

三特索道去年亏损近3695万元

北京商报讯(记者 陈杰 曾威)三特索道(002159)于3月5日发布公告宣布延期复牌,并于2015年5月4日前披露重大资产重组预案或报告书。

三特索道早在2月26日就发布了2014年度业绩快报。快报显示,报告期内,归属于上市公司股东的净利润同比下降218.3%,亏损3694.72万元。快报同时披露了归属上市公司股东净利润下降的四个原因:去年同期转让汉金堂公司52%股权实现投资收益6648.9万元;2013年投入运营的华山太华索道分流作用持续扩大,对华山索道公司经营业绩有较大影响;坪坝营公司、崇阳秀水河、木兰置业公司等处在建设期和市场培育期的子公司持续亏损;旅游地产项目的开发和销售进度较计划滞后。

三特索道2013年归属于上市公司股东的净利润已经下降43.43%,而在2014年半年度报告中显示,归属于上市公司股东的净利润开始出现亏损。中信建投分析师刘杨认为,三特索道利润下滑的幅度已经超出预期。现阶段重组的失败率比前段时间有大幅度提升,能否重组成功有待观察。“无论是重组资产进行资源整合,还是被有实力的大企业收购,都受该公司本身的资产负债率等因素影响,这也将是该公司能否起死回生的关键。”

华住去年净利润同比增长近一成

北京商报讯(记者 陈杰 张欣)记者昨日获悉,华住酒店集团(NASDAQ:HTHT,以下简称“华住”)于昨日公布了未经审计的2014年四季度及全年财报。去年净利润3.393亿元,同比增长9.3%。

财报显示,2014年全年华住新开店587家,其中直营店46家,加盟管理店541家;2014年全年华住旗下总房间数量增加37%,其中直营店房量增加10%,加盟管理店房量增加62%。截至2014年12月31日,华住673家正在筹备开业的酒店中,直营店29家,加盟管理店644家。不计股权激励费用,华住四季度调整后的净利润为4900万元,全年调整后的净利润为3.393亿元,全年同比增长9.3%。华住创始人兼董事长季琦表示,“在2015年,我们计划还将新增680-730家酒店,包括20-30家直营店和660-700家加盟管理店。在这些新增酒店中,80%将为经济型酒店,20%将为中高档酒店”。

在加盟店数量高速增长的同时,华住旗下酒店入住率、RevPAR(每间可供出租客房收入)等经营指标均有0.5%-2%不同程度的下降。业内专家分析,主要是因为加盟店数量增长和加盟费的转化,华住去年净利润得以同比增长近一成。随着门店数量增多,入住率正在被分摊,同时,三四线城市较高的开店比例对入住情况也有影响。

Club Med私有化退市后或再上市

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 薄冬梅)昨日复星国际(HK:00656)发布公告称,公司已持有Club Med(地中海俱乐部)超过95%的股本及投票权,并拟将实施强制性收购程序。分析人士认为,强制性收购完成,Club Med私有化退市后,复星或将重新扶持其上市。

根据公告,Gaillon Invest II持有Club Med 36478795股股份,相当于98.29%的股本及至少96.4%的投票权;同时还拥有Club Med 4782份OCEANES(OCEANES为Club Med发行的可转换和/或可兑换为Club Med新股份或现存股份债券),占到Club Med已发行OCEANES的25%。根据规定,Gaillon Invest II已持有Club Med超过95%的股本及投票权,拟将实施强制性收购程序。

有分析人士称,未来Club Med将私有化退市,并预测其将在整合复星国际旅游资源后被重新上市。“Club Med是一个很好的壳资源,对复星提升公司形象、进行资本运作有利。此前,复星国际曾公开表示将把Club Med作为其整合全球旅游资源的产业平台,在全球范围内完成对度假、休闲以及旅游的综合。”

姚明发起葡萄酒众筹在沪建品酒室

北京商报讯(记者 刘一博 实习记者 朱欣悦)NBA前球星姚明近日在众筹网站Crowdfunder发起了众筹项目。据资料显示,此次众筹目标为300万美元,时间从3月2日开始,截止日期为3月31日,目前已融资198.5万美元,占众筹目标的66%。众筹集来的资金将被重新在美国加州纳帕地区兴建一个游客中心,并在姚明的家乡上海建造品酒室。根据美国证券法律,只有美国公民和拥有永久居民身份的高净值投资者才能参与此次众筹项目。也就是说,中国国籍的投资者将无法参与此次融资。

姚明2011年就在纳帕建立了自己的酒庄,并以“姚明”当葡萄酒商标。北京商报记者在淘宝官方旗舰店了解到,姚明葡萄酒价格在500-4000元之间,属于中高端葡萄酒。同年,姚明与保乐力加中国金属了独家分销协议。

签证、汇率利好 游客数量猛增

旅游业巨头逐鹿欧洲市场

北京商报记者调查了解到,受汇率下跌等多因素影响,赴欧旅游火热。国内欧洲旅游批发商与各路资本也开始加码欧洲市场。

价格降两成 欧洲游火爆

北京商报记者从多家旅行社了解到,今年多款赴欧旅游产品价格下跌。途牛旅游网“德法瑞意12日游”在4月29日和30日期间为独家包团产品,价格不足万元;携程旅游网上寰宇旅游提供的“奥德法意瑞捷6国13日”产品也只售10500元。

对此,众信旅游营销事业部副总监王振明向北京商报记者坦言,欧洲旅游产品的价格整体较去年下降20%左右,游客明显增加。“欧元汇率下跌令签证、机票、酒店、地接服务等以欧元结算的旅游成本相对减少是导致赴欧旅游产品价格下降的直接原因。”而除了价格因素,欧洲部分国家签证条件都有所放宽也一定程度上促成了游客前往。

批发商加码 对手难插足

欧洲旅游火热也刺激着欧洲旅游大

批发商的神经。在欧洲市场有着话语权的众信旅游、凯撒旅游、华远国旅、凤凰假期、竹园国旅都通过加码欧洲市场应对日趋激烈的市场竞争。

3月2日,众信旅游启动天津、沈阳、西安飞往比利时列日的联合包机项目,此次推出的包机产品锁定欧洲市场,采用自由行的产品形式售卖,而4-10月的包机时间规避开欧洲旅游市场冬季的冷淡。与此同时,凯撒旅游也再次开通北京飞往英国伯明翰的包机。

王振明对此表示,包机可以大幅降低赴欧旅游产品成本,提高运力。亦有业内人士直言,包机能让目的地产品价格下调,以便旅行社拉拢更多客源。

而不同于日韩、东南亚等短线,因操作技术和资源控制等原因,目前除了上述几家大批发商外,少有其他旅游企业能够涉足欧洲市场。有业内人士表示,欧洲旅游市场已经被常年耕耘的几大批发商牢牢把持,短期内会形成由这几家大批发商长期把持、分割欧洲旅游市场的局面,其他旅行社很难在批发业务上插入。

资本进入 布局目的地市场

国内资本及大型OTA也看中欧洲旅游市场这块“肥肉”,他们更多选择通过收购旅游目的地资源向上游资源下手。

3月1日,上海锦江国际(集团)股份有限公司以约91亿元收购法国卢浮酒店集团100%股权。卢浮酒店集团作为欧洲第二大酒店集团,在40多个国家拥有1100多家酒店,客房总数超过9万间。锦江此举能快速分享中国游客带来的消费增长,同时利于锦江在欧洲旅游市场上提升议价权和话语权。

复星国际有限公司也于3月6日宣布,以约6.24亿元入股英国休闲旅游集团Thomas Cook,占该公司目前发行股份的5%,配合复星国际今年2月成功收购的法国度假村经营者地中海俱乐部(Club Med)的举动,不难看出复星国际对欧洲旅游市场的野心。

而携程早在去年9月就宣布战略投资以欧洲业务为主业的华远国际旅游公司,通过收购批发商涉足欧洲市场。

有分析人士表示,目的地资源收

购、布局需要强大资本支撑,恐怕也只有复星、锦江这样财大气粗的公司才能玩得转。“但不是买回来就行,已经购买的这些酒店、旅行社、度假村都需要专业化运营。因此高利润背后隐藏着高风险,觊觎欧洲市场的企业、投资机构要特别注意。”

政策风险大 企业需谨慎

北京旅游学会副秘书长刘思敏表示,中国出境游遵循由近及远的递进规律,但现在以走马观花为主的欧洲多国游产品显然已不适合未来的走势,需要旅游企业打造更多深度欧洲游产品。

也有业内人士指出,欧洲旅游市场存有潜在风险。例如,欧洲现在对中国的签证优惠政策都是有时效性的,并非像中美、中加一样有长达十年的签证互惠。一旦欧洲收紧了对华签证政策,那么赴欧旅游将遭受最直接的打击。

“而且游客赴欧洲旅游的频率很低,不像日韩一年可以多趟轻松往返,市场容量有限。”上述人士称。

北京商报记者 陈杰 实习记者 刘晓雷

I 产业观察
Industry observe

零窗口期电影初现 大片网络版权恐涨价

北京商报讯(记者 卢扬 沈艳宇)去年12月光线传媒宣布与360成立视频网站后,业内便给予了这家视频网站较高的关注度,沉默了一段时间的360院线近日正式上线,并亮出自己的新玩法:电影在线放映“零窗口期”。

以往,制片方出于对票房的保护,影片通常要在影院下线一段时间以后才能在网络上供在线用户点播,这段时间也被称为窗口期。而如今,正在360网络院线上映影片《冲上云霄》则首次尝试零窗口期,在电影尚未完全下线的情况下便登陆网络播放平台。

对于视频网站而言,此举有助于

其在短时间内抢占市场份额;对于行业而言,随着零窗口期模式受欢迎度的攀升,会有更多的视频网站效仿,商业大片的网络版权也将因此水涨船高。

北京大学文化创意产业研究院副院长陈少峰对此分析,零窗口期播放商业大片可以为视频网站聚拢较高的人气,由于影片上映时间较短,宣传热度还未下降,市场的影响力比较大,“相比电影院普遍达到40元的电影票价,用户只要花5元就能同步观看电影,此举无疑有助于视频网站提升用户数量”。

虽然电影零窗口期的在线播放模式可以在一段时间内成为视频网站的

“吸粉法宝”,但是也会对电影本身的票房收入造成分流。圣影影业董事长邱明春表示,3D或者巨幕制式电影的受众人群会比较在意观影效果,提前上映对票房的影响不大,但是对2D电影票房有一定的冲击,而片方为了弥补损失,必然会增加电影网络播放的版权费。

尽管当下各大视频网站抢用户的手段不断翻新,但独家版权则始终是固定观众群的重要手段。为此,各大视频网站更是在电影网络播放版权的争夺上不惜花费重金。以去年姜文导演的电影《一步之遥》为例,其网络版权费用就达到3000万元。邱明春对此补充道:“一旦电影零窗口期网络播放

效果明显,视频网站尝到了甜头,将有可能进一步加剧电影版权你争我夺的局面。尤其在市场竞争日渐激烈的情况下,商业大片的网络版权费用可能会持续走高。”

从此次《冲上云霄》试水零窗口期模式来看,由于影片本身就是光线传媒出品,加之是在自己投资搭建的平台上播出,因此所谓版权带来的负担可以忽略不计,然而对于有意愿的其他视频网站而言,在陈少峰看来,电影版权费用的水涨船高必然会在一定程度上增加视频网站购片成本,而与此同时,如果影片线上票房未达预期,那么视频网站的购片风险也会相应提升。

老牌弹幕网站AcFun被索赔千万

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)继弹幕视频网站Bilibili因侵权而坐上被告席后,目前国内最早的弹幕网站AcFun(以下简称“A站”)也被曝出因侵权而被优酷土豆起诉,面临着向优酷土豆赔偿A站18%的股份以及总额为1800万元的巨额现金,在这1800万元的赔偿金额中,A站将负责1500万元。

A站于2007年正式成立,是国内第一家弹幕视频网站,其实际运营公司为广州爱稀饭网络科技有限公司。据知情人透露,今年1月,优酷土豆曾向A站高层连发6封律师函,但A站均未对此进行回应,使得优酷土豆选择进行实名举报,随后警察于2月以非法入侵罪逮捕了A站3名高层人员,而这3名高层人员需向优酷土豆各自赔偿100万元。目前,A站技术和编辑团队的成员绝大多数已经离职。

由于弹幕模式可让用户在观看视频期间随时发表评论,且其评论能通过同步播放的视频在页面直接闪现,满足了用户的社交需求,再加上人们在弹幕上发表的评论往往具有较强的趣味性,导致其吸引力有时甚至能超过视频本身的内容,使越来越多的用户选择观看弹幕视频。为了迎合用户的观看需求,众多视频网站如爱奇艺、搜狐视频、乐视网等也在自己的平台上开辟了弹幕模式,抢占市场。

而作为老牌弹幕网站,A站和Bilibili不仅接连陷入侵权风波,同时还遭遇其他视频网站的激烈竞争,这无疑是雪上加霜。老牌弹幕网站若想在市场中成功突围,首先要保证自己内容资源的合法性,避免频繁遭受负面影响;另外,还需要有独家的内容资源,将其作为自己的特色竞争力,吸引用户。

戏曲院团借演出季模式闯市场

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)从今年开始,上海京剧院将尝试演出季制度,并于近日发布了全年的演出计划。目前演出季制度已在戏剧市场普遍实行,但却首次出现在戏曲市场里。那么,戏曲院团能否借助演出季制度激活市场,为戏曲市场带来新商机?

演出季制度一般是指按照演出年度,艺术团体提前制订并对外发布下一整年的演出计划。根据安排,今年上海京剧院将在5月、8月、10月和12月分别推出“原创之魂”、“青春之歌”、“经典之魅”和“大师之脉”四轮演出,每一轮都包含5-6场演出。

相较于其他演出类型,戏曲演出的受众规模较小,再加上以往剧团公布演出信息没有规律,使得这部分受众很难准确获知演出信息。“对于观众来说,预先知晓当年的演出安排可帮助他们更好

地规划时间、欣赏自己感兴趣的演出,同时还能借此培养观众的观看习惯,从而为市场带来更高的上座率。另外,戏曲院团通过实行演出季制度,能更好地计划这一年度的安排,并按步骤一步步地去实施,避免出现临阵磨枪的情况”,中国创意产业研究中心主任张京成表示。

虽然演出季制度能够帮助戏曲剧团提前计划未来的工作任务,而且尽管观众提前预知演出计划并可做出相应的安排,但由于与演出时间相距较远,使得剧团在宣传推广上面临挑战。对此,张京成表示,演出季制度要求剧团能有良好的统筹能力,在宣传层面,由于现阶段戏曲的宣传模式比较单一,因此可借鉴电影院线的方式,让剧团联合剧场等多个渠道同时发力,为演出制造声势,提高影响力。



小营珠宝城

北京珠宝第一城

争做翡翠白玉黄金钻石低价第一城

买珠宝 到小营

小营珠宝城春季珠宝精品展现已隆重启幕

黄金卖场十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

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