

## 未来五年出境旅游人数将超5亿人次

北京商报讯(记者 陈杰)3月28日,博鳌亚洲论坛在海南开幕,国家主席习近平发表主旨演讲时指出,未来五年中国出境旅游人数将超过5亿人次。

习近平表示,中国经济发展进入新常态,将继续给包括亚洲国家在内的世界各国提供更多市场、增长、投资、合作机遇。未来五年,中国进口商品将超过10万亿美元,对外投资将超过5000亿美元,出境旅游人数将超过5亿人次。

近年来多国对华签证利好不断,亦引发出境热潮。此前全国“两会”期间,中国外交部副部长王毅透露,3月10日起实施中国和加拿大互发有效期最长为十年的签证协议。据了解,到目前为止,与中国互免签证的国家有5个,单方面允许中国公民免签或办理落地签证的国家和地区也达到了47个。

另据世界旅行和旅游理事会预测,中国旅游产业对GDP贡献将超美国,WTTTC总裁兼CEO David Scowil表示,未来十年,中国国际游客也将接近美国水平,数量上或仅有600万人次差距。此外,《2014年中国旅游经济运行分析和2015年发展预测》数据显示,2014年我国出境旅游人次首次突破1亿大关,达1.07亿人次,预计2015年将达1.35亿人次,同比增长16.8%。

## 全国旅游网上投诉平台5月开通

北京商报讯(记者 陈杰 曾威)国家旅游局副局长吴文学近日公开表示,国家旅游局将在5月1日开通12301旅游热线电话,并同时开通网上旅游投诉平台。

据悉,2014年全国旅游投诉总量达到3万件,其中全国各级旅游质监执法机构共受理旅游投诉13914件,较上年增长23%,其余为各级消协组织受理的投诉。单个案件的涉及金额虽然不大,但投诉背后意味着不顺畅、不开心的旅游经历,因此旅游新闻宣传工作应迅速回应旅游热点问题,说清事情原委。

中国消费者协会发布的《2014年旅游消费维权报告》中显示,中国消费者协会2014年共受理投诉1701件,其中旅游合同纠纷不公平、旅游购物问题多、旅游骗局等成为投诉热点。廉价的背后往往存在景点缩水、时间缩水、服务质量降低等侵害消费者权益的现象。国内旅行社团违规安排购物,特别是宝石玉器、珍珠水晶、药材、保健品、工艺品等商品以次充好、价格虚高现象频出,是比较突出的问题。

吴文学表示,去年游客投诉率为万分之一,旅游已经成为社会热点,旅游热点问题也成为人们关注的焦点。

## 和力辰光发力电影衍生业务

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)作为郭敬明新电影《爵迹》的出品方,和力辰光国际文化传媒(北京)有限公司(以下简称“和力辰光”)日前已经获得北京昆仑万维科技股份有限公司(以下简称“昆仑万维”)6000万元的注资,这意味着,和力辰光今后可拓展电影产业链,发力衍生业务。

尽管和力辰光成立仅三年,但市场估值已达20亿元,并曾投资、出品过《小时代》、《北平无战事》等多部作品。而昆仑万维则是于今年初上市的游戏公司。根据合作规划,双方将通过数据分析研究用户群体喜好,有针对性地选择IP,确定影视项目和游戏类型的相互孵化,而即将开拍的由郭敬明执导的新电影《爵迹》,也将尝试拓展多渠道的衍生增值业务。

中国科学院自动化研究所科学艺术研究中心副主任张之益对此表示,近两年影视公司和游戏公司合作日趋密集,通过合作,影视公司不仅能获得资金方面的支持,还能借助游戏公司的资源和技术拓展自己的产业链,将自己的影视作品衍生生成游戏等其他艺术形式,延长作品的保质期,扩大传播力,塑造品牌价值。

## 海昌上海极地主题公园开建

北京商报讯(记者 关子辰)昨日,上海海昌极地海洋公园进入开发建设阶段,该项目在历时八年后终于落地开工,距离上海未来开业的迪斯尼乐园仅25分钟车程。

新建的上海海昌极地海洋公园总占地面积约29.7公顷,总规划建设面积约19万平方米,包含12个展示场馆,4个大型海洋动物互动体验项目,3个特效影院以及15项大中型游乐设备。

上海海昌极地海洋公园开发商、海昌控股有限公司执行董事兼行政总裁王旭光表示,上海项目规划投资30亿元。公园建成后,将吸引上海及长三角地区游客,预计项目成熟后的年游客量将超过600万人次,成为国内旗舰式的大型海洋公园。据了解,目前海昌控股在大连、青岛、天津、烟台、武汉、成都及重庆分别经营着八个主题公园。

业内人士表示,近年来,国内大型主题公园数量呈现增长态势,主题公园之间的竞争也日趋激烈。在谈到主题公园竞争的问题上,香港海洋公园副行政总裁李绳宗指出,海洋公园和迪斯尼属于不同的娱乐主题,在定位上有一定互补性。未来持有香港海洋公园年卡游客,可在上海海昌极地海洋公园享受优惠。

## 锦江股份去年利润增长35%

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 刘晓雪)锦江股份(600754)3月27日晚间发布年报称,2014年度公司实现合并营业收入291310万元,比上年同期增长8.52%。实现营业利润63410万元,比上年同期增长35%。营业收入的同比增长主要是公司有限服务型酒店业务收入和食品及餐饮业务中团膳业务收入保持增长。

据年报显示,公司主营业务有限服务型酒店业务实现合并营业收入263620万元,比上年同期增长9.39%。全部已经开业的有限服务型连锁酒店实现客房收入573369万元,比上年同期增加77708万元,增长15.68%。

未来公司将继续大力发展“锦江之星”等成熟优势品牌酒店业务,同时通过创立“锦江都城”品牌,来进一步拓展有限服务型酒店业务。在“锦江都城”酒店品牌培育和发展初期,公司签约租赁或受托经营了锦江酒店集团旗下的部分三星级酒店,收购了时尚之旅全部股权。公司将寻找市场上符合发展该等类型酒店的潜在项目,以迅速抢占有限服务型酒店市场,扩大市场份额。

截至2014年12月31日,锦江已经开业的有限服务型连锁酒店合计达到968家。其中开业直营酒店267家,开业加盟酒店701家。已经开业的有限服务型连锁酒店客房总数116010间,其中开业直营酒店客房总数36833间,开业加盟酒店客房总数79177间。

# 起底进口葡萄酒贴牌产业链

走进超市,法国、智利、澳洲、美国,各个产区、不同酒庄的廉价进口葡萄酒让消费者不知如何选择。殊不知,这些漂洋过海的廉价进口葡萄酒,却多是国内贴牌代理企业的摇钱树。北京商报记者调查发现,进口葡萄酒贴牌生产已有完整产业链。



### 进口葡萄酒掉价

北京商报记者走访北京多家销售进口葡萄酒的超市发现,以前进口葡萄酒的价格通常要比同档国内葡萄酒贵20%-30%,而现在许多进口葡萄酒的价格与国内葡萄酒不相上下,甚至更低。而且进口葡萄酒开始频繁推出促销活动,这在前几年非常罕见。例如,在北京某大型超市的进口葡萄酒专区,不少所谓进口葡萄酒就出现买一送一的促销。记者在某购物网站搜索也发现,很多进口葡萄酒的价位都在10-30元之间,其中不乏来自法国知名产区的葡萄酒。

在某展销会上,北京商报记者发现,16.8元的进口香槟,14.8元的法国产区葡萄酒,15.8元的智利产区葡萄酒比比皆是,部分进口葡萄酒现场订购还能享受10%的优惠。事实上,从正规渠道进口的一瓶法国原装进口葡萄酒抵达中国的成本价格大约在25元左右,那么这些市面上价格远低于成本价的进口葡萄酒到底从哪儿来?

### 贴牌“进口”价格低

“这些廉价的‘进口葡萄酒’的确是从国外过来的,但它们其实是国内生产商通过在国外贴牌的模式,自己制造出来的‘进口’酒。”老张在葡萄酒行业从业多年,他向北京商报记者透露,进口葡萄酒

贴牌生产有专门的企业操作并形成一条完整产业链。其大致的流程是,贴牌生产企业会在海外某些葡萄酒出口大国的葡萄酒产区寻找若干酒庄或者酒庄,根据客户的需求选择一款或者几款口感、性价比都适合中国市场的葡萄酒,然后按照客户的要求,做成不同的包装和酒标,最后以不同国家、地区、品种进口葡萄酒的身份堂而皇之地经过正规渠道进入中国市场。

老张解释,以法国为例,除了知名的波尔多产区和五大名酒庄外,还散落着成千上万的不知名小酒庄或者酒庄。这些小企业产能小,生产水平和工艺也较差,产品没有什么销路。不少中国贴牌企业看中这一点,于是大肆地找到这些当地酒庄或酒庄合作,进行贴牌生产,从中牟取暴利。

这种贴牌的进口葡萄酒成本极低,北京商报记者了解到,一款法国AOP波尔多产区的葡萄酒,如果订货量达到1200瓶,便能以每瓶2.54欧元的价格拿到,折合人民币大约17.36元,而且这个价格是包含税费等费用之后的到手价格。除此之外,欧盟ACE等级的葡萄酒起定量达到3600瓶,其到手价仅需要人民币8.95元。

至于这些贴牌进口葡萄酒的对外销售价格,老张透露,部分贴牌生产的进口葡萄酒冒充国际大牌也卖得很贵。但是

大部分贴牌的进口酒贴的都是不知名或从未听说过的品牌,所以价格自然不去。再加上近几年进口葡萄酒价格本身趋向透明并一路走低,所以选择以低价方式走市场更为靠谱。“尽管是低价,但因为成本不高,即便是卖十几元、几十元也能赚不少钱。”

### 国内就能定制“进口”酒

事实上,企业想要做贴牌的进口葡萄酒,在国内就能完成全套流程。在某大型葡萄酒展销会上,不少企业就以“定制进口葡萄酒”的名义公开从事贴牌生意。某企业工作人员就在向北京商报记者详细介绍了可以提供定制酒庄的产区、品质、口感之后,拿出了一张订货信息表。信息表上包括定制酒的详细信息、价格以及起定量。当记者询问如果自己提供酒标等信息该企业是否可以进行灌装生产之后,对方表示没问题。而至于提供

的商标、信息是否真实准确,企业根本不过问。

除了贴牌进口葡萄酒,其配套衍生品生意也开展得热火朝天。以包装盒为例,木质、皮质、纸质……形状各异,方的、圆的、桶状……包装上的LOGO也并不是统一的,很多木箱上还标明了“原装进口”字样。商标、酒瓶、酒标、酒盒等都可以随意加工制作,并不需要核实信息真实性。

### 贴牌泛滥扰乱市场秩序

葡萄酒营销专家李欣新表示,国际上正规渠道贴牌制造的葡萄酒,酒标需要通过法律认证,酒质需出口国及国内海关检验。然而在国内,从原料、生产、包装到销售,不正规贴牌生产进口葡萄酒已成为一条龙的利益捆绑链条,这种行业乱象会对整个葡萄酒产业带来冲击,并导致进口葡萄酒市场鱼龙混杂、假货横行,让正规进口葡萄酒品牌形象受损。同时低价倾销的不正规进口葡萄酒会直接影响到品牌葡萄酒的销量,让整个行业陷入诚信危机。

事实上,近年来很多进口葡萄酒品牌或酒商都加大了防伪力度,比如ASC精品酒业推出二维码防伪溯源标签,使消费者能够直观验证产品来源。中国酿酒工业协会葡萄酒分会秘书长王祖明表示,进口葡萄酒市场鱼龙混杂的情况对葡萄酒市场有着巨大的破坏力,几乎每个正规生产、销售的企业都要为防伪投入大量的时间、技术和金钱。长久如此,未来可能没有一家企业愿意去做创新、做品牌,因为不正规的制作商只需要很低的成本就可以做出产品。这个行业要健康发展,就不能单方面靠企业或消费者来努力。

北京商报记者 刘一博 朱欣悦

## 产业观察 Industry observe

# 合法拼团缘何成违法重灾区

有关拼团游的负面新闻近日不绝于耳。3月15日,成都神州国际旅行社因违法拼团被罚3万元并停业整顿3日。究其原因游客参加了泰国旅游团,但因成团人数不足16人,被转到明珠港澳旅行社,并收取了自费项目款。今年2月,有游客以“散客拼团”形式参加“大连休闲汽车4日游”,由于旅途中不愿改变行程被赶下车,并被强制参加许多自费项目。

游客对拼团的话痂在于,自己往往是在不知情的情况下私自被拼给其他旅行社,出现问题以后又找不到自己报名的旅行社解决问题。不少游客还在拼团游时遇上强制消费、二次缴费的情况。有业内人士表示,拼团这种模式其实并不违法,关键在于旅行社应和游客事先说明,并将拼团细节列入合同。游客也要尽量避免低价甚至零负团费的违法拼团游。

据了解,所谓拼团是指由全国各地的旅游者(1人或多人)在正规旅游大公司或知名旅行社组织下拼成的一个团队。旅游者在游览景点、用车、用

餐、导游服务、购物等诸多方面都在享受着团队价格的优惠。目前,市场上看到的拼团大概有三种。第一种是到旅游目的地拼团,团内的旅游者来自全国各地;第二种是从出发地拼团,所有的旅游者都是从一个地区出发抵达目的地,也叫联合发团;第三种是游客来自同一家旅行社的不同门市,相对易于控制服务质量。

北京首钢国际旅游有限公司副总经理李秋成表示,旅行社在与游客沟通的时候应告知游客该旅游团的性质,将相关细则签署到合同中,包括地接社的名称等。一旦旅游途中出现问题,游客可以依据合同追责组团社,而组团社再根据与地接社的协议去追责,对双方都是一种保护。

事实上,一些低价团或零负团费的旅游团经常不与游客签订合同或者在合同中刻意隐去拼团条款,这样的拼团一旦出现问题,游客经常找不到问责对象。因此游客在购买旅游产品时应注意签署合同并仔细查看相关条例,看清地接社名称,属

于拼团出游的要明确拼团性质和细节。业内人士提醒,拼团产品虽然价格相对便宜,但仍有低价,如果价格偏差大,就有可能存在隐患。同时建议老年人选择第二种或第三种拼团产品,这样在旅游途中出现问题,可尽快解决,质量相对有保障。

另据北京商报记者了解,新旅游法实施后,不少旅行社开始启用新版旅游合同,合同中就明确有出团形式是否为拼团的选项,这意味着游客可以更加清晰地了解自己出行旅行团的性质。以北京为例,记者以游客的身份致电旅行社询问时了解到,大部分旅行社都已经开始使用新的合同,并在咨询过程中都能直接告知是否是散客拼团的形式。

北京交通大学经济管理学院旅游管理系教授王衍用同时表示,造成旅行社采用拼团形式组织旅游团的根本原因是现阶段的旅游企业太多,而跟团出游的游客又在逐年递减,要想解决拼团出游的弊端,还需要解决根本的供求问题。

北京商报记者 陈杰 曾威

## 京郊部分酒店清明价格最高涨五成

北京商报讯(记者 关子辰 实习记者 郭白玉)清明小长假即将来临,京郊一些酒店价格也随之前大幅上涨,最高涨幅达五成。即便如此,多家酒店房间仍然被预订一空。

北京商报记者致电密云古北水镇几家酒店了解到,相较于平时的价格,清明节小长假期间几家酒店大床价格的涨幅基本都在三四成,古北水镇八旗客栈高级大床房节前的价格是1090元/晚,清明假期价格是1490元/晚,涨幅达37%;并且记者询问过的4家酒店中,有2家酒店的相应房型已经预订完,另外2家酒店分别还剩一间和三

间。记者又从怀柔中建雁栖湖景酒店和松秀园度假村了解到,前者大床房已经预订完,后者还有少许房间,而在价格上,松秀园大床房在清明节前是800元/晚,清明期间为1200元/晚,上涨幅度达五成。

北京商报记者了解到,由于依托古北水镇、司马台长城、九道湾、白龙潭公园等众多景点,密云吸引到的大量游客成为酒店客源保证。而在APEC会议之后,怀柔雁栖湖景区得到了较好的开发,来此短游的游客也逐渐增多,使得酒店即使上调价格仍然预订火爆。

## 娱乐宝榜上上影节 或斥15亿投电影

北京商报讯(记者 卢扬 陈丽君)上海电影节(以下简称“上影节”)近日正式携手阿里巴巴集团(以下简称“阿里”),签订三年战略合作协议。通过合作,上影节将首次与娱乐宝以及购票平台淘票宝合作,而家庭娱乐终端“天猫魔盒”也将成为上影节“走进客厅”的合作伙伴。

而阿里方面进一步表示,作为国内最大的电影众筹投资平台,娱乐宝将在未来一年用12亿-15亿元投入电影行业,并希望获得50亿元电影票房。

在北京大学文化产业研究院副院长陈少峰看来,娱乐宝与上影节的合作实际上是阿里实施“大电影”战略中的一个环节。与其说看重上影节的品牌,不如说更看重其平台。

陈少峰表示,上影节有优质影视资源,这也为阿里创造了影视合作的投资机会。但双方签约仅是起步,上影节借助淘宝、娱乐宝的网络平台只是合作的一部分,未来阿里或将深化其合作内容。因为

阿里投资影业并不是主要以明星或者是电影本身的票房来获取收益的,更多看重的是电影产业后续产品的开发。

目前,阿里在电影行业中的产品植入、产品销售等盈利模式上的创新探索将成为其未来的主营业务,即一边看电影、一边植入广告的新技术以及即时购买技术。

以此看来,阿里要做的就是寻找多个影视平台的契合点,挖掘广告植入业务的合作空间。与上影节的合作也正是阿里基于打通电影产业链上的上下游,将上影节作为阿里广告植入的后方支持,以扩大广告植入的空间和盈利。

尽管从目前来看上影节会为阿里带来多方资源,但是随着万达主导的青岛国际电影节加入,国内的电影节活动也会变得激烈,而上影节作为阿里后续的关键卖场,其未来能否可持续发展将成为阿里投资的风险所在。

## 内地游客锐减 香港旅游业经营惨淡

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 刘晓雪)3月26日香港商务及经济发展局局长苏锦梁在立法会答问大会上表示,受反水货客示威影响,旅客访港意愿下降,内地来港旅客锐减。与此同时,内地旅游团的大量减少不仅直接影响到香港旅游业产生影响,也波及到酒店业及零售业。

据了解,近三星期,内地旅客总人次较去年同期急跌约13%,其中个人游人次跌近19%。内地入境团方面,根据相关数据显示,今年1-2月团体团数较去年已录得轻微跌幅,在春节初一至初七期间团数下跌大概26%,3月1日-22日平均每日的登记团数只有274团,比去年同期每日约502团大幅下跌45%。环境国旅崇文门市店长于女士表示,如今咨询港澳团的人很少,在其店里,报港澳团客人减少了2/3。

港澳的酒店业也遭受打击。香港酒店收入按年率计算跌20%-30%。部分酒店也在通过下调房价吸客。港澳游批发商的销售人员表示,今年香港的酒店价格比去年下降了20%左右,清明假期期间本是出游旺季,但酒店价格并未有太大的波动。以干禧新世界香港酒店为例,北京商报记者在携程网上了解到,昨日酒店高级房的最低价格为807元,4月4日的最低价为875元,而到4月5日清明节当天价格反而降到747元,而该酒店去年3月高级房的价格一度高达2000多元。

同时,目前内地市面上香港团队旅游产品的购物属性较强,内地旅游团的下降也使香港的零售业受到影响。据了解,香港零售业今年1月的总销货价值较去年同期下跌14.6%。若游客减少成为一个趋势,香港的旅游、零售、运输业等都将令人担忧。

“最近的反水货客示威和骚扰旅客行为确实对内地游客有影响。”有业内人士认为,目前很多内地游客是出于人身安全的考虑,但毕竟是个暂时性的事件,随着政府的措施和新旅游元素的出现,相信内地游客的旅游热度也会逐渐回暖。