

古井贡酒拟收购黄鹤楼酒业股权

北京商报讯(记者 刘一博 朱欣悦)昨日晚间,安徽古井贡酒股份有限公司发布重大事项提示性公告。公告披露,根据发展战略需要,近期与武汉天龙黄鹤楼酒业有限公司(以下简称“黄鹤楼酒业”)进行了接洽,就收购黄鹤楼酒业股权事项达成初步意向,公司拟于近期对黄鹤楼酒业开展尽职调查和审计评估等工作。

据了解,黄鹤楼酒业历史悠久,在1984年和1989年蝉联第四届、第五届“中国名酒”称号。1992年,黄鹤楼酒厂改制为武汉黄鹤楼酒业集团。2003年,武汉天龙投资集团有限公司投入2.4亿元,收购原国有黄鹤楼酒厂,在此基础上资产重组组建黄鹤楼酒业。目前占地100多亩,拥有武汉、咸宁、随州三大基地,员工2000余人,百年以上的窖池1000余口。据公开数据显示,2013年,黄鹤楼酒业业绩增长29%,销售额突破10亿元。北京商报记者了解到,武汉天龙投资集团有限公司成立于2002年9月,注册资本1亿元人民币,总资产6亿元,净资产达3.8亿元,主营业务为现代农业与农产品深加工。

白酒营销专家肖竹青指出,黄鹤楼酒业的历史悠久,在当地具有很高的知名度,是极具价值的区域性品牌,其无形资产远远高于有形资产,投资回报率较高,并且现处于酒业低谷期,古井贡酒在此时收购股权较为划算。

白酒行业分析师蔡学飞表示,古井贡酒在逐步推进省外市场,通过收购黄鹤楼酒业的股权,能够建立省外市场的支撑点。同时,黄鹤楼酒业或将借助古井贡酒的优势资源,改善现有的营销状态,双方能够达到共赢。公告同时指出,此次股权收购需要履行尽职调查、审计评估、商务谈判和相应的决策审批程序,存在很大的不确定性。

伊秀寿司挂牌新三板

北京商报讯(记者 陈杰 郭诗卉)昨日,上海伊秀餐饮管理有限公司(以下简称“伊秀寿司”)发公告称,该公司股票于昨日起在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让,证券简称为伊秀股份,证券代码为835914。

伊秀寿司在《公开转让说明书》中披露其2015年上半年、2014年及2013年的营业收入分别是7434.83万元、12565.19万元及10582.2万元。伊秀寿司还表示挂牌后将投资3000万元资金进行跨区域门店开设,其门店将延伸至华东、华南及华北地区的主要城市,并计划在三年内使其门店数量实现翻倍。此外,伊秀寿司还将围绕日式料理,针对不同消费水平推出三个新品牌,分别为以寿司为主的高端餐厅,目标价位在人均150—200元;第二个品牌为以鳗鱼为主的快餐休闲餐厅,目标价位在人均80—100元;第三个品牌为以外带为主的外带餐厅,目标价位在人均50元以下。

据悉,伊秀寿司以日式料理及简餐服务为其主营业务,截至去年6月,该公司共开设14家直营门店,主要分布在上海,此外,伊秀寿司还于2014年投资创办了全资子公司深圳伊秀餐饮管理有限公司。伊秀寿司将年轻白领锁定为目标客户群,其客单价在90—100元。

首富作家江南获投资成立新公司

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)写作出版了《此间的少年》、《九州缥缈录》等知名作品的作家江南如今又有了一个新身份,即北京灵龙文化发展有限公司(以下简称“灵龙文化”)总裁。昨日,灵龙文化正式对外宣布成立,并获得奥飞娱乐约1亿元的首轮投资,该数额创下目前国内作家公司中首轮投资最大数额的纪录。

江南是我国知名作家,并位于中国作家富豪榜首富,其代表作《龙族》系列以每本超250万册、整体超1500万册的业绩创下我国图书出版业的多项纪录,并获五个一工程奖。而此次江南成立的灵龙文化,则将致力于畅销作品的创作、剧本改编、影视研发和游戏授权,同时涉足VR内容开发领域,多个产业齐头并进,而江南所拥有的包括《九州缥缈录》、《龙族》等作品均将通过灵龙文化进行影视化呈现。

据江南介绍,灵龙文化作为一家作家公司,会继续和作家们进行合作,且公司在成立之初就已提出“作家签约战略”,将旗下作者签约的代理费降低到象征性的1%,使原创作家能够获得创作动力,并拥有较好的创作环境。与此同时,灵龙文化会将旗下的优质IP进行打磨,形成全产业链模式,“其中影视是灵龙文化今年要深耕的方向之一,目前有两部尚未对外公布的作品已经开工,而灵龙文化在影视领域所扮演的角色是前期制作和投资者,后期宣传也将深入参与。而在其他方面,今年将有一款F级的手游出现,同时灵龙文化还会在北京或者是上海落地一家VR的体验馆,用来作为虚拟个人的先导尝试”。

厄瓜多尔将对中国游客免签

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 左靖远)厄瓜多尔外交部日前宣布,从今年3月1日起,将对中国游客单方面实施免签证政策。届时,厄瓜多尔将成为第53个中国公民免签证落地签目的地国家(塞拉利昂因今年1月28日暂停对华落地签而未计入内)。

厄瓜多尔外交部官方公告称,考虑到厄中之间的紧密友好关系,以及为两国日益频繁的人员交流提供便利,厄瓜多尔决定从今年3月1日起,对赴厄旅游、探亲或从事非营利性活动的中国公民可免签入境、出境、过境厄瓜多尔。从第一次入境日期开始一年之内最多可在厄瓜多尔免签证停留90天。

据了解,去年1月,厄瓜多尔总统科雷亚在对华进行国事访问期间,厄中双方签署了两国游客相互免签证的协议。但目前厄瓜多尔国民议会对该协议的审议尚未通过完成,两国已签署的互免签证协议还不能完全落地。

而此次厄瓜多尔单方面对中国游客免签,中国驻厄瓜多尔大使馆表示,此次厄瓜多尔政府决定给予中国公民免签证入境90天待遇属于临时性政策,有效期将截止到两国已签署的签证互免协议生效之日。此外,厄外交部另在公告中提示称,有意在厄瓜多尔境内逗留时间超过90天或从事非旅游目的的中国公民仍需在入境前申请签证。

截至目前,中国公民免签或落地签的目的地国家或地区达53个,其中单方面允许中国公民免签入境的国家或地区为12个,单方面允许中国公民办理落地签证和互免签证的国家或地区分别为34个和6个。

# 众信借收购华远联姻携程

## 形成利益共同体 行业格局悄然生变

昨日,众信旅游(002707)宣布与北京华远国际旅游有限公司(以下简称“华远国旅”)达成战略重组意向,而此次重组后作为华远国旅控股股东的携程也将成为众信旅游的重要股东,此次众信旅游拟收购华远国旅100%股权,就在重组的同时,也形成了众信—携程这样一个线上线下联合的旅游新势力。在业内人士看来,线下旅行社巨头与大型OTA之间进行整合已经成为趋势,未来将会形成线上线下多强争霸的新格局。

### 众信收购华远联姻携程

众信旅游在公开宣布与华远国旅达成战略重组意向的同时,也于昨日晚间发布公告披露此番收购的具体金额。众信旅游公告显示拟收购华远国旅100%股权,交易作价26亿元。后者2014年和2015年营业收入分别为6.4亿元和24.2亿元,其中2015年较2014年营业收入大幅增长。在利润方面,华远国旅2015年利润总额达到5900多万元。众信旅游方面表示,与华远国旅成功握手后,众信旅游与华远国旅将实现在产品设计、上游资源采购和下游客户资源的共享,同时巩固并扩大出境游业务的市场份额。

值得注意的是,本次交易之前,携程持有华远国旅38.07%的股权,而此次众信旅游100%收购华远国旅之后,不考虑配

套融资因素,上海携程将持有众信旅游5.72%股份。业内人士指出,实际上众信旅游与携程是通过换股的方式进行了联姻。北京商报记者还了解到,携程与众信旅游已签署战略合作框架协议,同时未来如果携程拆分其度假板块并对外独立融资,众信旅游也有望成为携程可能拆分的度假板块的重要股东,双方在股权关系、业务合作方面将展开更加深层次的战略合作。众信旅游方面还表示,在度假旅游板块后续的并购投资活动中,众信旅游与携程还将加强沟通,探索深度合作机会。此外,作为华远国旅的股东,中信产业基金本次重组后也将成为众信的重要股东,双方后续将在资本层面进行更多合作。

### 行业再现强强联合

对于此番联姻,众信旅游方面明确指出,众信旅游、携程、华远国旅、中信产业基金将共创出境游大时代。携程方面亦指出,这一合作将巩固携程出境游市场地位。据了解,众信旅游和华远国旅在出境游方面优势明显,而携程近来也一直强调对出境游市场的看重,通过此次巨头间的联姻,出境游格局将会受到明显影响。不过,携程相关负责人则指出,与众信旅游的布局只是携程在旅游目的地布局的一部分,未来,携程将会在更多出境游国家布局。

### 公司研究

## Company research

# 受益票房暴涨 IMAX在华利润大增近七成

北京商报讯(记者 卢扬 陈丽君)IMAX中国(HKSE:1970)日前公布上市以来的首份全年业绩财报,2015年全年IMAX中国收入为1.106亿美元(约合人民币7.3亿元),同比增长41%,经调整后利润为4340万美元(约合人民币2.8亿元),同比增长66.9%。

截至去年12月31日,IMAX在全球67个国家共有1061家IMAX影院。IMAX中国总院线增至307家,占据1/3,其中在中国内地影院数量超过290家。2013年,IMAX与万达院线扩大合作,在2011年原有协议的基础上再签订至少40座、最多达120座新的IMAX影院的新合作战略。至此万达院线已经成为IMAX全球最大的院线合作伙伴。2015年IMAX还与上海电影及旗下上海联和院线、星美院线、幸福蓝海、横店影视等院线达成合作协议,这也进一步扩大了国内IMAX的数量。

数据显示,去年国内电影票房屡破记录,中国内地共上映31部IMAX影



片,其中8部为华语影片,年底上映的国产影片《寻龙诀》则获得2800万美元IMAX票房,打破之前暑期档《捉妖记》的2700万美元票房纪录,问鼎IMAX华语片票房。此外,4月上映的《速度与激情7》IMAX票房约3900万美元,打破中国IMAX影片纪录。

“电影大盘增长、国内电影发展形势的利好,直接推动巨幕市场的持续增长。电影消费的不断成熟,让消费市场更细化,看《变形金刚》、《阿凡达》等的巨幕效果要远远好于普通银幕,当普通消费成为常态后,分类需求就应运而生,选择高端的观影体验也

# 华谊将叶宁纳入麾下 重仓影视板块

北京商报讯(记者 卢扬 陈丽君)昨日,华谊兄弟发布公告表示,经华谊兄弟传媒股份有限公司(以下简称“华谊兄弟”)决定,任命叶宁于2016年3月1日开始担任华谊兄弟电影有限公司(以下简称“华谊兄弟影业”)CEO的职位,全面负责公司电影及电影院相关业务的管理和运营。同时,公司决定任命叶宁担任华谊兄弟副总经理的职位,并提名其为公司董事候选人。

2月17日,万达院线前灵魂人物叶宁出走的消息坐实后,其离职后的去向也成为关注的焦点。据华谊兄弟方面表示,此番向离职万达的叶宁抛出橄榄枝并最终达成共识,或许只是华谊兄弟“新人才战略”的一个开端。

叶宁于2002年加入万达集团,2008年出任万达院线总经理,2013年任万达文化集团副总裁,成为文化产业主将之一,2014年任五洲电影发行有限公司董事长。任职期间,叶宁曾统筹策划、制作和出品了《寻龙诀》、《唐人街探案》等多

部在华语影坛极具影响力的电影作品。其所带领的五洲发行公司,在2015年以67.6亿元的票房成绩首登民营发行公司榜首。

对于叶宁为何放弃万达院线投向华谊的原因,业内分析,尽管万达院线工作环境和条件都具有很大优势,而且万达董事长还在之前2015年报告中点名表扬了叶宁,但万达更重视体制的力量,不太重视个人,尤其在利益分配上存在问题,在面对利润高、发展快的影视行业时,内部的晋升机制和奖励机制反而显得陈旧。而且另一位高管新闻集团前全球资深副总裁高群耀的加入,也让叶宁受到一定的约束。

与万达不同的是,近年来华谊提出“去电影化”战略,王中磊更希望全身心做资本,做大华谊版图,在这种背景下,叶宁作为影视行业的高端人才也能接替王中磊管理华谊兄弟电影业务。而且,提名叶宁为董事候选人也看得出华谊兄弟对人才的重视。

# 去年收入涨3.3% 北京餐饮业缓慢回暖

北京商报讯(记者 陈杰 郭诗卉)昨日,中国烹饪协会发布《2015年中国餐饮市场分析报告》显示,尽管去年全国餐饮市场回暖明显,全国餐饮收入以32310亿元、同比增长11.7%的数据收官,中国餐饮行业正式迈入3万亿时代,但各区域的回暖状况差异明显,喜忧参半,其中北京地区以3.3%的增幅在报告所列的地区中位居倒数第二。

报告显示,受经济形势和政策影响,各地餐饮市场也都遭到不同程度的冲击,云南、新疆、浙江、重庆等多地政府相继出台促进餐饮业发展的扶持政策。从目前已公布数据的省市来看,各地餐饮市场回暖情况喜忧参半,2015年近一半省市餐饮市场增长速度高于全国平均水平,但是,也有安徽省、海南省、甘肃省、江西省、山西省等地餐饮发展增速放缓,有的甚至低于上年同期五六个百分点,市场恢复前景堪忧。

值得注意的是,在《报告》所公布的28个地区中,北京地区餐饮收入仅以3.3%的同比增长排在倒数第二名,远低于全国餐饮收入同比增长11.7%的平均水平。对此,中国烹饪

协会副会长冯恩援表示,北京地区在2012年之前的餐饮收入基数较高,其中公款消费所占比例过大,尽管去年增速仍然缓慢,但相较前两年的负增长已是止跌反增。此外,随着公款消费比例的减少,北京餐饮市场的消费结构由之前的高端餐饮向大众餐饮转变,餐饮消费市场逐渐开始回归理性,消费者不再只追求原来的新、奇、怪,而是更加注重餐饮企业的产品质量、服务质量、营养状况以及食品安全卫生等。其次,北京地区的房租、人力等成本持续上升也在加重北京地区餐饮机构的成本压力。

冯恩援同时表示,在大众餐饮成为餐饮消费主力军的新常态下,北京地区未来仍然有很大发展空间。首先,餐饮市场正在形成多层次、多样化的消费格局,中等收入人群、女性、营养、互联网等新兴餐饮业态增量明显。此外,社区老年餐饮仍然是一片有待开发的蓝海餐饮市场,从旅游市场来看,北京地区的旅游产业仍然以景点旅游为主,还没有形成美食旅游的业态,这也是北京餐饮市场未来的发展机遇。

值得注意的是,携程与众信旅游的联姻也体现出线上巨头与线下巨头融合的趋势。易观分析师朱正煜指出,一方是OTA向线下渗透,一方是线下企业转型难需要依靠线上平台。有分析认为,从携程方面来说,线下的资源一直是携程布局的关键。而众信旅游方面也指出可在与穷游、悠哉战略合作基础上,在出境游平台这一业务核心及出境服务各平台上与携程深化业务合作内容,进一步拓展C端和B端渠道。

此外,旅游行业批零一体化趋势也更加明显,朱正煜认为,众信旅游在旅游产品批发和旅行社方面的优势明显,但在如今的旅游市场中,以批发为主的企业容易被边缘化,因此要将批发优势转化为零售,而携程就是一个很好的流量端。不过,众信旅游寻找流量端并非首次。此前众信旅游收购悠哉便是众信从线下向线上渗透的举措,然而,通过一年的发展,悠哉并未给众信旅游带来实质性的进展,因此,在传统旅行社自建网络平台式微之际,强强联手也成为线上线下融合的另一方式。

### 旅游集团各霸一方

实际上,不论是出境游还是线上线下的融合,已经付诸实践的并非仅众信旅游和携程。去年7月,万达以35.8亿元投

将成为必然。”保利影业投资有限公司公共事业部总监刘建峰告诉北京商报记者。

事实上,目前IMAX在中国占领了六成以上的巨幕市场,刘建峰表示,“尤其是IMAX与万达全面合作之后,借助万达商业项目和体系的成熟,IMAX的嫁接和扩张很迅速。巨幕已经成为院线竞争的首要因素,但未来巨幕的发展还要看院线的发展速度和布局,以及二三线城市的发展格局”。

目前巨幕市场已经形成IMAX的万达系、POLYMAX的保利系、中国巨幕的中影系等,相比IMAX,保利巨幕、中国巨幕等国内自有品牌的低成本是一大优势,如果国产巨幕的造价在300万元,IMAX就需要七八百万元甚至更多,但国内品牌与IMAX呈现的数字放映最终效果差距不大,加上国内巨幕以及整个电影市场的快速发展,未来的巨幕竞争将更加激烈。 CFP/图

## 途牛去年净收入76亿元 同比翻倍

北京商报讯(记者 陈杰 白帆)昨日,途牛旅游网公布了2015年四季度财报和2015年年报,其中,四季度途牛净收入为19亿元,2015年的净收入则为76亿元。

报告显示,途牛在2015年四季度的净收入和2015年整年的净收入同比分别增长104.1%和116.3%,跟团游、自助游也实现了100%左右的增长,其中跟团游的收入是最主要的部分。

数据显示,途牛四季度跟团游收入为18.044亿元,2015年整年的收入为74亿元,是途牛最主要的收入来源。对此,途牛财报指出,跟团游的增长主要是因为欧洲、东南亚、日本、北美等出境目的地以及国内旅游收入的快速增长。而在自助游方面,途牛2015年四季度的收入达5220万元(以净额确认),同比增长82.4%,从全年来看,途牛在自助游领域的收入为1.942亿元(以净额确认),同比增长108.5%。

对于自助游的增长,财报指出这一增长主要源于国内、一些境外海岛和日本等地的旅游收入的增长。

值得注意的是,途牛四季度其他收入方面的数据十分抢眼,较2014年同期增长434.3%,达4730万元,2015年的其他收入则同比增长344.2%,达1.277亿元,与自助游收入几乎持平。另外,途牛目前全国共有170家区域服务中心,而四季度直采比例也达到交易额30%。不过,途牛2015年四季度仍然亏损,毛利率也同比有所下降。数据显示,2015年四季度途牛净亏损达5.495亿元,2014年同期净亏损为1.68亿元。而综合2015年各个季度,途牛净亏损达14.624亿元,2014年同期仅为4.479亿元。