

· 资讯播报 ·

北京文化产权交易中心昨日上线

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 冯雪菲)北京文化产权交易中心(以下简称“北文中心”)交易上线活动于昨日举行,上线活动由北京市文资办主任周茂非主持。

北文中心由北京市文化投资发展集团控股,联合中国国文化产业发展集团等国有文化企业出资成立。以全国文化产权共同市场为基础的北文中心搭建了国有文化产权交易平台、实物收藏品交易平台、文化产业投融资平台、版权登记交易保护平台、文化权益金融合作平台等五大特色服务平台。据了解,北文中心以文化金融融合、构建全国文化产权交易共同市场等合作内容分别与银行、证券、保险、文化产业基金、中央及北京文化企业、全国各地文投集团及产权交易机构等30余家单位签署了合作协议。

北京市文化投资发展集团党委书记、董事长张磊介绍,北文中心将凭借严谨的操作流程和交易规则、广泛的信息发布渠道开展国有文化产权转让的业务,实现国有资产有序流转和保值增值。未来将通过系统共享、信息共享、投资人共享、流程规则统一、交易盘面统一等制度设计,与全国各文化产权交易机构深度合作,实现全国文化产权交易市场的一体化。

海淀增设67家早餐规范店

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 周宁)记者昨日获悉,海淀区已完成2015年“早餐示范工程”任务,共建设完成67家北京市早餐规范店网点、33家便利店搭载早餐网点以及1家主食加工配送中心。

海淀区商务委负责人介绍说,“这60多个固定早餐门店采取公开招标的方式,选择区域内有显著规模优势和竞争优势的连锁大众餐饮企业和连锁便利企业作为早餐门店的承建主体”。此外,招标中还鼓励连锁餐饮企业到海淀北部等早餐门店较少的地区开设门店。北京商报记者了解到,海淀区相关部门走访了老家肉饼、宏状元等连锁企业进行前期调研,早餐示范工程主要集中于居民小区以及流动人口相对集中的区域。

公开资料显示,2014年海淀区与市商务委联合签署了《2014年早餐示范工程建设试点专项资金项目管理责任书》,旨在保障居民食品安全。按照文件要求,海淀区作为本市“早餐示范工程”的试点区县之一,将在全区范围内建成60家北京市早餐规范店网点、30家便利店搭载早餐网点以及1家主食加工配送中心。

海南3家旅行社被吊销经营许可证

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 左靖远)昨日,国家旅游局通报了近期在海南督办、查处的两起扰乱旅游市场秩序的典型案例,海南3家旅行社被吊销经营许可证。此批典型案例是从11月17日至国家旅游局公布的第四批扰乱旅游市场典型案例。

据了解,此次公布的两起典型案例共涉及3家旅行社,分别为海南航旅旅行社、海南骏通假期旅行社以及海南海世界旅行社。其中,海南航旅旅行社有限公司以低于签订合同价10元/人将两名游客转交海南骏通假期旅行社有限公司接待,行程中该旅行社未与游客协商即安排另行付费旅游项目,导游强迫游客消费。案件中两家涉事旅行社将被吊销经营许可证,另外,涉事导游将被吊销导游证。海南海世界旅行社则在未征得游客同意的情况下,擅自变更游览项目、在行程外增加自费项目,将被吊销旅行社业务经营许可证。

自11月17日至今,国家旅游局已公布4批扰乱市场典型案例,共涉及云南、深圳、张家界、海南四地的9家旅行社。近期,国家旅游局方面表示,各地旅游主管部门已按照国家旅游局统一部署,出台了包括建立约谈机制、健全投诉处理机制、建立信息公示制度、建立部门联动机制、接受社会监督、创新体制机制等6项措施。国家旅游局相关负责人表示,下一步将继续开展旅游市场秩序整治督查督办工作,督促各地将整治不合理低价游、强迫购物行为的具体措施转化为更大成果。

山海关景区两景点门票下调10元

北京商报讯(记者 陈杰 张致宁)河北省物价局近日发布《关于下调老龙头、天下第一关景区门票价格的通知》(以下简称《通知》),《通知》提到,鉴于山海关景区因价格欺诈等问题被国家旅游局取消A级资质,山海关景区老龙头、天下第一关门票淡旺季价格均下调10元。

从2015年12月1日起,老龙头旺季门票价格由每人次60元下调为50元,淡季门票价格由每人次30元下调为20元;天下第一关旺季门票价格由每人次50元下调为40元,淡季门票价格由每人次25元下调为15元。并敦促山海关景区对照《旅游景区(点)质量等级划分与评定》国家标准认真开展整改工作,在经相关机构认定达到5A资质验收标准后恢复执行原定门票价格。

北京商报记者调查发现,门票收入是山海关景区的核心收入。以2014年1~7月山海关门票收入为例,山海关古城、老龙头、孟姜女庙景区共接待游客123.35万人次,实现门票收入3962.03万元,同比分别增长29.07%和25.51%,创历史新高。有业内人士表示,景区拼的就是口碑效应,如果山海关无法在短期内整改完毕并恢复5A资质,那么景区所倚重的门票收入受到影响就是必然。北京交通大学旅游系主任张辉告诉记者:“山海关景区的此次调价意在稳定其核心客源市场。”

途牛Q3交易规模追平携程

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 左靖远)易观智库近日发布的《中国在线度假旅游市场季度监测报告2015年第3季度》报告显示,2015年三季度,途牛交易规模为46.5亿元,同比增长141.1%,市场份额则增至25.1%,与携程并列为中国在线度假旅游市场头名。业内人士认为,携程交易规模增速下滑也造成了途牛的追平。

途牛交易规模已连续三个季度同比增速超一倍。据相关数据显示,二季度,途牛交易规模同比增长135.3%;一季度,这一数据为122.8%。

另外,在市场份额方面,易观报告显示,途牛市场份额由二季度的20.01%增至三季度的25.1%,追平行业龙头企业携程,与其并列在线度假旅游市场第一。

易观智库分析认为,途牛加码区域扩张、加大直采力度、跨界营销、推出互联网旅游金融产品等举措驱动了途牛业绩增长。据了解,途牛已在国内146个城市设立了150家区域服务中心,总数量同比2014年增长一倍。另外,途牛旅游网首席财务官杨嘉宏表示,从出发地上看,二三线城市成为途牛业绩重要的增长极。据途牛第三季度财报显示,三季度二三线城市对途牛总交易额的贡献率超过50%。

责编 陈杰 美编 韩玮 责校 杨志强 电话:64101897 lyzx0405@126.com

对14个城市目的地吸引力指数居首位

北京撑起这些城市的会议产业

北京成为多个城市最大会议客源地。北京商报记者昨日在第八届中国会议产业大会采访了解到,最新发布的《2015中国会奖城市吸引力指数》显示,根据2014年四季度到2015年三季度全国部分城市会议活动的大数据,在过去的四个季度中,北京成为中国第一会议客源地、第二大会议目的地。

成14个城市最大会议客源地

报告显示,在已经统计的18个城市中,北京作为客源地,对上海、天津、广州、重庆、南京、贵阳、西安、成都、海口、大连、三亚、桂林、厦门、昆明等14个城市的基于百度指数得出的吸引力指数均排在首位。就上海而言,北京的吸引力指数将近35000,远高于位于第二位,

吸引力指数略超25000的苏州;作为西安的首要客源地,北京对它的吸引力指数也超过25000,据西安古都新世纪大酒店销售总监王东光介绍,酒店接待的来自北京的会奖客人约占到总客源的8%~10%,除西安当地之外,在各区域市场中也位列第一。

中国会展经济研究会副会长王青道表示,在过去的四个季度中北京已经成为中国最大会议客源地。此外,在中国最大会议目的地方面,根据报告里提供的中国会奖城市吸引力综合排名,2014年四季度到今年三季度,北京吸引力指数位列第二,仅次于上海、天津、深圳、重庆等紧随其后。

事实上,北京与上海互为最大客源地,对北京而言,后者作为客源地,吸引

力指数也将近25000。

会议主体数量占绝对优势

对于北京成为多个城市最大客源地的原因,王青道分析,北京在会议活动主体上优势很大。会议活动主要是三大主体,大企业、协会、政府等事业单位。国内大企业总部多在北京,国际品牌也多倾向于在北京设分总部,协会方面,全国性的协会多在北京;北京的政府、学校等事业单位也比较多。

中国会展经济研究会副会长、对外经贸大学教授储祥银告诉北京商报记者,“除了会议活动主体多这一优势,行业内权威人士也是各种会议活跃的参与者,因而使得北京在客源地方面的优势更加明显”。

北京未来将主打高端会议

北京在会议会展方面的优势将长期保有。国家会议中心副总经理许锋分析,“会议活动活跃程度主要还是看GDP,这方面北京优势领先”。

而此前一直备受关注的G20峰会落地杭州,储祥银表示,确实有不少二线城市拿到了比较优质的会议项目,但未来会议客源地仍将是北京和上海领头,“不过未来在细分领域可能会有一些变化,北京、上海主打优质高端会议,行业性的会议向其他城市辐射的可能性较大”。对于会议活跃度位居二线的城市,许锋表示,会议活动的流动性决定了有一定接待能力和客源市场的城市在会议会展上机会还是非常大的。

北京商报记者 陈杰 郭白玉

C 公司研究

Company research

华莱士营收倚靠加盟商卖原料

计划开直营店提高利润 依然坚守二三线城市

福建华莱士食品股份有限公司(以下简称“华莱士”)近日登陆新三板。北京商报记者了解到,华莱士的前身是一家大学门口的小餐厅,门店标语为“一样的汉堡,一半的价格”,是中国本土洋快餐的代表企业。华莱士常年主打低价策略,主要面向二三线城市,值得注意的是,其主要营收来源是给加盟商提供原材料。

营收靠原料供应

公开数据显示,2013年、2014年华莱士营业收入分别约为6.7亿元、5.14亿元,2015年1~7月华莱士营业收入约为2.82亿元。不过华莱士营收大部分来源于原料供应,以2015年1~7月为例,华莱士原料供应收入为2.8亿元,占总收入的99.78%。华莱士原料供应主要是为西餐快餐终端提供所需的原辅材料、包装袋及设备。此外,华莱士加盟咨询服务收入只有61万元,仅占总收入的0.22%。加盟咨询服务主要是为客户提供快餐店装修方案、运营解决方案以及开店前辅导的咨询服务,事实上客户只需1万元咨询费便可加盟华莱士品牌。

华莱士的低门槛加盟和同业的肯德基、麦当劳形成鲜明对比。公开资料

显示,2014年麦当劳开放上海、深圳等一线城市特许经营权的时候,最低加盟费也得200万元,费用包含了购置厨房设备、装修费用以及保证金等内容,而个人经营者实际运营所需的金额则远远高于200万元。

将开直营店提升利润

尽管华莱士近几年的营业收入都保持在5亿~6亿元,但面临一个严峻的问题:盈利能力差。2013年、2014年和2015年1~7月,华莱士的毛利率分别为6.97%、7.26%和6.79%,净利润分别约为851万元、646万元和242万元,与同期营业收入相比,净利率仅在1%左右。

据悉,2013年北京麦当劳的营业收入约为26.34亿元,净利润约为731万元,净利率约为3.3%。虽然从数据上看仅比华莱士高出两个百分点,但实际上还是有很大差距。如果2013年华莱士也能达到3%的净利率,那么按照华莱士6.7亿元的营业收入计算,净利润则是2000万元。所以,未来华莱士的发展方向之一便是提高盈利能力。当然靠大力发展加盟店赚取加盟费显然不足以维持华莱士的发展。

为此华莱士计划在现有发展模式的基础上进入直营快餐店市场,弥补

盈利能力弱的短板,并希望将其发展成为日后业务新的收入来源。与肯德基、麦当劳等西式快餐品牌相比,华莱士在产品方面以及客户多元化方面都还有一定距离,加大新品研发力度、加快客户多元化进程也将成为未来华莱士的发展方向之一。

二三线城市依然是主战场

从市场覆盖情况来看,华莱士的门店多分布在福建、浙江、江西、湖南等地区的二三线城市,截至2014年1月,已达4800家连锁门店。华莱士并不打算进军北上广和麦当劳、肯德基一争高下,而是继续坚守二三线城市。与肯德基、麦当劳门店分布在租金较贵的地段不同,华莱士的门店一般都开在租金较低的地方,并且在门店面积、装修、人员方面都与肯德基、麦当劳有着很大的差别。北京商报记者走访一家华莱士门店发现,这家门店面积仅有十几平方米,服务员也只有三个人,装修简单,并且选址是在居民区、学校这种人流量大的地方。照这样算,华莱士的门店不仅可以节省很大一笔租金,在员工工资和装修费用方面也省下了一笔费用,附近的市民及学生进店消费也能保证餐厅的营业收入,这也成为吸引加盟商加盟华莱士的原因之一。

未来多问题待解

尽管华莱士目前已具有一定的规模,不过也面临着发展后劲的问题。北京志起未来营销咨询集团董事长李志起表示,在国内以连锁加盟模式为主的餐饮行业里面,不乏像华莱士这种凭借低加盟费降低门槛培养合作伙伴,再通过供应链条赚取差价的企业。这种模式虽然能够迅速扩大市场份额,但也会出现加盟店经营管理方面的问题,餐饮服务品质、门店经营水平、毛利率的控制都会成为企业的短板。

中国食品产业评论员朱丹蓬也认为,华莱士这种“平民化”的加盟模式,成为它快速扩张、快速形成规模的保障,不过如何保证众多加盟店的标准规范化将成为华莱士面临的挑战之一。现在消费者的消费观念有所转变,消费者对快餐品牌的品质要求更高,西式快餐的食品健康问题也将成为华莱士要面临的难题。李志起表示,华莱士在之后的发展过程中仅靠低价格已不能满足未来更加开放的消费需求,能否成功上市还有待考验。

北京商报记者 陈杰 实习记者 周宁

《致青春》投资方乐华娱乐登资本市场

韩庚、周笔畅、黄征等明星股东受益

今年挂牌新三板文娱公司背后明星股东一览

时间	公司	明星股东
7月3日	青雨影视	孙红雷、罗海琼
9月1日	能量影视	陈鲁豫、周立波
9月3日	华人天地	张纪中
10月13日	艺能传媒	蒋欣
12月8日	乐华娱乐	韩庚、周笔畅、黄征

新三板挂牌存在转让费用低、挂牌后运作成本低、企业还可以申请改制资助等多项利好,赚钱的不仅仅仅是影视公司,还有参与定增的机构和个人投资者。此番乐华娱乐成功上市,旗下韩庚、周笔畅、黄征等艺人均迈入明星股东行列,身价大涨。作为最大艺人股东的韩庚,持乐华近300万股,周笔畅和黄征各持有42万股。这种“公司绑定明星”的共赢模式,更有利于降低公司运营风险,并激励明星们分甘同味,长线发展。

韩伟/制表

推“同同宝”、“程程白条”

同程15亿涉足互联网金融

北京商报讯(记者 陈杰 张致宁)同程旅游方面昨日宣布,同程旅游旗下同程金服推出的一款活期理财产品——“同同宝”将于12月18日正式上线,消费者可以提前预约。

同程金服相关负责人表示,同程旅游未来计划投资15亿元,用于优化同程旅游上下游产业链以及同程金融圈的打造,进而构建出供应链金融、小微金融、消费金融、财富金融、跨境金融等五大服务体系。

据了解,同程金服由同程旅游于今年投资设立,总部位于上海陆家嘴,注册资本1亿元。同程旅游方面介绍,该公司的主营业务是为中国旅游行业提供金融相关的信息、数据服务以及解决方案,并提出“旅游融合金融”的目标。

将于本月18日正式上线的“同同宝”,一方面整合旅游基金和现金收益,为用户提供更高收益率的产品;另一方面,还将集合社交元素,增加该产品的趣味性,基于“同同宝”平台的分期产品将结合目前同程已有业务线条的用户数据,优化分期申请体验。

同程金服方面相关负责人表示,在理财业务上,除与“同同宝”类似的生活产品外,还将启动定期、基金类产品,并将完善在消费金融领域内的“程程白条”等体验。与此同时,同程还将尽快启动众筹项目,并向所有旅游产品链上参与方提供更多的金融服务。

近年来,在线旅游企业纷纷试水金融业务。在途牛九周年之际,途牛创始人兼CEO于敦德宣布未来途牛要走“旅游+金融”的布局。目前,途牛方面已经推出“途牛金服”,在该平台上,用户可购买包括理财、消费金融、出境金融、保险、企业金融五大方面的金融产品。北京商报记者了解到,途牛在今年先后获得保理经纪、保险销售以及基金销售三块金融服务牌照。

易观国际分析师朱正煜在接受北京商报记者采访时说,同程在此时选择进军互联网金融并非刻意为之,而是在资金沉淀以及用户和供应商的积累达到一定程度后,通过金融业务来做强业务体系的衍生。

对于同程在进军互联网金融领域后,与途牛的竞争关系,朱正煜认为,两家在线旅游企业对于资源的争夺是非常明显的,尤其是在采购产品的渠道等方面都有重合的地方,但是同程和途牛的业务体系并不完全相同,因此更多的是如何通过现有的用户拓宽到其他品类以提升自身的竞争力。

百元旅游年票可游遍全国852家景区

者介绍说:“贵宾票是在852家景区的基础上,增加了包括北京市植物园、中山公园在内的6家北京市公园。”北京市公园管理中心主任助理王鹏训表示,今年北京市公园管理中心将部分北京市属公园纳入年票的合作单位以外,还开放了北海公园、玉渊潭公园等8个单位作为旅游年票的销售网点,以满足不同游客的需求。

孙伟介绍,旅游年票已连续发行十年,此前已经成立了齐鲁年票办、河南年票办等7个区域性的年票发行办公室发行旅游年票,今年是首次尝试将各地的景区资源打包进行发售。“保守估计,全国年票的发行总量已经达到1000万张。”北京十三陵特区办事处票务中心客服部部长树升表示,将景区介入旅游年票系统对于景区的宣传发挥了一定的作用,预计明年会把定陵景区的地下宫殿也纳入到旅游年票的销售系统。