

·快讯·

## 餐饮转型亟待产业指导意见出台

北京商报讯(记者 贺陈慧)昨日,针对餐饮业转型调整,全国政协委员、重庆陶然居集团董事长严琦递交了《关于吁请国务院制定出台<关于进一步促进餐饮业结构调整和持续稳定发展的意见>的提案》。在提案中,他表示餐饮企业正处于转型调整时期。为此,政府应该出台《关于进一步促进餐饮业结构调整和持续稳定发展的意见》,通过整体政策设计为中国餐饮转型发展指路领航,为中国餐饮行业结构调整,迎接中国餐饮行业下一个黄金时代到来打基础。

严琦建议,首先要降低餐饮企业的税费负担,经税务部门批准统一汇总缴纳增值税的餐饮连锁企业,将集中采购的未经过生产、加工或只经过简单挑选、整理的农副产品,直接配送到各餐饮直营门店用于餐饮销售的,其增值税可以由总店汇总缴纳。其次,支持符合条件的餐饮企业申请工业用电,执行工业用电的电价标准。此外还包括减半征收餐饮企业污水排污费,以及下调餐饮业银行卡刷卡费率等。

随着市场环境的变化,餐饮企业面对的原材料、劳动力、税费以及房租成本压力越来越大。严琦表示,根据中国烹饪协会调研结果显示,2014年重庆地区餐饮企业的裁员率达15%~20%,营业额下降15%~20%,品牌餐饮企业甚至下降50%。

严琦还提出,要完善餐饮行业社会保险征缴政策。餐饮行业属劳动密集型行业,从业人员流动性强,流失率居高不下。严琦认为,严格执行一定的社会保险征缴制度。与此同时,结合餐饮企业的缴费压力,按照一定条件,采取扣减税、城市维护建设税、教育费附加和企业所得税等方式进行补助。

## 春节赴澳门游客数量微降

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 刘晓雪)3月4日,澳门特区政府旅游局发布消息,据初步统计,澳门在2月18日~24日入境人数(包括外地雇员及学生等)为1028559人次,较去年春节黄金周微降2.43%,其中超过76万人次为内地游客,降幅为1.96%。澳门对上一次录得春节黄金周旅客下跌是2009年,当时入境人数(包括外地雇员及学生等)下降4.33%,而内地旅客的跌幅为11.29%。

据悉,下降原因是由于去年春节黄金周是初一至年初七,今年为年三十至初六,由于中国内地游客一般较少于年三十出行,故此在入境数字上可能出现落差。今年春节初一至初六与年初一至初六比较,入境人数及内地旅客均上升,升幅分别为2.91%和4.9%。

与此同时,百万人次的旅客量也引发了对澳门旅游承载力的关注。北京商报记者了解到,澳门特区行政长官崔世安3月4日表示,已责成保安司司长黄少泽和社会文化司司长谭俊荣就澳门旅游承载力状况提交报告,特区政府稍后会向中央政府提交。

崔世安表示,相当理解澳门居民对旅游承载力和内地居民“个人游”政策的高度关注。旅游承载力关乎软硬件的配合,以及是否对澳门居民的生活造成影响。他认为,澳门的长远定位是构建世界旅游休闲中心,因此旅游业及其相关行业的发展十分重要。据澳门特区统计暨普查局的统计数据显示,内地是澳门旅游业的最大客源市场,2014年澳门到访游客3152万人次,其中内地旅客超过2100万人次。

## 体育类藏品首次在线拍卖遇冷

北京商报讯(记者 卢扬 陈丽君)体育类藏品线下拍卖早已不是新鲜事,而随着网络拍卖的兴起,体育类藏品开始试水艺术品在线拍卖平台。北京商报记者了解到,作为艺术品在线拍卖的联拍在线平台将于近日首次推出体育运动专场拍卖会。

从此次推出的体育运动专场拍品的起拍价来看,体育类藏品的升值潜力并不乐观,其中2008奥运火炬的起拍价为2.2万元。从近年来奥运火炬的成交价来看,2008年签下奥运火炬在首场拍卖会上以29万元高价成交,而2010年单支成交价则为22万元,到2011年已大幅缩水为4.4万元,不到往年的1/5,而此次在线拍卖仅为2.2万元的起拍价能否以高价成交并不被业界看好。

在艺术品拍卖平台试水体育类藏品,或将遭遇受众群体的不同而导致拍卖遇冷。在中国收藏家协会体育纪念品收藏委员会主任李祥看来,体育类藏品属于小众收藏,多为有目的的系列收藏,本身成交额就不高,目前处于自娱自乐阶段,没有达到高盈利的商业阶段。2008~2009年是体育类纪念品的收藏高峰期,尤其是2008年北京奥运会纪念品,但是随着大众买家的热情逐渐降温,该类收藏品的价格总体也有理性回落。况且在目前的拍卖阶段,线下拍卖能与实物近距离接触的气氛会更容易影响互动的拍卖价格,线上拍卖还需要一定的调整期。

## 北京土地市场新增台湖地块

北京商报讯(记者 齐琳 阿茹汗)北京土地市场经历20余天的断顿后,终于又有了新增土地。北京市国土局网站昨日公示了一宗经营性用地,该宗地块位于通州台湖镇亦庄新城,将以招标形式进行出让,投标保证金为9亿元。

该宗地块所在的台湖区近两年已成为北京最热门的土地以及商品房成交区域,吸引了万科、泰禾等多家企业进驻。该宗地块的具体位置为:东至站前街次渠路道路中线,南至站前街南六街道路中线,西至次渠西一路道路中线,北至亦庄站前街南红线、站前街南四街北红线。地块为F2公建混合住宅用地和F3其他类多功用地,含住宅、商业、综合等物业形态,其建筑控制规模为25.8968万平方米。

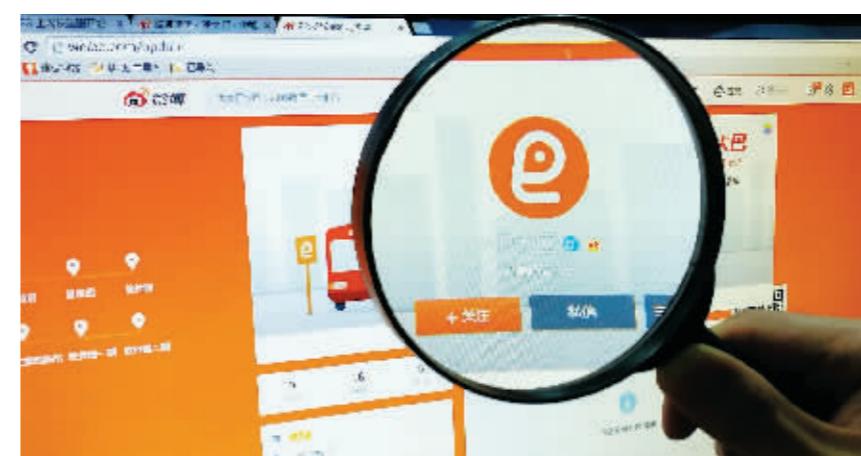
北京中原地产首席分析师张大伟认为,台湖地块目前已经进入成熟商品房供应板块,因此预计该宗地块依然会引来企业的竞争,此外从春节前的土地市场看,目前北京的土地成交额已达到了452.29亿元,并且土地溢价率、楼面价均处于高位。张大伟进而称,目前房企拿地战略已全面回归一线城市,对于稀缺地块的渴求更为明显,因此北京土地市场尤其是位置优越的土地还将持续受捧,土地交易将延续火爆行情。

另值得注意的是,在2月13日北京市国土局新挂出一宗通州区宋庄镇地块后,土地市场一直未有新增土地,土地交易趋于冷清。分析人士称,按照以往经验,春节前后为土地市场的淡季,供应的减少也会加重日后房企的积极抢夺,预计3月中下旬后土地市场将进入供应和争夺的高峰期。

责编 马骏昊 美编 王飞 责校 池红云 电话:64101863 kuaijiaogao@163.com

## PP租车低调推出大巴班车业务

## 在线租车战火向公交市场



## 试水公交领域

昨日,北京商报记者注意到,一款名为PP大巴的软件已经上线。记者进一步了解到,PP大巴是由易出行(北京)科技有限责任公司研发的基于地理位置的定制班车软件,由亚洲P2P租车平台——PP租车投资运营。另外,北京商报记者发现,PP大巴已上线官方微博,并开通了官方微博。

根据官方微博信息,PP大巴主要面向上班族,提供定制大巴和社区班车两种交通工具,并通过预约方式实现,在支付方面提供支付宝、微信、信用卡等多种方式。此外,PP大巴套用专车的服务模式,将在车中提供WiFi、娱乐、早餐等多项附加服务。据了解,PP大巴目前在北京已开通西二旗、望京、天通苑三个地区的摆渡车,并拟开通天通苑-望京、天通苑-西二旗的班车,正通过其公众号征集定制路线。另据知情人士介绍,PP大巴将免费为用户提供半年服务。

PP租车相关负责人向北京商报记者表示,PP大巴当前仍处于测试阶段,更多信息不方便向外界透露。

## 盈利模式待解

PP租车是成立于新加坡的P2P租车企业,2013年10月在中国上线。其主要业务是作为平台连接用车者与闲置车主双方,提供租车服务,以及建立相关保险机制、私家车车辆管理系统,并提供道路救援等配套服务等,主要以轻资产模式运营。

在业内看来,此次试水公交领域是PP租车向P2P租车领域外的一次新尝试,与原有的业务有很大区别。易观国际分析师张旭分析称:“PP租车的主要业务是P2P租车业务,作为平台盘活了私家车主空闲车辆的价值,而大巴业务针对解决用户出行需求更加直接。”PP租车方面虽然并未介绍其用车渠道及相关模式,但张旭猜测,PP租车可能与提供大巴车型的传统租车公司合作来获得用车。而在司机方面,也可

能以正规的招聘模式或者对接合作的租赁汽车公司方式进行。另有知情人士透露,PP大巴的车确是来自于汽车租赁公司。

有业内人士认为,由于公交更多是政府主导,处于非盈利状态。相比之下,PP租车的定制班车在没有补贴等因素下价格会更高,市场认可度将是一大考验,同时还要面临与现有公交和定制班车的竞争。“将来进入市场运营后该如何挣钱将是一个很大的问题。”一陈姓业内人士表示。不过他也认为,对于PP租车的“试水公交”或还是主要为其主业服务,以此进行推广。

张旭分析,现在PP大巴处于免费期,且市场容量较大,PP大巴的试营将吸引更多企业参与进来。盈利模式的想象空间也是存在的,在精准广告投放以及与餐饮服务行业的结合等方面均可以尝试。

## 细分市场竞争加剧

除了盈利模式,上述陈姓业内人士担心,目前相关政策仍然对专车有所限制,处于市场观察阶段。而PP大巴的推出将专车模式复制到公共交通领域,这一尝试可能同样面临着运营资质的问题。

对此,张旭表示:“现在公共交通领域也有如企业班车等补充手段存在,而PP大巴目前处于免费运营阶段,免费提供用车服务尚不涉及盈利,因此也谈不上非法营运。”但长期的免费不会坚持下去,未来有可能会从合作的租赁公司方面获得运营资质。

“有市场即有创新,无论是专车还是公交,即便存在风险,企业们也会争抢这块市场的先机。”陈姓业内人士表示,互联网租车行业伴随着移动互联网的快速发展而迅速崛起,并分化出不同的模式。滴滴快的结合霸占了打车市场;在专车领域有易到用车、神州租车等争抢市场,而滴滴快的也在向该领域拓展,租车方面则有一嗨租车、PP租车、宝驾租车等参与竞争。然而,原本在各自细分领域耕耘的企业正渐渐将业务布局到整个用车领域,加剧了各细分领域竞争的激烈程度。

租车和专车对应的是商务、假期出行方面的需求,而大巴及班车等公共交通满足的是上班族的日常需求,二者针对的用户群体不同。互联网企业在运营创意方面更加灵活,随着相关监管方案的健全,公共交通作为用车企业尚未发掘的新领域也将迎来新的变化。

北京商报记者 张绪旺 姜红

## 重点关注

## Special focus

## 错失抢市先机 难迎合消费者口味

## 日本果蔬汁巨头中国内地分公司倒闭

作为日本第一果蔬汁品牌的可果美,在进入中国内地市场的第十个年头,谁料竟落得个“兵败而退”的下场。针对日本可果美公司日前在其官网上发布的一则产品召回消息,北京商报记者昨日在联系其位于中国杭州分公司时获悉“该分公司已倒闭”。有分析称,在竞争日益激烈的中国内地果蔬汁市场,由于错失了抢占市场的先机,在品牌推广上严重欠缺,面对汇源、味全等愈发强劲的竞争对手,可果美生存空间已经丧失。

## 内地公司倒闭

近日,一则关于日本可果美公司产品召回的消息,再次将人们的目光聚焦到这一日本老牌果蔬汁品牌。日本可果美公司在其官网上发布消息称,因产品中的乳酸菌数量可能未达到法定标准,将主动回收13.2万瓶乳酸菌饮料,共涉及3款产品,乳酸菌数量不足的原因或在于发酵罐中的原料未被充分搅拌,据悉可果美公司也因此受到了舆论的批评。

针对日本可果美公司这一情况,北京商报记者昨日根据其官网上联系方式,联系到了其位于中国内地的分公司——可果美(杭州)食品有限公司,试图了

解中国内地市场的相关情况,该公司工作人员告诉记者“公司已经倒闭,进入财务清算阶段”。不过北京商报记者注意到,目前在京东、1号店网上超市,可果美的各类果蔬汁相关产品都还是可以买到。

## 错失抢市先机

对于可果美中国内地分公司的倒闭,一位不愿具名的业内人士坦言“在情理之中”。据悉,最早在2005年可果美进入中国市场的时候,当时国内市场还没有类似可果美一样主打健康概念的高浓度果蔬汁品牌。但可果美对其产品品质过于自信,坚信“好产品自己会说话”,在市场推广上一直有所欠缺。

尽管可果美当时几乎垄断了日本整个果蔬汁市场,但由于彼时国内的消费者对于果蔬汁饮品还缺乏了解,加之可果美又少在国内市场进行品牌宣传推广,口味上也不太符合中国的消费者,因而遗憾错失了抢占中国内地高浓度果蔬汁市场的先机。

公开资料显示,2005年正式进入中国市场的可果美,尽管怀揣着成为“中国蔬菜饮料市场老大”的雄心壮志,但现实经营状况却并不乐观。据悉,2005~2010年这五年来,可果美中国销售额虽然有所增长,

但却从未盈利。

## 分羹者大增

根据尚普咨询数据显示,去年上半年,我国果蔬汁及果蔬汁饮料行业销售收入为553.62亿元,同比增长6.07%,行业实现利润总额为39.23亿元,同比增长16.24%。快速增长的销售额以及相对较高的利润空间,已有诸如汇源、味全等不少企业推出了自己的果蔬汁产品,且诸多品牌已经在市场上有较好的表现。

中国食品商务研究院研究员朱丹蓬则分析称,随着近年来国内消费者消费能力的增强以及健康意识的提升,会有越来越多消费者青睐打着健康概念的果蔬汁饮料,但总的来说,果蔬汁饮料还是一个相对窄众的产品,前期还需要企业投入很大一部分精力和财力培养一批稳定的消费群体,很显然,可果美没有做到这一点。

“可果美的‘退场’,或许只是未来中国内地果蔬汁行业竞争日益激烈的一个缩影,随着越来越多企业进入该领域,惟有不断改良更适合消费者的口味,将健康形象深入人心的品牌才能更好地生存下去。”一位业内人士直言。北京商报记者 齐琳 张茜岚

## 羊年元宵晚会火拼差异化

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)昨日是元宵节,是一个合家团圆的日子,但对于电视台来说却是硝烟弥漫,为了争夺元宵晚会的收视率,中央电视台、北京电视台、湖南卫视、东方卫视纷纷拿出自己的杀手锏,力图登上元宵晚会收视率第一的宝座。

由于元宵节离春节较近,部分电视台选择只举办春节晚会或小年夜晚会,放弃了元宵晚会,再加上此前国家新闻出版广电总局曾下发通知,要求各电视台节俭办晚会,很多电视台也逐渐减少了举办晚会的次数。尽管如此,今年仍有四台元宵晚会登台。

“举办晚会可以帮助电视台创立自己的节目品牌,是内容建设的关键一步。目前中央电视台和湖南卫视已经将元宵晚会做成了自己的品牌,并获得了一定的市场份额,而其他电视台之所以举办晚会,则是想从中分得一块蛋糕,将自己的品牌打响”。天津师范大学新闻传播学院教授陈立强表示。

值得注意的是,这四台元宵晚会为了使自己更有影响力,都不约而同地选择差异化的运作模式来提升自己的竞争力。

首先,这种差异化体现在晚会的内容上。其中,中央电视台为观众奉上了春晚未能播出的节目,如“春晚四美”等,满足了观众对春晚的遗憾;湖南卫视则继续以其强大的艺人规模和高人气的韩国明星来吸引观众;北京电视台则把北京春晚的主力延续到元宵晚

晚上,同时采取语言类为主的节目形式;而东方卫视则把民俗作为晚会的重点。

另外,晚会的播出形式也呈现出差异化的色彩。与中央电视台、湖南卫视选择在晚间黄金档开播元宵晚会不同,东方卫视则把晚会的开播时间放到22点,错时播出,除此以外,北京电视台还通过多台联播,采取先于昨日19点35分在北京电视台文艺频道播出,随后于22点30分继续在北京卫视播出的方式扩大节目影响力。

对此,陈立强表示,电视台就应采取差异化的方式竞争收视率,内容上的差异可以让其他电视台避开已经形成品牌的锋芒,而时间上的差异则可使该电视台从另一个时间接口吸引观众,从而避免直接与其他电视台竞争。

“目前,各电视台元宵晚会的质量都在不断提高,并逐步形成自己的特色,但目前该市场还有发展空间,可通过在内容上对传统文化进行深度挖掘,开发技术手段,提升与观众间的互动有效性,使自己更具竞争力”,陈立强如是说。

从此前春晚成绩看,2015年春节仅有十余台卫视春晚顺利成型播出,成绩也并不尽如人意。据央视索福瑞提供的数据显示,近三年的卫视春晚逐渐趋于理性,一方面是数量减少,各家不再盲目举办各类春晚;一方面是收视率整体虽有下滑,但北京电视台、江苏卫视等春晚收视率相对稳定。

## 泸州老窖曝人事地震

北京商报讯(记者 马骏昊)春季糖酒会临近,酒企们都在酝酿着大动作,泸州老窖似乎更加迫切。根据泸州老窖日前发布的公告,包括副总经理在内三人辞职,该公司的主要变动不止于此,另有消息称,泸州老窖总经理、董事长也有变动。在业内人士看来,泸州老窖的人事变动,除了为曾经失策买单外,还有意图在于为战略调整做准备。

公告显示,辞职的三位高管为,蔡秋全辞去所任泸州老窖股份有限公司董事、副总经理职务,刘俊涛辞去所任泸州老窖股份有限公司监事,监事会主席职务,敖治平辞去所任泸州老窖股份有限公司财务总监职务。公告中针对辞职的解释主要是“工作原因”,其中蔡秋全辞职因主要是工作精力已放在华西证券股份有限公司。

另有消息称,泸州老窖总经理张良未来将出任公司董事长一职,一位刘姓高管将接任总经理。泸州老窖现任董事长为谢明,其还任集团董事局主席。而张良亦任集团总裁一职。根据泸州新闻网昨日公布的泸州老窖新的人事任命名单,原市委副秘书长王洪波出任泸州老窖股份有限公司董事、副总经理、党委副书记,原兴泸投资集团董事长黄毅出任泸州老窖股份有限公司监事会主席,原市财政局总会计师谢红出任泸州老窖股份有限公司财务总监。

为进一步确认上述人事变动的真实性及了解如此大动作背后的原因,昨日北京商报记者联系到多位泸州老窖负责人,但截至发稿前并未得到回应,该公司董事会秘书也仅以“不知道”回应此事。有业内人士分析称,泸州老窖的人事调整主要是为解决集团和股份公司高管兼职的问题。此前,汾酒在“分离”上已有动作,去年12月,汾酒集团董事长李秋喜辞去下属上市公司汾酒股份有限公司董事长职务,同时辞去汾酒股份公司副董事长职务。汾酒当时称,如此人事调整是为了进一步明晰集团公司和上市公司的法人治理结构,强化汾酒股份公司的营销能力。

在白酒行业分析师蔡学飞看来,过去几年,包括挺价失败、存款丢失等消息不断,“凸显了企业多种问题,人事调整的一方面原因是为过去的业绩、错误战略买单”。蔡学飞说。根据泸州老窖业绩预告,该公司业绩持续下滑,去年净利润同比下降50%~75%。

另外,作为酒业重大信息发布时机的春季糖酒会即将到来,泸州老窖提前发布人事调整也有其“安排”,“人事变动往往是为大的战略变动做准备”。之前泸州老窖曾对国窖1573进行回购,清理渠道库存,这些动作都在为新的战略做铺垫。此后,泸州老窖的变动可能体现在此前的重视销售转向品牌价值提升,另外国窖1573经销商体系等如何变化也颇受关注”。蔡学飞表示。