

## · 公司报道 ·

## 淮树、一清堂陷含违禁激素漩涡

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)11月15日,广州市兰树化妆品有限公司(以下简称“兰树公司”)发布公开声明,称此前朋友圈发布的公司旗下品牌含有国家违禁成分为虚假信息,并表示公司所有产品均符合国家安全规定,不存在添加违禁成分的行为,且从未被国家主管部门检测出违禁成分。对此,北京商报记者致电兰树公司董事长钟鸣,对方电话一直未有人接听。

实际上,这是因近日有代理商在朋友圈曝出,在广州质量监督检测研究院出具的检验检测报告中,兰树公司旗下的淮树鱼腥草润颜水、一清堂灵芝润肌修护膜等产品含有地索奈德成分,并出示了数张检验检测报告实拍图。

此前也曾有记者致电广州分析测试中心,得到该检测中心工作人员答复称:“报告编号为2018009522-2b的检测结果是品名为‘淮树鱼腥草润颜水’被检出地索奈德,含量为4.61微克/克。”然而,北京商报记者登录一清堂官方旗舰店发现,已经搜索不到关于标称“淮树鱼腥草润颜水”的相关信息。

据悉,地索奈德是一种以糖皮质激素作用为主的皮质类固醇药物,主要用于治疗各种皮肤疾病,同时还有抗炎、抗过敏、减轻炎症反应、抑制免疫反应等作用。2007年,中国《化妆品卫生规范》明令禁止在化妆品中添加糖皮质激素,并于2009年发布了《化妆品中四十一一种糖皮质激素的检测》。

陷入产品含有激素事件中的兰树公司于1998年在浙江创立,是一家集化妆品研发、生产及销售为一体的集团式企业,旗下拥有一清堂、心清堂、淮树、钟医生等美容护肤品牌。

实际上,在今年广东省食药监局的一次抽查中,从各大电商平台和一些微信卖家处共购买了各类功效面膜137个,对禁用物质糖皮质激素进行了检验。其中,有33个面膜样品检出非法添加了糖皮质激素,占总抽检样品的24%。而在不合格的33个面膜样品中,有22个都含有两种新型的糖皮质激素成分 氟轻松和地索奈德。

## “黑公关”风波落幕 吉利与长城达成和解

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)11月15日,吉利汽车与长城汽车发布联合声明称,近期有人冒用吉利汽车员工名义,捏造不实信息攻击抹黑长城汽车,误导舆论,制造误解,给双方品牌带来严重伤害。双方将努力消除此事影响,主动在各自官方信息平台删除有关声明,撤销法律诉讼,不再就此事发表任何评论。由此,吉利汽车与长城汽车持续近一个月的“黑公关”风波落幕。

10月18日,今日头条上有名为“吉利公关部经理”的用户发布了一则微信群信息的截图,截图显示微信群名称为“吉利汽车公关群”,内容是要求相关人员注册账号,攻击包括长城汽车在内的国产汽车。

对此,吉利汽车迅速在官方微博上发布题为“假的不能再假,造谣者必受法律严惩!”的声明。同时,吉利汽车在该信息上用“谣言”字样遮挡,并加盖了公章,以此证明该信息为虚假信息。

当晚,长城汽车在官方微博上发布声明称:“长期以来,长城汽车遭遇了持续、大量的恶意攻击和抹黑。吉利汽车虽然对此事进行了官方声明,但某品牌拥有海量‘水军’是不争的事实”。

10月22日,长城汽车媒体公关部负责人向媒体表示,为维护品牌商誉和企业的正常运营,长城汽车已经向警方报案并向属地网信管理部门实名举报,申请调查并处理“黑公关”行为。

10月29日,杭州市公安局滨江分局官方微博发布了一则警情通报,称滨江警方已经将嫌疑人宁某抓获,经初查,宁某于2017年11月起,多次通过网络平台发布“吉利请水军”等评论。

11月8日,北京海淀法院网发布消息称,吉利汽车以商业诋毁为由,将长城汽车诉至法院。

## HTC三季度亏损8426万美元

北京商报讯(记者 石飞月)11月15日,HTC最新发布的财报显示,HTC 2018年三季度营业收入为40.42亿新台币,净亏损26亿新台币(约8426万美元)。

和二季度亏损21亿新台币相比,HTC三季度亏损额扩大,和去年同期的31亿新台币相比,亏损则缩小。

不过,今年前三季度,HTC仍然实现了164亿新台币的净利润,主要原因是今年初,HTC公司将自家的手机代工业务以11亿美元的价格转让给了谷歌公司,谷歌获得了HTC近2000名经验丰富的工程师。

此外,三季度,HTC的毛利率连续第二个季度攀升。一季度,该公司毛利率为-3.1%,二季度增加到2.7%,三季度则为4.7%。HTC公司表示,毛利率率增长表明该季度的成本削减措施产生了效果。

对此,业内人士表示,虽然从数字上来说HTC三季度毛利率较前一季度增长,但从其他指标来看,整体依然呈现下滑态势。

今年9月,HTC的月收入达到了4064万美元,这个数字比前一个月下降了9.57%,当时HTC报告收入为4521万美元,而且同比下降了80.71%。在本季度的业绩报告中,HTC重点提及了公司推出的首款区块链手机EXODUS 1,并强调了公司在Vive设备上的良好表现。

作为曾经的智能手机元老企业,HTC推出过全球首款搭载安卓系统和Windows系统的智能手机,在美国乃至全球市场也曾占据过市场份额第一阵营。随着全球智能手机市场成长力趋缓、市场渐趋饱和,创新力不足的HTC面对来自苹果、三星以及中国手机品牌的竞争,市场份额不断下滑,从巅峰时期的15%以上已经滑落至“其他”类别。

## 定位尴尬 卡拉宝难逃业绩下滑

青岛海上马拉松赛后包内出现的过期卡拉宝饮料,让后者再次回归公众视野。和红牛一样,卡拉宝也来自泰国,虽然卡拉宝已经是泰国市场上第二大受欢迎的功能饮料品牌,但进入中国市场后的表现却一直不尽如人意。2017年,卡拉宝在中国成立公司,高调布局中国市场,频频赞助赛事,并完成了超过2亿元的不错成绩。但进入2018年后,卡拉宝营收出现下滑。在业内人士看来,定位尴尬,高管频繁变动以及中国功能饮料市场的激烈竞争,是卡拉宝业绩下滑的原因。

## 过期疑云

11月15日,就青岛海上马拉松赛后包出现过期卡拉宝饮料一事,卡拉宝品牌部相关负责人回复北京商报记者称,卡拉宝是通过媒体获悉此次事件的,卡拉宝并未与青岛海上马拉松组委会有过合作,也没有经销商赞助这项赛事,并不了解过期产品如何进入该赛事。

青岛海上马拉松的主办方青岛艾克斯体育文化有限公司相关负责人也对北京商报记者表示,该公司未与卡拉宝有过合作,但具体为何出现了过期卡拉宝产品也正在调查中。

过期卡拉宝一事源于11月11日举办的青岛海上马拉松赛。该赛事完成后,有网友称,该赛事完赛包里的卡拉宝饮料是过期的。此赛事相关负责人辛悦前在接受采访时也表示,经过调查发现,赛事的饮料供货商存在二次混装饮料的情况,饮料箱体上的日期和罐体上的日期不符,但此前赛事运营单位抽检时未发现此种情况。从网友发布的视频看,饮料的包装箱日期是2018年1月16日,但饮料真正的生产日期则是2017年4月或2017年6月,而卡拉宝的保质期期为18个月。

辛悦前还表示,比赛过程中所提供的饮料与此不是同一供应商,所以没有过期问题。



据报道,截至11月13日,已经有147位选手针对过期卡拉宝一事进行了反馈和投诉,饮用过期饮料后,11人出现后遗症,其中3人进行了输液治疗,并且都已恢复。对于后续工作,辛悦前表示,如果选手未饮用过期饮料,赛事运营单位将以涉事饮料5倍的价格赔付;如果饮用后造成不适,所产生的费用由赛事运营单位报销。

“从目前的情况看,卡拉宝也是受害者,我们对自己的产品很严格,不允许有过期的产品流向市场。”上述卡拉宝品牌相关负责人对北京商报记者表示。

## 高开低走

此次事件与卡拉宝进入中国之初的高调表现形成了鲜明反差。虽然此事卡拉宝称并不知情,但也把卡拉宝再次推到公众视野中。

2017年8月,卡拉宝在北京举办中国首场品牌发布会,高调宣告登陆中国市场,计划投资3亿美元打开市场。按此计划,2017年,卡拉宝频频赞助各种体育赛事,并在电视、电台等媒体上投放大量广告。2017年3月,卡拉宝接连赞助了包括天门山“移步登天”世界跑酷大赛、宜昌国际速降赛、花式足球

世界杯、环鄱阳湖国际自行车赛、2017海南高尔夫球公开赛,并且成为北京人和足球队球衣赞助商。

此番动作下,卡拉宝的业绩实现了“开门红”。据卡拉宝财报显示,2017年,卡拉宝中国销售额达到10.19亿泰铢,合2.14亿元人民币。2018年一季度,卡拉宝在中国销售收入为2.09亿泰铢,同比增长379%,仅次于柬埔寨,成为卡拉宝第二大海外市场。

但此后,卡拉宝在中国市场的收入开始下滑。数据显示,2018年二季度,卡拉宝在中国收入仅1.95亿泰铢,约合4000万元人民币,上半年合计收入仅8300万元人民币。刚刚公布的三季度报告显示,卡拉宝在中国的收入再次下滑,只有1.16亿泰铢,约合2400万元人民币。卡拉宝前三季度总计收入5.2亿泰铢,仅约合1亿元人民币。目前2018年业绩有较大的挑战。”一位不愿具名的业内分析人士如是说。

## 定位尴尬

“短短两年的时间,刚刚进入中国的卡拉宝已暴露出一些问题。”在营销行业专家路胜贞看来,究其原因,是卡拉宝未能准确定位自己的产品,未能

与主要竞争对手产生差异化竞争;定位有些尴尬”。

“卡拉宝定位为时尚的功能饮料,就要通过特定的媒介传达出特定的产品功能和适应人群,但卡拉宝上市后向消费者传导的概念却很模糊,只是简单地将功能饮料与时尚进行嫁接。”路胜贞坦言:“消费者并不是以浮浅的时尚或非时尚来划分,单纯的时尚化路线,会伤害到某些功能性饮料真正的消费者。”

卡拉宝对标的红牛定位则相对明晰。据悉,红牛定位为“提神醒脑,补充体力”的产品,目标受众群体为汽车司机、夜场娱乐人士、经常熬夜的工作人员、青少年运动爱好者等。

而在经销商看来,卡拉宝销售不振的原因是卡拉宝团队执行力不足。有经销商就曾表示:“卡拉宝市场团队的执行力欠缺,自合作后没有开拓出一家客户,只能自己去开拓和延伸”。

不仅如此,卡拉宝对经销商的支持力度也不足。“如果经销商有加油站渠道的话,卡拉宝会给予支持,在其他渠道上,卡拉宝不会给予资源配置。”一位东北地区的经销商向北京商报记者表示,卡拉宝的产品确实动销很难,去年底就剩了不少产品,但卡拉宝把过期产品全换了。

在著名战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊看来,除了企业自身存在问题外,行业竞争激烈也是卡拉宝业绩不振的主要原因之一。“在消费者心中,红牛是功能饮料的第一品牌,然后是乐虎、东鹏特饮、魔爪等,卡拉宝虽然在国际上有一定的知名度,但在国内市场却没有足够的消费者认知。”

对于未来,路胜贞则认为,如果卡拉宝坚持目前的时尚饮料定位和渠道模式,则需要向功能饮料和传统饮料的中间型靠拢,同时把价格降下来。

北京商报记者 李振兴

## Special focus

## 购置税不减半 汽车后市仍靠内功

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)11月15日,在国家发改委新闻发布会上,针对“发改委计划将车辆购置税减至5%”的传闻,国家发改委新闻发言人孟玮予以明确否认。孟玮称,目前发改委没有研究或提出过“将汽车购置税减至5%”的建议。

此前,有传闻称,为应对经济放缓,国家发改委计划将轻型汽车购置税减至5%。这项措施将适用于排量不超过1.6L的汽车。国家发改委已经提交了一项购置税减免计划,但尚未作出具体的决定。

相关传闻出现的背后,是我国车市持续“遇冷”的现状。2018年下半年以来,国内汽车产销连续4个月出现下滑,并且有逐步扩大的趋势。10月,汽车产销分别完成233.4万辆和238万辆,同比分别下降10.1%和11.7%,其中乘用车产销同比分别下降10%和13%。

事实上,作为我国税收体系中的一个重要税种,在提振车市消费方面,车辆购置税确实发挥出

显著的作用。此前,我国曾两度实施1.6L及以下排量乘用车购置税减半政策。2009年1月,我国首次推出1.6L及以下排量车型购置税减半政策,当年乘用车销量激增47%;2015年10月底,我国再次推出1.6L及以下排量乘用车购置税减半政策,次年乘用车销量增长17%。

不过,近两年来,购置税政策的效用不再那么明显。2017年,在购置税优惠征收的基础上,狭义乘用车市场也仅实现了2.7%的增长速度。

中国汽车工业协会秘书长助理许海东在接受媒体采访时表示:“中汽协不支持也不赞同出台这种短期政策来刺激车市的快速增长,因为这很容易造成车市的波动”。中国汽车流通协会秘书长肖政三也表示:“流通协会方面,我们所真正期盼的是,要依靠市场的内增动力来推动我国整体汽车产业及车市的可持续发展”。

一位不愿具名的车企负责人也对北京商报记者坦言:“鉴于产业大环境的影响,我们不能指望购置税救市,还是应该苦练内功”。

值得关注的是,比起短效的购置税政策,近期不少业内人士都认为应该激活存量来促进市场发展。中国汽车流通协会会长沈进军指出,车市症结在于流通环节,需要降低二手车交易成本,提高车辆置换率,活跃二手车交易,借助盘活存量拉动增量;提高汽车消费金融的渗透率,挖掘需求;面向农村市场,以商用车作为生产工具,帮助农民致富,进而拉动乘用车市场。

数据显示,在汽车产销持续下滑的状况下,国内二手车市场正渐趋活跃。今年9月,全国二手车市场交易量122.06万辆,环比上升2.77%;1-9月,全国二手车累积交易1014.72万辆,累计同比增长12.91%,累计交易金额6305.43亿元,同比增长4.4%。

此外,对于车市未来的发展,孟玮也强调,虽然当前汽车产业销量增速下滑短期内对企业生产经营带来一定压力,但客观上也有利于发挥市场机制作用,增强骨干企业竞争力,淘汰落后产能,推动产业转型升级和促进高质量发展。

## 受累电商 网易连续五季度净利润下滑

北京商报讯(记者 魏蔚)自2017年三季度开始,网易净利润同比一路下滑。11月15日,网易方面发布2018年三季度财报,数据显示,网易净收入168.55亿元,同比增长35.1%,净利润15.96亿元,同比下滑36.8%。这是网易连续第五个季度净利润同比减少。

根据网易财报,2018年三季度净收入为168.55亿元。其中在线游戏服务净收入为103.48亿元,同比增长27.6%;电商业务净收入为44.59亿元,同比增长67.2%;广告服务净收入为6.44亿元,同比增长2%;邮箱及其他业务净收入为14.04亿元,同比增长31.5%。

对比各业务板块,网易游戏表现良好。网易CEO兼董事丁磊表示:“得益于日益丰富的产品线的支撑,从

2018年二季度起,网易游戏收入已连续两个季度超百亿美元。2018年三季度网易的海外游戏收入贡献首次超过游戏净收入的10%”。

不过网易净利润增速已经连续5个季度下滑。从2017年第三季度的252.7亿元跌至2018年第三季度的159.6亿元。

一位不愿具名的业内人士表示,“网易净利润的连续下滑可能与发力电商业务有关”。北京商报记者发现,从2017年四季度起,网易开始披露电商业务营收,此后该板块一直是网易营收同比增长最快的独立业务,增幅分别为175.2%、101%、75.2%和167.2%,电商营收占比则在26%-32%之间。相比网易高毛利的在线游戏和广告业务,电商业务的毛利率偏低。

网易财报显示,2018年三季度在线游戏服务毛利率为65.1%,同比和环比分别提高2.6个和0.8个百分点。这主要是由于在线游戏业务净收入增长,而部分成本相对稳定所致。在线游戏服务毛利率的环比上升主要是由于毛利率高于手游的端游收入贡献增加。

2018年三季度网易电商业务的毛利率为10%,同比降低1.5个百分点,环比基本持平。网易方面称,电商业务毛利率的同比下降主要是由于2018年第三季度的促销力度相对较高,以支持电商业务的快速发展。

2018年三季度网易广告服务的毛利率为63.6%,同比和环比分别下降4.3个和3.3个百分点。这主要是由于人工成本上升和内容采购支出增加。邮箱

及其他业务在2018年第三季度的毛损率为3.3%,该数据在2018年二季度和2017年同期分别为7.3%和13.1%。邮箱及其他业务毛损率的同比增长主要是由于网易某些毛利率相对较高的平台业务收入下降,以及本季度确认的较高的音乐版权费用所致。邮箱及其他业务毛损率环比改善主要是由于网易云音乐以及某些平台业务的收入贡献增加。

在总结2018年三季度财报时,丁磊提及电商业务时表示:“本季度,我们的电商收入同比增长67.2%。在优化成本的同时,我们的收入增速领先于行业水平”。他同时提到:“网易云音乐完成了新一轮融资,网易还有多款正在孵化发展的业务。”