

# 万科拟24.27亿元有条件收购泰禾19.9%股份 先决条件能否满足存不确定性

■本报记者 李婷 见习记者 林娉莹

7月31日,泰禾集团发布的一则公告成为地产圈当日热点,白衣骑士万科驰援泰禾的消息短时间迅速刷屏。

根据泰禾集团披露的公告,公司实控人与万科控股子公司海南万益签署了相关股份转让框架协议,海南万益拟以24.27亿元有条件收购泰禾19.9%股份。

随后泰禾集团在二级市场开盘涨停,之后又上演了一波过山车行情,截至收盘时股价报5.94元/股,跌幅0.67%。

对此消息,万科回应表示,此次股权转让能否最终达成取决于相关先决条件能否满足?泰禾集团则对《证券日报》记者表示,所有信息以公告为准。

## 万科救助泰禾 显“大哥风范”

在业内人士看来,万科此次有条件收购泰禾集团股权,更多的是对泰禾集团的声援。

公告显示,泰禾投资、泰禾集团实际控制人黄其森与海南万益(万科子公司)签署了相关股份转让框架协议,拟将泰禾集团19.9%股份转让给海南万益。此次股份转让价格为4.9元/股,转让总价款为24.27

亿元。

对此,易居研究院智库中心研究总监严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示:“万科此次收购泰禾集团19.9%股权的价格为4.9元,成本相对不高;且完成后将获得后者近五分之一的股权,持股比例较大。对于万科来说,可以说是一次成本可控、潜在收益较高、也无需背负其他压力的一次股权投资行为。”

“24.27亿元还不够在中小城市拍一块地的价格,对万科而言肯定不是为了低价买入便宜股权赚取差价。”一位不愿具名的资深业内人士对《证券日报》记者表示,万科并不是冲着收购控制权去的,而是作为行业“大哥”显示情怀和风范。

泰禾集团在公告中表示,公司控股股东此次股份转让框架协议签署,不会导致公司的控制权发生变更,将有助于优化公司股权结构,有助于帮助公司不断完善公司治理,同时还有助于推动公司目前进行的债务重组工作,盘活存量资产,维持正常经营,从而帮助实现公司长远价值,维护公司及股东利益。

不过,值得注意的是此次合作需要满足相关先决条件。其中一个先决条件是,所涉及的转让股份需完成解除质押或冻结手续,或取得债权人书面同意。据悉,目前泰禾集团第一大股东泰禾投资所持上市公司股份已经累计质押比例为

99.07%、累计冻结股份12.188亿股、占其所持有股份比例为100%。

万科方面也在回应包括《证券日报》在内的媒体称:“这是万科向行业伙伴伸出积极援手的投资行为,我们希望协助泰禾走出困境,逐步恢复其正常经营秩序。但此次股权转让能否最终达成取决于相关先决条件能否满足,仍然存在不确定性。”

## 先决条件 能否满足存不确定性

据泰禾集团近日发布的半年度业绩预告显示,今年上半年公司净利润亏损在14.6亿元至18.6亿元之间,公司对到期尚未还款的借款计提预计负债约为7.25亿元。

此外,因贷款逾期,公司实际控制人黄其森也被列为失信被执行人。

早在今年5月份,泰禾集团就公告了筹划引入“战投”的消息。一度有报道称,泰禾集团当初洽谈了包括厦门建发、厦门国贸等多家意向战略投资者。不过,很快厦门国贸对此公开否认。而从公开消息上看,此前泰禾与世贸股份达成了战略合作,但合作主要是在部分项目上的股权。

最终泰禾集团还是得到了万科的声援。

“对于泰禾来说,若能够有万科持股作为背书,企业资质等级有望



提升,这对于后续加快债务问题的处置有较为积极的作用。虽然此次合作中,万科不对债务的解决持兜底的意见,但客观上是有利于债务问题的快速解决。”严跃进对记者如是表示。

公告显示,万科就此次交易对泰禾提出了多项先决条件。一方面,泰禾集团将制定能够支持其恢复正常经营、维持可持续经营的债务重组方案,并与债权人达成一致,确保重组方案正常执行,不会出现相关纠纷或争议等;此外,泰禾投资须确保拟转让标的股份权属明确、

清晰及完整,确认可完成股份转让所需手续及程序。另一方面,此次交易中,万科将对泰禾集团及其控股股东完成法律、财务、业务等尽职调查,就其中所发现问题的解决方案等达成一致,不存在影响拟议交易的重大问题;并确保泰禾方面的资产、债务及业务等不存在影响其持续经营的重大问题或不变化。

“其实万科提出的合作条件也点明了泰禾走出困境需要解决的问题方向。”上述业内人士表示,泰禾集团与万科合作能否最终达成还有待进一步观察。

# 互联网平台侵权屡禁不止 微信读书被判赔偿用户6600元

■本报记者 谢若琳

“微信读书”APP因默认开放读书记录遭用户起诉,该案于7月30日落槌,法院认定腾讯公司侵犯用户个人信息权益,判决赔偿用户6600元。

“我们尊重法院判决。”微信读书方面向《证券日报》记者表示,保障用户信息安全是微信读书一直坚持的首要原则。

对于微信读书的其他用户而言,北京市盈科律师事务所朱逸聪律师在接受《证券日报》记者采访时表示,我国实行“立案登记制”,微信读书用户只要认为自己权益受到了侵害,即可向法院请求维权。“集体诉讼”在我国民事诉讼法中称“共同诉讼”,诉讼标的是共同的,或者诉讼标的是同一种类,人民法院认为可以合并审理并经当事人同意的,即为共同诉讼。但目前腾讯方面针对本案原告的诉求已对软件进行了

修改,不再存在相关侵权行为,微信读书用户也无需进行诉讼。

## 微信读书被判侵权

黄某是微信读书软件的用户。她发现,在其不知情的情况下,微信读书软件自动为其关注了大量的微信好友。无论她是否在微信读书中关注微信好友,都可以和共同使用微信读书的微信好友相互查看书架、正在阅读的书籍、读书时长等信息。

于是,黄某将腾讯公司诉至北京互联网法院,要求腾讯解除其微信读书软件内对微信好友的关注、停止提供读书信息、赔礼道歉、赔偿经济损失等。

7月30日下午,北京互联网法院一审公开宣判,认定腾讯公司侵害原告黄某个人信息权益,应停止收集使用微信好友列表信息并删除,停止将黄某的微信读书软件信息向

其微信好友展示,书面赔礼道歉并赔偿公证费6600元。

微信读书方面表示,“2019年5月底,我们收到该案诉讼后第一时间进行了核实,确认相关功能已在之前进行了迭代优化,优化后的版本更加尊重用户的选择权并对相关社交功能进行了强提示。未来,微信读书将继续努力优化产品,为用户提供更优质的阅读体验。”

朱逸聪律师表示,互联网时代,大数据、人工智能等各种先进技术的应用,在推动社会发展的同时,也加剧了个人信息暴露的风险。《民法典》作为“公民权利的宣言书”,首次对“个人信息权”进行了详细规定。本案不构成“侵犯隐私权”的认定,并非法院认定微信读书的行为不构成侵犯隐私权,而系法院结合原告书单中较为普通性的两本书,认为该两本书尚不能构成隐私权保护的一般理性标准下的“私密性”标准,尚不能勾勒刻画出一个

的人格侧面,故认为微信读书对本案原告不构成侵犯隐私权。

## 信息安全问题屡禁不止

微信读书的情况并非孤例。互联网时代,应用软件过度收集个人信息的侵权行为屡禁不止。近日,工信部公布了2020年第二批侵害用户权益的APP名单,在被点名的15个APP中,有13个涉及个人信息过度收集。

事实上,很多人发现,在给手机安装某些APP时,往往会询问是否允许索取定位、发送通知、访问设备照片、拨打电话等权限。为了可以正常使用APP,用户不得不选择“允许”或“接受”。于是,用户的一些信息,乃至一些与使用APP无关的信息也被APP平台收集了。当人们在其后打开手机APP时,发现一些广告推送内容恰是自己刚刚给别人打电话时所说的内

容,这难免让人产生个人隐私泄露的恐惧。

朱逸聪律师告诉《证券日报》记者,国家互联网信息办公室关于《数据安全管理办法(征求意见稿)》中明确指出,网络运营者通过网站、应用程序等产品收集使用个人信息,应当明确具体、简单通俗、易于访问,收集规则要突出网络运营者基本信息,收集使用个人信息的目的、种类、数量、频度、方式、范围等,以及投诉、举报渠道和方法;该意见稿还规定,网络运营者不得因个人信息主体拒绝或者撤销同意收集、保证网络产品核心业务功能运行的个人信息以外的其他信息,而拒绝提供核心业务功能服务。用户下载APP,在首次登陆使用时应注意用户协议的阅读和相关证据的留存(截图、录屏等),如遇“霸王”条款可向网络运营者协会向公布的投诉渠道或消费者协会进行投诉、举报。

# 信用卡自我“救赎”调查:广发银行等堵积分漏洞打击“羊毛党”

■本报记者 李冰

已经到来的8月份,信用卡“羊毛党”将无法避免“劫数”。

据《证券日报》记者调查发现,今年以来,已有多家银行信用卡中心对信用卡积分规则以及发卡策略进行调整,其中包括增加不累积积分商户,缩减信用卡积分权益,停发实体卡,实行“无卡化”信用卡发放模式等。并有多家银行公告显示,相应调整于2020年8月份开始正式实施。

前些年,银行推出信用卡积分的本意是鼓励用户使用信用卡刷卡消费。但近年来,通过虚假交易“薅羊毛”的现象愈演愈烈,职业“羊毛党”通过POS机获取高额积分,再将积分变现进而从中获利。

目前一个不争的事实是,“网络交易积分”正在取代线下商户积分“含金量”,而那些通过POS机获取高额积分的“羊毛党”将受到冲击。

麻袋研究院高级研究员、信用卡研究专家苏筱芮对《证券日报》记者说,“信用卡积分是有价值的,可以兑换各种实物以及虚拟权益。按照以往,通过信用卡积分薅羊毛的‘羊毛党’一般需要付出刷卡手续费等成本,取出的现金再投资获取收益,积分增值的部分亦有收益。积分调整后如果成本不能覆盖收益,将会打击这部分‘羊毛党’刷卡的积极性。”

## 多家银行调整积分规则

按照以前信用卡的积分规则,主体部分是基于刷卡POS机的MCC(商户类别码)的。MCC对应怎样的

商户类别,就给以怎样的积分(不同的行业给银行交的刷卡手续费率也不同)。比如,在酒店、餐饮这类商户的POS机上刷卡,持卡人得到的积分比较多;在批发类、三衣类等商户的POS机上刷卡,很大几率并没有积分;移动支付等线上消费给予的积分一般较少,并均在指定范围内才有积分。

“先前的信用卡积分政策大多同质化,除了对合作场景(如连锁超市、航空公司等)合作发行的联名卡可以多倍积分外,部分银行对某些场景(如网上交易等)不会给予积分。”西南财经大学金融学院数字经济研究中心主任陈文对《证券日报》记者表示。

那么,目前信用卡用户在线下使用情况如何呢?

7月29日—7月30日,《证券日报》走访北京多家商场超市看到,在实际消费中,使用信用卡消费的寥寥无几。一些新商户甚至没有刷卡POS机,当记者询问是否可以刷卡时,该商户表示,“目前用微信、支付宝用得更多,没办刷卡POS机。”

“现在除了给汽车加油会刷信用卡,其他时候已经不太使用(信用卡)了,而且目前很多银行信用卡线下消费并不积分,所以使用频率已经不那么高了。”信用卡持卡人张先生对记者表达他的看法。

一位商业银行相关人士对《证券日报》记者坦言,“今年以来,突如其来的疫情,确实让各家银行都在加强对线上交易的支持力度,并通过扩大信用卡积分范围和场景,加大与网上商城、外卖网站及零售端的合作,鼓励用户线上消费。”

上述人士的说法,《证券日报》

记者通过梳理多家银行信用卡公告后也得到印证。

2020年以来,已有多家银行针对信用卡积分规则进行了调整。例如,6月份,广发银行发布《关于广发银行信用卡不累积积分的公告》指出,广发银行保留不定期调整不累积积分商户名单的权利,并指出在该名单所列商户的消费或交易将不予累积信用卡积分、签账额、合作方积分(里程等)、活动奖励。该规定于2020年8月2日起生效。

6月份,民生银行发布《关于民生信用卡积分规则调整的公告》。平安银行则是今年以来,对信用卡积分规则调整最频繁的一家银行。

中国(上海)自贸区研究院、浦东改革与发展研究院、金融研究室主任刘斌对《证券日报》记者说:“以往多数银行的网上消费是不算积分的。目前看,很多银行已经调整了积分政策,会鼓励越来越多的用户从线下刷卡支付转到线上支付,改变线下支付行为。从长期看,虚拟信用卡可能会获得发展机会,并减少发行实体信用卡。”

苏筱芮认为,银行对信用卡积分“动刀子”,业内存在两种认识:一是疫情之下信用卡业绩承压,需要缩减积分权益作为平衡;二是银行开始加强对真实交易的识别,真实性更高的线上业务更受青睐。

苏宁金融研究院高级研究员黄大智对上述说法表示认同,他对《证券日报》记者表示,银行此举鼓励持卡人通过线上刷卡“赚积分”,而非线下实体卡刷卡交易“薅积分羊

毛”。“表面上来看,信用卡积分权益是在‘缩水’,但实际上只是对线下交易的权益的‘缩水’,多家银行调整积分规则意味着线下交易积分含金量继续弱化,线上交易的积分将更‘值钱’。”

按照过往惯例,信用卡积分一直是“羊毛党”薅羊毛的必去之地。随着各家银行信用卡积分规则的调整,信用卡“羊毛党”目前现状如何呢?

## 有“羊毛党”表示:越来越难

《证券日报》记者对某社交平台中名叫“薅羊毛吧”的贴吧连续蹲守多日发现,今年以来涉及信用卡薅羊毛帖子数量仅为3497个,发帖数量与前几年动辄上万条帖子数量相差甚大,而参与回复的人数大多数情况下仅为个位数。

在一个相对活跃帖子中,记者看到一份《薅羊毛信用卡优惠活动薅羊毛分类汇总》,其中标注了多家银行的优惠活动及如何薅羊毛,但参与者寥寥无几,甚至有的“羊毛党”表示,“打开关闭,下一个。”表明参与者缺少兴致。

记者注意到,“汇总”几乎囊括了各大银行,薅羊毛的具体商户大部分为线上消费的电商。

在《证券日报》记者长期潜伏的几个薅羊毛QQ群中,近两个月以来,真实的宣布解散,有的则转行到别的行业薅羊毛,也有一些大型信用卡薅羊毛群并未受太大影响,但已没有早前活跃。

某个拥有千人规模的薅羊毛群群主对记者表示,“‘羊毛党’现在越来越难,有点毛就顺手撸撸吧。”表

现得非常消极。他表示,没有团队做职业“羊毛党”的话,自己还是做做卡券,靠运气。

在大多数业内人士看来,此次部分银行调整信用卡积分规则,一方面是金融服务向线上化倾斜的结果。另一方面则有效遏制了信用卡积分领域“羊毛党”肆虐的情况。对于正常的客户来说,用卡消费仅是转移到了线上,积分受影响程度有限,但对于“羊毛党”来说,银行信用卡线上交易积分唯一性可以依靠大数据及风控能力得到管控,有效遏制一些信用卡积分“黑产”。

苏筱芮指出,线上支付漏洞小、真实交易比例高且线上消费的未来增长可期,因此深受银行青睐。加上央行新规,严惩“一机多码”、“一机多户”等支付乱象,银行信用卡积分调整后,“养卡党”、“羊毛党”及积分“黑产”都将遭精准打击。

黄大智表示,积分规则调整后,能够减少过往线下积分“黑产”的套利行为,过往“羊毛党”薅羊毛也是“有成本”的,若收益无法覆盖成本,自然会减少很多“羊毛党”及积分“黑产”的套利行为。

刘斌表示,“信用卡积分规则调整后,可以有效遏制线下非法虚假套现行为,进而打击‘薅羊毛’行为,并可以降低银行在营销方面的无效支出。”

但是,苏筱芮却不无忧虑地向记者表示,有些银行信用卡规则调整采取“一刀切”的模式,有的规则简单粗暴,不利于客户的长期培养,因为很多线下的真实消费也会通过第三方收单机构,会造成“误伤”的可能性。

## 直击ChinaJoy: 互联网巨头暗战云游戏

■本报记者 李乔宇

疫情之下,国内游戏玩家“朝圣”的热情不减。7月31日,第18届中国国际数码互动娱乐展览会(ChinaJoy)正式启幕。《证券日报》记者了解到,疫情防控期间,企业参展热情不减,约400家企业共同亮相此次夏日盛会;游戏玩家观展热情同样高涨。早在展会正式前,会场门口就已有观众开始排队,8月1日的参展门票已经售罄。

受疫情影响,此次ChinaJoy规模有所缩小,但新的模式也正在出现。从参会模式上来看,云逛展成为ChinaJoy的一种新的看展模式,展会首次推出线上展会ChinaJoy Plus;从业态方面来看,云游戏成为此次展会中的最大亮点之一,ChinaJoy特别新增了5G云游戏及其配套硬件设备的展示。

## 云游戏变革 激发25亿美元想象空间

“云游戏的时代已经到来。”在ChinaJoy现场,有业内人士告诉《证券日报》记者,“国内云游戏的业务自2019年开始热度持续上升。目前仍处于云游戏的上半场。”

据了解,云游戏是以云计算为基础的游戏方式。在云游戏的运行模式下,用户所使用的设备(电脑、手机、平板电脑等)只需具备基本的视频解码能力和网络连接功能便可进行游戏。通过云游戏,游戏体验过程中多终端转换为可能,用户也无需为改善游戏体验购买高配置硬件。

伽马数据发布的最新的云游戏用户调研数据显示,80%的用户对云游戏感兴趣,52%的用户希望通过云游戏的方式体验到精品游戏内容,71%的用户曾经因为设备的限制放弃过至少一款游戏。

“这意味着用户对云游戏的需求是真实存在的。但云游戏的价值远不止于此。”

据金山云方面相关负责人告诉《证券日报》记者,云游戏应该是一种理念,游戏开发商应该基于云的特性,从开发环节、游戏设计、架构、玩法理念上充分利用云的能力,构建新的内容。

2018年,热门电影《头号玩家》轰动一时,电影中游戏与现实的深度结合也为游戏行业进一步开启了想象空间。

“《头号玩家》中的剧情并非遥不可及。”在上述金山云方面相关负责人看来,云游戏是平台重构的机会,更是内容创造者的新机会。基于云端的并行计算+内网大带宽同步,游戏设计可提供大规模UGC(用户原创内容)的承载容量,使游戏世界的动态演变了有了广阔的设计空间,能够让游戏开发商们突破现有品类限制,释放出更强大的创造力。

云游戏带来的行业变革正在激发市场的想象空间。

IHS Markit认为,这一新兴产业将在未来几年进一步增长,到2023年年底,云游戏市场规模将达到25亿美元。另据伽马数据发布《2020年云游戏产业调查报告》显示,2020年,中国云游戏市场预计超过10亿元,未来两年,预计每年增长率超过100%。

## 巨头积极布局 谁能夺得先机?

作为游戏行业中的“次新产业”,“云游戏”早已成了互联网巨头的必争之地。在此次ChinaJoy现场,中国移动咪咕、腾讯云、金山云等互联网巨头同台亮相。

一场“暗战”正在打响。

在运营商方面看来,云游戏在移动场景上的瓶颈主要源于网络传输技术的局限性,在部分运营商看来,带宽不够,导致网络的不确定性以及网络资费较贵等因素正在掣肘云游戏的发展,而运营商能够更好地实现5G网络和云游戏业务的高效协同。

金山云则认为,云游戏的发展瓶颈在于成本。在金山云看来,相对于传统游戏,云游戏的基建成本远高于同行平均水平,高昂的成本是掣肘云游戏普及的重要因素,而金山云能够通过“整体模块化解决方案”,让用户可以在较低时间成本投入的情况下快速试水云游戏解决方案。

此外,阿里云、百度云等传统互联网巨头也在借助资金优势以及集团优势加速布局云游戏市场。

时至今日,云游戏赛道上已经有了越来越多商业化落地案例。据《证券日报》记者了解到,今年6月份,金山云率先发布了云游戏平台PaaS平台,能够一站式实现游戏“云化”,降低游戏开发商的研发、适配以及运营的整体成本及技术难度。云游戏变革的进一步落地成为可能。

事实上,这是一场“蓄谋已久”的战役。早在2014年手游时代启幕之时,阿里、腾讯以及金山云就已经开始布局于云游戏的布局。2014年7月16日,阿里发布了自己的云游戏平台;同期,腾讯游戏团队也在积极准备自己的云游戏平台;同在2014年,金山云也逐渐组建云游戏团队对云游戏领域进行探索。

云游戏市场上的竞争正在进入一个关键时刻。

回顾2014年,技术条件和游戏内容尚不足以支持手机游戏玩家拥有更好游戏体验。而在2019年,5G网络的发展成为云游戏发展的契机,游戏开发商对于云游戏的需求逐步出现。相对于2014年互联网云巨头们对于云游戏领域的浅尝辄止,全新的网络及更多样化的游戏内容正在倒逼云巨头们在云游戏赛道上进一步发力。

在云游戏尚未进一步普及的当下,云游戏赛道上固然不乏传统互联网巨头,也不乏跃跃欲试的新生力量。在云游戏市场百花齐放的时代,谁能夺得先机,还需拭目以待。