

中国购物退税消费额全球居首

北京商报讯(记者 陈杰)全球购物退税服务公司环球蓝联2月11日发布数据称,2014年全球购物退税消费继续增长,中国游客购物退税消费额连续七年居全球首位。数据显示,2014年中国游客购物退税消费额较2013年增加18%,占全球总额的1/3左右。俄罗斯、美国、印度尼西亚和日本游客的购物退税消费总额依次排在中国之后。

环球蓝联分析,受俄罗斯卢布贬值影响,俄罗斯游客2014年购物退税消费额较2013年下降17%左右,但仍占全球总额的14%。国际购物退税五大目的地依次为巴黎、伦敦、新加坡、米兰和罗马,其中中国、美国和日本游客最青睐巴黎,俄罗斯游客最青睐米兰。而全球游客购买最多的是时尚和服装类商品,紧随其后的是钟表和珠宝。

北京将建立游客网上评价机制

北京商报讯(记者 陈杰 曾威)据悉,为了整治北京旅游市场的非法“一日游”现象,首都旅游部门表示今年将建立行业信用公示和游客网上评价新机制。据了解,2014年北京旅游市场非法“一日游”问题没有得到根本解决,不文明现象时有发生,旅游纠纷矛盾呈上升趋势。

此次整顿一大创新举措是建立健全旅游企业和从业人员诚信体系和信用信息公示制度,依法公布违法违规信息,并发布“旅游失信行为记录”。同时注重旅游投诉处理工作,依托市旅游委官方网站开通游客网上评价平台,用以评价旅游企业和从业人员,并支持媒体加大对典型事件的曝光力度。

Bilibili网站再陷侵权危机

北京商报讯(记者 卢扬 沈艳宇)与爱奇艺、广州斗鱼网络科技以及华视网聚的9起侵权诉讼案还未审理完毕,弹幕视频网站Bilibili(以下简称“B站”)再次坐上被告席,西安佳韵社数字娱乐发行有限公司、上海聚力传媒技术有限公司同样以“侵害作品信息网络传播权纠纷”为由,于近日将B站告上法庭。

B站接连陷入侵权漩涡主要由于其给视频网站带来巨大压力。大型视频网站花高价购买综艺节目、电视剧的网络播放版权,而B站利用弹幕优势造成了用户的分流。在中科院自动化研究所科学艺术研究中心副主任张之益看来,为了维护、增加用户黏性,各大视频网站在加强版权保护的同时,也正在将注意力投入到弹幕视频的建设。“除了增加用户黏性,弹幕作为一种互动方式,通过用户之间的交流可以准确地判断用户的喜好,为视频网站在采购内容资源时提供参考,有助于其了解市场需求。”

目前爱奇艺、乐视网等大型视频网站纷纷使用弹幕模式,随着弹幕视频风头渐盛,视频网站为了吸引用户,在弹幕视频的竞争将会日益激烈。在张之益看来,视频网站想要在弹幕视频的争夺战中获胜,可以推出具有争议性的视频内容,并加强与新媒体的互动,促进自身的弹幕视频获得更大的市场份额。

昂立教育创始人离职再创业

北京商报讯(记者 李立勋)2月11日晚间,新南洋(600661)发布公告称,新南洋公司副总经理刘常科已于近日提出辞职。

资料显示,刘常科1991年从上海交大毕业后,便进入昂立教育,作为创始人,刘常科先后担任昂立教育总经理、董事长等职务。经过24年的发展,昂立教育如今已成为华东地区知名K12培训机构,旗下有80多所直营学校,涵盖业务包括幼儿教育、中学生教育、英语教育、职业教育、出国留学等,2014年营收预计超过7亿元。

2013年8月,同为上海交大旗下公司的新南洋便向证监会提交并购申请,拟以5.82亿元收购昂立教育100%股权,该申请首次被否决后,去年6月终获证监会批准。至此,昂立教育成为首家借壳上市的教育培训企业,受并购案刺激,长期业绩不振的新南洋,股价亦由重组停牌时的6.76元涨至如今26元左右。昨日,刘常科告诉北京商报记者,从昂立教育离职后,准备休整一段时间,接下来会再次投入创业中。对于具体的创业项目,刘常科表示尚在考虑当中,但仍然是K12领域,预计会与移动互联网结合,走O2O方向。

“名人”书画院成为敛金噱头 “国”字头多注册在境外 不少靠兜售低劣作品为生

昨日,北京商报记者调查发现,借名家旗号成立的书画院层出不穷,仅北京就多达千家。其中不少书画院都是假借名人旗号在四处敛金。还有些以并不太知名书画家名头成立的书画院因影响力不够而盈利艰难,由此也引发部分书画院通过弄虚作假、兜售低劣作品的方式四处欺詐。

假齐白石书画院遍地开花

近两年名家作品辗转各大拍卖行并一再刷新拍卖纪录。受此影响,全国出现了不少以名家由头成立的书画院,其中不乏滥竽充数甚至弄虚作假者。成立于1985年的北京齐白石艺术研究会是唯一一家以齐白石名义命名的书画研究院,由艺术大师齐白石后人齐良迟、齐展仪和齐白石弟子卢光照共同创办,由齐派弟子刘仲文出任会长。而事实上,北京商报记者网络搜索“齐白石书画院”后得到166万搜索结果,其中存在大量以“齐白石”或者“白石”命名的书画院,如“齐白石画院”、“齐白石后人书画社”、“齐白石艺术研究院松原分院”、“白石艺术书画院”等,甚至不乏以“国”字头命名的齐白石书画院、艺术研究会。记者在对一家名为“中国齐白石文化艺术研究会”的负责人采访时发现,负责人有意回避书画院性质及网站上公布的多位名家是否真实

任职的情况。

著名艺术市场评论家齐建秋也向北京商报记者透露,仅北京地区的书画院就不下千家。除了有名家头衔作“金字招牌”的书画院,其他一些书画院退而求其次,创办一些名头响亮的书画院。由于创办的审批制度“门槛低”,后期“监管弱”,这些由个人、企业、协会、政府等成立的书画院艺术水准差距很大。

大师名头只是赚钱噱头

北京商报记者了解到,在经营方面,只有极少数正规的书画院是由其负责人个人来筹措资金、盘活运营的。李可染画院美术馆主任黄晓捷指出,这需要管理者有良好的组织、策划、管理等能力以及个人能力,包括对艺术文化的储备能力和艺术市场的洞察能力。此外,还要有很强大的社会资源,要善于与各行各业打交道。

实际上,更多的书画院是以大师的名义举办盈利性质的画展和名师培训为赚钱法宝。以书画培训为例,书画院聘请一位稍有声望的艺术家,并创办该艺术家工作室,便开始招收学员,一般一个班招生从十几人到三四十人不等,一学年每人收费几万元到几十万元不等。北京商报记者以外地学员的身份致电北京某画院,该画院负责人告诉记者,画院聘请了一位极有声望的艺术家,常年招收学

员,一般一个班招生从十几人到三四十人不等,一学年每人收费一般为3万-5万元,最高可达12万元左右,这只是教学费用,外地学员还需要缴纳住宿生活费、管理费等,着实是一笔不小的数目。而对于记者零基础的书画水平,该画院在招生上并不介意。但有圈内人透露,所谓的名师一般只是在培训开始和结束的时候露个脸,平时根本不会亲自指导学员,这种培训名不副实,纯属借大师名头敛金。

此外,书画院还在各种媒体投广告自我吹捧,然后向企业推销作品,跟企业搞笔会,甚至还出现一天内多名书画家转场各种笔会而常常碰面的场景,但由于好多企业家对书画作品不太了解,也常常被这些“大师”忽悠。值得注意的是,不少以“国”、“国际”字头命名的书画院大多注册于香港及境外。有业内人士透露,其实这些书画院已缺失作为艺术机构的主要职责,不少都变成以盈利为主要目的,而为了赚钱,不少书画院甚至会创作非常低俗、媚俗的作品,旗下的书画家也能打着各种画院职务来提升自己的作品价格。此外,还有一些书画院拉大旗,作虎皮,以欺骗性质推销各路书画。

书画院创办需有准入制

据知情人透露,这种以盈利为目的的书画院只有少数能赚钱。例如,大同某

市场观察

Market observe

国产电视剧试水T2O叫好不叫座

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 郑蕊)记者近日了解到,热门电视剧《何以笙箫默》播出20天就实现了超过50亿次的网络总播放量,从而引发业内关注。此外,它还是首个在电视平台上尝试T2O模式的电视剧。然而从实际情况看,由于观众的消费习惯未建立、运行模式还未成熟,T2O模式在现阶段的发展叫好不叫座。

T2O模式指观众在收看电视的过程中,可以通过扫描屏幕上的App二维码直接进入电商页面,并可在该页面上购买该电视剧或者节目中出现过的服装、饰品等商品的模式。尽管这一模式概念新鲜,但《何以笙箫默》试水T2O并未产生良好效果。相关数据显示,与该剧有关的服装通过T2O仅仅销售出去200多件。

事实上,《何以笙箫默》并非是电视屏幕首次联姻T2O。此前综艺节目《女神的新衣》就高调打出T2O概念,但此后一直宣称T2O为自己带来超预期效果的《女神的新衣》,最后却对实际销售数据讳莫如深。

尽管荧幕和T2O的融合并不算成功,但这种商业模式依然被业内看好,阿里影业就在日前表示要将T2O模式规划在“大数据影业”版图中。中国人民大学文化创意产业研究所所长金元浦分析,T2O模式有三个优势,首先是能通过制作、销售衍生品等方式进一步延伸产业

链,使其不只有剧目一个产品,而是有多个产品,提升回报率,产生共生效应;其次是该模式通过利用粉丝经济不仅能为剧目积聚人气、增强影响力,还能衍生其他商业操作模式,加强与观众之间的互动;另外通过互联网及现代的传播手段实现了文化、艺术与商业等领域跨界融合的大趋势。

对于国内T2O模式现阶段运作不太顺利的情况,金元浦认为,一方面可能是因为片方或商家选择的产品并不是粉丝们喜欢的产品,与市场需求不匹配;另一方面则是粉丝经济还未完全建立起来,观众也没有适应这种消费习惯。另外,电视剧在开播之前无法预知之后的收视率,这也会给参与的电商带来一定风险,致使现阶段电商参与度不高。

金元浦建议,若想让该模式发挥出效果,就要顾及观众的内在心理需求,并不断调整,从而找到观众最满意的商品以及最合适的运作模式。如果该模式能够成功发展为一个可复制、难度不大且便捷的商业模式,必然会引起其他节目的跟风效仿。“但同时也要注意,随着互联网、移动网络的发展,文化与商业相融合的模式有很多,不仅T2O模式能带来更多效益,其他模式也会有不同的效果,届时要根据产品的特点选择恰当的商业模式”,金元浦强调。

喜达屋分拆分时度假业务

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 刘晓雪)喜达屋酒店及度假村国际集团近日宣布,计划将其分时度假业务分拆为一家独立公司。喜达屋表示,目前新公司的名字尚未公布,但是会获许使用喜达屋Westin和Sheraton的品牌。2012年从喜达屋酒店部门总裁职位上退休的Matthew Avrii将重返公司,领导分拆后的新公司,后者将运营22个分时度假村。

此前,喜达屋酒店集团将澳大利亚悉尼喜来登公园酒店以4.63亿澳元(约3.99亿美元)的价格出售给中国的阳光保险集团股份有限公司,而对于这次分拆分时度假业务,喜达屋表示,已经到分隔度假假有权业务的时候,并且向着喜达屋轻资产战略迈进。华美顾问机构首席知识官赵焕焱认为,分时度假业务具有相对的独立性,酒店集团成立分时度假公司专门负责对此经营能使业务做的更专业化。

情人节酒店推优惠套餐吸金

北京商报讯(记者 关子辰)情人节将至,各大星级酒店纷纷推出情人节套餐吸金。

多家高星级酒店都推出了情人节套餐招揽生意。北京国际饭店推出了星光汇旋转餐厅套餐,分为1688元和2188元两档,其中2188元还包含当晚客房。北京嘉里大酒店也推出了情人节套餐,1488元包含嘉品餐厅情人节晚餐及双人自助早餐。各大酒店住宿也预订一空。北京瑰丽酒店工作人员表示,目前房间基本已预订一空。此外,新开业不久的北京长安街W酒店客房工作人员表示情人节期间入住率较高。

业内人士表示,商务酒店在春节前夕客房会有一定的空置率,结合情人节做推广促销不失为一种争抢客源的方式,尤其是个性化的房间设计和酒店服务,越来越受到年轻人的追捧。



# 北京稻香村

## 老工艺 好原料 自然好味道



北京稻香村元宵产品只在各连锁店有售；  
购买北京稻香村产品请认准“三禾” 防伪标识，“北京”字样  
电话：010-84043305    网址：www.daoxiangcun.com



关注官方微信 二维码