

## 阿里考虑注资哈■

北京商报讯(记者 魏蔚)针对 阿里拟在近期投资哈■,金额达数亿美元”的消息,阿里公关部相关人士于6月27日向北京商报记者回应:正在考虑,目前没有更多信息可以披露。”哈■方面则表示 不予置评”。根据天眼查信息,此前阿里关联公司蚂蚁金服已是哈■第一大股东。如果此次投资顺利完成,这将是阿里方面自2017年12月以来对哈■的第6次投资。

在哈■宣布两轮战略后,阿里考虑再次重仓注资哈■。报道援引知情人士消息:阿里这次投资,不仅因为哈■在单车领域已成为行业第一,更主要的是因为哈■正从单车升级到两轮出行生态,这是一个数倍于单车的市场”。

近期,哈■频繁布局电动车市场,不仅先后推出电动二轮车的租售与换电两个新业务,还在6月12日宣布与蚂蚁金服、宁德时代成立三方合资公司,投入10亿元发展电动二轮车“换电”模式。

据哈■联合创始人兼CEO杨磊透露,过去两年半时间里,哈■单车已经完成超过120亿次出行服务,日均订单也超过2000万单。但对比来看,自行车日均骑行需求是2亿次,电动车是7亿次,市场体量更大。

从单车到电动车也是竞争对手的战略重点。6月18日,滴滴将单车事业部、电单车事业部正式整合升级为两轮车事业部。业内人士普遍认为,电动车市场将是移动出行企业的必争之地。大战将至,粮草先行,阿里考虑投资哈■,体现了阿里对移动出行的志在必得。

天眼查信息显示,在2017年10月永安行与哈■单车合并之后,哈■已经获得7次投资,其中阿里方面参投5次。哈■最近一次融资完成于2018年12月,由春华资本、蚂蚁金服联合领投,老股东跟投,融资额在40亿元左右。

## 华为发布创新和知识产权白皮书

北京商报讯(记者 石飞月)6月27日,华为发布了创新和知识产权白皮书,并呼吁勿将知识产权问题政治化。华为首席法务官宋柳平表示,知识产权是创新的基础,将知识产权问题政治化会威胁全球技术的进步。

这份白皮书名《尊重和保护知识产权是创新的必由之路》,指出创新和知识产权保护是华为在过去30多年成功的基础。

华为每年将收入的10%~15%投入到研发,过去十年累计研发投入约730亿美元。截至2018年底,华为仅在5G的研发上就已投入超过20亿美元,这一数字超过了欧美国家主要设备供应商5G研发投入的总和。

这些投资的成果显著,截至2018年底,华为累计获得授权专利87805项,其中有11152项是美国专利。自2015年以来,华为获得的知识产权收入累计超过14亿美元。除了自身专利外,华为累计对外支付超过60亿美元专利费用于合法使用其他公司的专利,其中近80%支付给了美国公司。

宋柳平还表达了华为在专利使用上的立场。他表示,华为不会将其专利组皆“武器化”,而将采取开放合作的态度,按照公平合理无歧视原则(FRAND),与各厂商和运营商进行专利许可和授权的讨论。

随着中国开启5G元年,全球5G网络已经开始大规模地部署。近日,华为5G产品线总裁杨超斌表示,华为今年在5G研发投入是100亿元。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”。

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。

## 消防设备不合格 壹运动被罚6万元

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)6月27日,甘肃壹运动健康产业股份有限公司(以下简称“壹运动”)发布公告称,近日收到兰州市公安消防支队城关区大队行政处罚决定书(城公消)行罚决字[2019]0137号)。该处罚决定书指出,壹运动鸿运润园店(以下简称“鸿运润园店”)存在涉及消防设施、器材的相关违法行为,共计处罚6万元。

公告指出,鸿运润园店为壹运动分公司,存在消防设施、器材未保持完好有效的违法行为,违反了《中华人民共和国消防法》第六十条第一款第一项的规定。同时,鸿运润园店还存在未经消防安全检查擅自投入使用、营业的违法行为,违反了《中华人民共和国消防法》第五十八条第一款第五项的规定。

根据《中华人民共和国消防法》第六十条第一款第一项之规定,针对消防设施、器材未保持完好有效,罚款1万元整。根据《中华人民共和国消防法》第五十八条第一款第五项之规定,针对未经消防安全检查擅自投入使用、营业,责令停产停业,并处罚5万元整的处罚。

对此,壹运动表示,目前,公司已根据消防要求将有缺陷的消防设施、器材进行了更换,针对相关的消防安全问题停业整顿,已通过消防验收,取得了公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证(城关消安检字[2019]第0043号),目前鸿运润园店已正常营业,对公司经营未产生重大不利影响。另外,公司自收到处罚决定书后,及时缴纳了相关罚款,不会对公司财务产生重大不利影响。

壹运动还指出,将加强相关人员消防安全培训,提高消防管理意识,对存在的问题及时予以纠正,杜绝此类问题的再次发生。

# 两月三起火 蔚来召回



2018年6月,ES8正式交付以来  
累计交付量为**1.75万辆**  
本次召回占总交付规模的**27.37%**

同时,蔚来汽车在声明中承诺,会对所有因电池质量安全事故造成的用户财产损失依法进行赔付。数据显示,2018年6月ES8正式交付以来,累计交付量为1.75万辆,本次召回占总交付规模的27.37%。

对于召回事件相关情况,北京商报记者联系了蔚来方面相关负责人,对方表示一切以官方声明为主。

值得注意的是,本次召回车型的模组供应商为宁德时代,对此宁德时代发布官方声明称,将积极配合本次

蔚来汽车召回工作,维护消费者权益,并表示该批次模组采用定制化设计,该设计仅使用于此次召回的4803辆ES8车型。

事实上,国家市场监督管理总局已针对起火车辆开展现场调查等工作。受近期调查影响,蔚来汽车决定采取召回措施,消除安全隐患。根据国家市场监督管理总局公布的数据显示,2018年,我国至少发生40起涉及新能源汽车的火灾事故,相当于平均每月发生约三起。据统计,2019年4月以来,蔚来ES8分别在西安、上海、武汉发生三起着火(冒烟)事故。事故发生后,蔚来汽车成立调查小组,与行业技术专家、电池包模组供应链合作商等各方进行事故调查。

由于近期电动车企业频繁出现自燃事故,工信部也启动加紧监管。6月17日,在工信部发布的《关于开展新能源汽车安全隐患排查工作的通知》中,针对新能源汽车安全领域对车企提出若干要求,尤其点名了新能源汽车起火燃烧事故。

图片来源:蔚来汽车官网

## Special focus

# 波司登沽空战何时休

6月27日,波司登国际控股有限公司(以下简称“波司登”)再次发布详细澄清公告,对做空机构Bonitas的第二份沽空报告进行第三次回应。虽然在第三次回应中,波司登列举了部分数据作为证据,但在业内人士看来,依然存在一些疑点。此前,国内多家知名企业在资本市场遭遇做空,少能全身而退,如今的波司登能通过反击恢复元气吗?

### 披露细节

发布年度财报之后,波司登在第三次的澄清公告中有了更多数据作为支撑。在公告中波司登方面表示,公司综合财务报表所述数据与该沽空报告在过去三年的差异包括不同财务报告期造成的时间差异影响,及附属公司涵盖范围不同造成的影响,两个因素合并造成的差异约为7.7亿元。

针对沽空报告指出的不同财务报告期造成的时间差异影响问题,波司登再次回应称,沽空报告所用的工商年报报告日期为12月31日,而集团年报所用的报告日期为3月31日。上述报告日期所产生的三年净溢利差异为约2亿元。对于附属公司涵盖范围不同造成的影响,波司登认为,该等沽空报告所用数据仅涵盖19家公司。波司登财务报表综合范围还额外包括约20家境外公司及40家境内中国公司,但却并未包括于沽空报告的数据概要中。

此外,就沽空报告中杰西收购后收入为虚构的指控,波司登指出,除联合年检报告书和2011/12财年年报所采用的报告期不一致外,收入的差异主要因为国际财务报告准则下收入确认的会计处理差异。净溢利的差异主要因为分配到综合范围内的境外公司,如朗辉环球投资有限公司及香港美满有限公司的商标使用权及设计费用约1900万元。有关费用于深圳杰西财务报表报告中反映为开支,但在2011/12财年年报中合并时与朗辉与香港美满的收入进行内部抵销。

同时,波司登再次重申:“周美和并非杰西创办人”的指控与事实不符。

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认为,从波司登回复的数据来看,Bonitas质疑波司登的业务也情有可原,沽空

机构只能拿到一些已公开信息,按他们自己的逻辑去推算或猜测,但这种做法显然是有意针对波司登的做空行为,而波司登要做的还是应尽快将业务与国际准则对接,以避免这种情况再次发生。

### 仍存疑点

尽管波司登在此次的反驳中列举了详细的数据,但有业内人士认为,波司登的回复存在疑点。著名经济学家宋清辉表示,波司登最新回应基本可信,但仍然没有拿出过硬的证据。

对于沽空机构对夸大纯利的指控,波司登在第一次回应中表示做空报告并不是将同类项目相比,而且对中国附属公司的信用报告提述引起公众混淆,因为上述信用报告采用会计准则不同。在最新的回复中,波司登补充了不同财务报告期造成的时间差异影响和附属公司涵盖范围不同造成的影响导致差异的数据。

宋清辉认为,国际会计准则和中国会计准则虽然存在差异,但本质上趋同,相差不大。由此看来,沽空机构指控的8.07亿元净利润是否会因会计准则不同而造成还不能确定。同时,波司登在最新的指控报告中指出,Bonitas忽略了因两个差异因素造成的差异金额约为7.7亿元,与沽空机构指控的8.07亿元存在出入,波司登或许存在尚未披露或解释的数据。

此外,Bonitas对澄清报告的反驳中再度对周美和及孔圣元非关联方身份提出质疑,波司登指出,孔圣元2014年5月15日由辞任波司登董事至邦宝被收购,离职已超过两年,且随后担任波司登下一个收购目标和元实业(深圳邦宝的全资股东)唯一董事,与波司登不构成准则界定的关联关系,所以孔圣元为波司登的非关联方。

但工商登记显示,孔圣元从波司登辞职后的一个月成为和元实业的唯一董事,如此看来孔圣元应该属于关联方。所以在这一部分,逻辑仍掌握在对抗双方各自的手里,真相尚未浮出水面。

宋清辉认为,这一做空事件存在两种可能性:有一种可能是做空机构通过与对冲基金、会计师事务所、律师事务所联手,制造、传播虚假信息,以达到操控股价、从中牟利的目的。另一种可能是波

司登确实存在他们沽空中的一些问题,还要看在未来的几天波司登继续如何回应。而且沽空机构可以起到类似第三方监督机构的作用,在一定程度上对波司登等存在问题的企业起到了揭露和威慑的作用。

### 拉锯战未休

值得关注的是,这一次有备而来的Bonitas,在做空企业方面战果累累。官网信息显示,自2011年至今,Bonitas已经对15只港股发布做空报告。

其中,未来发展控股、瑞安国际等9只港股股价均低于1港元。在港交所上市的旭光高新材料,在美国上市的龙腾矿业、中国医疗技术被Bonitas沽空后已经退市,搜房网、海湾资源等在美国上市的中概股遭遇Bonitas做空后股价一直处于低迷状态。不过,Bonitas也有失手的时候,2018年12月沽空的恒安国际,股价不仅没有崩跌,还在随后的5个月实现近20%的涨幅。

此次波司登被Bonitas两次沽空,后续影响如何还是未知数。波司登在第一次沽空后股价跌停,但在本周三已经开始反弹,但距离暴跌之前的市值仍有不少的差距。

程伟雄表示,资本市场对于沽空机构的沽空已经习惯,只要企业基础扎实,短期股价波动也是情理之中,中国的企业与品牌在成长,这一次恐怕是Bonitas找错了方向。同时,从券商纷纷买入也可以看出,资本市场总体看好波司登。

事实上,在波司登被沽空以后,中信证券、东吴证券、国金证券也对波司登给予“买入”评级。国元国际表示,波司登针对此次做空的指控给出的解释相对中肯和客观,做空机构的指控缺乏对于公司业务的理解和深入研究,有待商榷。

不过,在这场做空的拉锯战结束前,波司登想恢复元气仍有不少的路要走。宋清辉认为,以目前情况来看,沽空机构预计还会发起第三轮沽空打击,波司登也应做好回击Bonitas后续动作的准备。对此,波司登相关负责人回复北京商报记者称,虽然目前无法判断事态的发展,但波司登有信心正面回应,后续的发展需要交由市场检验。

北京商报记者 钱瑜 实习记者 李潇

# 奥雪回应双黄蛋雪糕质检不合格

雪糕界网红奥雪终于正面回应了质检问题。此前,一则双黄蛋雪糕质检不合格的消息,让这支爆款雪糕成了别样的焦点。6月27日晚,奥雪在微信公众号发布了声明,称“该批次产品出厂质量检验合格”,并表示会配合监管部门做好善后处理工作。

在“奥雪之家”微信公众号上,奥雪发表了《关于网传奥雪双黄蛋抽检不合格的声明》。在该声明中,奥雪表示,温州市市场监管局通报的产品批次抽检日期为2019年3月19日,该批次产品出厂质量检验合格。由于零售终端在运输过程中无任何冷链保护,导致产品发生冰冻情况,且用于储存的

冰柜老旧,制冷效果差,导致该终端销售的3个厂家的3种产品抽检都不合格,奥雪公司双黄蛋产品是其中之一。

与此同时,奥雪也称,会尽快提供批号产品的留存样复检,并给出第三方的复检结果;也将对零售终端储存运输环节展开全面检查和培训,并配合监管部门做好善后处理工作。

据了解,奥雪这款咸蛋黄味的雪糕于今年上市,单价定在5~58元,上市半年销售额在4000万元左右。奥雪在线下与罗森便利店合作大量铺货,如今渠道已经覆盖大型商超、街边零售小店,并在抖音、小红书、微博等社交平台蹿红。

虽然官方未给出销量数据,不过有市场传言称,有些便利店经常断货。天猫旗舰店的数据则显示,该款雪糕月销高达2.6万多笔,相较之下,和路雪旗下可爱多、伊利旗下巧乐兹等产品在天猫旗舰店的月销则在5000笔以下。

但这款网红雪糕最近却摊上了事儿。6月21日,温州市市场监管局通报称,奥雪牌双黄蛋雪糕被检出菌落总数和大肠菌群超标,主要原因是产品灭菌不彻底或包材受污染以及储存、运输污染。

对此,6月27日,奥雪处理此事的负责人王先生向北京商报记者表示,“公司非常重视这件事,并在第一时间

展开了调查工作,会尽快把事情调查清楚”。该人士同时表示:“对自己的产品非常有信心,如果有想法随时欢迎到公司来看”。之后于6月27日晚间,奥雪公开发布了上述声明。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,网红食品要是企业规模比较小,要么采取代工模式,整个质量内控体系落地执行监督相对传统的企业要做得差一些,从整个产业端和消费端去看的话,网红企业一定要建立在品质、品牌和服务体系三维合一的运作模式上,才能做到可持续发展,做到传承。

北京商报综合报道