

外国人在京可网约办签证

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 左靖远)为进一步为外国人在京工作、生活提供便利,今日起,北京市公安局出入境管理局依托北京市公安局民生服务平台,在“出入境管理办事大厅”推出外国人签证证件、外国人口岸签证网上预约服务。

据了解,预约服务从今日开始正式启动,外籍申请人可登录首都之窗北京市公安局民生服务平台上的“出入境管理办事大厅”,选择“外国人签证证件办理”栏目预约申请签证证件。申请人可以提前在网上填写个人信息及申请签证情况,获取相应须知,打印申请表格,预约办理时间,在约定时间内到出入境接待大厅(安定门东大街2号)专设窗口递交申请,减少现场办理时间。

需要注意的是,申请人在预约申请后,须打印具有互联网预约条码的《外国人签证证件申请表》,并持该表及相关材料现场递交申请。此外,网上预约办理签证证件的外国人,须在办理有效住宿登记后进行预约。

另外,口岸签证预约是针对应外交部授权的单位及在口岸签证部门备案的在京单位的邀请,因紧急商务、工程抢修等事由入境,来不及在中国驻外使领馆申请签证的外国人,申请人可在首都之窗北京市公安局民生服务平台“出入境管理办事大厅”、“外国人来华口岸签证网上办理系统”预约申请口岸签证。申请人如实填报个人信息并审核通过后,前往首都机场口岸出入境办证室(首都机场T2、T3航站楼)现场递交申请。出入境管理局将根据实际情况为申请人签发贸易(M)或访问(F)签证。

市公安局出入境管理局表示,将及时汇总申请人的意见建议,评估成效,不断调整、完善出入境服务平台体系。

途家战略合作如美家

北京商报讯(记者 陈杰 白帆)记者昨日获悉,途家网与全球短租管理预订平台如美家(Roomorama)达成战略合作。目前双方已经开始对接资源,首批接入的是东南亚旅游目的地房源。

据悉,总部坐落在新加坡的如美家,业务涉及全球,拥有专业管理、可以即时预订的房源30万套,在美国、德国、菲律宾等地均设有分公司,而途家网的业务也覆盖中国内地288个目的地,同时随着在境外的布局,海外及港台地区的房源也分布在1025个目的地。对于此次合作,途家网联合创始人兼CEO罗军认为,在中国出境游市场快速增长的情况下,途家与如美家的合作是一种顺势之举。如美家CEO Federico Folcia亦表示,“随着中国出境游市场的爆发式增长,游客变得更加自主和理性,相对于千篇一律的传统酒店,他们更倾向于选择个性化的住宿方式。相信途家与Roomorama的合作会产生一连串的协同效应”。

国家旅游局的统计数据显示,2015年中国公民出境旅游1.2亿人次,旅游花费1045亿美元,同比分别增长12%和16.7%。在此背景下,中国出境游的广阔市场备受业内关注,除了旅游巨头关注之外,在垂直细分领域立足的短租行业也逐步开展出境游市场,罗军在去年接受北京商报记者采访时就指出,途家将不断布局境外。

桂林旅游重归国资管辖

北京商报讯(记者 陈杰 张致宁)桂林旅游日前发布《桂林航空旅游集团有限公司成立出资协议之补充协议二》(以下简称《补充协议二》)的公告。公告显示,海航旅游集团、桂林旅游发展总公司、桂林市临桂新区城市建设投资有限公司、桂林经济建设投资总公司达成股权变更意向,此前已经完成非国有企业转身的上市公司桂林旅游将重新回到桂林市国资委全资控股的桂林旅游发展总公司名下。

据了解,2014年6月,上述4家公司签署《桂林航空旅游集团有限公司成立出资协议》,成立桂林航空旅游集团(以下简称“桂林航旅”)。桂林航旅注册资本25亿元,其中海航旅游持股65%,桂林旅游发展总公司以上市公司(桂林旅游)18%的股份作为出资参股桂林航旅,并持有桂林航旅16.32%的股权。通过这一资本运作,桂林旅游的第一大股东变更为由海航控股的桂林航旅。彼时,国信证券的研报分析,桂林旅游的股东易主有两大积极意义,一方面是治理机制有望获得改善契机,另一方面,为桂林旅游的中长期资本运作提供想象空间。同时,桂林旅游旗下的核心景点资源未能有效整合使得经营业绩不佳也是易主的原因之一。

除此以外,《补充协议二》中提到,在本轮协议签署后,海航旅游将不再单方面谋求通过二级市场增持、关联交易、一致行动人协议、定向增发等任何方式成为桂林旅游股份有限公司第一大股东或实际控制人。对此,国泰君安发布的公告点评中指出,尽管控制权重新回到桂林市政府方面,但是海航仍然是公司战略的重要投资者,可以在要素资源层面和服务层面布局,以及借助资本实力深挖桂林旅游资源。同时,地方政府不愿放弃上市公司控制权,也体现了对资本运作平台的重视,未来不排除将桂林旅游作为旅游资源整合平台的可能。

日本环球影城将建马里奥公园

北京商报讯(记者 陈杰 张致宁)据报道,日本环球影城将投资3.5亿美元(约合人民币22.8亿元),在日本环球影城大门口左手边新建马里奥主题公园,计划在2020年前投入营运。就在上个月,日本环球影城方面表示,由于去年收购该公司的美方企业康卡斯特在收支方面出现困难,拟放弃在冲绳新开主题公园的计划。

据了解,马里奥主题公园目前还没有正式命名,不过有业内人士分析,马里奥公园或与2014年建成开园的“哈利·波特魔法世界”相类似,都是通过拥有庞大粉丝基础的国际动漫主题IP进行转化落地,对于这样的主题公园来说,可谓是一“出生就风华正茂”。据了解,“哈利·波特魔法世界”共耗资450亿日元(约合人民币27.5亿元),在开业当天,约有3000名游客在景区外排起长队等候。

“在哈利·波特魔法世界”主题园区开园一年后,日本大阪环球影城在原有实景娱乐项目的基础上引进了3D影像技术,使游客能够体验到更为逼真的电影世界。一些主题公园迷认为,如果马里奥主题公园最终以“哈利·波特魔法世界”模式打造,那么不仅马里奥主题公园会出现真人版的马里奥人物角色,同时参观者也可以体验到儿时游戏中出现的拯救桃子公主或者在蘑菇王国中散步的情景。

《叶问3》的资本游戏

多家影院现票房造假

日前,有大量网友曝光各地影院《叶问3》售票的异常情况,黄金场次座位全空,反倒是深夜场次第一排和最后一排的票被售空。根据网友截图,中国国际影城(光谷天河店)在3月6日凌晨先后间隔不到6分钟,同一影厅内就上演了两场《叶问3》,而且票价高达203元。此外《叶问3》还存在大量“幽灵场”,即午夜场、早场等冷门时段电影票却售罄。

类似情况在十几家影院先后上演,包括北京耀莱影城西红门店、美嘉欢乐影城三里屯店、UME影城北京双井店及华星店等北京地区影院。此次票房造假事件中涉及到中影、星美、华谊、太平洋、UME、耀莱、CGV等大型连锁影院,业内分析片方和影院联合造假票房的意图非常明显。

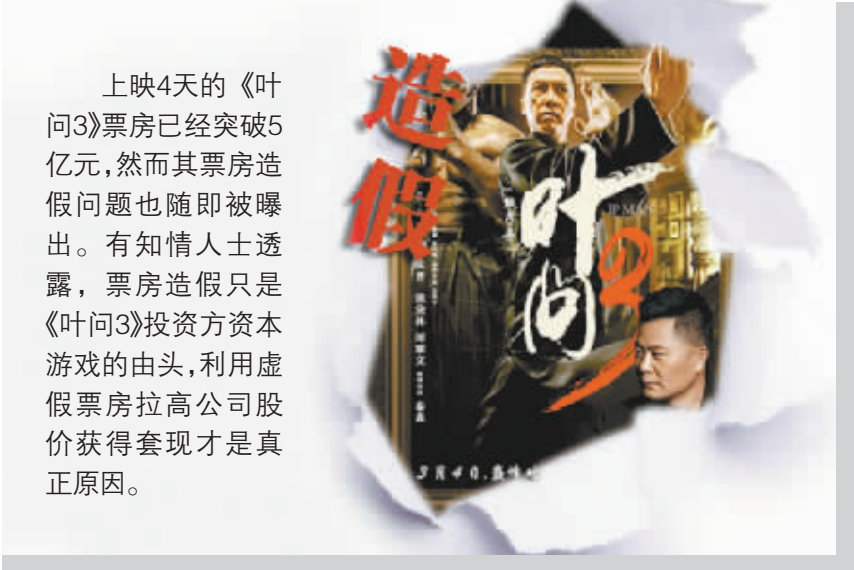
乐正传媒研发与咨询总监彭侃认为,此次《叶问3》买票房的手法并不新鲜,但是做法却很露骨。对于投资方而言,因为首周票房很关键,直接决定后期影院的排片,花钱买票房能为电影宣传营造势,对于院线而言,或许能争取到第三方补贴,包括3D影片票房收入超过5000万元就有基础补贴资金100万元的政府补贴或者是在线票务平台的其他补贴等。

造假背后的资本游戏

事实上,此次《叶问3》买票房只是个由头,通过操纵票房《叶问3》背后最大的投资方快鹿集团实际上在玩一场资本游戏。

去年10月底,以苏宁为首的众筹平台就上线了《叶问3》的项目融资,最终该项目获得融资4000万元。北京商报记者调查发现,快鹿集团旗下当天财富、当天金融等在线平台也以不同形式发起了

上映4天的《叶问3》票房已经突破5亿元,然而其票房造假问题也随即被曝出。有知情人士透露,票房造假只是《叶问3》投资方资本游戏的由头,利用虚假票房拉高公司股价获得套现才是真正原因。



《叶问3》的项目融资。彭侃表示,“电影众筹可以利用手段规避风险,不仅能获得资金支持,还能给电影做宣传”。

仔细研究也可以发现,《叶问3》调档上映事件就颇有味道。原本定档去年12月31日上映的《叶问3》却因为投资方的原因调档到今年3月,但12月热门档期的票房体量远大于3月票房淡季。对于临时调档,有知情人士透露,主要是要配合投资方快鹿集团控股的A股上市公司神开股份和港股上市公司十方控股的动作。事实上,这两家公司在电影未上映时,已经先后以保底发行名义投入近1.6亿元的资金,保底目标为10亿元。2月23日,十方控股与合禾影视订立电影投资协议,以约1.1亿元人民币收购《叶问3》中国内

地55%票房收益权。2月24日神开股份也押宝《叶问3》,“突击”设立基金投资,参投4900万元获得票房收益的分配权,这也意味着根据最终票房,神开股份有望获得8%—18%的年化收益率。如果票房突破10亿元,神开股份就有望获得数百万元的分红。这一消息的发布,令神开股份股价顺势涨停。

有业内人士表示,除了通过“左手倒右手”的保底发行能获得1.6亿元的收益外,快鹿集团还在众筹中获得融资和宣发效果,以及通过“讲故事”促使业绩不佳的石油类公司神开股份大涨。从以电影项目发起P2P众筹,到两大公司10亿元保底发行,这其中的操控者都是快鹿集团的控股公司,而作为快鹿的董事局主

席,也是影片幕后操盘手《叶问3》总制片人的施建祥,在资本运作方面的功力也足见深厚,未来好莱坞影片《大轰炸》也将经过他发行。

总局严打假票房

业内人士表示,看似高明的资本运作手段并不会给电影带来良好的市场反馈,随着事件逐步曝光,神开股份的股价也遭遇下跌,电影口碑亦受到严重影响。“该行为不仅欺骗消费者,还误导量观众。尤其打压了后期上映的中小成本的影片,对于这类有好内容,却没有资本手段宣发的电影而言是很不公平的,而且,这种作假的虚假繁荣状态对于电影行业是一种泡沫,会对未来跨界到影视行业的企业和资本带来极大风险。”彭侃称。

最新消息显示,相关政府部门已经约谈了《叶问3》的主要负责人,表示将严肃处理此事。而为了维护电影市场秩序,日前国家新闻出版广电总局在全国开展电影市场专项治理工作期间也指出,个别影片、部分影院在某个时间节点上出现了虚假排场及注水票房现象,对蓬勃发展的中国电影产业构成了严重干扰。总局重申,对采用违规手段获取的票房,全国电影票务综合信息系统及各票务平台将不予统计,不予承认,对已经计入平台的票房数据将予以剔除,责令参与该行为的制片方、发行方、票务方、院线及影院立即停止不正当营销行为,并将视其情节轻重,依法依规予以处理;同时,对造成严重不良后果的机构,将对其准入资格重新核准。业内人士指出,在总局的严厉表态下,相关整治工作将启动,针对市场乱象也将展开“大扫除”。

北京商报记者 卢扬 陈丽君/文 代小杰/制图

3.15
调查

饿了么擅提商户餐品价格搂差价

北京商报讯(记者 陈杰 郭白玉)有消费者日前曝光,满记甜品大众点评外送价格比堂食价格贵30%。北京商报记者查访发现,该满记甜品门店是大众点评同步自饿了么的商家,但该商户明确否认自己与饿了么存在合作。而且此类事件在饿了么平台上并非个例。

有消费者日前在网络上反映,在大众点评上点满记甜品上海越洋广场店外送餐品价格相较该店堂食价格贵30%。北京商报记者从网友曝光的图片上看到,该网友点的蓝莓梦幻、芒果双皮奶、白雪黑珍珠3款餐品,外送价格分别是41元、38元、36元,而相同的商品堂食的价格分别是31元、28元、29元。这3款商品,如果不计外送的餐盒费和外送费,外送价格高出堂食27元,贵出30%。

大众点评外卖相关负责人随后表示,已确认该商户存在问题,已经下架商户,并表示该商户是同步自饿

了么。据悉,此前大众点评战略入股饿了么,双方共享商户数据,整合外卖服务。

不过北京商报记者从满记甜品上海越洋广场店了解到,事实上这家门店此前并未与饿了么有正式合作。该门店工作人员表示,这种情况可能是饿了么将门店挂在外卖平台上以赚取餐品门店正价和平台外卖价格之间的差价。有商家就表示,尽管希望能够通过外卖平台接入更多的客源,但希望能够以正常合作协议程序进行。“事后可能涉及产品权责,这是最难说清楚的。”该商户还表示,消费者在消费后关于餐品的所有评价全部是针对商家的,这对商家来说也是非常有风险的,尤其是平台擅自加价,直接伤害了商户的品牌。

无独有偶,有北京消费者向北京商报记者投诉,自己在饿了么上也遭遇和上述案例相似的情况。北京许留山鲁谷田村—万达店在饿了么上外送

的价格也高出堂食价格不少,在饿了么上可以看到,北京许留山鲁谷田村—万达店的多芒小丸子价格是44元/份、芒果班戟是19元/份,然而记者从门店工作人员处了解到,门店的价格分别是38元和16元。

对于饿了么上餐品价格更高的情况,北京许留山鲁谷田村—万达店工作人员表示,饿了么在店内拿取餐品的价格就是门店的正价,对于饿了么取完餐品后的外送定价以及是否有折扣,是否存在通过赚取差价获得盈利,门店并不知情,事情也与门店无关。该工作人员同时透露,其实饿了么也并非会直接加价售出,他们也会给消费者相应的折扣。有业内人士表示,按照这种模式,实际上饿了么存在提高价格给出虚假折扣的情况。“事实上,目前外卖平台和商家彼此都认可的一种合作模式是,平台以折扣价在门店拿取餐品,然后在平台上以正价外送,平台能够赚取部

分差价。”

对于上述两起事件,北京商报记者联系饿了么方面,但后者并未给出明确回复。但是饿了么相关工作人员也表示,商户和饿了么都有限调整菜品的价格和起送价,不过饿了么这边的调整,往往是做优惠活动的时候,会统一调整某些菜品的价格;恶劣天气的时候,会参考局部地区的运力情况调整起送价。

对于饿了么通过擅自调高餐品价格获得差价的方式,业内并不认可。有业内人士表示,这种赚钱方式对于进行烧钱大战的外卖平台而言可谓是杯水车薪,而且对品牌伤害极大,不应该是大外卖平台应有的风格。但不可否认的是,以饿了么为代表的外卖平台乱象已久,黑作坊餐厅、餐厅克隆别家证照信息开外卖网店、实体店卫生状况堪忧等问题一直以来不断曝光在公众面前,外卖平台强化自身监管势在必行。

去年周边游火热 出游人次大增

北京商报讯(记者 陈杰 白帆)周边游近年来愈发火热。途牛昨日发布周边游报告显示,2015年途牛服务的在线周边游出游人次同比增长超八成。另外,易观智库的数据显示,仅2014年中国在线周边游市场规模就达到了66.51亿元,并预计2017年这一市场规模将达到265.1亿元,占中国在线度假旅游市场的33%。

途牛发布的《2015—2016年在线周边游消费行为分析报告》显示,2015年途牛的周边游客人同比增长80%以上,其中华东地区的出游人次占比达到近50%。另据途牛旅游网监测数据,上海、南京、北京、深圳、广州、成都、武汉、天津、杭州、重庆是2015年全国在线周边游最热门的十大出发地。值得注意的是,二三四线城市居民正在成为旅游消费的重要力量。从目的地来看,杭州、北京、珠海、常州、黄山、宁波、嘉兴、苏州、阿坝、广州是2015年最受欢迎的在线周边游目的地。途牛方面指出,由此可看出,华东地区不仅是周边游重要的客源地,也是重要的目的地。有分析指出,华东地区经济实力、科技创新能力、交通通达能力等各方面都具有优势,同时,当地居民的出游观念更先进,收入水平也能满足旅游支出。

另外,根据一块去旅行网发布的春节周边游报告,北京在周边游活跃城市排名中位居第二,同时,北京以欢乐谷、故宫博物院、圆明园等景点成为春节期间热门景区集中城市的TOP 5。

在旅游热潮和“两天半休假”的模式下,2015年周边游发展向好,2014年中国在线周边游市场规模就达到了66.51亿元,在线旅游企业以及创业企业纷纷布局周边游市场。同时,2016年,业内也颇为看好周边游。途牛方面指出,“两天半假期”的落实将对周边游形成重大利好,出游时长将从原先主流的2天1晚变成3天2晚;自驾游越发受欢迎,同时,“说走就走”、“边走边订”的预订模式也将更为普遍。