

聚焦·视频平台新格局

爱奇艺筹划收购糯米影业 股价暴涨市值逼近千亿元

■本报记者 谢若琳

日前,爱奇艺2亿美元收购百度糯米的消息在业内传的沸沸扬扬,起因是有百度糯米的工作人员变更了劳动合同,开始服务爱奇艺。

双方合并应在情理之中,数位业内人士认为,同样出身于百度系,糯米电影的票务平台的市场份额已经很少了,如果与爱奇艺合并是更有利于协同发展的。

对此,5月15日,爱奇艺方面接受《证券日报》记者采访时表示,爱奇艺会大力发展影票业务,目前我们与百度电影票业务有着流量和技术层面的合作。

不过,有接近百度糯米的知情人士告诉记者,目前筹划并购是影业部门,“因为百度糯米旗下不止有影业、票务平台,还有餐饮、娱乐、婚庆、鲜花、房产等行业。而爱奇艺需要的,是百度糯米在票务、影业部分的线下业务,没有必要一起买下来。”

截止到北京时间5月15日,过去一周,爱奇艺股价涨幅达到33.93%,总市值达到155.64亿美元(折合人民币约989.79亿元)。

百度糯米否认整体合并

百度糯米前身为人人旗下的糯米网,2014年被百度全资收购更名为百度糯米,该平台曾被委以百度O2O战略的重任,百度公司董事长兼首席执行官李彦宏2015年曾表态“砸200亿元也得把糯米做好”。

而前不久,百度O2O业务从顶峰坠落,百度外卖出售给饿了么,而百度糯米的估值也从50亿元一路下滑,独立融资的美好前景也未能如愿达成。

尤其是在票务平台方面,百度糯米的市占率跌至个位数,地位十分尴尬。而公司寻求接盘的传闻,时有发生。去年底,壹娱观察援引知情人士称,百度糯米影业目前正寻求出售,有公司提供10亿元报价,爱奇艺报价6亿元,爱奇艺接盘可能性较大,但交易仍在谈判。

如今看来,双方谈判有了结果。据一位

不愿具名的百度糯米员工向《证券日报》记者透露,自己已经开始在爱奇艺上班了,而劳动合同也已经变更成爱奇艺的。

不过,百度方面回应《证券日报》记者时称,双方并未合并,是与爱奇艺有技术和流量层面的深度合作。

而另一位百度糯米内部人士告诉记者,“从去年开始,百度糯米就与爱奇艺展开多方合作,我们合作集中在开拓线下业务、商务业务,打通了用户会员体系,今年也会将百度糯米流量导入过去。基于合作需要,所以会有一部分同事过去(爱奇艺)开展工作,不过,到目前为止,我们还没有得到确认合并的通知。”

爱奇艺市值逼近千亿元

据了解,目前糯米已经完成从团购佣金到整合百度系资源的本地服务营销模式。

上述百度糯米内部人士告诉《证券日报》记者,从行业划分来看,糯米电影业务是垂直性最高的行业,业务模式有一

定上下游资源打通等独立性,其他行业还有出行酒店(作为平台,以携程资源为主)、餐饮、休闲娱乐、生活服务、丽人、结婚等行业的转向运营,并在扩充招聘、房产销售等行业。具体来讲,业务模式上目前百度糯米已经几乎脱离团购佣金模式,以赋能各行业线上营销为主营,即本地化广告业务为主。

他表示:“除了线上流量,最近百度还推出了聚屏,类似分众传媒的模式,整合线上线下线的屏幕做整合营销。这部分业务在百度糯米,或者我们内部叫本地广告事业部的旗下展开”。

而《证券日报》记者独家获悉,此次收购范围仅限电影部分,但是收购事宜没有完全落停,双方还在推进一些细节,也有可能最终宣布内部业务调整,仍以部门协同的模式进行。

不过,受益于合并传闻,爱奇艺近期股价一路飙升,截止到北京时间5月15日,过去一周,爱奇艺股价从16.3美元/股涨至21.83美元/股,涨幅达到33.93%。当日,总市值达到155.64亿美元。

今日头条抢滩自制剧 直接叫板“优爱腾”?

■本报见习记者 陈炜

在短视频领域受到监管层面的多重压力下,为获取更多流量,今日头条的下一个目标,已经指向了“长视频”和“自制剧”。据相关媒体报道,今日头条首份自制剧片单或将于今年6月份问世。

对此,今日头条方面对《证券日报》记者表示,对市场传言不置评。不过,接近今日头条的知情人士告诉记者,自制剧确实在筹备,不过这是一个长期工程,具体能不能做出点效果还是未知数。

事实上,早在今年2月份,就有消息称,今日头条官方招聘渠道中出现了制片助理、剧本编审等影视剧相关的招聘岗位。

根据记者拿到的招聘信息显示,制片助理一职将参与今日头条自制剧综艺和自制剧的制作全流程,负责节目素材管理、数据统计和报销处理等工

作。此举也被看作是今日头条有意进军长视频领域。

彼时,就有消息人士称,“头条正在寻找IP,进行改编和网剧的合作,之后要开‘头条剧场’(暂定),入口在今日头条和西瓜视频,希望用长视频继续获取新用户,尤其是女性用户。”

同时有报道称,今日头条的长视频业务有别于45分钟时长的传统网剧,更可能是15分钟时长微电影性质的内容,以此来规避直接竞争,另辟蹊径。

但根据目前最新的消息来看,虽然尚不能明确今日头条在内部架构上是如何安置自制内容部门的,但其计划制作的自制内容与三大视频网站的自制内容没有显著的时长和题材差别。

这也意味着今日头条将在自制剧领域与优酷、爱奇艺、腾讯等视频平台展开正面竞争。

有业内人士向记者表示,一方面,今日头条布局长视频领域,可以探索新的用户增长点,平衡用户性别比例。另一方面,“流量”仍是其押注长视频的关键所在。“今日头条选择将流量变现的方式还是传统的广告模式。而若要提高广告收入,则必须获取更多流量。”

资料显示,2016年,今日头条创始人、CEO张一鸣提出了“all in 短视频”的口号,斥资数十亿元补贴短视频创作者。除自身孵化的抖音、火山小视频、西瓜视频外,今日头条还收购了国外短视频平台Flipagram、音乐短视频社区Musical.ly、相机拍照工具Faceu 激萌、二次元社区半次元等。

而在去年的11月份,张一鸣更是公开表态称,在今日头条及旗下平台,每天有2000万条短视频上传,已形成全球最大的短视频生态。但不容忽视的

是,时至今日,其旗下的短视频平台,仍承受着来自政策及监管的压力。

在此背景下,今日头条选择由短视频过渡到长视频领域,以扩充自身的内容形式,寻求新突破点,也并不是一个令人意外的决定。

但有分析人士向记者表示,哪怕是占据了超70%市场份额的视频平台三巨头——优酷、爱奇艺和腾讯,目前也仍面临着“烧钱”的压力。腾讯总裁刘炽平此前就曾表示,“视频业务估计需要很长一段时间才能实现收支平衡。”

而在行业逐渐趋向饱和、国内市场形成三足鼎立格局的大背景下,上述分析人士认为,即便今日头条在短视频领域成绩斐然,但对于产品类型完全不同的长视频,其经验难以复制。选择在刻入局,其能否凭借先发优势撼动拥有资本、版权和人才优势的三巨头,还值得商榷。

过气网红《旅行青蛙》进驻淘宝 阿里、腾讯流量场上正面交锋

■本报记者 谢若琳

曾经风靡一时的手机游戏《旅行青蛙》登陆中国了。阿里游戏于4月2日拿下《旅行青蛙》在中国大陆区的独家代理权,5月3日,该游戏正式在淘宝开始限量内测。5月19日,官方周边商品正式开售。

从收入来看,目前《旅行青蛙》的主要收费来源包括下载量和广告,其中广告占大部分。对此,阿里游戏相关负责人在接受记者采访时表示,初期并没有考虑商业化的问题。

那么,不差钱的阿里,在找到游戏的正确打开姿势后,要正式下场与腾讯PK了吗?

资料显示,Hit-Point成立于2007年,公司以手游为主营业务,规模很小,整个团队只有25人左右,而《旅行青蛙》的研发团队目前一共有7个人,其中核心成员只有4个人。

《旅行青蛙》是Hit-Point在2017年底上线的一款放置类游戏,在没有中文版的背景下,在iOS端中国区下载总量已经超过3000万。在外界看来,《旅行青蛙》热度已经开始下滑,此时阿里再次推出这个“过气网红”,是不是一个好时机呢?

虽然目前《旅行青蛙》下载数量在逐渐减低,但是现在从全世界各个国家来看,中国区的下载数量还是位居全世界第一位。Hit-Point的项目经理高崎在接受记者采访时表示,“我们面向中国市场开发的游戏也是有两个路线,一方面,目前《旅行青蛙》只是在iOS平台上进行发布,今后我们也想进一步扩大到安卓平台;另一方面,页游版本也于日前开始公测。”

此外,手游内容也做出相应调整,增加了中国旅游元素。他进一步表示,“这部分制作交给阿里,我们的团队进行监制,确保风格一致。”

与腾讯投资京东、拼多多相对应,阿里大步迈向游戏,无疑也踩在了腾讯的痛点上。游戏是腾讯主营业务中最大的收入来源之一,根据腾讯2017年年报,过去一年腾讯实现营业收入2377.6亿元,其中游戏收入978.83亿元。

业界普遍认为,腾讯游戏的成功很大原因归功于流量,“腾讯社交平台做得好,QQ、微信等都能导流,

所以很多大厂在选择发行平台时,更愿意选择腾讯而不是网易,就因为腾讯自带巨额‘量’,而网易自己还得‘买量’。”一位不愿具名的业内在接受《证券日报》记者采访时表示。

而阿里游戏最新的打法优势亦是在此。根据阿里最新财报数据,今年3月份,阿里中国零售平台的移动月活跃用户数达到了6.17亿。从《旅行青蛙》嵌入淘宝的操作就可以看出,阿里试图通过电商,为阿里大文娱板块导流。

在淘宝中植入小游戏,一方面可以降低游戏门槛,为其提供大量的用户支撑;另一方面,也有助于提升用户对淘宝的黏性和打开率。这与腾讯当下热门的微信小程序,是同一款套路。

据了解,未来,阿里鱼将围绕商品化授权、营销授权、空间授权启动全渠道合作,与旅行青蛙版权方一起,推进国际化合作,开发衍生品,从另一个角度来看,也反哺阿里电商体系。

实际上,从2017年开始,阿里游戏逐渐完善游戏类型上的布局,除了MMORPG、SLG等重度游戏之外,也布局了独立游戏领域。但是,鲜有爆款,以至于业内对阿里评价为“没有游戏基因”。

而这一次《旅行青蛙》的操作,也让不少业内人士感到惊喜。一位不愿具名的券商分析师认为,阿里终于找对了方向,借助自身优势进攻,才能有出其不意的效果。“虽然目前《旅行青蛙》的人气不如顶峰,但是仍然有理由相信,这是阿里游戏一次新的形式探索,这一方面未来有很大的空间可以拓展,甚至有可能通过爆款游戏,带动阿里心心念念的社交功能。”



聚焦·文娱公司 IPO 热潮

编者按:继影视公司上市热之后,以腾讯音乐为代表的音乐网站类公司也踏上了上市的征程,其他音乐网站类公司对于上市也是雄心勃勃,就看能不能征服资本之心。

腾讯音乐或于年底上市 IPO 估值将超 250 亿美元

■本报见习记者 陈炜

此前已多次成为上市传闻主角的腾讯音乐,近日再次被爆出“将于2018年末登陆美股或港股上市”的消息。

据相关媒体报道,目前腾讯音乐已经开始邀请多家投行进行投标,将于2018年年底实现上市,计划融资30亿美元至40亿美元,预计估值将超过250亿美元,对标全球流媒体巨头Spotify的估值。

针对此传闻,腾讯方面回应称“非官方消息不予置评”。

不过,有知情人士告诉记者,此次的上市传闻,似乎并不是空穴来风,腾讯音乐确在紧锣密鼓筹备中。

再现上市传闻

根据融资材料显示,腾讯音乐在2016年收入近50亿元,净利润近6亿元;2017年其营业收入超过94亿元,净利润超过18.8亿元;预计2018年其营业收入将超过170亿元,净利润达到36.5亿元。

同时,据相关媒体援引知情人士透露,腾讯音乐已委任5家投行安排其在美IPO事宜,包括美银美林、高盛和摩根士丹利等。

对此,腾讯音乐方面回复称,目前关于上市的传闻均非官方消息,因此不予置评。

但事实上,这已经不是第一次传出腾讯音乐将要上市的消息。

早在2016年底,腾讯音乐集团就进行了一次人事架构调整,其中,腾讯集团财务总监胡敏被任命为腾讯音乐CEO,负责腾讯音乐财经管理工作,向腾讯音乐CEO彭迦汇报。

彼时,这一人事变动就被外界解读为是腾讯音乐上市的重要信号,但腾讯音乐相关负责人回应称,只是合并后正常的架构调整。

而在2017年,又有传闻称腾讯音乐正寻求在首次公开募股前进行新一轮融资,同时寻求银行参与其规模至少10亿美元的IPO交易。针对各类传闻,腾讯音乐的态度一直是“不予置评”。

但多次传闻的出现似乎也不是空穴来风,在今年3月份的财报会议上,腾讯总裁刘炽平公开表示,腾讯音乐可能是公司分拆的候选者。而这也与之前的消息相契合,腾讯或在考虑将音乐业务分拆在港股或美股进行上市。

估值或超 250 亿美元

而在上市传闻频繁见诸报端的同时,腾讯音乐的估值也一路上涨。

在去年年底腾讯音乐与Spotify的换股协议中,Spotify花费9.1亿欧元(约合11亿美元)收购腾讯音乐9%的股份,以此计算,彼时,腾讯音乐对应的估值约为123亿美元。

而据相关消息人士指出,腾讯音乐此次IPO的目标估值为250亿美元,相隔仅几个月,其估值已经翻倍。

资料显示,作为全球正版流媒体音乐服务平台巨头的Spotify,其已于今年4月初在美国纽交所上市。根据数据显示,截至5月15日收盘,其市值约为284.95亿美元。而若腾讯音乐上述估值属实,则其已对标Spotify的估值。

有业内人士指出,若腾讯音乐成功登陆美股,则将成为美国证券交易所史上第四大科技股IPO。

根据中国数字音乐平台排行榜显示,去年排在该榜单前三位的分别为QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐,而后两者,已于去年年初被腾讯收购,与QQ音乐进行了整合,成立了腾讯音乐娱乐集团。

据数据显示,2017年腾讯在中国流媒体音乐市场的份额高达78%,为国内最大的音乐流媒体提供商。同时,腾讯音乐集团掌握了包括环球、英皇、华纳、索尼、华谊在内的版权,在版权市场拥有着绝对的领先优势。

有分析人士向记者表示,此前腾讯音乐登陆港交所的可能性也一直被广泛讨论,但推进过程相对缓慢,目前来看,港交所于近日推出的条款不允许公司法人从加权投票权中受益,不符合腾讯音乐的发展现状。

在他看来,鉴于腾讯音乐与Spotify之间的交叉持股模式,若其选择在美国上市,更便于二者间的股票流通。

范丞丞经纪公司二度冲击 A 股 两年前的业绩承诺还未达标

■本报见习记者 陈炜

在今年多档偶像选拔节目火爆的背后,艺人背后的经纪公司一时间备受资本市场关注。其中,在3月底刚刚宣布摘牌新三板的乐华文化,已悄然开启其IPO进程。

对此,《证券日报》记者于5月14日下午就IPO进展事宜联系乐华方面,但截至记者发稿,公司方面并无回应。

不过,记者日前从证监会北京局官网了解到,目前乐华文化已正式接受在主板上市的辅导,辅导券商为招商证券。这也就意味着,若进展顺利,12个月内乐华文化就可以向证监会提交IPO申报材料。

将造富韩庚等明星股东

乐华文化于2015年9月底正式挂牌新三板。其最广为人知的,即其在偶像产业中的领头羊地位。通过近日《偶像练习生》、《创造101》等节目被大家熟知的练习生团体就可窥得一二。

根据其2017年半年报显示,报告期内,西藏华果果投资咨询有限公司持有乐华文化6.23%的股份,为公司第四大股东。而《证券日报》记者通过启信宝平台查询发现,艺人周笔畅、韩庚、黄征均为该公司股东,也因此间持有乐华文化。

其中,韩庚与乐华文化的关系被业内看作是“相互成就”,作为国内第一批在韩国接受过完整练习生培训体系,并取得成绩的艺人,韩庚在2009年解约回国后,与乐华签订了经纪约,为后来带来了最初的关注度。

而在偶像行业投入大量精力的乐华文化,显然也在不断谋求其在资本市场上的发展。

3月21日,乐华文化发布公告称,已报送终止挂牌申请材料,公司股票自3月22日起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

对于摘牌新三板的原因,乐华文化此前在公告中提及,是为配合公司业务发展和长期战略规划,以及考虑到目前股票流动性较低、融资成本较高等问题,为进一步提升公司的决策效

率、降低成本、扩大竞争优势,促进公司更好地发展。

两年前谋求借壳未果

事实上,从乐华文化此前在资本市场的成长路径来看,早在其挂牌新三板后3个月的时间点上,公司就曾披露重大事项,拟以23.2亿元的价格将乐华文化100%股权转让给共达电声。

此交易随后收到深交所问询函,而在共达电声多次调整交易预案后,2016年10月底,乐华文化100%股权的交易价格变更为18.9亿元。同时,承诺乐华文化2016年度、2017年度和2018年度经审计扣除非经常性损益后归属于母公司股东的税后净利润分别不低于1.5亿元、1.9亿元和2.5亿元。

但值得注意的是,根据乐华文化2016年年报显示,报告期内公司实现净利润6448万元,归属于公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为5977万元,不足上述承诺业绩的一半。

而该收购事宜最终宣告终止,彼时就有消息称,乐华文化有单独IPO的意向。据相关媒体报道,公司董事长杜华表态称,一方面,因并购时间太长,整个行业和政策环境都发生了变化;另一方面,乐华也有新的对接A股上市公司的途径,想单独IPO。

但有不愿具名的分析人士向记者表示,虽然乐华被称作是“艺人经纪第一股”,但从其近年来的业绩表现来看,并不尽如人意。

根据乐华文化2017年半年报显示,报告期内公司实现营业收入7968万元,同比下降71.18%;实现净利润1873万元,同比下降66.55%。公司方面表示,营业总收入及营业总成本主要变动原因为前期预计票房与实际结算存在差异,导致收入成本以及影片拍摄及排片档期导致收入无法确认,下半年影视剧方面将逐步推出。

事实上,哪怕是乐华最有优势的偶像产业,目前也面临着多方竞争者的人局,包括王思聪的香蕉娱乐、爱奇艺旗下的果然天空、后起之秀坤音娱乐、麦锐娱乐等,实力都不容小觑。

传喜马拉雅重搭 VIE 架构赴港 IPO 公司回应称目前暂无明确计划

■本报见习记者 陈炜

针对近日传出的“喜马拉雅被曝或以40亿美元估值融资,重搭VIE赴港IPO”消息,喜马拉雅CEO余建军回应称,赴港IPO消息不实。同时,公司方面也表示,目前没有明确的上市计划。

这一事件的起因,即5月10日,青岛城市传媒股份有限公司(以下统称“城市传媒”)发布公告称,将以不超过4000万美元的自有资金认购Grand Everlasting Limited Partnership(以下统称“美元基金”)。而根据公告显示,该美元基金投资标的为国内某移动互联网音频行业企业。

也因此,有相关媒体援引知情人士透露,该标的公司为喜马拉雅,此举是喜马拉雅计划重新搭建VIE架构,把部分国内老股东“翻出去”,以实现其在香港上市的计划。

同时,该报道称,上述基金预计间接占标的公司1%左右的股权,以此计算,喜马拉雅目前估值或将达到40亿美元(约合254.64亿元)。

对于青岛城市传媒的投资,有喜马拉雅内部人士表示并未收到确切消息,目前公司在业务层面,仍关注三个层面,包括精准广告、智能硬件及内容付费。

资料显示,喜马拉雅是国内音频分享平台,于2013年3月份上线手机客户端。截至目前,其已经拥有4.5亿的激活用户,500万名主播,活跃用户每日人均收听时长128分钟,在国内音频行业市场占据73%的市场份额。

目前暂居中国最大的音频平台。

而事实上,这也不是喜马拉雅第一次出现上市传闻。

资料显示,在2015年底,喜马拉雅宣布公司已完成VIE架构拆除,正式回归国内资本市场。此后,其获得1150万美元的A轮融资,共有SIG(海纳亚洲)、KPCB(凯鹏华盈)以及Sierra Ventures三家公司参与,共出让近30%的股权。

彼时余建军表示:“未来VIE可能被认定为外资机构,公司在国内发展可能会遇到政策性限制。现在及早拆除是明智之举,估值越高越难拆。”

也有业内人士指出,喜马拉雅用户多集中在国内,回归国内市场才更有利于其发展。同时,随着互联网音频行业成为资本追逐的风口,音频公司期望能够借助资本的力量不断壮大。

但在2015年底拆除VIE架构,实现国外投资者退出后,喜马拉雅将以何种形式进入二级市场,公司方面并未给出明确的方案。

同时,喜马拉雅FM联合创始人、联席CEO陈小雨表示:“曾经相关方面请我们讨论上市的事情,让一些具有发展前景但短时间内营收有限的企业回国。未来国内的注册制一旦推出,可能不会对营收硬性指标,但要求在行业中有一定的影响力。”

而时至今日,又传出了喜马拉雅“重新搭建VIE架构”的消息,有不愿具名的分析人士向记者表示,无论是“拆除”还是“重搭”,其实主要还是受资本市场政策的影响。

