

· 资讯播报 ·

《阴阳师》画面被疑抄袭《俺尸2》

北京商报讯(记者 卢扬 邓杏子)手游《阴阳师》自9月2日登陆App Store以来,一直稳居畅销游戏排行榜前五。然而,就在不少玩家称赞游戏的精良制作时,近日有网友指出《阴阳师》画面与《跨越俺的尸体2》(以下简称《俺尸2》)相似,游戏战斗系统和《魔灵召唤》也有较高的相似度。

某资深玩家来说,“大部分日式和风游戏的画面都大同小异,而且在玩法上绝大多数半回合制的RPG手游也都类似,仅凭画风和玩法不能构成抄袭。但是在我看来,《阴阳师》确实借用了《魔灵召唤》的游戏战斗系统”。

北京市东易律师事务所律师赵虎对此表示,市场上出现的同款手游虽多,但判断是否构成侵权仍然要理性看待,“源代码、语言、呈现的画面和结构是判断一款游戏构成侵权的三个重要依据。但源代码一般得不到,语言方面也难以入手,这使得游戏的画面和结构成为主要的判定方法。如果游戏中的背景环境、人物之间的关系、武力配置、人物形象等方面相似或一致,而且侵权游戏方的开发及上线时间在被侵权游戏方之后,那么就可以认定构成侵权。此外,如果两款游戏的相同部分属于公共部分,则不构成侵权”。

近年来,随着移动游戏市场的火热,手游抄袭、模仿现象层出不穷。此前,手游《梦想海贼王》就因侵权而被《海贼王》版权方诉至法院。近期热门的《贪吃蛇大作战》在App Store出现多个抄袭版本之后遭App Store下架。腾讯旗下手游《王者荣耀》也因侵权被手游《自由之战》制作人诉至法院。

并购喜达屋拖累万豪利润大降

北京商报讯(记者 钱瑜 郑艺佳)万豪国际酒店集团最新发布的2016年三季度报告显示,万豪三季度营收超过39亿美元;净利润为7000万美元,较2015年同期减少了67%。这是万豪并购喜达屋交易完成后的一份财报,收益中纳入了喜达屋在该季度的8天财务数据,由于合并相关成本的支出,三季度万豪国际利润同比大降。

9月23日,万豪完成了对喜达屋的收购。完成收购后的万豪国际集团,将在全球超过110个国家和地区运营或特许经营5700多家物业和110万间客房,旗下30个优秀品牌将全面覆盖中档酒店至奢华酒店之间的各个领域。此次财报也包括了喜达屋加入万豪后8天的营收数据,这8天内,喜达屋贡献了1.68亿美元的营收。得益于收购完成,本季度内万豪拥有了160万间已开张或正在建设的房间。而双方会员匹配也在进行中,据了解,合并后,公司向双方共计8500万的会员提供了会员匹配服务。

万豪CEO Arne M. Sorenson表示:“2017年,我们将继续轻资产运营。而在接下来的两年中,我们将通过出售资产获利超过15亿美元。”2016年Q3,管理费和品牌授权费给万豪带来了约4.3亿美元的收入,去年同期为3.97亿美元。在完成收购后,喜达屋也宣布出售了旗下部分酒店资产,走轻资产模式。

本季度内,万豪在北美市场的表现依旧抢眼。数据显示,公司整体在北美的RevPAR增长了2.6%,而全球平均增长了2.2%。万豪预测,在2016年Q4,万豪在北美及全球的RevPAR将继续平稳增长1%。

无锡灵山大火致票价大幅下调

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 薛晨)11月9日凌晨,江苏无锡灵山胜境景区在官方微博上对发生在重要景点灵山梵宫的火灾予以确认,并在上午发布公告宣布暂时关闭梵宫进行维修。与此同时,灵山胜境景区门票价格也大幅跳水,由210元/人调整为120元/人,下调幅度近50%。

火灾发生在11月8日晚间,据官方介绍,因现场扑救及时,并未造成人员伤亡,但作为灵山胜境景区重要组成部分的梵宫依然有部分区域遭到损毁。灵山梵宫也将从9日官方公告发布之日起暂停开放,其余景点则保持正常,事故原因也将同步进行调查,初步已排除人为原因。

至于梵宫以及景区票价何时能够恢复正常,景区并未给出具体时间,仅表示将在近期对灵山梵宫完好区域进行开放。火灾主要损坏的梵宫廊厅部分为景区带来的经济损失目前仍处于核查阶段,但廊厅的拱顶结构均使用了珍贵的金丝楠木进行雕刻,并在两侧廊柱间陈列了巨型佛教油画,仅这两项就价格不菲。此外,票价的大幅下调也意味着景区收入的大幅下跌,所承受的相关损失还将进一步增加。

据悉,发生火灾的灵山梵宫于2008年底正式开放,并在2012年被确定为世界佛教论坛永久会址,总投资高达18亿元,灵山胜境景区将其定位为中国当代佛教文化艺术博览,除建筑本身使用了大量珍贵材料外,在其间收藏了大量的珍贵艺术品,自开放伊始即成为灵山胜境风景区的热门景点之一。

雅戈尔6.51亿元转让股权套现

北京商报讯(记者 刘一博 实习记者 白杨)雅戈尔在非服装业务的路上越走越远。最新公告显示,雅戈尔已与鼎建华新协商签订《股权转让协议》,确定以每股37.2元的出资额转让银联商务股权,此次转让价格合计6.51亿元。此前,雅戈尔占银联商务注册资本约为3.49%,股权转让后,雅戈尔占银联商务注册资本约为1.5%。

雅戈尔集团表示,此次出售银联商务股权有利于集团盘活资金,调整内部投资结构。今年上半年,受外部市场环境因素影响,服装业务持续下降,但受投资的房产市场和购买的理财产品带动,今年上半年雅戈尔业绩实现上涨。未来集团仍将坚持多品牌、多元化发展战略,并为旗下Hart Schaffner Marx哈特·马克斯、GY、MAYOR、HAND汉麻世家四大品牌建立独立运营模式,不断调整投资结构,促进业绩上涨。

雅戈尔今年上半年的财报显示,利润增长主要是靠投资理财所带来的收益,而非来源于服装业务。近几年,雅戈尔频繁投资理财产品和地产开发业务以期提振业绩。

2016年上半年,雅戈尔营业收入为86.67亿元,实现归母净利润30.71亿元,比去年同期有5.78%的涨幅。雅戈尔集团服装业务实现营业收入22.14亿元,同比下降7.2%,净利润比去年同期降低24.91%至3.95亿元。虽然服装业务不振,但雅戈尔却在投资方面有良好表现。其中,房地产产业净利润较上年同期增长163.34%至11.69亿元;投资理财产品业务实现23.73亿元,较去年同期上涨26.39%。目前,雅戈尔的主营业务已不再仅仅局限于传统的服装业务,而是包括地产开发以及投资业务。

责编 钱瑜 美编 韩玮 责校 李月 电话:64101897 lyzx0405@126.com

网络直播挖“维密秀”剩余价值

2016年维密秀五大看点

- 看点1** 刘雯、奚梦瑶、何穗、雎晓雯中国四大超模首次齐聚维密秀
- 看点2** 维密秀首次穿插大量中国元素和造型
- 看点3** 75套服装37对翅膀
- 看点4** Lady Gaga、火星哥Bruno Mars和The Weeknd等明星助阵
- 看点5** 2016款Fantasy Bra取名“Bright Night”(炫彩星空),价值300万美元

快的阶段,电视网络直播观看人数的快速增长都发生在这一段时间,但是“维密秀”的秀场属性却没有发生太大变化,品牌价值也没有显著提升。

在业内人士看来,维多利亚的秘密究竟是“香饽饽”还是仅“看上去很美”仍有待验证。维多利亚的秘密虽然仍为美国内衣市场份额占比最高的内衣品牌,但近期已陷入增长停滞甚至衰退的困境。北京商报记者调查发现,撇除电子商务的贡献,维多利亚的秘密三季度同店销售下跌2%,而去年同期有9%的增长,这也导致维多利亚的秘密母公司L Brands Inc.集团整体同店销售增幅收窄至1%。维多利亚的秘密还拖累中国供应商维珍妮利润大跌。

北商研究院特邀研究员、北京商业经济学会秘书长赖阳对北京商报记者表示,高端消费人群已对维多利亚的秘密有消费认知,但在国内,维多利亚的秘密的销售渠道还很有限,“维密秀”一方面可以对品牌的形象和地位有所巩固;另一方面也成为普通消费人群了解品牌的契机。由于品牌对高端消费人群有较高影响力,并邀请众多知名模特进行走秀,“维密秀”的转播也将获得较高关注率和

相关收益。

长线收益 视频网站提升会员流量

虽然“维密秀”的整体收视下滑,但在国内互联网市场却热度不减。2015年,“维密秀”在新浪微博上的相关话题阅读量平均超1300万,腾讯视频更是直接与CBS、“维密秀”版权方三方合作,重金购入“维密秀”的版权,成为国内唯一的视频版权所有方,并拥有向电视分发版权的权利。

作为国内主流的视频网站,腾讯视频虽然聚集着大量用户,但是这样大饱眼福的机会并非人人都有,因为独家版权的“维密秀”只有腾讯视频的会员才能观看。有人质疑腾讯视频此举并不能收回成本,中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举表示,相比回收前期投入,能够通过会员内容提升用户价值更为重要。目前网络视频用户为付费内容买单的习惯正逐步养成,视频平台也在以广告营销为主的付费模式,向以用户为价值挖掘中心的商业模式转变。

相比于2015年腾讯视频全程直播“维密秀”,并提供了独家图文资讯、独家衍生节目、多平台的推广及全方位运营支持的优势,2016年“维密秀”的直播大军中还加入了优酷视频这个强有力的竞争对手。从一家独大到版权分销,可见“维密秀”的版权在国内依然有争夺的价值。

“海外资源在国内通常具有较强的市场号召力,很多视频网站愿意斥巨资购入海外版权,一方面可以丰富自身的视频内容,另一方面也可以增加点击率。”北京社科院首都文化发展中心副主任沈望舒表示,已经有很多海外资源在国内有相当多的受众群体,对视频网站来说,与其花钱去模仿,不如直接引进更加物超所值。

烧钱大战 优质内容仍是稀缺资源

视频行业的蛋糕在竞争中越做越大,激烈的版权争夺战也从电视台延伸至网络平台。包括乐视、优酷土豆、腾讯视频、爱奇艺、搜狐视频、PPTV、芒果TV、暴

风科技等主流视频厂商都在积极开展内容布局,争抢内容资源,树立自身内容的品牌影响力。但优质内容依然属于稀缺资源,为了占据有利地形,各大电视台和视频网站也不惜展开烧钱大战。

《奔跑吧兄弟》第四季的资源招标价格已经超过13亿元,《中国好声音》的版权也卖出了6000万美元,显而易见,优质的内容有利于视频网站根据用户个性化服务需求,来提供精细化服务和运营管理。目前腾讯视频独家版权的“维密秀”播放量已经达到3.5亿次,与“维密秀”相关的剪辑视频播放量也达到了9231万次。但是国内大量模仿“维密秀”的内衣走秀视频,不仅点击量不高,社会评价也极低。

“盲目的模仿难以取得成功,因为这些表演从定位、创作理念到展出形式都是不成熟的。”魏鹏举表示,纵观目前被引入的海外资源可以看出,这些内容都是经过运作,具备一定市场号召力的热门题材。虽然近几年,原创类综艺节目、网络自制剧也开始渐渐兴起,但原创类节目缺乏创意、制作不够精致等问题,也成为这些作品无人问津的主要原因。“烧钱”购买版权不是唯一办法,虽然短时间内可以成为维持视频平台活力的一条捷径,但从长远来看,加大对原创、自制节目的投入,才是核心竞争力。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰认为,视频网站买的内容太多太杂,会消耗巨大的点击量,只要可以做到精准营销,掌控头部内容,可以很容易地建立内容付费模式,用户群体自然也会稳定增长,视频网站之所以追求内容,主要是为了与用户建立联系。目前已经有不少视频网站开始发力自制内容,但是部分题材内容属于打擦边球,靠低俗内容吸引观众视线,这并不利于行业发展。视频网站不应该仅仅关注点击率分成,而要在逐渐掌握话语权的情况下,完善自身发展模式,避免内容的同质化,在激烈的竞争中逐渐掌控话语权。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏 王玮/文
韩玮/制表

C 公司研究
Company research

业务拆分 创始人出走

智能住宿“去呼呼”去哪儿

北京商报讯(记者 钱瑜 白帆)“去呼呼”的出现让中国的非标住宿市场出现变化,“智能门锁+PMS”模式备受关注,但也出现了较大争议。如今,业内又传出国内酒店全数据平台众荟信息将收购去呼呼的传闻,这一传闻的背后,是去呼呼创始人疑似出走、业务一拆为二的内变。

近日有媒体报道称,“去呼呼以1.5亿元标价并入众荟信息,相关团队目前已经搬离原办公地。众荟方面表示近期会出示相关公告,目前对此不予置评”。

众荟信息在11月8日发布的公告中指出,上述内容与事实不符。众荟信息方面在公告中强调,众荟信息的董事会将对相关部门进行核查,但并未发现公司知情部门与该媒体有任何求证过程。

值得注意的是,该公告明确指出了上述媒体的求证不属实,但对于收购传闻,公告指出,经自查,公司目前就一项潜在的收购交易或合作事项,

与去呼呼相关方进行了初步接触。截至目前,公司并没有对去呼呼进行价值评估,未对收购细节进行谈判,没有签订具有约束性文件,收购交易或合作事项及相关事宜仍存在重大不确定性。

虽然收购一事尚未确定,但众荟信息与去呼呼的合作早已开始。就在今年1月,众荟信息与去呼呼达成了战略合作,去呼呼的库存将通过众荟的信息通路产品入住通实现对携程的无缝实时分销。今年6月,去呼呼智能门锁业务再次宣布与众荟信息达成战略合作,根据当时的报道,去呼呼智能门锁与众荟信息合作后,有望结合众荟信息“渠道+PMS+大数据挖掘”的模式,通过所有跟众荟系统合作的酒店住宿商户的资源嫁接。

去呼呼门锁业务负责人黄宝文对北京商报记者回应称,去哪儿网事业部的对外资金合作事宜由公司战略发展部负责,具体的合作方向与进展

不详,还待公司官方发布信息。据黄宝文介绍,目前去呼呼已经拆分为智能锁和云系统两大业务,其中智能锁开放接口,可以与第三方合作。他还表示,目前不能笼统地称为去呼呼,而是云系统和智能锁两个事业部。

但是,不论是智能锁业务还是云系统业务,去呼呼的创始人张泽均不负责任,一位去呼呼员工对北京商报记者透露,日前张泽已经离开去呼呼。同时,张泽此前不仅负责去呼呼这一项目,同时还是去哪儿网的副总裁,但有消息称张泽目前应该已经离开去哪儿网。

但对于张泽是否离职,黄宝文并未予以正面回应。此外,前不久途家并入了携程、去哪儿网的公寓民宿业务,对于是否涉及到同属一个领域的去呼呼,途家创始人兼CEO罗军表示,此番收购并未涉及到去呼呼。

据了解,去呼呼是去哪儿网旗下的独立品牌,主要做非标准住宿,在携程收下去哪儿网之后这一品牌被划入

了携程系,去呼呼被认为是携程进军非标住宿市场的有力武器。不过,在今年6月,众荟信息与北京火河科技签署了战略合作协议,携程持有火河科技57%的股权。火河科技旗下的核心产品是果佳智能,专注于互联网智能锁。根据协议,众荟信息将旗下产品入住通所连接的酒店、客栈、公寓、非标住宿等客户推荐给火河科技,火河科技则为此提供智能门锁产品以及24小时售后服务,并维持签署客户智能门锁产品及服务于入住通的通畅。而众荟信息是携程旗下面向住宿行业的信息系统及大数据服务供应商,目前携程方面持股占比为69.92%。

从备受瞩目到有传闻称大面积铺智能门锁却不加维护,虽然负责人出面回应并不会置现有客户于不顾,但去呼呼的命运已然出现转变。如今,业务拆分、创始人出走之后,是被并购还是拆分融入到去哪儿网?去呼呼的归途被画上了问号。

自驾房车游结束野蛮生长

北京商报讯(记者 肖玮)

快速发展的自驾房车旅游终于结束了“无规可依”的窘境。为补齐政策短板,国家旅游局会同发改、工信、公安、财政、国土等11部委,联合印发了《促进自驾房车旅游发展的若干意见》(以下简称《意见》),填补了一系列自驾房车领域的政策空白。11月9日,国家旅游局相关负责人进一步解释,新规中明确,自驾游俱乐部纳入旅行社序列管理,自驾游领航员纳入导游序列管理,开展旅游经营的各类营地纳入景区序列登记管理等。

近年来,自驾房车旅游蓬勃发展,成为经济新亮点。2015年在国内旅游游客近40亿人次中,自驾游客已占到58.5%以上,达到23.4亿人次。房车旅游发展近两年进入快车道,每年以85%左右的速度增长。

《意见》提出,到2020年,重点建成一批公共服务完善的自驾房车旅游目的地,推出一批精品自驾房车旅游线路,培育一批自驾游和营地连锁品牌企业,增强房车产品与使用管理技术保障能力,形成网络化的营地服务体系和

完整的自驾房车旅游产业链条,建成各类自驾房车营地2000个,初步构建起自驾房车旅游产业体系。

“可以说,《意见》针对目前制约自驾房车旅游发展的若干政策盲区加以明确。”国家旅游局相关负责人称。具体来看,新政对于营地用地政策进行细化,提出选址在相关规划区外的自驾房车营地,依法使用集体建设用地,其自驾营地、房车营区、商务俱乐部、木屋住宿区、休闲娱乐区等功能区应优先安排使用存量建设用地,确保新供给的用途按旅馆用地管理,宜以招标方式实行长期租赁或者先租后让。已供自驾房车营地项目建设用地不得改变规划确定的土地用途,不得分割转让和转租。

另外,国家旅游局强调,原则上,自驾游俱乐部纳入旅行社序列管理,自驾游领航员纳入导游序列管理,开展旅游经营的各类营地纳入景区序列登记管理。各地要制定出台针对营地运营特点的卫生、环保和住宿登记具体政策措施,进一步简化营地的前置性审批手续。

喜乐航成客舱娱乐巨头第一大股东

北京商报讯(记者 肖玮)海航在疯狂并购中再添一大战利品。11月9日,海航旗下北京喜乐航科技股份有限公司(以下简称“喜乐航”)与美国全球鹰娱乐有限公司(GEE)联合宣布,喜乐航将斥资约4.16亿美元(约合28亿元人民币)收购GEE 34.9%的股权,交易完成后将成为后者的单一最大股东。双方还将成立合资公司,提供天地互联和客舱娱乐服务。

对于这笔交易,多位业内人士告诉北京商报记者,海航此举主要是为了发力空中上网业务。不过,GEE也是全球大型影视航空版权运营商,未来面对所有航企,该公司如何保持业务独立性、公平性值得关注。

公开资料显示,喜乐航是海航集团旗下进行天地互联技术开发和客舱生态平台运营的科技公司,GEE则是全球第三大天地互联解决方案供应商、全球第一大客舱娱乐内容分发和供应商以及全球第一大海上卫星通信运营商。

据了解,喜乐航入股GEE是新三板上市公司首次投资美股企业,也是迄今