

6 公司调查 Investigations

小米乐视口水战日趋白热化 两生态圈之争

■ 贺俊 贾丽 报道

小米直指乐视涉嫌违规，乐视反击小米免费内容是个骗局，两家互联网后起之秀的口水仗空前升级。

在乐视也推出“超级手机”之后，小米与乐视，这两家核心业务(手机、电视)高度重叠的“生态圈”终于爆发了前所未有的口水大战。

6月10日，小米公司董事长雷军召开新闻发布会，展示了原新浪总编辑陈彤就任后，小米电视在多个方面取得的巨大成绩，而乐视电视则作为“失败者”用以对比。随即，乐视也于次日召开了投资者见面交流会，乐视董事长贾跃亭对雷军所言予以猛烈还击。

6月15日，口水战开始了第二回合，小米联合创始人、副总裁王川召开发布会，再度详细阐述小米电视如何强于乐视电视，乐视电视都存在哪些硬伤。而乐视也不甘示弱，紧接着在6月16日作出反击，乐视回应三大质疑，并直言要揭开友商免费内容大骗局，戳穿免费幌子付费内容超万元。

小米指出乐视电视三大问题

在发布会上，王川指出，乐视电视存在涉嫌违规播出、内容单薄、捆绑年费等三大问题。

对于播控违规问题，王川认为，根据广电总局出台的181号文件，所有的互联网电视或者互联网盒子，都必须接入广电总局认可的播控平台，且不能够外链直接访问互联网。目前，小米电视接入的是央视和央广旗下的两家播控平台。“乐视电视在呼号那个位置写的是乐视网，在7家广电总局授权的播控平台中，从没听说过有‘乐视网’这个播控平台。此外，乐视电视自己没有版权，由此，我们怀疑乐视电视涉嫌违规。如果乐视认为自己没有违规，我觉得乐视应该提供相应的证据来做澄清。如果乐视违规，我们认为作为上市公司，有责任向股民公示相关的风险”。



对于内容单薄问题，王川以用户最关心的电影举例，“用户最关心的不是片库，而是最新上映的电影，2013年的电影，小米电视上有655部，乐视电视上有137部；2014年的电影，小米电视上有487部，乐视电视上有149部；2015年的电影，截至目前小米电视上有154部，乐视电视有37部”。

为何小米电视的内容远远超过乐视电视呢？王川比喻道：“乐视是一家音像店，它从视频产业上游购买了内容版权，然后再转卖给用户。当然，乐视还自己拍片子，有乐视影业，那只是前店后厂，本质还是一家音像店。那小米是什么？小米是音像大卖场，欢迎大家在卖场里面开店中店，所以我们有爱奇艺的店中店，优酷的店中店等等，当然，我们也欢迎乐视在我们这里开店中店。因此，大卖场的内容当然比一家音像店内容多很多。为什么这个生态不需要拥有内容？你想想，大卖场是不需要拥有DVD碟片的”。

第三，王川认为，乐视推出的999元的

40寸电视是“骗局”，因为加上服务费，乐视电视并不便宜，相比之下，小米电视则没有服务费一说。“这款乐视电视的硬件价格是999元，还要交24个月的服务费980元，还要交100元的三星屏幕费，真正买到需要2079元。如果两年后再继续交服务费，假定一部电视使用10年，总共需要花费5990元，成本相当于小米40寸电视的三倍。而且，乐视电视交了服务费，也不是所有节目都可以免费看”。

乐视回应直指对方在做局

对于小米方面的多项指责，乐视也是针锋相对，不甘示弱。6月16日，乐视召开发布会，会上，乐视控股高级副总裁、乐视移动公司总裁冯幸针对某友商连日来的公然挑衅进行了正面回击。冯幸认为，友商提出乐视播控平台涉嫌违规，电视有可能随时叫停的说法是不懂法律，就是别有用心误导公众。

他称：“乐视目前正在与中国国际广播电台（互联网电视集成播控平台七大牌照方之一）合作，对互联网电视终端进行整改。目前，联合整改方案已上报监管部门并已满足政策要求，只待最后通过。乐视与国广的合作能够保障超级电视的服务完全合规，并确保乐视的商业模式和用户权益不受影响。”

乐视内部人士透露：“小米此举涉嫌不正当竞争，必要时刻乐视或走司法程序。”

而针对友商所谓内容第一，免费内容高达82%的说法，冯幸在发布会上更是直言这是一个谎言。冯幸表示，友商把别人的内容当自己的内容，这已沦为行业笑柄。友商声称的免费内容很多是片花，纯属笑谈。

对于友商认为乐视捆绑年费、要用户持续续费是骗局的说法，冯幸回应称：硬件价格+服务费价格=硬件量产成本(年费实为赠送)；服务到期后，用户可自主选择是否续费。不续费用户，依然可以享受和友商一样多的内容和服务。这是骗局么？

在冯幸看来，乐视友商近期有组织有目的攻击乐视有着深层次原因，主因是对乐视手机热销产生压力。数据显示，5月16日中午12点，10万台乐视超级手机21秒售罄。而乐Max量产机于6月16日开启预约。他认为，这些都对小米销售手机产生威胁。

针对友商宣称的内容优势，以及以10亿美元来合纵连横构建产业联盟打造“生态”的做法，乐视控股战略副总裁阿不力克木·阿不力米提表示，产业联盟不等于生态，只是本已存在资源的聚合，雇佣兵式的拼凑，对资源各个环节无掌控力，不会有创新价值。“友商是0资源库，只有公网内容。这个内容任何电视厂商通过与牌照方的合作都能获得。”

乐视、小米也算是够拼的，这场口水仗、公关战也在不断升级，一个说联盟、一个说整合，两家互联网新贵各有特色却谁都不肯放过谁。虽然外行看热闹，内行看门道，但不得不承认，这样一场持久战还是成功引爆了各界的眼球。

宁夏红集团荣膺“2014 年度中国轻工业百强企业”称号

6月12日，宁夏红集团荣获了由中国轻工业联合会颁布的“中国轻工业专项能力百强企业称号”。宁夏红集团在技术研发能力名列前茅并荣膺奖项。中国轻工业联合会会长步正发、国家发改委副秘书长王一鸣等领导参会并作出重要讲话。

会上，中国轻工业联合会发布了《中国轻工业竞争力报告》，对中国轻工业2014年度企业营业收入、利润总额等多项指标综合评分，并评出宁夏红集团、海尔集团等全国知名企业为“2014年度中国轻工业百强企业”。在

对各分项评价中表现突出的企业，分别评出“市场能力百强企业”、“研发投入能力百强企业”等七个称号。宁夏红集团荣获了“研发投入能力百强企业”称号。

宁夏红集团成立至今在技术研发领域投入巨大，并已取得瞩目的成就。宁夏红集团以市场为导向、以“创造价值才有价值”的理念，不断提升科技创新能力，加强科技研发力度。到2014年底，宁夏红集团已形成枸杞果酒系列、枸杞干红系列、枸杞白兰地系列、沙坡头葡萄酒系列、法国大慕爱城堡酒庄葡萄酒系列、

枸杞和枸杞特产系列等多元化的产品结构。

2014年底，宁夏红集团申报的“宁夏枸杞酒加工技术工程实验室”顺利通过了专家评审，获准按照国家地方联合工程实验室建设的基本要求来建设规划。这标志着全国唯一一家枸杞酒加工技术工程实验室落户宁夏红，也意味着宁夏红集团在枸杞酒及其功能食品技术研发方面取得了长足的进步。

截止目前，宁夏红集团开展技术研发已经取得了发明专利证书12件，外观专利证书126件，版权登记作品102件。“宁夏红”以其

创新的产品、卓越的产品质量、面向全国的销售网络、完善的售后服务、现代化的管理模式、坚定的市场开拓和持久的商业信誉，塑造了不断开拓创新的品牌和企业形象。

据了解，中国轻工业百强企业是轻工行业的优秀代表，是适应新常态、引领中国轻工业大国迈向强国的先锋力量。2014年中国轻工业百强企业分布在全国18个省、市、自治区，涉及酿酒、家电等25个轻工行业，平均主营业务收入236亿元，其中4家企业主营业务收入超过1000亿元。（林轩 于丹）

宝马在华销量 10 年内首降 国内豪车市场微增长

■ 谢若琳 报道

自5月13日，科鲁格正式接掌宝马集团董事长以来，宝马集团发布了其首份成绩单：5月份，宝马集团(宝马、MINI以及劳斯莱斯品牌)共计销售汽车18.83万辆，同比增长5.9%，为公司迄今为止5月最佳销售纪录。

值得关注的是，宝马集团在中国的发展却不尽如人。5月份，BMW和MINI在华销量下降4.2%，这是宝马集团10年以来在华市场销量首次出现下滑。同时，宝马最强劲的竞争对手奥迪在华销量也呈现下滑态势。此外，同为德系三大豪华车品牌的奔驰却保持稳定增长，领跑国内豪车市场。

专家表示，豪华车品牌在华销量将进入微增长时代。

宝马在华销售 10 年内首降

6月12日，宝马集团公布了5月份汽车销量数据，数据显示：5月份，宝马集团(宝马、MINI以及劳斯莱斯品牌)共计销售汽车18.83万辆，同比增长5.9%。

与此同时，宝马集团今年前五个月的销量也创下同期新纪录：1月-5月，宝马集团累计销售89.09万辆汽车，同比增长7.7%。

负责BMW品牌销售和市场营销的宝马集团董事罗伯森(Ian Robertson)表示：“5月份，宝马集团销量稳固增长。更令人欣慰的是，今年以来，创新BMW i系列电动汽车实现了销售过万辆。”

其中，宝马集团旗下的BMW和MINI两大品牌表现不俗。核心品牌BMW 5月共销售15.91万辆汽车，同比增长4.0%；受核心车型变化的影响，MINI品牌5月销量为2.88万辆，同比增长18.3%。

据统计，1月-5月，BMW和MINI两大品牌在美国累计销售16.05万辆，同比增长10.0%；在欧洲累计销售39.22万辆汽车，同比增长4.2%；在亚洲累计销售27.61万辆，同比增长9.5%。



值得一提的是，这是宝马集团领导层换届后，科鲁格正式接掌宝马集团董事长以来的第一份成绩单。

宝马集团董事罗伯森博士曾于去年年会上表示，从战略角度来说，2014年宝马在全球的销量非常出色，特别是在亚洲，在中国取得了巨大的成绩。中国市场对宝马公司未来的发展来说至关重要，宝马公司未来在中国市场将取得更加出色的表现。

虽然宝马在华的发展战略已进入全面调整期，但事与愿违，国内市场销量依旧“拖后腿”。1月-5月，BMW和MINI在中国汽车销量增长3.0%，其中4月份增长仅为0.6%，而5月份下降4.2%，这是宝马集团10年以来在华市场销量首次出现下滑。

这是继2005年1月份以来10年内，宝马集团在华销量首次下滑，宝马集团新闻发言人表示，宝马汽车销售目前在中国市场承压，因中国经济降温，且政府采取行动抑制豪华车价格，推出平行进口车销售试点，同时公司与中国经销商的关系紧张。

对此，乘联会秘书长崔树东在接受记者采访时表示，宝马集团在中国市场的表现不佳与诸多因素有关。一方面，宝马集团在华市场面临产业结构失衡，缺乏SUV车型再一次成为宝马在华销量增长的巨大阻碍；另一方面，平行进口政策也对宝马造成了一定的干扰。“例如，宝马X3、X5都是平行进口的主力车型，而通过平行车进口的宝马汽车其实并没便宜多少，却也导致了一批人持观望态度，导致目前市场上一部分宝马汽车价格体系混乱。”

一位不愿具名的某券商分析师对上述观点表示认同，他还补充表示，“宝马集团在与华晨汽车的合资公司中收入被大幅缩减，以及政府调查宝马配件定价过高等因素，也对宝马集团在华销量产生了不利影响。”

事实上，目前国内市场上豪华车品牌纷纷加速本土化，这无疑会给宝马在华销量增长带来压力。崔树东坦言，如果宝马不及时投入SUV蓝海，加速国产化进程，那么宝马在华销量还有进一步下滑的可能。

奔驰领跑国内豪车市场

随着我国经济增速持续放缓，豪华车销量增长从去年开始就出现滑坡迹象。据资料显示，2014年，宝马集团在华销售汽车45万辆，同比增长16%；奥迪集团销售57.5万辆，同比增长17.83%；梅赛德斯-奔驰销售28万辆，同比增长29%。

2015年以来，豪华车品牌的销量更是整体呈现出“低迷状态”。5月份，中国进口车市场更是出现10年内首次供需双降现象，这意味着豪华车市场在华销量增速放缓也成为新常态。

6月15日，奥迪公司公布：5月份，奥迪在全球范围内共计销售15.39万辆汽车，同比微增1.2%。其中，在华销量4.74万辆，同比下滑1.6%，这也是自2013年2月份以来，奥迪在华销量首次下滑。而4月份，奥迪在华汽车销量为4.53万辆，同比仅微增0.2%。

相比之下，同为德系三大豪华车品牌的奔驰依然保持稳定的增长态势。日前，梅赛德斯-奔驰公布：5月份，奔驰在华销售汽车共计2.76万辆，同比增长19.8%。

崔树东表示，虽然奥迪销量增长率不及奔驰，但是从销售总量上来看，奔驰仍然不足以撼动奥迪在豪华车市场上的冠军地位。“就德系三大豪华车品牌而言，奔驰的基数较低，而宝马销量进一步下滑，相较之下，奥迪国产化彻底有效，所以目前看来，奥迪对于成为豪车冠军稳操胜券。”

同时，他还认为，虽然目前国内汽车市场存在库存压力，整个行业的增长潜力也在下降，但是相较而言，销售去库存的压力更在于国产汽车，而不是进口汽车；更在于中档汽车，而不是豪华汽车。

事实上，豪华车汽车市场发展与宏观经济密切相关，经济发展带动消费结构不断升级，是豪华车市场增长的基础，而稳定的政治经济环境，将为豪华车乃至整体车市长远发展背书。可以预见的是，豪华车品牌的在华销量将进入微增长时代。

浦发银行拟 164 亿收购上海信托

■ 袁君 报道

浦发银行收购上海信托一事已公开酝酿一年有余，如今方案终于出炉。根据浦发银行公告，此次收购上海信托的价格约为164亿元。

6月16日，浦发银行发布公告，以定增换股方式收购上海信托97.33%股权。浦发银行将继续停牌，并于7月1日召开2015年第一次临时股东大会审议收购上海信托草案。如收购顺利完成，浦发将成为继建行等之后第四家拥有信托牌照的商业银行。

上海地区某股份行管理层人士对记者表示，上海已形成浦发银行、国泰君安、中国太保三大金融机构，建议三家各自通过吸收及横向并购方式，形成差异化的金融控股集团。

上海信托已预先分立

根据浦发银行披露的信息，该行拟向上海国际集团有限公司、上海久事公司、申能股份有限公司共11名交易对方发行9.9亿股股份，购买其合计持有的上海信托97.33%股权。

本次交易完成之后，浦发银行总股本将由186.5亿股增加至196.5亿股。其中，上海国际集团持有浦发银行的股份将由之前的16.93%增加至19.53%，接近其第一大单一股东中国移动通信集团广东有限公司，后者持股比例为20%；上海国际集团及其控股子公司对浦发银行的合并持股比例由本次交易前的24.32%增加至26.55%，仍为合并持股第一大股东。

根据草案，此次发行股份购买资产的发行价格为17.12元/股，但由于浦发银行近期将进行2014年利润分配，因此待利润分配完成之后，本次发行股份购买资产的发行价格将调整为16.36元/股。据此粗略计算，此次收购上海信托的价格约为164亿元。

国金证券银行业分析师马鲲鹏告诉记者，此次收购价格为2.7倍上海信托2014年PB(平均市净率)，定价较为合理。“光大集团2013年7月宣布收购甘肃信托51%股权时，定价为2.8倍2012年PB，浦发本次收购定价与之相当。”

公开信息显示，截至2014年末，上海信托资产总额达61.72亿元，实现净利润8.87亿元。在全国68家信托公司排名中，注册资本为第17名，信托业务收入第19名，信托资产规模11名。

某股份行中层人士在接受记者采访时认为，这项收购是上海顺应国资、国企改革的整体要求，单从收购价格上来讲并不低。但与国泰君安以现金认购的方式收购上海证券不同，浦发收购上海信托采用的是定增的收购模式，这对资本金紧张的银行来说较为有利。

值得注意的是，浦发银行收购上海信托方案实施之前，上海信托预先进行了分立，根据浦发银行公告披露，上海信托分立工作中，存续公司和新设公司的分割的基本方案为：存续的上海信托原则上保留信托主业相关业务和资产、负债，以及三家控股子公司的股权，即上投摩根、国利货币和上信资产；上海信托持有的除前述股权外的其他长期股权投资及其相关资产、负债，以及与信托主业基本不存在相关性或者因其他原因不适宜纳入上市公司资产收购范围的资产、负债将全部由新设公司持有。

将成第四家有信托牌照银行

当前，在我国经济进入“新常态”的背景下，对金融服务的综合化需求日益增强，综合化金融服务能力已成为衡量商业银行核心竞争力水平和银行转型成效的关键。

浦发银行认为，随着净息差收窄，扩大中间业务来源，优化收入结构已经成为传统银行业转型的必然选择。

目前，浦发银行旗下已拥有投资银行、基金、金融租赁、货币经纪等牌照，如顺利拿下信托牌照，该行将成为继建行、交行、兴业银行之后第四家拥有信托牌照的商业银行。

作为上海国资国企改革的重要步骤，浦发银行收购上海信托也为其后续打造金融控股集团打开了更多的想象空间。

除了信托牌照，上海信托还持有陆家嘴、爱建股份等上市公司股份，以及上投摩根基金管理有限公司51%股权、上信资产管理有限公司100%股权、华安基金管理有限公司20%股权、上海证券33.33%股权。虽然此次只是收购信托部分的资产，但有业内人士表示，如果浦发可全面控股上海信托，将间接持有证券公司、基金公司牌照。

从上海国资的现行动作来看，上海已形成浦发银行、国泰君安、中国太保三大金融控股集团，这场国资改革的核心是以金融国资改革促进市属企业发展，其切入点和重要推进力量是金融资源的整合。

前述股份行管理层人士建议，浦发银行、国泰君安、中国太保分别以银行、证券、保险为主业，可各自吸收，横向并购，从而形成三大金融控股集团。“比如浦发可以再收购证券公司或小型保险公司，国泰君安可以收购上海农商行，太保可以收购一家券商。同时，这三家在主业方面又各有差异，横向并购综合化经营才是真正的金融控股集团。”前述股份行管理层人士表示。