

■ 万科“地板门”追踪

爆料者再质疑 万科重申地板符合国标

爆料者昨发公开信,质疑武汉检测结果“荒谬”,称手握14份证据

本报讯 (记者张旭) 在安信地板事件受到社会关注后,最初爆料人“李晓燕”昨天再度现身,向万科和安信高管发出公开信。李晓燕在认可万科高管态度诚恳、危机公关得力的同时,还指出安信方面刻意回避公司故意制假、售假的事实。她还透露,自己还保留另外未公开的12份相关邮件和2段录音。对此,万科昨日称所采购地板符合国家标准。安信方面则不予回应。

万科再回应:采购地板符合国标

李晓燕在公开信中提到多个质疑,其中指出万科和安信之间采购合同约定的(地板)“甲醛含量”到底是E0级(低于0.5mg/L)还是E1级(国家标准,低于1.5mg/L)应予明示。万科执行副总裁周卫军

在20日的发布会上曾表示,万科采购的地板没有定义成E0级,并称万科采购提高了关键指标标准,超过国标。万科董秘谭华杰昨日也表示,万科所采购的地板肯定符合国标,并且部分关键性指标和成品高于国标。

李晓燕此前爆料还称,安信提供给万科的复合地板,面层实际厚度与标准不符,并认为“直接导致产品使用寿命大幅缩水”。昨天,对于安信方面将标示厚度解释为采购木皮面层,李晓燕认为涉嫌商业欺诈。

谭华杰昨日表示,万科采购的是以人造板为基材的实木复合地板,实木地板表面耐磨的关键在于漆膜。面层厚度在成品阶段因为上面有漆、黏合剂等,很难测量。万科提出检测,“检测机构都不愿受理面层检测。”

据业内人士介绍,实木

复合地板国家标准是推荐标准,而非强制标准。面层厚度在国标中规定“常见厚度规格为0.3、1.0、1.2mm”。

安信暂不回应 称多地检测结果均合格

此外,针对安信将原爆料帖中涉及的“专用检测板”解释为生产过程中的检测小样,李晓燕昨天认为这是故意曲解。

针对李晓燕的最新质疑,安信方面昨日对记者表示暂不回应。昨天,安信地板还在官网上发布了苏州、河南、江西、吉林等地对安信地板最新检测结果,甲醛释放量均显示符合国家标准E1级。截至记者发稿,除苏州明确披露为质检部门到仓库抽检外,其余检测并未透露详情。安信方面昨天表示将在后期进行集中说明。

万科“地板门”事件回顾

2月16日 有网友爆料称,万科近年来在10多个城市的上万套全装修房项目中,大量使用甲醛严重超标、劣质的安信品牌地板。

2月17日 安信地板召开新闻发布会称,公司可以提供各环节的产品合格检测报告,完全符合国家标准。

2月20日 安信董事长卢伟光在公开信上承诺,全力配合政府质检部门对产品进行全面抽检;同日,万科总裁郁亮在新闻发布会上表示,若鉴定出地板有质量问题,万科将负全责。

2月22日 万科集团公布了复检安信地板的首份检测报告,称安信实木复合地板所检指标全部合格。



新京报制图(郭宇)

创业板退市制度有望一季度完成

深交所昨日公布修改说明,将增加“公开谴责”听证程序

本报讯 (记者吴敏) 深交所昨日公布创业板退市方案的征求意见稿和修改情况,修改后的方案强化了此前的退市约束,并强化了信息披露。深交所同时指出,将根据退市制度方案修改创业板上市规则,预计在一季度完成这一修订。

“公开谴责”将有听证程序

深交所去年11月底对外公布《关于完善创业板退市制度的方案(征求意见稿)》。在昨日公布的修改情况中,深

交所保留了此前方案的绝大部分条款,仅对部分做出了修改,其中有部分意见担心公开谴责执行的公平性问题,深交所回应指出,将增加公开谴责听证程序,相关人员可在听证会上申诉。

此外,创业板直接退市、快速退市的设计可能使目前主板投资者看“ST”来判断退市风险的做法行不通。有专家认为有必要进一步细化退市信息披露的规定,深交所称将采取配套措施,包括要求上市公司严格遵守上市规则中针对每项退市条件规定具体的退市风

险披露时点和披露频率。

深交所表示,还将建立“退市风险信息披露和会员提醒客户的联动机制”。一旦上市公司发布退市风险提示公告,深交所将通过会员专区、行情系统等及时告知所有会员(券商),会员应当及时通过短信或邮件等有效方式通知其持有创业板股票的投资者。

追溯调整净资产为负亦将触发退市

在此前的创业板退市制度中,上市公司年度审计后

的当年净资产为负将导致暂停上市,两年为负则终止上市。

此次深交所增加了对过往会计年度的追溯,即一旦上市公司发布退市风险提示公告,深交所将通过会员专区、行情系统等及时告知所有会员(券商),会员应当及时通过短信或邮件等有效方式通知其持有创业板股票的投资者。

这一调整也意味着,对于调节利润、造假过关等规避净资产为负这一退市条款的公司,不管其现在是否满足上市条件,一经发现都将触发暂停上市或终止上市。

宅急送欲吞星辰急便

业内认为,两种业务模式整合受考验

本报讯 (记者苏曼丽) 昨天,北京宅急送快运股份有限公司表示,基于业务发展考虑,拟与星辰急便·鑫飞鸿快递洽谈在珠三角、长三角等地的现有业务运营平台合作。时隔4年之后,当初因宅急送发展理念差异分道扬镳的陈氏兄弟有望再度联手。

宅急送表示,将保持原有业务运转模式,同时寻求适当的协作方式,目前合并方案未定。

由于电子商务领域爆发式增长,快递企业都想争食网商配送这块大蛋糕。

宅急送从去年开始业务重点从B2B转向B2C,此次合并体现其急欲做大B2C市场的决心。宅急送新闻发言人熊大海昨日表示,目前宅急送60%至70%的业务都是B2C。据记者从宅急送内部了解到,该公

司今年主要任务之一就是,紧盯以淘宝为主的非货到付款业务,推进淘宝起量,欲在今年将淘宝份额由0.5%提高到5%以上。

这一发展方向与星辰急便的优势吻合。星辰急便从创立之初就主攻电商配送领域。去年合并鑫飞鸿后,更加明确此定位。“此次合作主要是想做透做深华东、华南市场。”熊大海表示。

对于星辰急便,市场传言称主要是由于长期亏损导致资金链断裂,昨日星辰急便总裁陈平电话一直未能接通,无法证实此说法。

不过,宅急送合并星辰急便仍需要面临不少现实问题。业内人士认为,目前,星辰急便以加盟模式为主,宅急送则大多为自营,虽然宅急送表示要“保留原有业务运转模式”,但如何整合两种模式受到考验。

竞争激烈 当当去年四季度净亏破亿

发布2011年第四季度和全年财报,第四季度营销费增长显著

本报讯 (记者阳森) 当当网于23日晚间发布2011年第四季度和全年财务报告。因产品结构调整和营销费用增加,当当第四季度净亏损人民币1.3亿元,而上年同期净利润为1480万元人民币。此外,当当网高管确认今年二季度推出电子书。

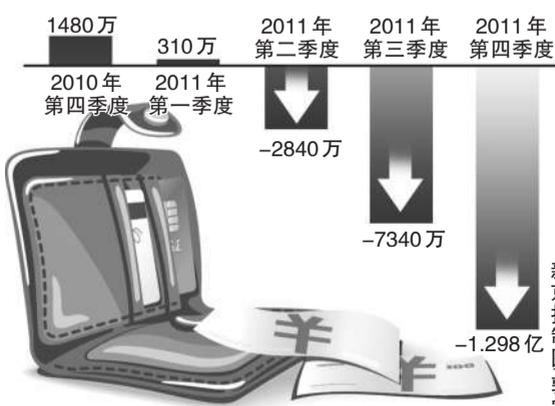
在分析师电话会议上,当当网董事长俞渝透露,产品结构调整及第四季度激烈竞争影响了公司毛利率。她透露,去年11月,当当网推出众多促销活动,影响利润率水平。去年四季度,各大电

网站相继推出促销活动,如天猫、淘宝的“双十一”、“双十二”年度最大规模促销,及京东商城开售图书后引起的价格战。当当网财报显示,第四季度营销费较前年同期占总营收比值上升近一倍。

此外,当当网CFO杨嘉宏披露,公司将于今年第二季度正式推出电子阅读器,阅读器价格将在500元以下。

据悉,其竞争对手京东商城不久前也推出同样计划。但二者的电子书平台推出初期均遭到消费者在体验、货品方面的批评。

当当网各季度净利润 (单位:人民币)



新京报制图(郭宇)

■ 延展

陈氏兄弟再度联手

宅急送与星辰急便的牵手背后还有陈显宝和陈平两兄弟的再度联手。

陈平1994年创办宅急送,但在2007年,因开拓小件物流业务,出现资金链问题,险些将公司带向生死边缘。2008年,由于宅急送的发展轨迹和预期存在差距,陈平出卖所持有的所有股权,离开宅急送,其大哥陈显宝接手公司。

之后一年,已近50岁的陈平二次创业,自立门户成立星辰急便,并于去年11月与鑫飞鸿正式合并,更名为星辰急便·鑫飞鸿。

此番兄弟二人再度合作,令业界期待。不过业内人士也提出担心,或许陈氏兄弟已就短期目标达成一致,但当初导致陈氏兄弟“散伙”的经营理念差异可能依然存在。(苏曼丽)