

2020年VR用户量预计达1.35亿人

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)12月14日,艾瑞咨询发布的《2016年中国VR营销趋势前瞻报告》(以下简称《报告》)指出,VR发展早期,Oculus、HTC、Sony等硬件厂商凭借先入优势和巨大号召力,在第一代内容平台的发展方面存在强大的引领力量,而创业公司及开发者也在内容生产领域探索新的机会。接下来预计将有66.1%的开发者发布新的VR内容,VR内容丰富度有望在年底得到跃升。

内容的丰富也促进了VR设备的普及。基于Oculus、Gear VR等目前领先级别的VR厂商出货量预测,2019年VR将成为全球使用人数过亿的产品;2020年台式机VR全球用户量达到1950万人,移动VR用户量达到1.35亿人。目前VR内容正从游戏、视频等领域开始向多样化拓展。其中游戏内容的开发程度较为成熟,覆盖了大多数的类型;B2B垂直应用集中在教育和房产行业;360度全景视频的题材应用较广的主要有旅游风景和艺术人文。

但是由于VR设备受制于“现实世界与虚拟环境割裂”的原因,无法像手机一样成为高频次、长时间使用的工具,因而VR未来会朝着与AR(增强现实)相结合、进阶成MR(混合现实)形式,以眼镜或其他类型的可穿戴设备形式,满足人类日常各类需求。

任天堂主题乐园2020年开业

北京商报讯(记者 钱瑜 郑艺佳)12月14日消息,任天堂于近日宣布,第一座任天堂主题乐园将于2020年在日本大阪环球影城开业,预计成本将达到4.33亿美元。而在2020年,北京环球影城也预计开业。环球影城在亚洲布局更进一步。

任天堂创立于1889年,是世界著名游戏厂商,拥有如“马里奥”、“口袋妖怪”等知名IP。与任天堂合作后,环球影城在IP领域实现了迅速扩张。

资料显示,首座任天堂主题乐园名为“超级任天堂世界”,将包含诸多任天堂主题的游乐设施。2015年,任天堂宣布将与环球影业合作推出主题乐园,双方其后还进一步宣布,将在美国的奥兰多和好莱坞两地开设任天堂主题乐园,并且三地的主题乐园中的设施将各有不同。此外,主题乐园将还原任天堂经典游戏场景,并将采用多层结构的复合建筑设计,建筑内将会包括商店餐厅等场所,游客可以在此与任天堂的经典角色进行互动。

据报道,日本关西大学荣誉教授宫本隆预计,在“超级任天堂世界”开始营业后,大阪环球影城将为关西地区创造约6.2万亿日元的经济效益,为整个日本创造约11.7万亿日元的经济效益,并在开业后的十年内创造大约110万个就业机会。

吉祥航空海外航线运载量降16%

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 薛晨)12月13日,上海吉祥航空股份有限公司(以下简称“吉祥航空”)发布的运营数据显示,11月总运载人次超过111万,同比增长23.39%,累计运载人次超过1215万,同比增长25.98%。值得关注的是,11月吉祥航空海外航线的运载量下降了15.93%,共接待8.6万人次。

此前,吉祥航空为扩大市场份额,在海外市场拓展方面做了一系列工作。当前国内低价航线已逐渐接近饱和,吉祥航空持续对海外市场进行投入,并将关注点集中在东南亚以及周边国家市场,并计划新增多条飞往日本以及菲律宾的航线迎合出行旅客的需求。11月,吉祥航空还向民航局递交了开通上海浦东至札幌、上海浦东至宿雾以及上海浦东至卡利博的往返客运航线申请。

对于海外航线11月出现的下跌态势,业内人士指出,因为相对于旅游旺季的10月,11月的业内出行需求较为平淡。吉祥航空发布的数据也显示,11月公司大幅削减了国际运力的投放以提升客座率,削减幅度达到24.06%,但整体来看,本年度吉祥航空的国际航线表现尚可,累计增长幅度为33.11%,收获近140万人次。同时,吉祥航空国际货邮载重量在11月也同比增长19.88%,达到408万吨,累计载重量为3841吨,同比增幅将近28%。

意大利女鞋莱尔斯丹上黑名单

北京商报讯(记者 刘一博 实习记者 郑娜)据山东工商消息,青岛工商局近日展开了2016年元旦、春节期间流通领域商品质量抽检,共发现不合格商品32批次。

其中,意大利女鞋品牌莱尔斯丹生产批号为SAUN-DA-6T-56354-PNR-37的女鞋鞋不合格,主要不合格项目为成鞋耐折性能;源自意大利的高档女鞋品牌思加图生产批号为SZP 9X105 DU3的拖鞋胎牛皮草女皮鞋因勾心纵向刚度被检出不合格。浙江保罗盖帝实业有限公司生产的软皮鞋PLO-CART(保罗盖帝)被检出勾心硬度不合格;VINSOR温莎的牛皮男单鞋不合格,主要不合格项目为勾心纵向刚度。富贵鸟生产的粘胶女鞋不合格,主要不合格项目为帮底剥离强度、勾心硬度。

据了解,鞋类的钢勾心一般为长条金属片,是重要部件,安装在外底与内底之间,是鞋的“脊梁”,起着承重及平衡作用,决定了鞋穿着时的稳固性和舒适性,特别是对中、高跟鞋尤为重要。硬度和抗弯刚度是非常重要的指标,不合格的勾心会导致皮鞋变形,甚至会导致崴脚、摔倒等问题,我国有专门的《鞋类钢勾心》规范标准,以规范鞋类钢勾心的生产和使用。

光线传媒拟出售蓝弧文化五成股权

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)12月14日晚间,光线传媒发布公告称,公司于2016年12月12日分别与广州海汇投资管理有限公司(以下简称“海汇投资”)、深圳前海润策文化创意合伙企业(有限合伙)(以下简称“前海润策”)、广州市弧品企业管理咨询有限公司(有限合伙)(以下简称“广州弧品”)签署了《股权转让协议》,海汇投资、前海润策及广州弧品分别拟使用现金购买公司持有的广州蓝弧文化传播有限公司(以下简称“蓝弧文化”)50.8%的股权,交易价格2.4亿元,交易完成后,光线传媒将不再持有蓝弧文化的股权。

蓝弧文化成立于2007年,注册资本1240万元,主营业务为动画影视作品的开发、制作、发行。目前蓝弧文化推出的作品包括,与饮料公司合作推出的三维短片《果冻宝贝》、《果冻三剑客》、《果冻大作战》;与广州星杰玩具有限公司合作推出的全三维原创动画《百变机兽》(共52集);与芬兰Future Code合作推出的全三维制作的童话式侦探动画《迪比狗》。2015年,蓝弧文化营收约4637.7万元,营业利润2245.8万元,净利润2490.3万元。但在2016年前9个月,该公司营收仅为1362万元,营业利润-1189万元,净利润33.3万元,业绩相比去年明显下滑。

金百万U味儿转型代加工外卖

金主能否买账成为关键

日前,北京商报记者发现,金百万于去年上线的准成品O2O项目——U味儿在百度外卖、饿了么以及美团外卖上线,并开售外卖成品。据金百万相关负责人介绍,U味儿目前正在尝试做外卖代加工,面向消费者家庭厨房,这意味着U味儿从之前的准成品外卖平台摇身变为外卖代加工平台,并通过外卖平台进行引流。这之前黄太吉的代加工模式相似,如今黄太吉代加工模式遭遇合作商家集体出走的尴尬,U味儿“平台套平台”的模式能否走通也有待市场检验。

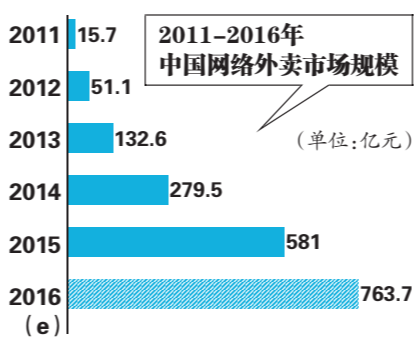
从“准成品”转“成品”

日前,北京商报记者在外卖平台上发现金百万旗下的O2O项目U味儿出现在该平台推荐的餐厅中,U味儿页面所展示的产品中并未出现U味儿在去年上线时对外宣布的“准成品”,取而代之的都是外卖成品,包括双拼饭、粥面饼、拌饭套餐等,套餐售价从9.9元到23元不等,部分产品5折限量发售。

北京商报记者尝试点了一份正在参加优惠活动的“土豆丝+宫保鸡丁双拼饭”收到的产品确实是外卖成品。目前,在饿了么上能搜索到的U味儿餐厅有43家,其中既有金百万的门店也有单独的外卖站点。

北京商报记者联系到金百万相关负责人,该负责人表示,U味儿目前在尝试外卖成品代加工生产,并且已经帮助部分合作餐饮企业提高了每月的外卖流水,而之前U味儿主营的准成品外卖业务仍然保留,并主要面向C端消费者的家庭厨房,至于U味儿目前都与哪些企业达成了合作,订单情况如何,该负责人并没有透露。

在U味儿上线之前,金百万董事长邓超曾告诉北京商报记者,将利用U味儿“准成品+智能锅”的组合,撬开8亿元在家做饭市场,释放餐厅闲置产能,传统餐饮借助互联网、物联网跨界劫掠传统的超市生意。当时,U味儿希望除了



TOC外,准成品模式也提供To B服务。一些便利店、小型餐饮、公司员工餐等,无需请厨师,几口智能锅加上准成品,就能为消费者提供高品质的餐饮服务,通过这种方式,让社区超市成为U味儿的线下站点。而如今,U味儿的主营产品发生变化的同时U味儿也从准成品外卖平台变为生产外卖成品的平台商家,并且U味儿也变身成为餐饮企业提供外卖产品代加工服务的平台,形成了平台套平台的模式。

进军餐饮供应链

2015年底,金百万上线外卖平台,并筹备上线U味儿,而邓超本人也曾多次在公开场合表示金百万将攻克外卖市场的决心。邓超透露,金百万食堂平均一年一平方米创造1万元营收,外卖一年一平方米营收36万元。而金百万望京店,原本营业面积是2000平方米,传统正餐月营业额200万元,2015年10月提供外卖服务,后来营业面积剩下不足40平方米,外卖月营业额将近100万元。而这100万元的营业额由9个员工创造,人效达到原来的5倍,意味着人力成本为原来的1/5,这也是让金百万发力外卖市场的主要原因。

在此基础上,金百万又推出了“准成品+智能锅”的外卖模式,并将U味儿独立出来成为金百万的外卖项目之一。在邓超看来,2015年,国内餐饮在餐厅用餐的规模是3万亿元,在家用餐的规模是8

万亿元,整个餐饮领域,在家用餐的市场规模依然最大。准成品则让金百万占领家庭厨房成为可能,同时生产准成品能更加有效地利用餐厅的闲置产能。

如今,外卖市场仍在以高于实体餐饮的增速快速增长,对于很多开展外卖的餐厅而言,尤其是很多中小餐厅,厨房的产能已经跟不上外卖订单的增长,这也是U味儿从生产准成品转变为外卖成品代加工的主要原因之一。

另有业内人士认为,金百万此次转变也从某种程度上暗示着U味儿此前的平台模式并未达到预期的效果。既然金百万想建立平台,那就要发挥资源整合的作用,不仅需要集结生产方的企业资源,更需要大量的需求侧资源,但是从目前情况来看,U味儿作为平台的功能并不突出,市面上其他半成品平台的发展情况也并不理想。盈利难度大、过于依赖资本等都是这类平台面临的问题。

另外,今年北京餐饮行业转型初见成效,大众餐饮成为主流消费趋势,市场开始回暖,然而即便如此,背负着“四高一低”压力的餐饮企业仍然处在微利状态,而大众餐饮消费下,靠走高端餐饮路线提升客单价价格进而提升利润的方式难度越来越大,向上游供应链延伸成为不少餐饮企业新的掘利方向。金百万U味儿的转变在业内人士看来,也是从平台模式向供应链转变的信号。

代加工模式能否吸引金主

谈到外卖代加工模式,与此前黄太吉开设外卖工厂的模式有几分相似。同样是做外卖代加工,如今的黄太吉却因平台商家出走等原因陷入困境,重走代加工外卖产品模式的U味儿能否避免重蹈覆辙?

对此,有分析人士认为,黄太吉和U味儿虽然都做外卖代加工,但是二者在模式以及背景上却存在较大的差异。黄太吉之前采用的是自建平台的方式,通

过吸引餐饮商家上线黄太吉外卖平台并为其提供代加工的服务方式与平台商家合作。这样的方式对于流量优势较弱的平台而言压力其实很大,为了保证正常的运营,黄太吉方面不得不提升与商家合作的抽成比例,使得平台商家的合作成本大幅提升。而同为外卖平台,黄太吉所面临的竞争对手是美团外卖、百度外卖以及饿了么等各方面优势也更加明显的平台,而平台模式又十分依赖入驻商户,商户一旦离开平台,此类模式就无法运转。

相比黄太吉,U味儿目前所采用的是转变角色,从平台转变为外卖平台商户的做法,虽然同样通过代加工的方式与上游供应链产生联系,但是面向C端的出口不同,U味儿利用外卖平台引流的方式合作成本更低。同时金百万已有的门店都可以作为外卖的档口,这也节省了U味儿新开外卖档口的成本。另外,也有业内人士认为,金百万本身就是餐饮企业,邓超具有丰富的餐饮运营经验,他对于餐厅经营以及供应链更加了解,并且经验也更加丰富,因此U味儿有金百万作为背书,代加工的模式或许更容易走通。

中国食品产业评论员朱丹蓬表示,从U味儿的转变可以看出,U味儿此前的平台模式效果并不好,没有足够的上下游商户资源,B2B平台很难成型。现在U味儿转做外卖产品代加工,从目前来看对于一些产能跟不上的中小餐厅很有吸引力,但是中餐一直以来对厨师的依赖程度较高,后厨开放程度一直很低,这也是目前餐饮企业做供应链的难点所在。

在朱丹蓬看来,转型代加工的U味儿,前期主要依靠自身外卖产品,以及为部分中小餐饮商户做代加工,大型连锁餐饮企业对外开放外卖代加工的可能性相对较低,未来U味儿所面临的最主要挑战就是是否有大金主买账。

北京商报记者 钱瑜 郭诗卉/文 韩玮/制表

公司研究

Company research

顾长卫蒋雯丽夫妇公司13.5亿元被收购

明星公司争宠资本频现高溢价乱象

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)12月13日晚间,长城影视发布公告称,拟以13.5亿元收购首映时代100%的股权。而有著名导演顾长卫、蒋雯丽夫妇,以及马思纯加码的首映时代,也做出了2017-2019年度的净利润分别将不低于9000万元、1.25亿元、1.59亿元的业绩承诺。近年来各路资本纷纷加码明星IP,明星成为公司股东的情况愈发普遍,同时为了进一步维持和明星的关系,明星旗下的公司也成为资本争相收购的对象。但随着市场竞争的日益激烈,收购明星公司就一定是稳赚不赔的生意吗?

据公开资料显示,首映时代原名丰声乐动(北京)文化发展有限公司,今年3月,公司引入韩伟、顾长卫等股东,并将公司注册资本由50万元增加至1000万元。2014-2015年,首映时代

的净利润分别为18.76万元和368.23万元;2016年1-10月,净利润为3238.76万元。虽然净利润不高,但是明星公司向來都能收获极高的估值,根据评估报告显示,此次长城影视收购首映时代的溢价超过31倍。

有业内人士指出,明星公司在影视资源上极具优势,随着影视产业互联网化、粉丝化、资本化的趋势越来越明显,持有优势业内资源的明星公司很容易受到资本的关注。但是,当明星与公司脱离了关系,明星对于公司运营的话语权也可能减弱,在这样的情况下,明星公司就面临着优质资源缩水、核心团队流失的风险,同时也会给并购主体的业绩带来不利影响。

尽管存在风险,但溢价收购明星公司的现象依然常见。2015年10月,华谊兄弟以7.56亿元收购浙江东阳浩瀚

影视娱乐有限公司70%股权,而该公司的股东就包含李晨、冯绍峰等明星,仅一个月后,华谊兄弟又以10.5亿元收购冯小刚名下的浙江东阳美拉传媒有限公司;今年3月,唐德影视拟收购范冰冰名下无锡爱美神影视文化有限公司51%的股权,作价超7.4亿元。

“影视投资成了一股热潮,明星IP资本化的进程也在加速。”新元文智创始人刘德良表示,现在很多明星的主要收入并非片酬,而是来自资本市场的红利。但是明星的资本价值与明星影响力深度绑定,目前市场的迭代速度越来越快,明星资本的保鲜期也难以预计。

随着监管的趋严,此类高溢价的交易最终能否获得成功也还是一个未知数,此前暴风集团收购江苏稻草熊影业有限公司就直接被证监会否决;

而唐德影视则放弃收购无锡爱美神影视文化有限公司,改为业务合作;此次长城影视也在公告中表示,收购首映时代的交易需通过股东大会审核,以及证监会的审批,尚存不确定性风险。

在刘德良看来,超高溢价收购明星公司可谓是影视产业中的资本乱象,目前有很多面临着业绩增长或者业务转型压力的收购主体,希望通过并购的方式提升业绩,扩大市场份额,却忽略了这些并购能否与目前的业务体系相融合,以及能否实现持续盈利这些关键内容,“并购的明星公司没有实现业绩承诺,反而拖累并购主体本身业务发展的案例并不少见,而且这些被并购的明星公司也很少推出高质量的作品,对于影视公司来说,明星固然还是优质资源,但是好作品才是市场中长久立足的关键”。

出售三品王55%股权

快乐蜂“重”永和大王“轻”宏状元

北京商报讯(记者 钱瑜 郭白玉)此前在中式快餐领域大举收购的菲律宾餐饮企业快乐蜂近日卖了一家囊中餐企。北京商报记者12月14日获悉,快乐蜂集团以9000万元将子公司在三品王餐饮所持有的全部55%股权出售给合资伙伴广西三品王餐饮管理有限公司,快乐蜂称出售三品王餐饮是为集中资源发展永和大王。

2010年,快乐蜂对外宣布计划以3000万元收购三品王55%的股权,此次将股权又出售给广西三品王餐饮管理有限公司,9000万元的交易价格已经是原先收购价格的3倍。对于出售所持三品王餐饮的股份,快乐蜂方面表示,主要是为集中精力发展永和大王。据三品王餐饮官网显示,三品王餐饮成立于1999年,主营米粉,目前拥有门店58家,年销售额约2亿元。三品王是广西知名快餐连锁餐饮品牌之一。

快乐蜂是菲律宾连锁餐企之一,在中国市场也表现不俗,先后在收购永和大王、北京宏状元、广西三品王餐饮等中式快餐企业。2004年快乐蜂收购永和大王85%股权,2007年实现100%控股永和大王,2008年快乐蜂收购宏状元。

在快乐蜂近年的动作当中,永和大王已然成为重点提及对象,2010年,快乐蜂与新加坡华夏丰收控股公司

签署协议,联合投资在华建食品加工厂,供应永和和大王和宏状元。今年初,快乐蜂表示为专注支持永和和大王在中国市场的增长,将通过股权资产置换交易向新加坡华夏丰收控股公司收购新加坡华夏丰收控股公司在合资公司中所持股份。除去三品王,目前快乐蜂在国内市场还有宏状元和永和大王两个品牌,公开资料显示,目前宏状元在北京市场也有几十家的规模,永和和大王则在全国拥有300多家餐厅。

为何拥有两个品牌而快乐蜂屡屡只强调永和和大王?业内人士指出,或是因为永和和大王在全国的布局已经有一定的规模,无论是团队还是市场开发程度都更适宜进行扩张,而宏状元主要是在北京市场,局限性比较大。

但也有业内人士对快乐蜂这一说法表示质疑,认为集中优势资源发展永和和大王一说,真实度还有待商榷,毕竟永和和大王近年变化并不明显。中国商业经济学会连锁经营委员会秘书长崔毅坦言,这只是快乐蜂战略选择的体现,收购后没有起色或者达不到预期收益的就是不良项目,就要看好时机出手。“快乐蜂实际上是在做资本运作,已经不是在做餐饮了。对于永和和大王和宏状元,快乐蜂完全有可能在恰当的时候卖掉其中一个,甚至全部卖掉。”

旅客明年起

可查航班延误原因

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 薛晨)据中国民航局网站发布的消息,《航班延误取消原因确认工作程序》(以下简称《程序》)在经过征求意见后于近日下发,明确了旅客在了解航班延误或取消原因时该如何申请。

《程序》显示,提出航班延误、取消原因确认申请需要满足具有旅客乘机凭证;有准确的航班号、航班日期、始发地及目的地信息;申请航班是国内机场始发或经停的航班以及在一年之内提出等6项条件。同时,《程序》也将收到申请后的审核处理时间规定在3个工作日内,在展开调查确认工作后,需按照先调查航班系统数据再调查具体原因的流程进行,并就原因与相关机构进行再次核查。

据悉,当前国内选择飞机出行的旅客越来越多,航线越来越密集,航空公司与旅客之间围绕航班延误或取消时所产生的矛盾也越发突出。在这过程中双方信息的不对称往往使矛盾激化。另外,航班延误常以流量控制作为借口,没有权威部门认定,旅客维权时困难重重。此次《程序》的下发,有益于维护消费者的合法权益。

民航局表示,《程序》将于2017年1月1日起施行,旅客可以通过中国民用航空局消费者事务中心网站向民航局提交申请。