

监管存空白,易拍被指暗箱操作骗取差价

二手车线上拍卖曝阴阳价格

本报记者 郭奎涛

“说的是公开、透明,实际上却是两个系统,后台买家拍出的价格是一个数,前台显示给卖家的价格却是另外的数。”北京奇美拉教育咨询有限公司 CEO 谢威在接受《中国企业报》记者采访时说。

日前,谢威将自家的飞度汽车通过线上二手车拍卖平台车易拍出售,发现车易拍存在暗箱操作和价格欺诈。

近年来,随着一线二手车交易核心城市限购,二、三线城市“限迁”,凭借在地域限制上的突破和公开、透明、真实的优势,二手车线上拍卖模式正在逐渐被行业接受。然而,车易拍上述问题表明,行业的自律和政府的监管正在成为亟待解决的问题。

曝光 欺上瞒下

11月8日,在北京大望路的勤和别克店里,谢威在店员的说服下尝试了一种新颖的二手车交易方式,通过与该店合作的车易拍卖掉了自家的飞度。

“现场的人说半个小时就能拍完,而且各种公正、透明的话说了一大堆。向我保证会按最高价成交,只收200元检测车的费用。”谢威回忆说,店里大厅的电脑屏幕上显示,网友拍出的最高价是40800元。

扣除检测费还有40600元,这让谢威比较满意。

然而,谢威在几天之后办理过户手续的时候,遇见了旧车的那位买主,聊天的过程中发现,对方拍卖时的实际出价是43700元。谢威据此怀疑,在拍卖过程中,有2900元被车易拍或者4S店暗自截留了。

在谢威提供的两张截图中,记者看到,谢威与4S店和车易拍签约的合同价是40800元,另一张车易拍提供的收据却显示买主在拍出的实际价格是43700元。

“他卖的那辆车买方对车价的报价最高为40800元,车易拍对买方收



取的43700元是买方购买合手价。合手价包含有车价、平台服务费、渠道服务费,不存在任何暗吃差价的问题。”车易拍相关人士在接受记者采访时表示。

对于这种解释,谢威反驳说,网友提供的一份车易拍在同一个4S店近一个月来交易的包含15名用户的名单显示,车易拍的“佣金”比率从7%到71%不等,“平台的佣金通常都是固定的、有规律的,而且比率一般很低,这么随意和这么离谱显然站不住脚”。

反驳 恶性竞争

不过,这份名单来源却成了车易拍不愿放手的线索,他们认为,这可能是竞争对手从中作梗。在其市场总监江巍的微博中,含沙射影这可能是同为二手车在线拍卖平台的优信拍在幕后一手策划的。

记者跟踪了解,优信拍和车易拍同为二手车在线拍卖市场的知名企业,不过在业务模式上面具有明显的区别,前者属于B2B模式,用户主要是经销商等企业;后者可以理解为C2B模式,主要是服务个人与二手车经销商之间的拍卖交易。

“一般的消费是不可能拿到这么机密的资料的。”谢威坦承,这是得到了行业内人士的帮助。谢威强调说,最重要的是,从他所了解到的车辆信息来看,这份名单是可信的,车易拍确实有隐瞒消费者,利用拍卖骗取差价的事实存在。

优信拍商业发展及市场营销中心总经理李舒波在接受记者采访时表示,不排除公司部分员工可能参与其中,“员工作为普通消费者的也有其正当的合法权利”,“汽车拍卖行业还很弱小,经受不起‘三聚氰胺’现象的出现”。

对于两家企业模式的不同,李舒波认为,无论是B2B还是C2B,没有谁优谁劣,市场正在起步阶段,多一种模式就是多一种探索,各方的共同努力才能共同推动行业做大做强,但前提首先是汽车拍卖企业要自律和规范经营。

监管空白 呼吁自律

数据显示,今年1—10月北京累计成交二手车55.68万辆,超过新车销量16.8%;其中,拍卖模式虽然起步较晚,在二手车交易中的份额已经从去年的2%上升到了今年10%左右。

在国外,拍卖已经成为二手车交易的主流方式。

“之前的二手车交易备受质疑就是因为价格不透明,如今的线上拍卖平台则是明码标价,检测费多少、佣金多少等一清二楚,还能突破传统拍卖在地理上的限制。”李舒波说,在线平台还积极的在拍卖和售后服务上进行了延伸,如物流、安全支付、代理外迁等等。

在行业高速发展的背后,车易拍的问题也曝光了行业发展的的问题,如政策监管空白、行业自律不足等等。例如,二手车线上拍卖由于其环境的特殊性,需要针对性的法律法规加以规范,这个领域在行业监管上尚处于一定的真空。

谢威还透露,根据其微博下面评论的内容来看,车易拍这种现象在行业似乎已经是潜规则而且由来已久,其中一男一女的对话尤其意味深长。

“那男的说,看吧,我说这样早晚要出事的。女的评论说,真出事了,业务又不太好做啦。我看他们的认证身份分别是上海两家4S店二手车销售总监,在公布相关截图之后,他们已经删除了相关言论,并取消了认证。”谢威告诉记者。

苹果褪色

股价下跌,出货减速,苹果全封闭商业模式遭遇挑战

本报记者 郭奎涛

12月1日,苹果公司宣布iPhone5及其他数款产品在中国内地上市日期,投资者对此反应平淡。当天收盘,苹果股价微跌4.08美元,跌幅为0.69%,较9月触及的705.07美元的纪录高位已经大跌20%以上。

科通芯城执行副总裁朱继志在接受《中国企业报》记者采访时认为,虽然微软、三星等针对iPad、iPhone推出了强有力的竞争产品,这却不是造成苹果股价下跌的首要原因,总体的市场前景还很广阔,苹果的销量仍然在增长。

“投资者对苹果的预期太高了,但是苹果的新产品像iPhone5并没有太大的创新,这才导致股价的下跌。不过,归根结底还是苹果商业模式的问题,单一型号的产品策略和完全封闭的平台系统无法完全发挥苹果ios系统的威力。”艾媒咨询CEO张毅告诉记者。

正在退居“二线”

作为与苹果iPad竞争的重要产品,虽然微软尚未公布Surface平板电脑的销售数据。但是,从研究机构的数据来看,其它品牌对苹果iPad的围攻已经取得了明显的效果。

美国市场研究公司ABI Research发布的最新数据显示,iPad今年第三季度占到全球平板电脑出货量的55%,较第二季度下滑14%,创下i-

Pad发布两年来的最低水平。

数据显示,iPad所占份额已从一年前的59.7%下降至今年第三季度的50.4%,同时三星GALAXY Note等则从6.5%跃升至18.4%。亚马逊的KindleFire在上市销售不到一年的时间里取得了9%的市场份额,负责生产谷歌Nexus7的华硕在全球市场所占份额也从3.8%上涨到8.6%。

“实际上,安卓系统还是存在模仿苹果的嫌疑,win8则是完全不同于苹果的一个全新的系统,加之自带键盘等创新之处,在当前同质化日显严重的市场中,微软的这款平板还是非常有竞争力的。”已经使用了Surface的朱继志说。

国外研究机构Tech-Thoughts的分析师认为,iPad4和iPad mini的上市会帮助苹果在接下来的一年多时间内开始收回市场份额,但是,Android平板最终会在2013年第二或者第三季度超越iPad的份额。

在智能手机市场,苹果已经丢掉了“一哥”的位置。根据市场调查公司的最新报告,三星GalaxyS III今年第三季度发货量超过苹果的iPhone4S,而三星所有智能手机的出货量已经达到iPhone的2倍左右,在中国市场iPhone甚至跌出了前五。

另外,根据台湾的苹果上游供应商透露,苹果的PC产品MacBook今年环比增长30%的计划或许已经无法完成了。截止到今年第三季度,苹果MacBook的总出货量只有978.3万台,距离目标还差688.7万台。

张毅分析认为,苹果每类产品只有一到两款产品,而且生命周期有限,而Android阵营却有大批产品可供用户选择,Windows阵营也陆续吸引到了多数PC厂商以及中兴、华为等手机厂商,可以源源不断地满足不同用户的不同需求。

日前,作为苹果寄予厚望的iPad mini,在发布之初就造成苹果股价跌幅创下新的纪录,在实际的销售中更多地表现为蚕食iPad销量而非收复失地。

“iPad mini实际上是承认了Android的7英寸平板电脑和三星大屏手机战略的正确性,却没在创新、定价和实用性等方面拿出有说服力的东西,反而在体积小、价格低方面对iPad显示出了优势。”张毅认为。

“去乔布斯化”加速

造成苹果股价下跌的一个插曲是,日前,苹果公司宣布,负责移动软件的高级副总裁福斯托尔和负责零售业务的布劳伊特将离职,前者曾被视为乔布斯的接班人之一,这被业内看作库克去乔布斯化的重要表现。

其实,掌舵苹果这一年,库克所做的事,都是与乔布斯封闭、专断的作风背道而驰的。分析认为,乔布斯是一个艺术家,更加注重抽象的产品体验;而库克则是一个商人,更加注重销售产品和眼前利益。

在产品设计上,不管是手机、平

板电脑、操作系统,还是芯片平台,乃至苹果封闭管理的APP Store,苹果产品始终自成一体。这种封闭甚至成就了苹果独特的APP Store商业模式,在相对封闭的环境中,盈利和开发都更容易实现。

分析认为,由于全封闭的生态系统,专利在苹果看来更多地成为了打击竞争对手的武器,却没有通过合作争取到更多的商业伙伴,这与谷歌Android开源、免费的专利政策大相径庭,也一定程度上造成了目前苹果被其它厂商孤立、围攻的局面。

在库克的领导下,苹果打击竞争对手三星、谷歌虽然毫不手软,但是却也在寻找敌人的敌人作为同盟。

目前,HTC在美国宣布,已经和苹果公司就双方的诉讼达成和解协议:双方将撤销专利诉讼并签订10年的专利授权契约。HTC曾是谷歌Android阵营最早的成员,为Android系统的推广立下了汗马功劳,但是Android造就的三星成为HTC最有力的竞争对手。

“下一步,苹果还可能会开放其ios系统,让更多的厂商加入到其阵营中来,HTC很可能就是最早的一名成员。”张毅分析说。

张毅认为,苹果一直采取全封闭的生态系统,包括拥有最大数据app的在线商店,ios系统也供苹果产品使用,一定程度上阻碍了其影响力的发展,在竞争对手越来越多的情况下,开放其生态系统将成为一个很好的选择。

资讯



奥的斯全球首发520NPE扶梯

“今天对奥的斯来说,可谓双喜临门:‘奥的斯扶梯大学’首届学员正式毕业,520NPE扶梯正式亮相。”奥的斯电梯(中国)投资有限公司总裁腾逸博(Tony Black)近日在奥的斯520NPE扶梯全球首发仪式暨奥的斯扶梯大学首届学员毕业典礼上表示,在以同步世界的产品和技术服务中国的同时,奥的斯将致力于提高员工的专业技术水平,为电梯行业培养优秀人才,推动行业的健康发展。周松云等10位来自奥的斯广州工厂的一线员工领到了“奥的斯扶梯大学”毕业证书。

依生生物助建河南农村基础设施建设

11月5日,河南郑州中牟县八岗镇前张村在一片欢歌笑语之中举行了新村建设竣工仪式。为了改善前张村民的生活环境,帮扶建设社会主义新农村,辽宁依生生物制药有限公司及其董事长张译先生通过中国宋庆龄基金会和开封市红十字会无偿捐赠人民币900万元,专门用于资助前张村基础设施建设,兴建前张新村。辽宁依生生物制药有限公司董事长张译先生表示,这次捐助不是第一次,也不是最后一次,今后将会一如既往地支持社会公益事业的发展。

慧聰网教育装备十大评选揭晓

以“产业新机遇品牌新动力”为主题的“海亚杯·慧聰网2012教育装备十大评选”活动近日在北京落下帷幕。广州视睿电子科技有限公司总经理黄明寒等10位优秀企业家荣获“十大风云人物”、广州视睿电子科技有限公司等10家荣获“十大民族品牌”、深圳雅图文化科技集团等10家荣获“十大国际投影品牌”、北京翰博尔信息技术有限公司等8家获得“十大创新技术”、信安技术(中国)有限公司等9家企业荣获“十大创新产品”、明博教育科技有限公司等9家企业荣获“十大新锐企业”等76个奖项。

进口葡萄酒电商平台网酒网上线

日前,中国首家高端进口葡萄酒电商平台——网酒网(www.wangjiu.com)正式上线,它与多家世界名庄建立独家战略合作关系,100%确保葡萄酒品质,直接采购也降低了成本,目前已经拥有超过1000余款单品,还在北京等地建有私人会所、体验中心和形象店,提供专业的窖藏条件和品鉴服务,同时建立“名人社区”,开设“投资理财”通道,为用户提供专业挑酒服务和葡萄酒交易、拍卖、投资等延伸服务,探索O2O发展新模式。网酒网CEO李锐表示,不会模仿国内电商的营销思路。

三生(中国)新品东方素养至纯上市

11月26日,三生(中国)新品发布会推出了国内首款专为解决食源健康危机而研发的产品——生命健东方素养,全面满足人们对均衡营养健康生活的迫切需求。针对“食源病”的日益蔓延,三生(中国)传承东方食养的古老智慧,融入营养科学的前沿科技,提出以均衡素养进行食源病防治的全新健康理念。其中,生命健东方素养精心甄选出数十种纯天然的五谷杂粮、蔬果等植物,引进世界领先的瞬间真空冷冻干燥技术,最大限度保留了食物中天然营养的生命力。

西门子XCEL至尊版助听器上市

11月29日,全球领先的西门子听力集团XCEL至尊版助听器全线产品荣耀上市,以XCEL新一代博声技术平台,革新性地提升完美平衡的聆听感受。据悉,创新的XCEL新一代博声技术的核心内容为XCEL-声源压缩优化(Amp)、XCEL-舒适听觉公式(Fit)以及XCEL-高效验配界面(View),保障了贴近健康耳蜗的功能,更加精准地验配,过滤低频噪音,放大有效频率,保留卓越的声音质量,每一位听损患者都可获得仅属于自己的最完美匹配的听力补偿。

北京“2012北京购物季”上演

由北京市商务委员会、北京市旅游发展委员会主办,北京商业信息咨询中心、北京市场协会、中外名人文化产业集团承办的“2012北京购物季”由多项主题促消费活动构成。活动期间,菜百、工美、国华等数十家参与企业将纷纷推出买赠、满减等优惠促销活动。此外还将进行四期有关黄金珠宝等系列主题讲座,旨在培育首都消费者的黄金珠宝等相关消费文化,提升消费意识,拓宽消费思路。

北京数字娱乐消费节全面启动

岁末将至,由北京市商务委员会主办的2012北京数字娱乐消费节已于2012年11月1日璀璨启幕。在为期两个月的活动中将举办数字乐购优惠、数字前沿体验、数字娱乐系列讲座、电子产品团购等多项活动,并将各产业商业资源充分整合参与到活动中,以资源带动消费,以体验拉动消费,增强购物过程中的乐趣。本届消费节将持续到明年1月3日。据介绍,本届消费节已有包括鼎好、海龙、E世界、大中、苏宁、国美、中复电讯、迪讯通在内的8家卖场参与其中。

坤庭携ibody进军精油市场

目前,由北京坤庭抗衰老医学研发中心推出的“ibody”精油品牌宣布进军精油市场。据悉,坤庭所推出的“ibody”品牌由法国LAAAF(洛法兰抗衰老保健中心)提供技术支持。目前坤庭已以“ibody”品牌开辟自己的电商平台,在天猫商城建立了直营店,并有自己的销售、客服、技术维护团队,同时在京东商城已有ibody店铺。据悉,精油产品在我国已有几年的市场培育期,在欧美市场上,香薰精油类产品占到整个化妆品市场30%左右的份额,中国市场也正在步入井喷阶段。

互动平台海淀商标网正式上线

为了全面实施知识产权战略,提高辖区知识产权创造、运用、保护和管理水平,促进核心区企业商标和品牌创建工作,北京市海淀工商分局近日建立了工商部门与企业的互动交流平台——“海淀商标网”。该网站属综合型商标网站,包含商标新闻、商标法律法规、投诉维权、正品同盟、著名商标展示等板块,重点实现三大作用:一是对相关企业在线实施行政指导。二是开通商标权利人(代理人)投诉维权网上通道。三是向百姓提供商标鉴定信息平台。