

# 技术派接棒总经理 茅台要痛饮数字化？

■ 资本市场跌落1800元大关时，贵州茅台“二把手”也迎来最熟悉的新面孔。

8月20日，贵州茅台发布公告称，董事会提名王莉为公司第四届董事会董事候选人，并代行公司总经理职责。据了解，此次王莉接任代行公司总经理职责，也代表了在该岗位任职五年的李静仁辞任。

相较于财务背景出身的李静仁而言，王莉则是技术岗出身。不仅如此，王莉还带头研发测试“i茅台”与巽风数字世界。如今，当首位女总经理上任，贵州茅台的数字化新路如何“软着陆”引发业内外关注和讨论。

## 老兵接棒

8月21日，贵州茅台股价跌破1800元大关，而在前一天，贵州茅台在人事上也出现一系列变动。8月20日，贵州茅台发布公告显示，第四届董事会2023年度第三次会议决定，董事会提名王莉为公司第四届董事会董事候选人，并代行公司总经理职责。

同日，贵州茅台发布《关于董事辞职的公告》显示，董事会于8月19日收到公司董事李静仁提交的书面辞职报告，因工作调整，申请辞去公司董事职务及董事会下设专门委员会相应职务。

根据公开资料显示，王莉于1994年7月担任贵州茅台科研所分析员，并于2011年12月担任贵州茅台酒股份有限公司总工程师、2016年担任中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司总工程师。

随着此次技术岗出身的王莉接任代行公司总经理职责，此前该职位上以财务背景出身的李静仁也随之卸任。

对此，酒类营销专家肖竹青认为，茅台集团此次新老领导班子交替较为顺畅，因为

本次提拔的都是茅台集团从基层员工一步步做起来的人，对茅台生产经营有着丰富的经验。其中，王莉从一线科研人员开始，担任茅台总工程师多年，非常熟悉茅台生产质量工作。因此，提拔王莉将持续保障茅台酒生产质量稳定，也将进一步推动茅台在数字化转型、营销体制改革等方面的提速增效。

针对李静仁具体辞任原因及后续工作调动情况，贵州茅台相关部门在接受北京商报记者采访时表示，一切以披露信息为准。

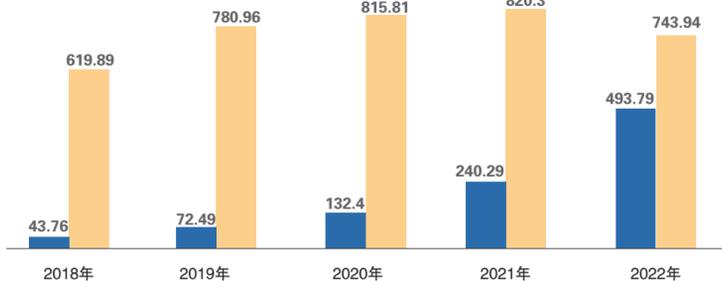
但据知情人士表示，李静仁已到退休年龄，此次卸任为正常人事变动。对于李静仁卸任，肖竹青指出：“李静仁在贵州茅台已近五年时间，担任总经理也超四年。在贵州茅台工作期间，正值内外环境发生深刻变化、企业治理变革任务繁重的时刻。”

## 五年之变

从2018年由贵州水库生态移民局副局长调入茅台工作至今，五年间，李静仁在经历了从维稳的贵州茅台时任董事长李保芳，到“炫技”年轻化的现任丁雄军的同时，也见证着贵州茅台从百亿俱乐部到千亿俱乐部的跨越。

## 贵州茅台2018-2022年 直销、批发渠道营收情况

(单位:亿元)



五年间，贵州茅台最为显著的变革在于渠道。

在2020年之前，贵州茅台传统经销批发渠道以社会经销商为主，辅之以部分商超、电商。而在新任贵州茅台董事长接任后，于2020年6月中旬正式签约22家直销渠道，其中酒类垂直电商和烟草零售连锁首次成为茅台酒传统经销批发渠道。

北京商报记者梳理数据发现，2020年，贵州茅台直销渠道与传统经销批发渠道营收占比分别为85.95%、13.95%。2021年，该数据未出现较大波动，分别为77.23%、22.63%。2022年上半年，贵州茅台直销渠道与传统经销批发渠道营收占比分别达到54.52%、45.16%。

与加大商超、电商投放进一步调整传统经销批发渠道相比，贵州茅台在直销渠道上的变革颇有一丝“削藩”的意味在其中。2021年8月，贵州茅台董事长丁雄军的上任，为渠道变革添了一把柴。2022年5月，随着i茅台App的上线，贵州茅台旗下直销渠道也由单一的专卖店渠道，扩充到“专卖店+i茅台”两

大渠道并行模式。如今，随着i茅台业绩逐渐提升，曾一度严重偏向于传统经销批发渠道的天秤也逐渐恢复。

在渠道变革的同时，贵州茅台旗下现象级超级大单品53度500ml飞天茅台也经历了终端市场升温后再降温的过程。在李静仁上任之初，飞天茅台终端市场成交价格就在2600-2700元。时至2020年年底，飞天茅台价格一度突破3000元大关且居高不下。如今，在渠道制衡之下，飞天茅台维稳在2700-2800元上下。

对此，中原基金董事、执行合伙人晋育锋表示，渠道变革对相对稳定的茅台酒流通价格有一定影响。但在出厂价静态不变的前提下，未来2-3年内，随着贵州茅台直销渠道供应量以及茅台酒装酒量的提升，会从一定程度上抑制快速上涨的茅台酒价格。

## 老人新路

如今，当人事层面经历新老过渡之时，贵州茅台在数字化上的变革也正经历着新老交替。

据亲近品牌人士透露，领导统筹茅台体系内部和外部协作700人团队研发测试i茅台实施数字化营销改革，以及巽风数字世界开创行业数实融合，王莉都是带头人。

根据公开数据显示，目前i茅台注册用户突破4000万，成为茅台数字营销的主阵地。此外，巽风数字世界注册用户突破386万，日活跃用户近40万。

事实上，对于数字化布局，丁雄军早在今年上半年便提出，要加快推动数字化，对茅台进行优化升级，推动系统功能迭代，提升数据运营能力；要在“巽风”共创阶段实现功能上的突破，推进工业互联网运营，全面推进标识解析规模化应用。

尽管数字化已经成为贵州茅台重点工作之一，加之此次新任代行公司总经理职责的王莉进一步加码，但作为数字化主阵地的i茅台，也不得不面临业绩隐忧天花板。

肖竹青向北京商报记者指出：“茅台酒集团在i茅台App和全国42家茅台直营店和茅台自营的电商领域直供销售额已经接近50%市场份额，未来会在50%的临界点迎来直营业绩天花板。”

一面是贵州茅台对数字化倾尽全力的支持，一面是隐现的业绩天花板，如何让数字化走新路，成为摆在贵州茅台面前的问题。

对此，业内人士进一步指出：“数字化对于目前的贵州茅台而言，在担任消费者教育职责的同时，也在不断创收。随着新人高管的上任，可以看出贵州茅台对于数字化的重视程度。但未来贵州茅台则需要数字化之下寻找新盈利途径，贵州茅台数字化进程并非坦途。”

北京商报记者 刘一博 冯若男

# 卖皮肤被指“割韭菜” 《王者荣耀》七年之痒了

上线七年吸金力依旧不减。据Sensor Tower数据，7月，腾讯旗下游戏《王者荣耀》在全球App Store和Google Play吸金2.2亿美元。然而，就在《王者荣耀》继续蝉联全球手游畅销榜冠军的同时，该款游戏在近日常陷入“割韭菜”的舆论声中。不少玩家反映，《王者荣耀》近期推出新角色皮肤“瑶”，根据抽奖运气的不同至多花费超800元才能获得皮肤，也就意味着获得该款皮肤所需花费的成本大大提升。同时，玩家对于该款皮肤“塑料感建模”“特效贴图”的声音也不绝于耳。尽管稳坐着MOBA类游戏头把交椅，但随着争议不断引发口碑下滑，行业竞争加剧竞品频出，爆款后遗症也在《王者荣耀》的身上开始显现。

## 代币抽奖

日前，《王者荣耀》因角色“瑶”的皮肤陷入“割韭菜”的质疑声中。

资深玩家张清给北京商报记者算了一笔账，“瑶”此前的皮肤价格在28-178元间，但本次的皮肤获取不能直接购买，而是需要氪金购买代币，通过代币抽奖获得，这就意味着手气不好的情况下，需要花费超800元才能获得新皮肤。

事实上，该款皮肤一经上线就质量与价格不符的声音便不绝于耳。一时间，“维护MOBA游戏的健康发展”的微博词条与多款其他厂商的MOBA手游同时登上微博热搜。

“勇者、史诗、传说等皮肤品级，由特效制作技术水平划定，但如今各品级特效基本已无区分度，仅仅成了定价的标准。其实也有需要花2000元以上抽奖获取的皮肤档位，如果特效足够好，很多玩家都会接受，但是新皮肤建模塑料感，特效也比较粗糙，质量还不如88元买的皮肤，却要卖出近10倍的价格。”玩家王乔指出，从前皮肤上线前要预热，有配套活动，现在却成了周均上新，为了图鉴的收集度，几乎每周都有新的皮肤要氪金，越来越吃不消了。

## 质量问题

实际上，本轮因皮肤质量问题引发玩家不满，并非首次在《王者荣耀》的玩家圈出现。

公开资料显示，2019年，《王者荣耀》曾因情人节皮肤相关问题引发玩家讨论，并被大量玩

家投诉至中国消费者协会，最终推出单独退款政策；2020年，被质疑皮肤货不对板，再次被中国消费者协会点名。此外，游戏匹配机制等问题也时常为玩家诟病。

游戏行业分析师卫明野指出，玩家购买角色皮肤，最终还是“花钱买体验”，而皮肤能够反馈在玩家游戏体验上的要素是特效，特效质量如何往往是玩家评价某款皮肤“值不值”的标准。

## 存量博弈

在MOBA类游戏的世界里，《王者荣耀》毫无疑问是至今仍无人能敌的“吸金王”。

据Sensor Tower数据，7月，腾讯旗下游戏《王者荣耀》在全球App Store和Google Play吸金2.2亿美元。

游戏内，皮肤价格不断抬高，新英雄陆续登场，联名活动接二连三。北京原野科技有限公司合伙人朱家亮曾在接受北京商报记者采访时指出，尽管《王者荣耀》未公布皮肤流水在营收总额中的占比，但据预测，应占总额一半以上。

游戏之外，作为一款七年的老牌游戏，《王者荣耀》IP版图已蔓延至多领域。从周边产品的销售到餐饮、家电品牌的联名；从以游戏内容改编的动画，到授权拍摄剧集《你是我的荣耀》，均有《王者荣耀》身影。此外，衍生游戏《王者荣耀·世界》已登记获批软件著作权，《王者万象棋》《王者荣耀星之破晓》获批版号，《代号：启程》公布概念预告片。而《王者荣耀》的电竞赛事体系，已围绕职业和业余开辟出多条赛道。

游戏内深度开发与游戏外跨界联动，让《王

者荣耀》站在聚光灯之下，但并不意味着高枕无忧。对比过往，《王者荣耀》的总体收入规模面临下降，七麦数据显示，5月以来《王者荣耀》i-Phone端预估收入均低于平均值。

卫明野谈到，MOBA类游戏能够在玩法既定的情况下，通过视野布局、对手实力、成长发育路线等多变量因素，让每一局游戏都能形成完全不同的游戏体验，变化让玩家总能保持新鲜感，也因此拉长了游戏的生命周期。例如2009年推出的《英雄联盟》，2013年的《刀塔》，如今仍热度居前。随着玩家的增量规模缩小，厂商进入存量博弈期，游戏体验是竞争重点。

## 内忧外患

值得注意的是，这场因“皮肤”而起的风波，让格局趋于稳定的MOBA手游市场掀起新浪潮。

北京商报记者注意到，网易旗下的《决战平安京》、竞技世界的《曙光英雄》等手游接连推出福利活动拉新、引流。

数据显示，长期位居免费榜200名以下位置的《曙光英雄》声量快速攀升至榜首，实现日活跃用户超百万。

业内人士预测，同类游戏的声势渐起不足以让《王者荣耀》跌出头号玩家行列，但的确也为厂商敲响提升游戏体验的警钟。

游戏行业竞争加剧的大环境之下，头把交椅轮到谁来坐从来没有定数。公开资料显示，射击类游戏《穿越火线》曾风靡全国，成为许多玩家接触的首款射击类游戏。随着《绝地求生》的上线风头逐渐被掩盖，《反恐精英》《守望先锋》等游戏的运营、开发，又在分流《绝地求生》的射击类顶流热度。

针对《王者荣耀》近期争议及MOBA手游市场竞争格局，北京商报记者联系腾讯方面，截至发稿未收到回复。

“游戏产业迭代升级的赛道上，作为长周期运行的游戏，不在竞争中掉队甚至保持领先优势，需要流水增长，也需要通过IP开发进一步打开更多变现渠道。市场跟着需求走，游戏的商业化节奏变速，玩家需求消极处理，消耗的是‘玩家缘’，有竭泽而渔风险。”卫明野如是说。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛

## Market focus

### 赴港谋求二次上市 顺丰押宝国际市场寻“弹药”

8月21日下午，根据港交所公开文件，顺丰控股股份有限公司（以下简称“顺丰”）向港交所提交IPO申请，联席保荐人为高盛、华泰国际、摩根大通。

资料显示，本次发行的股票为在香港联交所主板挂牌上市的境外上市外资股（H股），均为普通股，以人民币标明面值，以外币认购，每股面值为人民币1元。本次拟发行H股股数不超过本次发行后公司总股本的10%，并授予整体协调人不超过前述发行的H股15%的超额配售权。

对于赴港上市的原因，顺丰在8月1日发布的公告中表示，为进一步推进国际化战略、打造国际化资本运作平台、提升国际品牌形象、提高综合竞争力，顺丰计划发行境外上市外资股股票，并申请在香港联合交易所有限公司主板挂牌上市。

据此次提交的招股书内容显示，2020-2022年，顺丰营收分别为1539.9亿元、2071.9亿元、2674.9亿元。而2023年一季度营收为610.5亿元。从细分业务来看，顺丰速运及大件业务分布收入占总收入比重有所下滑，从2020年的88.8%缩减至2022年的63.5%。其中，时效快递服务由58.2%下滑至39.5%。而供应链及国际业务增幅迅猛，从2020年的8.7%跃升至2022年的33.6%。

相比快递、同城等业务板块，国际业务正成为顺丰最突出的增长点。事实上，就在顺丰公布赴港二次上市消息的前一周，根据嘉里

物流发布的公告，顺丰正在以2.5亿港元收购嘉里物流旗下亚太区和欧洲从事快递服务的10家附属公司。今年6月，极兔“抢滩”IPO之时，顺丰也以1.54%的持股比例极兔的上市申请之中。

动作频频之下，顺丰也需要大量资金予以补充。现如今，顺丰的上市版图已经扩展至4家，分别是嘉里物流、顺丰同城、顺丰房托以及顺丰控股主体。根据顺丰公布的赴港IPO申请，2023年一季度，顺丰投资活动使用的现金净额为141.6亿元，相比去年同期的106.4亿元，同比增长了33.1%。

从外部竞争环境来看，目前中通已成功回港上市，而极兔、菜鸟离上市也只差临门一脚。显而易见，此次赴港上市，不仅是顺丰加速进军国际市场的“宣言”，更重要的是，顺丰也能以此打开国际资本市场，从而补充更多资金“弹药”来加快业务拓展。

北京商报记者注意到，当前国际物流市场价格较之2022年有所回落，这也使得顺丰的国际业务增速自今年1月起下滑明显。根据近日顺丰公布的7月快递物流业务经营简报，供应链及国际业务营收为48.11亿元，同比下滑41.27%。对此，顺丰解释称，主要是受到国际空运需求及价格同比下行的影响。

根据顺丰发布的业绩预告，2023年1-6月，顺丰预计归属净利润盈利40.2亿-42.2亿元，同比上年增60%-68%。

北京商报记者 何倩 乔心怡