

阿里“抓紧”阿里云

阿里又不完全分拆阿里云了。11月16日晚,阿里披露,鉴于多方面不确定性因素,不再推进云智能集团(即“阿里云”)的完全分拆,将坚决加大对阿里云的持续战略投入。这距离“将继续对阿里云进行分拆”的表态才刚刚过去两个月。结合近期的蛛丝马迹,这种变化并不意外。从战略上看,接任阿里云董事长兼CEO的阿里CEO吴泳铭不久前表示,阿里要成为一家服务全社会AI创新的、开放的科技平台企业,且频繁提及智能化、AI、云计算。从业务上看,“双11”之后阿里系应用的集体宕机事件,似乎给阿里云独立画上了问号。



阿里营收**2247.9**亿元
同比增长**8.5%**
其中阿里云营收**276.48**亿元
同比增长**2%**,增幅垫底
经调整EBITA利润**14.09**亿元

(数据来源:阿里2023年三季度业绩报)

反转

“暂时应该会稳定了吧。”9月阿里云一把手交替时,一位阿里云内部人士向北京商报记者感慨。两个月过去,阿里云的命运再度生变。

11月16日,阿里宣布不再推进阿里云的完全分拆。理由是:“美国近期扩大对先进计算芯片出口的限制,给云智能集团的前景带来不确定性。我们认为,云智能集团的完全分拆可能无法按照原先的理想提升股东价值,因此决定不再推进云智能集团的完全分拆,而是会面对不确定的环境,专注建立云智能集团可持续发展的模型。”

阿里方面还表示,面向AI时代,阿里云比任何时候都更需要长期主义的战略投入。阿里将坚决加大对阿里云的投入强度,让阿里云心无旁骛地专注于“AI+云计算”发展战略,尽可能减少不确定性因素对未来发展的不利影响。

阿里云分拆计划始于5月,当时,时任阿里集团董事会主席兼CEO、阿里云智能董事长兼CEO的张勇放话,12个月内完成阿里云分拆并独立上市计划,9月阿里云高管调整时阿里集团明确将继续执行上述计划。

如今看来,当时补充的那句“该分拆计划的完成取决于多种因素,包括但不限于资产、负债和合同的成功重组、股权激励计划的实施、市场条件和相关监管区的监管审批”更像是预言。

取舍

有关阿里云的最新运营数据也在11月16日披露,根据阿里2023年三季度业绩,阿里营收2247.9亿元,同比增长8.5%,其中阿里云营收276.48亿元,同比增长2%,经调整EBITA利润14.09亿元。

和淘天集团4%的增幅、菜鸟集团的25%、本地生活集团的16%、大文娱集团的11%相比,阿里云的营收增幅在2023年三季度垫底。2023年一季度、二季度,阿里云营收也表现平平,先是经历了负增长,后实现同比增长4%。跳出2023年,阿里云从2020年四季度起,营收增速就开始下滑。

最新财报中,阿里云表示:“我们通过减少利润率较低的项目制合约类收入,以持续提升收入质量。与此同时,本季度公共云产品及服务收入增长,带动盈利能力的优化。”

财报电话会议上,吴泳铭也明确,将对阿里云所有产品和业务模式作取舍,减少项目制销售订单,加大公共云核心产品投入。“坚持公共云优先,能够让我们在未来收获规模效应和技术红利。”他还称,阿里集团将在阿里云的战略方向上保持长期坚决投入,同时云智能集团仍会继续保持独立公司运作,采取董事会授权的CEO负责制。

巧合

“阿里云的变化是不是跟阿里系应用崩了有关?”一位普通用户发出疑问。11月12日晚间,“淘宝又崩了”“闲鱼崩了”“阿里云盘崩了”“钉钉崩了”的话题登上热搜。有报道称,在一个阿里云客户服务支持相关的钉钉官方群聊里,相关管理员发布公告称,2023年11月12日17:44起,阿里云产品控制台访问及API(应用程序编程接口)调用出现使用异常,阿里云工程师正在紧急介入排查。据阿里方面消息,经工程师紧急处理,阿里旗下淘宝、钉钉、阿里云盘等App已全面恢复。

因为2022年时任阿里CEO的张勇宣布接管阿里云之前,阿里云也经历过一次事故,所以用户有此猜测。对此,比达咨询分析师李锦清向北京商报记者表示,“两者不一定有因果关系,但从一定程度上反映了阿里云的业务能力”。

文渊智库创始人王超告诉北京商报记者,“大的安全事件背后都是管理出现了大问题,权责不清,问责不到位,领导权限不明确,公司股权归属不明白造成的,阿里云全部独立造成的公司权力真空,我认为这是造成重大事故的最重要原因。不过阿里并不是一个权属不清的公司,阿里的基本架构都在,只是调整期间出现了问题”。

北京商报记者 魏蔚

抢发新品与对位竞争 车企激战广州车展

2023年,“内卷”成为车市关键词,车企更是时不时就“掀桌”。作为每年国内车展压轴大戏,被称为车市收官战的广州车展无疑卷出新高度。11月17日,2023广州车展接棒广交会,让中国进出口商品交易会展馆变身新车秀场。本届广州车展吸引全球主流车企悉数到场,展车总数达1132辆。

中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)预计,今年国内汽车销量有望超过3000万辆。面对销量增长下的日益激烈的市场竞争,本届广州车展前不少车企便提前亮出底牌,车展现场自主、新势力、豪华、合资品牌更是摩拳擦掌。

全球首发车创新高

作为今年国内最后一个A级车展,广州车展被誉为“中国汽车市场风向标”,其间发布的新车也将成为明年车市的主力军。数据显示,本届广州车展全球首发车共59辆,其中跨国车企首发车型8辆;概念车20辆,其中国际品牌展车9辆;新能源车469辆,其中国外品牌展车119辆,展车总数达1132辆。2022广州车展首发车型为20余辆,2021年为54辆,相比往届,本届广州车展成色十足。

北京商报记者了解到,本届广州车展上,从豪华品牌到主流合资品牌,从自主品牌到新创企业,各品牌均拿出旗下重磅车型参展。根据广州车展官网显示,本届广州车展上,包括一汽-大众、上汽通用、一汽丰田等主流合资车企,宝马集团、梅赛德斯-奔驰、一汽奥迪等豪华品牌,以及广汽集团、长安汽车、一汽红旗、比亚迪等品牌悉数到场。不仅如此,新能源车依旧是本届车展上的亮眼产品,特斯拉、蔚来、小鹏、理想、零跑汽车、极越、ARCFOX 极狐、极氪、岚图等新能源汽车品牌同场竞技。

此外,广州车展组委会相关人员表示,继上届广州车展启用最新建设落成的广交会展馆D区后,今年继续扩大D区展馆使用面积,包括6个室内展厅及D区南广场室外展区,同时首次启用最新建设落成的“国际会议中心”,展会规模达22万平方米。

提前亮牌

从参展车辆数量看,新能源车无疑成为本届广州车展“主角”。事实上,在本届广州车展开幕前两周,不少车企即提前亮“牌”。

11月9日,比亚迪旗下品牌方程豹首款车型豹5正式上市,定位硬派越野SUV,售价为28.98万-35.28万元,搭载比亚迪全新混动技术平台(DMO)及CTC电池底盘一体化技术,综合续航里程超1200公里。据悉,该车型为比亚迪继腾势和仰望后,于今年8月正式推出的面向高端市场的专业个性化品牌。在外界看来,方程豹5将与坦克500展开直接竞争。

同时,本届广州车展前夕,昊铂品牌正式宣布昊铂HT上市,共推出6款车型,售价为21.39万-32.99万元。此外,作为上汽荣威“D家”首款车型的荣威D7也正式推出,搭载全新斑马智行车机系统,配合双12.3英寸

超长液晶屏,实现一语多意、手车导航无缝流转、长途充电自动规划等功能。

值得一提的是,在本届广州车展前发布的各款车型中,头顶华为“光环”的智界S7最受关注。作为由华为与奇瑞联合打造的首款产品,同时也是华为智选车业务首款轿车,智界S7共推出4个版本车型。北京商报记者了解到,除开启预售的智界S7外,本届广州车展上,问界M5带来全新的“都市焕彩套装”,被华为智能汽车解决方案BU董事长余承东称为“科技车皇”的问界M9也正式发布。

不仅自主品牌,沃尔沃汽车首款纯电豪华MPV EM90也在本届广州车展前夕完成全球首秀。沃尔沃汽车方面宣布,该车型官方指售价为81.8万元。

问路来年

“随着众多新车推出,围绕新能源车领域,车企在2023广州车展前已提前燃起‘战火’。”中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉认为,北京和上海车展,车企更多为展示实力,成都和广州车展则更多偏向销售属性,因此新车抢先发布也能提前预热,以便在车展现场拉动销量。

除抢先发布新车,各车企在本届广州车展现场也对位竞争。其中,全新宝马5系长轴距版车型和纯电车型宝马i5首次亮相,并将于明年1月投产;全新梅赛德斯-奔驰长轴距E级也亮相展台。宝马与梅赛德斯-奔驰这两大豪华品牌头部玩家将在中大型轿车市场再次对垒。

此外,起亚EV5也在本届广州车展上正式全球首发上市,该车型定位紧凑型纯电SUV。起亚相关人士表示,该车型基于起亚电动汽车专用E-GMP平台开发。同为合资品牌的广汽本田e:NP2同样选择在本届广州车展上市。

今年以来,车企间的竞争尤为激烈,价格战更是从年初打到年末。中汽协副秘书长陈士华认为:“按照往年惯例,车市在年底最后两个月将会出现翘尾效应。”事实上,本届广州车展在带来年底翘尾效应的同时,众多新车齐发也预示着明年车市将依然“内卷”。此前,有消息称,“蔚小理”已提前规划明年销量目标。

业内人士认为,今年车市临近收官,发布新品不仅是赶在年底收割一波销量,更是瞄准明年一季度的“开门红”。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

广告



帕萨特2024款高功率版 强势升级 220匹马力 一马当先 当然帕萨特

建议零售价:18.19万元起

*详情请洽当地经销商



立刻扫码 了解详情

上汽大众
SAIC VOLKSWAGEN