

长短视频协同 腾讯PCG架构大调整

2018年9月成立至今,腾讯PCG(平台与内容事业群)首次进行大规模调整。4月15日,腾讯PCG宣布将腾讯视频、微视、应用宝整合成立“在线视频BU”,同时对QQ、腾讯新闻业务负责人做了调整。

这是腾讯第一次在事业群架构下设立BU,也罕见地让负责IEG(互动娱乐事业群)的高管兼任PCG社交平台业务负责人。在快手上市、字节跳动传出IPO消息后,腾讯此举释放出些许焦虑的信号,但也明确了腾讯的内容策略——内容绑定分发,继续融合长短视频。

迎合长短视频融合

4月15日,有消息称,腾讯PCG宣布了新一轮组织架构和人事调整,将腾讯视频、微视、应用宝整合成立“在线视频BU”,由腾讯副总裁孙志怀担任该BU的CEO,主管内容、运营和会员体系;腾讯副总裁林松涛担任该BU总裁,主管产品体系和技术。对于上述信息,腾讯相关人士向北京商报记者回应调整属实。

对QQ、腾讯新闻负责人的调整,具体包括腾讯副总裁、IEG北美工作室群总裁姚晓光,兼任PCG社交平台业务负责人,主管QQ。

腾讯副总裁陈菊红不再负责腾讯新闻业务,将调往其他BG,另有重要的业务任命。腾讯新闻的负责人另有任命。

针对上述调整,业内人士最关注的当属“在线视频BU”。“不光是因为腾讯首次在事业群架构下设立BU,还因为微视已经经过多次调整,但是从数据、品牌知名度上,却一直没见大的起色”,比达咨询分析师李锦清向北京商报记者坦言。

文渊智库创始人基于具体的调整向北京商报记者解读:“腾讯PCG的调整其实走的还是原来的规划——内容+分发。从内容上看,微视表现不佳,所以必须换一条路子走,这条路恐怕是PGC(专业生产内容)为主、UGC(用

户生成内容)为辅”。

简单来说,就是进一步将短视频和长视频融合发展,这一招腾讯PCG在2019年3月就曾经用过,当时被寄予厚望的yoo视频(后改名火锅视频)被整合到腾讯视频。两次调整为的都是寻求长视频平台和短视频平台协同增长,毕竟在视频领域,爱奇艺和腾讯视频的战争还不到终局,快手、抖音较微视的优势也过于明显,而这些对手都已经开始长短视频共进的策略。

高管横跨两个事业群

这次调整的另一个特别之处在于QQ的负责人。根据腾讯音乐4月15日发布的公告,原QQ负责人梁柱被任命为腾讯音乐娱乐集团CEO,将主要负责腾讯音乐娱乐集团旗下QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐、全民K歌以及长音频业务线的管理工作。这看似是大跨度调整,其实是一种回归,原因在于2014-2016年期间,梁柱曾担任QQ音乐总经理。

未来PCG的QQ将由负责IEG北美工作室群的姚晓光负责,相对于姚晓光主管的业务横跨两个事业群。

“这种调整很少见,我猜测腾讯是希望

QQ给游戏带来流量。这两年腾讯游戏比较焦虑,米哈游的《原神》海外营收超过了腾讯,沐瞳科技被字节跳动收购。腾讯有增长压力也不足为奇”,文渊智库创始人王超这样认为。

透过财报数据,腾讯网络游戏表现稳健,这种焦虑更多来自于对未来的渴望。2020年腾讯网络游戏营收增长36%至1561亿元,所属的增值服务业务依然是贡献营收最多的板块。具体到四季度,网络游戏营收增长29%至391亿元,2019年四季度腾讯网络游戏营收302.86亿元,同比增长25%。

另有观点认为,让姚晓光兼任PCG社交平台业务负责人,是为了探索游戏领域所积累的计算机图形技术和能力应用于社交和视频领域的想象空间。公开信息显示,天美工作室群成立于2014年,是负责研发精品移动游戏的工作室群,推出的游戏包括《王者荣耀》《使命召唤》手游等,这些都是腾讯网络游戏的招牌。从用户属性来看,QQ和游戏用户的标签都是年轻化,技术和运营具有共通点。

摸着石头过河

基于以上调整,可以粗略梳理出腾讯

PCG的最新架构:在线视频BU、腾讯视频、微视、应用宝)、社交平台业务(QQ、QQ空间等)、QQ浏览器+腾讯看点、腾讯影业+影讯动漫、腾讯新闻、企鹅号。

对比上述架构可以看出,不管是整体还是垂直方向,都遵循着明显的内容+分发逻辑。

“这是腾讯在2018年9月架构变革时就定下来的方向,平台与内容事业群这个命名就很直白地阐释了腾讯的想法。但这并不是说‘930’变革就已经完成了事业群内部的调整。相反这只是个开始,而且这种调整一定是渐进式的,要摸着石头过河”,李锦清说。

拿2019年腾讯PCG的尝试为例,当年11月腾讯看点整合了QQ看点、天天快报和QQ浏览器的资讯内容,为腾讯微信、QQ、QQ浏览器等场景提供信息流内容服务。腾讯完成了信息流业务整合,从各自为战过渡到化零为整,这次成立在线视频BU也是一样的逻辑。

站在更高的角度看,2018年至今腾讯PCG每年都在改革,2018年实施针对VP(副总裁)级别的高管合伙人制度,2019年融合内容中台和技术中台,2020年轮到了业务层面融合。

北京商报记者 魏蔚

医药反垄断凌厉 扬子江药业被罚7.6亿

医药行业反垄断罚款纪录再度被刷新。4月15日,国家市场监督管理总局通报了对扬子江药业实施垄断协议的处罚结果。从开年第一笔对先声药业1亿元的罚单,到对扬子江药业7.64亿元的处罚,可见国家整治医药行业垄断行为的决心。

因扬子江药业未登陆资本市场,外界无法了解其具体的财务情况,但根据此次处罚结果,7.64亿元的罚款由2018年销售额的3%而来,即扬子江药业2018年的销售额达254.67亿元。另据胡润百富榜计算,2020年扬子江药业创始人徐镜人家族的财富为470亿元,在江苏泰州上榜的企业家中位列第一。

长达五年实施垄断协议

国家市场监管总局于2019年11月对扬子江药业涉嫌达成并实施垄断协议行为立案调查。公布的行政处罚决定书显示,扬子江药业具体存在四项垄断措施,包括聘请中介、统一监督线上零售价格等。

据调查,2015-2019年,扬子江药业在全国范围内(不含港澳台地区)通过签署合作协议、下发调价函、口头通知等方式,与药品批发商、零售药店等下游企业达成固定药品转售价格和限定药品最低转售价格的协议,并通过制定实施规则、强化考核监督、惩罚低价销售经销商、委托中介机构监督线上销售价格等措施保证该协议实施。

上述固定和限定的药品种类在2015年上市,自上市后,在长达五年的时间里,扬子江药业对其重点管控,固定和限定价格行为持续时间较长。根据《反垄断法》第四十六条、四十九条规定,国家市场监督管理总局作出行政处罚决定,责令扬子江药业集团停止违法行为,并处以其2018年销售额254.67亿元3%的罚款。

这是继先声药业垄断案、天药股份垄断案之后,2021年监管部门针对医药行业发起的第三起垄断处罚。今年初,国家市场监督管理总局对先声药业开出1亿元的反垄断罚单;4月2日,天药股份披露公告,因涉嫌达成醋酸氟轻松原料药垄断协议,天津市市场监督管理委员会拟对其作出行政处罚,罚没款为4402万元。

针对公司实施垄断协议行为一事,北京商报记者多次致电扬子江药业,但截至发稿未收到回复。

创始人 为泰州首富

目前扬子江药业尚未登陆资本市场,外



扬子江药业垄断行为及公司情况

界无法了解其具体的财务情况。但根据公开信息来看,扬子江药业的体量并不小。中国医药工业信息中心发布的“2019年度中国医药工业百强榜单”显示,扬子江药业连续第六年拿下第一的位置。

此外,这家药企背后的创始人徐镜人早已跻身百亿富豪之列。天眼查信息显示,扬子江药业第一大股东为扬子江药业集团有限公司工会委员会,持股57.03%,董事长、总经理徐镜人持股41.03%,是第二大股东。根据胡润百富榜计算,2020年徐镜人家族的财富为470亿元,在江苏泰州上榜的企业家中位列第一。

据了解,扬子江药业创建于1971年,总部位于江苏省泰州市,现有员工1.6万余人。截至2020年,扬子江药业的品牌价值达505.95亿元。在扬子江药业的产品线中,最广为人知的包括“蓝芩口服液”“百乐眠胶囊”“苏黄止咳胶囊”。以2019年销售收入衡量,其蓝芩口服液在咽喉用药品类中排名第一,黄芪精在滋补药品类中排名第三,百乐眠胶囊在安定睡眠用品类中排名第四。

而上述产品也是此次的涉案产品。根据行政处罚书,扬子江药业生产和销售的蓝芩口服液、百乐眠胶囊、黄芪精、依帕司他片、苏黄止咳胶囊等产品,被查明是公司重点固定和限定价格的产品种类。

在扬子江药业生产、销售的300余种药品中,公司根据每种产品的销售渠道差异、利润率差异、市场需求差异等,相应调整了重点管控药品种类和范围,集中管控了重点药品转售价格。

消费者利益被损害

除存在垄断行为,扬子江药业还曾多次陷入行贿贪腐案。2020年6月初,上海市公共卫生临床中心药物临床试验机构办公室主任、新药临床研究中心原主任顾俊贪污、受贿一案的判决书曝光。判决书中提到的扬子江药业集团上海海尼药业有限公司,为扬子江药业的全资子公司。

梳理中国裁判文书网发现,2012-2019年,有49份受贿相关判决书与扬子江药业相关。例如,2019年10月15日披露的《王金龙受贿罪一审刑事判决书》中显示,2006-2018年期间,扬子江药业驻嘉善市场部业务员张某先后多次给时任嘉善县第一人民医院副院长、嘉善县卫生局副局长等职务的王金龙送财物,价值达人民币27.77万元。

医药行业投资人士李瑛在接受北京商报记者采访时表示,药企行贿及垄断行为的本质是提高自身产品销量并保证产品的利润,但上述行为造成了药品的高价,损害了消费者利益。

对于扬子江药业长达五年实施垄断协议的行为,国家市场监督管理总局方面认为,扬子江药业排除、限制了竞争,损害了消费者合法权益和社会公共利益。国家市场监督管理总局方面进一步表示,将持续加强医药领域的反垄断执法,有效预防和制止垄断行为,切实保护市场公平竞争,维护消费者合法权益和社会公共利益,促进社会主义市场经济健康发展。

北京商报记者 姚倩

拉夏贝尔连亏三年陷退市危机

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨 张君花)4月15日晚,2020年财报出炉,拉夏贝尔已经连续亏三年。从曾经的“中国版ZARA”,到A+H股上市,这家女装巨头在它成立20年之际,正在面临退市危机。公司总裁从创始人一直换到了设计师,都没能挽救拉夏贝尔的业绩颓势。

业绩快报显示,2020年公司实现营收18.19亿元,同比下降76.27%,净亏损13.48亿元。对于此次巨额亏损,拉夏贝尔给出的解释是受疫情影响,公司线下经营网点收入大幅下滑,但仍需承担商场租金及人员费用等固定支出,该因素导致公司亏损约9亿元。同时,公司进一步关闭线下低效门店,由于已关闭门店的经营亏损及一次性确认装修摊销等费用,导致亏损2.5亿元。

值得一提的是,自2017年拉夏贝尔登陆上交所以来,就出现连续性亏损。2018年,拉夏贝尔首度亏损1.6亿元,2019年净亏损扩大至21.66亿元,2020年再次亏损。

至此,拉夏贝尔已经连续亏损三年,这也使得拉夏贝尔“被ST”。3月22日,拉夏贝尔发布公告称,预计公司2020年底经审计后归属于上市公司股东的净资产为负值。若公司2020年底经审计后归属于上市公司股东的净资产为负值,公司A股股票可能被实施退市风险警示。

这已经是拉夏贝尔2021年以来第3次提示可能被实施退市风险警示。2020年上半年,拉夏贝尔也曾12次提示可能被实施退市风险警示。

就巨额亏损及未来发展规划,北京商报记者对拉夏贝尔进行采访,但截至发稿未收到回复。

快消品新零售专家鲍跃忠表示,巨额亏损,多次退市警示,显然拉夏贝尔已经进入了非常困难时期。亏损加净资产负值,已经“被ST”的拉夏贝尔很有可能直接退市。

业绩连亏重压下,2020年以来,拉夏贝尔的总裁一职先后更换了5人,总裁候选人也从财务、营销、品牌等各个口线挨个试了一遍。

2020年2月,拉夏贝尔方面称,于强因需要投放更多时间及精力在其自身的业务上,已辞任拉夏贝尔执行董事、总裁等职务,邢加兴重新成为拉夏贝尔总裁。同年4月,拉夏贝尔方面再次宣布邢加兴因个人原因申请辞去公司总裁职务,副总裁尹新仔升为公司总裁。

然而,尹新仔上任不到4个月便辞职。在尹新仔辞职后,拉夏贝尔总裁一职空缺3个月之久。直到2020年11月4日,拉夏贝尔才敲定新一轮总裁人选。当天,拉夏贝尔发布公告

称,公司总裁一职由章丹玲担任。据悉,章丹玲自2001年3月至今一直任职于拉夏贝尔,作为拉夏贝尔的联合创始人,其目前主要分管新零售、线上渠道及市场工作。

不过仅在上任一月后,章丹玲则宣布辞去总裁职务,交棒给同样在品牌口工作多年的副总裁张莹。

高层动荡的同时,拉夏贝尔也在加紧线下收缩,门店从此前的近万家锐减到至今不足千家。数据显示,2017年底,拉夏贝尔拥有9448家门店。而在2019年,拉夏贝尔就关闭了4391家门店,平均一天关店12家。今年1月30日,拉夏贝尔在公告中称,2020年在境内线下经营网点数量已由年初的4878家降至年末的959家。北京商报记者走访发现,此前位于北京丰台区新业广场一层的拉夏贝尔早已关门。而从高德地图上搜索拉夏贝尔门店,也仅剩8家。

在连年亏损、高层动荡、频繁关店的情况下,拉夏贝尔一直想要寻求新的出路。在品牌方面,拉夏贝尔也从此前的并购扩张转为了战略收缩。据悉,2004年伊始,拉夏贝尔启动多品牌发展战略,品类逐步由女装拓展至男装、童装,旗下品牌有La Chapelle、Puella等12个品牌。此外,拉夏贝尔还以5200万欧元收购了法国女装NaïfNaïf SAS公司。

然而,到了2019年5月,拉夏贝尔以2亿元的价格出售旗下控股子公司杭州黯涉电子商务有限公司54.05%的股权,其旗下七格格、OTHERMIX等线上服饰品牌也被剥离。

随着资金压力、疫情等因素影响,拉夏贝尔旗下多个子公司相继破产。2020年1月,拉夏贝尔发布公告称,子公司杰克沃克因不能清偿到期债务且资产不足以清偿全部债务,已具备破产原因,法院受理杰克沃克的破产清算申请。同年5月,拉夏贝尔发布公告称,境外全资子公司法国NaïfNaïf SAS因无力清偿供应商及当地政府欠款,当地法院已经裁定其启动司法重整。

彼时,拉夏贝尔相关负责人在接受北京商报记者采访时称,当前正处于转型发展的关键时期,公司对于成长前景不确定的非核心业务,将根据经营现状大幅减少或停止资源投入。

为了缓解发展压力,拉夏贝尔向南极电商开始学习“卖吊牌”。2020年9月,拉夏贝尔公开表示,将线上业务由“企划设计-自主采购-平台运营-线上销售”的传统模式,调整为“品牌授权+运营服务”。不过,该举动也遭到业内质疑。

经济学家宋清辉认为,过于快速的扩张之路早已为拉夏贝尔的发展埋下了隐患,退市或许只是时间问题。