

· 资讯播报 ·

故宫再扩开放力度 将设夜场

北京商报讯(记者 贺陈慧)在故宫研究院学术工作新闻发布会上,故宫博物院院长单霁翔表示,今年故宫将再一次扩大开放力度,尝试从白天开放到夜间开放。

今年,修复后的慈宁宫——寿康宫区域,东华门——西南角楼及城墙、端门、午门雁翅楼、宝蕴楼等都将开放,使故宫的开放面积提升到65%,未来故宫的开放面积还有望提升到76%。不仅如此,故宫还将首次尝试从白天开放到夜间开放。

据了解,夜间开放是指在故宫神武门外东西两侧不久将建成两条“故宫文化街”,展示销售故宫的精品图书、文创产品。届时,神武门广场在晚间将向游人开放,人们下班后可以到此感受故宫文化。此外,端门数字展厅也将于今年开放,这个数字展厅晚间也会开放,届时观众不用进故宫就能了解紫禁城全貌。

资料显示,故宫是明、清两代的皇宫,占地面积约为72万平方米,建筑面积约为15万平方米。故宫博物院成立于1925年,并于当年正式对外开放。截至2002年大修,故宫的开放面积仅为30%左右。

此外,为更好地传承技艺、研究民族优秀传统文化走出国门之时遭遇到了法律问题,明清宫廷制作技艺研究所和文博法研究所已成立。据单霁翔介绍,故宫博物院所藏180余万件文物中,器物达105万件,所含工艺类别多达七八十种,但一些技艺已有失传风险,故宫有责任把这些技艺保存下来。

奥飞动漫去年净利润增长85.33%

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 郑蕊)广东奥飞动漫文化股份有限公司(以下简称“奥飞动漫”)于近日发布业绩快报,报告显示,2014年奥飞动漫实现营业收入24.21亿元,归属于上市公司股东的净利润为4.28亿元,较上年同比增加85.33%。其中,净利润增长的主要原因是报告期内动漫玩具及新并购子公司手游业务销售增长同时毛利率提升所致。

值得注意的是,尽管奥飞动漫业绩处于增长的趋势,但旗下动漫品牌“喜羊羊与灰太狼”的表现却并不理想。自奥飞动漫2013年投资收购“喜羊羊与灰太狼”后,外界一致认为该品牌将会给奥飞动漫带来业绩增长,且奥飞动漫也在2013年年报里表示,该品牌的加入将对奥飞动漫未来战略发展起到有力的支持作用。但实际情况却是,“喜羊羊与灰太狼”大电影的票房逐年递减,观众满意度也逐年下降。

中国创意产业研究中心主任张京成表示,当年“喜羊羊与灰太狼”获得成功具有一定的偶然性,但在近几年的发展过程中,该动漫品牌出现故事内容缺乏深度、制作不够精美的情况,导致该品牌所带来的收益不如预期。如果通过加强内容策划、深度分析目标受众的观看需求,并在形式上精益求精,延长其衍生品产业链,未来仍存一定发展潜力,为奥飞动漫带来业绩上的贡献。

现阶段“喜羊羊与灰太狼”这一品牌仍有较强的影响力和知名度,奥飞动漫可以通过自己在游戏、影视等方面业务加强该品牌多方面的建设,从而创造更多的经济效益”,张京成表示。

拍卖行推新品类拍品刺激市场

北京商报讯(记者 卢扬 陈丽君)北京匡时于近日公布了2015迎春拍卖会的拍品内容,将首次推出“二战特殊战线的较量”拍卖专题,主要涉及一些来自二战战线上的信函、书画。

拍卖行首次推出二战时期信函、书画是顺应市场的表现,对此,北京匡时拍卖副总经理谢晓东在接受北京商记者采访时表示,近现代信函、书札广义上属于书法范畴,这类书法既有文学、历史价值,又有市场、社会价值,况且在去年整个艺术品拍卖市场低迷的情况下,书法的表现反而是稳中有升的。在今年书法热度有可能持续升温的艺术市场中,推出二战专题等特殊板块是有希望获得市场认可的。

纵观2014年,各公司的秋拍成交额无论是环比2014年春拍,还是同比2013年同期,都明显有所萎缩,中国艺术品市场正遭遇着“熊市”。在此情况下,卖家惜售、买家谨慎进一步导致拍卖资源沉淀,从而迫使拍卖行不得不挖掘市场新的品类来弥补市场低迷所带来的困扰。不断增加拍卖品种、细化拍卖板块,不失为拍卖行改善困境的方向之一。

实际上,自拍卖行成立以来就在不断探索拍卖新方向。在谢晓东看来,目前的拍卖市场,拍卖种类已从粗放型逐渐过渡到深耕细作型,尤其在最近两年体现得比较明显。不断细化拍品种类除了希望唤起藏家对市场、板块的关注以外,主要是为了适应市场和藏家的需求,尤其是有拍卖亮点的专题或专场往往能获得较好的市场反应。

旅行社门店升级进退维谷

昨日,北京商报记者了解到,凯撒旅游今年已经在全国新开多家体验店。事实上,近几年各大旅行社都加速升级或者开设旅游体验店,甚至有旅行社已经提出第三代门店的概念。然而不少旅行社门店空有概念,并无“体验”实质。这使得原本承担着招揽顾客、宣传品牌的旅行社门店一方面对如何发展体验店很迷茫,另一方面又面临传统门店利润日薄的窘境,陷入进退维谷的尴尬。

旅行社频繁升级传统门店

据了解,民生旅游燕莎商圈旅游体验店将于本月中下旬开业,其宣称将在门店中增加小火车爬山体验、美国环球旅游城等内容。据民生旅游董事长周飞介绍,燕莎商圈的旅游体验店预计投入近千万元。

北京商报记者调查发现,这两年旅行社升级或者新开体验店成为一种潮流。

中青旅还于去年6月在北京开设两家“中青旅遨游网”体验式门店,在店内

设施和服务上突出O2O的概念。但是,很多消费者并没有发现O2O体验店与传统门店的区别,名不副实。

此外,北京商报记者又走访了多个旅行社的体验门店,均发现不少门店所谓的“体验”,都是将门店重新装修,增加部分网上服务,与传统门店相比却无突破性变化。

升级为体验店是被逼无奈

谈及旅行社为何热衷升级门店时,有业内人士解释,随着在线旅游的兴起和旅游者群的变化,原本在旅游产业链链上处于重要一环的旅行社门店日渐式微,大量散客流失,生意每况愈下。但是

以中青旅为例,2011年5月,中青旅

旅行社门店又是旅游企业的门面、最直接的宣传渠道,也是直接提供服务的场所,属于必备环节,无法将不赚钱甚至要赔钱的门店一关了之。北京首钢国际旅游有限公司副总经理李秋威分析,依然有很大一部分游客依靠门店来咨询预订,而且部分业务也需要游客通过门店这一渠道才能更为方便地办理。

在这种情况下,无论是主动或者被动,当同行们的旅游体验店接连开设或者升级后,也就迫使更多旅行社跟风,这也直接导致旅行社体验门店五花八门,服务效果不一。事实上,旅行社发展旅游体验店,核心目的还是在于招揽更多游客。业内人士分析,旅游企业的体验店更像是一个旅游企业的旗舰店,拥有旅行社品牌展示、产品展示与销售、旅游攻略分享及衍生品的销售等职能。大型旅游体验店的开设可以作为旅游企业最好的也是最直观的宣传地点,并不以盈利为最终目的,更多的是用做招揽游客、宣传品牌。

体验店需“体验”到位

对于旅游体验店的发展未来,李秋威认为,真正的旅游体验店应该在给游客提供旅游目的地的所有产品展示的同时,请一些旅游目的地的人来服务并展

示,还要将食物、住宿、景点等利用科技手段展示,这才能够让游客感受当地的特色,收获体验感。

广东决策研究中心主任李铭建说道:“旅游体验店应让顾客有更良好的现场感受,旅游是异地体验,用哪一类旅游体验方式与游客对接,哪一种方式能够反映当地旅游产品的特色,这才是未来旅游体验店需要考虑的方向。另外,旅游产品的特色展示要与当地匹配,这样才可以长久发展。”

中国旅游研究院副研究员杨彦峰认可旅游体验店的发展方向,但他认为只有大型旅游企业适合发展旅游体验店。“未来旅游体验店应注意结合线上体验,将文化元素与电子信息紧密结合,这方面台湾雄狮旅行社探索比较成功。将旅游体验店开设在繁华地段,装修精良,设计感很强,再利用一些信息化手段进行展示,就提升了游客的体验感。”

但亦有业内人士表示,如果旅游体验店仅局限在良好的装修、亲切的服务,让游客在出游前的时间里心情舒畅,而没有注重产品的研发与品质监督,也是无法长久经营的。

北京商报记者 陈杰 曾威
实习记者 薄冬梅

市场观察

蔡赴朝:《电影产业促进法》出台需提速

北京商报讯(记者 卢扬 沈艳宇)历时四年仍未出台的《电影产业促进法》于近日再次走进了大众的视野。在国家新闻出版广电总局在北京召开的党组理论学习中心组扩大会议上,国家新闻出版广电总局局长蔡赴朝表示要加快《电影产业促进法》的立法进程。其实早在2011年,该法案的征求意见稿就已经由国务院法制办公室公布,并用来征求社会各界的意见。但是四年过去了,《电影产业促进法》却依然没有完成。

作为国内首部电影产业的相关法律,《电影产业促进法》在涉及降低电影拍摄准入门槛、电影内容的审核等方面的内容的同时,也将目标指向了现阶段包括偷漏瞒报票房在内的行业乱象。

在北京市东易律师事务所知识产权部首席律师赵虎看来,电影产业促进法中“管理条例”占据了一定的比例,增加了对行业的监管力度,但如何操作、实施,并制定相关的处罚,具体条例的制定还应该根

据市场的变换进行设定。

以偷票房现行为例,电影的发行、放映等缺乏法律规范,而且电影审查还缺少明确的法律细则,以电影《一步之遥》为例,因影片在审查工作尾声出现问题而推迟了首映礼,为了减少类似事件的发生,急需出台相关法律以加强管理。而在法律细则成型的过程中,由于牵扯部门过多、涉及环节过细,从而在一定程度上影响了细则的出台。

“除此之外,现阶段国内的电影市场增速过快,很难在短时间内制定符合市场发展的法律条例,对电影的具体审核标准、票房分账比例等内容的推出,行业内争议较大,建立一个比较全面的行业法规,需要更长时间的市场调查以及条例修改。”北京大学文化产业研究院副院长陈少峰进一步解释道,《电影产业促进法》还要与《著作权法》、《知识产权保护法》等法律进行衔接,这都在一定程度上加大了该法律正式出台的难度。

北京稻香村:元宵只在独立门店销售

北京商报讯(记者 程拓)“超市里销售的稻香村元宵全都是冒牌货。”2月27日,北京稻香村食品有限责任公司发布声明称,“稻香村”元宵只在连锁专卖店销售,不进入商超渠道,任何商超里售卖的所谓“稻香村”元宵均涉嫌冒牌侵权。

稻香村相关负责人表示,近日接到一些消费者来电,反映在一些商超购买的“稻香村”元宵存在质量问题,而自己的元宵并不在商超渠道销售,未经授权其他任何企业或个人使用该商标。

上述稻香村相关负责人介绍,北京稻香村元宵全部在北京稻香村食品有限责任公司食品厂生产,外包装上均印有生产厂址——北京市昌平区北七家镇工业科技园区。凡是不在此地生产的元宵均与北京稻香村无关。北京稻香村生产的元宵在包装上印有“北京稻香村”字样、“三禾”图形标识。这些产品只在北京的165家独立门店销售,不在任何商超及其他渠道售卖。

北京商报记者在某超市看到了标注为“稻香村”的元宵在销售,有的标注为“稻香村(苏)五仁元宵”,有的标注为“稻香村(玉田)”。除冒牌“稻香村”元宵之外,还有名为“狗不理”的冒牌元宵。

据悉,“稻香村”的商标官司一度让商标归属权具有争议。在月饼等糕点类产品中,“稻香村”商标就为北京、苏州、保定、香港4家稻香村共同使用。但是在元宵类产品中,“稻香村”的商标纠纷则不存在。北京商报记者查询国家工商总局商标网的信息发现,元宵、粽子等产品的“稻香村”商标只归属北京稻香村所有。

不过,依然有消费者表示平时不会刻意去分辨哪种元宵才是正宗的。有消费者向北京商报记者表示,平时只是知道稻香村商标有纠纷,但在实际购买中很少特别关注买到的稻香村元宵是否正宗。

“一般情况下即便买到了非正宗稻香村的产品也并不会在意,除非出了严重质量问题,否则也不会计较。”上述消费者如是说。

一位业内人士指出,老字号产品遭假冒一直是老生常谈,且屡禁不止。打官司维权耗财耗力,但也不能杜绝冒牌品牌。北京稻香村每年元宵节都会发出类似的声明,但假冒产品仍存在。玉田稻香村厂家的负责人就表示,公司在元宵产品上标注的“稻香村(玉田)”是企业名称,并非商标,因此并不侵权,公司有合法资质,产品也都是合格的。

赏花热带动淡季出游市场

北京商报讯(记者 刘伟)春节后迎来年内旅游淡季,北京商报记者发现,赏花游产品登陆各家旅游网站,包括境内游、境外游等多条线路。对此,途牛旅游网相关负责人指出,今年气温普遍偏高,踏青赏花季较往年有所提前,因此也带动淡季旅游市场。

北京商报记者看到,携程网、去哪儿网、驴妈妈旅游网、途牛网等纷纷推出春季赏花游路线,其中境内线路包括婺源、罗平、武汉、乌镇、南京等多条赏花线路;境外的赏花游路线则主要集中在日本、韩国、荷兰等地,如途牛网推出赏樱游,其中包括日本冲绳、北海道、韩国首尔等多条自助游线路。在价格方面,多条赏花线路也出现低价促销,例如某网站推出的上海赴冲绳5日自助游仅报价2500多元,而在春节旺季这一线路价格高达5000-6000元。

有业内人士也分析,今年预订境外赏花游的市民较往年增长显著,其中以日本、韩国方向的樱花以及荷兰方向的郁金香等最受市民喜爱,预计3月10日左右就将进入赏花期,由此也会带动周边游,使节后淡季旅游市场有所回暖。

旅游厕所建立A级评判标准

北京商报讯(记者 陈杰 曾威)全国旅游厕所工作会议近日在广西桂林召开。据了解,国家旅游局未来三年将协调各地新建旅游厕所3.3万座、改扩建2.4万座,并将把旅游厕所是否符合标准作为A级景区、星级酒店等多项评判体系的硬指标之一,实行“一票否决”制度。

会议上指出,新的《旅游厕所质量等级划分与评定》标准即将出台,提倡简约、卫生、实用、环保,并按照从低到高的顺序,分为1A-3A等级,取消四、五星级档次,达到A级标准的,授予全国统一的旅游厕所标识。

北京交通大学经济管理学院旅游管理系教授王衍用认为,旅游厕所建设工作一直没放松,但现在更多游客开始选择以自由行方式出游,一些新建景区或非热门景区的配套设施建设没有跟上旅游的发展;相反,一些景区建造的旅游厕所又太过奢华,没有太大必要。旅游厕所问题的解决,除了要加大旅游区域厕所数量的建造,还要注意干净卫生。在建造的同时,注意厕位数量、舒适问题和结构问题,如男女厕位比例、儿童、老人等,需要细化,提供更多人性化服务。还要注意各地区的地域特色,也不能是纯功能型公厕,所有地区的厕所都建造一个样子,还是要结合地区文化特色,建设有特色符号的旅游厕所。

争做翡翠白玉黄金钻石低价第一城

买珠宝 到小营

小营珠宝城 2015 新年献礼 全城大奉送
百日酬宾大行动

黄金、翡翠、白玉、彩宝、琥珀、钻石终极低价(珠宝类商品无损一个月内无条件退货)

黄金卖场千足金饰品免工费每克 263 元起售;金条工费五折特惠基础金价 + 3.5 元起售 / 每克;

一层斗宝展区翡翠白玉精品 1—30 万元全城大 PK ;五层彩宝精品展:翡翠白玉特卖 100 元—3 万元;

凡在一层黄金卖场购买黄金饰品,即可获赠新年神秘礼品一份。(数量有限,先到先得。)

咨询电话:400 000 1908

商城网址:www.bje.com.cn

地址:北京市朝阳区惠新东街 2 号 乘车路线:18、62、119、386、419、684 路等惠新东街(亚运村小营)下车即是 地铁 5 号线惠新西街北口站 B 出口向东 300 米