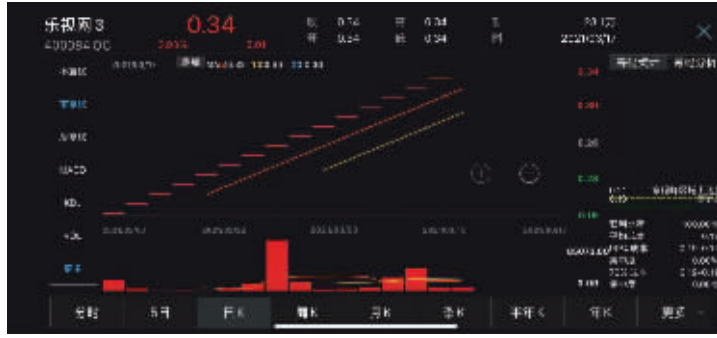


# FF上市在即,乐视网狂拉15连板



贾跃亭还没有回国,但他的造车梦还在继续,并在近日公布了FF(Faraday Future)的最新进展。与此同时,转入“新三板”的“乐视网3”股价也在连连上涨。截至3月17日,乐视网3再次涨停,连拉15个涨停后,股价已经来到0.34元,市值达到13.56亿元。

现代快报+/ZAKER南京记者 王天驰



乐视网3近期股价走势 图片来源:Wind

## 乐视网豪取15连板,惊呆19万股民

从A股退市后,乐视网简称变为“乐视网3”,转入了“新三板”,自2月3日起,以集合竞价的方式进行股份转让,每星期一、三、五各转让一次。自从转入三板后,乐视网3股价每个交易日都在上涨,近15个交易日全部收获涨停,最新股价已经来到了0.34元。按照摘牌时0.18元的摘牌价格算起,其股价已经接近翻倍。

2020年7月20日,乐视网结束了自己在A股的最后一个交易日,当年最高市值一度达到1600亿元的乐视网黯然退市,其市值仅剩7.18亿元。不过,自从转入三板后,两个月时间不到,乐视网最新市值已经来到了15.56亿元。

对于乐视网3近期股价飙升,公司接连发布多份股票交易异常波动公告,同时提醒投资者注意风险。

截至2020年前三季度,公司股

东人数为18.9万人。乐视网近期这波大涨,让不少网友对贾跃亭的“回国”表示出期待。有投资者表示:“牛年三板第一妖股诞生了”“老贾这次是要回国了吗?”此外,还有网友说:“每次也就只能涨一分钱,这猴年马月才能翻身?”

## FF91已开启预约,奇瑞捷豹路虎高管入职

乐视网之所以能在二级市场掀起涨停风暴,主要原因还是FF最新进展带来的利好预期。去年7月2日,贾跃亭个人微博发长文致歉,宣布完成个人破产重组,将补偿乐视网股民,而FF的IPO计划也在推进中。在贾跃亭长文发布后,当时处在退市整理期的乐视一度打开跌停,盘中出现大量买单。

根据贾跃亭当时的表述,FF的研发、融资、BD等业务也进展顺利,车辆软件和操作系统不断升级;同时,2019年年初就已经制订的FF

IPO计划也在紧锣密鼓地推进中,目前进展势头良好,希望短期内快速完成IPO项目。

近日,关于FF的动向迎来新进展。3月17日,FF官方宣布,原奇瑞捷豹路虎高管陈雪峰加盟公司,担任FF中国区CEO,并向FF全球CEO毕福康博士(Dr.Carsten Breitfeld)直接汇报。公司表示,陈雪峰将全面负责包括相关项目落地、生产策略、本地化产品开发以及用户生态构建等全部FF中国区相关业务。而陈雪峰本人也将会成为FF全球合伙人。

此外,公司称,FF正在全力推进代表极智科技奢华品牌基因的FF91交付相关准备工作以及中国业务的全面落地。而FF官网,已经开放优先预定,用户可以申请预约FF91。

## FF登陆美股在即,这次赔偿股民有戏了?

另一方面,FF近日宣布与

Property Solutions Acquisition Corp.(纳斯达克交易代码:PSAC)的合并交易计划。该交易预计将于2021年第二季度完成,交易完成后,FF的股票将开始在纳斯达克交易,股票代码为“FFIE”。

FF即将登陆美股的消息也让不少乐视网的股民看到了希望。根据贾跃亭当时承诺的对乐视网股民的补偿计划,他的全体债权人将以FF股东的身份共享FF未来成功的成果,并在债权人信托中预留了不超过10%的比例,主要用于乐视网股民的或有补偿,待履行完相关法定程序后即可实施,会安排专门的团队协调乐视网股民的赔偿事宜。

对此,有投资者表示:“FF要真上市了,这次总算能拿到赔偿了吧”“老贾的造成梦真实现了,我原本都不抱希望了。”但也有投资者不看好FF的前景,有网友表示:“又想要收割一波,老贾真是可以的”“FF

这车能卖得出去吗?别又重蹈覆辙。”

不过,即便FF能够成功在美股上市,也不意味着能让乐视网股民直接获利。当时,贾跃亭公开信发出后,乐视网随后也披露澄清公告。公司明确表示,目前,乐视网股民均不属于贾跃亭个人债务的债权人。贾跃亭公开信中表示“主要用于乐视网股民的或有补偿”,公司目前无法判断是否未来乐视网股东可以向贾跃亭提出补偿申请,亦无法判断上述预留信托资产对乐视网股东进行补偿的可行性。

## 乐视网想要重新上市,难度颇大

还有一部分股民对乐视网重新上市提出了预期:老贾要是能把车卖好了,说不定乐视网真有望重新上市。

而根据《深圳证券交易所退市公司重新上市实施办法》,公司申请重新上市需要同时符合多项条件,其中包括:公司最近三个会计年度经审计的净利润均为正值,且累计超过3000万元;公司近三个会计年度经营活动产生的现金流量净额累计超过5000万元,或者公司最近三个会计年度营业收入累计超过3亿元;公司最近一个会计年度经审计的期末净资产为正值等。

想要满足重新上市的条件,对当前的乐视网来说难度不小。截至2020年前三季度,乐视网录得营收2.2亿元,净亏损达到9.6亿元。同时,公司净资产为-153亿元,同比15%下滑,仍然处于资不抵债窘境。

本来只想安静地吃个饭,却要关注公众号

# 扫码点餐“收割”个人信息,该管管了!

如今,消费者在饭店用餐时,扫码点餐已十分普遍。但部分餐厅点餐、买单时,要求强制关注公众号,有的还需要输入手机号、生日、姓名等。本来只想安静地吃个饭,没想到却被“收割”一波个人信息,商家“流量捆绑”何时休?

## 扫码点餐藏“公号陷阱”,引强制关注质疑

“进店扫码点餐。”如今,消费者在餐厅吃饭时,通过手机扫码已经成为流行的点餐方式。

快速普及的扫码点餐,为用户节省了人力,给顾客带来了便利,但也暗藏“强制关注”的陷阱,引发过度收集信息、存在信息泄露风险的讨论。

在深圳福田工作的张女士说,在不少餐厅点餐、买单时都需要关注公众号,多花了时间不说,手机App也变得十分“臃肿”,有时还会收到餐厅推送的广告,让人不胜其扰,现在“吃完饭就取关”。

记者走访深圳数个商圈了解到,多数餐厅上线了扫码点餐功能。扫码后,约有一半餐厅要求关注公众号后进行点餐,一些餐厅扫码后还要求用手机号登录才能点餐。还有餐厅的点餐系统要求顾客输入手机号、生日、姓名、性别等个人信息注册成为会员。

在一家茶饮品牌门店,记者用微信扫码下单,被要求用微信手机号一键绑定或者其他手机号绑定,否则无法下单。若用支付宝扫码,顾客需要授权商家使用手机号、昵称、头像、性别、地区等信息。

同时,深圳市消委会以线上投票的方式调研了消费者对扫码消费问题的看法,共963名消费者参与了投票,949名消费者遇到需同意授权或注册会员才能使用的情形,941名消费者表示介意商家收集个人信息。

“为什么点个餐必须提交个人信息?商家有权利用点餐环节收集个人信息吗?这些个人信息被收集后会被如何使用?有没有信息泄露风险?”张女士问出了很多消费者关心的问题。

## 关注后被“画像”,或损害消费者权益

记者采访了解到,由于开发的门槛不高,市面上存在不少开发扫码点餐小程序的技术企业。

一位技术企业工作人员表示,公司可快速搭建包括App、小程序、公众号在内的扫码点餐系统,客户可选择让消费者扫码跳转关注公众号中的服务号,再进入点餐页面。而在餐品结算时,“在后台可以自定义添加要求顾客填的信息,就餐人数、顾客姓名、联系方式等都可”。

消费者还可能“一不留神”就被商家“画了像”。

国内一家人工智能企业负责人告诉记者,技术提供商可以通过相关数据,分析顾客的消费行

为,形成精准的用户画像,商户可以有针对性地将打折、优惠券、积分等营销措施推送给顾客。

从强制关注到“用户画像”,本想安静地吃个饭,却可能被商家“暗中凝视”。不少业界人士认为,消费者的多项权利或被侵害。

记者在采访中还了解到,这类问题并非仅出现在餐厅用餐中,停车场扫码缴费、酒店扫码入住……多个生活场景都出现了需要授权才能消费的默认性或强制性提交个人信息的情况,大有蔓延之势。更有不少商家通过打折和赠送小礼品获取个人信息,比如商场里扫码领取化妆品小样的自动售卖机等。

不论店大店小,各类商家都在积极地获取消费者个人信息,但其在防止个人信息泄露上投入的人力物力是否充足?让人存疑。

## 扫码点餐需有“边界”,“信息收割”待规范

不少业界专家认为,餐饮作为最基本的消费之一,覆盖了几乎所有的消费者,近来由扫码点餐消费等带来的“信息收割”迹象,亟待采取措施予以规范。与此同时,行业主管部门应当尽快出台各行业的扫码消费管理细

则,建立扫码消费的数据安全“边界”。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为,扫码点餐涉及顾客的选择权和隐私权,餐厅提供扫码点餐服务时不应强制关注公众号、强迫提供信息,部分技术公司宣称顾客信息储存在“云端”,但仍可能引发隐私泄露忧虑。

实际上,围绕个人信息安全,消费者权益保护法、网络安全法、电信条例等顶层设计均已做出规定。

广东卓建律师事务所律师余刚表示,个人信息保护法(草案)近期提请审议的背后,是互联网时代个人信息的收集方式和途径让人防不胜防。商家获取消费者手机号、通讯录、精确地理位置等多项与消费无关的信息,涉嫌违反消费者权益保护法规定的“经营者收集、使用消费者个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则”。

余刚等法律专家建议,行业主管部门应根据法律的原则性规定制定行业管理细则,督促餐饮等行业优化服务,加强行业规范,同时设立扫码消费的数据安全“边界”,拓宽消费者的侵权投诉渠道。

深圳市消委会相关负责人表示,针对扫码消费的相关问题,将进一步展开相关调查、监督工作。

据新华社

