

6 公司调查 Investigations

SOHO 中国变包租婆业绩大增

■ 曾子建 报道

去年 8 月,SOHO 中国曾宣布战略转型,公司业务由地产销售向持有转型,近一年过去后,公司向市场交出满意答卷。

8 月 20 日,SOHO 中国发布 2013 年中期业绩报告,截至 2013 年 6 月 30 日,SOHO 中国营业额达人民币 2478 亿元,同比增长 103%;净利润达到人民币 21 亿元,同比增长 242%;核心净利润(不含投资物业评估增值)为人民币 537 亿元,同比增长 130%。

此外,SOHO 中国董事长潘石屹在中期业绩发布会上表示,公司目前拥有 152 亿元现金,未来如果市场回归理性,所拥有的现金将带来巨大的机会。

结算面积增加拉动业绩上升

SOHO 中国公布的中期业绩显示,今年上半年公司实现营业收入 2478 亿元人民币,同比增长 103%。同时,实现公司权益股东应占溢利约为 2094 亿元人民币,较去年同期纯利约 612 亿元人民币,同比增幅高达 242%。另外,今年中期公司每股收益为 0.417 元人民币,董事会决议今年中期股息为每股 0.12 元人民币。

对于今年上半年业绩出现同比大幅增长的原因,SOHO 中国表示,主要是由于本期结算的建筑面积增加所致。本期 SOHO 中国结算的建筑面积约为 40835 平方



米(不含车位面积),较去年 23179 平方米大幅上升 76%,本期结算的可售面积(不含车位面积)平均售价为每平方米约 60749 元人民币,主要来源为银河 SOHO 以及 SOHO 中山广场项目。

上述公告显示,银河 SOHO 总建筑面积为 328432 平方米,可售可租面积为 248317 平方米,2012 年 11 月完工,是北京东二环以内的标志性建筑。截至报告期内,该项目已基本售罄。该项目规模巨大,办公可租面积越过 16 万平方米,目前已经出租 93000 平方米,过去三个月平均每月

出租约 19000 平方米。

尽管 20 日香港股市整体大幅回落,恒生指数下跌 54355 点,收于 2197029 点,但受业绩大幅增长这一消息刺激,SOHO 中国股价依然逆势上涨 0.31%,以 6.42 港元报收。

潘石屹:持有现金等待机会

对于 SOHO 中国 2013 年上半年的经营业绩,公司董事长潘石屹显然十分满意。20 日中午 12 时 31 分,SOHO 中国也在

其官方微博上公布了潘石屹在中期业绩报告会上的讲话视频。

视频中潘石屹表示,“去年 8 月,SOHO 中国宣布转型,过去一年的成绩,今天可以非常高兴地告诉大家,SOHO 中国的转型成功了。”潘石屹称,公司转型后的第一个项目,是上海世纪广场,现在出租率达到 100%,经营利润率高达 88%。

潘石屹还表示,他非常看好未来中国的经济发展。虽然目前政策形势还不明朗,但他相信,在未来几个月里,中国政府会出台清晰的经济政策。而在经济形势不明朗时,SOHO 中国采取的方法,就是持有现金,等待机会。“如果市场回归理性,充足的现金会给我们更多机会。如果泡沫继续吹大,我们也不会因为眼前的利益而承担过多的风险。”

此外,在目前的经济形势下,潘石屹就 SOHO 中国的经营策略提出了四点要求:一是拥有足够的现金,控制负债率。现在 SOHO 中国有 152 亿元现金,而负债率为 143%;其次,后续项目继续集中在北京、上海的繁华地带;第三,使 SOHO 中国创造出来的建筑产品,成为这个时代的地标;第四,在北京、上海空气质量不十分理想的情况下,SOHO 中国所建的办公楼要治理 PM2.5,使室内的空气质量达到世界卫生组织的标准。

潘石屹还表示,“SOHO 中国的财务能力足以应对未来可能出现的市场波动。而巨大的市场机会往往出现在波动之后。”

去哪儿网购机票不退款遭投诉

■ 曹文明 报道

在去哪儿网购买的机票为什么只能退机场建设费、燃油费和保险费。”重庆的张女士最近向中国质量万里行投诉部反映,这一疑问,也是之前很多消费者普遍反映的问题。据中国质量万里行投诉部统计,2013 年 1 月份至 7 月份,共收到 140 位消费者投诉去哪儿网,其中机票不退款的问题尤为突出。

重庆的张女士今年 7 月 16 日买了两张从昆明到重庆的飞机票,因为工作需要需要更改行程,只能采取退票。在退票前张女士打过航班官网电话,通过核实得到的结果就是飞机起飞前一周内退票扣 40%手续费。张女士立刻退了飞机票,但是当她在等待去哪儿网给她退票短信或者电话二次通知的时候,确没有任何的音讯。张女士在网上咨询之后,去哪儿的代理商易格之旅特惠客服才告知她只能退机场建设费、燃油费和保险费。

对此,张女士认为:“在去哪儿网点退票按钮的时候没有任何提示告知她退票只退机场建设费、燃油费、保险费,作为一个消费者,在退票的时候没有任何知情权?此外,按照去哪儿网退票流程,在审核退票并计算费用发短信给她,自始至终并未收到此短信。同时,在机票官网查询得知的票价退款与去哪儿网实际退款额根本不相符合。”

张女士说:“根据航空公司官网客服告诉她两张飞机票理应退还 7568 元(含机建燃油保险 260 元),手续费扣除 3312 元。而去哪儿网代理商只退还了 260 元机建燃油保险费,剩下 4968 元却不给退了。在多次给去哪儿网和给代理商打电话之后,最终去哪儿网给张女士退了款。

同样的维权经历也发生在慧女士身上,她在去哪儿网购买了一张上海到厦门的往返机票,因为天气原因导致飞机延误,慧女士决定退款。不过去哪儿网出票的代理商新主流商旅网特惠客服回电说只能退基建费和燃油费。慧女士随后通过查询航空官网价格,反复跟去哪儿网交涉才最终获得退款。她告诉中国质量万里行投诉部,希望通过自己的维权经历能够让更多消费者获得应该有的赔偿。

此前,中国质量万里行在今年 5 月报道了 10 位消费者在去哪儿网购买机票不退款的情况,也询问了去哪儿网特价机票的规定,该负责人称在去哪儿网搜索机票可以明确看到机票的折扣,在订单填写页面会有特价票的提醒。不过,据大多数消费者反映,并没有看到有什么提醒。此外,去哪儿网代理商按照航空公司规定的退改签执行的这一说法也遭到了消费者的普遍质疑。

不过像张女士和慧女士这样的最终能拿到退款,这又是什么原因?难道是去哪儿网的代理商不知道航空公司的规定?还是只按照代理商自己的说法,属于特价机票的不予退款。目前,仍有很多消费者没有拿到退款,对此,去哪儿网是不是应该重视此事,给消费者一个满意的说法?

生命人寿理财一号半年狂卖 356 亿

■ 黄俊玲 报道

今年前 7 个月在银保新单规模保费上,生命人寿以 477 亿元排名第二,远超过第三人保寿险的 316 亿元,较去年同期的 116 亿元大幅度增长 309.5%,成为银保市场新单规模保费增长较快的“一黑马”。

为了搞清楚生命人寿银保快速发展的原因,记者走访了部分银行网点。以北京花园闸附近某银行网点为例,该网点大堂经理称,最近一年该网点主要是销售生命人寿的理财 1 号以及安邦人寿的盛世三号。他称,卖得比较好的是理财一号,产品是一年期的,收益达到了 5.2%,期限两年。

据了解,生命人寿今年前 7 个月能揽下 477 亿元银保新单规模保费,万能险理财一号的贡献不可磨灭。近日记者独家获得的一份银保同业交流数据显示,今年上半年生命人寿的理财一号达成规模保费 356 亿元,同比上升 270%。

从保监会公布的今年上半年保费数据来看,在保户投资款新增交费一项中,生命人寿的保户投资款新增交费高达 335 亿元,仅次于平安人寿的 399 亿元,这也意味着生命人寿的万能险比较多。

事实上,作为万能险的生命人寿理财一号并不是一个陌生的产品,此前一直是生命人寿重点推广的产品之一。此前有媒体报道称,生命人寿在 2012 年 10 月一举夺得北京地区银保新单保费的第一名,其核心产品就是理财一号。

生命人寿官网 8 月 1 日公布的万能险结算利率显示,理财一号结算利率为 5.2%,理财二号的结算利率为 5.2%,红上红 U 款结算利率为 5.2%,大赢家结算利率 5.2%,生命 E 理财年金结算利率为 5.2%,而附加金管家 A 款的结算利率才 3.85%,附加金管家的结算利率为 3.85%,智鑫终身寿险的结算利率为 4.3%,金满贯 B 款的结算利率为 4.3%,金满贯的结算利率为 3.95%,生命至鑫的结算利率为 3.95%。虽然上述不少新产品的结算利率为 5.2%,但也有不少产品的结算利率远低于 5.2%。

生命人寿销售人员吴女士对记者介绍称,这个产品相当于存两年定期,从历史数据来看其收益是 5.2%,而且这个收益也确实是可以达到的。

此前生命人寿多数万能险结算利率远低于这一水平,那么理财一号 5.2%的结算利率能否持续呢?

某险企徐先生认为,这个可能是生命人寿的策略,理财一号 5.2%的收益完全可以跟银行理财产品进行比拼了,关键要看最后其投资收益能不能达到,如果达不到可能会比较麻烦。他还表示,听说生命人寿与客户约定了两年退保,也就是说这个产品的存续期就两年,而 5.2%的结算利率能不能持续存在还有疑问。不过记者获得的理财一号产品宣传资料显示,“退保手续费、部分领取手续费:第一至第二保险年度分别为 5%、4%,第三保险年度及以后为零。”

某险企的杨先生也透露,生命人寿理财一号销售量比较大,而且其员工在宣传时就将产品锁定为两年,年化收益率 5.2%,超过两年不取的不保证收益。

谈及生命人寿,曾在生命人寿工作过的涂先生在与记者交流时坦言,生命人寿的做法比较激进,整个公司的“狼性”文化很重。

摩根大通对雇佣高官子女行为发起内部调查



■ 思涵 报道

8 月 22 日,据《金融时报》报道,摩根大通开始对其香港分行的雇佣状况发起内部调查,目前已雇佣宝维斯美国律师事务所负责内部调查。此外还

将招聘两名具有金融和风险方面专长的董事。分析称这一系列措施旨在减轻可能受到来自美国 SEC 的惩罚。

此前摩根大通曾被曝光雇佣中国高官子女,涉事的包括中国银监会前副主席、光大集团董事长唐双宁之子唐晓宁和前铁道部总工程师张曙光张西西之女。据悉,美国证交会(SEC)反贿赂部门正在搜集关于摩根大通“某些在香港雇佣的前雇员与该公司和某些客户的关系”。而根据一份保密的政府文件显示,在今年五月,该部门曾经要求小摩提供唐晓宁和张西西的相关信息。目前两人均已离职。

事发后,摩根曾表示愿意配合监管方面查出不法行为并遵守法规。国际商务咨询公司 AlixPartners 的执行董事 Mark Pulvirenti 表示,“摩根大通和监管机构的合作程度是一个决定性

因素,能决定摩根大通最终受到何种惩罚。”相关调查和诉讼可能会迫使摩根大通改变其雇佣和管理方式。

不过,此前香港《南华早报》一篇报道分析称,对美国证券交易委员会(SEC)查的时机及目的感到不解,认为可能是出于政治动机。文章指出,美国 SEC 之所以进行调查,是为了突显一宗重大交易竟牵涉众多有特殊人脉关系的人士,以此让中国政府难堪。摩根大通拒绝对此事进行评论。

此外,据 15 日报道,美国司法部还在调查摩根大通在能源领域的操作行为。8 月 14 日,美国证券交易委员会还对该行两名交易员在“伦敦鲸”事件中隐藏损失的行为提起指控。认为他们涉嫌电信欺诈和串谋更改与交易损失相关的账目。如果罪名成立这两人将分别面对最长 20 年的刑期。

金嗓子王老吉云南白药等润喉糖涉嫌违规宣传

■ 孔瑶瑶 报道

夏季天干物燥,加上烤串、麻辣小龙虾之类的食物吃多了,出现嗓子疼的“上火”症状在所难免。对付上火引起的咽喉不适,大部分人可能都不会去医院,而是直接买些润喉糖缓解。市面上的润喉糖多在成分中加入青果、胖大海等中药材,这让它们看起来有别于一般糖果,面目也变得模糊起来——既像是食品,又接近于药用含片。

润喉糖便于携带,含食后给人以清凉的舒适感,因而成为很多人的手边常备,不管什么原因引起的嗓子不适,都含一粒了事。然而,据记者了解,目前市面上绝大部分的润喉糖的身份和水果糖、牛奶糖其实并没有不同,属于普通食品范畴,因而也就无从谈论“功效”。

没有“小蓝帽”照样宣传功效

记者在京东商城、1 号店等网站搜索“润喉糖”,出现的产品名称五花八门,有些直接叫润喉糖,有些则标注着好爽糖、含片、喉爽。记者走访超市和药店发现,润喉糖类产品都有销售,它们的包装上通常都很“干净”,没有任何表明功效的宣传语。然而,当记者登录这些产品生产企业的官方网站,情况却大不一样。

在桂龙药业官方网站上,慢严舒柠好爽糖的说明文字和药品一样,标有“适宜人群”,其中提到的适用人群包括慢性咽炎、扁桃体炎患者。产品介绍中还提到,“慢严舒柠好爽糖是功能性润喉糖,具有清咽润喉、舒爽保健的功效,在急、慢性咽

炎及咽部不适的治疗期间含化,起到极佳的辅助治疗效果。”此外,介绍中还多次提到该糖有缓解症状、辅助咽喉不适症状治疗的作用。

王老吉润喉糖、金嗓子喉宝都乐含片、云南白药千草堂滇橄榄含片的网络宣传中,也都存在类似的功效宣称或明显强调自身“保健”特性的用语。

王老吉润喉糖宣称自己是“非一般的保健养生食品”,金嗓子喉宝都乐含片的功效宣称不亚于它的同门兄弟金嗓子喉片,京东商城页面上提到该产品“具有口腔、咽喉、牙齿保健功能的国家级新型食品”,甚至直接标称“主要功效”,称其可祛烟毒、可增强咽喉细胞活力,提高机体免疫力。

云南白药集团官方网站上的千草堂滇橄榄含片产品页面虽然未直接宣称产品功效,却将含片中每种成分单独提出对其功效进行介绍,称含片中特有的滇橄榄成分“可以杀菌抗炎,迅速缓解嗓子痒、嗓子敏感等痰多发炎症状”。

记者注意到,润喉糖在成分上和一般的糖果有所不同,往往加入罗汉果、胖大海之类的中药成分,也正是因为这些“特殊成分”,润喉糖产品宣传功效时才显得“腰杆挺直”。然而,根据我国相关规定,只有保健食品才允许有涉及功效的宣传,普通食品不可宣传功效。但记者调查发现,上述润喉糖产品没有一个包装上标有代表其身份是保健食品的“小蓝帽”标识,只有普通食品的“QS”认证标识。

无“功能性润喉糖”一说

同样都是食品,润喉糖因为添加了中

药就可以例外,进行功效宣传吗?记者在网看到,部分关于润喉糖的行业性文献中有“功能性润喉糖”这样的提法。

“功能性润喉糖”到底算食品还是保健品?就这个问题,记者采访了中国食品工业协会糖果专业委员会相关负责人,该负责人表示,我国糖果分类没有“功能性润喉糖”一说。

记者查询我国糖果分类标准(GB/T23823-2009)印证了这一说法,该标准中对糖果仅仅从材质、生产工艺来分类,如以砂糖、淀粉糖浆为主要原料的就被归入砂糖、淀粉糖浆型硬质糖果,以植物胶、动物胶或淀粉胶为主要原料的就归入凝胶糖果,对润喉糖并没有单独列出标准,也未特别提及润喉糖的属性分类。也就是说,只有“QS”标识的润喉糖和我们平常吃的水果糖、牛奶糖并没有什么不同,都属于普通食品中的糖果类。

记者注意到,目前市面上的润喉糖主要分为两大类,一类是“QS”食品类的润喉糖,一类则是有“小蓝帽”标识的保健食品。而这两类润喉糖在成分上并没有明显区别,只是添加的中药成分有所不同。

同为润喉糖,为什么有的是保健品,有的只能作为食品?中国保健协会副秘书长赵新华表示,虽然同为润喉糖,但配方不同,功效各异。润喉糖申报为保健食品应满足两个条件,一是配方内有药食同源或国家规定可入保健食品的成分,二是有国家规定的 27 种保健食品功能中的一两项功能。但如果没有申请保健食品批号,即使加入了药食同源的成分,也不能宣传其有保健功效。

对于将食品中某一种成分提出强调其功效,是否也有违规宣传嫌疑的问题,赵秘书长表示,这是一种打擦边球的做

法,属于暗示该食品有某种功效,判断和查处都有一定难度,消费者只能根据上下文做出自己的判断。

违规企业对违规宣传问题避而不谈

我国《广告法》规定,食品广告内容不得使用医疗用语或者易与药品混淆的用语。《食品广告发布暂行规定》中也明确规定,食品广告不得出现与药品相混淆的用语,不得直接或者间接地宣传治疗作用,也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示该食品的治疗作用。而润喉糖身为食品却自称保健品,甚至宣传对疾病有治疗功效,不仅已涉嫌违法,对消费者也造成了极大的误导,甚至可能使其延误病情。

对于广告宣传涉嫌违法,记者分别联系了上述润喉糖生产企业,慢严舒柠好爽糖生产商桂龙药业始终处于“负责人出差中”状态,记者多次联系,均未得到回复。广州王老吉药业股份有限公司相关负责人表示,了解情况后会给记者邮件回复,但截至发稿时,记者也未收到。云南白药集团股份有限公司中药饮片分公司谢先生表示,违法宣传的可能是一些私人网络卖家,当记者表示,云南白药官方网站也有相关宣传时,该负责人表示,需要了解相关情况,之后会联络记者,但记者始终未得到来自该公司任何人的答复。

广西金嗓子集团一经销商表示,金嗓子喉宝都乐含片虽然属于食品,但食品允许进药店销售,该公司金嗓子喉片和金嗓子喉宝都乐含片包装不同,因而不大可能对消费者构成误导。