

合作方反目 山水文园遭六旗索要违约金

针对中国合作方山水文园的资金链吃紧、项目进展不顺一事,美国六旗集团再也坐不住了。在最新公告中,美国六旗集团表示,作为山水文园的“独家合作伙伴”,公司已根据协议向山水文园发送正式的付款违约通知,而与山水文园合作的项目可能继续进行,也可能全部终止,但六旗没有能力让其他合作伙伴参与完成任何现有项目。就此,山水文园相关负责人对北京商报记者回复称:“我们还在和美国六旗集团积极沟通过程中,暂时不便透露其他信息。”而就在公告发布后,世界老牌银行也将六旗股票评级定为“减持”,认为六旗在中国的业务正迅速衰败,更多业内人士则指出,山水文园被追讨违约金将使得六旗在国内的发展更加扑朔迷离。

被山水六旗“牵连”的美国六旗集团

山水文园支付费用出现违约

可能在华所有山水六旗项目终止

2019年四季度六旗在华“零收入”

预计与中国相关的国际协议在财务上收入纪录为-100万美元

发布公告后六旗股价较2014年10月以来最大跌幅

世界老牌银行美国富国银行将六旗股票评级定为“减持”

步分析称,即使不算后期大型设备的维修费用,仅六旗提供的单台大型过山车设施,费用就至少在1亿元左右。他测算,像浙江山水六旗乐园这样体量的项目,初期就至少需要约100亿元左右的资金,加上同期重庆、南京等地相关项目的投资需求,战线拉得过长,很可能是导致山水文园资金链紧张的主要原因。

“快钱”加速退市

在中国社科院国际法研究所竞争法中心秘书长黄晋看来,在山水文园与美国六旗集团这类项目合作的过程中,持有核心竞争资源的美方往往是相对强势的,而中方为了引进品牌很可能会在合同中作出大量承诺,而实际操作过程中,承诺一旦履行不了,就会出现法律纠纷;按照国际惯例,即使美方企业看起来没有太大的直接资金损失,但只要没有履行合同约定,对方也完全可以依法要求违约方进行赔偿。

周鸣岐坦言,在山水文园和六旗这次风波之后,国内的主题园投资会越来越谨慎,此类超大体量项目可能会越来越少。此前,对于很多新进入文旅项目开发领域的地产商来说,用大型主题公园项目为引子进行大规模低价拿地,然后在周边建设楼盘卖房,再用各种理由甩掉主题公园这一烫手山芋,似乎成为了一个赚快钱的“捷径”。然而,如果主题公园自身没有盈利能力的话,仅靠房地产反哺是根本无法走出一条健康、可持续的发展路径的。”周鸣岐坦言,现在国际上知名的主题公园IP基本都已经进入中国市场了,企业再花大价钱去国外买品牌意义已不大。从未来行业发展趋势来看,降低开发成本,发展自身的IP和游乐设备制造能力,以及投资较轻、维护简单、自盈利能力较好的无动力主题公园项目,也许是更多投资方的重点选择。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云也表示,洋IP或许在一定程度上能为文旅项目带来更多的流量,好的IP也确实拥有引入国内的价值,但投资方也要看到,即使是优质的IP也需要进行运营和管理才能充分发挥市场价值,不是在任何地方、用任何形式引进了国际IP就能“躺着赚钱”的。北京商报记者 肖玮 蒋梦惟

“老朋友”翻脸

近段时间来,资金链承压、裁员、欠薪、项目停工等一连串负面消息爆发,山水文园旗下公司又遭遇股权冻结,在这背后,不少建筑方“债主们”纷纷走上了诉讼索赔路。而此次,一直让山水文园引以为傲的合作方——美国六旗集团也走上了索赔之路。

在最新公告中,美国六旗集团表示,在中国,六旗品牌乐园的开发面临持续的挑战,并没有像预期的那样进展。这导致合作方山水文园拖延了付款义务,因此,公司已根据协议提交了正式的拖欠通知。另外,在2019年四季度,公司将不会从中国相关合作中获得任何收入,并预计将此收入调整为-100万美元。

美国六旗集团还表示,尽管六旗会继续与山水文园及相关地方政府合作,但最终的结果尚不确定,可能其中一个或多个项目会继续进行,也可能出现六旗在中国的所有项目全部被终止的情况。早前山水文园与美国六旗集团达成“排他性战略合作”,在浙江海盐、重庆璧山区、南京三地拟分别投资数百亿元,打造度假区(小镇)项目,其中囊括11个六

旗主题乐园。

其实,就在去年,有媒体报道称,山水六旗方信心满满地表示,面对中国经济结构的不断升级调整以及日益激烈的市场竞争,2019年中国六旗主题乐园的开发建设将排除万难全力推进。

然而,随着多米诺骨牌一张张倒下,山水文园恐需要急寻接盘侠。北京商报记者获悉,在浙江海盐政府的助推下,国内房地产巨头已经对该项目进行接洽,但由于项目涉及资金巨大,双方尚未达成协议。另有知情人士透露,当地政府给山水文园发出“最后通牒”,今年过年前必须引入新股东盘活项目,否则需“撤场”。不过,针对这一说法,山水文园并未予以正面回应。

昂贵的IP

“大型主题公园的建设运营是个复杂的系统工程,此前国内几乎很少有中方只花大

价钱从国外买个IP、外方不参与投资运营的项目,即使是环球、迪士尼,也都是采取中外共同投资、共同分享经营收益的模式。”景鉴咨询创始人周鸣岐直言,可以说,中国山水六旗乐园合作的失利,与山水文园初涉行业、缺乏研究,对其中很多实操问题没有预估、没有准备,在投资可行性研究和资金流设计中存在重大缺陷,且选择了一个超出自己运作能力的单方面重资产投资合作模式相关。

周鸣岐告诉北京商报记者,虽然外方凭借自己的知名IP,在敲定合作模式的过程中普遍相对强势,但一般来说,外方如果对中外合作主题公园项目后续营收比较有信心的话,都会直接出资,并深度介入园区的设计、建设和运营,获取更大收益的同时,与中方一起共享项目利润。他介绍,虽然乐高乐园在国内有轻资产授权合作的项目,但整体投资体量较小,与山水文园所需的投资量不能同日而语。

据知情人士透露,2014年做房地产起家

的山水文园与惊险过山车游乐设施出名的美国六旗集团签署排他性战略协议后,山水文园仅品牌授权费每季度就要向美国六旗集团支付1500万美元,换言之,山水文园每年要向六旗一方支付数亿元人民币购买IP;从目前的情况来看,山水文园拖欠六旗的款项很可能就是品牌授权费,之前有消息称,从2018年四季度开始,山水文园就已经无法再按时支付这笔“昂贵”的费用了”。周鸣岐透露。

“其实,山水文园要付给六旗的钱,远不只每年几亿元的品牌授权费。”周鸣岐介绍,高刺激性的过山车,是各种主题公园游乐设施中成本最高的一种,而且与中国合作商大多先垫资后支付的习惯不同,美方大多要拿到90%左右的费用才会开始着手设计、生产设备,万里迢迢运到中国后还要经过漫长的安装、调试、检测过程,而这就意味着山水文园需要提前较长时间一次性投入大量的成本,资金压力很大。

中国主题公园研究院院长林焕杰还进一

Market focus

轰趴馆,无人管?

在城市经济快速发展下,新业态涌现,近年来专门为聚会提供场地、餐饮、娱乐设备及相关服务的轰趴馆开始进入快车道。1月14日,文旅部发布的《“轰趴馆”新业态的调研报告》(以下简称《调研报告》)显示,全国轰趴馆已达1.3万家,并呈继续扩张之势,北京、上海等地均已超过1000家,并逐步向二三线城市蔓延。不过,在快速生长下,轰趴馆也涌现出了不少问题,不仅缺乏相应标准、难以监管,同时还存在扰民突出、同质化竞争严重、淡旺季差异明显等问题,这也成为行业亟待解决的问题。

快速扩张下现隐忧

近年来,轰趴馆像雨后春笋般在全国迅速蔓延,不过快速扩张下也呈现出隐忧。根据文旅部最新发布的《调研报告》显示,自2013年以来,我国轰趴馆一直呈现快速增长态势,并逐步向二三线城市蔓延。据估算,全国轰趴馆已达1.3万家,其中入驻美团点评网的将近1万家,北京、上海等一线城市均已超过1000家。但与此同时,种种问题也在掣肘该业态发展。

北京商报记者了解到,多数轰趴馆投资为30万-100万元,主要有包场和一票制两种收费模式。大部分轰趴馆面积在200-1000平方米,而200平方米的小型轰趴馆投资多为30万元左右,300平方米的中型轰趴馆投资在50万元左右。

此外,从设立地点看,轰趴馆主要分布在别墅、社区和商业综合体内。近年来又涌现出游艇轰趴、农庄轰趴、四合院轰趴等特色轰趴,但总体以别墅轰趴、社区轰趴和商业综合体轰趴为主。目前别墅轰趴、社区轰趴、商业综合体轰趴占比分别可以达到30%、30%、40%。

不仅如此,在快速扩张的同时,国内轰趴馆发展还呈现连锁化发展的趋势。《调研报告》还指出,像慢姑娘品牌连锁轰趴馆已覆盖20多个城市,拥有100家以上门店(部分为加盟),新青年轰趴馆也已开设近50家店,杭州火星工厂连锁店则达11家。作为新兴业态,包含餐饮、娱乐、聚会等功能的轰趴馆虽然迅速赢得了年轻人的青睐,但这种混合业态也存在自身的发展问题。全国消费经济学会学术委员会副主任洪涛表示,由于该业态还有不少处于小区、社区中,存在一定的扰民状况。此外,由于行业定位尚不明确,部分场馆也存在一些消防、安全方面的问题。

安全问题频频

消防不达标、内部设施参差不齐……轰趴馆数量迅速增加的同时,安全隐患问题也不容忽视。1月3日,据媒体报道,武汉金银湖一家别墅轰趴馆里,一间卧室内的高低床突然坍塌,而睡在该房间内上下铺的两名女生均被砸受伤,虽然经营方事后对受伤顾客

进行了赔偿,不过,该事件也暴露了轰趴馆隐现的安全问题。

2019年7月3日,公开报道显示,南昌部分轰趴馆存在消防安全隐患,据悉,江西南昌水城艺术村不少轰趴馆的KTV包厢都没设逃生外窗,此外一些轰趴馆还缺乏相应的消防手续。此后该媒体还曝出“威廉古堡”轰趴馆被整体临时查封,其中涉及的“威廉古堡”和“派对城”目前已从美团点评、拉手、口碑等团购网站和App上集体下架。

一家轰趴馆相关负责人表示:“轰趴馆良莠不齐,一定有经营者鱼目混珠,觉得这个行业高利润,随便租个房、装个修就能开店,实际上连执照都不办”。

此外,有经营者还表示,最开始轰趴馆这个行业投资都在几十万元以上,较有品质,不过由于这个行业进入门槛比较低,加上近年来数量越来越多,同质化的问题也逐渐凸显。在此情况下,一些商家就忽略了场馆内设施的质量,有些产品实际上并不合格,加上这个行业缺乏监管,问题也开始层出不穷,甚至个别场馆还出现“黄赌毒”等违法行为。

存监管空白

如今,处于野蛮生长的轰趴馆也亟待行业监管进行约束。《调研报告》指出,行业定位尚不明确,政策监管空白目前成为轰趴馆业态最大的问题之一。首先,轰趴馆属于混业经营,在国民经济行业分类中没有相关类



轰趴馆面临的主要问题

行业定位尚不明确
政策监管空白

文化娱乐设施设备陈旧
尚未纳入监管视线

其他自身问题诸多:如扰民问题突出、区域发展不平衡、同质化竞争严重、淡旺季差异明显、缺乏行业标准、易滋生“黄赌毒”等违法犯罪活动

别,也无管理部门明确轰趴馆的行业定位。其次,一些位于商业综合体的轰趴馆虽然取得了营业执照,但经营范围各不相同,责任划定不清晰。第三,参与调研的轰趴馆,特别是连锁轰趴馆,均希望政府部门尽快明确其合法地位,纳入管理和政策支持范围。

北商研究院特邀专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,起初的轰趴馆是为顾客提供聚会场所,但随着需求的进一步扩大,一些商家扩大了服务范围,如提供床位、允许室内明火做饭等。他还表示,随着消费需求的升级,复合型业态搭载的内容也在不断增加,但新增的业态就需要各个部门进一步加强监管。如含有KTV设施的轰趴馆,隔音建设是否达到标准;允许制作饮食的轰趴馆有没有相应的卫生许可证件,以及进一步完善居民投诉反映渠道等方面,都是未来行业需要考虑的问题。

《调研报告》还提出,对于轰趴馆应当纳入监管,存在不小的难度。有业内人士认为,

轰趴馆只有一两台游戏机,一个KTV包间,文化设施设备少且分布较为零散,既不属于传统的娱乐场所,也不属于传统的上网服务场所,难以依照现有的法规对轰趴馆进行管理,而且一旦纳入管理,生产安全责任重大。

对此,洪涛建议到:具体来看,行业内需逐步建立模标准,如合理的收费区间,相应的开办条件等。此外,承接方OTA也需做好“双向监管”。对申请投放在平台上经营的商家,要加强准入资质筛选,如消防须达到国家标准,卫生情况等方面也需保持良好”。此外,他还表示:“如一人一证的人住模式早已成为酒店行业和消费者的共识,但目前部分轰趴馆仅凭一人身份证件即可办理,缺乏对顾客的具体信息等内容的掌握,在发生突发情况或问题时无法对应联系到每位客户。对此,OTA需进一步完善相关手续要求,做到“凭证进入”,保障顾客安全的同时也能够减少违法现象的发生”。

北京商报记者 关子辰 实习记者 杨卉