责编 肖玮 美编 代小杰 责校 杨志强 电话:64101897 lyzx0405@126.com

· 资讯播报 ·

联想旗下佳沃3亿投资华文食品

北京商报讯(记者 钱瑜 郭白玉)继弘毅投资大手笔收购和合谷之后,联想系再出大动作,华文食品官网宣布引进联想控股旗下佳沃集团战略投资,华文食品的休闲食品品牌劲仔小鱼获3亿元投资。

根据官网信息,劲仔小鱼是华文食品旗下休闲鱼制品品牌,原材料来自深海小鱼,产品多为小包装,华文食品另还有博味园等多个品牌,产品涉及休闲鱼制品和休闲豆制品。而此次的投资方佳沃集团是联想控股旗下的现代农业和食品投资平台,将利用旗下产业及联想系优势资源促进前者品牌化、产业化及战略布局。

值得注意的是,佳沃集团执行董事朱拥华称,"有佳沃集团助力,华文食品可望迅速走向资本市场"。公开资料显示,朱拥华任汤城小厨、周黑鸭等多家公司董事,而周黑鸭在港股上市以及来伊份登陆主板消息一直备受关注,由此不难看出,华文食品也在野心勃勃瞄准资本市场。中国食品产业评论员朱丹蓬指出,近年来休闲食品上市是大趋势之一,随着"95后"、"00后"在消费结构中的变化,休闲食品逐渐成为明星品类。劲仔的优势在于其产品优势,休闲食品正处于风口,劲仔小鱼是深海鱼制品,市场接受度比较高。

但就目前休闲食品市场格局来看,知名品牌来伊份、三只松鼠、百草味等市场占有率较高,非知名品牌市场存量大,华文食品有小鱼单品优势,但要想迅速突破市场还有一定难度。朱丹蓬也表示,"华文食品上市最快也要明后年,刚刚完成融资就上市的可能性较小"。

前10月全国餐饮收入29105亿元

北京商报讯(记者 钱瑜 郭白玉)根据国家统计局11月14日最新发布的数据显示,10月全国餐饮收入实现3492亿元,前10个月全国餐饮收入达29105亿元。

尽管10月全国餐饮收入增幅较9月10.6%的增幅有所下滑,但勉强继续保持两位数的增长,同比增10%。其中,限额以上单位餐饮收入855亿元,增幅有所下降,同比增长4.7%。前10个月全国餐饮的数据收入29105亿元,同比增长10.9%,限额以上单位餐饮收入7409亿元,同比增长6%。10月全国餐饮收入、限上餐饮收入的增速环比也分别下降0.6个和1.3个百分点,餐饮收入勉强保住两位数增速,已降至2015年以来的最低值。近年来很多受电商冲击行业纷纷跨界餐饮,令餐饮市场竞争异常激烈。再加上食材、人工、能源、房租成本不断增高,餐饮企业的盈利水平持续降低。

尽管增幅有所放缓,前10个月实现全国餐饮收入29105亿元这一数据已经接近去年的全年成绩,2015年全国餐饮收入实现32310亿元,突破3万亿元大关。中国烹饪协会分析,餐饮收入与社会消费品零售总额变动轨迹相符,依然在合理区间内浮动。就在不久前,中国烹饪协会会长姜俊贤在第四届中国顶级烹饪大师技艺交流会上介绍,中国餐饮业经过近三年调整,供给侧改革成效初显;从去年下半年开始,基本上恢复到正常的水平,收入呈两位数环比增长、在社会消费品零售总额中占比超过10%,在经济面临较大下行压力的情况下,餐饮业的发展可以说是一枝独秀,2016年中国餐饮收入预计将达3.4万亿-3.5万亿元。

全球航空需求未来20年或将翻一番

北京商报讯(记者 肖玮)快速增长的全球民航业又获得一针强心剂。11月14日,国际航空运输协会(以下简称"国际航协")预测,2035年,全球航空客运量将达到72亿人次,是2016年航空客运量(38亿人次)的近两倍。

在国际航协发布的航空客运预期报告中显示,亚太地区是推动航空需求增长的最大动力。未来20年,超半数的新增旅客将来自该地区。2029年前后,中国将取代美国,成为全球最大的航空市场。2026年,印度将取代英国,成为第三大航空市场,而印度尼西亚将取代意大利进入排名前十位市场。与此同时,发展中市场将成为驱动增长的主力。在过去10年间,发展中国家在全球客运总量中的占比已从24%飙升至近40%,而这一趋势仍将延续。

不过,国际航协也强调,上述预测也存在一定变数,那就是如果贸易自由发展迅速,航空市场需求将是2015年水平的3倍。相反,如果当前贸易保护主义的势头愈演愈烈,需求增长也将随之降温,导致客运需求年均增长率降至2.5%,而2035年的客运量预计只能达到58亿人次。

国际航协理事长兼首席执行官德·朱尼亚克更发出警示:"刺激贸易增长是应对当前经济困境的惟一持久性解决方案。然而,我们却看到,政府竖起了贸易壁垒,而不是敞开方便之门。如果这一趋势长期不变,增长将放缓。对于航空业而言,保护主义可导致年均增长率从3.7%减缓至2.5%的水平。这不仅意味着工作机会将减少,还会导致航空业在2035年的客运量仅为58亿人次,而不会是预期的72亿人次。对经济造成的影响也将是广泛而沉重的。"

长江上游生态屏障明确"禁区"

据新华社电 记者从重庆市环保局获悉,重庆市日前正式印发了《生态保护红线划定方案》,全市共划定生态保护红线30790.9平方公里,占国土面积的37.3%,为筑牢长江上游重要生态屏障明确了"禁区"。

作为三峡库区腹地和全国水资源战略储备库,重庆划定生态红线旨在深化拓展五大功能区域发展战略,优化市域国土空间格局,保障国家和区域生态安全。根据方案,重庆市将四类区域划入生态保护红线:一是水源涵养区、生物多样性维护区等重点生态功能区;二是水土流失敏感区、石漠化敏感区等;三是饮用水水源保护区、自然保护区等禁止开发区;四是具有重庆地方特点的"四山"禁建区、三峡水库消落区、生态公益林等其他区域。

重庆市共划定生态保护红线30790.9平方公里,占国土面积的37.3%。其中,重点生态功能区、生态敏感区、三峡水库消落区、生态公益林等尚未设置保护区的区域面积为16636.2平方公里,占生态保护红线总面积的54%。全市38个区县(自治县)均有红线分布,主要分布区域为渝东北生态涵养发展区、渝东南生态保护发展区,生态保护红线的生态系统类型以森林和湿地为主。

为保障生态红线划定落到实处,方案同时提出,重庆市各区县(自治县)应当根据方案在更高精度上细化、优化生态保护红线的边界,将生态保护红线落实到具体的地块。实行产业准入的负面清单制度,采用遥感监测、航拍、地面调查等方式严密监控红线区内各类人为活动。定期开展生态保护红线管护绩效评价,建立财政资金补偿和市场化补偿相结合的生态保护红线补偿制度。

韩寒明星效应殆尽 武汉店因鼠患关闭

很高兴遇见你餐厅四面楚歌

接连遭遇关店,头顶"韩寒餐厅"光环的"很高兴遇见你"一时间四面楚歌。上个月宁波关店事件还在持续发酵,11月14日,"很高兴遇见你"餐厅武汉中南路店又因为无证经营、鼠患严重等问题被关店。由此,曾经凭借韩寒这一明星投资背景而风光无限的"很高兴遇见你",如今却屡屡被曝出管理方面问题。不仅如此,在"很高兴遇见你"打响招牌后,该公司欲趁热打铁,进行多品牌布局。但事与愿违,原本想要沾光的多个品牌现在恐受拖累,这让"很高兴遇见你"公司发展增添更大不确定性。

武汉门店被关

据当地消息,武汉市食品药品监督管理局官微发布了针对"很高兴遇见你"的整个检查视频,逐条列举了涉事餐厅问题,包括无证经营;员工私人物品乱放;员工没有按照规定穿着工作服;制冰机没有按照规定清洗、保养;鼠患严重在内的多条违规事项。在视频截图中,可以看到餐厅后厨操作台布满油渍,还能清晰地看到餐厅内的老鼠屎。

据了解,"很高兴遇见你"于去年进驻武汉,这家餐厅已营业了近一年时间,执法人员在店检查期间,向店员索要食品经营许可证未果后,当场对"很高兴遇见你"餐厅进行断水断电断气、停止营业的处理。

武汉市食品药品监督管理局发言人在接受媒体采访时表示,不管是明星开的店还是老百姓开的店,不管是高档餐厅还是路边小店,只要和食品安全有关,武汉市食品药品监督管理局都会一视同仁,按照规定,奖惩分明。

这也是近期"很高兴遇见你"被曝出的第二家停业的门店,上月底,曾因无证经营被处罚28万元的"很高兴遇见你"宁波店突然倒闭,并存在拖欠供应商货款的情况,部分供应商无奈之下前往杭州"很高兴遇见你"还在营业的门店讨债。

资料显示,"很高兴遇见你"是上海烨飨餐饮管理有限公司旗下的一个餐饮品牌,主营创意菜,因装修环境时尚清新,菜品设计、名称等颇富创意,很受年轻消费者的欢迎。自2014年成立并在上海开设第一家门店后,"很高兴遇见你"又先后在上海、广州、北京、成都、杭州、宁波、武汉等城市快速复制开店。

快速复制现管理痛点

北京商报记者在调查过程中发现,"很高兴遇见你"目前主要是以直营和加盟两种方式进行门店扩张。以目前在北京的3家门店为例,其中2家为加盟店,1家为直营店,记者尝试通过门店工作人员了解"很高兴遇见你"的加盟条件及流程,但却始终未收到对方的回复,而"很高兴遇见你"的客服人员以及门店工作人员对于目前的门店数量也表示不知情。

值得注意的是,"很高兴遇见你"自创立以来就一直利用将品牌与明星投资人韩寒进行捆绑宣传的方式招徕消费者。有业内人士告诉北京商报记者,因为餐饮行业的入行门槛相对较低,餐厅的模式又很容易被模仿复制,连锁餐饮品牌通常都会以快速铺店的方式抢占市场,但受制于企业的人力、财力有限,很多品牌都会选择利用加盟的模式快速形成规模。这考验的是品牌本身对加盟商的管理能力,如果加盟店出现问题,对于品牌本身的打击很可能是致命的。

在"很高兴遇见你"武汉店因餐厅后厨卫生情况堪忧而被监管部门强制闭店的消息曝出后,不少网友都表示对"很高兴遇见你"很失望,并称不会再去该餐厅消费。

"很高兴遇见你"最近频繁出现的问题也正暴露出"很高兴遇见你"因快速复制在管理方面存在的短板,而"很高兴遇见你"在目前还未将主打品牌的管理工作夯实的情况下接连推出副牌,也被不少业内人士唱衰。

明星效应的AB面

事实上,除了在不断地推出新的副牌外,北京商报记者了解到,"很高兴遇见你"在外卖领域也惹了不少是非。今年9月,有媒体报道称,消费者投诉"很高兴遇见你"外卖难吃且开具发票还需多交0.1元。后经调查了解到这些在外卖平台上的"很高兴遇见你"餐厅多数并不是公司的堂食门店,而是由上海一家食品公司制作半成品,在各个外卖点再进行加工派送,菜单也是独立设计的,所以和门店并不一样,而这类外卖餐厅在北京、南京等多个城市都有。

对此有业内分析人士认为,"很高兴遇见你"不断尝试推出各类时尚餐饮品牌,并且以这种方式涉足外卖领域,能够吸引更多加盟商和消费者。但是餐厅本身的产品、服务等核心要素跟不上,无疑是在透支消费者及加盟商对于品牌的信任,"很高兴遇见你"如果继续以此种方式发展,前期依靠明星积攒的人气将很快散尽。

明星投资餐饮在餐饮行业早已不是新鲜事,其中不乏业绩口碑都不错的品牌,但也有很多餐厅开业不久就无奈夭折。资料显示,早在2009年赵薇曾在三里屯3.3大厦开过一家"乐福餐厅",但该餐厅经营不到一年的时间,就因生意惨淡悄然关闭。此外,郭德纲经营的"郭家菜"也曾在三里屯热闹开张,上下两层楼面积达3000平方米,内部装潢具有浓郁的中国特色,可如今在网上一搜"郭家菜",就发现餐厅早在2013年5月黯然停业。

北京商业经济学会秘书长赖阳表示,盈利是商业企业的主要目的,餐饮企业成功的核心是产品品质、服务水平和环境水平,明星效应对于餐厅来说只是起到辅助的宣传作用。如果本末倒置,过分地依赖明星效应,忽略餐厅经营的本质,最终会导致餐厅经营每况愈下。

中国食品产业评论员朱丹蓬表示,目前国内餐饮行业引入明星投资的案例并不少见,但是这些明星投资人多数并不参与餐厅的经营管理,而是让明星光环成为了噱头,以吸引消费者及加盟商。但是很多明星投资人并没有经营餐厅的经历,并不了解餐饮行业的市场规律,只是让品牌本身沦为挣快钱的工具。餐饮企业不能脱离餐饮的本质,明星餐厅亦然,如果只依赖明星背景做营销推广,只能让品牌本身逐渐走向衰落。

北京商报记者 钱瑜 郭诗卉/文
代小杰/制表

公司研究
Company research

中国资本加速鲸吞海外影视公司

一个月内3起并购 背后风险显现

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)鑫科材料于11月13日晚间披露,拟以约23.88亿元收购好莱坞知名独立影视公司Midnight Investments L.P. 80%的出资权益。这是继万达集团10亿美元收购美国DCP集团、中国公司1.87亿美元收购欧洲特效巨头Framestore后,又一起中国企业对海外电影公司的并购案。但业内分析师也指出,随着国内电影公司在海外进行市场布局的步伐加快,背后的风险不容忽视。

成立于2000年的鑫科材料,主营业务为铜基合金材料、辐照特种电缆。但传统加工行业竞争激烈盈利难,为了摆脱困境,鑫科材料在发展传统主业的同时,也开始开拓影视业务,谋求企业升级转型。2015年,鑫科材料通过非公开发行股份的方式,收购影视企业西安梦舟影视文化传播有限责任公司,并开始将影视业务纳入主营业务范围。而此次并购Midnight Investments L.P.,则是为了借助好莱坞公司的资源,拓展布局海外影视业务。

随着国内影视市场的快速发展,越来越多的影视企业为了快速提升自身的专业水平、竞争实力,通过资本并购已经成为最快捷的方式之一,而海外电影公司更是成为国内影视企业投资时的热门选择。中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举对此分析认为,由于国内可选择并购的文化产业数量较少,投资回报率低且难以保值,所以有实力的国内电影企业才更倾向将投资目光投向海外。

据公开资料显示,如今的万达集团旗下现有各类海外文化资产,如美国AMC院线、好莱坞制片公司传奇影业、澳大利亚第二大院线Hoyts等。"通过并购、收购等一系列资本动作,一方面让万达集团在文化领域拥有了优质的人才及市场资源;另一方面,通过学习海外的制作、管理经验,也能第一时间反哺国内业务的拓展,万达院线就是一个最好的例子。"影评人刘畅如是说。

近两年来,国内资本频频出海,然而现阶段是否是资本出海的最佳时机?在从业者看来,从全球市场环境来看,当前正是国内资本出海的好时机。目前欧洲和好莱坞的影视市场发展前景难以预测,特别是好莱坞,已经由盛走衰迈向下坡路,这种背景有利于国内影视公司以较低价格入手海外电影公司。这些公司在开拓海外市场的同时,也能反哺国内产业的发展。然而,随着国内电影公司在海外进行市场布局的步伐加快,背后的风险也开始显现。

魏鹏举指出,由于中外的文化背景、经营理念、市场环境不尽相同,并购双方在完成资本重组之后,如果不能很好地进行文化融合,在后期则会导致明显的经营问题。以2000年AOL以1470亿美元收购时代华纳为例,双方在磨合了十年之后还是无奈分手,AOL的市值也从巅峰时期的1630亿美元跌落到34亿美元,"资本买入是一方面,如果想让买入的资本发挥实际作用,关键则在于后期的管理"。

经营"不合理低价游"

卡瓦格博旅行社遭顶格处罚

北京商报讯(记者 肖玮)全国600多家旅行社承诺杜绝"不合理低价游"言犹在耳,然而不到两周时间,就已经有企业"违约"遭罚。11月14日,国家旅游局披露消息,经调查核实,云南迪庆一家名为卡瓦格博的国际旅行社违背承诺经营"不合理低价游",被国家旅游局从公布的"自愿承诺诚信经营旅行社名单"中剔除,并列入不诚信旅行社"黑名单"。同时,该旅行社还被责令停业整顿一个月、并处30万元罚款的行政处罚。

11月初,迪庆卡瓦格博国际旅行社与全国首批668家旅游企业一道公开承诺做诚信经营旅游社,如出现"不合理低价游"的行为,自愿接受来自监管部门的顶格处罚并自愿接受社会监督。但随后,该社以不合理低价操作旅行社业务、使用虚假宣传、擅自变更旅游项目。迪庆州旅游发展委员会给予迪庆卡瓦格博国际旅行社责令停业整顿一个月、并处30万元罚款的行政处罚;给予涉案导游李迅1万元罚款的行政处罚;对涉案的3家相关企业已立案调查,调查期间一律不准接待旅游团队。

国家旅游局强调,鼓励旅游企业自愿承诺做诚信经营旅行社,鼓励游客出游选择公开承诺诚信经营的旅行社报名。但企业承诺了就要兑现,失信就要为此付出代价。旅游主管部门对违反承诺的旅游企业将依法依规给予严厉处罚,并鼓励广大游客对违反承诺的旅行社进行监督和举报。

事实上,业界还有声音认为,严罚有益于清理"不合理低价游"问题,但依据现行的《中华人民共和国旅游法》中所提及的经营业者所应负的法律责任,承诺中所提及的顶格处罚将对严重侵害旅游者权益的旅行社处以30万元的罚款,对个人则将处以2万元罚款。由此可见,顶格处罚对于企业的震慑作用仍有限,且签订承诺书的企业仅为668家,占据全国旅行社总数的比例极小,影响面不大。

另外,还有专家建议,要保证对"不合理低价游"的打击效果,则必须对现行的《旅游法》及《消费者权益保护法》进行修改,进一步加大惩罚性赔偿的力度,降低旅游者的维权成本,增加维权收益的同时增加不良企业的维权成本。同时还需要将这些惩罚的条款进一步细化,保证其简便性与可操作性,从法律层面上推动旅游者参与到监管维权当中来。

推出酒店移动端最低价

华住欲与分销平台抢客

北京商报讯(记者 钱瑜 郑艺佳)酒店与OTA等分销平台的矛盾由来已久,为提高客户黏性,各类酒店纷纷加码直销业务。11月14日,华住宣布全面发起"手机订房低价保证"活动,并承诺"差价双倍赔付",以确保会员通过官方App和微信预订华住旗下酒店将获得最优的价格。华住方面表示,此举是为更好地保障会员权益,而这也是国内酒店集团首次推出类似的差价赔付承诺。

华住方面明确指出,旗下直销体系的"官方渠道价格最优"。据介绍,即日起,华住会员通过官方App和微信预订并入住华住酒店集团旗下禧玥、漫心、全季、星程、汉庭、怡莱和海友酒店后,若发现携程等主流OTA所售的同等预订条件下的酒店订单价格更低,即可提起申诉,申诉成功后将获得双倍差价补偿。

目前,华住已与携程等主流OTA签署价格保证协议,以保证其平台上所售华住旗下酒店的客房价格不低于华住官方渠道。华住还称,不排除官方App和微信预订的价格比OTA更低的可能性。

有业内人士指出,此次承诺也是华住对消费者的一次绑定尝试。据了解,由于OTA之间的互相竞争,对酒店压价的情况普遍存在,导致酒店利润空间紧缩,甚至出现酒店在单个房间获利低于OTA获利的情况。2015年时,华住曾经以违规促销为由,下架了在去哪儿、艺龙、携程三家平台上的产品。2014年时,华住、如家、锦江之星也曾集体向OTA施压,要求停止OTA的返现活动。

华住酒店集团董事长季琦曾提出酒店与OTA合作共荣需要建立的三个底线:永远坚持酒店中央渠道最低价;自有会员最惠,保持核心竞争力;酒店App最便利,提供OTA之外情景的服务。从此次承诺来看,华住也确实在坚持这三个底线。

"目前,市场中OTA的占比很高,酒店不得不与它们合作,这也导致OTA企业的话语权越来越重。但OTA的竞争对酒店压价很厉害。"酒店产权网创始人Galen Moore表示,"很多酒店都在尝试对消费者的绑定。华住原本就有预订系统,建立自己的预订系统才是最大的保证。"对于酒店直销的现状,Galen Moore也指出,目前酒店直销的黏性仍然不足。"但黏性仍有机会被培养,比如若有朝一日华住开放了对外接口,允许非华住品牌进入直销平台,那么效果可能就不一样了。"