

年报由盈转亏 三驾马车难救阅文

对于阅文集团而言,2020年过得并不轻松,不仅从年初起便接连经历换帅、“合同风波”的爆发,也曾在半年报中直言免费阅读业务未达预期,与新丽传媒的整合未能充分产生协同效应,而3月23日公布的2020年度业绩,同比由盈转亏、亏损44.84亿元的数据再次令该公司蒙上一层阴影。现阶段,阅文集团也开始了加速跑,对平台和内容进行优化,还与腾讯、新丽传媒加强了业务上的耦合,试图通过三驾马车来挖掘IP价值,这是否让阅文集团找到了破局之道?

业绩同比由盈转亏

3月23日,阅文集团正式发布截至2020年12月31日的年度业绩。报告期内,阅文集团共实现收入85.26亿元,同比增长2.1%,环比上半年则增长61.5%。其中,阅文集团的在线业务实现收入49.3亿元,同比增长32.9%;版权运营及其他收入则为35.9亿元,较上半年的27.3亿元环比增长280%。

阅文集团首席执行官程武表示:“阅文集团在2020年面临了多重挑战,其中既有新冠疫情和市场竞争的外部因素,更有来自内部的重要原因,例如IP运营体系和各业务融合的缺乏。针对上述挑战,我们制定了以‘内容、平台、生态系统升级再造’为核心的发展方针,使公司业绩在下半年实现了反转”。

然而,收入上的增长以及2020年下半年公司经营情况出现的明显提升,却未能让阅文集团全年保持盈利,而是同比由盈转亏,公司权益持有人应占亏损达到了44.84亿元。

阅文集团2020年出现业绩亏损其实也在不少人的预料之中。去年8月,阅文集团曾公布2020年半年报,与此前一直保持盈利不同,该报告期内,阅文集团出现了上市以来的首亏,且净亏损达33.1亿元。阅文集团方面表示,亏损的主要原因是新丽传媒2020年上半年收入及经营业绩未达预期,受此影响,叠加其录得商誉及商标权减值拨备44.1亿元。

而阅文集团2020年全年亏损的原因,仍与新丽传媒有密不可分的关系,据公告显示,首先是收购新丽传媒的商誉及商标权的减值拨备分别为40.159亿元(6.155亿美元)及3.898亿元(5970万美元);同时,2020年修改新丽传媒的获利机制导致的公允价值亏损净额6.046亿元(9270万美元),此外,公司对若干被投资公司的长期投资减值拨备2.52亿元(3860万美元)。

波动的一年

毋庸置疑,2020年对于阅文集团而言,是

阅文集团2018-2020年业绩表现 (单位:亿元)



波动的一年。

2020年4月,阅文集团高调换帅,腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武担任阅文集团首席执行官,腾讯平台与内容事业群副总裁侯晓楠出任阅文集团总裁和执行董事,而该公司的“元老”吴文辉及其他部分高管团队成员则辞任管理职务。

高调换帅一事尚未平息,紧接着,阅文集团的“合同风波”瞬间爆发,并连带引发了“5·5断更节”等一系列网文作者对阅文集团发起的抵制事件,令该公司处于舆论的风口浪尖。

而阅文集团的2020年半年报,则在诸多风波发生之后直接将阅文集团相关业务面临的挑战展现在众人面前:“我们的核心在线阅读业务面临挑战。同时,免费阅读业务未能达到我们的预期。IP业务方面,与新丽传媒的整合未能充分产生协同效应。我们还缺乏一种机制和自上而下的规划来推动构建以IP为中心的内容和运营策略,从而促进横跨各个内容形态的开发制作最大化IP的生命周期

价值”。

影视传媒行业分析师曾荣表示,阅文集团虽然在市场中占有不小的份额,但无论是在线阅读业务还是版权运营业务,都承受着来自市场的压力,如造成亏损主要原因的新丽传媒商誉减值,与影视剧发展环境正存在较大挑战有关,令影视业务增添了不少未知风险,也加大了IP转化成功率方面的挑战。此外,更多在线阅读产品以及已形成一定影响力的免费阅读产品的出现,无疑也会抢走流量。

面对发展中的挑战,阅文集团也尝试在过去的一年进行破局。据阅文集团方面透露,新管理层先后推动成立“阅文动漫-腾讯动漫联合委员会”和“阅文影视-新丽传媒-腾讯影业影视联合委员会”,还建立了以IP为核心的业务中台,包含作家服务、IP筛选规划、生态联动三大职能板块,覆盖IP推广、筛选、规划、增值服务、开发联动各个环节,对IP实行“先规划、再开发”。

从中可以看出,阅文集团将不少重要砝码押在了IP上。

加码IP生态效果几何

随着2020年度业绩数据的发布,现阶段,程武也对外透露了阅文集团的发展方向,并称:“我们将以在线阅读为基础,构建以IP为核心的生产方式,让IP培育与开发成为业务发展的新的驱动力”。

据阅文集团公布的数据,截至2020年,该公司月活跃用户数为2.3亿,同比增长4.2%。此外,阅文集团内的作家数量已超过900万,作品总数则超过1390万,2020年全年新增字数达到460亿。

在业内人士看来,IP的跨界衍生确实能够实现更大的市场价值,且阅文集团拥有较为丰富的内容储备和与其他平台联动的渠道、资源,但在具体操作过程中,也仍存在着挑战。

阅文集团创始人刘德良认为,目前阅文集团的IP生产链条已经基本成型,众多作品从网络文学延伸至影视、动漫、游戏以及文创产品等领域,但目前来看,主要面临的挑战一方面是精品优质IP的储备数量仍有待增加,另一方面则是IP转化成功率需要进行提升,“阅文集团的作品总量较大,但具体到精品IP上,仍会显得略有不足,而这也将影响到后续IP转化成功率,毕竟若想实现成功转化,IP作为源头必须保证质量,同时在转化的各个环节中,也需要精益求精”。

在2021年,阅文集团已通过《赘婿》《斗罗大陆》等影视作品,并与动画、游戏的联动来加码IP生态循环的推进。在刘德良看来:“阅文集团后续仍需强化IP运营能力,不仅要准确把握市场需求,同时也要经过各环节的精细布局提升IP改编转化的成功率,此外,整体运营上也要提高效率,这也将帮助阅文集团降低成本”。

北京商报记者 郑蕊

自称首拿环球影城授权 元隆雅图什么来头

北京环球影城开园在即,与之相关的公司也摩拳擦掌准备蹭一波热度。3月23日,元隆雅图文化传播股份有限公司(以下简称“元隆雅图”)表示,公司签下环球影城IP五年授权,目前是行业内独家。北京商报记者还从工作人员处获悉,该公司签约的环球影城IP授权主要用作周边产品的开发,涉及餐具、收纳、数码等10个品类。目前已就功夫熊猫等授权制造了家纺、背壶等周边商品。



具体来看,元隆雅图在回答投资者提问时称,公司已开发数百款产品,来迎接环球影城开园的市场营销热点。随后北京商报记者以企业身份致电咨询,该公司工作人员表示,公司与环球方签约了家纺、箱包、户外用品、餐具、收纳、数码、办公类等10个品类,目前的现货产品有家纺四件套、凉被、水壶、箱包等。

同时,上述工作人员还透露,上述产品只能对接企业以“团购”的形式做礼品出售,不能面向C端消费者做零售,购买的企业也不能将商品做二次销售。同时,上述10个品类产品并未全部投入生产制造,具体的上线时间还要看销售情况。

根据天眼查信息,元隆雅图的经营经营范围包括组织文化艺术交流咨询活动、会议服务等。2006年起,元隆雅图开始进入国内外重大赛事官方特许商品开发领域,曾获得北京2008年奥运会、2010年上海世博会等赛事活动特许生产商及零售商资质。

元隆雅图还曾公开表示,公司是礼品行业唯一一家上市公司,也是细分行业内覆盖客户范围最广、收入规模最大的公

司,具有行业龙头地位。不过,也有投资者对此表示质疑。今年2月就有投资者提问称:“元隆雅图声称自己是礼品行业龙头,但市占率仅为2%,龙头效应不明显,外界尤其是机构也不认可。对此管理层有何措施?”面对上述提问,元隆雅图回复称,市占率较低是由于礼品需求大、应用场景渗透在社会经济生活各个方面,竞争格局上表现为充分竞争、集中度偏低。由于大客户服务有磨合期培育期较长的属性,所以公司的业务增速尚未完全体现行业集中度变化的趋势。

除了礼品,元隆雅图还在去年试图进军网红直播等领域。2020年12月7日,元隆雅图发布公告称拟以2.7亿元收购有花果传媒60%股权。而有花果传媒也做出了2020年、2021年、2022年净利润分别不低于3000万元、3900万元、5070万元的业绩承诺。当时,元隆雅图在公告中还称,有花果传媒以博主和自媒体账号为媒介资源,同时自营美妆类内容电商(微信小程序商城和淘宝店铺)和直播电商业务,是一家专注于媒介端运营的新媒体整合营销公司,处于高速成长期。

然而,收购公告发布还不满一月,元隆雅图就再次发布了终止收购的公告,并表示虽然公司已聘请专业的中介机构对标的公司进行了尽职调查和审计、评估等工作,就股权投资收购有关事宜与交易对方达成协议,但双方最终经过审慎考虑和友好协商,还是决定终止本次收购,双方已经签署的《北京有花果文化传媒有限公司之股权转让协议》亦终止执行。

没能成功打入直播电商领域,以礼品为主业的元隆雅图又能靠环球影城IP产品带来多大价值呢?就此,北京商报记者咨询了北京大学文化产业研究院副院长陈少峰。陈少峰表示,环球影城本身有不少IP,就目前情况来看,元隆雅图并没有签约零售,相关产品也不能进行二次销售,营销面还是相对较小。“热门的文创衍生品近年来的确发展火爆,主题公园内的周边文创产品销售也都比较好。”陈少峰称,“但这类产品需借助一定的沉浸感和氛围感,若不在主题公园周边或线上面向游客销售,虽然能借开园赚一波流量,但最终有多大销量还有待观望。”

北京商报记者 关子辰 杨卉

“双一流”目录或迎调整 建设成效评价指标生变

北京商报讯(记者 陶凤 王晨婷)3月23日,教育部、财政部、国家发改委印发《“双一流”建设成效评价办法(试行)》(以下简称《办法》)。成效评价结果将按不同评价方面、不同学校和学科类型,以区间和梯度分布等形式呈现建设高校和建设学科的综合评价结果,不计算总分、不发布排名。综合评价结果将作为下一轮“双一流”建设范围动态调整的主要依据。

“成效评价是对建设高校及其学科实现大学功能、内涵发展及特色发展的多元多维评价,其设计与大学排名、学科评估及绩效评价等有显著不同。”教育部学位管理与研究生教育司负责人介绍。

《办法》明确,成效评价遵循一流目标,关注内涵建设;分类评价,引导特色发展;以评促建,注重持续提升。值得注意的是,《办法》将以需求为导向列入评价原则。考察建设高校在突破关键核心技术、探索前沿科学问题和解决重大社会现实问题等方面作出的重要贡献,尤其是基础研究取得“从0到1”重大原始创新成果的情况。考察立足优势学科主动融入和支撑区域及行业产业发展的情况等。

具体评价要求包括人才培养评价、教师队伍评价、科学研究评价、社会服务评价、文化传承创新评价及国际交流合作评价。在流程上,首先由建设自我评价,再由教育部委托相关机构开展定量数据处理、定性评议、第三方评价结果比对工作。“双一流”建设专家委员会最后形成综合评价意见。

成效评价结果将按不同评价方面、不同学校和学科类型,以区间和梯度分布等形式呈现建设高校和建设学科的综合评价结果,不计算总分、不发布排名。综合评价结果作为下一轮“双一流”建设范围动态调整的主要依据。

“双一流”建设强调动态调整,坚持滚动竞争、优胜劣汰,注重持续改进的价值取向,明确将建设成效评价结果作为下一轮建设范围动态调整的主要依据。对实施有力、进展良好、成效明显的建设高校及建设学科,加大支持力度;对

实施不力、进展缓慢、缺乏实效的建设高校及建设学科,减少支持力度。这有利于避免以往建设项目实施过程中产生的身份固化和“贴标签”现象。”国务院学位委员会委员、北京师范大学教授钟秉林谈道。

2015年,国务院公布《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》;“双一流”建设拉开大幕。经筛选,首轮建设确定建设高校137所、建设学科465个。

根据“双一流”建设的总体方案,建设分为三个阶段,三个节点分别是到2020年、到2030年和到本世纪中叶,并以五年一轮推进。教育部曾回应称,首轮建设2020年结束,将根据期末建设成效评价结果等情况,坚持质量、水平与需求相统一,动态调整下一轮建设范围。“不搞全覆盖,不搞终身制,不搞安排照顾。”

在21世纪教育研究院院长熊丙奇看来,我国推进“双一流”建设的目的,就在于克服985、211建设的弊端,其中的最大弊端就是身份固化。985、211工程启动之初,也只是建设工程,但在建设过程中却变成了大学的等级、身份,这不但导致大学竞争的不平等,也催生了学历歧视。

早在2013年,教育部就曾发文,要求凡是教育行政部门和高校举办的高校毕业生就业招聘活动,严禁发布含有限定985高校、211高校等字样的招聘信息,严禁发布违反国家规定的有关性别、户籍、学历等歧视性条款的需求信息。但直至今日,类似要求还频繁出现于各类招聘启事中。在部分地方,毕业“双一流”高校也逐渐成为企业或地方招聘引才的新标准之一。

“双一流”建设与之前985、211不同的是,要引入淘汰机制,公众关心的是有多少学校会被淘汰,如果没有任何学校被淘汰,而是在原来基础上新增,那就把双一流变成了身份,重蹈此前覆辙。此外,谁来评价也很关键,是行政主导还是第三方评价。最担心的就是评价都是取得优异的成绩,就如清华之前宣布已经全面建成世界一流,引起舆论强烈反弹。”熊丙奇告诉北京商报记者。