

阅文集团去年巨亏45亿元 付费用户数三年原地踏步

■本报记者 谢若琳

3月23日,阅文集团交出了换帅后的首份财报。财报显示,阅文集团2020年实现总收入85.3亿元,同比增长2.1%;亏损达到了45亿元,而去年同期盈利11.12亿元,这是阅文集团上市以来首次亏损。

2020年,阅文集团走得并不顺利,一方面,公司高层换血,并遭遇了成立以来首次出现的网文作家大规模冲突事件;另一方面,免费阅读市场高举高打,对于主打付费阅读的阅文集团而言,生存空间被进一步挤压。

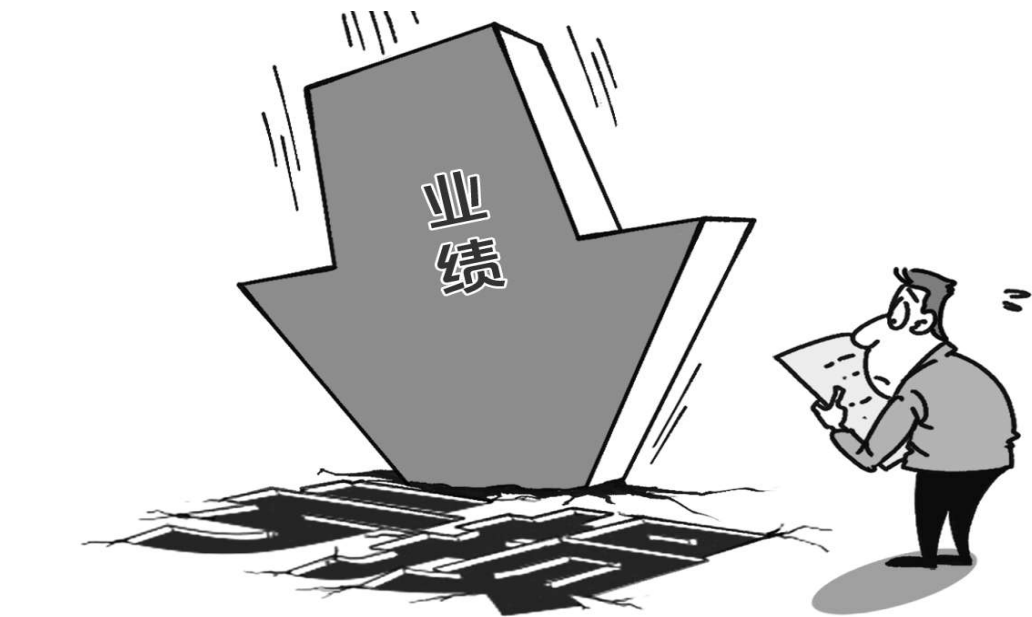
在年报中,阅文集团表示,2020年公司面临了来自外部及内部的双重挑战。“在外部,我们既受到了疫情的影响又面临着市场竞争的加剧;在内部,一整套体系的缺乏和各业务融合的不顺畅也阻碍了阅文集团前行的脚步。”

新丽传媒拖累业绩

报告期内,阅文集团经营亏损44.75亿元,去年同期经营盈利11.94亿元;归属于公司股东亏损44.84亿元,去年同期盈利0.96亿元。

“阅文集团的亏损在意料之中,一方面,公司于2018年收购的‘百亿标’新丽传媒表现不佳,商誉、商标减值44.06亿元,严重拖累业绩。另一方面,2020年公司主业表现平平,付费阅读的用户规模和付费比率没有太大变化。”一位传媒行业分析师在接受《证券日报》记者采访时表示。

从营收结构来看,阅文集团收入来自两个板块:一是在线业务,主要是在线付费阅读、网络广告以及在公司平台上分销第三方网络游戏所得的收入;二是版权运营及



曾梦/制

其他,来自制作及发行电视剧、网络剧、动画、电影、授权版权改编权、运营自营网络游戏及销售纸质图书的收入。

在线业务是阅文集团主要收入来源,该板块2020年收入49.32亿元,同比增长32.9%。该板块收入由三部分构成:公司自有平台产品、腾讯产品、第三方平台在线业务。

其中,公司自有平台产品收入同比增长61%,这是分销渠道扩展及用户为阅读内容付费的意愿提高所带动。2020年,阅文集团付费用户的平均花费有明显提升,每位付费用户的平均月收入为34.7元,同比增长37.15%。

但是,去年腾讯产品自营渠道和第三方平台在线业务都出现收入减少的情况。其中,腾讯产品自营渠道收入同比减少18.4%,这主要是由于公司持续扩展免费阅读业务而使得若干腾讯产品自营渠道的付费

阅读收入进一步减少;第三方平台在线业务同比减少22.8%,这主要是由于来自若干第三方平台合作伙伴的收入减少所致。

而阅文集团版权运营及其他收入板块在2020年实现收入35.94亿元,同比减少22.5%。该板块由两部分构成:版权运营和其他,这两部分收入均有所减少。

去年阅文集团版权运营收入减少主要是受疫情影响,电影、电视剧等内容产品延期;而其他收入减少主要是实体书销售收入减少所致。

免费内容原创平台上线

阅文集团的主业走向也存在争议,争端主要围绕免费、付费的商业模式。

“付费”是国内网络文学市场发展的基石,阅文集团兴起于付费时代。2002年,吴文辉创立起点中文

网,尝试在线收费阅读服务。2003年,起点中文网被盛大收购,成为盛大全资子公司。经历了上市失败,管理层内斗等一系列矛盾后,2013年3月份,以吴文辉为首的起点创始团队集体辞职,次年,吴文辉加入腾讯,担任腾讯文学CEO。2015年3月份,盛大文学以50亿元的价格卖身给腾讯,双方合并后更名“阅文集团”,吴文辉担任CEO。

在“吴文辉时代”,阅文集团一直是付费模式的先行者。直至2020年4月27日,吴文辉等多位阅文集团高管集体辞职,腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武接任阅文集团首席执行官和执行董事,腾讯平台与内容事业群副总裁侯晓楠接任阅文集团总裁和执行董事。

彼时,有不少网文作者担心阅文集团将改变付费的传统网文收费模式,走上“免费阅读”的模式。随后,阅文集团2019年版的旧合同

被曝光,引爆网文行业,部分网文作家称这份旧合同存在“霸王条款”,甚至发起“5S断更”活动抗议。

这场抗议以阅文集团新管理层推出“单本可选新合同”而告终。但网文作家对免费阅读的抵制和担忧还是没有根据的。2020年以来,免费阅读软件高举高打,侵蚀了网文市场的生存空间。根据极光《2020年Q4移动互联网行业数据研究报告》显示,2020年12月份,应用DAU(日活)飙升榜TOP10中,三款在线阅读APP入围,其中阅文免费小说、番茄免费小说、必看免费小说DAU同比飙升546.5%、303.3%、221.6%,同比增长应用排名第二、第五和第十。

根据财报,过去三年,在免费阅读市场高歌猛进的同时,阅文集团付费用户规模始终在原地踏步。2018年至2020年,公司月付费用户分别为1080万、980万、1020万,付费比率分别为5.1%、4.5%、4.5%。

在免费阅读大行其道的背景下,阅文集团或将采用付费+免费同步走的方式,核心内容仍以付费模式为主,而时下热点可以用免费阅读的模式提升用户黏性。”艾媒咨询CEO张毅在接受《证券日报》记者采访时表示,阅文集团免费阅读的内容也将呈现出一定规模。

对于免费模式,阅文集团方面向《证券日报》记者表示,2020下半年,新管理层通过系列举措,如深化QQ浏览器、移动QQ等腾讯渠道紧密合作,成立内容决策组对免费内容进行统筹管理;公司也在2021年初上线了免费内容原创平台“昆仑”,培育优质的免费作家等;截至2020年12月份,阅文集团的免费内容平均DAU约为1000万。

“入籍”苏宁易购一年半蜕变 家乐福中国将谋求独立上市

■本报记者 曹卫新

在竞争激烈的新零售行业,家乐福中国在2019年第四季度扭亏为盈后,将迎来事业增长的“第二曲线”。

《证券日报》记者日前从家乐福中国了解到,加入苏宁零售版图的一年多以来,通过数字化的改造,创新的零售模式,前瞻性的行业布局,家乐福中国门店不断升级改造,落地生花,完成了全方位的蜕变。

“家乐福小程序目前累计注册用户突破了2000万人,这2000多万小程序用户有效推动了家乐福到家业务销售,目前整体订单的及时履约率达到了98.5%。”家乐福中国CEO田睿在接受《证券日报》记者采访时表示。

据了解,家乐福小程序于2020

年2月份正式上线,在苏宁易购App接入“家乐福1小时达”服务的基础上,家乐福线上业务再添新渠道。上线一年多时间,家乐福小程序累计注册用户实现从0到2000万人的跨越式发展。

家乐福中国于1995年正式进入中国大陆市场,是最早一批在中国开展业务的外资零售企业之一,主营大型综合超市业务。截至2019年3月份,家乐福中国在国内开设有210家大型综合超市以及24家便利店,总建筑面积超过400万平方米,覆盖22个省份及51个大中型城市。然而,从经营效果来看,家乐福中国在传统商超高频模式下,门店经营陷入了困境。

2019年6月份,苏宁易购宣布全资子公司苏宁国际拟出资48亿元收购家乐福中国80%股份。交

易完成后,苏宁易购将成为家乐福中国控股股东,家乐福集团持股比例降至20%。仅3个月的时间,苏宁易购即完成了对家乐福中国80%股权收购,并启动了对家乐福中国的数字化改造。

依托互联网、智慧零售两次转型的数字化经验,苏宁易购为家乐福开出的改造方案将数字化聚焦在运营管理效率、经营模式、门店OMO数字化、供应链整合及效率四大领域。以经营管理效率提升为例,家乐福中国围绕“店”的能力系统化、平台化,让“店”的属性从单一的经营属性,向服务属性、社交+电商属性迭代升级。经过一年多的数字化改造,家乐福从“打通”到“整合”,再到“服务与效率”,开启了跨越式发展的新阶段。

自2019年9月份纳入苏宁大

快消体系后,家乐福中国通过门店数字化改造以及与苏宁生态的加速融合,经营效益稳步提升。家乐福中国2019年第四季度即实现了过去近7年来首次单季度盈利。

“家乐福是苏宁的战略性业务,接下来要重点提升家乐福高质量、可持续发展水平,围绕商品供应链、店面运营、互联网经营、技术系统四条主线不断夯实核心能力,只有把核心能力打牢了,新业务的深入才有稳定和强大的基础。”在深入家乐福总部调研时苏宁集团董事长张近东表示。

谈及2021年家乐福中国的战略规划及未来发展方向,田睿告诉记者:“2021年家乐福将聚焦大店赋能、B2B赋能和到家业务规模发展三大方向,打开新的增长空间,未来将协同更多的战略伙伴,继续

为消费者带来更好的商品和购物体验,并谋求独立IPO。”

据知情人透露,家乐福中国接下来可能会释放少量股权引入战略投资者,以进一步实现家乐福中国的良好发展,并推进IPO步伐。

谈及家乐福中国的发展布局,中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林对《证券日报》记者表示:“如果家乐福三大赋能只聚焦在线下是很难打开成长空间的。家乐福要尝试做线上端口,而不要停留在线下,中国互联网发展的现实就是线上将越来越占据零售头部地位,线下经营会越来越难,即使作为超市,本地化再成功,那也只是维持过去的兴盛,不能拓展新的业务空间。所以尝试做一个互联网入口,推进本地化业务是家乐福未来需要拓展的方向。”

董事长面对面

青云科技黄允松:从“码农”到上市公司董事长



青云科技董事长黄允松
李乔宇摄

■本报记者 李乔宇

“上市比想象中的困难多了,整个过程很曲折。”在青云科技位于北京的一间办公室里,青云科技董事长兼CEO黄允松告诉《证券日报》记者。

3月16日,青云科技正式在科创板挂牌上市,成为“中国混合云第一股”。上市首日,青云科技放量上行,一度触及98元/股高位,距离百元股仅有一步之遥……

为了这一刻,青云科技努力了9年。回忆起上市历程,黄允松坦言上市过程的复杂程度远超他的想象。他曾在11天内走访了50家投资机构,为了

符合科创板上市要求,公司内容曾多次修改补充资料,无数次与券商等金融机构进行沟通交流……

“整个过程很有趣,很有标杆示范意义。”黄允松告诉《证券日报》记者,过会的那一天,他的手机一直在响,从下午6点到晚上11点,他一直在回复来自不同的投资人以及科技企业创始人发来的信息,“处理的信息比春节拜年时都多。”

黄允松称:“大家都很高兴,青云科技的上市对于科技企业来说是一个正向的促进,能够成为一个良性上升型的反馈机制,也算是为兄弟们成为一个摸着石头过河的人。”

从“码农”到上市公司董事长

“我是一个地地道道的‘码农’,做任何决策只相信数据。”采访过程中,“码农”成为黄允松屡次提及的关键词。

在青云科技创办之前,黄允松曾在IBM中国软件开发实验室有过近10年的工作经历。IBM工作期间,黄允松捕捉到一个关键数据,即云计算对我国传统IT企业的渗透率远远不足。这项数据驱动着黄允松走出了实验室。2012年黄允松一手创办了青云科技正式成立。

时至今日,青云科技已经走过了9年的时间。在这9年的历程里,

青云科技造就了云计算行业中的很多标志性事件。其中一个重大事件,就是在国内首次把云计算带入到金融行业。

2014年,青云科技迎来了一个关键性节点。在这一年里,公司完成了B轮融资,迎来了首位金融行业的头部客户。

在2014年8月份,黄允松第一次站在招商银行门前。在此之前,黄允松翻阅了近5年的行业报告,青云科技也在过去几年的发展中积累了较为充分的技术以及实践经验。为了谈下这个客户,黄允松曾多次往返于北京和深圳,与另外一名同事交替去招商银行拜访,保证每周都有人去“刷脸”,对客户展示和讲解公司的产品运营模式。为了节省成本,他频繁乘坐“红眼”航班,一度在深圳机场过夜,后来索性租房住在客户附近。

与此同时,与青云科技一同竞标的对手分别为:一直服务这家金融机构的境外巨头供应商、一家国内科技巨头企业、一家国内互联网巨头企业,还有一家要价极为低廉的云服务商供应商。

相比之下,青云科技彼时营业执照上注册资金仅有3万元,公司员工总数不过十几人,报价却是在一众竞争对手中最高的。

“对于大型企业而言,他们在乎的不是成本,而是能不能把事情做

好。”黄允松告诉《证券日报》记者,经过两轮PoC测试后,青云科技从竞争对手中脱颖而出。2015年初,青云科技正式成为招商银行新一代DevOps应用云项目的解决方案供应商。

攻破了第一个头部用户,第二个、第三个也就随之而来。随后,青云科技陆续实施了招商银行、中国银行云平台项目,正式进入私有云市场。

据青云科技披露的招股说明书信息显示,招商银行以及华润创业在2019年仍位列公司前五大客户名单。

目标:成为A股最大市值科技股

如今的青云科技已经不需要为了争取关键客户资源发愁了。黄允松将银行、保险、能源、交通形容为青云科技的四大核心行业,制造、政府与公共事业、教育和医疗则是青云科技正在发力的“四新”领域。在未来,青云科技还会陆续布局以省会城市为代表的新一线以及二线城市。

随着业务范围的扩展,青云科技的营业收入也水涨船高。2017年,公司实现营业收入2.39亿元,2018年该数据增至2.82亿元,2019年增至3.77亿元。根据未经审计的管理层报表数据,2020年青云科技实现营业收入4.29亿元,同比增长13.91%。

如今,百行千业数字化转型持

拟募资10亿元加码游轮旅游产业 宜昌交运 切换绿色发展新赛道

■本报记者 李万晨曦

宜昌交运大手笔造游轮了。

近日,中国证监会批复同意了宜昌交运的非公开发行股票申请。该公司拟募集资金10亿元,其中8亿元主要用于补充“两坝一峡”新型游轮旅游运营力和长江三峡省际度假型游轮项目建造。

从一家传统道路运输企业起家,逐步向旅游综合服务企业转型,宜昌交运印证了该公司董事长殷俊说的一句话:“十年磨一剑,奋进正当时”。

依托长江三峡资源 升级游轮旅游产业

十年前,宜昌交运登陆资本市场时,主营业务为旅客运输服务和汽车经销。彼时,位居湖北道路运输市场第二位的宜昌交运,依靠其覆盖广泛的道路客运线路网络,创造了每年旅客运输服务4.12亿元的营业收入。

彼时,宜昌交运预测到宜万铁路、汉宜高铁开通给公司业务带来冲击,未雨绸缪,使用1.1亿元首发募集资金建造了6艘“两坝一峡”豪华观光游轮,提前谋划向旅游产业转型。

《证券日报》记者来到以“三峡门户、川鄂咽喉”著称的宜昌市,在宜昌交运会议室采访了董事长殷俊。殷俊表示:“绿水青山就是金山银山。我们深耕长江三峡世界级旅游资源,不断丰富旅游产品,着力提升服务品质,既推动长江经济带绿色发展,又满足了人们对美好生活的向往,这就是宜昌交运的使命与情怀。”

殷俊长期在宜昌国有企业工作,有着深深的“三峡情怀”。“随着疫情防控形势积极向好,旅游业逐渐恢复常态,宜昌交运将在‘十四五’期间,重整行装再出发,全面开启二次创业新征程。依托长江三峡世界级旅游资源,深耕‘两坝一峡’,厚植‘两江两山’,加快打造长江三峡旅游综合服务新体系;将游轮产业形成一套旅游产品、一本旅游书籍、一个旅游体系,加快推动游轮旅游管理模式复制输出。”谈到宜昌交运战略转型的愿景,殷俊充满信心。

记者从宜昌交运了解到,2016年至2019年,宜昌交运道路客运板块营业收入连续4年稳定保持在4.02亿元至4.29亿元,旅游综合服务板块收入持续增长,4年复合增长率达21.07%。旅游综合服务板块利润更是大幅度攀升,四年复合增长率达47.81%。

对此,殷俊表示,尽管全国道路客运呈现全行业持续下滑的趋势,但宜昌交运不等不靠、主动作为,加快转型升级,加速提档升级,大力发展游轮度假和休闲观光旅游业务,练好山字经、做好水文章,讲好三峡故事、演绎长江传奇,强化宜昌交运长江观光旅游的品牌培育和品牌输出,努力成为中国内河游轮旅游产业的领航者。

宜昌交运2019年年报显示,该公司旅游服务业务毛利率达43.08%,旅游综合服务板块利润占比达45.31%。2020年,尽管遭受新冠肺炎疫情的严重冲击,但该公司旅游产业板块依然保持了平稳恢复态势。

“不仅深耕于两坝一峡和两江两山之间,宜昌交运还要品牌输出、走出去发展,不仅走出宜昌、走出湖北,还要走向全国、走向世界。”面对未来,殷俊信心满满。

2020年12月份,宜昌交运与良业科技共同签署了《战略合作协议》,拟就中国内河观光游轮旅游项目开展全面战略合作;还与三峡环境旅游集团签署了《战略合作协议》,合资组建5A级旅游景区三峡人家专线船公司,进一步深化股权合作关系,宜昌交运或将作为战略合作伙伴参与三峡人家景区的股权投资。

与此同时,公司和江苏省规模最大、产业链最完善的旅游平台南京旅游集团开展合作,开发南京滨江游等旅游项目。预计4月中旬游轮产品正式上线,“长江传奇”号南京滨江游将正式起航。

根据公告,本次募投项目之一就是建设4艘省际度假型游轮,项目建成投产后将运行宜渝航线,深度开发湖北省宜昌市至重庆市的跨省际豪华度假型游轮旅游产品。

创新布局新能源 切换绿色发展新赛道

宜昌交运多年来积极探索业务多元化布局,如今已形成了集综合交通服务、旅游综合服务、商贸物流服务为一体的产业集群。

上市10年来,该公司营业收入从上市之初的9.78亿元,增加到2020年的近20亿元,翻了一番多。

宜昌交运培育的“两坝一峡”系列旅游产品,将精品短途旅游线路的游客接待规模从2.5万人扩大到200万人。为贯彻落实长江大保护国家战略,公司又在思考新能源、绿色环保技术在船舶上的运用,引领船舶绿色发展方向。

本次募集资金的9029.41万元,将用于与中国长江电力股份有限公司合作建造一艘新能源纯电动游轮。该游轮长100公尺,总电量为7500KWH,相当于100辆以上纯电动汽车的电池容量总和,电池系统由1万多个宁德时代高安全磷酸铁锂电池组成,是目前世界上设计建造的电容量最大、客位最多、智能化水平最高的纯电动游轮。

宜昌交运总经理谢普乐向《证券日报》记者透露,该游轮有望今年6月底船体下水,11月份投入试运营,主要运行于两坝一峡、长江夜游、三峡升船机等旅游航线,具备会议、接待、婚嫁、表演等活动功能。

不仅仅是新能源船舶,公司还拓展了新能源汽车业务,近年来将新旧动能转换的重点集中在延伸新能源汽车产业链方面。

“新能源汽车市场的发展,推动传统汽车4S店经营模式的转变是一个巨大的机遇,也是非常安全的一个业务拓展领域。我们正在谋划将新能源汽车引进公司的4S店,主动适应行业的变化趋势和未来市场的需求。”谢普乐对《证券日报》记者说。

记者的采访是在宜昌交运“三峡升船机”的观光游轮上结束的,虽然三月份下着蒙蒙细雨,但两岸的风景依然美得让人人迷沉醉。记者缓步来到游船甲板,看见碧绿的长江承载着游轮不断驶向前方,仿佛承载着宜昌交运贯彻新发展理念、融入新发展格局、开启发展新征程的豪情与梦想。