式,与中粮集团深度合作,优势明显。相对较弱的百事可乐,也已经把中国的经营权授权给了康师傅,凭借康师傅完善的生产、渠道和运营能力深度布局中国市场,目前的地位也难以撼动。

战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊认为,可乐本来就是一个舶来品,可口可乐和百事可乐先天就具有品牌优势。

目前来看,非常可乐回归的前景确实晦暗不明,但在饮料界,也不是没有成功的先例。2011年,沉寂多年的北冰洋汽水回归市场,主打情怀牌一系列产品上市之后,出现了供应短缺的局面。2018年,北冰洋汽水年销售收入超过6亿元,销售额同比增长了近30%。

“非常可乐并没有北冰洋那样的地域优势,虽然在目前的环境下突破很难,但是如果能够在创新产品和经营模式上有所突破,特别是在细分市场深耕还是有一定机会的。”朱丹蓬说。

北京商报记者 李振兴

## 车联网频率三年免费 自动驾驶产业化提速

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)6月20日,国家发改委、财政部发布通知称,为鼓励新技术新业务的发展,对5905-5925MHz频段车联网直连通信系统频率占用费标准实行“头三年免收”优惠政策,即自频率使用许可证发放之日起,第一至第三年免收无线频率占用费,第四年及以后按照国家规定的收费标准收取频率占用费。

作为与自动驾驶密切相关的技术,车联网被中国工程院院士倪光南称为“走向自动驾驶的必然道路”。受此次国家发改委、财政部推出车联网相关优惠政策影响,临近午盘,无人驾驶概念股走强,其中路畅科技直接涨停。业内人士认为,车联网频率三年免费可以看作是无人驾驶发展提供便利政策,有利于降低未来自动驾驶汽

车产业化落地的门槛。事实上,不仅是国家层面,各地也在为自动驾驶的产业化落地创造条件。就在车联网相关优惠政策落地同一天,广汽集团、小马智行、文远知行、景骐科技、震动智驾(AutoX)、深兰科技6家企业共24辆车正式获得广州市首批智能网联汽车道路测试牌照,此次广州市发放牌照数量也创国内单次发放最高纪录。

获得自动驾驶路测牌照,意味着企业可以进行实车测试。文远知行相关负责人表示,此次文远知行共获得“01”号在内的共20张牌照,占广州总牌照数量超80%。随着广州走向开放性路测,文远知行将得以更有意义的积累路测里程,进一步提升技术迭代能力和系统稳定性,深化

商业模式验证。值得注意的是,除首次发放自动驾驶路测牌照的广州,截至2019年4月,国内16座城市已颁发109张自动驾驶路测牌照,其中北京59张的牌照颁发数量远超其他城市,排名全国第一;其次为重庆,数量为12张。此外,长春、无锡、杭州、长沙、平潭、常州等二三线城市都已出台自动驾驶路测细则并开放牌照。

在测试成果方面,以北京为例,北京市自动驾驶测试管理联席工作小组发布的《北京市自动驾驶车辆道路测试2018年度工作报告》显示,2018年百度、上海蔚来、北汽新能源、小马智行、戴姆勒、腾讯大地通途、滴滴旅行、奥迪共计8家企业的56辆自动驾驶车辆在北京市内的自动驾驶道路上累计安全行驶15.36万公里。

作为汽车产业转型方向之一,近年来众多传统车企和互联网企业涉足自动驾驶领域。其中,百度Apollo和小鹏汽车计划在2020年推出L3级别自动驾驶汽车;奇瑞争取在2019年底和2020年完成功能开发,实现L3级自动驾驶汽车量产;长安汽车计划到2020年将CS55车型实现有条件自动驾驶量产,2025年将实现L4级自动驾驶量产。

不过,业内人士表示,虽然各家企业的技术正快速成熟,但自动驾驶要想迅速实现产业化落地仍面临众多挑战。目前,L3级以上自动驾驶车辆在国内现行法律框架下只能在道路上测试,而且,自动驾驶汽车产业的发展,已突破有关机动车保险的规定,使得自动驾驶领域存在未来“无险可投”的风险。