



再陷解散风波 暴风TV游走钢丝绳

近日，暴风集团旗下深圳暴风智能股份有限公司（以下简称“暴风TV”）陷入“公司解散”、“员工讨薪”的传闻中，尽管该公司已经发布公告解释称系部门调整、办公地址变更，但依然难掩其萧瑟之境。2015年，暴风集团成立暴风TV，加入当时激战正酣的互联网电视战局，但四年来，暴风TV表面风光，背后辛酸，由于电视业务的拖累，2018年暴风集团亏损高达10.9亿元。随着国内彩电市场萎缩，再加上华为等手机厂商的介入，暴风电视如今正游走在钢丝绳上，未来恐难觅新机会。



部门调整

有消息称，暴风TV向员工正式发出“遣散”通知，由于融资进度问题，公司决定遣散所有员工，目前公司已搬离原办公地。另外，由于暴风TV亏损问题严重，还有网友爆料称其疑似因拖欠员工薪资，被员工拉横幅追债。

对于上述传闻，5月21日，北京商报记者也联系到暴风公关部相关负责人，但截至发稿，对方未作出回应。北京商报记者也拨打了官网提供的服务电话，发现其服务正常。

之后，暴风集团发布澄清公告，称暴风集团关注到暴风TV解散等相关报道。对于上述报道，公司高度重视，经过对相关信息的核查，对暴风智能解散的报道予以澄清。

公告显示，暴风TV系暴风集团控股子公司，暴风集团持有暴风TV 22.6%的股权，暴风TV纳入暴风集团合并报表范围。2019年5月22日，暴风TV管理层与股东召开股东会，正视暴风TV面临的困难，对现状进行分析讨论，提出新的发展战略与对策，股东对管理层的工作表示支持。

暴风TV业务仍在正常经营，为优化结构、控制成本，暴风TV对行政、线下销售等部门进行了调整，但技术、产品运营等核心部门不受影响。此外，暴风TV原来办公地址的租赁合同到期后不再续约，暴风TV已经搬离该地址，新的办公地址已经投入使用。

暴风集团强调，暴风TV不会放弃市场前景广阔的互联网电视行业，未来将通过精细化运营改善经营状况，目前暴风TV的融资事项仍在加紧推进中。

对于调整原因，暴风TV CEO刘耀平在股东大会上解释道，一方面是基于对优化结构、节约成本的考虑。通过这几年的建设，很多模块已经成熟，技术进步后用不了这么多人，优化后的人员能够保障公司正常运营。”另一方面，暴风TV电商业务发展较快，目前公司通过电商的销售收入占比已经超过50%，线上线下一体化运营后，线下销售人员减少，也进行了调整。目前暴风TV在全国各地都有员工派驻，其中深圳和北京较多。

对于办公地址搬迁一事，刘耀平坦言，主要是为了降低成本。“原来在高大上的写字楼，搬迁后我们的办公成本可以大幅降低，节约了开支。目前公司位于深圳中国高科大厦7楼的新办公场地已经投用。”

大幅亏损

早在2018年7月，暴风TV便已曝出裁员。当时有报道称，暴风通过裁员50%自救。

暴风TV本是一个互联网智能电视开发商，主要提供暴风人工智能电视、暴风人工智能语音电视等产品。企查查数据显示，暴风TV成立于2015年6月，注册资本4244.3218万元，曾于2019年1月被列为被执行人；因通过登记的住所或经营场所无法联系被列入经营异常名录。

但暴风TV并没有为暴风集团带去利润，反而成为拖累。暴风集团发布的2018年年报显示，2018年公司实现营业收入11.27亿元，同比下降41.15%；归母净利润亏损高达10.9亿元。年报的数据中解释，暴风集团亏损的主要原因来自于暴风TV的亏损。今年一季度，暴风集团营业收入为7120.51万元，较上年同期减少81.6%；净亏损1749.5万元，上年同期亏损2954.17万元。

对于2018年的大幅亏损，产经观察家、钉科技总编丁少将指出，暴风集团的问题和此前的乐视很相似，那就是缺乏自我造血能力、业务线太长，资本市场一旦有变，现金流断档，业务就格外脆弱。

刘耀平表示，亏损主要是计提了相应的权益性投资减值准备、应收款项坏账准备、存货跌价准备等资产减值损失；另外，互联网电视业务为了积累用户，抢占市场份额，营销推广力度加大，成本费用增加。此次调整后，公司的亏损会大幅减少。”

而暴风集团董事长兼CEO冯鑫曾自信地表示：“暴风TV在2019年可以进入盈利期，2020年和2021年有一二十亿利润的期望值。而2018年，将达到单个TV的盈利点，即单个用户的ARPU值超过获客成本。”然而，事实却未能如他所愿。

此外，2018年冯鑫在接受采访时曾表示，他的目标是2018年暴风TV卖出200万台，到2019年就能进入大规模盈利的状态。但根据暴风集团此前回复问询函的公告，暴风智能电视2018年销量

约70万台。

难以为继

从2013年到现在，互联网电视经历了大起大落，公开数据显示，2014-2016年，LeTV(当时称乐视电视)销量分别达到了150万台、300万台和600万台，销售数据直逼一线阵营。

但在2019年一季度，中国彩电市场零售量规模1202万台，同比下跌1.1%，零售额349亿元，同比下跌13.1%。很多互联网电视企业发展也陷入困境，微鲸变得低调起来，看尚已经没了声音，暴风TV大幅亏损。

“暴风TV目前确实面临困难，现在很多企业都在面临同样的挑战，为了未来可持续发展不受影响，我们做了现在的调整。”在刘耀平看来，AI电视智能有良好的市场反应，用户开机率、活跃率都非常好，所以暴风会把这个品类突出去做。经过多年经营，目前暴风TV智能电视产品已经成型，在差异化的基础上，已经达到了比较高的性价比。

不过刘耀平也透露，从今年开始，公司不再对电视硬件产品进行补贴，将实施“跟随”战略。智能电视行业已经进入存量时期，未来将通过精细化、精准化运营，提高市场占有率，此前智能电视硬件成本主要来自面板，2017年面板疯狂涨价后，近期有所下跌，在这一基础上，暴风TV虽然不再对硬件进行补贴，终端产品不用涨价就会产生一定毛利。

对于暴风TV的经营状况，暴风TV的A轮投资方中航信托表示，暴风TV管理团队此时做出调整是合适的，作为股东相信经过一系列调整，未来的情况会好转。

值得注意的是，在暴风TV不放弃互联网电视这条路的同时，曾经的LeTV超级电视已经卷土重来，本月初，乐融发布了第五代LeTV超级电视超5 X43/X55，并称将冲击互联网电视第一阵营。此外，华为、一加等手机厂商也将切入电视领域。对于暴风TV来说，未来的竞争将越来越激烈。

家电分析师梁振鹏指出，彩电市场本身已经连续两年萎缩，暴风TV更是在2018年大打价格战，导致亏损加剧，影响了健康发展。“暴风TV的生产销售规模远远没有达到彩电行业的盈利平衡点。”

不过，正如奥维云网副总裁董敏所说，未来智能电视的发展除了聚焦内容层面外，作为智能家居的交互中枢，互联互通、人机交互也是电视行业需要重点发展的方向。北京商报记者 石飞月 图片来源：官方微博