

元宇宙失宠

辟谣,还是辟谣

“解散报道不实,实际情况为变更硬件发展路径。”腾讯XR团队解散的新闻一出,相关人士火速回应。据了解,腾讯将为受影响员工提供2个月过渡期,并优先安排转岗面试和外部推荐机会。

上一次有关腾讯XR部门的新闻出现在1月中旬,消息面上“腾讯的XR业务已经全线暂停运营。业务负责人沈黎2022年11月就已离职”。当时知情人士告诉北京商报记者,“XR业务并不是全线暂停,而是调整了部分项目”。这两次调整让成立于2022年6月的腾讯XR部门曝光量陡增。

巧合的是,PICO也在忙着澄清。2月16日,有报道称PICO近期对业务线进行了一轮裁员。PICO相关负责人对此向北京商报记者表示,“‘大裁员’信息不实。PICO近期确实进行了一轮组织优化,但整体比例不高。而且此次调整仅涉及部分业务,属于公司正常的组织架构调整,不会影响到业务的正常运行”。

之所以把腾讯XR和字节跳动的PICO联系在一起,并不只是因为事件雷同和时间巧合,还在于XR、VR业务和元宇宙的强关联性。

头豹研究报告指出,VR设备是元宇宙搭建的重要基石之一,XR技术通过深度融合AR(增强现实)、VR和MR(混合现实)核心技术,将计算机技术与可穿戴设备相结合产生一个真实与虚拟组合并进行人机交互的环境。“简单来说,VR、XR是进入元宇宙的可选方式。”比达咨询分析师李锦清解释。

这边ChatGPT热度高涨,那边元宇宙类业务低调调整。

2月16日,腾讯针对“腾讯XR(扩展现实)团队全线解散”的报道予以否认,相关人士回应:实际情况是变更硬件发展路径。同日,字节跳动旗下VR(虚拟现实)品牌PICO也辟谣了裁员消息。加之近期Meta裁员、微软工业元宇宙团队解散等,上述行业变化被解读为元宇宙“进入冷宫”的标志。其实,元宇宙生态尚在形成初期的判断早已成为共识,VR、XR市场浮沉也是常事,各家公司找到自己切入市场的最佳角度,比单纯追逐热度更加重要。



风头被抢

不夸张地说,元宇宙是2022年科技圈当之无愧的热词。但进入2023年,ChatGPT一把将元宇宙从C位拉下,不光刷屏热搜,还在资本市场呼风唤雨,让国内外科技巨头的视线聚在一处。

反观元宇宙,2023年1月以来,“元宇宙”百度搜索的整体日均值4753,同比下降81%。曾经重金投入的互联网巨头也被发现有“撤退”迹象。

据报道,近日微软刚刚成立4个月的工业元宇宙团队已完全解散。该团队的百名成员

被解雇,这是微软2023年1月提出的万人大裁员计划的一部分。此次裁员的重点还集中在VR相关部门,包括MR硬件HoloLens、MR部门、AltSpaceVR、Surface设备和Xbox;于2015年推出的元宇宙社交空间AltspaceVR也将于3月10日下线。

对于ChatGPT,微软的态度截然不同,推出由ChatGPT提供技术支持的新版必应搜索、Edge浏览器及高级Teams产品,和ChatGPT运营主体OpenAI的关系也越来越密切,已上线Azure OpenAI服务,并将在多条产品线接入OpenAI模型。

不惜为元宇宙更名的Meta也经历了高开低走。2022年Meta净利润46.5亿美元,同

比下降55%,其元宇宙业务核心Reality Labs(现实实验室)亏损总计137亿美元,同比进一步扩大。

谈及Meta在元宇宙领域暂未大力出奇迹的原因,中国移动通信联合会元宇宙产业委员会执行主任于佳宁向北京商报记者表示,原因在于元宇宙的发展过程漫长,需要逐步迭代、持续扩展边界,这个赛道不太可能在一两年内就看到非常成功的产品。

起伏中转向

元宇宙尚远,VR起码可见可感,即使这

样VR也经历过不止一波起伏。

具体来看,2015-2016年,以暴风影音上市40天收获36个涨停板为代表,VR迎来第一波热潮,期间催生出一大批创业企业。但由于技术和生态方面的诸多硬伤,2017年后VR热潮退出,直到2021年才重新走到拐点。

也就是在2021年,字节跳动斥资数十亿元收购了VR硬件品牌PICO,后者被字节跳动并入VR相关业务线。有关PICO的量化信息是,2022年11月媒体援引PICO内部人士消息,PICO公司对PICO4现阶段的销售数据不满意,“想要在2022年完成100万头显的销量目标,差了很多”。

这是否是PICO调整的原因尚不可知,但腾讯重新梳理XR部门的原因明确:跟硬件有关。早在1月前,腾讯XR业务被曝暂停运营时,知情人士就向北京商报记者透露,“黑鲨收购一事受阻后,腾讯原先通过直接收购来自建XR硬件生态的路径将有所改变,因此对XR业务线内部分项目进行了调整”。针对此次调整,北京商报记者从接近腾讯人士处获得的信息是,腾讯并未放弃探索XR,仍会考虑其他发展方向。

严格来说,在腾讯的语境里没有元宇宙,强调的是侧重于产业的全真互联,即通过多种终端和形式,实现对真实世界全面感知、连接、交互的一系列技术集合与数字融合创新模式。其实,不管是元宇宙还是全真互联,本质上都是将新的技术和产品进行整合,利用一种新的模式连接用户、企业或虚实世界,不同的是企业的资源、战略和阶段性目标。

北京商报记者 魏蔚

Market focus

“割韭菜”的明星冤不冤

继欧阳娜娜的千元聚酯纤维浴袍被骂上热搜后,鹿晗的千元潮服也未能避免被吐槽的命运。2月16日,“鹿晗潮牌遭吐槽”登上微博热搜,不少消费者觉得千元的衣服质量差得离谱,也有消费者质疑这样品质的衣服成本最多60元。一片骂声中,明星本人觉得委屈,疑似“还是键盘侠好当”的回应冲上热搜。“携流量”割韭菜的明星们到底冤不冤?

潮牌质量被吐槽

在“鹿晗潮牌遭吐槽”词条下,吐槽质疑的人不少。有消费者吐槽称:“1500块钱的衣服,到处都是线头,车工差劲,到处都有断线,质量差得让人火大。”更有消费者质疑该潮牌上千元的衣服成本最多60元。

随着事件的发酵,鹿晗潮牌官方账号Un Garçon Charmant(以下简称“U.G.C”)不得不出面回应:“本品牌自创立以来,一直秉承着严把质量关的态度。任何从官方渠道购买的消费者,均可7天无理由退换。同时,消费者对于产品的售后需求可以在第一时间与我们联系,我们都会在合理范围内给予解决。”

根据U.G.C店铺资料介绍,该潮牌成立于2017年,是由鹿晗同其伙伴共同主理的潮流品牌。据了解,该品牌主要以服饰为主,价格都不便宜,普通的长袖T恤、卫衣售价在400-1000元不等。

根据天眼查资料,U.G.C关联公司为珠海本心文化创意有限公司,该公司成立于2017年4月,法定代表人为高苏尧,注册资本100万元,经营范围包括组织文化艺术交流活动、广告制作、服饰研发、服饰制造、服装服饰批发、化妆品零售、互联网销售等。股东信息显示,该公司由高苏尧和杨帆分别持股75%、25%。

就U.G.C潮牌被吐槽相关问题,北京商报记者对珠海本心文化创意有限公司进行电话采访,但截至发稿电话未接通。

高流量成变现钥匙

鹿晗作为国内顶流偶像,自带的流量可想而知,虽因公开恋情掉了不少粉,但依旧是娱乐圈炙手可热的存在。微博数据显示,截至目前,鹿晗微博账号粉丝量达6300.3万人,其最近一条新年祝福微博的点赞量达44.8万。作为手握高流量的明星,下海捞金也在情理之中。

深圳市思其晟公司CEO伍岱麒表示,任何企业任何品牌都有其自主定价权,明星自创品牌有一定优势,例如在时尚资源、粉丝群体、知名度等方面。虽然产品定价权是企业自主权,但能符合市场经济规律的品牌和定价,则能生存,反之则可能会逐渐被市场淘汰。明星自创品牌定价高,或基于对粉丝号召力强、品牌力塑造等多方考虑,但能否成功,则需要市场给出答案。

事实上,明星“携流量”割韭菜翻车的事件不少。此前,欧阳娜娜推出的个人品牌“nabi”因千元浴袍质量差被骂上热搜,不少消费者质疑其“携流量”割韭菜。偶像明星黄明昊2020年推出潮牌TWOEX2,由于产品定价不合理遭吐槽。据了解,其短袖T恤定价在500元以上,而在2022年1月,该潮牌宣布公司业务调整,并关闭了天猫、淘宝及抖音店。

“明星凭借流量捞金的现象很正常,也符合市场发展的客观规律,明星借助自身的流量进行变现,而高溢价是其快速变现的过程,但这背后也存在一定的问题。”盘古智库



高级研究员江瀚表示。

在鹿晗的微博超话中,不少粉丝表示“支持鹿晗,嫌贵的压根就不是这个品牌的受众群体”。与此同时,该潮牌店的销量成果不小。截至目前,U.G.C小程序店内超10款产品已经售罄。

相反,普通消费者似乎并不买账,质疑抵制的不少,而对于“路人”的吐槽抵制,明星本人似乎觉得委屈。鹿晗个人社交平台发布“还是键盘侠好当”等言论,疑似回应潮牌被质疑事件。

业内人士表示,当高流量成变现钥匙,明星下海捞金的情况屡见不鲜。但这种变现能力仅仅是体现在粉丝群体中,很难长久。但如果想要被大众市场接受,还需要有够硬的产品支撑才有竞争力,不然仍会被市场淘汰。

北京商报记者 郭秀娟 张君花
图片来源:官方小程序截图

诺诚健华和渤健出海合作终止

2月16日,诺诚健华在A股、港股两地收跌。前一日晚间,诺诚健华公告称,旗下渤健已通知公司,为便利而终止(Terminate for Convenience)双方就有望治疗多发性硬化(MS)和其他自身免疫性疾病口服小分子布鲁顿酪氨酸激酶(BTK)抑制剂奥布替尼的全球开发和商业化达成的合作和许可协议。诺诚健华将重获协议项下授予渤健的所有全球权利,包括相关知识产权、研发决策权、生产和商业化权益,以及源自奥布替尼的商业收益。双方将在90天内完成权益过渡。

这项合作源于2021年7月,诺诚健华和渤健约定,公司将奥布替尼在MS领域的全球独家权利以及除中国以外区域内的某些自身免疫性疾病领域的独家权利授予渤健。根据协议约定,渤健已向诺诚健华一次性支付不可退还和不予抵扣的首付款1.25亿美元。对于此次合作终止的原因,诺诚健华方面对北京商报记者解释称,“Terminate for Convenience”是一个法律术语,通常指“没有理由”。

据悉,此次协议的终止不会影响首付款及其他相关已确认收入,但合作告吹还是引发了市场猜想。2022年12月底,诺诚健华BTK抑制剂奥布替尼海外临床遭到暂停。根据公司公告,FDA已对奥布替尼用于治疗多发性硬化症(MS)的II期临床研究实施部分临床搁置。在美国进行的该临床研究不会开展新的患者招募。FDA此次行动是基于在使用奥布替尼的进程中的多发性硬化症(MS)II期临床研究及其他非多发性硬化症(MS)自身免疫性疾病的研究中,观察到有限数目的药物导致肝损伤的病例。所有病例在停用奥布替尼后,监测肝损伤的实验室数值升高均可逆转。

诺诚健华方面对于产品价值依然充满信心。诺诚健华相关负责人表示,公司欢迎奥布替尼重回公司的自

身免疫性疾病管线。奥布替尼治疗MS的II期研究仍在进行中,诺诚健华预计2023年二季度公布中期分析结果。

因奥布替尼是诺诚健华首款商业化且目前唯一在售产品,此次合作告吹事项备受市场关注。2020年12月25日,诺诚健华奥布替尼片获国家药监局批准上市,用于治疗既往至少接受过一种治疗的成人套细胞淋巴瘤(MCL)患者;既往至少接受过一种治疗的成人慢性淋巴细胞白血病(CLL)/小淋巴细胞淋巴瘤(SLL)患者。奥布替尼成为继伊布替尼、泽布替尼后国内第三个上市的BTK抑制剂。

而从诺诚健华自身发展来看,公司目前仍处在亏损状态。继2020年3月登陆港股后,诺诚健华于2022年9月在上海证券交易所科创板上市,公司日前披露2022年业绩预告,预计亏损9.1亿元,亏损同比增加1309.8%。

渤健自身业务调整是此次合作终止的又一猜想。2月15日,渤健披露了2022年财报,公司营收同比下降7.36%至101.73亿美元,实现净利润29.62亿美元,同比增长71.43%,研发投入同比下降10.8%至22.31亿美元。具体产品营收方面,多发性硬化产品(MS)总营收达54.3亿美元,同比下降11%。除了富马酸单甲指(Vumerity)营收增长外,其他产品均下滑或者持平。而Vumerity营收5.53亿美元,占比较小,因此贡献并不大。

在2022年财报中,渤健对此次合作终止也进行了披露。渤健还提到,加速阿尔茨海默病新药LEQEMBI的审批,成为这一领域的领导者;推进Zuranolone用于治疗重度抑郁症(MDD)和产后抑郁症(PPD)的计划。目前,LEQEMBI在中国的生物制品许可申请(BLA)已启动提交。

北京商报记者 姚倩