

· 产业动态 ·

## 陷资金困境 FF再出售总部大楼

北京商报讯(记者 石飞月)3月21日,据外媒报道,法拉第未来(Faraday Future,以下简称FF)出售了洛杉矶总部以筹资帮助公司维持运营。这也是继出售拉斯韦加斯工厂土地之后,FF再次对总部物业进行出售。

北京商报记者从接近FF的知情人士处获悉,FF出售洛杉矶总部大楼的消息属实,该公司采用的是回租回购式的出售方式,出售金额近4000万美元,FF保留该物业的回购权。对于这一消息,FF公司未予置评。

据了解,FF洛杉矶总部位于加州Gardena市South Figueroa街道,由两座建筑组成,距离洛杉矶城区约15英里,是FF在2014年斥资1320万美元购入。

一周前,FF宣布,将出售内华达州北拉斯韦加斯的优质土地。该公司称,为巩固全球化战略运营,更好整合全球资源,FF在战略聚焦的同时正在进行全球布局调整,决定出售内华达州北拉斯韦加斯900英亩优质土地,报价为4000万美元。

连续出售土地和房产,与FF的资金困境有关。据报道,自从2018年10月首次宣布大规模裁员和减薪以来,FF被供应商和承包商提起了11起新诉讼,被要求支付近8000万美元的欠款、赔偿金和相关费用补偿。除了债务问题,近期FF员工还被延长停薪留职时间;FF高管团队也已分崩离析,三位创始人走了两个,留下来的贾跃亭成了尴尬的光杆司令。

分析人士认为,如果FF能在近期完成拉斯韦加斯工厂土地的出售,那么将意味着FF将获得近8000万美元,这将极大缓解目前的资金困境。不过,此前有消息称,在与恒大达成和解后,FF工厂停工,FF 91车型停留在量产状态,还需5亿美元的资金注入,才有望实现真正量产。

FF相关人士在接受北京商报记者时表示,公司将在2019年内努力筹集足够资金,尽快将变革性产品FF 91推向市场并为今后的大规模量产做准备。目前,美国超过400位员工以及全球近800位员工全力以赴聚焦首款产品FF 91的量产。

## 吉利汽车2018年净利超125亿元

北京商报讯(记者 刘洋 潘振宇)3月21日,吉利汽车控股有限公司(以下简称“吉利汽车”)发布的财报显示,2018年,吉利汽车营收为1066亿元,同比增长15%;公司股权持有人应占溢利约为125.53亿元,同比增长18%。

吉利汽车在财报中称,集团2018年财务表现符合管理层预期,净溢利总额同比增加的原因是集团年内整体销量增加及利润率上升。不过,由于集团自2017年下半年起推出数款定价较低的紧凑型SUV车型,加之售价较高的“领克”品牌汽车由本集团拥有50%权益的合营公司销售)未纳入计算,本集团汽车平均出厂销售价格(平均售价)同比增长1.1%。

2018年,吉利汽车(包含领克品牌)销量为150万辆,同比增长20%,在国内乘用车市场占有率也由2017年的5%上升至2018年的6.2%。

吉利汽车还在财报中披露,集团将在2019年引入更多新能源和电气化汽车产品,以大幅增加这些产品的销量占比,至少未来两年将有大量新产品投放。同时,由于国内乘用车市场存在不确定性,集团董事会初步将吉利汽车2019年销量目标定为151万辆(包括领克品牌),接近2018年的整体销量水平。

不过,即便是上述保守的2019年销量目标,实现起来也并非易事。数据显示,2019年前两个月,吉利汽车(包含领克品牌)销量为24.19万辆,同比下滑约9%,其中2月销量8.35万辆,同比下滑约24%。与此同时,2019年前两个月,国内乘用车市场整体也呈现两位数下滑态势。

## 佛慈制药饮料保健品业务连续下滑

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)3月21日,佛慈制药披露2018年年报显示,报告期内,公司实现营业收入5.45亿元,同比增长8.67%,实现净利润7427.86万元,同比略增0.25%。

分业务板块来看,饮料保健品延续下滑状态,实现营收191.6万元,同比下滑0.1%;中药实现营收5.43亿元,同比增长0.1%。

尽管佛慈制药的饮料保健品只占公司2018年总营收的0.35%,但这已是该业务板块连续三年营收下滑。财报数据显示,2015-2017年,佛慈制药的饮料保健品业务分别实现营收348万元、296万元及225.85万元;同比下滑11%、14.95%及23.71%。

从产品来看,该公司核心产品六味地黄丸实现营收1.08亿元,同比增长3.2%;阿胶实现营收1979.32万元,同比下滑64.8%。

驴皮资源紧张可能是造成佛慈制药阿胶产品营收下滑的部分原因。佛慈制药在年报中表示,驴皮等原材料价格的大幅波动将对公司盈利能力造成较大影响,若原材料价格大幅上涨,将造成公司采购成本的攀升,挤压公司的盈利空间。

事实上,为强化上游驴皮原料资源优势,保障佛慈阿胶生产和品牌培育,报告期内,佛慈制药宣布与自然人高建新共同发起设立甘肃佛慈生态农业股份有限公司,从事肉驴等畜禽的繁育、养殖、销售等。

佛慈制药在年报中提到,2019年公司将开展第三方检测业务,成立第三方检测机构,从事药品、食品、保健品的检验、检测、监测、评估以及相关的技术咨询和技术服务,拓展新业务,实现多渠道收益和盈利。

资料显示,佛慈制药的前身为始建于1929年的上海老牌中成药企业,在中成药生产方面,佛慈制药的主要产品有六味地黄丸、参茸固本还少丸等系列中成药以及阿胶、阿胶糕等大健康产品。

## 游戏熄火 腾讯刹车

## 游戏增长乏力

腾讯依然是一家正在狂奔的头部公司,不过营收和盈利能力开始下滑。

北京商报记者对比历年腾讯财报发现,2010-2017年,腾讯的营收和净利润从未停止增长。八年中腾讯收入增幅低于45%的年份只有三年,年度净利润增幅则均在19%以上(含19%)。

具体到2018年四季度,腾讯收入为849亿元,同比增长28%,市场预期为833.8亿元,净利润为197.3亿元,同比增长13%,市场预期为188.5亿元。

从业务板块来看,这与其“现金牛”业务游戏增长乏力有关。2018年腾讯最大的营收板块依然是增值服务,收入为1766亿元,同比增长15%。网络游戏贡献了增值服务58.9%的收入,为1040亿元,但增幅从2017年的32%跌至2018年的6%。按季度业绩来看,腾讯2018年四季度网络游戏收入为242亿元,较2017年同期下降1%,环比下降6%。

其实在整个2018年,腾讯网络游戏一直表现平平。除了2018年一季度实现同比增长26%之外,增幅再未超过6%,并在2018年三季度、四季度出现了同比下滑4%和1%的情况。

业内人士普遍认为,这是由于2018年网络游戏版号暂停的影响。腾讯在财报中也表示:“按月活跃账户数计算《PUBG MOBILE》成为全球最受欢迎游戏。行业监管机构暂停办理版号的审批9个月后,于2018年12月重启审批,腾讯至今共有8款游戏获批,由于业界积存了大量版号申请,我们的游戏排期发布较往年慢”。

不过,并非所有的头部网络游戏企业在2018年遭遇下滑。根据财报数据,网易2018年四季度在线游戏服务净收入为110.2亿元,同比增长38%,较腾讯的增幅高出32个百分点,环比增长6%。

对于腾讯业绩的增幅下滑,艾媒咨询CEO张毅表示:“不能全部归因于转型,腾讯之前的利润太依赖于游戏,尤其是一两款游戏,任何一个公司太依赖于几款能看到生命周期的产品,都是很危险的。”

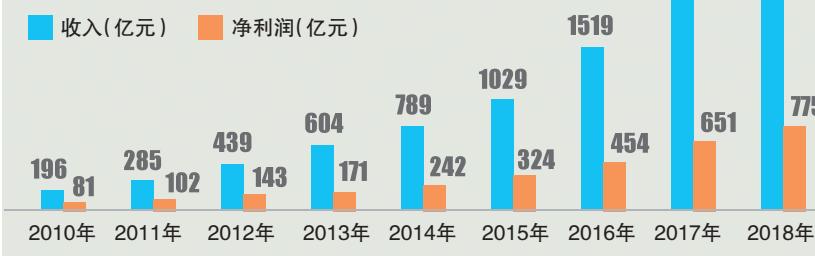
## toB业务收入拉升

游戏营收增幅的下滑,让腾讯的



3月21日,腾讯发布2018年财报。数据显示,2018年腾讯收入为3127亿元,同比增长32%,净利润为775亿元,同比增长19%。2018年腾讯营收和净利润增长双双不及2017年,尤其是净利润增幅,自3Q大战以来再次跌至20%以下,较2017年下滑24个百分点,不及市场预期。业内人士认为,在从消费互联网转向产业互联网的过程中,腾讯已手握小程序等工具,也完成了云计算的资源和架构统筹,不过仍要面临一段toC营收依赖过重的阵痛期。

## 腾讯2010-2018年业绩一览



营收架构也发生了微调。

根据财报,腾讯网络游戏收入占比从2018年一季度的39%一路跌至四季度的29%。在网络游戏收入持续高增长的2016-2017年,网络游戏的收入占比一度逼近50%。相应的,腾讯增值服务收入占比从2017年的65%下降到2018年的56%。

除增值服务外,腾讯的另外两大收入来源为网络广告和其他,在2018年这两部分的收入保持了常态增长,

其中网络广告收入581亿元,同比增长44%;四季度的收入为170亿元,同比增长38%。在微信朋友圈、小程序、QQ看点及移动广告联盟的推动下,社交及其他广告收入全年同比增长55%至398亿元,四季度同比增长44%至118亿元。

在这块业务中,微信和小程序的支撑力明显。2018年,微信及WeChat

的合并月活跃账户数增至约10.98亿,同比增长11%。小程序在B端的渗透也越来越深,财报指出,小程序已为微信用户及企业广泛采用,用户人均日访问量同比增长54%,覆盖超过200个服务行业。2018年日均总支付交易量超过10亿次,商业支付收入同比增长逾一倍。在2018年四季度,月活跃商户同比增长超过80%。

微信的另一个toB工具企业微信的成绩单也值得一提,目前约有80%的中国500强企业成为企业微信的注册用户。

腾讯董事会主席兼CEO马化腾特别提到了小程序在腾讯产业互联网转型中的作用,他表示:“我们的小程序拥有强大功能,深受用户及企业采用,现在已建成中国规模最大及最具有活力的小程序生态系统”。

与其他两大板块相比,其他业务

是2018年腾讯同比增幅最大的一个板块。2018年腾讯其他业务收入780亿元,同比增长80%,收入占比从2017年的18%上涨至2018年的25%。腾讯方面介绍,这部分收入主要来自金融科技及云服务,其中云计算收入增长超过100%至91亿元,2018年四季度,云计算付费客户同比增长超过1倍。

## 投资不会“刹车”

“作为一家以toC业务起家的公司,腾讯目前在产业互联网的主要业务是云计算,这也是BAT正在竞速的一个赛道。”比达咨询分析师李锦清表示;腾讯向产业互联网发展的决心已定,未来toB业务在腾讯收入中的占比会越来越凸显,不过短期内toC业务仍然是腾讯的营收主力”。

从消费互联网到产业互联网,腾讯已决定要舍弃什么坚持什么。

不久前有报道称,腾讯正在掀起史上最大一轮管理干部裁撤,调整比例约为10%。截至北京商报记者发稿,腾讯方面对此未予回应。业内人士对此并不觉得意外,这不光是因为此前在一篇报道中,已经透露出马化腾希望寻找年轻人,也可以从“腾讯没有梦想”事件、组织架构调整等动作后,看到腾讯向自己动刀的决心。

而作为腾讯探索未来的另一只手——投资,腾讯公司总裁刘炽平直言,腾讯2019年的投资规模不会“刹车”。据他介绍,腾讯目前已经投资了700多家公司,超过100家公司的估值达到10亿美元,其中包含了60多家已经上市的公司;2019年短期内还是会更大的挑战,挑战来自于之前的泡沫、更差的宏观环境、越来越激烈的存量市场竞争”。

在一个异常复杂的发展节点,腾讯交出了一份并不亮丽的财报。不过,公开信息显示,高盛、德意志银行、美银美林等33家券商均对腾讯给出了“买入”、“增持”等积极评级。但张毅向北京商报记者表示:“腾讯转向产业互联网并不是一个好选择,腾讯在这方面的优势并不明显,布局产业互联网的回报周期会很长,这会体现在财报上,而且toC业务的人口红利从来没有消失,腾讯应该多思考toC业务的升级”。

北京商报记者 魏蔚/文 代小杰/制表

## 4G大局已定 三大运营商赶考5G

随着中国移动2018年财报发布,包括中国电信和中国联通在内的国内三大运营商2018年成绩单全部出炉。在4G主导的移动通讯战场,中国移动继续稳坐霸主之位,而行业第二的头衔也是中国电信和中国联通争夺的焦点。面对即将来临的5G时代,三大运营商的年度业绩表现也成为在5G战场展开竞争的“引路石”。值得关注的是,目前三大运营商确定的5G商用时间都在2020年,这也表明今年三大运营商的竞争将继续胶着。

## 中国移动领跑

3月21日,中国移动发布的2018年财报显示,2018年中国移动营运收入达到7368亿元,同比增长1.8%;其中,通信服务收入为6709亿元,增长3.7%;股东应占利润为1178亿元,每股盈利为5.75元,同比增长3.1%。

具体来看,2018年,中国移动手机上网流量同比增长182.1%,12月单月4G DOU(每户每月平均上网流量)达到6.6GB;移动ARPU(每用户平均收入)达到53.1元;中国移动“魔百和”用户达到9681万户,渗透率65.9%,家庭宽带综合ARPU为34.4元,同比增长3.2%;中国移动政企客户总数达到718万家,同比增长19.2%,集团通信及信息化收入份额达到38.5%,提升2.2个百分点。

此前,中国联通已于3月13日发布了2018年财报,2018年,中国联通实现营运收入2909亿元,同比增长5.8%。其中服务收入2637亿元,同比增长5.9%,销售通讯产品收入为218亿元,同比增长5.3%;公司权益持有者应占盈利达到102亿元,同比增长45.8%。

3月19日,中国电信也发布了2018年财报,2018年,中国电信实现营运收

二者相比,中国联通的移动用户规模要大于中国电信,但中国电信正加速追赶,中国电信2018年的移动用户净增数、4G用户净增数、4G用户渗透率和4G用户规模均高于中国联通。

有线宽带业务上,中国联通宽带用户规模和增速均全面落后于中国电信。截至2018年底,中国电信有线宽带用户数为1.45亿户,全年累计净增用户数为1226万户;中国联通固网宽带用户数为8088万户,全年累计净增仅434.1万户。

进入2019年,中国电信与中国联通的竞争仍呈胶着态势。2019年2月,中国联通移动出账用户达3.19761亿户,月增196.2万户,其中4G用户达2.25678亿户,月增283.9万户;中国电信移动用户达到3.1022亿户,月增296万户,其中4G用户达2.5059亿户,月增322万户。

## 竞速5G

根据工信部的规划,2019年我国将实现5G试商用,2020年实现5G正式商用。这意味着,4G时代的竞争将告一段落,5G市场成为三大运营商比拼的下一个战场。

随着商用时间表的明确,三大运营商在2018年陆续进入全国范围的5G网络试验阶段。2018年6月,中国联通宣布已经在16个城市陆续开启了5G规模试验;9月,中国电信宣布打造5G示范工程,开展17个城市规模试验;年底,中国移动也宣布全面启动17座城市将进行5G规模试验和应用示范。

在5G终端方面,今年2月,中国联通正式交付首批5G智能手机测试机;中国电信计划于今年3月推出超过1200台5G终端进行测试;中国移动也计划于今年上半年推出5G智能手机和首批中国移动自主品牌5G终端产品。

在5G标准建设方面,中国移动在ITU,3GPP牵头15个项目,申请专利超过千项;中国电信共主导5G国际标准化项目及任务33项,提交国际文稿657篇,申请5G发明专利197项;中国联通自2018年以来则在3GPP RAN5 4G/5G领域提交文稿30多篇,牵头立项3个项目。

“5G专利尤其是核心专利越多,在相关方面的影响也就越大。”独立电信分析师付亮表示,在规模试验过程中,三大运营商建立起一系列商用规范,这些规范有利于相关企业在5G上尽快实现商用。在5G标准和专利方面,虽然中国移动具有一定优势,但其实三大运营商做得都不少,只是电信和联通此前相对低调。

值得注意的是,尽管三大运营商5G建设的进度相差并不明显,但在投资规模上,中国移动似乎是三家中最“财大气粗”的。2019年,中国联通计划投入60亿-80亿元的资金用于5G建设,而中国电信今年在5G建设方面的投入预算则为90亿元。尽管中国移动至今尚未公布2019年5G的具体投入情况,但去年11月,广东移动副总经理朱汉武曾透露,仅为建设广东的5G网络,公司就要投入超过200亿元。

北京商报记者 钱渝 潘振宇