编辑 常蕾 美编 代小杰 责校 杨志强 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

印度禁用59款中国App 专家:影响有限

6月30日,印度以安全为由禁用59款中国应用,不过有印度网友向北京商报记者透露,“涉及的59款App并没有全部下架,且印度用户可正常使用已经下载的上述App”。

这次涉及的中国App产品类型、覆盖领域较广,既有BAT、联想、字节跳动等头部互联网企业的产品,也有中腰部企业欢聚集团、美图等旗下的App。看似打压面大,但由于印度互联网市场有限,此次风波对中国互联网企业影响不大。抛开政治因素,出海所面临的文化差异、法律风险,始终是中国互联网企业头上高悬的达摩克利斯之剑。

“禁用”不停用

6月30日凌晨,印度信息技术部以安全为由禁用59种中国应用,包括抖音国际版TikTok、茄子快传、UC浏览器、微信、QQ、快手和美图等,涉及短视频类、直播类、美颜类、游戏类、电商类、音乐类及新闻聚合类App等多个领域。

尽管有些产品名不见经传,但在印度市场的份额并不低。“比如联想的茄子快传这个工具类App,在印度有很高的使用率,Helo和Likee也都登上过印度本地安卓应用的热门榜单”,关注新兴市场科技创投动向的出海媒体volanews创始人丁家乐向北京商报记者直言。

艾媒咨询CEO张毅则认为,“应该多关注对ClubFactory和UC浏览器的影响,ClubFactory是目前印度三大电商平台之一,浏览器在印度等新兴市场的流量入口作用很稳固”。

不过,在张毅看来,TikTok目前是被下架的主要头部应用之一,但所造成的影响还有待观察。根据SensorTower数据,2020年4月30日,印度是TikTok下载量最大的市场,已贡献超过6亿次下载,占全球总下载量的近三成。

根据媒体报道,在印度官宣禁用名单后,TikTok很快予以回应,“将继续在印度法律框架下遵守数据安全要求”。不过,该声明并未得到TikTok母公司字节跳动的确认。截至北京商报记者发稿,此次涉及的其他App均保持沉默。

印度用户向北京商报记者证实,“TikTok已经在印度市场下架,有些在宣传前早就下架。不过目前在印度地区的应用商店里,Newsdog、WeMeet、WeChat等还可以被搜索到。如果用户已经下载了这些应用,也还是可以正常使用,这些App损失的只是新增用户而已”。

象征性意义更大

即使部分App在印度市场的体量不小,但是业内人士普遍认为,禁用风波对上述App背后的中国互联网企业影响有限,且有诸多数据可以支持此观点。

长期关注海外营销的白桦(化名)向北京商报记者介绍,“目前这59款App并未全部进入变现阶段,更多是在做用户积累”。

以互联网最常见的广告变现模式为例,相关报告显示,2020年印度整个广告市场规模约80亿美元(不考虑汇率变动,约566亿元),其中数字广告占比11%,为8.8亿美元(不考虑汇率变动,约为62亿元)。

根据艾瑞2020年4月发布的数据,2020年一季度,中国网络广告市场规模1212.1亿元,远高于印度2020年整个广告市场规模。

从ARPU(每用户平均收入)维度看,印度与国际水平的差异也十分明显。2019年,Google广告收入1348亿美元,近半来自美国市场,平均每个美国互联网用户贡献1568元。印度是Google手机商店应用下载量第一的市场,但它在印度平均每年只能通过一个Android用户产生8.6元的收入。

来自印度网友的消息还指出,“其实,这次禁用的App中有好几款已经停止更新了,比如百度系的。有些产品在每次涉及安全等敏感问题时,都会被拿出来晒一晒”。不过,对于此次涉及的百度系应用是否已经停更,百度方面表示,“暂无回应”。

“总体来看,这次印度禁用,个别几款App对企业本身会有影响,但对这59款产品的母公司,基本不会产生致命性打击。不管对中国头部互联网企业,还是对腰部企业而言,有印度市场是锦上添花,如果丢失印度市场也不必耿耿于怀”,张毅坦言。

出海硬伤仍难解

中国互联网企业出海是个常谈常新的话题。2018年,出海就进入爆发期,出海电商规模在2018年上半年增速26%,出海游戏全年增速15.8%,工具类应用需求旺盛并向社交服务应用转型,直播、短视频、资讯等内容型产品继续火爆。Mobvista数据显示,截至2017年,已有720家企业的2268个App出海。

2020年,越来越多的互联网企业继续把目光投向海外,印度、东南亚、中东、非洲等新兴市场持续大热。这些地区人口数量多、结构偏年轻化,互联网发展增速快,同时国民经济水平、政局状况都在好转,头部公司估值和市场占比还比较小,它们是中国出海企业瞄准的流量洼地。

从中国互联网企业海外小试牛刀,到现在出海成大企业标配,都逃不开文化差异、本地化运营的问题。

张毅向中国互联网企业建议,“海外App的劳动力、负责人最好是本地人,要给当地贡献税收,而不是急于向国内市场输送利润,科技企业就算员工规模不会太大,但也要考虑有没有解决当地的就业问题”。

回到印度禁用中国App,张毅强调,“从全球范围看,中国移动互联网的应用、创新和运营能力遥遥领先。印度不应该光看到中国App占据的市场份额,应该多关注中国App对印度新经济、新技术、创新的拉动”。

北京商报记者 魏蔚

聚焦 Focus

老干妈回应拖欠腾讯广告费:未与腾讯合作过

北京商报讯(记者 魏蔚 李振兴 白杨)因一起合同纠纷,腾讯和老干妈对簿公堂。6月29日,中国裁判文书网发布关于广东省深圳市南山区人民法院的一则民事裁定书,同意原告腾讯请求查封、冻结被告老干妈名下价值1624.06万元的财产。

公告显示,腾讯诉被告贵阳南明老干妈风味食品销售有限公司、贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司服务合同纠纷一案中,腾讯提出财产保全的申请,请求查封、冻结被告两家老干妈公司名下价值1624.06万元的财产。

对此,北京商报记者联系采访了老干妈,对方表示不接受采访。但6月30日晚,老干妈紧急发布声明称,从未与腾讯公司或授权他人与腾讯公司就“老干妈”品牌签署《联合市场推广合作协议》,且从未与腾讯公司进行过任何商业合作。针对上述重大事件,及时采取法律手段维护企业合法权益,已向公安机关报案。目前公安机关于2020年6月20日决定对此案予以立案侦查。

对此,腾讯方面告诉北京商报记者:“2019年3月,腾讯与老干妈签订了一份《联合市场推广合作协议》,腾讯投放资源用于老干妈油辣椒系列推广,腾讯已依约履行相关义务,但老干妈未按照合同约定付款。腾讯多次催办仍分文未获,因此不得不依法进行起诉,申请冻结了对方应支付的欠款金额。目前案件在法院具体审理过程中。”

实际上,老干妈此前也曾陷入合同纠纷中。天眼查显示,2020年6月18日,西南建工集团有限公司贵州分公司(以下简称“西南建工贵州分公司”)与老干妈曾因建设工程施工而产生纠纷。

上海衡孚律师事务所律师李红俊在接受北京商报记者采访时表示,双方对于该纠纷的产生都存在一定过错,法院也是基于各自的过错对双方的请求有一个合理的判决。对于老干妈公司而言,就涉及建设工程合同纠纷,可能会对老干妈公司之后的招标情况带来影响,投标公司会结合本案考虑中标后的各种风险问题。此外,老干妈还曾与北京全景视觉网络科技股份有限公司、贵州华润德机电技术设备有限公司产生过纠纷。

实际上,近年来,老干妈收入不断下滑,2017年收入为44.47亿元,2018年收入下滑至43.89亿元。与此同时,辣酱市场竞争不断加剧。目前,中国辣椒酱市场规模在400亿元左右,市场上包括李锦记、饭扫光、利民等老牌企业,还包括林依轮创立的“饭爷”、岳云鹏创立的辣酱品牌以及黄磊牵手呷哺呷哺推出的自己的辣酱品牌。

拜腾停产博郡转型“尾部”造车新势力未战先败

“造车这件事,看起来很美,但做起来却极难。”中国人民大学助理教授王鹏说道。6月30日这一天,拜腾停摆和博郡转型的消息相继传出。拜腾汽车企业传播总监王博向北京商报记者表示,新冠疫情给拜腾的融资和生产经营带来巨大挑战,7月1日起,拜腾全员停产,推进公司重组。而这一切正是国内“尾部”造车新势力们的缩影。

资金危局

拜腾汽车停工停产通知书显示,拜腾汽车中国区(不含中国香港)所有公司将自7月1日起开始停工停产,全体员工待岗,公司不再安排工作,停工停产期预计6个月。王博告诉北京商报记者,在未来6个月推动项目重组期间,拜腾将安排部分核心骨干继续维护公司基本运营,其余员工暂留职待岗。

值得注意的是,拜腾还正面承认欠薪传闻真实性。今年4月,有消息称,拜腾汽车中国区员工延迟发放工资。6月初,有自称拜腾汽车员工的网友发文称,公司从3月到现在拖欠工资,一分钱不发。

王博告诉北京商报记者,拜腾一直在积极筹措资金,以期尽快解决该问题。根据停工停产通知书,对于待岗员工,拜腾将于7月10日前支付2020年3月欠薪;对于6月30日前个人自愿书面提出辞职并于7月3日前办理完毕离职手续的员工,拜腾将于7月10日前结清全部欠薪。

拜腾汽车陷入困境的背后是新一轮融资迟迟未能到位。2017年成立以来,拜腾汽车共进行4轮融资,总金额约12亿美元,远远低于蔚来、威马等对手。去年5月,拜腾汽车宣布将在年中完成C轮融资。然而,一年多过去,拜腾汽车原计划去年年中完成的C轮融资仍未到位。

拜腾汽车并非近期唯一还未实现量产便已陷入资金困境的造车新势力。6月28日,博郡汽车创始人、CEO黄希鸣发布内部信称,博郡汽车于去年下半年出现现金流问题,经过几个月沟通和努力,仍未能达到预期效果,致使公司没法如期履行本月补发欠薪和福利的承诺。

北斗星通发布一则公告显示,博郡汽车所欠北斗星通应收账款从去年7月开始逾期,由于资金链紧张,整车整体项目均处于停工状态。

据统计,博郡汽车共进行6轮融资,前5轮投资方均未对外公布详细融资数额。今年5月,博郡汽车与中化国际旗下的银鞍资本正式签署投资合作协议,本轮融资总规模25亿元。但有传闻称,这笔融资并未完全到位。

两种选择

虽然同样陷入资金困境,并采取员工待岗措施,但拜腾汽车与博郡汽车对公司未来之路的选择却不尽相同。

作为一家定位高端的电动车品牌,拜腾汽车此次在宣布停工停产外,并未放弃造车计划。据了解,7月1日后拜腾汽车中国区留岗值守员工约百人,生产和研发占50%。拜腾汽车中国区人力资源部相关负责人表示,在各方面好转情况下,公司可能提前结束停工停产。

拜腾汽车在中国的工厂位于江苏南京,工厂总投资逾110亿元,计划年产30万辆。

去年4月,拜腾汽车宣布首款量产车M-Byte将于三季度全球首发并公布预售价等信息,年底实现量产,2020年初开始陆续交付,售价区间为30万-40万元。去年9月法兰克福车展期间,拜腾汽车宣布首款车型M-Byte将在2020年中开始量产。但时至今日,新车仍未实现量产交付。

与拜腾汽车不同,黄希鸣的内部信被外界视为博郡汽车已放弃整车制造计划。“博郡汽车现已决定重新定位公司的商业模式,在当前阶段,以公司已经形成的成果和产品,积极对外合作,争取创造正向现金流。”黄希鸣称。

据了解,博郡汽车拥有不少可供出售的技术资产。博郡汽车前身为美国先进车辆技术有限公司和上海思致汽车工程技术有限公司,曾在过去十年间为全球数百个车型包括燃油车、混合动力和纯电动车型提供底盘设计和整车性能开发服务,并以此形成博郡汽车在新能源产品正向开发方面的研发能力。

汽车行业分析师张翔表示,在无法获得新一轮融资情况下,拜腾汽车、博郡汽车这些造车新势力都面临巨大危机。拜腾汽车应效仿博郡汽车,尽早放弃造车,通过各种方式为员工谋出路。“要么停运、要么关闭,这是拜腾汽车眼下最好的归宿。”他说。

行业冷却

事实上,此时拜腾汽车、博郡汽车陷入困境并不意外。去年下半年开始,造车新势力获得新一轮融资的消息便越来越少。今年,获得融资的新势力车企几乎均为已经实现规模化量产交付的头部玩家。

“即便是国内头部新势力车企蔚来,在获得合肥市政府的投资之前,也存在资金链断裂风险。”王鹏表示,原先依靠源源不断的外部融资支持,各类尚未实现量产交付的新势力车企都能持续运营下去,但随着今年疫情蔓延、国产特斯拉大幅降价,以及吉利等传统车企进一步加码新能源,资本市场对造车新势力的态度日益谨慎,它们融资前景已越来越不乐观。

从黄希鸣的内部信中不难看出融资对一家造车新势力的重要性。“宏观环境的变化、汽车产业的重塑等都在影响着汽车公司的创业,我没有在第一时间采取管理措施应对变化,导致公司在融资节奏方面出现了重大失调,错过了很多融资机会,给公司的现金流管理造成无法挽回的损失。”他说。

不过,对于一家新势力车企而言,即便能够持续获得融资,并成功实现量产交付,也不意味着能够顺利“活下去”。中国汽车工业协会发布数据显示,今年5月新能源汽车产销量分别为8.4万辆和8.2万辆,同比分别下降25.8%和23.5%。

张翔表示,今年汽车市场要想恢复到去年销量水平,难度不小。一般而言,一家车企年销量至少要达到10万辆,才能实现规模经济效益,如今累计销量破万辆的造车新势力只有蔚来、小鹏等少数几家,其他很多小品牌连销量过千辆都做不到。未来几年,在特斯拉等更多强势对手入局下,这些“尾部”造车新势力的销量也很难有大的提升。

目前,在低迷车市中,少数头部新能源车企正牢牢占据着大部分市场份额。数据显示,去年12月国内销量排名前10位的新能源乘用车销量总和为8.18万辆,市场占比达50.13%。今年以来,销量前10位的新能源乘用车累计市场份额仍稳定在五成左右。

“今年底,国内造车新势力可能会从40多家减少到10-15家,至少20多家新势力企业将放弃造车。”张翔表示,造车热已经明显降温,剩下的新势力车企融资正变得非常困难。造车的商业模式投入太高,赚钱太难。而且,整个行业正发生巨大的变化,国家允许外资独立建厂,市场越来越开放,竞争也越来越激烈。

北京商报记者 刘洋 濮振宇