

雁栖岛明起开放日预约不超400人

北京商报讯(记者 陈杰)为满足市民对APEC会场雁栖岛的参观需求,雁栖岛将于明日起正式面向公众开放,游客可提前预约,但每日预约人数不超过400人,周一、周二不安排参观,参观券票价100元。为确保参观过程安全有序,游客需要拨打预约电话或登录北京雁栖湖旅游区官方网站进行分时段预约,预约成功后到现场换购参观券进行参观。预约人数每天不超过400人,周一、周二不安排参观。

同时,为了让市民全面了解雁栖湖生态发展示范区,更好地饱览示范区美景,示范区将集中安排参观车辆进行参观,同时配备专业讲解员按参观路线提供全程讲解服务。

乘公共交通的游客可以在东直门乘坐916路或936路到怀柔于家园汽车站换乘怀柔至神堂峪公交车或怀柔至莲花池公交车雁栖岛站下车。自驾的游客可以从京承高速14号出口下高速直行,沿会都路、雁栖湖西路至第四个红绿灯左转,路北侧;沿京密路直行至怀柔开放环岛,第三出口(去往丰宁方向)右转,京加路范各庄路口左转直行,沿会都路、雁栖湖西路至第四个红绿灯左转,路北侧。

国旅海外首家免税店落户柬埔寨

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 薄冬梅)昨日,中国国旅集团的首家海外免税店吴哥免税店正式开业。据了解,这是中国企业首次将旅游加免税的商务模式导入柬埔寨。

吴哥免税店由中国国旅集团下属中免集团投资建设,为单体独栋的四层购物中心,营业面积达到4500平方米。据了解,未来中国国旅集团还将投资3000万美元在暹粒和金边开设免税店,其中金边免税店将于明年10月开业。中国国旅集团董事长王为民表示,柬埔寨是中国国旅重视的旅游市场,通过吴哥免税店成功将旅游加免税的商务模式导入柬埔寨。

近期东南亚成为中国游客的热门出境旅游目的地,王为民表示,中国国旅集团高度重视柬埔寨市场,将大量中国游客输送到柬埔寨。据了解,开业初,吴哥免税店将面向所有顾客开展促销活动,店内所有商品的零售价比市中心商店中完税商品售价低15%—35%。

近400场文化活动扎堆元旦春节

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 郑蕊)2015年元旦、春节临近,届时我市各区县将推出包括新年音乐会、庙会、文化节、艺术展在内的近400场文化活动,覆盖市民将达千万人次。

长期以来,新年音乐会由于不太亲民的高票价,总是多少会给人以高高在上的距离感。为了让高雅艺术走近大众,今年元旦、春节期间,北京市各区县都将推出接地气的新年音乐会,如2015东城区新年音乐会、西城区百姓戏剧展演、昌平民乐团新年音乐会、管弦乐团新年音乐会、房山区2015年新年音乐会、大兴区2015新年民族音乐会、石景山区文化馆新春音乐会等。

除此之外,庙会作为一项传统的文化项目,今年除了有第30届地坛庙会、厂甸庙会、大观园红楼庙会、第32届龙潭庙会、第17届东岳庙春节庙会、圆明园第六届皇家庙会如期而至外,金源新燕莎MALL等商圈也将相继推出更具现代感的改良版庙会,以营造出浓郁的传统年味。

值得注意的是,在即将陆续展开的近400场文化活动中,北京天桥小年庙会暨老舍京味文化节、朝阳区玫瑰之名艺术节、朝阳区2015打工春晚、2015年怀柔镇群众艺术节、首都图书馆“悦读阅美——2014年度读书项目”主题展览以及图书馆联盟则在充分利用文化共享工程的优秀资源创新服务方式,使首都各级各类公共文化设施文化惠民多元多彩。

北京公园集体热推元旦活动

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 薄冬梅)元旦期间,北京市公园管理中心将推出包括大众冰雪季、迎新游园活动、展览展示陈等在内的三大类迎新活动,覆盖11个市属公园和中国园林博物馆。

据了解,颐和园、北海、玉渊潭、陶然亭、紫竹院、北京植物园6家公园联手打造“冰雪乐园”系列游园活动,既包含冰车、速滑等冬季传统项目,也有雪地飞碟、极地科普墙、雪地足球等游乐项目,其中,陶然亭公园以企鹅为亮点,既包括8只跳岩企鹅,也有2015只仿真企鹅。天坛公园、中国园林博物馆、中山公园等将在元旦期间举行各种形式的迎新活动,包括传统音乐会、民俗体验、花卉展等。比如,中国园林博物馆将举行园林雅集和传统民俗体验活动,品茗、焚香、听琴、画九九消寒图,还有木版年画制作等。

此外,各公园首次推出了历史文化和动植物科普两大类共18项文化展览展示,包括中山公园的社稷文化展、香山公园的毛主席诞辰121周年珍贵图片展、北京植物园的曹雪芹生平展、紫竹院的行宫文化展、玉渊潭的历史文化展、北京植物园的北京生态史展等。

凯撒旅游联手Club Med

北京商报讯(记者 关子辰)昨日,凯撒旅游与Club Med(地中海俱乐部)召开新闻发布会,宣布双方达成战略合作伙伴关系,将在明年开展多形态旅游合作。

Club Med相关负责人表示,通过凯撒旅游与Club Med合作,将丰富旅行社与度假集团的合作范畴,加速旅游多业态立体式融合。北京商报记者获悉,此番凯撒旅游与Club Med携手推出丰富多彩的产品,例如马尔代夫、毛里求斯、民丹岛以及巴厘岛等系列产品。

业内人士称,随着度假型旅游方式的深入和延伸,度假型酒店成为度假产品中利用最为广泛的资源之一,此前,众信旅游欲与复星等同对Club Med进行要约收购,也是看中其独特的度假旅游产品。Club Med相关负责人表示,Club Med首创“一价全包”式经营,游客在度假村内的住宿、全球特色美食以及健身、攀岩、射箭等各类运动和娱乐项目均无需另付费用,深受中国市场欢迎。Club Med相关负责人表示,Club Med目前已与多家旅行社进行合作,未来将大力扩充度假产品。

此外,明年凯撒旅游将推出“Club Med超值度假卡”,包含四晚住宿以及往返国际机票,这一颇具竞争力的价格将让更多游客享受到一价全包的全球顶级度假体验。资料显示,Club Med是全球知名的度假连锁集团,拥有遍布全球五大洲30个国家的80多座度假村。

“预售”成旅游业吸金新招

淡季资源被盘活 价格低廉受追捧

年内选择三条线路免费参团,不需另行支付团费。

海淘旅游也曾推出3.08万元的家庭旅行套餐,可在18个月的限期内选择五条国际和两条国内精品旅游线路。国际线路包括:俄罗斯全景贝加尔湖、澳大利亚、美国西部、欧洲六国、日韩等热门旅游胜地。

游客王先生就购买了凯撒和中信信托推出的这款产品。“以往9999元的价格只够去一趟马尔代夫,这回可以一口气走三条出境线路,而且还有金融机构担保,感觉特别划算。”

盘活淡季资源借力银行促销

有业内人士透露,旅游预售卡、旅游套餐这种预售类旅游产品的价格之所以极为低廉,原因在两方面。首先,预售类旅游产品承诺给游客的旅游线路基本上都是淡季的旅游产品。淡季旅游产品本身价格低,甚至经常出现招不上游客的现象,通过预售模式,旅游企业可以把淡季旅游资源盘活,并获得丰厚利润。

对此,有游客反映,预售类旅游产品在这方面规定得很严格,7—8月暑期、1—2月春节以及其他黄金假期和节庆基本都无法出行,只有3—4月、11—12月这样

的旅游淡季可以出行。

其次,预付类旅游产品由于出行周期较长,通常都是1—2年内的出行计划,所以旅游企业可以通过预售模式,整合酒店、航空等以极低的价格提前很长时间拿到这部分资源,从而使得旅游产品成本大幅下降。“我们的部分度假村资源就打包进了某个旅行社的预售类旅游产品。由于谈好的时间是淡季,而且对方对度假村资源的需求量很大,所以我们给他们的价格只有平常的一半甚至更少。”某旅游企业负责人向北京商报记者透露。

而为了能够让游客放心,不少旅游企业也拉银行入伙。民生旅游董事长周飞在接受北京商报记者采访时指出,“此次推出的家庭卡主要是与银行合作,银行持卡客户不仅可以在原价基础上享受不同的折扣,同时申请分期付款可以享受免收手续费的优惠”。凯撒旅游总裁陈小兵也表示,与中信信托的合作,旨在打破旅游业和金融业之间的行业壁垒,打通双方的产品和营销通道。

发展迅速仍需做好服务

对于预售类旅游产品的未来,业内普遍看好。海淘旅游市场总监孙丽婵表

示,其实预售类旅游产品的理念为“反向定制”,原来是旅行社设计出旅游产品再去卖,现在是游客把自己的需求反馈给旅行社,然后旅行社定制成相关产品卖给游客。“和机票销售一样,未来的旅游产品也会出现一个价格梯次,游客越早制订旅游计划并购买旅游产品,价格就越低。反之游客越在靠近出发日期的时候购买旅游产品价格就越贵。”

周飞也表示,从民生旅游推出的首批家庭旅游卡发售情况来看,游客满意度很高,今后仍会延续推广。

不过亦有业内人士指出,预售类旅游产品对于游客和旅游企业都有着较高的要求,旅游企业需要对游客做好服务,防止出现因为对游客未解释清楚而引发的纠纷。对于游客而言,必须要提前1—2年做好旅游规划。

有金融业内人士针对旅游企业频频联手银行推预售类旅游产品的情况指出,旅游企业和银行一起推出相关预售类旅游产品,如果旅游企业把这笔资金投入低风险货币基金、短期理财,很难弥补中间的差价,所以长期下去对企业而言存在一些经营方面的压力,企业必须做好成本控制。

北京商报记者 陈杰 刘伟

Market observe

《武媚娘传奇》制作方唐德影视冲刺上市

北京商报讯(记者 卢扬 沈艳宇)《武媚娘传奇》的突然停播并未打乱其制作方浙江唐德影视股份有限公司(以下简称“唐德影视”)冲刺IPO的步伐。北京商报记者从证监会了解到,唐德影视于今日正式上会过审。此次唐德影视的上会尽管稍显低调,却依然引来了业内的高度关注。这不仅因为它是时下备受热议的古装电视剧《武媚娘传奇》幕后投资、制作公司,还由于今年多家影视公司冲刺IPO最终多数铩羽而归。

以电视剧投资、制作、发行和相关衍生业务为核心的唐德影视于今年6月和11月向证监会报送公开招股说明书。据最新招股说明书显示,唐德影视拟在深交所上市,发行数量不超过2000万股,拟募集资金8.1亿元,拟用于补充影视剧业务营运资金,包括15部电视剧和6部电影的投资制作,以及2部电影的协助推广。本次募集资金到位后,唐德影视将实现年投资制作300—500集电视剧及6—10部电影。

推出了《永不消逝的电波》、《开天辟地》、《胭脂雪》等知名电视剧的唐德影视主要利润来源于电视剧业务,2013年唐德影视的电视剧业务收入2.3亿

元,占公司营收的72.55%。相比电视剧的制作,近年来唐德影视的电影业务收入相对较低。2013年的电业务收入为8165万元,占公司总营收的25.6%。业内人士表示,此次唐德影视公开招股,在解决公司资金紧缺问题的同时,可能意在聚拢资金大力发展电影板块,拓宽公司的产业链,提升唐德影视在业内的影响力。

数据显示,2011—2013年,唐德影视的营业收入分别为1.39亿元、1.91亿元和3.19亿元,分别增长37.25%和67.05%,但2011—2013年,唐德影视应收账款账面余额为0.72亿元、1.33亿元和2.34亿元,分别增长85.67%和75.08%,由此可见,唐德影视的应收账款增长速度明显超过了营业收入的增长速度。

但值得注意的是,与应收账款增长形成鲜明对比的是,唐德影视近三年来净利润增长速度却相对缓慢。招股书显示,唐德影视2011—2013年的净利润分别为3946.77万元、5611.14万元和6364.92万元。业内人士对此表示,若其影视剧购买方不播出已购买的公司制作的电视剧,或者电视台本身经营情况发生重大不利变化,唐德影视将面临无法全数收回

应收账款的风险,部分应收账款可能发生减值。北京师范大学文创研究院执行院长肖永亮向北京商报记者强调:“应收账款的持续攀升将增加投资风险,一旦发生大额坏账,将对影视公司的经营产生不利影响。”

尽管唐德影视推出了几部知名的电视剧,但与华谊兄弟、华策影视、光线传媒等影视公司相比,唐德影视在业内的影响力和经济实力相对较弱。深圳市创新投资集团有限公司华北大区总经理刘纲对北京商报记者说:“企业能否顺利上市,不仅依靠公司的名气和资金力量,公司的年净利润稳步增长才是成功的关键。”

影视公司属于轻资产企业,主要依靠投资、制作电视剧、电影项目获得利润,其稳定性相对较低。肖永亮认为,由于影视公司缺少固定资产,会在一定程度上增加投资风险,这也成为多家影视公司上市失败的原因。“影视公司想要成功上市,不仅要建立完善的财务制度,还应依据市场走向,推出高回报的影视项目,提升在业内的知名度,才能够提升公司上市成功的几率。”肖永亮如是说。

8天3家体育产业资源交易平台上线

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 郑蕊)8天内,北京、上海陆续建立了3个体育产业资源交易平台,可对体育赛事、场馆、运动员等体育产业相关领域的物权、经营权、知识产权、股权、债权等进行交易。通过建立体育产业资源交易平台,可使体育产权交易更为公开、透明,提升资源配置效率,但与此同时,我国体育产品依旧较为稀缺,需要加强内容方面的建设。

目前我国体育产权交易处于发展阶段,各项交易仍主要以一对一的分散交易为主,市场参与度不高,信息披露不全,且缺乏监管,极易发生“暗箱操作”的情况。对此,国务院于今年10月曾发布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,并明确指出要研究建立体育产业资源交易平台,创新市场运行机制,推进赛事举办权、赛事转播权、运动员转会权、无形资产开发等具备交易条件的资源公

平、公正、公开流转。

为尽快给体育产业提供一个公开透明的交易平台,国内首家体育产业资源交易专项平台于12月16日在北京中关村科技园区东城园成立。两天后,北京产权交易所和华奥星空科技发展有限公司联合推出的体育产业资源交易平台也正式启动。另外,上海也于12月23日成立了体育文化产权交易中心。

但北京大学中国体育产业研究中心主任何文义向北京商报记者表示,虽然现在体育产业资源交易已建立,但还有一个关键问题没有解决,即缺少体育产品。

“现阶段我国体育消费不足,很大一部分原因就是产品供给严重缺乏,所以除了建设平台外,更要注重将体育资源转化成优质的体育产品,加大对内容的投入,否则再好的平台也会因没有产品而被闲置”,何文义强调。

高雅音乐借互联网寻市场突破点

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 郑蕊)中国移动日前已与国家大剧院签署战略合作协议,而音乐是其合作的核心,届时将由中国移动旗下的互联网音乐运营机构咪咕音乐与国家大剧院对接合作。业内人士表示,借助互联网,可以在一定程度上普及高雅音乐,扩大其市场,但同时也要重视高雅音乐自身的转变,跟上时代的发展。

根据双方的规划,国家大剧院和咪咕音乐第一阶段的合作主要是关于在互联网上推广高雅音乐,同时在用户所关注的剧目直播方面进行合作。其中,咪咕音乐的会员将首先低价尝试这些新项目,并可通过在线购票享受到大剧院票务优惠政策及专享权利。除此以外,咪咕音乐和国家大剧院还将就高雅音乐教育方面进行相关合作。

值得注意的是,除此次国家大剧院与互联网音乐平台达成战略合作外,此前国家交响乐团也曾与爱奇艺网站进行合作,并在今年民族歌剧《木兰诗篇》进行全国巡演的过程中,在互联网上推出该剧目的高清视频,实现了线上与线下相结合。

业内人士表示,互联网具有传播速度快、使用人群多等优势,且目前互联网音乐市场以流行音乐为主,高雅音乐领域仍存在较大的市场空白。此次高雅音乐通过和互联网进行多元化的合作,不仅能带动高雅音乐的市场发展,拓宽高雅音乐的传播渠道,普及高雅音乐、扩大市场,同时也丰富了互联网音乐市场内容。

从目前高雅音乐市场的情况看,除国际知名高雅音乐剧目会出现一票难求的情况外,其余大量剧目的售票情况均不乐观。对此,中国科学院科学艺术研究中心副主任任张之益向北京商报记者表示,就现阶段的高雅音乐市场来说,传播渠道并不是阻碍其发展的最主要原因,关键是没有明确高雅音乐的社会需求,未找到将高雅音乐和时代有效融合的方式。目前现代年轻人大多喜欢听流行音乐,而不愿意去欣赏高雅音乐,但若为了吸引受众而简单地将时代元素融合进高雅音乐,则可能会损害到音乐的纯粹性,降低其艺术品质。因此,如何将高雅音乐与时代更好地融合,还需要在未来一段时间不断进行摸索和尝试。

旅行社热衷联姻银行 托管游客保证金

北京商报讯(记者 陈杰 曾威)南京一旅行社门店店长挪用游客归国保证金事件近日被广泛关注,游客的出境游保证金安全再一次受到重视。为此,一些旅游企业开始探寻解决之道,北京商报记者调查发现,银行就成了旅游企业合作的首选对象。

据了解,在线旅游企业中,携程、途牛等先后开展相关业务,以携程为例,携程选择与浦发银行合作,游客在携程官网预订订单成功后,携程会将“出境游保证金服务”(《三方协议书》)(旅行社已盖章签字)寄出,游客收到后再到银行办理相关手续,之后将《三方协议书》、《资金冻结证明》的旅行社联及存款证明交还即可。当游客顺利回国后,携程将寄送三方协议冻结期限内的《关联关系解冻书》给游客,再由游客自行到浦发银行办理相关解冻手续。途牛也推出“牛客贷”业务,首期联合第三方P2P平台为游客垫付保证金,审核后放款,其出游归来后将自动还款,无需担心不及时还款而导致的信用问题,也意味着出境游客仅需支付少量手续费,即可实现零保证金出游。

海淘旅游先后跟光大银行、渣打银行、兴业银行开展业务合作,游客只需持一张联名卡就能完成押金支付,这笔款项由银行代为监管,旅游行程结束后,按照三方协议规定的时间,银行主动将此笔款项划拨回游客账户,这种让银行变成自己的信誉保障的方式让游客对旅行社信心大增。另有一些旅行社,为了让游客安心也选择通过在线平台与银行合作开展此项业务。

北京首钢国际旅游有限公司副总经理尹晋认为:“由第三方出面监管出境游保证金,未来会变成业内的一种发展趋势。游客将出境游保证金存入银行账户,就能同时起到资产证明和旅游保证金的双重作用,既可以让游客放心,又可以让旅行社得到保障,银行同时能够开拓新领域的业务,三方同时受益。”

广东决策研究院旅游研究中心主任李铭建认为:“旅行社收取游客出境游保证金实属无奈之举。游客出游的目的不同,比较复杂,旅行社收取出境游保证金也是保证自己利益的方式。出境游保证金由银行监管对游客来说比较放心,也更加规范。出境游保证金是特殊国情的特殊产物,收取保证金不应是生财之道。在旅行社公信力备受质疑的今天,将保证金交予银行代为监管的确是一种较为理想的解决方式。”