

财经辣评 羊城晚报财经评论员 戚耀琪

奶茶高价试水是冒险 裹挟新世代也是冒险

最近,深圳本地奶茶店野草山因卖1000元一杯的果汁引发网友热议。上次,大家因价格而惊叹的还是雪糕界的“钟薛高”。其实,三四十元一杯的喜茶、奈雪的到现在1000元一杯的野草山,茶饮新消费正在不断试探大众的接受度。相映成趣的是,如今的调味品市场,上百元的烧烤料、上千元的榨菜、上万元的醋……把调味品做成了珍藏品和礼品,天价调味品到处开花。

在被资本“裹挟”的内卷里,越来越多的消费品试图做成高价品牌,把其他的品牌打下去,而不管这个品类是不是支持高溢价或者高溢价,能否获得高毛利。

通常而言,一个产品的价格是由几方面构成和决定的,包括技术参数、效用体验、品牌价值等方面。越是技术参数和实际效用不透明、信息不对称,消费者完全靠个人感官来判断的日常产品,就越依赖品牌的知名度来确定购买与否。

在这种驱动力之下,奶茶和调味品就不再只是生活易耗品、必需品、普通零食的身份,而上升为阶层区别、审美划分的人性社交层面。所以,不管1000元的奶茶是不是有消费群体,有多大接受程度,甚至一个月也卖不到一杯,都不重要。关键是这种标杆的树立,本身就是在对自己的消费群体进行一种分化与筛选的过程。

所以,高价掀起的涟漪效应,不只是一时自我营销炒作行为,也是一种和前卫消费者冒险共谋,形成高价即高端的联想。如果未听闻这个品牌,不知道千元一瓶的价位,那么他就会悄然地接受自己的社交圈子“驱逐”,甚至掌握了消费数据的电商平台都可能降低对其消费力的判断。

奶茶今天走的路,就和当年白酒、保健品走过的路很接近。如果说白酒和保健品有着深厚的中年人的市场基础,是用那一代的稳定思维来为自己品牌背书,那么奶茶的高价,同样是离不开“故事”的支持,只是换作了对95后、00后的诉求,更加激进。新世代的人群,不讲究珍藏,关注美颜多过关注养生,更爱对二次元的想象。

在国内新国货、新国潮的涌动之下,加上资本的赌注,会让传统的快消企业包括国际巨头的模式难以理喻。我们看到的高价溢价不是以真实需求为基础,而是放在一些比较抽象的概念,通过制作“概念蓝海”来自我冠冕。但是要积累一个品牌的长期生命力,不只是给年轻消费者打鸡血,而是要给市场一种稳定的预期和判断。就此而言,国内很多新品类依然是处于急扩张、扩大粉丝群的滚雪球状态。一旦年轻人心智走向成熟,或者审美风向转变的时候,也可能随时下车,导致网红企业也会失速和失去方向。

中欧固收团队打造首只非FOF产品

公募基金再迎创新品种。市场首只可投基金的非FOF普通基金——中欧招益稳健一年持有混合型证券投资基金即将发行。该产品首次开创性地将公募基金纳入了投资范围,投资基金的比例拟不超过10%,并将实施T+0估值。同时,中欧招益也是一只“固收+”产品,通过合理的大类资产配置,在争取绝对收益的基础上获取更高的投资回报。

工银中证500指数增强正在发售

今年以来,伴随着A股市场风格分化演绎与持续调整,中证500指数估值在主流股指中相对较低,历史分位水平获得了市场关注。值得注意的是,中证500在近年指数不断创新高的同时,估值则不断下行,在两者背离中投资吸引力逐步显现。

建信中关村产业园REIT即将起航

所谓REITs,即不动产投资信托基金,是指在证券交易所公开交易,通过证券化的方式将具有持续性、稳定性收益的不动产资产或权益转化为流动性较强的上市证券的标准化金融产品。近期,第二批公募REITs陆续揭开神秘“面纱”,建信中关村产业园REIT便是其中之一。

美的集团全面收购机器人巨头

拟通过全资子公司吞并德国上市公司库卡并私有化

羊城晚报记者 王丹阳

继11月22日美的创始人何享健如期履约累计增持美的股票金额达10.5亿元后,家电巨头美的集团又抛出了大动作——拟全面收购机器人行业龙头企业库卡股权并私有化。

全面收购历时五年多

11月23日晚,美的集团发布公告透露,拟通过全资子公司全面收购公司控股的德国法兰克福交易所上市公司KUKA Aktiengesellschaft(简称“库卡”)的股权。

收购完成后,库卡将成为美的集团全资控制的境外子公司,并从法兰克福交易所退市。根据美的集团在半年报中披露的数据,美的集团间接持有其95%的股份。以此计算,此次只需收购剩余的5%股份。美的的从入股到最终全面收购库卡,共耗时五年多。

作为美的旗下机器人及自动化业务的重要载体,美的集团表示,库卡本次被全资收购,将有利于专注业务经营,同时提升美的集团在相关业务领域的内部资源协同和共享,将推进库卡在中国的本土化运营,加大对产品开发应用的投入。

在全面收购并私有化库卡消息抛出后,截至11月24日,美的收报70.15元,涨0.98%,总市值为4897.39亿元。

值得关注的是,在此前半年,美的集团跌幅达13%。今年5月,美的集团创始人何享健发布增持计划,拟在6个月内增持不低于8亿元。11月22日,何享健如期履约,累计增持1431.3万股,占总股本的0.21%,增持金额达10.5亿元,均价约为73.40元/股。

着力打造利润增长点

为何在何享健刚完成增持计划,美的集团又再加码机器人及自动化业务?

实际上,机器人及自动化业务作为美的集团业务五大板块之一,虽然整体营收不如仍占大头的空调及消费电器,却是家电巨头美的着力打造的利润增长点。

美的集团半年报显示,今年上半年占总营收的7.30%的机器人及自动化板块实现营收127亿元,其中毛利率为33.28%,高出公司整体毛利率11.57个百分点。

作为与瑞士的ABB、日本的FANUC(发那科)、日本的YASKAWA(安川电机)一起被称为“机器人四大家族”的库卡,官网显示,公司总部位于德

国奥格斯堡,拥有约14000名员工。作为全球领先的智能自动化解决方案供应商之一,库卡市场领域遍及医疗与零售保健、汽车、电子产品、食品、消费品、航空、太阳能等细分行业。

2016年,美的集团发起三项跨国业务战略合作。2017年,库卡正式进入美的集团。美的集团持有库卡94.55%的股份。同年,美的还完成以色列高创公司的收购。至此,美的构建起主要由库卡和高创两家公司构成的机器人及自动化系统板块。

但收购库卡后,美的机器人及自动化系统板块之路,走得并非一帆风顺。由于库卡主要收入来自欧美地区,也是受疫情影响较大的地区。

美的集团年报显示,在收购库卡后一年,2018年,机器人及自动化系统板块实现营收256.78亿元,同比下降5.03%;2019年实现营收251.92亿元,同比下降1.89%;2020年实现营收215.89亿元,同比下降14.30%。

具体到库卡,在2017年创下6.9亿元的利润新高后,其2018年-2020年净利润分别为1亿元、0.76亿元、-8.27亿元。



美的集团多项业务稳步发展 视觉中国供图

相关链接 库卡今年已扭亏为盈

进入今年,得益于全球经济复苏,库卡业务规模有所增长。据库卡公司最新财报显示,今年1-9月,库卡实现销售收入23.60亿欧元,同比增长26.8%;实现税前利润4550万欧元,而2020年同期亏损7050万欧元,顺利扭亏为盈。

美的集团董事长兼总裁方洪波在今年5月股东大会上曾表示,去年库卡亏损是由于疫情因素,今年一季度库卡业绩向好。希望未来三五年,尤其抓住中国机器人市场的机会,不断改善库卡的经营情况。

根据美的半年报介绍,今年上半年,库卡中国新获商机数量同比提升近50%,新客户订单占比提升至15%。保持在汽车领域

领先地位的同时,大幅度提升电子、机械、焊焊及激光等行业的订单与出货占比,上半年出货同比增长超过80%。今年上半年,库卡已在国内物流、医疗领域汽车领域获得新订单。而借助美的,库卡有望在国内本土化运营上迈出重要一步。公开资料显示,今年以来库卡中国研发团队初步成型,已发布六款新产品,在上半年整体订单中占比达到近10%;广东顺德园区的研发测试实验室正式投入使用,库卡中国顺德工厂启动二期工程建设。与此同时,库卡积极协助美的集团提升智能制造水平,截至今年7月,美的机器人使用密度已超过320台/万人,并计划在2023年实现530台/万人的目标。(王丹阳)

文峰股份终止收购背后有故事

徐翔缘何重回大众视野? 或因关乎其家族切身利益

羊城晚报记者 丁玲

近日,文峰股份(601010)发布的一则收购公告引发了市场广泛关注。公告称,拟通过全资子公司耗资5.38亿元购买文峰集团旗下4家公司100%的股权。方案出炉后,在上交所火速发问问询函的同时,出狱后未曾公开露面或对外发声的徐翔也表示坚决反对。在一番发酵之后,如今这事儿有了新进展,文峰股份于11月22日晚宣布终止收购事项。

关乎徐翔家族切身利益

作为昔日的“私募一哥”,徐翔曾在资本市场上叱咤风云。1976年出生的徐翔,15岁时带着3万元进入股市,领衔“涨停板敢死队”一举成名,后成立泽熙投资。2017年,徐翔因操纵证券市场罪,被青岛市中院判处有期徒刑5年6个月,罚金110亿元。

在今年7月出狱后,徐翔鲜少在公开场合露面或发声,为何徐翔会为此文峰股份收购事宜重回大众视野?

徐翔认为标的资产估值过

高,质量平平,文峰股份大股东涉嫌掏空上市公司利益。在青岛中院尚未甄别清楚冻结的资产前,不希望文峰股份通过这种不合理的收购方案,损害上市公司利益,损害股东权益。所以,“明确、坚决反对此次收购方案”。

公开资料显示,徐翔之母郑素贞为文峰股份第二大股东,共持有2.75亿股股份,持股比例约为14.88%,以11月24日收盘价3.35元计算,这些股份价值达9.21亿元,较2014年12月的8.6亿元成本价浮盈6000万元。文峰股份三季报显示,这些股份目前都处于冻结状态。

根据徐翔前妻应莹的描述,徐翔案发后,其家庭名下大概接近210亿元的资产都受到查封。据此前媒体报道,在法院冻结违法所得后,徐翔家庭剩余约120亿元财产待处理,而徐翔本人尚有110亿元罚金待缴纳。

不过,徐翔的父母(徐柏良和郑素贞)、应莹在接受媒体采访时都曾表示,在徐翔家庭名下的财产中,他们理应享有合法资产的所有权,并要求相关法院对

家庭财产进行甄别。

徐翔父母此前在接受中国经营报采访时表示,徐翔的本金是由他们出的,并用这笔钱赚了后来的钱,相关资产登记在两人名下是理所当然的事。

而徐翔的发声中也提到“甄别冻结资产”,这或意味着徐翔家族仍有可能拿回文峰股份的股份,此次收购事宜自然也就与其家族利益密切相关。

双徐曾经联手操纵股价

另外值得一提的是,文峰股份也是涉及当年徐翔案的企业之一。

2015年徐翔被抓,两年后的2017年,文峰股份原董事长徐长江和徐翔“双徐”联手操纵股价,一审判决处两年六个月,缓刑三年,并处罚金共计46亿元,其中个人罚金12亿元。

2014年12月,徐翔之母郑素贞入股文峰股份,2015年2月28日,文峰股份抛出“10转15派3.6元”的高送转预案。徐翔概念+高送转,加上2015年的“疯



文峰股份日K线图

牛”行情,让业绩平平无奇的文峰股份半年暴涨6倍多。

2015年4月7日至5月4日期间,公司控股股东文峰集团大举减持股票,持股比例从35.51%下降至20.72%,而文峰集团实际控制人徐长江控制的南通新有斐大酒店,则完全出清了其持有的10.21%股权。到最终“出逃”结束后,徐长江总共套现67亿余元,这也是徐翔案相关的13宗分案中,套现额度最高的案件。

而自上市以来,文峰股份的经营业绩都非常一般。2011年

上市当年,公司营业收入为64.42亿元,净利润为4.34亿元;2018年,公司营收下降至63.73亿元,净利下降至2.42亿元;2020年,公司营收降至23.49亿元,同比下降60.8%,净利润为2.68亿元,同比下降19.76%。2021年第三季度,公司净利亏损3473万元,同比、环比均为盈转亏,主要是公允价值变动同比减少6172万元。

2020年2月,由于控股股东的股权结构发生变更,徐长江不再是文峰股份实控人,公司也进入“无主”状态,至今仍无实控人。

互联网环境下商标如何保护? 专家大咖齐聚 共议维权难点

文/沈钊 图/受访者提供

商标侵权多样化 专家:应正确认识“商标混淆”

今年9月,中共中央、国务院印发了《知识产权强国建设纲要(2021-2035年)》,明确提出“全面提升知识产权创造、运用、保护、管理和服务水平”。而商标作为知识产权的一部分,在一定程度上代表了一个企业、一个地区乃至一个国家的经济实力、发展水平和整体形象。特别是知名商标,既是企业的无形资产,也是社会的资源和财富。

在11月23日举办的沙龙上,来自广东省内高校、科研院所、知名互联网企业法务以及知识产权行业商标维权保护培训新思路。广东商标协会副会长兼秘书长单立凡表示,举行商标品牌沙龙活动,是创新商标品牌培训形式,高度聚焦商标品牌维权热点难点问题,进行富有成效的研讨交流。随着互联网经济的快速发展,商

标品牌侵权形式越来越多样化,维权任务任重道远,协会要聚集社会各种资源,积极提高专业服务效能。

华南理工大学法学院(知识产权学院)教授、博士生导师关永红表示,面对商标侵权这种多样化的形式,首先要正确认识商标正向混淆以及反向混淆的情形。关永红以香奈儿与华为商标纠纷、“AUPU”案等为例,梳理归纳了司法实践在商标侵权判定中的考量因素,他指出,商标标识本身的近似不是认定侵权行为是否成立的决定性因素,若使用行为没有损害涉案商标的识别和区分功能,亦没有产生市场混淆的后果,则不构成商标侵权。“2013年《商标法》修订时将‘混淆可能性’作为商标侵权认定标准。”关永红表示,在隔离状态下对商标整体及主要部分进行对比,并且应当考虑请求注册商标的显著性与知名度。根据知识产权保护的比例原则,如题,进行富有成效的研讨交流。随着互联网经济的快速发展,商

适应,故对于未经实际使用的注册商标应当采取弱保护模式。

侵权判断更复杂 专家:应注重实际情况

“互联网环境下产生了许多新型商品或服务,导致类似商品或服务的区分边界模糊。”广东省法学会知识产权研究会副会长、中国互联网协会知识产权委员会专家顾问邱永清表示,网络环境下的混淆使用情形愈来愈多,同时商标借助网络表现出的使用形式多样化,让商标侵权判断更加复杂。

数据也显示,商标权属纠纷案件在近几年更加频发。北京市京师(珠海)律师事务所梳理数据显示,中国商标权属纠纷案件数量自2016年起增长速率大提高,从2016年328件增长至2020年1340件。这意味着对商标权属的保护正成为企业亟待解决的问题。对此,邱永清表示,网络经营

行为可能同时符合《类似商品和服务区分表》中多个群组特性,故在判断被诉侵权标识对应的商品或服务类别时,应当重点考察该主体所提供的具体经营业务的法律性质。若被诉侵权行为无法起到识别商标或服务来源的功能,不会造成相关消费者混淆的,则不构成商标侵权行为。知识产权的保护范围和强度要与特定知识产权的创新和贡献程度相适应。只有使保护范围、强度与创新贡献相适应、相匹配,才能真正激励创新、鼓励创造,才符合比例原则的要求。对于商标权的保护强度,应当与其应有的显著性和知名度相适应。

互联网直播 为商标保护带来新考验

值得一提的是,虎牙直播、广州恒成智道信息科技有限公司为当天举办的沙龙提供了直播支持。而互联网直播也恰巧是商标保护在新时期下的部分企业面临



众多专家、法务和律师在现场

的重点难点。

对此,广州探途网络科技有限公司法务及政府事务总监叶意就网络直播的跨类保护与侵权认定进行了分享。叶意表示,与传统销售及营销行为不同,网络直播业务包括直播销售业务、直播推销业务、直播技术服务等多种业务。同一直播活动中可能涉及一个或多个业务,其行内容也直接影响相关业务的商标类目标选择。网络使用者应当限于业务活动的实际使用范围,在品牌保护规划时考虑跨类保护。叶意以全球骑师卡士诉花卷

云不正当竞争以及虎牙直播商标案为例阐明了其观点。叶意表示,随着信息技术的快速发展,网络直播业务正在逐步摆脱传统业务的开展基础,成为一种新兴、独立的业务形式,与传统服务存在较大差异,进而稀释了相关公众的混淆可能性。因此,在判断网络服务与线下传统服务是否构成近似时,应当更为谨慎。本次活动对于探索企业如何树立品牌意识,利用商标在互联网领域开拓市场、参与竞争、发展生产提高品牌效益具有积极意义。