

· 商讯 ·

## 小米全面接管迅雷董事会

北京商报讯(记者 魏蔚)内讧结束后一周,迅雷于12月12日宣布原董事长邹胜龙因家庭原因卸任,由小米联合创始人王川接任董事长,这意味着迅雷投资方团队全面接管迅雷管理层。业界甚至认为,此次迅雷董事调整源于内讧,迅雷管理层全面转为投资方主导,将避免未来再发生转型分歧。

12月12日,迅雷宣布迅雷董事会已选举王川出任董事长,邹胜龙因家庭原因卸任,今后将以董事会成员身份参与迅雷发展,该次变动立即生效。据了解,王川曾主导小米旗下多项关键业务,担任小米高级副总裁,自2014年3月后小米一直担任迅雷董事,包括邹胜龙在内的迅雷董事会成员一致认为,王川具备顶级互联网公司管理经验和业务能力,并深入参与了近年来迅雷业务转型规划及推进,是带领迅雷开启全新发展,并重回一线互联网阵地的最合适人选。

同时迅雷还表示,迅雷CEO陈磊将与王川密切合作,联手推动迅雷未来在共享计算和区块链方面的创新发展。目前迅雷共享计算业务已经实现连续9个季度的增长,并成为迅雷主力营收板块。

业界认为,调整后,迅雷最核心的两大高层席位全部更新完毕,迅雷进入由新力量主导的发展阶段。另有观点则认为“正是因为此前的内讧闹剧,才导致了此次调整发生,或者说加快了迅雷管理层的新旧交替”。

据了解,11月底,迅雷与子公司就业务品牌和商标授权,以及玩客币业务的合法性相互指责,12月初双方达成和解,迅雷“前子公司”迅雷大数据公司也将回购迅雷所持全部股权,并放弃迅雷品牌授权。业界普遍认为,此次矛盾的主要原因在于转型方向的分歧,“可以看出,迅雷管理层新势力押宝云计算,而为数不多的迅雷元老则钟情于流量变现”。迅雷调整董事的目的,正是希望迅雷可以更专注于向云计算转型。

不过,玩客币业务依然备受业界关注,对此,迅雷强调:迅雷获得了来自政府多个监管及执法机构合作,双方联手打击炒币者已收效显著,极大清除了玩客云和链克产品市场上的投机风险”。

## 现代中国召回进口起亚极睿汽车

北京商报讯(记者 钱瑜 高春艳)12月12日,记者从国家质检总局获悉,现代汽车(中国)投资有限公司以下简称“现代中国”)向国家质检总局备案了召回计划,自2017年12月11日起,召回2016年10月4日-2017年8月24日期间生产的部分进口2017年款起亚极睿系列汽车。据该公司统计,中国内地共涉及1760辆。

值得注意的是,同样因为制动系统存在安全隐患,现代中国在上个月也曾宣布将召回29辆进口2015年款起亚嘉华系列汽车。

据悉,本次召回范围内部分车辆,由于驻车制动拉线间隙调整不当,造成驻车制动踏板在全行程的3/4以内不能产生有效制动,不满足有关强制性标准的要求。在斜坡等处停车时,如果没有对驻车制动踏板施加足够的行程,可能会发生车辆意外滑行事故,存在安全隐患。

对此,现代中国将为召回范围内的车辆调整驻车制动拉线间隙,以消除缺陷,库存车辆将在消除缺陷后进行销售。同时,现代中国还提醒相关用户在停放车辆并操作驻车制动时,应将驻车制动踏板踩到底,并把变速杆置于P档位置。用户在召回行动开始后应尽快联系经销商进行维修。

截至今年7月,由于发动机、轮胎和车轮问题,现代中国在华已召回4次,涉及32501辆。2016年,由于车身、电器设备、发动机、轮胎和车轮问题,现代汽车(中国)在华召回5次,涉及10507辆。2015年,由于车身问题,现代汽车(中国)在华召回1次,涉及128辆。

## 神州优车转向汽车生活平台建设

北京商报讯(记者 魏蔚)在先后推出专车、电商、金融等业务后,神州优车于12月12日发布全新战略,宣布打造新一代汽车生活平台。

据了解,成立于2016年1月的神州优车旗下有神州租车、神州专车、神州买买车、神州车闪贷四大板块,此外还在今年6月发起成立了优车产业基金,通过自有、投资、合作等模式进行了全产业链布局,初步建成了一个业务覆盖汽车全产业链的人车生态圈。

对出行和汽车行业的未来,神州优车董事长兼CEO陆正耀认为,未来中国人汽车生活的终极形态是共享和拥有长期并存。为此,神州优车将从汽车出行战略转向打造新一代的汽车生活平台。

对于上述定位,陆正耀进一步从新一代、汽车生活、平台和共享四方面进行阐释:“新一代”,指新一代的消费习惯和新一代技术的变革。“汽车生活”包括无车车生活和有车车生活。无车车生活将面对无车本族,在神州租车现有业务的基础上全面升级,构建中国最大的新一代汽车共享平台;有车车生活将面对私家车主,打造一个全新的综合汽车生活服务平台“神州车管家”。“平台”是神州要为用户构建一个线上线下结合的平台,线上依托神州租车、神州车管家两大流量入口,线下则集合现有各业务功能、构建线下综合服务实体网点——神州车码头。“共享”则是新一代汽车服务平台的发展模式,将是以B2C为主,辅以B2B2C和C2B2C等其他共享模式。

在陆正耀看来,神州优车的转型将带来三大重要变化,从经营“资产”到经营“资产+客户”;从“自营”到“自营+整合”;从“重”到“重+轻”。神州优车将向合作伙伴全面开放客户资源。同时,新一代汽车平台还将帮助神州优车积累人车生态大数据,为过渡到无人驾驶运营平台做准备,此外,神州优车将以大数据和使用场景作为切入点,通过自主研发、投资、合作等方式参与无人驾驶。

## 调整无起色 魅族二次纠偏

12月12日,北京商报记者获悉,魅族进行了近年来最大范围的架构和人员变动,也是其半隐退创始人黄章回归魅族后的第二次调整。除了提拔新人,黄章此次还将三大业务提升到事业部级别。继2015年取得好成绩后,魅族去年和今年的市场表现都并不出彩,技术不压点,价格又尴尬,黄章不得不做出调整,但就目前的大环境以及竞争情况来看,魅族的未来难言乐观。

## 全面调整

魅族在内部下发了调整公司架构和高管职责的通知,与此前发生了很大变化。

在高管调整方面,戚为民被任命为公司高级副总裁、CFO一职,负责财务管理,直接向公司CEO黄章汇报。这意味着,除了公司现任总裁兼COO白永祥外,协助黄章管理公司事务的高管又多了一位。两位高管中,白永祥将侧重协助各事业部及业务共享平台;戚为民将管理职能支持平台。公开信息显示,戚为民曾经在多家企业担任财务总监等职务,2014年12月26日起,戚为民担任天音通信控股股份有限公司财务负责人,直至今年5月卸任。

对此,通信世界网总编辑刘启诚分析认为,黄章将CFO摆到跟白永祥一样的位置,可能是对白永祥这一年转型的工作不满意,所以调派新人上去,也有可能是有别的打算。也有专家分析指出,把CFO提至与总裁白永祥几乎同等的位置,这意味着黄章意图看紧财务支出,精细运作,减少日常运营成本。

另一个值得注意的人事变动,是魅族副总裁杨柘担任公司CMO。职位看起来很高,但从实际职权上看,他负责的是魅族事业部市场营销相关业务,并不包括魅族事业部的销售业务。

在组织架构方面,除原有的魅族、魅蓝、Flyme三个事业部之外,魅族把3个原本更低层级的业务提升到事业部级别,包括把海外营销部升级为海外事业部,电商业务部升级为电商事业部,另外新增配件事业部。配件事业部将统一负责魅族与魅蓝的相关配件产品,而海外事业部的成立,则清楚地表明魅族将把海外市场拓展提到公司战略高度上来。

S 重点关注

Special focus

## 金山云融资3亿美元跟进价格战

北京商报讯(记者 魏蔚)继去年5月获得近5000万美元融资后,12月12日下午,金山云宣布完成D轮3亿美元融资,投后估值为19亿美元。在此轮融资后,金山云将针对CDN、云数据库Redis、云服务器和对象存储产品KS3进行降价,最大降幅为六成,金山云成为阿里云在11月降价后,又一个跟进价格战的云计算企业。在业界看来,在普遍亏损的市场环境下,巨头云计算企业的连续降价让市场竞争更加严峻,市场将加速洗牌。

12月12日,金山云宣布完成D轮3亿美元融资,融资额为云行业单轮最高。据金山集团相关公告显示,金山云此次D轮融资由愉悦投资者和民生投资者领投,金山软件跟投,融资完成后,金山软件、民生投资者及愉悦投资者对金山云的持股比例分别为51.93%、5.26%及2.63%。

在融资后金山云CEO王育林宣布持续加大在AI领域的研发投入,并布局政务、制造、金融、医疗



对于魅族在组织架构方面的调整,刘启诚认为合情合理。他表示,这三个部门中有两个都是关于渠道的,也就是电商和海外,今年小米翻盘成功的因素就是在海外市场上的成绩,尤其是印度市场,所以海外必须重视起来。配件事业部是个增值性部门,很多主体之外的配件都在这里生产,利润空间非常大,因此要重点做。”

对于魅族这次的调整,北京商报记者试图联系魅族相关负责人,但该负责人的电话一直未能打通。

## 无奈之举

其实这并不是魅族近期的第一次重要人事变动。上个月有消息传出,由于PRO 7销售不佳,魅族事业部销售副总裁褚淳岷将离职;他所带领的销售团队中的大部分员工也将离职。9月,负责销售的魅族事业部副总裁潘一宽也离开了公司。

在刘启诚看来,2017年是魅族失败的一年,今年的调整和转型都没有成功,只推出一款PRO 7,市场反馈却比较惨淡,既没跟上全面屏的步伐,也没沾上AI的边,这种情况逼得黄章不得不做出调整。

据了解,2014年之前魅族采取的都是单旗舰的模式,一年只发布一部手机,意图走“小而美”的小众路线,这样带来的好处无疑是留给研发、设计的时间充足,在充斥着运营商千元机的早期市场中,精品化的路线也给魅族赢得了良好的口碑。

但精品化路线带来的过低出货量也让魅族始终徘徊在主流手机市场的边缘,魅族2013年只有200万部的出货量,即使2014年实行了双旗舰MX4、MX4 PRO策略,出货量也不过400多

万部。于是在协议压力下,2015年魅族过去精品化的路线被抛弃,开始忙不迭地发布新品。魅族放下了以往高冷的姿态,走到了大众眼前。

2015年2月,魅族宣布获得6.5亿美元融资,其中阿里投资5.9亿美元,海通开元基金投资6000万美元。融资后的魅族业绩快速发展,2015年一季度销量超2014年全年,2015年全年销量增长350%,突破2000万部,同比增长350%,其中,魅蓝系列手机总销量超过1000万部。但在销量飙升的背后,亏损规模也很惹眼。天音控股公告曝光的魅族业绩数据显示,魅族2015年全年亏损10.37亿元,2016年上半年亏损3亿元。

为了盈利,魅族在去年初已展开了新一轮成本控制,裁员约200人;而在2017年一季度,魅族又裁减了10%的员工。对此,魅族相关人士表示,公司进行人才结构优化,裁员比例从原来的5%提高至10%。在业绩亏损的背景下,2016年魅族共卖出了2200万部手机,未进入市场前五。

今年,魅族一改前一年合计发布14款机型的节奏,把重心放在了7月发布的旗舰机型魅族PRO 7上。但是这款机型在市场上的反响一般,且价格呈现断崖式下跌。上市前两个月,PRO 7降幅基本维持在500元以内,两个月后降价幅度很快突破1000元大关,渠道售价全面崩盘,京东第三方平台最低只需1600多元即可收入囊中,与上市时的价格相比接近腰斩。

## 前途未卜

对于销量不佳和业绩亏损的情况,魅族进行人事和组织结构的调整

自然就在情理之中。其实在此之前,黄章已经对魅族进行过一次大的调整,今年5月,魅族科技官方发布的全新组织架构中显示,黄章作为魅族董事长兼CEO直接参与公司运营。白永祥作为魅族总裁接受各职能部门汇报,并和黄章一起管理新组建的魅族事业部、魅蓝事业部、Flyme事业部。

时隔7个月,正像上述提到的,魅族并没有因为这样的调整而有所改善。此后,魅族又对线下门店进行了优化。近期,有媒体报道魅族近500家线下门店关闭的消息,魅族内部消息人士透露,最近确实在实施常规的线下渠道优化动作,但被关掉的线下门店远非500家这么夸张。由于魅族品牌和产品明年肯定会全面精品化,因此势必会做出相应的渠道结构调整,为明年春季到来的梦想机上市铺路。

但刘启诚对于魅族此次的调整并不看好。他坦言,在整个手机市场出货量下滑的情况下,手机企业必须靠产品的过硬技术支撑。在今年的手机产品中,华为、OPPO以及vivo这几个品牌,该压的点都压到了,比如全面屏和人工智能;在市场营销方面,OPPO和vivo区分了更多的细分市场,一款产品会针对不同的用户以颜色区分,并推出专门的体育类手机,华为和小米在线上的推广又十分有力度。但魅族这几方面都没有做到位,这次大的变动可以看做是该公司在今年失败后被动地调整,未来能否有起色还要再观察。”

市场研究机构Kantar Worldpanel发布的报告称,截至10月末,华为、小米、苹果、vivo以及OPPO中国前五大手机厂商占据了整个市场91%的份额。而这个数字去年为79%,这意味着它们领先中兴、魅族和联想等公司的优势还在进一步扩大。

不过,可以看到的是,11月以来从黄章在魅族论坛公开爆料新机“15 Plus”后,近一段时间关于新机的爆料不断,从广大用户对爆料信息的反馈来看,用户还是十分期待黄章回归后亲手打造的这款产品,毕竟这是魅族近几年来,创新力度最大的一款“梦想机”。无论如何,2018年也许将会是魅族最后的机会。

北京日报记者 钱瑜 石飞月/文  
王飞/制表

## 统一采购量下滑 安德利业绩低迷

北京商报讯(记者 钱瑜 王子扬)12月11日晚间,港股上市公司烟台北方安德利果汁股份有限公司(以下简称“安德利”)发布公告称,与统一的产品采购框架协议更新至2018年12月31日。同时安德利公布了近三年统一在安德利的采购情况,北京商报记者发现,统一对于安德利产品的采购正在逐渐大幅度下降。2015年、2016年、2017年上半年安德利供应统一的金额分别为8000万元、2300万元、688万元。

作为首家果汁上市企业,安德利果汁曾经风光无限。国内的食品巨头

等更多行业,同时对主流产品全面降价;其中CDN即内容快递网络、云数据库Redis价格的最大降幅分别达到50%、60%;云服务器价格最大降幅超过30%;对象存储产品KS3流量为业界最低,存储价格降低10%。

事实上,金山云并非近期首家降价的云计算企业,一个月前,阿里云在2017广州云栖大会上祭出今年以来的第六轮降价行动,宣布ECS企业级实例、RDS实例以及CDN和安全服务又一次降价,其中CDN降价25%,打出全网最低价的招牌。阿里云降价后不到10天,腾讯云低调宣布旗下云服务器CVM、CDN、对象存储COS、消息服务CKafka等多款核心产品大幅降价,部分产品价格降幅达40%以上。

头部企业云计算产品的持续探底,让云计算行业中小玩家陷入两难。迅雷CEO陈磊对媒体直言:“创新最大的威胁是自杀式跟随”。不

过,UCloud方面告诉北京商报记者,价格越来越成为客户选择云服务商的弱势因素,他们更加看中的是否能很好地满足现有需求,甚至能够前瞻性地为未来需求做准备,国内客户的观念正在逐步发生转变,技术实力、服务质量成为考核服务商越来越重要的指标,价格的作用反倒在逐渐下降,这样的转变对于行业升级是利好。

更有观点直言,价格竞争将倒逼云计算厂商转型升级。由于云服务、云存储等产品的竞争激烈,今年以来,一批云计算玩家转战高速增长的CDN市场。作为CDN市场的代表企业,网心科技的星域CDN产品也是迅雷转型成败的关键。不过,金山云认为:“减价是推动普惠云计算、刺激企业上云的最直接手段之一”,同时强调“这必须以企业的规模优势、成本优势和资金优势为基础”。

统一也是安得利的主要股东之一,其中广州统一企业有限公司持有安得利5.96%股份,成都统一企业食品有限公司持有安得利11.84%股份。统一与安得利的关系还可追溯到2009年。当时,统一中国及安得利发布公告称,在山东省成立合营企业,将从事各类饮料、果汁、茶饮料、乳饮料、矿质水、果冻、布丁、谷物制品、果浆、豆浆、PET瓶装注塑及吹瓶以及其他产品的代加工和销售业务。

值得关注的是,在2012年安得利修改了公司章程,且股东统一企业股份

有限公司提升了2012-2014年从安得利果汁采购产品的力度,未来两年提升幅度在200%左右。事实上,安得利的净利润开始出现下滑。今年上半年,安得利果汁营收为3.94亿元,较去年同期4.46亿元减少约11.65%;净利润约为6308.16万元,较去年同期净利润约6633.35万元减少约4.9%。如何提升业绩,成为安得利的必备功课。

营销专家路胜贞指出,安得利的主要股东比较分散,统一只是其主要股东之一。安得利的果汁产品除了供

统一外,还与可口可乐、雀巢、卡夫、娃哈哈、农夫山泉等有供应业务关系。