

造假波及企业增至 500 家 神户制钢社长称信誉归零

备受关注的神户制钢造假事态进一步恶化。10月13日,根据神户制钢内部调查显示,除铜、铝制品、铁粉的强度数据造假的同时,又有9种产品被发现篡改了技术数据。

值得一提的是,此次神户钢铁的中国工厂也牵涉其中。上述9种产品中就有神户钢铁中国制造的铜管、铜条和铝合金线材等,这些公司包括苏州神钢电子材料有限公司、江阴法尔胜杉田弹簧制线有限公司、神钢新确弹簧钢线(佛山)有限公司。

由此,神户制钢造假行为的影响进一步恶化。除先前披露的三菱重工业公司、东海铁道公司、丰田汽车、马自达、斯巴鲁外,美国波音以及汽车生产商特斯拉、戴姆勒、劳斯莱斯、通用、起亚和标致雪铁龙等30多家知名大企业也进入受影响名单。截至记者发稿前,共计约500家企业赫然在列,受影响的企业数量是一周前所公布数量的大约两倍。

消息传出后,东京股市神钢股票连日暴跌。截至10月13日收盘,其股价比年初以来最高位已跌去逾40%。有分析人士指出,神户制钢除了要面临巨额索赔外,在美国等地可能陷入民事诉讼,而管理层甚至可能被追究刑事责任。正如神户制钢社长川崎博在10月12日致歉时所说的那样“神户制钢的信誉已降为零”。

丑闻恶化 500 家企业受累 波音通用起亚赫然在列

记者了解到,10月11日,神户制钢增加以次充好产品名单,140吨铁粉和6600多单位的生产液晶屏所用的合金材料确认造假;10月13日,公司方面证实又有9种产品被发现篡改了技术数据,包括铜合金管、钢线材。

最新消息显示,截至记者发稿前,神户制钢承认已将篡改技术数据的产品交付约500家国内外客户。这即意味着,截至目前受影响的客户数量是一周前所公布数量的大约两倍。随着日本第三大钢铁企业神户制钢所造假丑闻愈演愈烈,更多“中招”企业浮出水面。

10月13日,全球最大客机生产商波音公司确认使用了神户制钢涉嫌虚假认证的产品。据悉,目前波音方面尚未把此事当作“安全问题”来看待,但这一发现或将提高日本神户制钢的赔偿费用。

记者获悉,波音方面目前正在开展调查,以确定神户制钢所生产的零件在其飞机中的运用程度和类型,并将结果与其航空公司客户共享。据消息人士透露,即使问题



零件不影响飞行安全,但考虑到公众的强烈关切,波音或将替换相关零件,以避免面临后续安全质疑,而上述更换零件的行为都将使神户制钢付出高昂代价。

据报道,波音没有直接从神户制钢购买铝基复合材料等产品,但波音的日本主要供货商,包括三菱重工、川崎重工、斯巴鲁公司等都曾购买相关产品。此外,包括空客公司、美国通用汽车等海外制造巨头也开始对影响进行调查。整个日本制造业的信誉受到动摇,丑闻影响预计将进一步加剧。

此前,神户制钢声称问题产品遍及日本国内多达200家企业,其中不乏丰田、本田、日产、铃木、马自达、斯巴鲁等汽车巨头。此外,三菱重工研发的日本首款国产喷气式支线客机MRJ、东海铁道的部分新干线列车等航空、高铁项目受到牵连,而三菱重工、川崎重工、IHI株式会社、斯巴鲁等企业的国防用

品也受到波及。

记者根据神户制钢官网得知,公司介绍其拥有诸多独有技术,并宣称保有量巨大“汽车阀门弹簧用线材,世界上每2辆汽车中就有1辆使用”“船舶用组装式曲轴和一体式曲轴占有世界40%的市场份额”“汽车引擎盖等铝板材占日本市场50%份额”“铁路车辆用铝型材占日本市场最高份额”。

有业内人士指出,神户制钢的造假丑闻不仅使企业本身信誉扫地,还给全球供应链造成大混乱,同时暴露了日本企业管理缺乏监督制衡的通病。神户制钢所拥有众多大客户,包括汽车、飞机、高速列车制造商及半导体企业和核电站,以目前情况来看,未来受影响的企业数量还将增加。

神户制钢前科累累 片面追求利润致祸

(证券综合)

以战逼和:高通起诉苹果寻求在中国禁售 iPhone

■ 马 燕

知识产权律师游云庭向记者指出,高通和苹果的诉讼,实际是对于专利授权费的一个博弈,除此之外,双方还会通过反垄断法和反不正当竞争法进行博弈,或需3年到5年的时间才有结果。

索罗斯说,美国文化的核心是科技和金钱。当今美国两大科技巨头高通和苹果之间,就上演了为钱而战的连续剧,并且战火愈演愈烈。

据媒体报道,高通在中国针对苹果公司发起诉讼,旨在禁止后者在中国市场上销售和制造iPhone。

据悉,高通就三项非标准基本专利起诉苹果,这三项专利涉及到iPhone的电源管理、Force Touch等领域。目前高通已在9月29日向法庭提起了上述指控,也正在请求美国当局对某些版本的iPhone颁布进口禁令以对其进行限制。

中国市场对于苹果公司的的重要性不言而喻,这是迄今为止这家芯片厂商对苹果公司发起的最大攻击。

对此,苹果公司回应称,在和高通的多年持续谈判中,这些专利从没有被讨论过,事实上也只是在过去几个月内才给予的。“世界各地的监管部门判定高通多年来滥用其地位。这一指控没有价值,相信和高通其他的法庭手段一样,这次的法律行为也会以失败而告终。”

高通发起最强攻击 若胜诉将沉重打击苹果

苹果公司与高通之间的斗法始于今年1月份,当时美国联邦贸易委员会(FTC)指称高通强迫苹果公司使用其基带芯片以收取更高的专利使用费;3天后,苹果公司对高通发起了索赔10亿美元的诉讼。

对此,高通指控苹果公司歪曲事实,声称将发起反诉。自这场纠纷开始以来,苹果公司一直都在扣发高通专利使用费,而此前



在今年5月份,有报道称高通寻求推进一项美国iPhone进口禁令。另外,苹果公司还指示其供应商也不要向高通支付专利使用费。

因而,高通起诉了富士康(鸿海)集团等4家拒付专利费的苹果代工厂。高通总裁艾伯利(Derek Aberle)曾公开表示,高通与苹果爆发专利授权纠纷,对代工厂夹在中间感到遗憾,但不会影响到双方合作关系。

诉讼战火也烧到了中国大陆市场,高通向北京智慧财产法院提出诉讼,希望封杀苹果iPhone手机在中国大陆的销售与制造。

根据苹果财报公布的数据,苹果去年的2156亿美元的全球营收中有22.5%来自大中华区市场,而苹果有接近三分之二的营收来自iPhone。所以高通这次要是真的胜诉,对于苹果来说可以算是最沉重的打击。

科技巨头为钱而战 利益攸关寸步不让

IHS Technology 中国研究总监王阳在与

记者交流时表示,高通之所以放出一大招源于公司压力大。

虽然高通大部分销售额都来自于生产手机芯片,但大多数盈利则来自于收取专利使用费,这些专利覆盖了所有现代手机系统的基本专利。有分析师指出,高通每年原本可从苹果拿到20亿美元左右的专利使用费。但是受到了与苹果诉讼的不良影响,苹果代工厂未能如约支付专利使用费,而该笔费用在2016年3季度为7亿美元。

苹果4月底曾表示在双方解决法律纠纷之前,将停止支付高通与iPhone有关的权利金。这直接导致高通被迫下修2017会计年度第3季财务展望。高通坦言,由于苹果扣留应付给合约制造商的权利金,致使合约制造商无法支付高通相关权利金。

实际上,此番争议对双方而言可谓都是利益攸关,也因此高通和苹果此次大战都寸步不让。

在高通而言,专利费是其利润的重要来源;而对苹果而言,iPhone的高利润是苹果每年利润的核心,所以它奋力避免任何情况的利

这几年可谓日本制造业的“多事之秋”,从高田气囊事故2008年第一次召回;东洋橡胶工业篡改性能数据;到铃木等车企篡改燃油量数据;再到如今神户制钢所。此前荧屏上对日本制造铺天盖地的赞美,转眼变成了日企的丑闻不断以及高层的频繁致歉。

事实上,神户制钢的造假行为悠久而肆意。

早在2006年就被曝出过其他制铁排放超出环境标准的煤烟并篡改数据的行为;就在去年6月份,神户制钢已经被查出不锈钢钢丝拉升强度数据造假,当时披露的原因仅仅是“为了减少残次品数量”,而这一行为已至少持续了9年之久。有专家称,虽然公司每次都采取了反制措施,但始终没有深刻汲取教训,最终酿成大错。

记者查阅神户制钢的2017财年报告发现,其传统的三大支柱业务为钢铁、工程机械和电力,但上述业务近年来效益却日益走低。神户制钢官网数据显示,公司从2014年到2016年的销售额分别为18868亿日元、18228亿日元和16958亿日元,呈现出逐年下降的态势。

据神户制钢的社长川崎博回忆称,2013年初,当他得知自己将要升任神户制钢社长时,他无时无刻都思考着“接下去要怎么杀出重围”,有时甚至苦恼得“在夜里突然醒来”。面对日本制造业企业正面临的严酷挑战,他反复强调变革和行动的重要性,以应对经济形势的变化和激烈的竞争。

记者发现,神户制钢在2018年入社新员工的招聘启事和社长致辞中提到,包括社长、董事、员工在内的构成企业的所有人员都不能安于现状,而应处于不断的变革之中,公司已开始着手“工作方式改革行动”、“推动多样性”等工作。

传统业务的利润下滑迫使神户制钢不得不寻求新的利润增长点,而铝制品被视作实现增长的新领域。随着汽车行业对于车身轻量化和高燃油效率的追求,铝制品部件不断被车企采用。事实证明,神户制钢业务重点的转移很快见效。在刚过去的2017财年一季,神户制钢净销售收入同比增长7.6%至4350亿日元;营业利润环比和同比分别激增118.0%和138.6%至303亿日元;净利润由2016财年一季度的亏损20亿日元转为盈利250亿日元,环比增长86.6%。

或许正是激进的盈利计划为神户制钢的造假埋下了伏笔。根据神户制钢的计划,到2020财年将铜、铝的税前利润提升至200亿日元,到2025财年,将铝业务的税前利润将进一步提高至300亿日元。

润减少。而专利费确实是其一笔庞大的支出。

就在上周,即将退休的苹果公司首席律师布鲁斯·斯维尔(Bruce Sewell)在接受采访时详细描述了两家公司之间的冲突。简而言之,他表示高通芯片给苹果公司带来的成本约为每部iPhone手机18美元,外加售价的5%,而苹果公司认为这个数字过高了。

巨头专利费博弈战 或需 5 年才能解决

不过,业内普遍推测,高通此举的目的应该是“以战逼和”,苹果停卖iPhone可能性低。王阳称,就算一审判决高通胜,苹果还可以上诉,所以苹果停售不太可能。“实际上这些都是套路,大家告来告去都是在增加谈判的筹码。”

而高通和苹果此战命运如何,要看中国法院怎么判。知名知识产权律师游云庭与记者交流此案看法时表示,这会是一个时间很长的全世界范围内的博弈,应该需要3年到5年的时间才能解决这些问题,对于结果,目前不确定性比较大。

他指出,高通和苹果的诉讼,实际是对于专利授权费用的一个博弈。除了专利法上的诉讼博弈,双方还会通过反垄断法和反不正当竞争法进行博弈。

“高通起诉苹果专利侵权,苹果正常情况下在专利法上的防守手段是,向国家专利复审委提起专利无效申请。即便国家专利复审委作出裁决后,败诉的一方还可以通过诉讼对裁决结果寻求司法救济。通常,专利无效的结果走完全部程序需要一年以上的的时间。在此期间,苹果可能还会起诉高通,违反反垄断法,违反专利授权的公平原则,滥用市场支配地位。”游云庭表示。

游云庭还认为,目前,这个博弈的战场不仅仅是在美国,也在中国,可能在苹果手机主要销售的市场都会有诉讼争议。在中国开展的专利诉讼只是双方交锋非常多环节中的一环。这个结果受其他博弈结果的牵连性也比较强,所以比较难以进行预判。

圆通速递否认涨价 总部定价传导 至加盟商仍需时间

■ 刘 斯 会

“双11”即将来临,超10亿件天量包裹也随即来袭,在众多快递企业备战“双11”的当口,中通快递以及韵达快递均宣布涨价,而圆通快递在被爆出涨价之后,又火速否认了涨价传闻。

一位不愿透露姓名的快递公司高层在与记者交流时表示,目前只是快递公司总部下发上述通知,具体到消费端快递费用是否涨价以及涨价多少是靠各个加盟商来权衡。“不过,从目前来看,还没有实质性的涨价落实。”

从记者与圆通以及韵达北京的营业网点电话咨询情况来看,目前北京市区以及邮寄到外地的快递邮费价格的确并未有上调。

上述业内人士同时表示,尽管短期内快递价格并未波动,但是,由于原材料以及人工成本不断上涨,快递基层营业网点压力很大,保证快递行业健康发展,快递网络在总部指导下对价格进行调整是有必要的。

圆通否认涨价传闻

10月10日,中通快递宣布,今年以来,快递业受运输成本增加、人工成本提升、原材料价格上涨等多种因素影响,同时为了进一步提升服务质量,保障客户利益,中通快递集团经综合考虑,决定从即日起调整快递价格,具体情况请咨询当地服务网点。

随后,韵达快递也跟进涨价。10月11日,韵达快递宣布,随着快递市场发展的进一步成熟,为了持续提高服务质量、更好地提供更优质、更便捷、更高效的快递服务,同时受人力、物料以及运营成本攀升等影响,从即日起,对快件价格进行调整,具体请咨询韵达全国当地网点。

值得注意的是,中通快递和韵达快递均未宣布具体的调价幅度和范围。

10月11日下午,圆通在内网发布了一份名为《关于圆通网络旺季市场提价的通知》(以下简称“《通知》”)的文件,上述文件指出,经总部研究决定:自即日起,全网各网点对客户收取的快递费,在原有的价格基础上进行上调,指导价为1kg(含)以内上调0.3元/票,超过1kg(公斤)部分上调0.3元/kg。多位圆通加盟商向媒体证实,上述通知真实存在。

10月12日,上述《通知》被认定为圆通跟进涨价,不过,圆通副总裁叶锋向《证券日报》记者否认了上述说法,并强调,目前终端价格稳定。

快递涨价传导体系

值得注意的是,在涨声喧哗下,各快递企业具体选择颇有不同。以通达系快递近期调整为例,调整的主要是中转类费用和派费类两种中间费。

中通方面表示,终端价格最终由加盟网点与客户一一达成,公司公告的性质为价格指导,意在统一引导客户价格预期、引导网点提高终端价格。

事实上,有业内人士指出,加盟制快递的价格体系是间接传导。快递总部调整的价格,确切说是费用价格。总部价格主要面向加盟商,比如面单费和中间费用类,并不是对着消费者的终端服务价格。总部的费用结算也是与加盟商之间完成,而非和终端消费者的“面对面交易”。

此次调价,相关快递公司总部调整的都不是全面服务种类的费用价格,而是针对大货和重货的调整。这类货物目前利润空间有限、分拣效率低,影响到整体运营效率 and 操作成本,适度的增加费用杠杆可以挤出部分大物,提升效能。

此外,加盟制快递价格体系是一种传导体系,总部定价传导到各加盟商和基层随着快递各类成本的持续上涨,传导到末端价格调整就成为了必然趋势。有从业人士对《证券日报》记者表示,低价快递服务时代即将结束。预计未来行业的服务价格将会随成本上涨长期持续上扬。对于快递业的涨价行为,不少消费者表示,涨价可以,但是服务必须跟上,“时效性,安全性,快递员素质,客户服务,一个都不能少。”

不过值得注意的是,不同于“通达系”大部分的加盟模式,顺丰速递等以直营为主的快递公司就并未宣布涨价,此前,顺丰控股相关负责人在接受《证券日报》记者采访时明确表示,目前并没有接到涨价的通知。

在快递价格上涨的背景下,《证券日报》记者翻阅国内六大快递上市公司半年报发现,多数快递公司预计前三季度业绩会实现增长。

以顺丰控股为例,公司预计2017年1月份至9月份归属上市公司股东的净利润32.50亿元至35.50亿元,同比变动-1.22%至7.90%。公司表示:“2017年第三季度预测归属于上市公司股东的净利润中包含公司将处置部分长期股权投资带来的一次性收益。”

