

吴文辉出局 腾讯嫡系接管阅文

4月27日晚,阅文CEO吴文辉及其团队离职的传闻终于尘埃落定。腾讯副总裁、腾讯影业CEO程武成为阅文新任CEO,腾讯平台与内容事业群副总裁侯晓楠接任阅文总裁,这意味着阅文首任CEO的时代落幕。尽管各方均未透露高管调整原因,但来自知情人士的消息称,是因“要在阅文内部推动免费阅读,意见不统一”。不论内情如何,突如其来的高管调整都考验着阅文的应变能力,因为它在迎来送往的同时,还要承受转型和免费网文模式的压力。

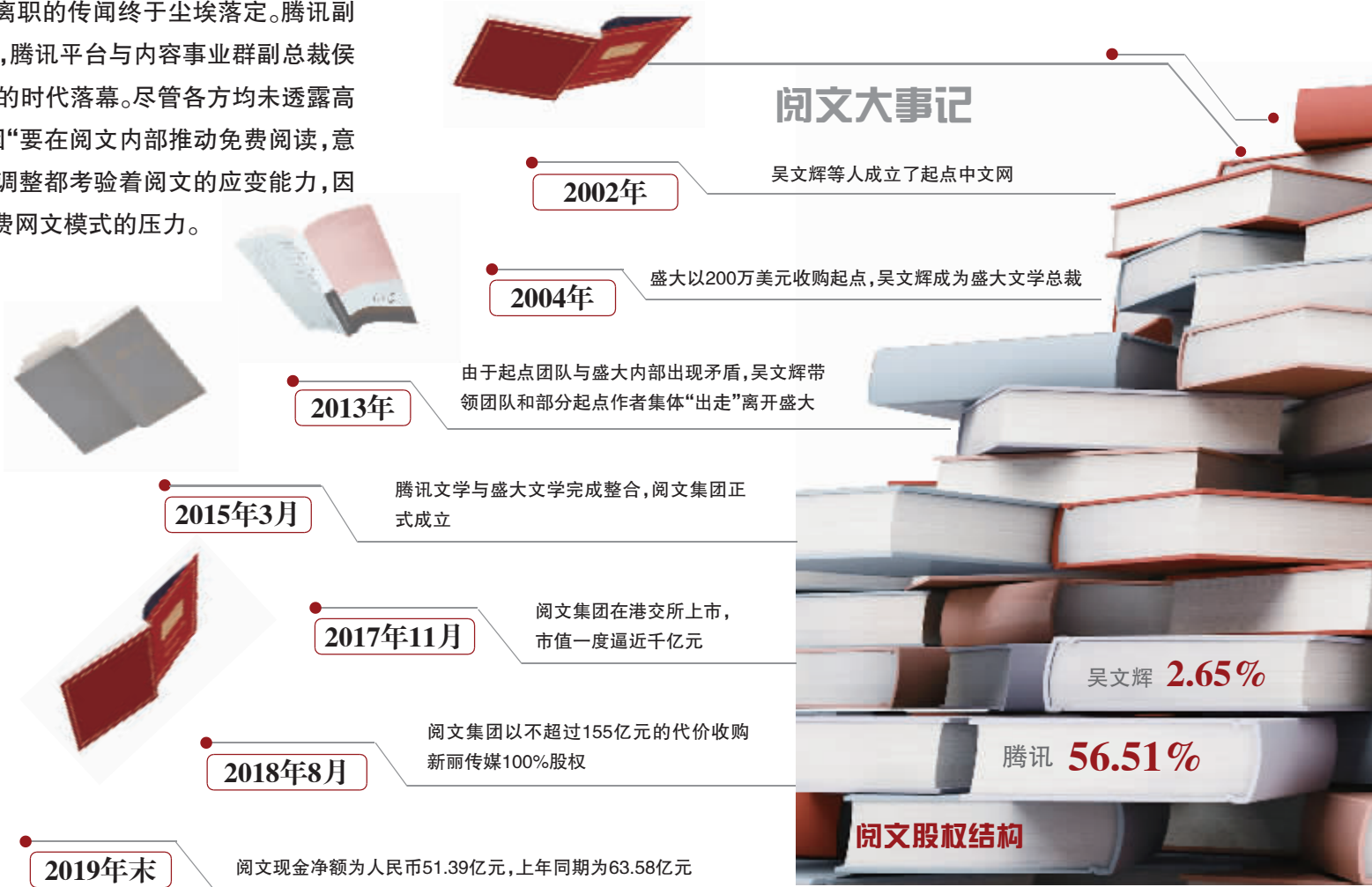
大换血

毫无征兆,国内最大的网文平台高管团队大变。几天前,吴文辉还以阅文CEO的身份针对阅文与腾讯音乐娱乐集团的合作表态,如今已是物是人非。

4月27日,阅文宣布,现任阅文联席CEO吴文辉和梁晓东、总裁商学松、高级副总裁林庭锋等部分高管团队成员辞任目前管理职务,其中吴文辉将调任非执行董事和董事会副主席,梁晓东和其他高管将会担任阅文顾问。同时,董事会委任现任腾讯副总裁、腾讯影业CEO程武出任阅文CEO和执行董事,腾讯平台与内容事业群副总裁侯晓楠出任阅文总裁和执行董事。

新官上任三把火,程武直言:“我们有信心继续推动阅文从‘最大的行业正版数字阅读和文学IP培育平台’向‘更强的文学内容生态’升级。”并表示可预见的升级包括三方面:首先是内强核心,实现IP培育能力升级,夯实自身基础并加速跨业态开发,推动IP更快成长;其次是“健壮”平台,实现连接能力升级,通过整合阅文旗下多个产品平台与腾讯丰富的产品平台和流量优势;最后是外展空间,在保持、巩固既有付费阅读模式的基础上,通过业务模式升级,在拥抱新技术和产业互联网层面打开更多元的价值空间。

阅文由腾讯文学和原盛大文学整合而成,第一大股东是腾讯,旗下包括QQ阅读、起点中文网、新丽传媒等品牌,拥有1220万部作品储备,810万名创作者,覆盖200多种内容品类。



二次出走

除了在网文圈中的影响力,吴文辉备受瞩目的原因还在于,阅文还处在盛大文学时期,他与团队就曾集体辞职,他本人在次年转投腾讯文学出任CEO。2015年3月,在腾讯文学与盛大文学合并成立阅文后,吴文辉又担任了阅文CEO。

如今阅文已经成立五年,这一段江湖故事仍是互联网圈内的谈资,期间的细节也成了公开的秘密。不过,这一次阅文、腾讯均未披露团队调整原因。吴文辉的表态十分“官方”:“今年,是阅文成立的五周年,也是起点中文网的18周年,作为创始人,就像看到自己的‘孩子’终于

成年了。而在这时,就像许多‘父母’一样,我们既要陪伴‘孩子’一起成长,也要适时地往后退一步,学会放手,让‘孩子’开启新的人生历程”。

吴文辉认为,阅文未来亟需基于IP进一步去构建一个更加开放的生态和更符合未来趋势的新商业规则。这需要通过更彻底的管理转变来推动阅文在业务创新、技术突破、IP构建、生态构建等方面迈上新台阶。

在职务上,吴文辉也没有完全去阅文化,而是将以阅文非执行董事和董事会副主席的身份,和担任阅文顾问的梁晓东及其他高管,一起助力管理团队的平稳过渡。

只是过渡?

无论从前任CEO吴文辉还是现任CEO程武的口中,都能听出阅文正处在变革期。来自财报的信息则更直观,2019年阅文实现营收83.5亿元,同比增长65.7%,其中版权运营营收44.2亿元,占比总营收首次超过一半,增至53%,成为阅文新的营收支柱。

“从市场份额看,阅文毫无疑问是国内最大的网文平台。不过主打免费阅读模式的平台拉拢用户的能力也很强。这对以付费起家的阅文等平台有一定的影响。”比达分析师李锦清表示。

北京商报记者从知情人士处了解到,这次管理团队调整的导火索就是“阅文内部因推动免费阅读,意见不统一”。

对此阅文未正面向北京商报记者回应,但指出“程武提及的升级方面之一是在保持、巩固既有付费阅读模式的基础上,通过业务模式升级,在拥抱新技术和产业互联网层面打开更多元的价值空间”。

文渊智库创始人王超从话语权层面分析道:“虽然吴文辉在网文领域有巨大号召力,但腾讯是阅文的大股东。吴文辉代表的管理层在话语权上、在董事会得不到支持。他这次出走,恐怕难在网文领域溅起大水花”。

对于腾讯接管阅文,有观点认为,这是腾讯内容整合的信号,程武所在的腾讯互联网和侯晓楠所在的腾讯平台与内容事业群都有内容业务,可以做内容整合。

其实,阅文与腾讯各内容板块关系紧密且早有合作。比如阅文和腾讯互娱合作推出的《庆余年》《灵剑山》等,阅文还是微信读书的版权提供方。

在王超看来:“阅文在网文市场,经过资本和平台整合已经非常稳定,现在的CEO和总裁人选更像是过渡,程武和侯晓楠都是腾讯做内容的高管,和阅文的关联性更大些,估计未来腾讯还会指派其他人来接管理阅文”。

北京商报记者 魏蔚

P7死守补贴红线 小鹏“硬刚”特斯拉

距首设30万元红线的新能源汽车补贴新政正式落地还有87天,特斯拉能否让国产Model 3拿到补贴悬而未决,而竞争对手小鹏汽车选择率先出手。4月27日,小鹏P7正式上市,8款车型中,除两款“形象”车型售价超30万元,其余车型售价均在30万元以下,作为小鹏旗下第二款量产车型,P7一直被业内认为对标Model 3。“一攻一守”,特斯拉将如何应对成为市场关注焦点。

补齐竞争硬指标

4月27日,小鹏汽车旗下第二款量产车P7上市,新车定位为四门轿跑车,补贴后售价22.99万-34.99万元,共4种续航里程版本,8个配置车型可选,其中后驱超长续航智行版车型NEDC续航里程高达706公里。

小鹏汽车相关负责人对北京商报记者表示,无论在传统轿跑领域还是智能差异化领域,小鹏P7都展现出实力,将直面纯电轿跑市场中的特斯拉,并将成为其在国内最大竞争对手。

实际上,国产特斯拉车型月销破万的成绩给国内造车新势力们造成不小压力。同时,特斯拉成为新能源车头部企业,凭借的也是续航里程和自动驾驶技术。面对特斯拉的优势,蔚来、理想、威马等车企仍存差距。在此背景下,小鹏汽车针对竞争对手的两大特点,提升P7的续航里程和自动驾驶能力,欲“硬刚”特斯拉。

北京商报记者了解到,小鹏P7共推出后驱长续航、后驱超长续航以及四驱高性能3个系列车型,直接对标特斯拉国产的3款配置车型。其中,后驱超长续航车型提供3款配置,NEDC续航里程为706公里和656公里,超过国产长续航版Model 3的668公里。

同时,自动驾驶方面,小鹏汽车一直在自主研发自动驾驶辅助系统,此次智尊版车型搭载XPILOT 3.0自动驾驶辅助系统。智享版车型搭载XPILOT 2.5自动驾驶辅助系统。小鹏汽车相关负责人表示,XPILOT 3.0将为国内用户提供适合中国道路场景的自动驾驶解

标准续航升级版	NEDC续航里程 445km	补贴后售价30.355万元
长续航版	NEDC续航里程 668km	补贴后售价34.405万元
驱动高性能	NEDC续航里程 530km	售价41.98万元

特斯拉国产Model 3



决方案,达到L3级自动驾驶的感知条件:小鹏汽车自研实现端到端的闭环能力,因此P7的自动驾驶辅助系统可以通过学习用户的驾驶习惯,完成功能的快速迭代。”该负责人说道。不仅是技术层面,一位小鹏汽车体验店工作人员告诉北京商报记者:“外形尺寸上该车型也超过国产特斯拉Model 3。”数据显示,小鹏P7车长4880毫米,轴距达2998毫米;车身尺寸上,小鹏P7接近特斯拉Model S,同样的价格可以买到比Model 3更大的车型。”该销售人员表示。

价格下探抢份额

据了解,小鹏P7将在今年6-9月间启动交付,首批到店车型均为高配车型。这意味着,小鹏P7真正的放量时间为今年下半年。

值得注意的是,4月22日,小鹏P7上市前夕,财政部等四部委联合发布《关于调整完善新能源汽车补贴政策的通知》(以下简称《通

知》)《通知》公布了2020-2022年补贴退坡幅度,原则上2020-2022年补贴标准分别在上一年基础上退坡10%、20%、30%。同时,规定补贴前售价不高于30万元的新能源乘用车才有资格享受新一轮补贴。4月23日-7月22日为政策过渡期,在此期间符合2019年技术指标要求但不符合2020年技术指标要求的销售上牌车辆,按照《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》(2019年)对应标准的0.5倍补贴。

汽车行业专家颜景辉表示,政策落地后,售价30万元以上的车型如果不进行降价,将不再享有补贴,在价格上竞争力将减弱。以特斯拉为例,目前国产Model 3车型售价最低的为长续航升级版,补贴前起售价为32.38万元,如果想要重获补贴资格,该车型至少需要降价2.38万元。

北京商报记者了解到,政策出台第二天,特斯拉中国宣布对国产Model 3车型官方指导价进行调整。其中,标准续航升级版车型官方指导价为30.355万元,上涨4500元;长续航版车型官方指导价34.405万元,上涨5000元。

“特斯拉车型的价格对于政策和税收一



小鹏P7

后驱长续航	NEDC续航里程 568km	补贴后售价 22.99万-25.99万元
后驱超长续航	NEDC续航里程 656/706km	补贴后售价 25.49万-27.69万元
四驱高性能	NEDC续航里程 552km	补贴后售价 33.99万-34.99万元

向敏感,这次调价就是因为新能源补贴政策实施。”一位特斯拉体验店工作人员表示,按照目前政策,过渡期后特斯拉将不再享受补贴,价格也将上涨。

相比价格敏感的特斯拉,小鹏P7则是将价格死守在30万元补贴红线之下。北京商报记者从小鹏官网了解到,小鹏P7除去补贴价格,仅有高性能版本两款车型售价在30万元以上。这意味着,小鹏P7其余6款车型将继续享有国家补贴,备受关注的续航里程706公里的后驱超长续航车型也在其中。小鹏汽车董事长何小鹏认为:“新能源汽车补贴新政对小鹏P7基本没有影响。”

“小鹏P7享受补贴后售价下探到22万元,在价格上具有很大优势。”颜景辉表示,目前不少选择新能源车型的车主还是很在乎价格对比,在性能续航差不多的前提下,价位更低的车型还是具有一定吸引力。”此前特斯拉凭借国产价格下降,吸引了不少消费者,但补贴政策落地后,小鹏的价格优势就会凸显。”他表示。

国产化率成关键

“小鹏加码技术、价格让利的确具有优

势,但在品牌力上还有欠缺。”在业内人士看来,在购买者眼中,特斯拉不仅是电动车品牌,同样是豪华品牌。同时随着特斯拉国产率的提升,未来还有一定的降价空间。

据了解,特斯拉上海超级工厂的生产成本相比美国工厂更低。相比美国工厂,特斯拉上海超级工厂Model 3生产线为简化、更具成本效益的版本,生产成本可降低高达65%。据测算,国产版特斯拉Model 3相比美版车型生产成本降低20%-28%,因此毛利率远高于美版车型20%的毛利率,国产版本具备27%-34%的降价空间。此外,2020年底国产特斯拉Model 3将实现全部零部件国产化。目前,特斯拉计划到2020年7月提升至70%-80%,年底实现完全国产化替代。业内人士认为:“到今年7月,补贴过渡期后新政正式实施,特斯拉到时候很可能会再宣布降价。目前特斯拉产品供不应求,现在涨价可以多赚点钱。”

对此,何小鹏在微博上发文称,特斯拉年内大概率会将国产Model 3长续航版补贴后降至27.75万元,比当前价格33.9万元(现已涨至34.4万元)下调6.15万元。“在这个价位上,原来15万-40万元售价的电动汽车竞争压力都会明显加大,不会缩小,大家应都做好准备。但是这对客户利好,对市场蛋糕做大利好。”

“即便是特斯拉降价,我们的产品也是具有优势的,我们有长续航、自动驾驶,价格也有吸引力。”小鹏汽车相关负责人表示:“我们希望能够超越特斯拉。”

为了应对特斯拉,小鹏汽车不仅是在产品上加码,同时在研发、渠道都在加速。据了解,目前小鹏汽车的研发人员中,60%从事整车研发,40%从事AI、自动驾驶和互联网研发。同时,销售网点总数从最初的8家增长至113家,覆盖城市由5座扩大至57座;服务网点总数从0增长至73家,覆盖城市增长至52座。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦