

传汽车BU整合并入消费者BG 华为“造车”野心有多大?

华为对于“造车”的野心,或许比想象中更大。11月16日,又传出华为消费者BG正在与智能汽车解决方案BU进行整合的传闻。虽然这一消息还未得到华为方面的确认,但有分析认为,受美国禁令影响,华为手机业务正面临着芯片短缺的问题却是不争的事实,用汽车填补这块业务的空缺也在情理之中。

有分析认为,华为不造车只是现阶段的战略,因为切入汽车行业还是需要取得主机厂的合作与支持,但长期来看,华为还是会造车,但分为两块业务,一边是传统的to B,一边则是to C。还有分析指出,华为造的车未必会叫车,而是叫“智能座舱”,这就类似于当年华为说不做电视,但做了个智慧屏。

■新快报记者 陈学东

合并传闻

11月16日,据36氪报道,华为消费者业务集团(BG)正在与智能汽车解决方案业务单元(BU)进行整合,华为消费者业务CEO余承东将成为总负责人。目前两个部门在投资层面已经合并,但人员还没有变动。

华为的内部架构中有三大BG和两大BU。三大BG分别运营商BG、企业BG和消费者BG;两大BU则分别是Cloud&AIBU(云业务)和智能汽车解决方案BU。根据余承东在2019年签发的批准成立智能汽车解决方案BU的文件显示,华为在智能汽车领域将聚焦为车企提供解决方案,但不造车。

据悉,华为每个大的业务部门都对应着一个管理委员会或者投资决策委员会,职权包括审批业务投入所需的资源和人力等,消费者业务BG有自己独立的管理委员会,负责人是余承东,而汽车BU自2019年5月正式成立起,属于

ICT管理委员会,该委员会最高负责人是华为轮值董事长徐直军。

从业务分类的角度看,华为汽车BU业务包括5个部分:智能驾驶、智能座舱、智能网联、智能电动和智能车云。徐直军此前在接受媒体时表示,“智能汽车解决方案每个业务都与华为传统ICT(信息与通信技术)业务相关。”而包括车载5G模组、鸿蒙操作系统、车机映射方案HiCar等,都是消费者业务部门的技术,HI智能座舱的核心技术同样来自消费者业务部门。

汽车BU整合并入消费者BG后,外界的直观感受是,2B要转成2C了——华为造车的传言再次引发讨论。

造不造车?

去年以来,华为创始人任正非多次向媒体表示华为不会造车。华为轮值董事长徐直军也曾表示,智能汽车解决方案现在扩展的业务看似很多,但都是基



VCG供图

于某个原有产业延伸出来,满足智能网联汽车这个场景。

今年10月30日,华为在新品发布会上公布了华为全栈智能汽车解决方案,以及智能汽车解决方案品牌“HI”。据介绍,采用华为智能汽车解决方案的车型都会打上“HI”的LOGO,不过华为智能汽车解决方案BU总裁王军还是重申华为不造车,“我们继承华为三十年的技术积累,和汽车行业深度融合”。

发布会之后,不少采用华为全栈智能汽车解决方案的车型开始浮出水面,包括沃尔沃XC40 RECHARGE和广汽埃安V。11月14日,长安汽车董事长朱

华荣出席央视节目,首次公布长安汽车正与华为、宁德时代携手打造一个全新的高端智能汽车品牌。余承东通过视频发言表示,“华为将和长安汽车共同打造新的智能电动汽车品牌和产品。”这个表态似乎展现了华为汽车在产业链更进一步的决心。

“短期来看,华为还是不太可能自己做汽车,但华为会更深度地参与汽车制造,比如未来会延续它在手机上和莱卡、保时捷的跨界合作,不同的是,手机业务上华为强调的是自己的品牌,而在汽车上,华为可能更多强调合作对象的品牌,把自己的品牌弱化。”通信行业专家马继华说。

拼多多完成首次重大团队调整 拼多多CEO陈磊： 推“多多买菜”助农民更赚用户更省

新快报讯 记者郑志辉报道 今年7月,拼多多完成了创立以来的首次重大团队调整,原CTO陈磊接棒黄峥,出任公司CEO。作为陈磊任上的首份财报,拼多多第三季度的业绩引发了市场的广泛关注。

根据拼多多日前发布的最新季度财报显示,在截至9月底的季度里,拼多多实现营收142.098亿元,较去年同比增长89%;非美国通用会计准则(NON-GAAP)下,归属于普通股股东的净利润为4.664亿元,首次实现盈利;平台年活跃买家数达7.313亿,单季度大涨4810万;平台年成交额达14576亿元,较去年同比增长73%。

在这份陈磊履职以来的首份财报公布后,拼多多股价连续三天大涨,最新市值超过1800亿美元。

回顾陈磊接任CEO后的首次公开发言,他曾承诺会持续加大对中国农业价值链的投资。在其主导下,拼多多推出了包括“多多买菜”在内的创新业务,以推动农业从种植、生产、流通到消费的全链条革新,深入满足中国家庭的日常所需。

陈磊表示,疫情过后消费者的习惯正在发生转变,上半年平台的农产品订单量激增。在服务全国用户相关需求的同时,拼多多也遇到了新的挑战。“我们意识到,在为中国农业供应链创造新价值的征途上,其中一个关键因素,也是最大的挑战,就是建设一套专门服务于农产品的物流基础设施。”



目前,国内的物流网络优化更多服务于耐用型工业制品而非农产品,为加强农业基础设施建设、推动农业产业价值链的延伸,拼多多上线了“多多买菜”业务。

“拼多多对农产品全价值链和基础设施的合作以及投资机会保持高度关注。我们致力于帮助农民赚得更多,让消费者节省更多。我们会在过去5年积累的经验 and 实践基础上不断创新,推动农业价值链变得更加高效,最终实现‘普惠’的目标。”陈磊说。

在上周的财报电话会上,陈磊再次回应了此前的承诺。他说,拼多多的成绩得益于中国互联网的成长和演变,得益于零售产业的发展和国民消费水平的提升。“我们始终相信,是消费者塑造企业,而非企业塑造消费者。这也正是我们基于‘人为先’和‘普惠’原则,创立这一平台的原因所在。”

百度宣布将以 36亿美元收购YY直播 拓展多元变现能力

新快报讯 记者郑志辉报道 11月17日,百度宣布与视频社交媒体平台欢聚集团签署最终协议。根据协议,百度将以约36亿美元现金(根据协议或有对价调整)收购欢聚国内视频娱乐直播业务(“YY直播”),包括但不限于YY移动应用、YY.com网站和YY PC等。交易预计将于2021年上半年完成,之后YY直播将加入百度,未来双方将在技术、流量、生态等多个方面实现相互赋能,形成规模效应。

在消息公布前,交易传闻在互联网圈内流传已有一段时间,背后则是今年以来,百度在直播领域的大小动作就没断过。

据记者了解,今年3月,百度开始搭建直播团队并上线直播功能。4月,百度推出了系列自制直播节目。5月,百度又宣布将拿出百亿流量和5亿补贴发掘和培养优质直播创作者。同在5月,百度CEO李彦宏在百度App开启直播首秀,亲自为自家新直播业务站台。如此密集的业务动态,相当于向外界宣布,直播已成为百度重点加码的新业务。

纯以业务角度来看,YY直播的加入能够补强百度的直播业务。YY直播是国内网络视频直播行业的奠基者,其成熟的运营团队、技术能力和主播队伍有助于百度迅速构建运营体系,快速切入直播赛

道。

而从百度的整体发展来看,有分析认为,收购YY直播对百度更大的意义在于拓宽了百度移动生态的多元化变现能力。

从这两年的大环境来看,直播已经成为移动互联网变现的重要手段。对于流量充足的百度来说,要想实现广告收入以外的多元化变现,发力直播是一个方向。此前有业内人士曾表示,YY直播正式加入后,直播可能会为百度带来超百亿规模的年收入。

具体来说,YY直播是以秀场直播为主,而百度的生态内拥有贴吧、小说、视频等大量用户,有了YY直播,百度的秀场直播将实现更加快速增长。与此同时,YY直播还将与百度本身的直播业务一起,利用百度App内的电商小程序实现从商品搜索、商品种草到商品购买的商业闭环。

无论从直播打赏还是直播电商来看,YY直播都将能让百度移动生态的营收结构更合理,来自非广告业务的收入占比会越来越高,百度营收的抗风险能力也会显著提升。

欢聚CEO李学凌昨日也表示,本次交易,将有机会让YY直播业务接入百度巨大的流量池,在更大的生态体系里,实现多元变现的闭环,加快业务增长。