

飞鹤在港披露招股书

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩)7月3日,飞鹤向港交所递交上市预披露文件。根据飞鹤的计划,此次在港交所上市的目的是希望以香港为基地进一步扩充飞鹤海外业务,以促进业绩增长并寻找更好的投资机会,包括境外投资,同时在港交所上市有助于其招募到国际专业人员,以及更有效进入资本市场获得融资。

目前,飞鹤主要生产和销售各种婴幼儿配方奶粉产品以及相对较少的其他产品。其中,婴幼儿配方奶粉产品主要分为高端婴幼儿配方奶粉及普通婴幼儿配方奶粉。在高端婴幼儿配方奶粉方面,飞鹤主要销售超高端星飞帆、超高端臻稚有机及高端系列产品。

数据显示,2016-2018年,飞鹤分别实现收益37.24亿元、58.87亿元及103.92亿元,实现利润4.06亿元、11.6亿元及22.42亿元。2019年一季度,飞鹤实现收益27.56亿元,实现利润7.71亿元。

飞鹤在招股书中表示,公司业绩的增长主要受益于超高端产品的快速增长、可精准追踪库存和管理良好的全国性分销网络、推陈出新的营销计划以及产品创新等因素。根据招股书,在内地婴幼儿奶粉超高端市场,按2018年零售销售价值计,飞鹤在 国内外婴幼儿配方奶粉集团中排名第一”,市场份额为24.7%。

据了解,飞鹤未来的业务策略主要包括通过加快渗入较高线的城市及拓展业务至华南以巩固市场地位;拓宽产品组合,提供针对婴幼儿整个发展阶段以及产前及产后母亲的新产品等。

中国联通否认关闭2G、3G网络

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 周应梅)7月3日,针对“联通将逐渐关停2G、3G服务”的消息,中国联通通过官方微博回应称,这是由于用户所用手机制式不支持联通3G制式导致的,而非所谓的“关停”2G或3G网络。

此前,有用户反映3G手机打不了电话,到中国联通营业厅之后被告知联通关闭了2G、3G服务。中国联通提示,为确保正常使用联通3G网络,请用户注意使用支持中国联通3G制式(WCDMA)的手机终端,并将SIM卡安装在正确的卡槽中。

中国联通表示,从国际上看,2G网络退出服务是大势所趋,不少运营商已经关闭了2G网络。目前,中国联通正协助2G用户向3G、4G网络升级。

从2018年开始,中国联通开始进行2G基站减频退服换机活动,加速退网2G。北京商报记者通过北京联通客服了解到,目前北京地区2G网络基本完成升级。

华润怡宝2018年营业额增8.8%

北京商报讯(记者 李振兴)7月2日,华润怡宝在官网披露的《社会责任报告2018》(以下简称《报告》)中显示,2018年,华润怡宝营业额超过137亿元,同比增长8.8%。

《报告》中提到,2018年底,华润怡宝主要产品共有19个SKU,品类包括纯净水、奶茶、咖啡、功能性饮料、乳酸饮料、水果饮料等。旗下拥有自有品牌“怡宝”“魔力”“蜜水柠檬”“小主菌”及日方授权的“午后奶茶”“火咖”系列等品牌。2018年,华润怡宝推出了“蜜水柠檬”“小主菌”“Bottle-Can冷萃黑咖啡”3款新品,同时储备魔力新口味,初步形成饮料产品储备库。

目前,华润怡宝总部共有18个职能部门,下设8家分公司、9家自有工厂、31家OEM工厂,现有员工超过1.2万人。

数据显示,2017年,华润怡宝销售收入增长率接近10%,营业额超126亿元,市场占有率19%。尼尔森报告也显示,截至2018年底,怡宝包装水终端销量同比增长超过10%,市场占有率超过22%,稳居全国第二位。

鸿星尔克承诺向“正常消费者”赔偿

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)7月3日,记者发现,苏宁易购的鸿星尔克官方旗舰店贴出公告称,鸿星尔克6月21日事件为价格异常事件,涉及订单取消,依据平台规则判定为超生活所需购买的消费者无赔付;正常消费者,给予赔偿50元券(满65元使用),券有效期至7月31日,前期发放的优惠券如到期未使用,可以联系鸿星尔克客服重新发券。6月27日前店铺恢复上架;针对此次事件,鸿星尔克店铺降级一般店铺并予以扣分,此次异常订单销量不计入店铺数据,特此说明。

据中国消费者协会发布的消息称,近日,中国消费者协会官方微博收到部分消费者反映,6月20日苏宁易购鸿星尔克旗舰店通过头条、抖音、QQ等多渠道发布广告,宣称店铺将在6月21日0:00-3:00开展“每满21退20”满减活动,引发大量消费者在活动时段下单。

6月21日,苏宁易购以鸿星尔克旗舰店“价格异常”为由,取消了满减活动期间的订单。消费者不满苏宁易购和鸿星尔克单方面强制取消订单,要求其依约完成订单。

对此,中国消费者协会通过官方渠道发布消息表示,苏宁易购鸿星尔克旗舰店以“系统原因导致价格异常”为由单方强制取消消费者订单,违背诚实信用原则,涉嫌违反《电子商务法》相关规定,扰乱正常电商购物信用环境,损害消费者合法权益。苏宁易购鸿星尔克旗舰店应当遵守《消费者权益保护法》《合同法》《电子商务法》中有关保护消费者合法权益的规定,依法履行合同义务。不能履行合同义务的,应依法承担违约责任。苏宁易购作为电商平台,应当切实承担相应的管理责任。

百度AI的冷水与热情



7月3日,一瓶水让百度和CEO李彦宏成了焦点。在当天的百度Create 2019 AI开发者大会上,李彦宏突遭现场观众泼水,虽然淡定化解,但由泼水事件引发对于百度业务的讨论一轮接着一轮。如今,AI技术作为未来大厦的基石,已经在百度的业务中占据越来越重要的份额。

浇不灭的支点

大概没人能想到,在百度Create 2019 AI开发者大会现场会出现如此戏剧化的一幕。在李彦宏介绍完自动驾驶车业务后,突遭现场观众泼水。之后他淡定应对:“AI前进的道路上会有各种各样想象不到的事情发生,但我们前进的决心不会改变。”

正如李彦宏所说,转型中的百度的确面临着诸多考验。自百度2017年推出“搜索+信息流”双引擎以来,2019年上半年,百度遭遇的质疑最多,主要集中在高管团队调整和业绩增长乏力。

近一个多月来,百度持续调整高管团队,直到百度Create 2019 AI开发者大会当天,百度还在排兵布阵,委任纪源资本管理合伙人符绩勋出任百度董事,原董事陆奇则将在任期到期后离职。包括百度CTO王海峰、百度高级副总裁沈抖、百度副总裁景鲲在内的百度新生代高管,在百度Create 2019 AI开发者大会悉数上场,先后介绍了百度大脑、百度App、百度智能硬件等方面的进展。

业内人士普遍认为,引发百度高管调整的主要原因是业绩。从财报业绩看,百度的核心业务广告处在相对低谷期。其实对比此前4个季度的财报,腾讯的广告同比增速创新低,阿里的主力营收广告增速也并不亮眼。

在比达分析师李锦清看来:“决定百度未来的AI和云计算,都是高投入的业务,短期内对百度营收的支撑力有限,但从AI赛道横向比较,百度的应

用落地、商业化速度更快”。

商业化补课

的确,与过去两年相比,百度新业务的变现尝试开始丰富起来,其中百度对话式人工智能操作系统小度的表现最明显。

据景鲲介绍,小度的商业化包括VIP会员、付费技能和品牌技能。小度VIP会员汇集了内容伙伴的精品付费内容,百度还与爱奇艺联合推出了小度爱奇艺会员,用户买爱奇艺会员就可以享受到小度VIP会员的所有权益。未来百度将与更多品牌推出联合会员。”

小度助手上的付费技能生态,包括美团外卖、口袋故事等提供的超过3万个付费单品,用户可以付费去享受更加优质的内容服务。

对此,百度相关人士向北京商报记者解释:“付费技能是小度商业化的一种创新尝试,用户可以通过购买付费的技能,解锁小度产品中更多的定制化功能,体验更丰富的服务内容”。

百度AI在自动驾驶场景也正在形成闭环。据百度副总裁、智能驾驶事业群组总经理李震宇介绍,由百度和一

汽红旗打造的中国首条L4乘用车前装产线已正式投产下线,首批量产的L4级自动驾驶乘用车将率先落地长沙,实现从规模测试到前装生产线,再到落地运营的完整链条。李彦宏还宣布,百度自动泊车解决方案已拿到多个车企的合作订单。

艾媒咨询分析师刘杰豪向北京商报记者介绍,AI的商业化路径有两种,一种是科技巨头以技术为驱动,探索多样化的场景应用,即AI+战略,商业化周期一般较长。另一种是传统产业主动引入AI技术优化产业,行业自身技术迭代属性强,商业化进程一般较快。

“以百度AI的商业化路径来看,它属于前者,进入商业化加速阶段后,爆发力将陆续呈现,从当下的时间节点看,百度商业化的时间点不算晚”,刘杰豪说。

拉盟友竞速

百度押注的AI业务的确是一片蓝海。根据《新一代人工智能发展规划》,2020年中国人工智能的技术与应用水平将发展至世界先进水平,同时核心产业规模超过1500亿元。2030年中国

人工智能核心产业规模超过1万亿元。

而百度在这一领域优势明显。此次大会的主角——百度AI和云计算的相关数据在高速增长。以AI应用小度助手为例,近一年半,搭载小度助手的智能设备激活量超4亿台,激活量超800%。据百度副总裁、百度智能云总经理尹世明介绍,百度智能云在2018年四季度为国内第五,在2019年一季度成为国内第四,是国内云厂商中实现单季度营收过亿最快的企业。

虽然百度并未透露AI业务的具体营收,但是AI是百度多个业务的基础,如百度App就搭载了百度AI技术,这些技术可以帮助百度App持续吸引用户。

除了从技术和商业化的角度来充实AI业务,百度也试图携手上下游的企业来拓展产业链。在百度Create 2019 AI开发者大会上,王海峰与华为消费者BG软件总裁王成录联合宣布,深度学习平台百度飞桨与华为麒麟芯片达成深度合作,双方将打通深度学习框架与芯片,提升端侧计算、模型训练等能力。

百度飞桨是中国首个也是目前国内唯一开源开放、功能完备的深度学习平台,华为麒麟则是华为自研、端侧AI芯片平台。双方的合作内容包括百度飞桨将与华为麒麟芯片在HiAI Foundation底层全面对接,最大限度释放芯片硬件能力;双方共同优化经典模型,让搭载麒麟芯片的设备运行得更加流畅;通过深度学习框架的性能和功能诉求,驱使芯片不断提升算力。

此外,百度的新伙伴还有吉利。7月3日,李彦宏与吉利控股集团董事长李书福共同宣布,从吉利博越PRO开始,吉利汽车全面搭载融合小度车载交互系统的GKU119系统。百度车载OS的合作伙伴还包括奇瑞、长城、福特。截至目前,搭载百度车联网功能的汽车品牌超过60家,上市车型300余款。

北京商报记者 魏蔚/文并摄

重点关注

Special focus

超市场预期 特斯拉二季度交付量增五成

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)7月3日,特斯拉发布公告称,公司2019年二季度交付量约9.52万辆,环比增长51%,超出市场预估的8.77万辆,同时打破2018年四季度9.07万辆的交付纪录。其中,Model 3交付量约为7.76万辆,超出市场预估的7.1万辆,Model S和Model X交付量约1.77万辆,也高于市场预估的1.64万辆。截至三季度末,特斯拉在途运输的客户车辆超过7400辆。

产量方面,2019年二季度特斯拉共生产约8.7万辆汽车,也创下新的季度生产量纪录,其中Model S和Model X产量为1.45万辆,Model 3产量为7.25万辆。

特斯拉相关负责人对北京商报记者表示:“本季度产生的订单量超过我们的交付量,因此第三季度的订单存量会有所增加。我们相信已做好准备在三季度继续提高总产量和交付量。”

二季度交付量大增,与特斯拉此前采取的降价措施不无关系。2019年5月,特斯拉调降Model

S和Model X车型的起售价,将Model S和Model X的售价分别下调了3000美元和2000美元。

进入2019年,美国联邦政府开始对购买特斯拉的税收优惠减半,这影响到了特斯拉一季度在美国市场的表现。一季度,特斯拉共交付6.3万辆汽车,虽然同比增加110%,但环比减少31%。由于采用直销模式,在将车辆交付给用户前,特斯拉不会获得收入。

受交付量下滑影响,一季度特斯拉总营收为45.41亿美元,环比下降达37.16%,同期净亏损7.02亿美元,同比下降1%。此外,一季度特斯拉资金状况也不容乐观,该公司持有的现金和现金等价物总值约为22亿美元,较2018年底减少了15亿美元。

根据官方计划,特斯拉将在今年交付36万-40万辆新车,交付量将同比增约45%-65%。如果特斯拉上海工厂能在四季度初实现量产,2019年特斯拉汽车全球产量有望达50万辆。

7月2日,上海市发改委主任马春雷介绍特斯拉上海工厂建设情况时表示,该项目进展顺利,目前整体工厂的工程建设已经基本完成,现在已经进入到生产设备的安装阶段,相关主管部门称,今年底就要投产,然后逐步提升至每个星期3000辆左右的生产水平。

尽管上海工厂项目进展顺利,但特斯拉要想达成此前定下的年交付目标仍非易事。根据美国国会于2017年通过的税收改革方案,汽车制造商销售的前20万辆电动汽车可获得税收抵免。税收抵免每6个月减少50%,直到逐步取消。2019年上半年,美国消费者购买特斯拉可获得的税收补贴从7500美元减半为3750美元,到2019年7月,这一优惠将再次降至1875美元。

业内人士表示,二季度创纪录的交付数据可能会重拾市场对特斯拉的信心,但美国税收抵免优惠的进一步缩水仍将对特斯拉下半年的销售构成不小威胁。

对抗微软双屏Surface 苹果将推出可折叠iPad

北京商报讯(记者 石飞月)继苹果折叠屏技术专利被曝光后,7月3日,又有消息称苹果将推出一款可折叠iPad,用来正面抗衡微软的Surface。不过,作为电子产品形态的一大变革,折叠屏从诞生以来就备受期待,但由于技术尚不够成熟,预计到2021年才能有一定规模的普及。

据福布斯报道,苹果将推出一款可折叠iPad,以此形成该产品线的核心竞争力。报道称,苹果可折叠iPad将搭载苹果A系列处理器,性能依旧领先,而显示屏尺寸大小将会比肩MacBook,可折叠的产品特性可以带来更多玩法。在网络方面,这款iPad还将支持5G网络,只是由于5G网络的一些问题,这款可折叠iPad还不会很快上市。

对此,北京商报记者联系到苹果方面,但截至发稿,对方未做出回复。

IHS Markit的消费电子副总监Jeff Lin认为,可折叠iPad将被用来对抗微软将于2020年推出的双屏Surface。

此前,据Windows Latest报道,代号为“Centaurus”的微软双屏设备将在今年晚些时候亮相,预计会在2020年一季度开始出货。报道指出,微软双屏设备将配备两块9英寸显示屏,屏幕纵横比为4:3,分辨率为1440×1920,像素密度为267PPI。

调查机构Strategy Analytics给出的2018年平板市场研究报告显示,在平板电脑市场份额上,苹果出货量依然领先,以25.8%占据了近1/4的市场,三星、亚马逊、华为、联想则分别占据

133%、6.9%、8.9%、5%的市场份额,Windows平板依旧不咸不淡,2017全年和第四季度是2600万台和730万台,2018是2400万台和710万台。

不过,正如福布斯预测,可折叠iPad还不会很快上市,一方面是因为5G网络还未正式开始推广,另一方面则是折叠屏技术不够成熟。折叠产品对于整个供应链的完善程度,包含上游原材料的提供,中游面板厂的产能、良率、性能,下游终端厂家的机构设计,整体厚度的解决方案,硬件实现后UI的改变等都提出了更高的挑战。

“这种手机的缺点也很多,比如屏幕弯曲度问题、电池不能弯曲等问题。”产经观察家丁少将也指出,目前的折叠屏手机还存在一些挑战,一是

屏幕本身的技术成熟度以及量产化能力都需要完善和提高,二是系统软件和应用软件的适配还不完善,三是折叠屏除了外观和展开作为平板电脑之外还需要更多应用场景支撑。此前,三星之所以推迟折叠屏手机的上市时间,就是因为测评过程中发现Galaxy Fold存在较为严重的屏幕损坏危险。

业内人士认为,科技的进步很多时候都是在类似的“质疑”中发展并渐趋成熟的,即使目前还有诸多的不完善,也碰到了一些挫折,但仍然值得去深入探索。作为消费电子领域形态变革的重大创新,折叠屏产品还是备受消费者期待的。群智咨询预计,到2025年折叠屏手机出货量将达到5000万部,年复合增长率达到80%。