

万达牵手步步高扩张院线

北京商报讯(记者 卢扬 陈丽君)万达集团与步步高集团达成战略合作,双方将在院线、购物中心、电商等方面展开合作。其中,万达院线拟与步步高集团就万达影城的进驻进行全面的战略合作。万达院线将会就步步高商业的现有影城进行整体评估,并从技术升级、品牌管理、营运保障方面给予相应建议,为双方今后的深化合作打下基础。

万达院线曾表示,未来公司将继续专注影院经营,并计划通过收购兼并等方式增加影院数量。今年,万达院线仍在加速扩张国内院线市场,除了加快自建影院外,也收购了国内一些院线。据北京商报记者查阅资料发现,此次与万达集团达成战略合作的步步高影城主要集中在重庆、长沙、湘潭等二三线城市。

此次与步步高达成合作,意味着未来步步高影城可能会与万达捆绑运营,或者被万达收购,实现万达院线的国内扩张。北京大学文化产业研究院副院长陈少峰认为,国内院线市场还有开发的潜力,尤其是二三线城市,已经成为目前院线市场争夺的重点。

何炅出任阿里音乐COO

北京商报讯(记者 卢扬 陈丽君)阿里音乐昨日确认,何炅将加入阿里音乐出任首席内容官(COO)一职。至此,高晓松、宋柯、何炅“铁三角”正式出炉。

阿里巴巴此前表示,未来两大重要战略方向之一是文化娱乐。今年7月15日,阿里巴巴集团宣布成立阿里音乐集团,专注音乐领域,全面整合虾米、天天动听等阿里系音乐业务,高晓松出任董事长,宋柯出任CEO。具体分工方面,高晓松主要负责内容和战略,宋柯主要负责经营和管理。业内人士表示,何炅的加盟应该兼具名人效应和综合效应。身兼主持人、歌手、导演等多重身份的何炅,此次加盟可以带来更多的艺人、内容等资源,帮助阿里塑造明星歌手。

恒大音乐宣传总监王毅表示,阿里系和芒果系之前曾合作过“双11”晚会,何炅加盟阿里音乐后,湖南广电的泛娱乐音乐方面也可能向阿里倾斜,未来双方可能会以《我是歌手》这样的音乐综艺IP为基础,共同开发更多的音乐、演出、文化IP项目。

习酒欲借大单品破局全国市场

北京商报讯(记者 刘一博 朱欣悦)昨日上午,贵州习酒召开2016年全国经销商大会,会上总结了公司2015年工作以及2016年的发展规划。据会上透露,2015年习酒的销售业绩超过20亿元,同比增长20%以上,2016年销售目标是在今年的基础上保持增长20%以上,在省外打造一个亿级市场,培育两个5000万级市场。

据了解,习酒是区域性强势酱香型白酒品牌,其核心市场在贵州,主要瞄准婚宴市场,省外市场较为弱势。数据显示,贵州省平均每天就有60家宴席用酒选择习酒。习酒销售公司总经理杨云表示,习酒省外市场发展则相对缓慢,网络布局有待完善,而且品牌建设不系统,产品升级换代不能满足需求。

白酒行业分析师蔡学飞表示,习酒业绩主要依托于企业原有的产能释放,而并不是新的业务增长点的爆发,所以在销售逐渐趋稳后,必然需要拓展市场,如通过打造大单品突围全国,寻找资金的支持和利润上的突破。

网传百度外卖新一轮融资下月完成

北京商报讯(记者 闫文亮 郭诗卉)继新美大融资28亿元、饿了么获得阿里12.5亿元投资后,近日,一份疑似百度外卖的融资计划书在网上流传。据该计划书显示,百度外卖这轮融资从11月启动,拟募集资金3亿-5亿美元,将于2016年1月完成。

百度外卖在融资计划书中预计,外卖平台2015年整体交易额超过80亿元,而2016年的目标是交易额超过250亿元,日均订单100万单,单一配送人员日均派单20单;融资中40%用于平台建设,20%用于产品研发,20%用于品类拓展,20%用于市场推广。

据了解,百度外卖本次融资以“同城即时物流平台”作为卖点。今年1-10月,其月均流水增长为30%。其中,不使用百度物流的均单价为31元,使用物流的均单价达到49元。

去哪儿网换帅 谁是接任者

庄辰超出走已然成为定局,未来由谁接任成为业内关注的焦点。北京商报记者获悉,去哪儿网集团执行副总裁、无线事业群CEO谌振宇和集团执行副总裁、目的地事业群CEO张强都是庄辰超接班人的有力竞争者。到底谁将成为去哪儿网新帅?会给去哪儿网带来何种影响?归入携程系的去哪儿网又将如何定位自己?

对于去哪儿网新任CEO的消息,北京商报记者向去哪儿网公关核实此事,对方表示确实有去哪儿网新任CEO的消息,但未确认是否为谌振宇。

去哪儿网CEO庄辰超此前表示,未来中国所有的旅游公司都将成为无线公司。从庄辰超的观点中不难看出,去哪儿网对无线端业务十分看重。去哪儿

网三季度财报显示,去哪儿网三季度无线收入为9.755亿元,同比增长381.3%,占总营收的73.6%。同时,财报还指出,连续9个季度,去哪儿网无线端每季度的增速超过300%,无线业务的增长带动去哪儿网2015年三季度整体营收同比增速达164.4%。

值得注意的是,除了谌振宇,也有消息称去哪儿网新任CEO有可能是同为去哪儿网集团执行副总裁的张强,张强同时是目的地事业群CEO。

去年1月,去哪儿网成立目的地服务事业部,美团原高管张强出任目的地服务事业部总经理,并担任公司副总裁。今年9月,在去哪儿网进行组织架构重组的同时,晋升目的地事业群CEO张强为目的地事业群CEO,集团执行副总裁。去哪儿网在晋升张强时介绍道,在张强进入去哪儿网不到两年的时间里,帮助去哪儿网建立了强大的地推团队,签约数十万家酒店,铺设了近万人的地面推广兼职网络,而这样的团队被称为“铁军”。

在庄辰超出走几成定论的背景下,此次接任人选的消息传出,或许离谜底公布之日不远,有消息称去哪儿网将在1月1日公开新帅人选,但去哪儿网公关人士对此亦未确认。

携程去哪儿合并之后,双方原有业务将如何整合亦引人关注。在用户整合方面,庄辰超曾表示,目前去哪儿网还在探索与携程合作的方式,双方的用户有重叠的情况(用户同时使用两个平台),所以总用户数不是两家公司用户数相加,去哪儿网会想办法与携程共享库存以服务于这些重叠用户。

携程首席战略官武文浩表示,去哪儿的供应商平台十分出色,而携程与航空公司关系紧密,未来双方将确保资源共享,提高效率。劲旅网总裁魏长仁则指出,携程与去哪儿的机票业务之间竞争激烈,未来去哪儿的机票业务一定是携程整改的重点领域。

11月,去哪儿网在机票领域推出C2B的创新销售模式“穿山甲”,并计划

招募2000名“机票经纪人”。根据“穿山甲”的玩法,消费者选择价格,供应商后台“抢单”,去哪儿网从中做出价格指导,并对资源进行匹配。

“穿山甲”上线一个月之后,去哪儿网公布的数据显示,该平台的出票量已经占到了去哪儿网整体出票量的30%,其中,国际机票达70%,出票量环比提升25%,同比大增超过350%。易观分析师朱正煜认为,机票销售的中间利润越来越薄,如何扩大利润、合理分配资源成为关键,而“穿山甲”跳出了传统产品的分销模式,加上服务费等收费方式,可扩大交易规模,是个“厉害角色”。

在酒店领域,去哪儿网的低星级酒店是其优势。在携程今年三季度高管解读财报会议上,携程联合总裁兼COO孙洁表示,携程在中高端酒店部分十分强劲,而去哪儿网在三四线城市十分有竞争力,业务范围很广,所以双方的合作可以吸引更多用户。

北京商报记者 闫文亮 白帆

乐视明年20部新片主打细分市场

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)两天后就将正式进入2016年,各影视公司2016年发展战略也纷纷出台,其中乐视影业将以基于分众的IP运营模式推出20部电影,并推出多部重量级IP改编自制剧。此外,乐视还将与影院合作,将线上乐视会员与影院会员进行会员联名合作。

根据规划,乐视影业明年所推出的20部影片包括6部面向年轻观众青春电影、7部面向25-35岁白领观众的娱乐电影、2部面向文艺片市场的人文纪录电影,以及面向亲子观众的动画电影、面向全球市场的《长城》和3部好莱坞巨制电影。在全球化发展方面,乐视影业还发布了13个中美合作项目。乐视影业副总裁黄紫燕对此表示,在整体电影市场爆炸式增长的同时,国产电影市场空间仍然广阔,数据显示,在年轻观众市场、儿童观众市场、文艺青年及影迷市场,都有很大的开发潜力。

今年以来,国内票房迅速增长,在本月初就已破400亿元,并向440亿元迈进。值得注意的是,部分上映

影片虽然口碑分化,引起广泛争议,但票房却仍不断增加,其中最明显的就是《小时代》系列电影,而这与该电影有精准的受众市场有密切联系。在中国电影资料馆副研究员左衡看来,现阶段国内电影市场在扩大规模的同时也在逐渐深耕,各种各样的市场划分也已出现,分众基础已逐渐形成。分众影片能满足观众的多元需求,并保证影片有一定的观众群体,只是市场还不成熟。

除电影外,乐视影业明年还将制作超过30部自制剧,如《凡人修仙传》、《仙逆》、《茅山后裔》、《尸语者》、《午门囍事》等,并通过营销增值实现资本价值、版权价值、广告价值以及多产品价值。此外,乐视影业还准备将线上乐视会员与影院会员进行会员联名合作,共同打造联名会员厅,实现线上线下会员权益共享,届时联名会员将可免费观看乐视电影,同时还将获得超前影院点映、明星见面会优先参与等权益,会员厅也能获得乐视电影优先路演权,乐视生态内容免费在影院播放、LePar生态硬件体验等。

泸州老窖全年净利预增超50%

北京商报讯(记者 刘一博 朱欣悦)昨日晚间,泸州老窖发布2015年度业绩预告。据公告披露,公司全年盈利13.37亿-14.96亿元,比上年同期增长52%-70%;基本每股收益为0.95-1.07元。对此泸州老窖表示,业绩发生变动主要原因系收入和投资收益较去年同期大幅增长。

白酒营销专家晋晋峰表示,新任领导班子上台后,频频动刀产品体系,发布多项铁腕政策治理市场、收缩产品线,现在初步效果凸显,使销售业绩上扬。

据了解,自今年以来,泸州老窖采取了一系列措施,包括梳理产品线,清晰产品定位,明确国窖、窖龄、特曲、头曲、二曲五大核心单品,除五大核心产品外,停产带“泸州老窖”的产品,以确保核心产品的有利地位和利润。与此同时,严格管控、清理开发条码,强势提价百元以下的经销产品,清理经销商团队。据悉,泸州老窖将产品条码由3000多个缩减至900多个,且缩

减的开发品牌主要集中在100元以下的价位段。

白酒行业分析师蔡学飞指出,泸州老窖业绩增长一方面由于砍掉了利润低的产品,另外对部分产品提价以提升利润率。此外,公司之前为了赚取短期利润,对经销商管控不严,而经过调整,清理了部分中低端经销商,将资源向核心经销商体系倾斜,保护后者利润。从目前的业绩看来,泸州老窖的政策适合企业自身发展和行业的形势。

据悉,茅台、五粮液也相继对外宣布完成了全年销售目标。业内人士指出,白酒行业呈现弱复苏趋势,市场环境的好转也影响到酒企的销售业绩。

此外,泸州老窖宣布了聘任张宿义为公司副总经理的任命,公开资料显示,张宿义曾任泸州老窖酿酒有限责任公司酒体设计中心主任、副总经理,有业内人士猜测,此次的任命释放出一个信号,即泸州老窖或将加快旗下新产品的研发速度。

锦江经济型酒店品牌继续低迷

北京商报讯(记者 闫文亮 郭白玉)锦江股份昨日发布有限服务型连锁酒店11月部分经营数据简报,数据显示,11月经济型酒店继续低迷,中端品牌相对理想。

根据公告,锦江都城公司旗下锦江之星、金广快捷、百时快捷三经济型酒店品牌11月平均出租率及RevPAR均较上年同期下降,锦江之星平均出租率自去年同期81.58%下降到今年的75.39%,金广快捷对应的数据分别是58.3%和51.05%,百时快捷对应的数据分别是62.71%和53.56%。同整个市场大环境一致,在经济型酒店品牌业绩继续低迷的同时,锦江都城公司中档酒店品牌锦江都城相应数据均有所上升,其中RevPAR增长5.9%。

锦江内部人士坦言,市场环境确实是目前全行业低迷现状的原因之一。高成本和中档酒店价格下沉带来的压力使得经济型酒店双面受压,经济型酒店多着眼于成本的压缩,而非品质的提升。“事实上,对于10-20元的房价差别,客人并没有那么敏感,但体验则直接决定其下回是否继续选择该酒店甚至是该品牌。”

世博广告千万资金增持云南旅游

北京商报讯(记者 闫文亮 张致宁)云南旅游昨日发布提示性公告,称已于12月25日收到公司股东云南世博广告有限公司(以下简称“世博广告”)的通知,世博广告计划在未来3个月内增持公司股票,增持金额不低于人民币5000万元,不超过7000万元。

据了解,此次计划增持前,世博广告以第三大股东的身份占公司发行总股份的5.5%。除此披露的千万资金增持云南旅游外,今年12月22日,云南旅游第五届董事会第二十二次(临时)会议审议通过,公司拟以不低于10.63元/股的价格非公开发行股票,募集资金不超过13.7亿元,世博广告以1.3亿元现金参与本次发行认购。

根据云南旅游早前披露的公司三季报显示,今年前三季度公司实现营业收入8.28亿元,同比增长71.43%,营业利润5293.71万元,较去年同期-75.71万元增加5369.42万元,实现净利润4564.89万元,同比增长291.69%。对于业绩增长的原因,云南旅游方面表示,主要是由于报告期内公司园区经营、旅游交通、会议酒店等经营业务的正常开展,以及云南旅游的控股子公司江南园林有限公司纳入合并范围所致。

① “三禾” 标识

北京 稻香村

② “北京” 字样

购买北京稻香村产品请认准“三禾”标识; “北京”字样;

生产厂家: 北京稻香村食品有限责任公司食品厂。

地址: 北京市昌平区北七家镇工业科技园区

网址: www.daoxiangcun.com 咨询电话: 84043305