

· 资讯播报 ·

“北京礼物”首度结缘老字号

北京商报讯(记者 肖玮 实习记者 薛晨)为激活市场,“北京礼物”不断扩容,11月30日,“北京旅游”宣布增100多款单品,更重要的是,与全聚德、北京稻香村等北京老字号首次联姻。

此次,“北京礼物”一口气发布了景区主题及创意、丝绸系列、插画系列、年货系列等六大类100多款单品,涵盖了从日用品到节日用品等不同领域,并且首次与全聚德、稻香村、义利、御食园等北京老字号进行合作。据悉,当前“北京礼物”的认证产品已有2000余款,并在北京市内多处热门区域开设了30余家实体店。

北京市旅游发展委员会副主任曹鹏程介绍,今年前三季度,北京市旅游购物和餐饮消费达到1870亿元,占比超过24%,光旅游购物板块就增长了13%,北京旅游消费的强劲势头正逐步显现。

北京大学文化资源研究中心主任张颐武认为,当前中国的纪念工业并不缺乏,真正欠缺的是创造性和实用性。因此,对于像“北京礼物”这样,通过创造性转化传统以及融合老字号等城市象征的旅游产品,更容易从市场当中凸显出来。而北京旅游商品协会副会长邱重则表示,通过类似“北京礼物”旅游商品大赛等形式,包括老字号在内的各类产品都进一步转化成为北京旅游商品,对比以往,这两年企业参与的积极性和主动性都大大提高,这也推动着北京旅游商品市场的变化。

途牛三季度跟团游收入涨三成

北京商报讯(记者 钱瑜 郑艺佳)11月30日,途牛旅游网公布的三季度报告显示,三季度途牛净收入为40亿元,同比增长35.7%,其中,跟团游收入同比增长近三成。该季度内,途牛净亏损为5.717亿元,2015年同期净亏损为4.337亿元。

三季度,途牛跟团游的出游人次为106.43万,较2015年三季度增长67.5%。在总收入中,跟团游收入占据了主力位置,达到39亿元,较2015年同期增长33.4%。途牛方面表示,这一增长主要源于日韩、中东、非洲和北美等出境目的地旅游收入的上涨。

途牛旅游网联合创始人于敦德表示:“这个季度我们的收入继续保持稳步提升,旅游产品总交易额和净收入分别增长了56%和35.7%,转化率和用户黏性也随着产品品类的扩展和产品丰富度的增加而提升。本季度老客户对交易额的贡献达到了45.7%。”财报表明,三季度途牛交通和住宿产品的交易额也获得了快速增长,据介绍,下一步途牛将继续扩展机场、酒店资源。

同时,途牛三季度的销售与市场营销费用约为5亿元,同比增长47.9%,环比下降19.8%。针对市场费用,途牛方面表示已进行了调整。“三季度开始,我们调整了市场费用的投放,将重点放在回报率更高的渠道上。”因此,三季度我们的市场营销费用出现了环比下降。途牛首席财务官杨嘉宏表示,“我们将加强内部运营效率,运用现有的品牌资产拓展旅游及其相关产品业务,提升毛利率和公司的盈利能力。”

我国五年内将建百家现代农业庄园

北京商报讯(记者 肖玮)欲推进现代农业和旅游业深度融合,我国拟建100个现代农业庄园。11月30日,国家旅游局发布消息,与农业部联合印发了《关于组织开展国家现代农业庄园创建工作的通知》(以下简称《通知》),决定在全国国有农场范围内组织开展国家现代农业庄园创建工作,计划到2020年将建成100个国家现代农业庄园。

据悉,国家现代农业庄园是新提出的概念,主要指以现代化农业生产为基础,依托庄园自然和人文资源,深度开发的旅游观光、休闲度假、健康养老、科普文化等多种功能,并形成多种形态的旅游产业集聚区和旅游综合体。《通知》要求,国家现代农业庄园建设坚持以农为本、融合发展、市场运作、保护优先的基本原则。申报主体应是具备独立法人资格的国有农场,并且满足园区规划科学、区位优势适宜、农业生产先进、旅游功能突出、经营管理规范等基本条件。

《通知》还明确,国家现代农业庄园的旅游功能要突出,住宿餐饮、休闲娱乐、农事体验、产品展示、文化展览等基本功能齐全,各种设施的安全与生产符合相应的国家标准;具有较高的旅游承载能力,且无多发性不可规避自然灾害,庄园的游客接待量不低于每年40万人次;而且优先考虑国家3A级(含)以上旅游景区。

“到2020年,全国将建成100个国家现代农业庄园,基本可以形成结构合理、效益显著的庄园经济带。”国家旅游局相关负责人表示,“创建国家现代农业庄园,是提高农业质量和效益,实现一二三产业融合发展,推进农业和旅游业供给侧结构性改革的具体实践。对于满足消费者多元化需求、促进全域旅游具有重要意义。”

凯撒歌诗达首推46天邮轮航线

北京商报讯(记者 关子辰)11月30日,歌诗达大西洋号46天环南太平洋从天津港正式起航。该航程由凯撒旅游独家包船,也是从中国母港出发的首个历经46天环南太平洋航线的邮轮产品。由于该产品涉及9国12岛屿,因此受到了较多关注。业内人士认为,46天邮轮的推出颠覆了以往以日韩为模式的传统邮轮线路,但长时间和较高价格则让该产品受到一定限制。

北京商报记者了解到,歌诗达大西洋号46天环南太平洋航线由凯撒旅游和首个进驻中国的国际邮轮集团——歌诗达邮轮共同花费两年时间进行研发设计。凯撒邮轮首席运营官任涛表示,歌诗达大西洋号满载2600多人,此次航线的游客达到了1900多人。

任涛还透露,未来凯撒旅游还将根据市场推出更多新兴目的地航线的邮轮产品,将越来越多的目的地加入进来。

实际上,近年来由于众多国际邮轮跻身中国市场,加上多为日韩航线,导致同质化竞争严重。一位邮轮公司高管曾表示,受中国海岸线客观影响,目前日韩航线邮轮产品基本上占到了整个邮轮90%的份额,而同质化的产品也让日韩线路难以卖上价钱。

此类环大洋邮轮产品的推出固然增加了消费者的选择,但在邮轮产品销售方面也给了旅行社方面不小的压力。一位游客表示,类似这种9国14港口航程,虽然打破了以往单一目的地的邮轮线路,但同时需要花费更多的时间和金钱。46天对于一般的上班族来说并没有充足的时间,而对于有时间的中老年人来说金钱的花费将成为参加此类产品的一大门槛。

有专家建议,邮轮公司或旅行社推出此类环太平洋产品时,可以考虑把行程拆开来卖,遇到真正想环球旅行的游客再打包销售。

责编 肖玮 美编 韩玮 责校 刘凯晶 电话:64101897 lyzx0405@126.com

五年投百亿押宝高端男装

楼市趋紧 雅戈尔重回主业

雅戈尔作为国内男装一线品牌,在最新表态中称,未来五年将投入100亿元加强新材料、新面料、新工艺、新品牌和新服务的创新。与此同时,与五大国际顶级面料品牌签订合作协议,耗资3000万元打造雅戈尔之家……最近一段时间,雅戈尔在“不务正业”多年后又开始发力服装主业。对此,雅戈尔证券部工作人员透露,随着房地产遭遇政策收紧,投资收益不稳定,雅戈尔意欲重振服装板块。但在业内人士看来,近年来国内服装行业颇不景气,各家男装品牌或面临生存危机或谋求转型,在这样的大环境下,雅戈尔的回归之路并不平坦。

动作频频

近几年来,地产与金融投资早已成为雅戈尔营收的主要来源,服装板块长期处于边缘。据今年雅戈尔公布的季报显示,服装板块实现营业收入29.56亿元,净利润3.23亿元;同期地产开发业务实现营业收入74.33亿元,净利润12.14亿元,投资业务实现投资收益29.19亿元,净利润达16.54亿元。房地产与投资所获收益远高于服装板块带来的净利润。

根据公告,雅戈尔与来自欧洲的五家顶级面料生产企业签署战略合作协议,表示要打造中国的高端成衣和定制品牌MAYOR,并将在未来五年内,投100亿元加强新材料、新面料、新工艺、新品牌和新服务的创新。对于大手笔投入,雅戈尔进一步披露,公司于4月通过非公开发行股票已经募资30亿元,未来五年还将筹集50亿元资金。此外,公司将投资20亿元,实施“会员战略”、“多品牌战略”等。

同时,雅戈尔也加码线下门店。9月底,该公司花费约3000万元在无锡购置的大楼正式以“雅戈尔之家”品牌开业。去年,雅戈尔在上海投资建设了全国首家“雅戈尔之家”,也耗资2000万元。这样的“雅戈尔之家”,面积在2000平方米以上,也正是雅戈尔推进“大店模式”的重要举措。

2016年上半年,雅戈尔累计投入5.06亿元推进“大店战略”。雅戈尔公开表示,未来五年,将现有的3000多家门店缩到



1000家左右的大店,同时实现业务量翻倍,达到年收入约100亿元。

雅戈尔证券职员刘欣在接受北京商报记者采访时表示,加大对服装板块的投入,重新拉动服装业务的原因,除董事长李如成始终重视公司服装生产的业务之外,与近两年国家在房地产方面不断收紧政策也有关系。今年以来,国家的房地产政策不断收紧,对雅戈尔的房地产板块营收造成了很大影响。地产开发业务实现营业收入74.33亿元,较上年同期降低17.88%,直接导致今年前三季度的营业收入为105.19亿元,较上年同期降低14.95%。

走入下坡

早在2011年,在服装板块,雅戈尔就已提出“生产经营型向品牌运营型转型”的规划,而五年以来,一直都没有明显的动作。如今虽然雅戈尔在服装上充满雄心壮志,但整个服装行业发展颓势带来的影响不容小觑。

今年上半年,中国服装行业销售增速持续放缓,服装上市公司业绩不断下滑。雅戈尔过去五年的年报也显示,其服装板块的业绩不是十分理想。

雅戈尔品牌服装业务自2013年开始

走入下坡。当年服装实现营业收入42.69亿元,但受到人力成本上涨以及所得税税负增加等因素的综合影响,其净利润仅为6.43亿元,较上年同期大幅下跌21.37%。2014年,服装板块持续下滑,营业收入为41.33亿元,较上年同期降低3.21%。

去年,雅戈尔服装板块营业收入较去年略有增长,营收达44.61亿元,较上年同期增长1.48%,但净利润却呈下滑态势,同比再降0.23%。

2016年雅戈尔公布的三季度报告显示,其服装板块实现营业收入29.56亿元,较上年同期降低5.5%;实现净利润3.23亿元,同比下降42.45%。较今年二季度的3.95亿元净利润也有所下跌。

此次雅戈尔走高端路线,短期内势必增加成本投入,对不断下滑的服装业绩无法雪中送炭。派尚服饰搭配学院院长康兰馨认为,服装企业发展“大店模式”,打造高端品牌,这是一个正确的方向,但是这种靠巨资打造的业务短期无法实现良好的营收。

难言坦途

在接受北京商报记者采访时,刘欣表示公司高层始终重视服装板块的

展。但雅戈尔多年来在房地产和投资领域的投入也是有目共睹的。正如李如成之前向媒体表示,投资一下就能赚制造业30年的钱,雅戈尔也早早地涉足地产、投资领域,并取得了亮眼的业绩。曾有投资者提出,雅戈尔应改名为“雅投行”,因在公司营收中占据主要位置的是投资收益。

虽然李如成表示雅戈尔不会放弃服装产业,但相较于房地产与金融投资,服装板块在营业收入与营业成本上早已被远远落下,成为事实上的边缘业务。在雅戈尔“花心”的这些年里,国内专注发展男装的品牌保持了较好的势头,以服装板块为主要业务的七匹狼自2014年以来,营收呈增长态势;日前发布的三季度中,营业收入同比增长1.29%至17.9亿元,服装板块占到营业收入90%以上的商务男装品牌报喜鸟,营业收入也从2011年的19.44亿元增长到了2015年的22.42亿元。

服装行业整体处于颓势以及欧美大牌抢食,再加上专注于男装的品牌不断扩张,“不务正业”多年,雅戈尔此次想在激烈的竞争中崭露头角也并非易事。雅戈尔公司对回归的难度也有预期,对于此次推广发展的高端品牌MAYOR,刘欣称,该品牌主要是定制和成衣改制,面料上也比较高端,销量不会太大,对MAYOR在创收上没有很高的期待,其利润也难跟主品牌“雅戈尔”相比,更多的是希望能创造良好的品牌效应。

在服装独立评论人马岗看来,“国内男装品牌过于集中在中高端男装的细分发展上,反而鲜有品牌布局低端市场。”这也意味着,持续发展中高端男装品牌的雅戈尔将会面临极大的竞争压力,MAYOR突出重围的机会更小。

此外,在重拾服装板块的发展过程中,雅戈尔可能会遇到些困难。康兰馨提出,企业应该注意控制扩张的规模,不要一下子投入太多。根据资金情况,选择一个合理安全的投资规模,不要冒险。因为大的市场依然存在风险,如果高端消费能力遭到遏制,投资过大则会带来不小的损失。

北京商报记者 刘一博/文 CFP/图

公司研究

Company research

成本高收入低成实体书屋写照

独立民营书店“书与远方”停业

北京商报讯(记者 卢玮 郑蕊)“因对纸质书的热爱和执着,我努力克服了很多困难,但终究无法抵抗时代的变迁,在一切转向前,只想为书找个家……”11月30日,书与远方书店发布的一篇名为《别了梦想|书店停业 全店清仓》的文章在业内被大范围转发。事实上,书与远方书店的停业清仓只是独立民营书店关门的一个缩影,背后折射的是国内仍存在大量实体书店面临着经营困境。

据悉,书与远方书店从书摊做起,随后逐渐发展为书店,在几年的经营过程中经历了实体书店行业的没落,也曾尝试改做借书业务,最终以失败告终。鉴于盈利难以支撑,最终店主选择关店。对此,不少读者纷纷表示惋惜,更值得关注的是,虽然现阶段国内多家连锁品牌书店正不断扩张自己的规模,新分店接连开业,似乎呈现出实

体书店回暖的迹象,但国内仍有不少独立民营书店因经营难以为继而关门,如位于南京的国内首家推理主题书店“馆·夜行”以及北京大学校内与鲁迅作品集同名的“野草书店”,也在今年传出因经营不力而面临倒闭危机的消息。

由于需要承担房租、人力、水电等较高的经营成本,同时还要面临网络书店更低价格的冲击,分流实体书店消费人群,导致不少实体书店收入微薄,亏损的也不在少数。

数据显示,北京地区有近5000家实体书店,但一半多的实体书店均处于亏损状态,此外西安地区的实体书店也几乎都在亏损。南京“馆·夜行”店主此前曾透露,每年房租支出超过5万元,再加上人力等方面成本,在开业第一年就已经是入不敷出,在艰难运营近两年后决定关闭书店。且与品牌连锁

书店能够依靠背后资本或是自身品牌效应及规模,在入驻商圈等位置时能够与对方就房租进行协商不同,独立的小型民营书店自身难以有较大话语权,不仅难以入驻商圈等较好的地理位置,同时也难以在租金层面进行商讨。

鉴于实体书店面临的经营困局,政府层面也已发布相关政策扶持实体书店的发展。其中北京市将在五年的时间里投入过亿元的扶持资金,重点扶持400-500家具有较强社会影响力的实体书店。对此,中国创意产业研究中心主任张京成表示,政府发布的相关政策是从宏观层面来引导市场,更多起到的是激励作用,真正解决经营困局,还是在于实体书店自身,并尝试创新经营模式。

目前国内已有不少实体书店通过引入文化创意产品、餐饮等多元化服

务和产品使自身由传统书店升级为复合式文化空间,同时还有越来越多的书店采取24小时营业等创新模式,试图借助多种多样的服务和产品增加收入来源,提升经营能力。但也有业内人士表示,无论实体书店如何转型升级,最关键的产品还是图书,而目前网络书店较低的售价已经影响到出版业的良性定价。

在百道网CEO程三国看来,实体书店虽然能通过多元服务产品增加收入来源,但要解决经营困境关键是让图书销售方面的毛利率能支撑书店的经营,对此,国内可借鉴国外实施的定价机制,如网络书店不能对一年之内新上市的图书打折销售,或是对网络书店提供的折扣进行限制等,通过结合国内实际情况,制定符合我国特色的定价机制,保证实体书店的良性发展。

产品合规难辨 邮币卡乱象频出

北京商报讯(记者 卢玮 王嘉敏)海淀法院近日受理了一起因邮币卡买卖而引发的合同纠纷。原告周女士3月通过互联网交易综合服务平台“宗易汇”,以3.3万元的价格购买了中国工艺美术品交易所有限公司发行的邮币卡,该邮币卡价格却连跌多日,造成周女士损失近2.85万元。后经周女士核实得知,她购买的“06华侨套票”其实并未被批准上线交易。在白银现货、贵金属交易之后,邮币卡交易成为近两年来百姓投资的一个热点,但从上述案件中却反映出邮币卡交易市场中存在的乱象。

“邮币卡”通常泛指集邮品、钱币和电话卡,国内的邮币卡交易中心又称邮币卡电子盘或邮币卡电子交易平台。在这个平台上,卖家将邮票、金银币、电话卡等有价值的藏品,拿到文物交易所鉴定,然后以实物挂牌的方式上市交易,让投资者和收藏者像买卖股票一样买卖邮票钱币等藏品。据文交在线统计,目前全国各地能够出具地方政府批文的邮币卡交易平台达到129家。另据邮币卡之家统计,全国主要40家邮币卡交易所的日均成交额接近200亿元,平均每家日均成交5亿元。

但邮币卡火爆的市场行情背后,却也存在不少

乱象。“目前邮币卡交易市场非常混乱,一方面是因为行业监管不到位;另一方面则与操作者的职业素质有关。”北京华章东信文化投资集团董事长彭中天表示,邮币卡交易同股票交易一样,有盈利就会有亏损,但邮币卡的亏损却往往是因为交易规则不透明导致的。据了解,一些邮币卡交易平台名义上是进行邮票的线上交易,但实际上可以随意发行邮币卡,采取违反国家法律法规的证券化交易模式,让邮票价格远远超出实物价值,成为脱离文化艺术行业的虚拟炒作标的。

有业内人士透露,虽然目前从事邮币卡的交易平台声称“受到监管”、“手续合法”,但各省、市级金融办作为文化产权交易所的直接监管部门,只监管到申报具体交易品种、交易模式这一层面,并没有针对具体业务的进行监管。由于交易过程和交易数据缺乏管理,邮币卡交易平台存在巨大的可操作空间,一些不法分子乘虚而入,导致因邮币卡交易而起的诈骗案件时有发生。

“除了规范定价,邮币卡交易市场的审批程序、交易数据、交易规则都需要监管和细化,否则行业乱象仍然难以解决”,彭中天强调。

65家云南旅行社涉嫌违规遭调查

北京商报讯(记者 肖玮)11月30日,国家旅游局宣布,在多部委对云南“不合理低价游”开展专项督查中,责成云南省旅游主管部门对涉嫌违法违规的65家旅行社进行立案查处。一批旅游购物场所涉嫌与旅行社违法违规等问题正在调查。针对云南旅游市场秩序存在的严重问题,国家旅游局要求云南省持续加大对“不合理低价游”经营行为的查处打击力度。

此前,国家旅游局督查组联合云南各级旅游、公安、质检、工商、税务等部门,深入昆明、丽江、大理、迪庆、西双版纳等州市,通过线索排查、突击检查、调查取证,锁定了一批旅行社经营“不合理低价游”等违法违规事实。国家旅游局督查组要求云南对65家涉嫌违法违规旅行社加快完成调查程序,统一执法尺度与处罚标准,依法从严从快进行处罚;同时对问题旅行社顺藤摸瓜,以案查案,要求相关省区市对围绕云南问题的线索尽快调查处理。

国家旅游局相关负责人表示,云南是全国“不合理低价游”重灾区,尤其要加强专项督查与集中整治的力度。接下来,云南需要在治标层面严厉打击违法违规旅行社的同时,更要注重从治本层面建立长效管控机制,要从根本上解决对旅游购物场所的监管问题。