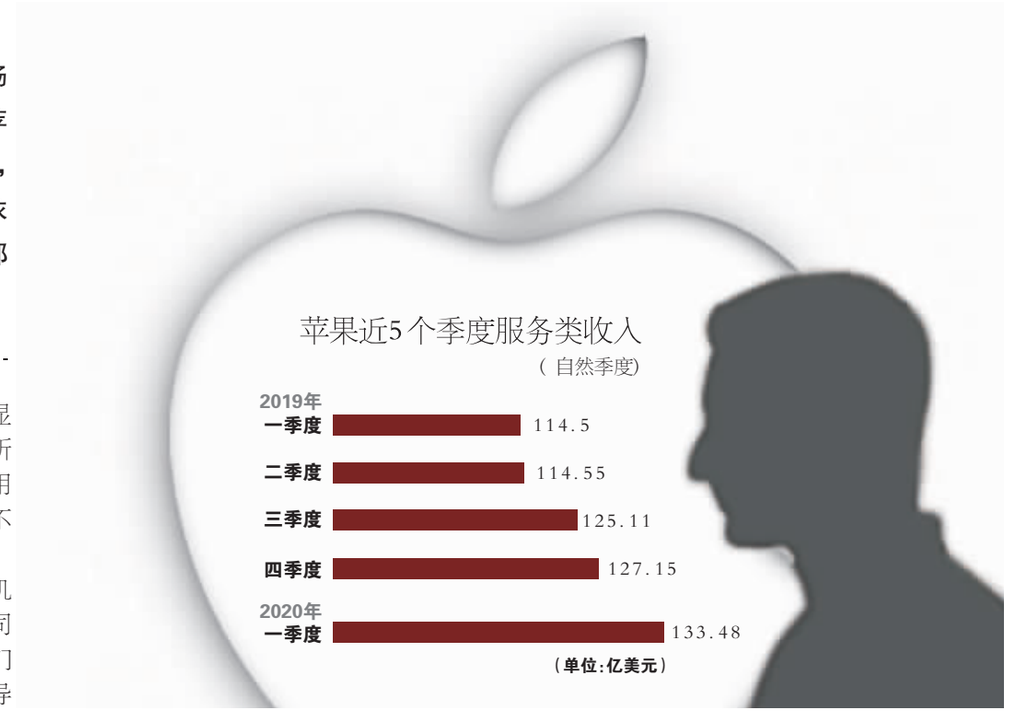
编辑 常蕾 美编 张彬 责校 李爽 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

“收费不高”库克自辩苹果税

“苹果的佣金与大多数竞争对手收取的佣金处于同一水平或更低,没有占据市场份额的主导地位。”7月29日,苹果公司CEO库克的听证会证词上如此写道。近两年,苹果商店因30%的数字交易费用(“苹果税”)备受质疑,但即便承受着来自各方的压力,苹果也一直没有取消这项收费。在业内人士看来,苹果互联网转型并不顺利,非常依赖其软件商店和第三方开发者来刺激硬件以外的收入增长,库克不会考虑放弃这部分利润。



否认“垄断”

7月30日,苹果、谷歌、亚马逊以及Facebook四家科技巨头的CEO在美国国会举行的反垄断听证会上作证,四巨头的CEO已分别给出了自己的听证会证词,以辩驳垄断的说法。

库克表示,尽管苹果相信监管审查是合理的,但公司不会在事实问题上作出任何让步,并反驳了苹果存在反竞争行为的指控。

在垄断这一指控上,苹果被质疑最多的就是在App Store中,从应用程序销售额中收取30%费用的行为。对此,库克在发言稿中称,苹果的佣金与大多数竞争对手收取的佣金处于同一水平或更低,苹果推出App Store之前,软件开发商为发布其作品要支付50%-70%费用,苹果收取的佣金数额远低于此。

“自App Store推出后的十多年里,苹果从未提高过佣金或者增加单一收费。实际上,苹果已经削减了订阅时抽取的收入分成,为更多应用种类提供了分成豁免,App Store与时俱进,每次改变都是以为用户提供更好体验,为开发者提供有吸引力的商业机遇为指导方针。”库克强调。

至于App Store,“苹果应用商店从最初的500个应用程序发展到现在的170多万个,其中只有60个是苹果自家应用。”库克说,“显然,如果苹果扮演的是看门人的角色,我们所做的就是把大门开得更大。我们希望在应用商店中尽其所能地提供任何应用程序,而不是阻止它们。”

在智能手机市场,库克指出:“智能手机市场竞争激烈,三星、LG、华为和谷歌等公司已建立了非常成功的智能手机业务。在我们开展业务的任何市场,苹果都没有占据主导地位的市场份额。”

群起攻之

苹果抽取的30%服务费被业内称为“苹果税”。作为常规服务收入的一部分,苹果向通过iOS应用商店购买软件的用户收取每月15%-30%的订阅费。

在全球范围,苹果的这项费用已经遭到了开发者和消费者的多次“围攻”。去年3月,Spotify向欧盟委员会投诉苹果垄断市场打压对手,其App Store的控制剥夺了消费者的选择,并称后者不公平地限制了其音乐流媒体服务的竞争对手;去年7月,美国一些iOS开发者针对苹果发起集体诉讼,认为苹果100%掌控了整个iOS的应用市场,且禁止iPhone、iPad用户从第三方下载软件,利用垄断地位向开发者征收有“苹果税”之称的佣金。

今年6月,欧盟委员会宣布对苹果应用商店和苹果支付发起反垄断调查,调查矛头直指苹果公司在应用商店收取的分成。欧盟公告指出,应用程序开发者要么在苹果应用商店取消收费,要么只能涨价,将苹果公司的“佣金”转嫁给用户,而且还不能告知用户是否还有其他购买方式;公告又称,利用应用内购买系统,苹果公司“似乎可以完全掌控”与用户的关系,借助重要用户数据“甄别”竞争对手,还可获取竞争对手的动向、报价等宝贵数据。

在产经观察家丁少将看来,这与实体经济中按盈利比例收租是类似的逻辑:“苹果收取抽成的同时,也在为开发者提供虽然闭合但环境状况良好的iOS生态,引导用户付费习惯,实现共赢,从长远角度来看,也有利于用户养成。所以,个人认为逻辑是合理的,但有前提,就是能够保持生态环境良好、竞争公平有序、对于开发者有意义。”

但中国互联网协会法治工作委员会副秘书长胡钢指出,这30%的抽成,最终还是由消费者自己来买单的:“苹果的做法涉嫌滥用市场垄断地位,还对消费者权益造成了损害。”

转型艰难

事实上,苹果严格控制着软件商店,不愿意放弃30%的佣金,因为这是其年收入463亿美元的互联网服务业务的核心。

从苹果这几年的业绩中可以看出,其硬件业务已经走上了下坡路。该公司第二财季财报显示,iPhone、平板电脑、个人电脑业务的营收都出现了不同程度的下滑,其中,第一大业务iPhone遭受的冲击最大,营收同比下滑6.7%,创下过去四年同期的最低水平。

与此同时,苹果“软实力”在增强。苹果服务业务第二财季营收为133.48亿美元,高于去年同期的115亿美元,同比增长16%,营收占比首次达到23%。华尔街分析师也预测,苹果公司第二自然季度(第三财季)服务业收入为131亿美元,同比增长15%。

然而,需要注意的是,苹果的服务业收入中,大部分来自传统服务产品,如软件商店和授权交易,而不是新的互联网产品。根据苹果公司上个月公布的数据,2019年App Store应用商店的收入为5190亿美元,其中,4130亿美元来自实物商品和服务,只有610亿美元来自数字产品和服务。

对于背后的原因,北京商报记者也采访了苹果公司,截至发稿,对方未给出回复。据外媒报道,苹果公司去年推出了四项新互联网服务:苹果视频、游戏内容包月会员、苹果付费新闻(数字杂志订阅)和苹果信用卡。而在上市几个季度后,这些产品对苹果的利润贡献都不大。

“这其实不是一个新话题了,在近七八年间,对于苹果互联网服务盈利能力的质疑并没有中断过,主要有三个方面的原因:一是流媒体App依托自有渠道绕过‘苹果税’;二是内容服务与硬件相比更关联本土化,不容易被接受;三是苹果的基因不在内容服务,需要时间过渡。”丁少将分析道。

必须承认的是,苹果的转型是合理的,用户体验要求“软硬结合”,企业面向未来需要拓展空间,更不用说今年突发的公共卫生事件警示了抗风险能力填充的必要性:“至于最终结果如何,事在人为,庞大的硬件用户基数是苹果的优势。”丁少将说。

近日,苹果公司将发布第三财季财报。华尔街分析师预计,苹果第二自然季度营业收入估计为522亿美元(范围从492.5亿-558.4亿美元),iPhone销量为3090万部,平均销售价格690.15美元,服务收入131.2亿美元;可穿戴设备、配件收入60.9亿美元。

北京商报记者 石飞月

百度网盘分拆上市:天花板下的新出路?

如果不是百度网盘传出分拆上市的消息,个人云存储业务已经鲜有人关注。7月29日,有市场消息称“百度有意分拆网盘业务单独上市”,但百度回应“不予置评”。实际上,由于版权等问题,以网盘、云盘为代表的个人云存储业务早已不是互联网企业竞争的热点;另一方面,会员付费的局限性,让剩下的个人云存储市场成为了只有巨头“玩得起”的游戏。即便如此,金山、阿里(UC)、360、华为等大企业也早就退出这一市场,转向企业云服务。百度网盘分拆甚至上市的消息,更像是自身业务的梳理和团队激励,并不代表个人云存储全领域的重新火热。

仅存的“硕果”

来自知情人士的消息称,百度网盘在内部与百度企业云服务独立运作,计划分拆上市,且已经实现自有现金流转正。对此,百度相关人士向北京商报记者回应“不予置评”。

百度网盘(原百度云)是百度推出的一项云存储服务,目前隶属于百度MEG(移动生态事业群),百度企业云服务属于AIG(百度人工智能体系)。为此,业内人士认为,这两个业务本就分属于两个不同业务的部门,已经算是独立运作了。

从百度网盘的发展看,与云计算的兴起脱不了干系。百度网盘的前身叫百度云,2016年10月,百度云正式改名为百度网盘,专攻个人存储、备份功能。

侧重企业级别B2B服务的百度云计算业务,对外则一直使用“百度智能云”的品牌。

也是在2016年,大量网盘产品宣布关闭个人免费服务,有的甚至直接关闭了个人网盘服务,不乏新浪微盘、360云盘、迅雷快盘、金山快盘、华为网盘、UC网盘等大企业旗下产品。

在那批关停潮中,百度网盘和腾讯微云也曾陷入停运传闻,但这两个产品当时立即否认,并维持运营至今,还成为了为数不多的行业代表。

来自易观千帆的数据显示,2020年6月,百度网盘的活跃人数5116.7万,使用时长1.8亿小时,排名云盘行业第一;分列第二、三名的是腾讯微云、和彩云网盘,活跃人数分别是703.3万、445.1万,相应的使用时长分别是1007.5万小时、303.8万小时。

在艾瑞的统计数据中,百度网盘的独立设备数也拉开第二名一大截,但是行业名次与易观千帆略有不同:2020年至今,行业前三名一直是百度网盘、华为云服务、天翼云盘,腾讯微云位列第四。

不论从哪个维度看,百度网盘目前位居行业第一。

接近天花板

北京商报记者对比多款产品发现,百度网盘的产品设置更丰富,除了推出多种会员服务和容量套餐外,还提供教育、娱乐、泛生活、文化等多种付费内容和内容分享服务。

而腾讯微云与和彩云网盘的工具属性更强。

“百度网盘是百度非常好的业务,因为它的市场份额在扩张。逆势的原因在于,其他头部互联网企业并不重视网盘业务,手机厂商也没放在心上,别人撤退百度坚持,这就形成了强烈反差。”文渊智库创始人王超向北京商报记者直言。

至于现金流转正,百度方面未予确认。

参照百度官方提供的“目前,百度网盘注册用户7亿,付费用户累计数千万”的数据,比达咨询分析师李锦清认为:“百度网盘从2019年下半年开始尝试收费,会形成健康的现金流,网盘业务虽然成本高,但百度有规模优势,现金流转正不是没可能”。

以存储空间5-6Tb的超级会员为例,百度网盘当前的活动价格是一年298元,腾讯微云一年288元。网盘付费模式像极了在线视频、在线音频、知识付费,并且已经获得了用户认知。

不过,业内人士认为百度网盘包括其他网盘产品最大的竞争对手不是互联网企业,而是苹果iCloud、小米云服务这类硬件自带的云存储产品。

根据苹果官方信息,iCloud在中国内地5G存储空间免费,额外空间付费,比如50G,每月需要6元(一年72元);小米云服务同样5G存储空间免费,额外空间付费,但50G,一年只需要49元。

尽管定价和付费模式不同,但王超认为,“云存储的付费习惯是iCloud用户培养出来的,这类与手机深度绑定的云存储产品,离用户更近。百度网盘现在优势明显,但是在移动端、手机硬件领域没强有力的抓手。按现在百度网盘的用户规模和设备规模,距天花板已经不远,是时候要收割了”。

或去科创板

正因为如此,业内人士认为百度网盘分拆上市的可能性不小。

“现在资本市场上市门槛低,加上百度有互联网公司的优势,我认为百度网盘可能会去科创板。”王超预测。

这或许是一个市场回暖的信号。近日,有消息称,小米已开始进行小米云盘App内测。虽然截至发稿,小米方面对此未予回应,北京商报记者也未在苹果和华为等安卓应用商店中发现“小米云盘”App,但在苹果应用商店中,已经11个月未升级的小米云同步App,近日已经升级两次,小米云服务也一直向用户提供云盘服务。

如果百度网盘证明了个人云存储产品的商业可行性,互联网企业和手机厂商有可能会紧随其后。技术不是门槛,唯一会形成障碍的可能是企业如何考量投资回报,毕竟云存储是一个高成本的业务,目前刚刚进入付费阶段,与其他互联网产品相比利润率不高。

“我认为个人云存储市场已经定局。”支撑李锦清观点的是市场规模。艾瑞数据显示,2016年中国个人云盘市场规模1.2亿元,预计到2020年该数据为10.9亿元,四年间,增长了8倍。不过相比动辄数百亿元的企业云服务,个人云存储就是小巫见大巫。

“百度网盘的成绩,让这业务看起来不那么‘骨感’,有可能会让其他同行‘回头’,或更加重视起来,但市场格局变动的可能性不大。”李锦清说。

北京商报记者 魏蔚

创始人交权 谁将主导庞大集团自救路

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)随着重整告一段落,公司创始人、控股股东庞庆华也彻底交出庞大集团控股权。7月28日晚,庞大集团发布公告称,庞庆华及关联自然人持有的合计12.29亿股公司股票将划转至重整投资人指定的关联方深商北方的证券账户。本次权益变动后,黄继宏将成为庞大集团实控人。

作为庞大集团新的实控人,黄继宏来自庞大集团重整投资人之一的深商集团(深商北方母公司)。

去年9月,由于无法按期偿还债务,庞大集团被法院裁定受理重整。同月,深商集团、深圳元维、国民运力3家公司宣布组成联合体,成为庞大集团重整意向投资人。作为曾经的中国汽车经销商龙头企业,2018年庞大集团巨亏61.55亿元,并深陷债务危机。

实控人变更,庞大集团的前景如何,未来发展由谁来主导,存在变数。

公告显示,此次股权变动后,庞庆华的持股比例将从13.33%降至5.6%,丧失对庞大集团控股权和实控人地位,但仍为公司大股东之一。此外,今年3月庞大集团对外投资成立庞大精配网(天津)网络科技有限公司,庞庆华也在其中持股20.84%。

针对庞庆华未来是否还会继续让渡股权,北京商报记者联系庞大集团相关负责人,但截至发稿,尚未获得回复。

经济学家宋清辉表示,目前庞庆华的持股情况应该是多方利益博弈的结果,作为庞大集团创始人,庞庆华掌舵庞大集团超过20年,显然还有管理庞大集团的强烈意愿和野心。

值得注意的是,重整投资人受让庞庆华所持股权并非一次性交易,而是需满足多项受让条件,其中包括“庞大集团2020-2022年归属于母公司所有者的净利润分别不低于7亿元、11亿元、17亿元,或2020-2022年的归属于母公司所有者的净利润合计达到35亿元”的业绩承诺。

然而,实现上述业绩目标并非易事。庞大集团在公告中坦言:“如果市场环境、市场消费需求发生剧烈变化,经营门店的调整因不可抗力等因素导致进度、效果不及预期等,公司存量业务盈利预测可能存在无法顺利实现的风险”。

事实上,不仅庞庆华对庞大集团依然“虎视眈眈”,重整投资人内部也存在利益博弈。今年3月,庞大集团在一则公告中表示,深商集团、国民运力及深圳元维将合作通过深商金控取得庞大集团控制权。但鉴于深圳元维、国民运力及深商集团的持股比例相差不大,同时在董事会层面没有任何一方能够构成对深商金控的绝对控制,因此深商金控无实际控制人,深圳元维、国民运力及深商集团将共同管理深商金控。

从股权关系上看,国民运力与深商集团之间存在密切关联,国民运力股东之一的丹宁科技为深商集团控股孙公司,两家利益一致,而深圳元维相对独立,与国民运力、深商集团之间的联系仅限于深商金控。

从人事层面来看,此前卸任庞大集团董事长一职的马骧来自深圳元维,为深圳元维董事长,而庞大集团新任董事长黄继宏和新任董事会秘书刘湘华均来自于深商集团和国民运力,其中黄继宏为深商集团总裁,刘湘华为深商集团执行总裁、国民运力副总裁。

“在庞大集团未来发展上,重整投资方内部或也存在激烈竞争与博弈,这种竞争与博弈势必会对庞大集团的脱困前景产生影响。”宋清辉表示。