

贾跃亭妻子甘薇也成
失信被执行人

本报讯(记者 张钦)继贾跃亭之后,贾跃亭的妻子甘薇近日也首次因经济纠纷进入失信名单。北京青年报记者昨天了解到,甘薇因未履行一桩涉及14亿元经济案件的判决,已于上个月被北京市第三中级人民法院列为失信被执行人。在这一案件中,贾跃亭也再次被列为失信被执行人。由于我国对于失信者的限制条款,未来一段时间甘薇恐怕难以像去年末那样飞赴美国与贾跃亭团聚。而据北青报记者统计,从去年末至今,贾跃亭这已经是第七次被列入失信被执行人名单。

北青报记者昨天在最高法“中国执行信息公开网”查询到,贾跃亭和甘薇涉及的案件于去年8月8日立案。根据生效的法律文书显示,甘薇须向浙江中泰创展企业管理有限公司支付人民币14.03亿美元;另外还应按照年利率24%支付从2017年7月11日至实际清偿日止的违约金以及迟延履行期间的债务利息。目前显示甘薇对上述法定义务“全部未履行”。值得注意的是,该信息显示贾跃亭和甘薇失信行为具体情形为“违反财产报告制度”,而之前贾跃亭的几次失信行为具体情形则为“被执行人无正当理由拒不履行执行和解协议”。对此有法律界人士表示,“经济案件进入执行阶段以后,被执行人要主动向法院申报自己的财产,而所谓的“违反财产报告制度”很有可能是没有申报或者不实申报”。

贾跃亭、甘薇究竟与浙江中泰创展之间有何业务关联,目前外界还无法查到公开信息。北青报记者查询发现,浙江中泰创展企业管理有限公司成立于2015年4月,公司设立在浙江省湖州市,经营范围包括企业管理、股权投资、资产管理等。浙江中泰创展企业管理有限公司的股东为北京中泰创展企业管理有限公司,这家成立于2014年的企业经营范围包括投资咨询、经济贸易咨询等。

八戒知识产权平台推出
知识产权日特别活动

本报讯(记者 温婧)在4月26日世界知识产权日即将到来之际,八戒知识产权平台作为专业的知识产权综合服务平台,将连续推出多项服务活动,尤其是针对女性用户,最高可享4.26折优惠。

今年“4·26”是第18个世界知识产权日,主题是“变革的动力:女性参与与创新创造”。这是世界知识产权组织第一次将女性的创新创造能力单独提取出来,作为全球变革的动力加以鼓励和助推。为此,八戒知识产权推出了“解锁超燃折扣,为她打call!”为主题的一系列针对女性用户的活动。从今天开始,女性法人用户,或者注册与女性相关的商标类别(包括第3/5/16/18/20/21/25/28等类别)的用户,每天分享视频打卡,即可享受简单的梯度折扣,商标、专利、版权等知识产权服务产品最高享受4.26折优惠。此外,会场还设置了特价专区、直降专区、优惠券、转盘抽奖等多种形式的互动,是无性别限制的。

据介绍,目前八戒知识产权所属的猪八戒网已经在全国44座城市建立了线下园区及分公司,此次活动八戒知识产权也会把服务从线上带到线下,结合线下的“春雷行动”,为用户提供更加精准和个性化的服务。据八戒知识产权活动负责人透露,如今走上核心岗位的女性比比以任何时候都多,她们在各个领域发出自己的声音,也创造出更多的知识产权成果。八戒知识产权希望通过一系列活动,为广大女性创造者,尤其是奋斗在第一线的女性创业者提供更加专业、全面的知识产权保护。

洗碗机销售市场
苏宁占比达25%

本报讯(记者 张钦)苏宁易购近日宣布将通过自身的渠道优势联手国内外制造商共同深挖中国的洗碗机市场。

苏宁易购总裁侯恩龙表示,目前中国洗碗机的普及率尚不足3%,远低于欧美市场70%的高普及率,这一方面显示洗碗机厂商应该更多地开发适合中国饮食习惯的产品,另一方面也需要渠道的推动。截至去年底,苏宁渠道已累计销售洗碗机50万台,行业占比达到25%。而今年苏宁不仅将继续巩固国内最大洗碗机销售渠道的地位,而且还要进一步将市场份额提升至30%。侯恩龙表示,要实现这一目标,今年苏宁要销售出50万台洗碗机,销售额将达25亿元。

潘家园举办
全国连环画拍卖会

本报讯(记者 刘慎良)近日,在潘家园第24届全国连环画拍卖会上,一套上世纪60年代的连环画《三国演义》,创下12.5万元的连环画拍卖价格新高。在潘家园市场联手北京荣享拍卖公司举办的连环画精品拍卖活动上,这套60本的《三国演义》连环画被一名没有透露身份的个人拍走。

从当天的拍卖情况看,大多数拍品的价格在100元到500元不等。拍卖第一天的成交额超过30万元。从现场气氛看,与往年比,参与人数明显增多,成交额也比往年有所增加。摄影/本报记者 汪震龙

共享单车巨头摩拜近日被美团收购成为市场关注的焦点。实际上,自从错过了去年的最佳合并时机后,摩拜和ofo两大共享单车巨头的日子愈发艰难,“背靠大树好乘凉”也就成为必然的选择。从更大的视角来看,此次摩拜选择被腾讯系的美团收购,某种意义上是与已经站到阿里系的ofo、哈罗单车的一次抗衡。

摩拜被美团“低价”收购 ofo将车辆抵押给阿里每辆作价仅112元

共享单车并购背后有何玄机



在4月13日举办的“零界·2018年CEO峰会”上,金沙江创投董事总经理、ofo早期投资人朱啸虎评论美团并购摩拜一事时称,去年年底是共享单车合并的唯一机会,摩拜和ofo合并后估值还有两三倍的空间,不过两家没有选择合并;共享单车在头部城市的投放其实已经饱和了,摩拜和ofo这两家公司都已经看到天花板了。他说后来自己把股份卖给了战略投资人,“财务投资人主要的目的是为了赚点钱,但战略投资人更是为了看数据”。他的一番话不仅道出了共享单车两大巨头的发展现状,更透露了美团等接盘者的目的。在朱啸虎退出后,ofo和摩拜各自艰难发展,融资也从一个月两次降到了8个月一次。如今,摩拜被美团收购,ofo将车辆抵押给阿里借款17亿元,共享单车企业的日子似乎不再好过。

关注

摩拜卖身因为每个月要亏掉上亿元?

4月4日,美团和摩拜双方确认已经签署收购协议,上线仅2年的摩拜卖身美团。虽然双方并未公布具体的收购金额,不过据多个信源的数据,摩拜的身价并不高。据悉,美团此次以27亿美元的作价收购摩拜,包括65%的现金和35%的美团股票,其中3.2亿元作为未来流动性补充,同时承担摩拜约10亿美元的债务。实际上,在摩拜上一轮融资前,其估值为26亿美元;在融资1亿美元后,其估值已经到了36.7亿美元。

在此次交易后,有人认为摩拜是被“贱卖”了。对此,美团CEO王兴在接受媒体采访时表示,说摩拜贱卖是很不负责任的说法:“接摩拜是要很大决心的,单车是比外卖、网约车更累更重的业务,而且看不到清晰的盈利模式。”

王兴清楚,与网约车不同,目前共享单车尚无明确的盈利模式。摩拜CEO王晓峰曾表示,“为什么要别人投资,原因肯定是我们暂时还没有找到好的盈利模式,或者暂时没赚钱。我们需要风投让我们来赢得时间,用这个时间窗口来探索我们的盈利模式”。去年冬天摩拜的一份财务报表显示,共享单车在一个月经营成本近3亿元,折旧费用约3亿元,而包括用户付费等收入总额只有1亿多。也就是说,共享单车在淡季,每个月就亏损数亿元。

为此,共享单车企业也曾想象过各种盈利方式。此前,小蓝单车设想在车身上设置显示屏,与定位系统相结合,做精准的线下广告展示和分发。为此,小蓝还开发了一款带中控屏的新款车型。不过,2017年9月出台的《北京市鼓励规范发展共享单车的指导意见》规定,共享单车车辆不允许设置广告。小蓝的新车还未推出就已夭折,其他共享单车企业也在继续寻找新的盈利方式。

由于共享单车的持续烧钱,不少财务投资人选择退出。今年1月,有报道称朱啸虎以30亿美金估值将ofo的股份出售给阿里巴巴和滴滴。

追访

美团为什么要从滴滴手中抢走摩拜

摩拜创始人胡玮炜说:“没有一家真正成功的企业最后成功的原因,完完全全只是因为资本。所以,资本是助推你的,但是最后,其实你都还得回去。”

那为何美团愿意接手这样一个“烫手的山芋”呢?对于美团来说,最后一公里的出行是美团场景的补充,且可以带来大量数据。互联网观察家葛甲认为,“美团是按场景布局的,美团认为城市中的所

有生活场景都将涉及出行需求,有中途的、短途的、还有超短途的,摩拜所掌握的市场就是3公里以内的超短途出行,而这一市场与美团的生活场景结合起来,将发挥出一定的业务协同效应”。夸客传媒创始人王如晨认为,摩拜有很多短途出行的数据,这些数据画像与新零售的场景可以进行天然融合,帮助美团“决战三公里”。

放大视角来看,美团是在与滴滴的竞争下夺得摩拜的。滴滴曾给出摩拜另一份融资方案:滴滴对摩拜以36.7亿美元的估值投资6亿美元,再联合软银投资4亿美元,但并不收购,对摩拜投后估值45亿美元。不过最终,该方案被摩拜方面拒绝。分析人士认为,摩拜方面认为,融资无论如何是权宜之计,这笔钱即使给了摩拜,也不会让没有清晰盈利模式的摩拜“烧”太久。

另外,滴滴和美团的关系目前非常微妙,从体量上来看,二者都是估值数百亿美元的小巨头,同时二者在多个领域都成为竞争对手。从共享单车业务来看,滴滴刚与ofo“闹掰”,又帮助小蓝单车起死回生,同时还推出自己的品牌“青桔单车”。从网约车业务来看,美团去年在南京试水网约车业务,今年将战场扩大到上海,在上海与滴滴掀起网约车补贴大战。从外卖业务来看,滴滴4月在无锡上线外卖业务,无锡外卖市场美团、饿了么、滴滴三方混战,滴滴随后宣布外卖业务将再下九城。

有分析人士认为,如果摩拜进入滴滴系,只是滴滴出行业务的一个分支,不论是业务还是资源都不会有太多扩展;但如果选择美团,就从出行方式变为生活方式,与美团的现有业务相结合,会带来更大的业务融合想象空间。“共享单车经过前期大战失血过多,面临着需求单一无法协同突破、成本支出过大、车辆损耗过多、收益增长不顺等诸多问题,由美团这样一个有丰富业务场景的公司将摩拜接过去相当合适。之前摩拜和ofo苦战很久想做但还是做不到的事情,如创新业务模式等,在美团这里其实很容易可以做到,因为美团有相当不错的业务条件。”葛甲说。

而从更大的视角来看,此次摩拜选择被腾讯系的美团收购,某种意义上是与已经站到阿里系的ofo、哈罗单车的一次抗衡。腾讯是摩拜此前的最大机构股东,据知情人士透露,美团和摩拜的结合,是腾讯牵线的结果;而摩拜最终能够被美团收购,也要归功于腾讯20%的投票权。

分析人士认为,虽然共享单车并不赚钱,但它可以带来高频的人口和巨大的数据,而这正是巨头所看重的。据摩拜和ofo透露,目前一家共享单车企业每天的数据量就超过40TB(太字节),这些数据对于共享单车企业来说,可能价值不大;但放到巨头的整个生态体系中,却是重要的决策依据。

聚焦

ofo去年为何没能与摩拜合并

在摩拜被美团并购后,其最大竞争对手ofo将何去何从,备受关注。实际上,摩拜和ofo合并一致被业内认为是理所应当的发展路径,也是众位投资人一致推进的。ofo投资人王刚、朱啸虎都曾明确表示,希望两大共享单车巨头能够停止烧钱,“战局已经比较明朗化,再打消耗战已经没有意义了,对双方损耗都很大”。

2017年年底,被看做是合并的最佳时机。红杉资本中国基金合伙人周速表示:“大家份额都不

太增长的时候是合并时机。”朱啸虎也表示,去年年底是共享单车唯一的合并机会,“如果(摩拜和ofo)在去年底合并,估值还有两三倍的增长空间”。

不过,合并最大的阻力来自ofo方面,其创始人戴威多次明确表示拒绝合并。去年年底,他恳请“资本理解创业者的理想和决心”,在对资本表示感谢的同时,表明了依旧不考虑合并的想法。

戴威的理想是什么?他在去年7月接受采访时曾以阿里和京东的关系来比喻ofo和摩拜的关系,表示二者定位不同,但都有生存空间。同时他认为,合并并不会带来收益的增加:“举个例子,车在大街上,我有十辆车,你有十辆车,咱俩各自赚十辆车的钱,其实自己的经济模型都是成立的,都能赚钱。合并了之后,公司获得的单用户平均收入很难提升。”而他的目标也非常宏大:“前五年我们就是复制、推广,我们希望五年后有20亿用户,我觉得是完全可能的。”20亿用户怎么来?戴威说:“会骑自行车的人大概有50亿,使用互联网的人有30多亿,我觉得光中国市场就能拿到6亿到7亿用户,在中国以外我们还能拿到十几个亿的用户,这是五年内要做的。”也就是说,戴威的20亿用户主要寄希望于海外。

ofo给北京青年报记者提供的数据显示,目前ofo的用户数约2亿,在全球连接了超过1000万辆共享单车,日订单超3200万;在国内180余座城市运营,同时进入了海外70余座城市,投放超过12万辆共享单车。照此数据计算,ofo在海外的发展之路还很漫长。

展望

ofo与阿里已越走越近

在采访中,几位分析师都提到,在摩拜被美团并购后,ofo的路会更加难走。目前,ofo已经接受了来自阿里的投资,根据阿里一向全盘买下的“投资风格”,ofo很难不被阿里全资收购。

今年3月5日,ofo将旗下共享单车抵押给阿里系企业用于担保融资,融资规模达17.66亿元。根据国家企业信用信息公示系统显示,ofo先是将位于北京、上海、广州、深圳四个城市共计约444.76万辆共享自行车抵押给蚂蚁金服旗下上海云鑫创业投资有限公司,债权数额为5亿元;随后又将浮动数量的共享自行车抵押给浙江天猫技术有限公司。两次动产抵押登记被担保债权数额合计17.66亿元。

这次融资的方式颇为特别,以单车作为抵押物换取融资在行业内还是首次。按照抵押444.76万辆车获取5亿元债券来看,每辆ofo小黄车值112.4元;按照这一单价来计算,1570万辆车才可抵押到17.66亿元的债券总额,这一数字或许为ofo目前全部的单车数量。

有人质疑称,将单车抵押给其他公司不如将其抵押给银行,这样就不用考虑卖身和站队的问题了。那么,共享单车可以作为抵押物给银行来进行贷款吗?中国人民大学重阳金融研究院客座研究员董希淼告诉北青报记者,共享单车作为抵押物给银行的想法,“理论上可以,但实际上不行”。他说,即使这些车辆的权属清晰,但车辆折旧快,价值较低;而且难以转让,银行一般不会接受。

随后,ofo又宣布接受了来自阿里巴巴领投的8.66亿美元融资,这笔时隔8个月的融资创下共享单车行业单笔最高融资纪录。ofo与阿里巴巴越走越近了。

供图/视觉中国

新闻内存

融资速度放缓 去年摩拜和ofo就看到“天花板”了

虽然ofo宣称已经在部分城市达到“盈亏平衡”,但它仍然成为融资最多的共享单车企业:目前融资已超过6轮,融资总额超20亿美元,投资方数十家。

2016年9月,ofo陆续获得了唯猎资本、东方弘道、金沙江创投、真格基金、天使投资人王刚、经纬中国的投资。2016年10月10日,ofo宣布完成1.3亿美元C轮融资,包括滴滴出行数千万美元的C1轮融资战略投资,以及Coatue、小米、顺为、中信产业基金领投,元璟资本、Yuri Milner以及滴滴出行、经纬中国、金沙江创投等早期投资方跟投的C2轮融资。2017年3月1日,ofo宣布获得4.5亿美元D轮融资,DST领投,滴滴、中信产业基金、经纬中国、Coatue、Atomico、新华联集团等多家国内外机构跟投。2017年4月22日,ofo获得蚂蚁金服战略投资。2017年7月6日,ofo宣布完成超过7亿美元新一轮融资,由阿里巴巴、弘毅投资和中信产业基金联合领投,滴滴出行和DST持续跟投。2018年3月13日,ofo完成E2-1轮融资8.66亿美元。本轮融资由阿里巴巴领投,顺峰集团、天合资本、蚂蚁金服与君理资本共同跟投。

与此同时,摩拜也前后融资十余次,投资方30多家,总额超十亿美元。2015年10月,完成A轮融资,金额数百万美元,投资方为愉悦资本。2016年8月,完成两轮金额分别为数千万美元的融资,熊猫资本、祥峰投资领投,愉悦资本和创新工场跟投。2016年9月30日完成C轮融资,金额超过1亿美元,投资方包括高瓴资本、红杉资本中国。2016年10月宣布C+轮融资完成,金额为5500万美元,投资方包括高瓴资本、华平投资、腾讯、红杉资本中国、启明创投和贝塔斯曼亚洲投资基金。2017年1月4日完成D轮融资,金额达到2亿美元,投资方包括腾讯、华平投资、携程、华住酒店集团、德太资本、红杉资本中国、启明创投、愉悦资本、贝塔斯曼亚洲投资基金、熊猫资本、祥峰投资、创新工场、鸿海集团、永柏资本。2017年1月23日获得富士康战略投资。2017年2月20日完成E轮上亿美元融资,投资方为淡马锡和高瓴资本。2017年6月16日完成新一轮融资,金额超过6亿美元,由腾讯领投,新引入的战略和财务投资者包括工银国际、交银国际、Farallon Capital等重磅投资人。同时,TPG、红杉中国、高瓴

资本等多家现有股东继续增持跟投。

可以看出,两家企业在早期融资进度很快,有时在一个月就有两轮融资;有时刚融完一轮,就有新的投资方追加。不过,自2017年下半年起,双方都放慢了脚步,摩拜再无新的融资消息,ofo也在时隔8个月后才从阿里处再融到钱。

从2017年下半年开始,共享单车投放过量的问题就开始出现,包括北京、上海、深圳等多个城市出现大量共享单车堆积而产生的社会与交通问题。特别是在一些地铁和公交车站、重要交通枢纽、大型商圈等区域,出现共享单车过度投放、堆积占道。与此同时,杭州、郑州、南京、上海、深圳、珠海等地纷纷叫停共享单车投放。2017年9月,北京市交通委宣布暂停在北京新增投放共享单车;彼时,北京市共有共享单车235万辆。

去年摩拜和ofo就看到了“天花板”,那也是两家企业选择合并的最佳时机,但当时他们没有选择合并。选择各自发展的他们,如今又不得不分别依靠身后的巨头,这一戏剧化的结局是许多人所没有料到的。

文/本报记者 温婧