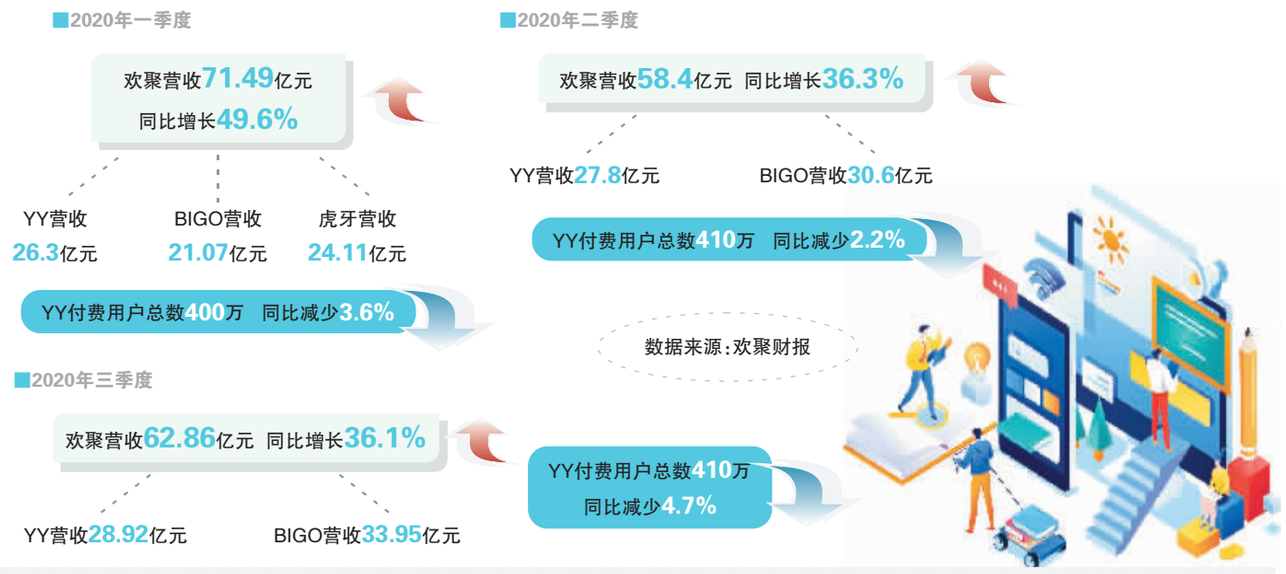
编辑 常蕾 美编 贾丛丛 责校 池红云 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

36亿美元吞下YY 百度追得上直播风口吗

11月17日,百度和欢聚宣布,百度将以约36亿美元的价格收购欢聚国内视频娱乐直播业务(YY直播),包括但不限于YY移动应用、YY.com网站和YYPC等。交易预计于2021年上半年完成交割,不过双方并未透露具体的计划。

除了交易金额,官方披露的内容与10月下旬传出的版本几乎无异。业内人士则聚焦在36亿美元值不值?百度靠收购能否在直播赛道后发先至?对比YY多个季度的营收和付费用户总数,业绩并不亮眼,但考虑到技术和人才,量化的业绩或许并不是百度唯一的考量。



明年完成

10月下旬传出百度收购YY直播消息时,欢聚股价曾上涨5%左右,拉升至当时一个月内的最高值。11月17日,百度和欢聚正式发布公告时,欢聚股价在盘后也有体现,上涨5.67%至101美元,按此计算,欢聚总市值77.23亿美元。

根据百度与欢聚签署的最终约束性协议,百度将全资收购YY直播,收购部分包括但不限于YY移动应用、YY.com网站、YYPC客户端等,交易预期将于2021年上半年完成交割。交易完成后,YY直播将加入百度,未来双方将在技术、流量、生态等多个方面实现相互赋能,形成规模效应。

对于双方是否已经开始为整合做准备,计划如何进行人员整合,北京商报记者分别采访了欢聚和百度相关人士,欢聚方面表示"收购事宜以公告为准",截至记者发稿,百度方面未予回应。

交易案完成后,百度将收获一个独立的直播App,聚焦于海外市场的直播平台BIGO和短视频平台Likee等则将成为欢聚剩余的核心产品。

在评价此次交易时,欢聚CEO李学凌称,"YY直播是国内泛娱乐直播平台,在直播生态、直播技术、内容运营、营收玩法、主播梯队的孵化和培养等方面,有着一整套完整的流程体系和经验。百度作为以信息和知识为核心的互联网综合服务公司,建立了庞大的移动互联网生态系统。本次交易,将有机会让YY直播业务接入百度巨大的流量池,在更大的生态体系里,实现多元变现的闭环,加快业务增长,释放更大的价值"。

看中什么

公布交易案的同时,欢聚和百度均发布了2020年三季度财报,这让业内人士有机会从欢聚的最新业绩中,窥见YY的价值。

财报显示,欢聚2020年三季度营收62.86亿元,同比增长36.1%;非美国通用会计准则下,净利润8.09亿元,同比增长64%。本季度,欢聚的营收仍然由YY和BIGO两部分支撑,其中YY贡献28.92亿元,BIGO贡献33.95亿元。

聚焦到YY,2020年三季度28.92亿元的营收,同比减少6.1%,环比增长4%,已经连续两个季度落在营收占比第二的位置,而此前多年YY都是欢聚最大的营收来源。

在用户层面,YY有亮点也有隐忧。受疫情影响,2020年三季度YY的付费用户总数410万,较去年同期的430万减少4.7%。不过从实时流媒体服务的平均移动MAU(月活)的维度看,2020年三季度该数字在全球是9410万,其中4130万来自YY,同比增长3.4%。

如果对标泛直播行业,老平台YY则不如后来者生猛。以上周发布财报的斗鱼为例,2020年三季度平台整体MAU 1.94亿,同比增长18.6%;付费用户790万,同比增长12.7%。不久前从欢聚剥离出的虎牙,虽营收略低于YY,但MAU已将YY落在身后。

从市值来看,截至美国东部时间11月16日收盘,虎牙总市值50.82亿美元,也远高于YY的身价36亿美元。

"老实说,YY不能算是直播行业的头部平台,它的价值更多在于经验和积累,因为YY是国内最早一批做直播工会的,在PC时代很辉煌。对百度而言,目前直播的重点在百度App内而不是外部的独立App,YY带来的技术沉淀和协同效应更重要。"比达咨询分析师李锦清向北京商报记者直言。

不和抖音、快手对抗

百度CEO李彦宏的表态也释放了类似的信号:"YY即将为百度带来巨大的协同效应,将从百度的流量和移动生态系统中受益,而百度将获得即时的运营经验和专业知识,可用于基于视频的大规模社交媒体开发。百度希望与YY团队合作,探索下一代实时流媒体和基于视频的社交媒体,这些社交媒体可以从娱乐领域扩展到百度平台上的多元化垂直市场"。

既然百度收购YY追求的是技术和协同,那直播打法大概率不会和抖音、快手产生直接对抗。目前直播已经成了头部互联网企业的标配,微信的视频号直播、淘宝直播都是基于微信和淘宝自身核心业务在做生态延伸,百度也是同样的逻辑,也就是百度一直强调的移动生态。

只不过,百度从今年起才开始强化直播布局,但"收购YY,说明百度很重视直播业务,也有流量基础,晚点尝试总比按兵不动强,不冒风险就是最大的风险",文渊智库创始人王超告诉北京商报记者。

根据百度11月16日发布的2020年三季度财报,9月,百度App日活跃用户数2.06亿,基于百度App,百度直播及短视频内容也在快速发展。三季度,百度知识产品直播场次达到上一季度的8倍。这种增长的数据,侧面反映了百度在直播协同上的成绩。

北京商报记者 魏蔚

荣耀单飞后的变与不变

11月17日一早,随着一纸声明的发布,华为出售荣耀的传闻坐实,收购方也浮出水面。作为华为的两大手机战略之一,荣耀近年来销量水涨船高,已经能在手机市场独当一面。而未来,脱离了华为的荣耀将去向何方,单飞路上会有哪些挑战和障碍,都备受关注。

尘埃落定

多家企业在《深圳特区报》发布联合声明,深圳市智信新信息技术有限公司已与华为投资控股有限公司签署了收购协议,完成对荣耀品牌相关业务资产的全面收购,出售后,华为不再持有新荣耀公司的任何股份。

声明指出,此次收购既是荣耀相关产业链发起的一场自救和市场化投资,能最大化地保障消费者、渠道、供应商、合作伙伴及员工的利益,更是一次产业互补,全体股东将全力支持新荣耀,让新荣耀在资源、品牌、生产、渠道、服务等方面汲取各方优势,更高效地参与到市场竞争中。

声明还称,所有权的变化不会影响荣耀发展的方向,荣耀高层及团队将保持稳定。投资新荣耀的经销商和代理商也承诺,未来只享有财务上的投资回报,在业务侧将遵循公平交易的市场化原则,与其他经销商、代理商享受同等机会。

随后,华为在官网发布声明表示,在产业技术要素不可持续获得、消费者业务受到巨大压力的艰难时刻,为让荣耀渠道和供应商能够得以延续,华为投资控股有限公司决定整体出售荣耀业务资产。对于交割后的荣耀,华为不占有任何股份,也不参与经营管理与决策。"共有30余家荣耀代理商、经销商联合发起了本次收购,这也是荣耀相关产业链发起的一场自救行为。"

此前一段时间,华为计划将荣耀整体出售的传闻就甚嚣尘上,上周还有消息称,华为计划以1000亿元(152亿美元)或2000亿元的价格,将荣耀品牌出售。如今这一纸声明,算是坐实了荣耀被出售的传闻,至于收购价格,声明中并没有透露。

国资背景

天眼查App显示,收购方深圳市智信新信息技术有限公司成立于2020年9月27日,注册资本为1亿元,法定代表人为饶俊祥,经营范围包括开发、生产、销售:通信及电子产品、计算机、卫星电视接收天线、高频头、数字卫星电视接收机、医疗器械(第一类、第二类、第三类医疗器械)及前述产品的配套产品,并提供技术咨询和售后服务;增值电信业务经营等。

深圳市智信新信息技术有限公司共有两大股东,第一大股东为深圳市智慧城市科技发展集团有限公司,持股98.6%,第二大股东为国资协同的深圳国资协同发展私募基金合伙企业(有限合伙)。在收购官宣前夕的11月13日,深圳市智慧城市科技发展集团有限公司发生工商变更,其注册资本从约2亿元增加至约32亿元。

产经观察家丁少将分析,收购方有国资背景,有渠道资源,能最大限度地盘活荣耀资产,实现可持续运营。

通信专家马继华则指出,荣耀收购方有不少是经销商,相对比较分散,它们对品牌没有过多的控制欲望,从这个角度来讲,荣耀的管理团队可以有比较大的话语权,能够执行原来制定的发展规划,包括市场经营的目标。

至于荣耀新公司的管理,有媒体援引知情人士的话称,华为召开的股东会议已确定了新荣耀公司的管理团队以及人员安排,将会有多位华为管理层空降至新荣耀,包括华为消费者业务首席运营官万飙、荣耀总裁赵明、华为产品线副总裁方飞、华为消费业务中国区零售管理部部长杨健等。其中,万飙将出任新荣耀董事长,主抓其擅长的供应链管理,以确保新荣耀公司产品所需各类芯片的供货;赵明将出任新荣耀CEO,负责公司日常运营,主抓渠道;方飞将出任新荣耀产品线总裁,负责新荣耀产品线规划。

对此,北京商报记者向荣耀方面求证,对方表示目前没有消息。不过,赵明的微博认证已经从"华为荣耀业务部总裁"变更为"荣耀终端有限公司CEO"。

市场挑战

自2013年推出荣耀品牌后,华为在消费者业务上一直采用华为和荣耀双品牌战略,荣耀对标小米,华为则发力高端市场。在手机业务方面,荣耀是华为重要的组成部分,2017年,荣耀以5450万台的销量、789亿元的销售额,登上中国互联网手机第一的宝座;综合各方渠道的数据估算,在国内市场,荣耀占华为智能手机销量的比重约为33%。根据公告,荣耀目前的年出货量已经超7000万台。

但是脱离了华为的背景,荣耀未来的市场规划该如何进行呢?对此,北京商报记者也采访了荣耀方面,对方只表示以联合声明和声明为准。不过,受供应链的影响,荣耀已有一段时间没有发布新机,往年的11-12月是荣耀V系列旗舰机的发布时段。

在马继华看来,荣耀单飞后的主要挑战应该来自于两个方面:一是消费者信心的稳固。"荣耀离开华为以后,消费者还会不会继续支持荣耀,认为荣耀能够满足自己的需求,这是一个很大的问题,荣耀既要解释自己跟华为脱钩,又要让大家相信未来还能得到华为的支持,这是难度比较大的一件事情。"

"第二个挑战是荣耀以后技术上的可持续性,荣耀能不能比较顺利地得到市场化的一些技术支撑,包括华为未来在技术方面是不是还能够持续供给荣耀,这一点还是很重要的,不仅要真正得到,还得让市场相信它能得到。"马继华说。

丁少将认为,荣耀的出售目前来看还是比较平顺的,没有太明显的断档期,小米Ov们的所谓利好,还是源于华为包括荣耀被断供,而不是荣耀的出售。"实际上,随着荣耀的出售,荣耀供应链的恢复可能会很快,对小米、Oppo、vivo来说利好的时间会缩短。但荣耀独立后,如何与华为做技术和供应链方面的剥离,如何磨合新管理运营团队,如何实现品牌再造,这些依然是考验。"

北京商报记者 石飞月

聚焦 Focus

存货"黑洞"未明 广州浪奇再收关注函

北京商报讯(记者 钱瑜 张君花)11月16日晚间,广州浪奇发布公告称,公司收到深交所关注函,对于土地收储事项的会计处理,公司前后信息披露存在较大差异。深交所要求公司结合土地收储事项的金额及对公司的影响,说明有关会计处理及变更是否谨慎。

根据公告内容,广州浪奇在近日披露的《关于广州总部土地收储的进展暨会计处理说明的公告》中称,广州浪奇披已于10月29日取得广州市土地开发中心《土地移交确认书》,同时经与中审众环沟通确认,预计将在2020年度将土地补偿款项及提前交地奖励款扣除员工和派遣人员搬迁安置补偿、房屋拆除、土地平整、土壤污染调查评估和治理修复等费用后的净额确认为资产处置收益,将产生税前利润约22.47亿元。

北京商报记者查询发现,就获得土地补偿款一事,广州浪奇在11月14日发布的公告中称,经公司财务初步测算,本次交易预计公司能够实现税前收益约22.47亿元,将对公司当期经营业绩产生重大影响。

值得一提的是,广州浪奇此前首次披露的补偿款处理方式与上述处理方式存在偏差。2019年12月11日,广州浪奇首次披露《关于公司广州总部天河区车陂地块交储的公告》称,收到搬迁补偿款将作为专项应付款处理。其中,属于对企业在搬迁和重建过程中发生的固定资产和无形资产损失、有关费用性支出、停工损失及搬迁后拟新建资产进行补偿的,应自专项应付款转入递延收益,并按照《企业会计准则第16号——政府补助》进行会计处理,企业取得的搬迁补偿款扣除转入递延收益的金额后如有结余的,作为资本公积处理。

而针对上述两次披露信息存在差异情况,深交所提出以下关注。

深交所要求广州浪奇充分论证变更土地收储事项会计处理的依据,是否涉及以前年度差错更正,是否符合《企业会计准则》的有关规定,请中审众环核查并发表明确意见。

深交所要求广州浪奇结合土地收储事项的金额及对公司的影响,说明相关信息披露是否可能对投资者产生误导,有关会计处理及变更是否谨慎,请中审众环说明其执业过程是否保持了应有的执业审慎性。

根据公告,广州浪奇已于10月29日取得广州市土地开发中心《土地移交确认书》,基于此,深交所要求说明未能及时履行上述进展披露义务,并核实公司三季报以来的信息披露行为是否存在不及时、不准确的情形。

此外,深交所要求广州浪奇报备内幕信息知情人名单,并自查有关内幕信息知情人是否存在内幕交易行为。

在快消行业新零售专家鲍跃忠看来,无论是之前存货丢失事件,还是此次信息披露存在差异,都很大程度表明了广州浪奇内部管理的混乱,除对其直接造成的经济损失外,广州浪奇连续发酵的事件对于投资者同样造成了一定的影响。同时,对企业自身影响力、名声以及用户、客户等信任问题带来较大的负面影响。