

· 产业动态 ·

趣头条再“尝”短视频

北京商报讯(记者 魏蔚)6月25日,“趣头条正在孵化一款短视频应用‘球球视频’”的消息不胫而走,消息称,“球球视频”项目在去年底成立,春节前上线了1.0版本,侧重下沉市场(三四线城市及农村)用户,目前日活跃用户数已经达到几百万。截至北京商报记者发稿,趣头条公关部相关人士对于“球球视频”的运营细节未予回应。

北京商报记者体验发现,“球球视频”安卓版本在4月28日上线,目前仅更新一次。“球球视频”首页下方有“首页”、“小视频”、“我的”三个入口。其中,“小视频”与抖音、快手类似,主打竖版短视频信息流。

多个应用商店的信息显示,“球球视频”的开发商是上海龙殊信息科技有限公司。根据天眼查信息,上海龙殊信息科技有限公司成立于2018年6月,大股东为刘彪,持股比例为60%。

不过,北京商报记者并未发现上海龙殊信息科技有限公司与趣头条的直接关系。对于是否孵化“球球视频”以及“球球视频”的具体运营细节,趣头条公关部相关负责人未予回应。

如消息属实,“球球视频”是继“趣多拍”后趣头条推出的又一款短视频产品。不过如同“球球视频”,趣头条对“趣多拍”也保持谨慎态度,从未主动给予表态。多重迹象显示,“趣多拍”已经低调改名为“快狗视频”。虽然对产品动向不置评,但趣头条对短视频的兴趣不是秘密。3个月前,趣头条CEO谭思亮表示,趣头条打算以创新的方式进入新的市场,例如短视频等领域。

比达分析师李锦清认为,“趣头条的目的很明显,就是占据下沉市场的互联网入口。巨头对下沉市场的焦虑,让趣头条成为头部互联网企业投资的标的。不过,现在各大平台均对下沉市场兴趣浓厚,几乎都上线了自己的产品或业务,趣头条需要夯实自己在下沉市场的优势,才能形成不可替代的竞争优势,推出产品矩阵、互相导流是业内通用的打法”。

华为今年将投入100亿元研发5G

北京商报讯(记者 石飞月)自本月5G商用牌照正式下发后,各产业链的布局速度进一步加快。6月25日,华为5G产品线总裁杨超斌表示,华为今年在5G研发上的投入是100亿元。

杨超斌透露,这100亿元主要用于三个方面:研发人员的人力成本支出;要有大量的仪器设备;做产品的开发,涵盖华为的芯片开发和投入。

“随着5G大规模商用,各个终端厂商肯定会把5G终端从旗舰机拓展到中端或者低端机型。我预计,在明年,很有可能终端价格降到2000-3000元。”杨超斌说。

同日,在华为“5G is ON”峰会上,华为公司常务董事、运营商事业部总裁丁耘表示,5G的到来,加速了千行百业的全面数字化转型,促进运营商业务新增长。基于5G网络的AR、VR等超高清业务已带动移动视频进入3.0时代,极致的体验正悄悄改变着用户行为。

截至目前,华为已在全球范围内获得50份5G商用合同,5G设备发货量已经超过15万套,这些合同来自于韩国、瑞士、英国、芬兰等国家,全球2/3已发布5G商用网络由华为部署。

在峰会现场,丁耘还播放了一段视频,该视频以积木搭建的形式展示了在国际化大都市中智慧交通、智慧警务、智慧医疗、智慧泛娱乐以及智慧港口多场景中的5G应用。华为所提供的Massive-MIMO、Blade Site、bookRRU等模块化全系列解决方案,秉承绿色(低功耗,每比特能耗效率提升25倍)、融合(NSA/SA双架构,各类终端均可接入)、极简(相比传统RRU+天线建站,AAU体积减少55%,重量减轻23%),更好助力运营商实现地空立体覆盖、原址连续覆盖、区域热点覆盖,服务千行百业。

大疆创新将设立首条海外生产线

北京商报讯(记者 石飞月)6月25日,大疆创新方面向北京商报记者确认,该公司将在美国设立首条海外生产线,此前该公司所有的产品组装生产都在深圳完成。此举的目的是针对美国市场的销售进行本地化组装,带去显著的经济效益。

据了解,大疆创新将其在加利福尼亚州Cerritos的一个库房改造为一条生产线,用来组装大疆在北美很受欢迎的一款无人机产品的最新版本,具体工作包括组装、安装固件、调试测试及打包和物流运输;同时推出一个“政企版”的新无人机系统,其特点是搜集的数据只能被储存在无人机本体上,而且只能在无人机着陆后通过有线的方式传输,不支持在线无线传输,以此满足美国联邦政府对民用无人机产品的一些必须的要求。

大疆创新回应称,由于美国市场对其产品的需求高速增长,将销往美国市场的部分无人机产品转移到美国当地进行组装生产,可以满足市场需求并具有可观的经济价值。这也可能成为大疆创新全球化发展的新里程碑。

同时,大疆创新也说明,此举与此前美国发出的涉及中国无人机的安全警告无关,也不是在把生产资源转移或退出中国,这一布局的主要原因是北美市场对于其一款名为“御”Mavic 2行业双光版Mavic 2 Enterprise Dual的无人机产品的需求超出预期,而且这是一款与美国的合作伙伴密切合作的产品,所以针对美国市场的销售进行本地化组装,会有显著的经济效益。据了解,早在2018年大疆创新就启动了这项工作的评估,并于2019年1月在位于加利福尼亚州Cerritos的大疆售后服务中心进行了组装生产测试。

波司登四大疑点澄清而不清

沽空报告发布一天后,波司登给出了具体回应。6月25日早间,波司登在港交所发布公告否认Bonitas报告中对波司登的所有指控。同时,波司登对报告中的主要指控进行了整理及总结,并一一做出澄清。不过,在业内人士看来,如果无法拿出足够有力的证据,此次的沽空报告仍会给波司登带来负面影响,此外,澄清公告中缺乏具体财务数据这一点,也容易让人生疑。

6月24日,Bonitas Research LLC发布沽空报告质疑波司登存在财务、负债等方面的问题,认为波司登在财报中伪造了约8亿元的利润,未公开的关联交易及以低价收购未公开内幕人士的多付款等问题。Bonitas认为,波司登股票的最终价值为零。受此影响,波司登股票下跌明显,转而停牌。

对此,波司登于6月25日发布公告对所有指控予以否认。公告显示,公司注意到该报告的个别作者选择保持匿名,因此,公司董事会会谨慎强调,公司股东及潜在投资者在阅读该报告及其指控时应极为谨慎。由于Bonitas及其相关各方可实现的重大收益及该报告背后的个人作者不准备表明其身份事实,公司强烈否认并因公告所载理由而认为该等指控属虚假及有所误导。

目前,波司登股票已于6月25日上午9点恢复交易,恢复交易后,波司登开盘报1.92港元,涨幅超10%。

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表示,这次做空是沽空机构的问题,但是也给本土品牌敲响一个警钟,国内品牌已崭露头角被国际投资者所关注,所以需要尽快和国际市场准则接轨。

在著名经济学家宋清辉看来,否认指控是企业常见的公关现象,并不代表波司登被指控的方面不存在问题。从目前来看,Bonitas揭示和监督上市公司的财务欺诈等违法违规行为



已成惯用手法,但波司登想要洗清自己被做空的指控,仍需用事实说话,甚至可以采取诉讼手段。

近年来,遭遇海外沽空机构做空的不止波司登一家企业,有些企业损失惨重,如绿诺国际和中国高速频道已经摘牌退市,也有一些企业如好未来和新东方依然活跃,所以被做空企业的前景还无法一概而论。

宋清辉认为,波司登的复盘不能说明什么问题,若后期无法拿出令市场信服的证据,做空事件还会对波司登造成负面影响,此次做空事件对波司登的后续影响现在还无法预测。

疑点1 虚构纯利

针对Bonitas指控波司登于申报财务报表中虚构纯利的质疑,波司登回应称,该指控属恶意中伤及毫无根据。在做出此指控时,报告并不是将同类型项目相比,而且对中国附属公司的信用报告描述引起公众混淆,因为上述信用报告采用会计准则不同。上述报告采用报告期(截至12月31日止年度)与公司年度报告采用的报告期(截至3月31日止年度)不同;及报告涵盖的附属公司数量远低于公司年度报告所涵盖的附属公司数量,并未反映集团整体运营情况。

但在波司登对虚构盈利问题的

澄清中,并未列举出有关的财务数据来否认夸大盈利的问题。同时,对于子公司未披露的应收账款余额不合理的指控,波司登只是表明波司登的附属公司之间的交易不可避免,并未披露子公司的财务数据和子公司交易往来的明细。这也被专业人士怀疑与波司登处在发布年度财报前的缄默期有关。

疑点2 多付款项

对于Bonitas就多次收购向未披露的内幕人士做出多付款项的指控,波司登认为,时尚女装品牌“杰西”乃由周美和于1998年创立,而非所声称由周美和于2008年通过收购成立。“邦宝”品牌及“柯利亚诺”品牌分别于2004年及1992年创立,并在各自细分市场中积累了大量消费者。时尚女装品牌三次收购事项代价乃经参考各种因素后确定,其中包括参考业内同行市盈率后测算未来盈利能力,及在收购关键时间财务表现,所提供的利润保证以及付款方式,而非仅参考此等目标公司净资产价值。

不过,对于波司登的回应,行业专家认为,沽空机构的指控不无道理,波司登将太多时间浪费在不熟悉的四季产品类上,而且多元化之后宣布聚焦羽绒服主业的波司登,大费周章收购女性时装品牌的令人费解。

疑点3 处置资产

此外,就Bonitas指控波司登在未收到付款的情况下处置资产,波司登附属公司山东冰飞服饰有限公司向高德康出售山东物业的卖方的指控,波司登表示,出售该物业代价约人民币5400万元乃由订约方经考虑江苏东华土地房地产资产评估有限公司(一间独立估值师事务所)于2016年12月31日就该物业市值做出估值后,经公平磋商后确定。公司对收到所有付款均可提供文件支持。

疑点4 巨额红利

最后,针对Bonitas报告中提出的波司登过往向持有波司登发行在外股份65%以上的波司登内幕人士支付巨额红利的指控,波司登回应称,自公司在联交所上市以来,公司几乎每年按比例向股东派发现金股息。公司认为派发股息惯例为股东提供了稳定及满意回报,并间接证明公司财务状况稳健。

值得一提的是,在回应向内幕人士支付巨额红利时,波司登用了“几乎每年按比例向股东派发现金股息”的说法,“几乎”一词引发了关注。多位业内人士发出疑问,波司登是否存在没有每年按比例派发股息的特殊情况?如果存在,这种特殊情况占比多少?

对此,波司登相关负责人在回复北京商报记者时表示,波司登会存在不按比例向股东派息的情况。欢迎股东、投资者及监管机构对公司业务运营及财务业绩进行监督。

虽然对沽空指控一一予以反击,但波司登的确受到了负面影响。6月25日,波司登市值一小时内蒸发了60亿港元。宋清辉认为,正处于聚焦主业、战略升级期的波司登,6月25日公司股价回升幅度显示公司澄清公告未能完全打消市场疑虑。或许在新的年报公布后,波司登后续还会有新的动作。

北京商报记者 蓝朝晖 实习记者 李潇

S 重点关注
Special focus

每月200G 首个5G测试套餐公布

北京商报讯(记者 石飞月)6月25日,上海世界移动大会前一天,中国移动和中国联通分别举办了5G相关会议,公布最新的5G计划。

中国移动首先公开了5G测试统一套餐,但套餐价格并没有披露。套餐内包含每月200G的流量、1000分钟的语音通话时长和100条短信。据了解,5G测试套餐目前仅供中国移动5G友好客户测试使用,上个月,中国移动北京分公司率先为首批5G友好用户颁发了5G体验手机。

中国移动还首次支付了超过1万台的5G终端,其中仅5G手机就有13款。这也是5G商用牌照发放以来国内首次规模发布商用终端。

随后,中国移动董事长杨杰发布了“5G+计划”。网络方面,大力推动5G和4G技术共享、资源共享、覆盖协同、业务协同,加快建设覆盖全国、技

术先进、品质优良的5G精品网络。

融合方面,持续推动5G与人工智能、物联网、云计算、大数据、边缘计算等新兴信息技术深度融合、系统创新。

合作方面,深入推进5G产业合作,携手共建5G终端先行者产业联盟、5G产业数字化联盟、5G多媒体创新联盟,创新推出“5G BEST”新商业计划。

应用方面,推进5G+X应用延展,推出“网络+中台+应用”5G产品体系,打造100个5G示范应用,加速推动5G与各行各业深度融合。

据介绍,2019年,中国移动将在全国建设超过5万个基站,在超过50个城市实现5G商用服务,2020年,将进一步扩大网络覆盖范围,在全国所有地级以上城市提供5G商用服务。同时全面提升

5G端到端网络品质和服务能力,持续推动5G技术标准发展。

中国联通也于当日举办了中国联通国际合作伙伴大会,正式发布了中国联通全球合作伙伴计划UP Program。会议期间,中国联通邀请了来自全球各地的12家电信运营商加入5G国际合作联盟,组成全新5G合作阵容。同时,中国联通在云网协同方面发布面向全球市场的全新U Plus产品与服务体系。

中国电信虽然在当日没有动作,不过据此前透露的消息,中国电信将在世界移动大会O-RAN论坛上发布业界首个3.5GHz 5G室内小基站的射频参考设计,这是中国电信继巴塞罗那MWC首展5G白盒小基站之后,在进一步推动5G接入网开放方面的又一重大举措。

缓解销量压力 威马入局网约车

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)6月25日,天眼查数据显示,威马汽车旗下浙江科诺思数据技术有限公司已于6月21日变更经营范围,新增“网约车经营服务”,此前该公司经营范围已包括“汽车租赁服务”。

浙江科诺思数据技术有限公司成立于2017年3月,由威马汽车科技集团有限公司100%持股,法定代表人为威马汽车首席信息官吴国林,注册资本为1亿元。

威马汽车相关负责人对北京商报记者表示,威马汽车旗下公司营业范围新增“网约车”,是为了配合与美团的合作,申请网约车平台证。现在威马基本是按照网约车(与美团平台合作)与旅

游租车(即客行海南椰行)并行发展。

作为造车新势力之一,威马汽车较早便开始布局出行市场。2017年9月,威马汽车发布旗下智慧出行品牌“即客行”,不过,“即客行”仅提供旅游租车和分时租赁服务,试点城市仅限海南、上海等。

2019年1月,威马汽车宣布与美团打车达成战略合作,双方宣布探索“新零售+网约车”的新模式。与美团打车这样的B端企业建立合作,能帮助威马减轻销量压力。”业内人士表示,相比于自己投放车辆、自己运营的重资产模式,以新能源汽车提供商的身份布局网约车业务,对威马而言更轻松。

2018年8月,蔚来汽车创始人李斌

与小鹏汽车董事长何小鹏在朋友圈对赌1万辆新车交付目标,随后威马汽车创始人、董事长兼CEO沈晖也在朋友圈隔空喊话称:“2018年威马汽车交付1万辆”。

威马汽车于2018年9月启动首台量产车EX5批量交付工作,快于国内大部分新势力企业。不过,2018年12月底威马汽车却宣布,因交付环节过于复杂,原定于2018年内完成的1万辆交付目标,将延期至2019年初才能完成。对此,沈晖曾感慨道:“线下交付的难度比我们之前想象的要高得多。”

尽管2018年的万辆交付目标未能如期完成,但威马汽车联合创始人、高级副总裁陆斌仍表示:“2019年,威马

汽车将挑战10万辆年销目标”。

目前距离2019年结束还有半年时间,威马汽车近日发布官方消息称,2019年前5个月,威马汽车累计上险数为6437辆,连续3个月稳坐年度交付总量宝座。不过,该数字与10万辆的年销目标相去甚远,威马汽车下半年的交付压力仍然不小。

在此背景下,布局网约车等出行领域,由C端销售转向B端来消化部分产能,就成为摆在威马汽车面前的一个选项,且业内传统车企已有成功先例。以宝能集团旗下的观致汽车为例,2018年在获得宝能集团关联公司共享出行板块“联动云”采购业务后,观致汽车年销量同比暴增322.36%。