

思捷环球收入同比下跌11.8%

北京商报讯(记者 刘一博 实习记者 白杨)近日,Esprit母公司思捷环球发布的7-9月财报显示,截至9月底,思捷环球集团总收入比去年同期大跌11.8%至41.12亿元,思捷环球集团旗下男装品牌销售锐减20.1%,女装品牌销售下跌7.4%,edc品牌下滑9%。值得关注的是,为了拯救低迷的业绩,思捷环球集团在亚太地区合计关闭了108间门店以节约成本。

思捷环球集团在财报中表示,业绩出现大幅度下滑的原因主要是受整合零售渠道、消费客流下降、减轻促销力度和不利天气因素等影响,使得7-9月销售发展持续疲弱。未来思捷环球集团将实行削减结构成本计划以应对全球市场挑战。

据悉,自2006年思捷环球集团董事会主席和CEO辞职后,该集团业绩连续几年均呈现下降趋势。2009财年开始,思捷环球集团更是结束了长达15年的业绩双位数高增长,开始走下坡,2009财年,该集团净利润暴跌了27.4%,营业额同比也下滑了7.4%。即便如此,思捷环球集团依然没有停止扩张速度,期望通过不断增加店面来创造新盈利点。然而,这种大幅度的扩张不但未能挽救经营颓势,反而加快了集团的下滑速度。2011财年,思捷环球集团净利润暴跌81%至7900万港元。

业内人士认为,在国内,思捷环球集团旗下品牌Esprit是第一批具有“中产”意义的时尚品牌。然而,在后续发展中,该集团旗下品牌被指性价比不高,频繁打折促销更使品牌形象大损,消费者对Esprit品牌信心逐步丧失。另外,虽然思捷环球集团在努力转型并模仿Zara供应链模式,但是效果不佳,公司前途蒙上阴影。

中国赴新西兰游客量激增

据新华社 随着中国出境游市场的进一步发展,新西兰等距离中国较远的旅游目的地也逐渐走热,而目的地的基础设施等在旅游旺季面临较大压力。基于此,在昨日举行的新西兰旅游投资峰会上,中国多位专家就此表示,新西兰需要解决基础设施瓶颈,促进相关投资。

昨日,首届中国——新西兰旅游投资峰会在新西兰第一大城市奥克兰举行,峰会主办方、新西兰中国商会会长、中国银行新西兰子行行长王磊在开幕致辞中表示,新西兰塔拉纳基地区位列世界知名旅游指南丛书《孤独星球》日前评出2017年世界十大旅游地区,这足以证明新西兰旅游资源得天独厚。而中国游客从东南亚、日韩等较近的出境游目的地也开始转向澳大利亚、新西兰、美国等新兴市场,根据新西兰统计局数据,截至今年6月底的12个月中,中国到访新西兰游客人数已逾39万人次,同比增长26.5%,比2014年同期增长65%。

不过,在旅游热度持续增加的同时,新西兰的基础设施也承受压力。据了解,每年11月至次年4月的旺季期间,不少旅游热点地区时常人满为患,一房难求。而中国驻新西兰使馆经济商务参赞张帆提出建议,两国业者应聚焦整个旅游产业链的各个环节,以提升服务质量作为更高目标。在海外投资者涉及旅游投资领域,尤其是涉及土地的项目投资,希望新西兰政府给予更多鼓励和支持。

大型文化企业前三季度营收增长7%

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)昨日记者获悉,国家统计局发布数据显示,据对全国规模以上文化及相关产业4.9万家企业调查,2016年前三季度,上述企业实现营业收入55881亿元,比上年同期增长7%,增速尽管比上半年回落0.9个百分点,但依然保持较快增长。

据悉,文化及相关产业10个行业的营业收入均实现增长,特别是文化服务业增长快速。其中,实现两位数以上增长的四个行业分别是:以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业营业收入3917亿元,增长30.8%;文化休闲娱乐服务业878亿元,增长20.1%;文化技术服务业203亿元,增长17.7%;广播电影电视服务业1081亿元,增长13.6%。

分区域看,东部地区规模以上文化及相关产业企业实现营业收入42001亿元,占全国比重为75.2%,中部、西部和东北地区分别为9176亿元、3994亿元和711亿元,占全国比重分别为16.4%、7.1%和1.3%。从增长速度看,中部地区增长9.8%,西部地区增长10.2%,继续高于东部地区6.5%的增速,而东北地区仍在下降,降幅为11.4%。

中国社科院研究员张晓明分析,“十三五”时期,文化产业和相关产业将加速融合。像美国、日本这样的国家,这一融合度都在50%-60%。我们国家文化产业和相关产业的关联度到目前为止没有超过20%,关联度较低。近年来,文化产业融入实体经济的态势是文化创意产业服务实体经济走向常态化的开始。通过“文化+”,进一步促进文化产业与相关产业融合,不仅可以开拓文化产业的发展空间,而且还能够为推动整个国民经济转型升级、推进供给侧结构性改革助力。

渣打银行被曝进军中国航空金融业

北京商报讯(记者 肖玮)昨日多家国外媒体报道,渣打银行正在就中国一个航空融资合资项目进行深入谈判,该合资企业的主营业务是为中国航空公司提供飞机租赁服务。一名了解相关计划的知情人士称,渣打银行将与一家国企联手,打入中国飞机租赁市场。不过,渣打银行并未对此事做出回应。

据悉,渣打银行旗下位于爱尔兰都柏林的航空融资机构是全球规模较大的企业,拥有100余架飞机,租赁给全球25家主要航空公司。虽然该公司并未明确表态进军中国,但对于任何一家飞机金融租赁公司来讲,中国庞大的市场需求无疑都极具诱惑。

今年9月,波音公司在北京发布针对中国市场的最新《当前市场展望》报告,预测未来20年中国将需要6810架新飞机,总价值达1.025万亿美元(约合6.85万亿元)。波音还称,中国将成为世界首个总价值超万亿美元的航空市场。目前,中国航空公司已成为波音最大的客户,过去三年,接收了波音飞机交付量的25%。

更重要的是,当前国内航空公司机队中绝大部分是通过融资租赁和经营租赁的方式获得的,并且航空公司租赁飞机的比例始终呈上升趋势,这意味着国内未来将形成一个万亿级别的飞机租赁市场。因此,近年来越来越多企业想要分享这一大蛋糕,纷纷涉水航空租赁市场。

但业内普遍认为,对于一家外资银行来说,中国市场一直很难突破,主要是因为中国本土银行正不断加码飞机租赁业务。另外,因当前航企需求变化,要求飞机租赁企业开始从融资租赁向专业性更强的经营性租赁转型,但后者对租赁公司的资产管理水平和人才储备等方面均提出了更高的要求。

文化/旅游 Culture&Tourism | 4

营利性民办学校出局义务教育

昨日,民办教育促进法修正案草案提请三审,草案新增规定,不得设立实施义务教育的营利性民办学校。虽然目前三审尚未正式通过,但已经掀起轩然大波。目前民办学校正迎来发展风口,若草案通过,未来民办学校盈利或将出局义务教育领域。

出局

昨日,民办教育促进法修正案草案已经提交给十二届全国人大常委会第二十四次会议进行三审。草案新增规定,不得设立实施义务教育的营利性民办学校。此前二审草案曾规定:“民办学校可以自主选择登记为非营利性或者营利性法人。”在此基础上,三审草案进一步明确了营利性民办学校的权责,将义务教育阶段的民办学校挡在营利范畴之外。

虽然对于民办学校性质分类之争由来已久,但业内普遍认可的分类方法是,非营利性民办学校的举办者不得取得办学收益,学校的办学结余全部用于办学。营利性民办学校的举办者可以取得办学收益,学校的办学结余依照公司法等有关法律、行政法规的规定处理分配。而在三审草案中明确规定,民办学校的举办者可以自主选择设立非营利性或者营利性民办学校,但是,不得设立实施义务教育的营利性民办学校。也就是说,未来民营学校只能在营利性和从事义务教育中二选一。

“义务教育具有公益性、普惠性、免费性和强制性的特点,是各级政府尤其是县区级人民政府必须‘兜底’保障的教育。从法律层面讲,它既是权利,更是各级政府以及适龄少年儿童法定监护人应尽的义务。”江苏省泰州市教育局副局长封留才表示。

此外,三审草案还针对营利性民办学校的土地优惠政策进行了细化。草案规定:“新建、扩建非营利性民办学校,人民政府应当按照与公办学校同等原则,以划拨等方式给予用地优惠。新建、扩建营利性民办学校,政府应当按照国家有关规定供给土地。”这也就意味着,营利性



性民办学校将无法获得非营利性民办学校同样的土地优惠。

目前三审草案尚未通过,但相关法案的修改进程已历经了近两年的时间。

对于这一立法草案出台的意义,有业内人士称,如果义务教育也可以营利性办学,会有更多“贵族学校”涌现,不仅体现不出义务教育的公益性,且无法实现教育资源均衡发展。当下已经出现迹象,不少公办学校的优秀师资纷纷流向工资福利高的营利性民办学校,或在民办学校挂职或兼职,严重影响公办义务教育水平的提高。

遇冷

针对此次三审草案,北京商报记者也询问了部分国际学校负责人。但多位负责人均谨慎表态,目前草案尚未通过,不便回应。更有业内人士称,在民办教育投资热潮下,这一草案可谓给行业泼上一盆冷水,所以不少营利性民营学校都因事件敏感不愿多说。

前瞻产业研究院发布的《中国民办教育行业市场分析报告》显示,2015年民办教育市场规模达8600亿元,2016年将

达到9200亿元以上,预计至2020年将达到1.6万亿元,复合年均增长率13%。国内民办教育市场巨大,自2015年初政策开始松绑,国内资本市场的教育投资热潮也走上了一个新台阶。

据不完全统计,目前涉及民办学校的上市公司包括紫光光学、枫叶教育、成实外教育、海亮教育、新东方、勤上光电、中泰桥梁、万科、碧桂园等,拟上市的公司包括普见教育、宇华教育等。

纯民办学校主要的利润来源多为学费,以港股上市公司枫叶教育为例,据枫叶教育发布的2016中期报告显示,截至2016年2月29日止6个月,学费仍为主要的收益来源,占收益总额超过88%,毛利率47.1%,每名学生平均学费为1.98万元。截至报告期末,枫叶教育在全国共拥有46所学校,其中包括8所高中、12所初中、11所小学、13所幼儿园和12所外籍人员子女学校,约90%为来自国内中产阶级家庭的本地人。

值得注意的是,随着留学低龄化大潮来到,国际学校成为了近年来民办学校中一股不可忽视的新兴势力,上述企业中,投资或开办国际学校的企业居多。

Company research

售价升净利降 五粮液折戟三季度

北京商报讯(记者 刘一博 实习记者 武媛媛)接连提高销售价格,并未帮助五粮液公司提振业绩。根据国内一线白酒企业五粮液股份公司最新发布的今年三季度业绩公告,该公司三季度净利润收入12.15亿元,同比减少6.79%。一直以来,三季度都是白酒行业销售旺季,然而五粮液在该季度净利润却意外地出现下跌现象,这也是五粮液自2015年底实现业绩增长后的首次净利润下滑。

对此,北京商报记者对五粮液股份公司发言人进行采访,但截至发稿前对方未给予回复。不少业内人士认为,净利润的下降主要原因是企业为了迎接四季度白酒行业传统旺季,需要大量压货,给经销商增加返利,公司品牌广告投入、公司渠道补贴等营销费用增加,导致五粮液净利润下跌。但北京商报记者对比财报发现2016年五粮液三个季度财报销售费用得知,公司第一季度、第二季度以及三季度销售费用分别占比为37.8%、18.66%、38.48%。而三个季度净利润同比增加率分别为31.91%、17.88%、-6.79%。也就是说,2016年三季度虽然销售费用最高,但是仅仅比一季度销售费用增加不到

1%,但三季度净利润占比却大跌至负增长。

更值得关注的是,五粮液竟在产品持续提价中遭遇利润走低,这在业界并不太常见。2015年8月,五粮液将企业核心产品水晶瓶52度五粮液(以下简称“普五”)的价格由每瓶609元提价50元至659元。对此,五粮液曾表示该涨价是鉴于普五供需状况、市场表现所做出的恢复性回调价格。

2016年五粮液集团更是一年两涨。今年3月,五粮液在成都经销商营销工作会上宣布普五出厂价恢复性提价20元至679元,并取消每瓶30元的市场支持费用,每瓶实际涨幅50元。当时曾有经销商表示,虽然五粮液涨价对消费者没有太大影响,但经销商却赚得更少了。业内专家也曾对该提价指出,白酒市场供需变化小,淡季提价没有背景基础,且普五渠道价格倒挂现象依然存在,市场很难支持五粮液涨价。

此后,五粮液于今年9月15日再次提价,更是突破60元,达近年最高涨幅。普五出厂价格调整为739元/瓶,终端价达829元。北京商报记者了解到,五粮液价格调整之后,普遍一批价格在680元,五粮

液价格再次出现倒挂现象。近日五粮液再次突然宣布暂停供货,业内纷纷猜测五粮液或再次推行涨价策略。

北京商报记者了解到,五粮液涨价并非终端销售供不应求,更多是厂家控量保价的结果。一家烟酒酒店负责人表示,店内五粮液售价仅为685元,通常五粮液这种高端白酒并不走量,一个月也卖不出几瓶,大多数还是百元左右的酒。当北京商报记者表示五粮液价格较高时,商家则推荐了与普五价格相近的剑南春产品。

业内分析师称,五粮液提价实际为保品牌价值。且五粮液价格三年来一降三涨,市场调整适应期不够,价格倒挂成为难题,终端销量并没有真正意义上达到供不应求。白酒行业分析专家晋育锋则表示,五粮液目前为了站稳白酒行业第一梯队,向茅台看齐;同时为与今年同样增长迅猛的洋河拉开差距,而几次控量保价,提高品牌价值。但是茅、五价差以及两者的品牌差距已经成为现实,为了跟上茅台而一味提价保品牌,不仅不能解决价格倒挂的问题,而且最终也没有从根本上改变市场秩序。

北京启动近年最大规模旅游业暗访 多名暗访员“摸底”57个旅游团

北京商报讯(记者 肖玮)针对旅游行业乱象,北京启动近年来最大规模明察暗访行动。昨日,记者从北京市旅游委获悉,自11月1日开始,100多名实地暗访工作人员将分为数十个小组,通过参加跟团旅游、到酒店住宿、参观景区等旅游活动,对京城导游领队、旅行社、酒店服务、景区管理等涉及到服务质量方面的问题进行全记录,并将结果提交给市旅游委。

据市旅游委行业管理处负责人介绍,明察暗访团队包括30名研究经理、93名暗访工作人员,以及特邀部分旅游服务质量监督员、旅游自愿者、媒体代表参加。明察暗访的对象,面向全市所有的景区、酒店、旅行社,通过随机抽取132个景区、88家星级酒店及经济型酒店、57个跟团游团组产生。

针对旅行社、景区、酒店等不同的旅游业态,组织者设定了不同内容、不同侧重点的暗访测评问卷。比如旅行社,重点在是否与游客签订合同、旅行中是否擅自改变行程、是否增加购物点和自费项目,以及团队旅游是否存在变

相的“不合理低价游”等;针对景区的,主要是景区联票和普通门票是否能自主选购、景区餐饮是否存在价格欺诈、景区娱乐项目有无安全隐患、景区厕所和游客服务中心卫生环境等;针对酒店的调查,主要是服务人员态度和语言文明问题、酒店洗衣电话等项目是否存在加收费用问题、酒店洗漱用品和餐具的卫生状况、酒店是否存在散发色情小广告等。

“特别值得关注的是,本次大规模的暗访活动将与现阶段正在进行的景区等级复核、部分四星至五星级饭店的星级复核工作结合起来,从11月初开始,持续到年底。暗访结束后,将依据客观、详实的暗访素材,提交出一份针对北京旅游服务质量的专题报告,为全市旅游服务质量提升提供政策引导及行业管理方面的参考。”市旅游委相关负责人告诉北京商报记者,“对存在突出问题、事实清楚的旅行社、酒店、景区,市旅游委将通过行业信用信息监管平台进行必要的信用公示,以达到惩戒目的。”