责编 陶凤 美编 贾丛丛 责校 池红云 电话:64101897 lyzx0405@126.com

网综换玩法 腾讯爱奇艺试水“双打”

一档综艺节目只在一家视频网站独播的惯用模式被打破了。继先导片后,综艺《哈哈哈哈哈》终于更新了第一期内容,而该综艺与其他节目最大的不同便是舍弃了“独播”的道路,并在爱奇艺和腾讯视频上同步开播。基于两大平台的共同加持,当下《哈哈哈哈哈》的热度持续攀升,截至11月15日,已连续三日位居猫眼专业版综艺热度榜前三。但两大平台的共同现身也难免增加磨合上的挑战,这恰好也是双平台乃至多平台合作模式能否在综艺市场持续铺开的关键因素。

《哈哈哈哈哈》视频截图

跳出单打独斗

11月13日晚间,经过前期先导片的预热,《哈哈哈哈哈》第一期节目内容正式与观众见面,并实现热度迅速攀升。据猫眼专业版显示,截至11月15日,该节目已连续三天位居猫眼全网热度榜综艺类前三,历史热度最高值已达9179.47,同时还两次获得综艺类播放量的日冠。

《哈哈哈哈哈》之所以热播,除了节目嘉宾的设置引来流量外,更与同其他节目存在一定差异有密不可分的联系。公开资料显示,《哈哈哈哈哈》是一档公路行进式户外真人秀,因此相较于其他户外真人秀增加了更多的不可控性。然而,该节目最与众不同的一点并非仅限定于题材,而是由爱奇艺和腾讯视频双平台联合投资、联合出品、联合独播、轮值招商的背景,使得该节目成为国内首个双平台联播的超级网综。

或许是为了进一步凸显双平台联动的背景,如今《哈哈哈哈哈》也在通过更多方面向外展示着自身并非单打独斗的特性。其中在微博平台上《哈哈哈哈哈》便设立了两个官方认证微博号,分别来自于爱奇艺和腾讯视频两个平台,并互相配合着发布各种宣传物料。

而也正是因为该节目与众不同的制作、播出方式,打开当下综艺节目列表后可以发现,原本均以“某平台独播”为标记的整齐队列,也已被《哈哈哈哈哈》的“多平台播放”打乱了节奏。

电视评论人孙禹表示,此前综艺市场中的多平台合作,大多在于卫视与视频网站的合作,这是两个不同渠道的联手。而此次《哈哈哈哈哈》则是由同属于视频网站端的两个平台共同打造,这种操作或许能让综艺市场看到更为多元的合作模式。

资源优势与磨合挑战共存

一档综艺节目拥有两个平台的共同加持,无疑能为自身在资金、渠道、用户等方面获得更多的资源优势。

“两个平台均在市场中积累出自己的份额和资源,但两方不同的布局方式和目标也会影响旗下资源各有侧重,而每档新综艺的出现也势必将迎接市场风险的检测,通过两方的合作能够互相利用对方手中的资源进行重新配置,也能共同承担风险,这是多个平台合作的优势。”影视传媒行业分析师曾荣如是说。

以宣发及播出层面为例,据Quest Mobile此前披露的数据显示,今年7月,爱奇艺App的日均活跃用户数为1.1亿,领先于其他平台,而腾讯视频App的日均活跃用户数也已达到1亿规模。在曾荣看来,“两大平台中间当然不可避免地存在重合的部分,但重合率不可能达到100%,因此整体而言仍是在各自原有基础上实现增长,同时双方共同宣传也能提升作品的曝光度和市场影响力”。

优势既存,鉴于双刃剑效应,挑战也不可避免。在业内人士看来,每一家平台均已形成自己的操作模式,当要与他人合作时,难免会打破常规习惯,中间的磨合便会由此诞生,假若无法安然度过磨合的过程,对于节目而言将产生较大的冲击。

对于双平台合作过程中曾遇到哪些挑战,北京商报记者联系节目方,但截至发稿未得到回应。但爱奇艺高级副总裁陈伟此前的公开发言也证明了双方存在磨合过程的事实:“两家平台在行业里是第一次以创新的合作方式来认可一个内容,以团队的形式来做一些更创新、更突破的事情,希望能够给用户带来不一样的内容,给行业带来不一样的开发方式。虽然有很多需要磨合的东西、没有预见过的情况,但事实证明我们这次探索还是挺有意思的。”

多元合作模式并行发展

实际上,平台之间的合作早在其他领域就进行过尝试。其中在影视剧方面,无论是今年夏天掀起热播的《重启之极海听雷》第一季,还是此前的头部剧《古董局中局之鉴墨寻瓷》《庆余年》,均采用了联播的方式,在多个平台共同发力。若以此作为借鉴,平台间在综艺市场合作也将成为一种发展趋势。

“独播和多平台合作均是视频网站需要的。”孙禹认为,独播是为了保证平台自身独有的竞争力,以保持与其他平台的不同和亮点,增强旗下用户的黏性,毕竟平台间的竞争关系仍是存在的;而与其他平台的合作,则能借助联动打造更符合受众广泛需求的作品,或许能够引爆市场,为双方带来热度上的提升。

值得注意的是,虽然是联播甚至是共同制作,但并不意味合作背后不会存在竞争关系。在数字文创产业智库研究员李杰看来,内容是多平台之间共通的,所营造的红利也由各方共同享有,但市场上也存在着并非是任何一方忠实用户的受众群体,假若此时某平台能够将旗下其他内容资源与该节目进行联动或营造出更为火热的氛围,也有望将该类受众吸引至旗下,转化为自身的忠实用户。

在业内人士看来,此次《哈哈哈哈哈》背后的双平台合作只是综艺市场迈出多元合作模式的第一步,未来有望呈现出更多类型的合作。而经过多方的碰撞,或将催生出更多类型的综艺节目以丰富整个市场的内容,打破从业者的固有束缚,看到更多此前未曾被发觉的可能性。

北京商报记者 郑蕊

局部航线成本高 邮轮业复苏太难了

11月14日,北京商报记者梳理嘉年华、皇家加勒比以及诺唯真三大邮轮集团三季度财报发现,这些国际邮轮集团虽然季度亏损环比减少,不过仍深陷亏损泥沼,为回流资金甚至有企业开始变卖邮轮。由此可见,在大规模停航状态下,邮轮公司的经营甚是惨淡。实际上,在数月之前,一些邮轮公司曾宣布个别船只复航,并推出了局部地区航线,包括MSC地中海以及星梦邮轮等。不过,在业内人士看来,为了保证安全航行,不少邮轮的载客量不得高于50%,此外一系列防护措施也使得运营成本陡增。

巨头业绩依旧亏损

邮轮业复苏的步伐恐怕是旅游行业中最为缓慢的。在各大酒店集团、旅行社等纷纷回暖之时,邮轮业却依旧挣扎在巨额亏损的深渊。北京商报记者梳理发现,作为国际邮轮巨头的嘉年华、皇家加勒比以及诺唯真三大邮轮集团无一例外均现大幅亏损,且承受着高企的运营成本。

具体来看,根据嘉年华邮轮集团今年9月中旬发布的三季度财报来看,该集团三季度净亏损高达29亿美元,其中包括9亿美元的非现金减值支出。虽然相比二季度创纪录的44亿美元亏损有所收窄,不过亏损额仍令人咋舌。同时,由于资金短缺,嘉年华邮轮日前还表示,公司已经确认出售两艘邮轮,这两艘邮轮分别是“Carnival Fascination”号和“Carnival Imagination”号。财报还显示,嘉年华邮轮在三季度的每月平均现金消耗为7.7亿美元。可见,在停航状态下,作为全球最大邮轮公司的嘉年华邮轮集团只能默默忍受着入不敷出的状态。

同样日子不好过的还有皇家加勒比和诺唯真等邮轮公司。根据皇家加勒比国际游轮公布的三季度财报显示,公司营业收入为负3368.8万美元,同比下跌101.06%。

诺唯真日前也发布了截至9月30日的三季度报告。按通用会计准则,报告期内,该公司亏损6.77亿美元,而上年同期为4.51亿美元。受邮轮停航影响,诺唯真三季度的收入由上年同期的19亿美元降至仅为650万美元。数据还显示,三季度,诺唯真月均资金消耗约1.5亿美元,受利息支出影响,假设船只仍保持最低人员配置,诺唯真预计四季度的现金消耗将达1.75亿美元。

在北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌看来,疫情的原因导致国际邮轮公司无法正常运营,眼下只能缩减运营成本减少亏损。

局部航线难覆盖成本

其实,在承受疫情影响的同时,这些国际邮轮公司也想办法在疫情控制较好的地区开展复航,并推出局部短途航线,以减少业绩的亏损。不过,从目前的情况来看,仍然难以掩盖高企的运营成本。

今年7月26日,云顶邮轮集团就开启了旗下星梦邮轮“探索梦号”的复航之旅,虽只在局部地区进行“邮轮跳岛游”航线,但仍是亚洲首家复航的邮轮。此后,MSC地中海邮轮以及嘉年华邮轮集团旗下的歌诗达邮轮也宣布在欧洲重启部分地区的航线,其中今年8月,MSC地中海“鸿图”号从意大利热那亚出发,开始了复航之旅,而歌诗达“唯美”号则于9月6日开启了从的里雅斯特出发前往希腊的航线。此外,包括星梦邮轮旗下的“世界梦”号也于11月6日展开首航,并成为新加坡第一艘复航的邮轮。对于该邮轮的复航计划,云顶集团相关负责人还表示:“世界梦”号暂时只在新加坡地区运营。

“虽然不少邮轮公司重启了部分地区的航线,不过目前国际市场上复航的邮轮数量以及航线远远还未达到疫情之前的正常水平,因此很难覆盖整个公司的运营成本。”一家邮轮公司相关负责人透露。

有邮轮业资深人士表示,为了保证安全航行,一些复航的邮轮只能接待平时50%-70%的旅客量,旅客上下船时都要接受新冠病毒检测;全船每个房间及公共区域都配备100%新鲜室外空气循环系统,公共区域均采用专业医用级消毒剂进行雾化和擦拭双重消杀清洁;邮轮还需要经过严格审核取得安全邮轮认证等。这些措施也使得企业运营成本增加了至少40%。

中国交通运输协会邮轮游艇分会(CCYIA)常务副会长兼秘书长郑炜航表示,局部地区邮轮航线的复苏很难扭转邮轮公司的业绩,主要作用是给邮轮业注入复苏的信心。

复苏仍在路上

在复苏边缘试探的国际邮轮业究竟何时可以迎来真正的复苏,这些问题也成为业界关注的话题。

上述邮轮公司相关负责人还透露,目前以各家邮轮公司现金流来看,这些邮轮巨头仍然可以支撑较长一段时间,至少可以到明年6月。各家邮轮公司也在想尽办法开源节流,减少现金支出。此前,有消息透露,部分邮轮公司已经将旗下停航的邮轮抛锚在港口之外,以减少港务费支出。同时,已经复航的邮轮则可以为邮轮公司缓解部分现金流压力。

不过,“节流”终究不是长久之计,更重要的是邮轮业何时可以迎来真正的复苏。在业内分析师看来,这一局面的到来恐怕还要等到疫苗真正遏制住疫情。王兴斌认为,冬季是疫情的高发期,由于邮轮是人群密集的封闭空间,在没有防范措施和应急预案的情况下,邮轮像其他人群密集的场所一样具有病毒输入、传播和暴发的风险,因此人们对于这一出游方式仍有不少担心。“即便现在很多国家疫情控制较好,但由于很多目的地有严格的防疫政策,加之国际航班往来量也并未完全恢复,因此邮轮公司即便想复航更多的船只也需要看实际收客量,整体看,国际邮轮业的复苏还需要一段时间。”

郑炜航还指出,目前国际邮轮业界也在努力探讨进一步复航的可能。虽然海外疫情并没有退去,不过在严格的防控和消杀措施下,邮轮旅游安全也是有保障的。另外,根据中国交通运输协会邮轮游艇分会新近牵头编制的《中国邮轮产业复航研究报告》也建议,中国母港邮轮的复航可先从启动海上无目的游航线开始,行程可以是2晚3天或3晚4天的从中国母港出发去国际水域再回到母港的“海上度假村”航线。对此,不少国际邮轮公司表示,虽然目前还没有关于在中国境内母港邮轮航线复航的时间表,不过公司随时准备着,期待与政府卫健部门沟通交流。

北京商报记者 关子辰

疫情后调整战略 华住将重仓中国市场

北京商报讯(记者 关子辰)继携程“深耕国内”后,华住集团也提出“重仓”中国市场的口号。11月13日,在北京举办的第四站“中国经济新趋势论坛暨2020华住世界大会”上,华住集团创始人兼董事长季琦透露了未来华住集团的新战略。季琦表示,疫情并不会改变酒店投资的基本面,未来华住集团将“重仓”中国市场,实现“千城万店”的局面。据了解,今年以来,华住并没有因为疫情而放慢扩张的脚步,反而酒店数量创下新高。不过,当前整个酒店市场都在飞速扩张,对于这些连锁酒店未来还能否保持收益率,还需要观察。

在2020华住世界大会上,季琦还谈到,今年的“黑天鹅”事件是对酒店行业最大的压力测试,但出行依然是人类生存和繁衍的必需。在季琦看来,疫情过后,酒店仍然是很好的投资之一。季琦还分享到,有数据显示,相较于2019年底,2020年至今关闭酒店数量高达15万家,而其中连锁酒店占比仅为2%,这充分说明大型连锁酒店品牌具有较好的风险抵御、把控管理能力,从而最大化降低投资者的投资风险。未来中国酒店市场本土品牌将逐渐崛起,同时单体酒店将进一步走向连锁化。

对于未来的扩张计划,华住集团总裁兼华住中国CEO金辉在接受媒体采访时进一步表示,今年华住集团将新开1500家酒店,明年新开酒店数量将会更多,而这些新开酒店中,85%将继续以中高端和经济型酒店为主。根据华住集团最新发布的运营数据显示,截至2020年9月30日,华住集团拥有酒店6390家,其中租赁及自有酒店687家,管理加盟及特许经营酒店5703家;同时,华住还有待开业酒店2272家。

其实,今年以来,华住集团确实也在中高端和经济型酒店市场持续发力。在经济型酒店方面,汉庭CEO徐皓淳前不久在接受媒体采访时就指出,目前汉庭在全国共有约2600多家酒店,并且汉庭酒店将以每年签约800家酒店的速度扩张。而在中高端酒店方面,根据华住集团最新发布的三季度运营数据显示,截至今年三季度末,华住集团中档及高档酒店数量为2177家,待开业1175家,分别约占总体数量的34%、52%。“不仅仅是中高端和经济型酒店的扩张,未来华住集团还将把旗下每一个酒店品牌力争做到中国细分酒店市场里的佼佼者。”金辉还表示。

除了扩张数量,华住集团还在存量酒店改造上祭出新招。金辉表示,华住旗下老酒店翻新成新酒店的比例非常大,未来占比会超过50%,未来大量低效运营的单体酒店会通过品牌升级和运营升级进行改造,从而提高酒店收益。

虽然提出“重仓”国内市场的策略,不过这并不意味着华住集团将放弃海外市场的布局。金辉还表示,作为国内大型酒店集团,发展到一定规模后必然会走向世界,未来在恰当的时机,华住集团还将通过资本市场实现某种国际化布局。

然而,就在华住集团飞速扩张的同时,国内其他酒店集团也在积极布局。根据锦江酒店和首旅如家两大酒店集团发布的三季报来看,两家酒店集团旗下酒店数量也均创下新高。同时,北京商报记者还了解到,目前尚美等酒店集团也在谋求下沉市场的扩张。由此可见,未来无论是中高端酒店市场,还是经济型酒店市场,竞争将进一步加剧,甚至县级市也将看到各家酒店集团“肉搏”的身影。

国开证券股份有限公司转让九家证券营业部资产及相关权益

项目概况:

本次拟转让的九家证券营业部具体包括:北京中关村南大街证券营业部、北京西四环北路证券营业部、天津围堤道证券营业部、保定乐凯北大街证券营业部、上海龙华西路证券营业部、深圳福中三路证券营业部、深圳龙华证券营业部、长沙湘江中路证券营业部、杭州城星路证券营业部。具体转让范围为公司两融业务及相关客户,九家营业部除股票质押业务及开行集团协同客户、自有货币资金、交易席位以外的全部资产负债和业务。

截止到2019年12月31日评估基准日对应评估值:

评估确认九家证券营业部资产组的评估价值合计为7295.77万元。

转让方:国开证券股份有限公司

转让价格:人民币7295.77万元

公告期限:2020年11月16日至2020年12月11日

联系人:庄女士010-57896527

陈先生010-57896505

标的详情请登录:www.cfae.cn(北金所网站)