

同程投资年假旅行

北京商报讯(记者 陈杰 白帆)同程旅游昨日宣布参股北京年假旅行科技有限公司(以下简称“年假旅行”),并成为年假旅行的第二大股东。

年假旅行是旅游卫视平台孵化的创业项目之一,致力于以视频打造“看得见的旅行”,通过内容的深度传播来创造需求、引导消费,曾打造过旅游卫视有史以来收视率最高的真人秀旅游节目《超级旅行团》,并在视频素材和媒体渠道等方面都与旅游卫视保持着深度合作。同时,年假旅行在旅游目的地领域也有其营销优势,2014年由年假旅行策划并执行的斯里兰卡旅游专项推广,创下单月直客销售4000人的成绩。

对于双方的合作,年假旅行CEO晏毅认为是水到渠成,“年假旅行的优势在于视频内容的制作和传播,而同程旅游在周边游、景区等方面具备行业领先优势,双方的合作可谓水到渠成”。同程旅游相关负责人也表示:“年假旅行拥有非常优秀的团队,在媒体渠道和视频制作上具备独特优势,善于通过V2O(Video to Online)模式来引导旅游消费,我们希望未来年假旅行能通过一系列大IP事件的策划运营成功引领旅行时尚,打造新型的旅游服务平台。”

而在未来的合作上,双方将在宣传推广、旅游类真人秀节目的制作、大IP事件策划运营等方面进行一系列深入合作,“同程旅游计划与年假旅行就景区推广、全民出境展开系列合作,未来将会策划推出周边游、出境游多项大型活动。”同程旅游负责人表示。

华住接入阿里旅行“信用住”

北京商报讯(记者 陈杰 白帆)阿里旅行近日携手华住酒店集团(以下简称“华住”)推出“华住信用住”。目前,华住有5400万会员,而“华住信用住”则落地了华住旗下2700多家酒店。同时,阿里旅行联合芝麻信用正式向酒店输出信用体系。

根据规则,信用良好的华住会员在华住App预订酒店即可使用信用住服务,包括“免押金、免查房、免排队”。也就是说,华住会员的芝麻分到一定的分值,达到阿里旅行根据阿里大数据综合评估的标准,即可绑定快捷支付或开通花呗,通过华住App下单预订酒店后选择信用住支付,离店时通过绑定的支付宝代扣。为鼓励用户下单,近期华住会员在下单时选择阿里旅行“信用住”还可享受首单立减16元的优惠。据悉,这是阿里旅行首次输出信用住产品标准。

信用住是阿里旅行在去年春季推出的“未来酒店”战略中的重要举措,阿里旅行提供的数据显示,目前阿里旅行“未来酒店”信用住酒店已超过3万家,香格里拉、喜达屋、金陵、开元、雷迪森等高端酒店集团,如家、华住、布丁、银座、易佰等经济型酒店集团等是首批加入信用住的酒店方。同时,阿里旅行酒店事业部副总经理黄宇舟透露,不久阿里旅行也将发布“未来酒店”2.0战略。

中南传媒合作最世文化积累IP资源

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)中南传媒(601098)近日发布公告称表示,公司控股子公司中南博集天卷文化传媒有限公司(以下简称“中南博集天卷”)与郭敬明旗下的上海最世文化发展有限公司(以下简称“最世文化”)达成合作,双方将在内容创意、发掘作者和包装、投资出版、设计制作、营销发行等方面合作。

3月21日,中南传媒和最世文化签署《合作协议》,在合约期内,最世文化授权中南博集天卷独家出版发行郭敬明及最世文化签约作家的文字作品、美术作品和摄影作品(仅指照相摄影)的中文简体字纸质图书,以及双方排他合作出品发行最世文化旗下的《最小说》、《文艺风赏》、《文艺风象》期刊,具体合作条件由双方根据具体作品签订图书授权出版合同。其中最世文化负责合作的内容创意、设计制作、发掘作者和包装推广,中南博集天卷负责本合作的投资出版、营销发行,同时双方根据合作进展情况,适时再行协商数字新媒体与电子书方面的合作。此次双方签订的《合作协议》有效期为五年。中南传媒表示,通过本次合作能为中南传媒积累更多优质IP,夯实中南传媒IP运营的基础,向IP资源的全方位合作做探索。

你来出境游获1500万Pre-A轮融资

北京商报讯(记者 陈杰 白帆)记者获悉,P2P出境服务平台“你来出境游”获得由北京复远领投的1500万元Pre-A轮融资。

获得融资之后,你来出境游将进一步提升产品体验及非标解决能力,实现信息对称,并以“口碑带动品牌”为策略进行发展。据悉,2015年上线的你来出境游是一款为出境游客提供当地华人导游服务的App,通过你来出境游,用户可直接联系到境外目的地的当地人,通过当地人咨询旅游相关信息。同时可预订境外当地人提供的各种服务。目前,你来出境游已经覆盖到21个国家和地区,43个主要旅游目的地,上线了500名当地人。

如今,在出境游迅猛发展的时候,相关创业企业不断推出,通过不同角度整合目的地资源。有业内人士分析,这也反映出出境自由行的趋势,同时,出境自由行的痛点将会在创业企业以及其他旅游公司的发展下得到解决。

炊烟小厨Pre-A轮融资200万元

北京商报讯(记者 陈杰 郭诗卉)昨日,有消息称,餐饮O2O炊烟小厨以众筹模式完成200万元Pre-A轮融资,据了解,炊烟小厨本轮融资将用于建设2-3个中央厨房,覆盖深圳关内南山、福田、罗湖三区,并与迅雷、联发科等数十家企业合作,为其提供工作餐加工、配送服务。

通过炊烟小厨的网站北京商报记者注意到,消费者在注册了炊烟小厨的会员后,即可在其平台上预订工作餐,目前所覆盖的区域只有深圳的福田区和南山区。网站首页标有午餐、晚餐、下午茶三餐的订餐时间及取消订单的时间,在订餐时间外,消费者也可选择“默认订餐”,选定订餐时间(最多3个月),周末暂不提供服务。此外,炊烟小厨还设有团餐预订入口,企业需要提供企业相关信息进行申请。

据悉,炊烟小厨现有两家中央厨房,支持用户通过微信和网页下单,负责产品生产的同时也负责干线物流配送。资料显示,炊烟小厨于2015年3月正式上线,创始人于余晓峰,数据显示截至2015年12月,其日订单量超过3000单,复购率达60%,毛利润约50%,全年实现盈利。据悉,炊烟小厨模式较重,直营中央厨房+自营兼营配送物流,目标人群是写字楼上班族。

“票贩子”永乐文化上市找钱

传统票务网站“永乐票务”总公司北京春秋永乐文化传播股份有限公司(以下简称“永乐文化”)日前正式申请挂牌新三板,瞄准资本市场。不过公开数据显示,由于主业过于单一且负债贷款较多,再加上要面对竞争日益激烈的市场环境,永乐文化未来还将面临更多挑战。

主业独大 副业萌芽

永乐文化是一家以商业演出及体育赛事的项目策划和推广以及票务经营为主体业务的公司。在永乐文化发布的公开转让说明书中显示,公司成立于2003年,目前在现场娱乐演出票务营销和体育赛事票务营销方面具有竞争优势。永乐文化的主营业务是票务代理、项目投资、发行服务以及系统研发和销售。票务品类涵盖戏剧、演唱会、体育赛事、影视等,成功代理过刘德华、张学友、王力宏、王菲、滚石乐队等知名艺人的巡回演唱会,以及金星脱口秀等剧场演艺。

事实上,永乐文化不只是“票贩子”,也涉足影视领域,投资过的影视项目包括《长江七号超萌特工队》、《昔日恋人》等。影视发行服务项目则包括《小人大眼萌》、《火星救援》、《十个冷笑话》、《师父》等影片。此外,永乐文化还为客户定制个性化的票务管理系统解决

方案。故宫博物院、中国科技馆、国家大剧院等的线上票务系统都是永乐文化服务的对象。

公告显示,在2015年1-10月,永乐文化营业收入约为1.56亿元,其中票务代理占比29.43%,项目投资占比51.96%,发行服务占比11.04%,系统项目占比6.92%。由此看出,在永乐文化的固定收入中,票务代理仍是主要收入来源,包括影视发行等业务还在萌芽发展中。恒大音乐宣传总监王毅表示,基于票务业务,在掌握了用户数据后永乐文化也在不断开拓其他互联网业务,但票务仍是其常态化的主营业务。

负债高企 贷款较多

值得注意的是,永乐文化在资产负债率和短期借款方面都存在较高风险。公告显示,永乐文化2014年末和2013年末资产负债率分别为101.19%和132.43%。资产负债率处于较高水平。2015年10月末,公司资产负债率为78.33%,趋于适当。永乐文化表示,“公司取得项目需要支付一定的项目保证金,项目结算前需要垫付一定的宣传服务以及其他支出等,公司为增加资金流动性需要通过银行短期借款融资,从而拉高了公司的资产负债率”。但随着业务的拓展,市场的推广以及新产品、新模式的研

公司研究

Company research

邮轮大佬变招拉拢中小代理商

意在调整包船模式强化销售

北京商报讯(记者 陈杰 白帆)随着天气转暖,邮轮市场开始活跃起来。为了进一步刺激中国市场潜力,皇家加勒比游轮公司日前针对中小代理商推出了“普通团”预订规则,意在调整此前备受业内质疑的包船制,消化更多邮轮舱位。

皇家加勒比方面指出,新推出的“普通团”预订规则有5个优势,适用于愿意从事邮轮产品销售、但不愿承担过多风险和资金压力的旅行社。

通过这一预订模式,旅行社的风险将降低,除了订金外,空舱的风险将由邮轮公司承担,而旅行社可获得一定比例的佣金。对此,凯撒邮轮事业部负责人任涛对北京商报记者表示,这一做法类似于过去的机票销售。除了风险和利润外,皇家加勒比表示“普通团”预订模式更易于操作,旅行社可在

皇家预订系统(Espresso)自由选择客房类型和数量,而旅行社根据自身条件在多个航次少量切舱,统一包装销售,发挥营销的长尾效应;最后,旅行社可直接享受皇家针对消费者端推出的品牌和战术营销活动。此外,皇家加勒比表示相关旅行社合作伙伴还可获得皇家指定授权、门店装修支持、签单销售培训、邮轮实地体验、茶话会组织、皇家宣传物料支持、切舱红包奖励等诸多实惠。

为鼓励这一模式的推进,皇家加勒比推出了三项优惠措施,包括在4月1日-5月15日活动期间,学龄前儿童免船票,55岁以上长者半价、蜜月旅行免费升舱。

去年夏季以来,由于受到经济大环境、台风、韩国MERS等事件的影响,中国邮轮市场包船模式弊端凸显,

发,资金需求将进一步扩大,如果这种局面不能抑制或不能及时进行融资,将影响公司的快速发展。

此外,报告期内永乐文化长期以短期借款方式补充流动性资金。2015年10月末、2014年末、2013年末短期借款占公司总资产比为31.33%、35.04%和58.57%,占比较高。2015年1-10月,2014年度和2013年度经营活动产生的现金流量净额分别为-1.02亿元、3315万元和9928万元。永乐文化则表示,随着公司业务规模进一步扩大,资金垫付的增加将持续影响公司流动资金需求,从而对公司的资金链产生一定压力,公司存在一定银行短期贷款偿还的风险。

“高负债和短期贷款高也是行业的共性,文化公司资产负债率都比较高,在营收比较固定的情况下,如何降低成本也成为关键。”在王毅看来,文化产业都在开发生态化,永乐文化以票务为基础,不断投入演出、影视等领域做内容,试图获得该内容的独家代理以降低成本。企业是需要更多盈利性的尝试,但跨界不太熟悉的市场也有很大风险。

竞争激烈 难以独大

对于目前票务行业的态势,永乐文化也提到行业竞争较为激烈,相关票务企业在管理模式上逐步完善,实力上也

逐步增强,经营管理水平越来越高。永乐文化面临的主要竞争对手有红马传媒、中演票务、微影时代、宋城演艺、体育之窗等。其中,红马传媒旗下的“大麦网”目前票务市场份额最大,而且也在加快上市步伐。微影时代则背靠腾讯、万达等强大股东背景,旗下移动票务平台“微票儿”除了票务业务外,已经投资布局深度产业链,成长迅速。而成立于2001年,并于去年正式挂牌新三板的体育之窗则是国内知名的集“体育、赛事、周边”为一体的体育全产业链平台。

“这些企业凭借各自在品牌和营销方面的竞争优势,充分参与市场竞争,抢占市场份额。如果永乐文化不能满足市场对产品的需求,将可能被其他同行业公司取代,行业本身存在较强的市场竞争风险。”在王毅看来,目前票务市场主要有三大类:传统票务包括大麦、永乐,以电话、线下等销售方式为主;电子票务以黑马App为代表,专注分众市场;互联网公司以微票儿、优酷土豆等O2O模式为主。随着行业的不断成熟,票务市场已经越来越细化,在这一分众市场中,摇滚、民谣等用户习惯相对固定,票务平台的受众群体也相对稳定,目前的行业格局还会持续,较难形成一家独大的企业。

北京商报记者 卢扬 陈丽君

模式是否能突破现有的包船模式?朱正煜认为,这是阶段性行为,切舱需要调动很多旅游资源,对中小旅行社来说较为困难。“虽然旅行社并不想包船,但今年还是以包船为主。”任涛也指出,这一做法短期内并不能扭转现有的邮轮销售模式,在现有体制下,邮轮产品仍然以大代理销售为主,吸引进来的小代理在短时间内会炒热这个市场,但无法解决中国邮轮市场的根本问题。“不过确实会让更多代理商关注这一领域,如果大家都来做的话,会推动整个市场的发展。”

任涛还表示,皇家加勒比的做法实际上是参考了国际邮轮市场,但国际市场上邮轮的运营模式、公平性方面更加成熟,但目前在中国的邮轮市场尚在培育期。朱正煜也坦言,现在推出这一模式并不是很好的时机。

凯撒旅游2.5亿投资航班管家

北京商报讯(记者 关子辰)凯撒旅游(000796)昨日晚间发布公告,计划出资2.5亿元,与凯撒世嘉、民航股权投资基金、北京民航合源投资中心等对移动出行App“航班管家”的母公司——深圳市活力天汇科技有限公司进行增资,增资额为9.33亿元。近一段时间以来,凯撒旅游资本运作频频,在继计划重组首都航空、入资乐视体育后,此次又布局移动端抢占流量入口。

凯撒中国创始人、凯撒旅游总裁陈小兵表示,希望通过本次合作提高凯撒旅游移动端产品丰富度,增加移动端技术因子,加快产品线上、线下融合速度。

据了解,活力天汇旗下的航班管家和高铁管家是目前国内增长最快的机票、火车票交易入口。航班管家曾在2011年初和年底相继完成500万美元和1500万美元两轮融资,去年平台交易总额接近200亿元。业内人士分析指出,当下移动端流量入口也越来越多地被线下旅游企业看重。凯撒旅游进军移动端在线预订领域,占据大的交通流量入口,掌握移动端用户资源。此外,凯撒旅游背靠海航系,具备航空资源优势,未来不排除将在机票等方面拥有更多的合作。此前凯撒旅游已透露计划注入航空类资产,随着其入资航班管家,或将激发凯撒旅游在航旅模式上实现跨越式发展。

立思辰拟收购360教育集团

北京商报讯(记者 刘亚力)立思辰于昨日晚间发布公告称,拟收购360教育集团(叁陆零教育)100%股权。目前,双方已签署《并购意向协议》,但尽职调查、审计和资产评估尚未结束。如本次收购顺利完成,360教育将成为立思辰的全资下属公司。

立思辰本次拟采取现金方式收购,360教育承诺2016年净利润不低于2000万元,此后三年中,若标的公司净利润增长幅度达到约定的比例,双方将按照约定的估值区间对标的公司进行估值。

这是立思辰在留学行业的第二次收购,2015年底,立思辰收购了拥有海外院校资源的留学海外院校教育交流服务提供商加诚博教。而360教育集团的主要业务是通过互联网平台“留学360”在线提供一站式的出国留学咨询服务。立思辰还在公告中表示,在收购完成后将把加诚博教的海外院校资源与“留学360”的2C服务相结合,同时全面对接立思辰教育信息化院校和学生资源,发挥各业务之间的协同增长效应,形成“海外院校资源+互联网留学服务+国内院校资源”的立思辰互联网留学平台布局。

2014年营收下降38.37% 去年同比大涨135.8%

影视娱乐板块再成华谊业绩引擎

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)华谊兄弟(300027)昨日晚间发布2015年度报告,报告期内,华谊兄弟实现营业收入38.74亿元,比上年同期增长62.14%,净利润为12.18亿元,比上年同期增长17.78%;归属于公司普通股股东的净利润为9.76亿元,比上年同期增长8.86%。而在华谊兄弟影视娱乐、品牌授权与实景娱乐、互联网娱乐三大板块中,影视娱乐板块营业收入增长幅度最大,同比增长135.8%。然而就在2014年,该板块营收去同比减少38.37%,这意味着去年影视娱乐版块重新成为华谊营收增长动力。

业内人士表示,华谊兄弟业绩实现增长与其去年多部影视作品获得较好市场反响有关,并参投了《寻龙诀》、《老炮儿》等票房表现较好的影片。公开资料显示,去年华谊兄弟参与投资、制作、发行并在报告期内上映的电影包括《微爱之渐入佳境》、《功夫3D》、《奔跑吧兄弟》、《寻龙诀》、《老炮儿》等,总票房约43亿元(计算至2015年12月31日),而华谊兄弟与美国STX公司合作投资制作的影片《The Gift》也在北美电影市场取得较好的票房。此外,《卧底》、《五鼠闹东京》、《恩菲回来了》、《双雄》、《我的儿子是奇葩》等电视剧均贡献了收入。

增速超10% 在线音乐掀起版权战

北京商报讯(记者 卢扬 陈丽君)据弘则研究日前最新发布在互联网音乐报告显示,国内数字音乐市场保持10%以上的较高增速,在线音乐平台的竞争格局:酷狗、QQ音乐、酷我处于领先地位,阿里系的天天动听和虾米音乐由于版权原因用户数有所下滑。

弘则研究报告显示,在数字音乐版权的争夺战中,腾讯系、海洋音乐集团和阿里系已经形成了三足鼎立之势。海洋音乐系酷狗、酷我音乐版权购买2000万首,包括EMI、海蝶、华纳、索尼、环球、太合麦田、福茂唱片、英皇娱乐、韩国YG等40余家音乐与版权代理公司,音乐综艺有《蒙面歌王》等;腾讯系QQ音乐1500万首,包括JVR、乐华、英皇娱乐、华谊、天娱、福茂唱片、乐华娱乐、韩国YG娱乐等,全面代理华纳音乐在国内互联网的视听版权,是韩国YG娱乐在国内网络音乐独家版权合作的版权分销总代理。音乐综艺有

华谊兄弟董事长王中军表示,国际化是华谊兄弟一定要想到的,利用中国市场,通过各种探索,从资本、产品、掌控、实际控制人的能力等方面做到国际化。对此,华谊兄弟去年购买香港上市公司中国9号健康定向增发股份,增发完成后更名为“华谊腾讯娱乐有限公司”(以下简称“华谊腾讯”),这标志着华谊兄弟已真正进入国际资本市场。

值得注意的是,华谊兄弟昨日发布公告称,华谊腾讯拟投资421.272亿韩元获得HB Entertainment Co., Ltd.(以下简称“HB公司”)7万股的股份,而HB公司主要投资制作的电视剧包括《来自星星的你》、《49天》等,管理的艺人包括池珍熙、安宰贤、申成禄等,待投资完成后,华谊腾讯持有HB公司完全稀释后股份总额的30%。这是继日前投资韩国上市公司SIM后,华谊兄弟国际化战略的又一落子。

在业内看来,华谊兄弟通过多年发展已在国内形成自身的品牌影响力和行业地位,而布局国际市场,与国外优秀团队接触合作,吸纳对方的经验和技术,能进一步提升自身竞争力。另外华谊兄弟目前还通过投资暴风魔镜、向上影业、咸鱼游戏等公司完善产业链条,这也能强化华谊兄弟的综合实力,使其持续发展。

《我是歌手》、《中国好歌曲》、《中国好声音4》等;阿里系天天动听、虾米音乐250万首以上,滚石、相信音乐、华研等知名唱片公司的独家版权,此外还与BMG签署了印业版权版权分发协议,音乐综艺有《中国好声音3》等;网易系网易云音乐凭借优秀的用户体验,用户量迅速过亿,但近两年深陷曲库资源的版权风波。

值得注意的是,音乐App也会通过媒体编辑、社区互动等功能吸引用户,但这些功能不构成差异化的核心竞争力,而曲库规模和独占版权才是用户选择在线音乐App的主要原因。音质优秀、特色音乐电台、只能推荐符合喜好、朋友推荐等成为次要原因,软件生态完整、使用习惯迁徙,如家功能丰富、界面美观等是其他原因。未来,在线音乐平台几种主要的潜在变现手段包括音乐发行渠道、付费演唱会、应用推广收入、数据服务等。