

## 泳装业务退出 维密业绩再降

北京商报讯(记者 刘一博 郑艺佳)维多利亚的秘密(以下简称“维密”)母公司L Brands近日发布2月销售数据,报告期内,L Brands净销售额为7.7亿美元,较上月下滑10%。L Brands方面称,泳装等业务的退出对公司整体和维密的可比收入双双带来了不良影响,分别下滑了6%和8%。

数据显示,2017年2月维密的可比收入下滑了16%,去年同期为增长4%;沐浴品牌Bath&Body Works则下滑了4%。目前维密在全球共有1177家门店,Bath&Body Works则为1693家。早在去年7-9月,维密业绩已出现零增长。截至目前,维密业绩已连续下滑了3个月。

2016年,维密宣布停止泳装业务,为运动休闲产品线铺路。据2015年数据显示,维密的泳装业务销售额为5亿美元,仅占总销售额的6.5%。对于泳装业务表现不佳的原因,维密曾将其归咎于“设计过于复杂”。事实上,退出泳装市场给维密的业绩也带来了一定冲击。1月时,维密也曾表示业绩下滑是由于退出泳装业务所致,但对于未来发展,L Brands仍然持态度乐观,认为目前业绩的下滑只是转型期间的阵痛。

在业绩下滑时,维密选择将宝押在中国市场。2月,维密在中国上海和成都连续开设了两家旗舰店,这是L Brands第一次将内衣产品带入中国市场。对于中国市场,L Brands期望极高。L Brands首席执行官Les Wexner曾表示,在集团下一步的改革战略中,中国市场将作为重振维密品牌的重要阵地。然而仍有分析认为,维密进入中国市场错过了最好的时机。

## 布恩服饰瑞大福珠宝抽检不合格

北京商报讯(记者 刘一博 郑艺佳)3月3日消息,广东省质量技术监督局发布服装、袜子、珠宝贵金属、自行车、水泥5种产品质量专项监督抽查结果公告。公告显示,包括布恩服饰、三友服饰、瑞大福珠宝在内的多个企业产品检测不合格。

服装类产品中,共有16家企业生产的16批次产品不合格,涉及甲醛含量、耐汗渍色牢度、接缝性能等多个项目,生产企业包括布恩服饰、擎宇服装等。袜子类产品中,共有16家企业生产的18批次产品不合格,涉及纤维含量、pH值等项目,生产企业包括曲线美内衣、堡狮龙实业、三友服饰等等。贵金属产品中,共有15家企业生产的25批次产品不合格,涉及贵金属纯度、质量、印记等项目,涉及企业包括玉心缘珠宝、瑞大福珠宝等。

抽查结果显示,小型企业的不合格率依然偏高。服装类产品抽查中,有32.6%的不合格产品为小型企业生产。有业内人士指出,由于全球贸易增长乏力等诸多原因,服装类生产商近年来生存状况艰难,成本攀升同时还受到产业海外转移的压力,而品牌商也面临同质化、经营粗放等诸多问题,企业转型迫在眉睫。

对本次抽查不合格的生产企业,广东省质量技术监督局已责成相关地市场监管部门,责令企业停止生产、销售不合格产品,并下达责令整改通知书,依法组织复查;对产品存在严重质量问题的生产企业将依法进行查处。

## LV举报 合肥工商开9.8万罚单

北京商报讯(记者 刘一博 郑艺佳)日前,合肥市宣布召开“3·15国际消费者权益日”纪念活动新闻发布会,发布2016年度放假、网络维权、消费维权典型案例。其中,在2016年4月,接到路易威登马利蒂(法国)有限公司举报后,合肥市工商局对一经营假冒LV、Celine、Givenchy产品商家开出了9.8万元的罚单。

长期以来,LV一直在与假冒产品做斗争。仅在2016年间,便至少有5起相关诉讼。2016年12月,LV起诉张某等人、广州首洋贸易有限公司和临沂市鑫铭网络科技有限公司一案一审完毕,被告被判共同赔偿原告经济损失432.8万元。而在2016年初,LV起诉三名淘宝店主一事更是引发广泛关注,这也是LV首次状告电商商家。

财富品质研究院发布的报告指出,中国市场上假货可见度是真品的6倍以上,即在大街上随处可见的奢侈品牌,大部分是假货,对于奢侈品牌已经到了积重难返的地步。然而奢侈品牌打假的成本却非常高昂,且手段相对滞后。

据了解,奢侈品牌每年的打假投入往往多达数亿元,而主要手段是购买假货后起诉,或者联合制假售假的当地政府关闭生产工厂。

业内人士指出,中国奢侈品市场亟须解决监管缺失问题。1月,阿里巴巴宣布成立大数据打假联盟,LV也位列其中。LV方面表示,选择与阿里巴巴合作的原因在于阿里巴巴的大数据,以及阿里巴巴打假生态中的公安、工商、质检、食药监等权力机关的线下资源。

## 准点率达76% 航空业呼吁优化资源

据新华社电 航班准点率是很多旅客关心的问题。虽然近年来我国的航班准点率有所提升,但和发达国家比仍有差距。对此,部分参加“两会”的民航系统人大代表认为,可以通过优化空域管理的办法,进一步释放民航运输生产力。

中国民航局局长冯正霖近期表示,去年我国在航班数量和密度迅速提高的情况下,航班正常率达到了76%以上,比2015年提升了8个百分点以上,来之不易。但他坦言,旅客对此还不够满意,民航系统要继续努力。

全国人大代表、东航集团总经理马须伦表示,从国际比较看,中美两国的飞行情报区面积相当,但中国的美旅客运输量只有美国的1/3。在这种情况下,2015年美国的航班正常率已经达到81.7%,与之相比中国仍有差距。

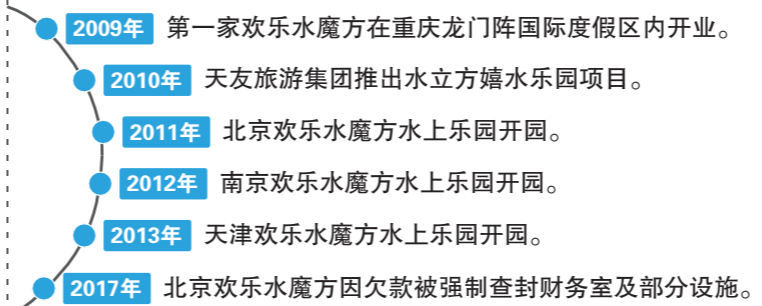
马须伦说,航班出现延误,有不利天气的因素,也有航空公司和机场的因素。近年来通过加强机制建设,航空公司自身因素造成的延误在延误总数中所占的比例已不到10%。

全国人大代表、吉祥航空董事长王均金之前曾提出优化我国民航空域资源的配置问题。王均金说,我国现行的空域资源管理制度难以满足现实需求,需要在国家层面上进行系统规划、统筹发展。

马须伦表示,长久以来,我国关于空域管理的基本法一直处于缺位状态。建议在统一立法的基础上,设立专门的空域管理委员会,负责受理和审批各类空域使用申请,监管空中交通流量。

# 水上乐园运营空窗期难题待解

### 欢乐水魔方乐园拓展大事记一览



### 水魔方成“老赖”

2014年,北京银河传媒广告有限公司为水魔方公司刊发广告,但20万元的费用水魔方公司仅支付了4万元。2015年,银河传媒公司将水魔方公司起诉至丰台法院,经审理判决,水魔方公司应支付广告费用16万元,并支付违约金4万元及迟延履行利息。判决生效后,水魔方公司未依法履行。

据本案承办法官于晓明介绍,除了银河公司外,水魔方公司还欠缴多个申请人的执行案款,目前其他4个申请人也申请强制执行。此前法院多次联系水魔方公司负责人,他们均表示公司经营惨淡,资金周转困难,拒不履行生效法律文书确定的义务。对此,执行一庭庭长左红卫称,法院调查发现该公司一年纯收入约1000万元,应该有能力偿还债务,接下来法院将会委托审计公司进行审计。如果发现该公司有偿还能力,但拒不执行法院判决,公司的法定代表人要承担相应的责任。

北京商报记者采访到水魔方公司债权人之一的北京天润广告公司,天润广告公司负责人称,水魔方一直以冬季不营业、工作人员返回重庆公司总部不在北京以及审批流程未能完成等理由拖延还款日期。

此外,水魔方公司还因拖欠土地租赁资金200余万元,被债权人用土方将水魔方乐园大门封堵。

### 欠款背后的运营难题

对于水魔方公司欠款问题,北京欢乐水魔方负责人表示:“我们3月1日已经交付法院20万元,希望能够在开园之后分期解决余下的欠款。”并且提到,自从2014年开始,水魔方由于经营成本升高,加上门票收入有限,收益开始下滑,目前公司经营困难。

水魔方公司的工作人员对北京商报记者回应称,债务问题正在解决处理中,对是否资金困难等问题未进行回应。

天友旅游集团是水魔方的母公司,据公开信息显示,2009年,成都天友旅游集团在重庆龙门阵国际度假区内,推出第一家欢乐水魔方。2010年推出了水立方嬉水乐园项目。在之后的2011年、2012年、2013年,北京欢乐水魔方水上乐园、南京欢乐水魔方水上乐园、天津欢乐水魔方水上乐园相继开园,欢乐水魔方品牌完成了从西南地区转战华东、华北市场的发展。

天友集团水上乐园项目的推出轨迹也反映了水上乐园市场的发展轨迹,即2009-2013年期间,水上乐园迎来爆发式增长。但在爆发之后,众多园区也给市场带来了竞争压力。根据收集到的资料统计,2010年以前,我国大中型水上乐园的建设面积接近6000亩,而2010-2015年五年间这一数据达到3.5万余亩,是之前建设面积的5倍多。中国游艺机游乐园协会发布的《2015年中国水上乐园发展白皮书》也显示,从2010年之后,我国水上乐园进入了快速规模化发展的轨道,当前我国大中型水上乐园约240家,其中,2010年以后建成运营的占80%以上。同质性项目增多给水魔方带来了竞争压力。

在同行业竞争激烈的情况下,更为优质的服务和优惠的价格就成为博弈的重要手段,但水魔方并不占据优胜的条件。据北京欢乐水魔方公示牌显示,因时段不同,水魔方门票价格为180元/人与185元/人,这在水上公园门票市场平均价格为100元/人的情况下并不占据价格优势。另据某点评网站上的网友评论称,北京欢乐水魔方存在排队时间长、营业时间短、秩序不佳、设施渐旧、园内餐饮价格昂贵等问题。对游乐场来说,设备

的更新是一笔很大的开支,能用的设备也尝试以冰雪项目填补“空窗期”,先后在秋冬季推出了水魔方梦幻灯光节和冬季冰雪狂欢节。对此,北京第二外国语学院教授王兴斌称,虽然水魔方推出适合秋冬的补充项目能取得一定成果,但相比其他多年只经营冰雪项目的场所来说,其专业性和知名度都处于劣势,而且同质化也较为严重,创新能力不够,营销手段也不足。

### 水上乐园路在何方

实际上,营业周期短是水上乐园的普遍问题。北京商报记者调查发现,目前国内80%的水上乐园都是室外型,而室外水上乐园季节性强,营业周期仅有短短几个月的时间。尤其因为我国北方地区冬季气候相对寒冷,所以室外型水上乐园的数量显著低于南方地区。为了延长运营时间,部分乐园会采用室内外相结合、冬季变换项目,或者与其他旅游服务设施相结合等,缓解冬季客流量少带来

## Focus

# 谁的“好声音”

等注册为商标于法有据。北京市东易律师事务所律师赵虎对此表示,按国内法律规定,电视节目栏目名称并没有取得著作权保护,符合条件的可以注册为商标,并在争端中寻求《反不正当竞争法》的保护。“从之前的无效宣告来看,首先要明确这个无效宣告是否具有法律效力。此外,无效的前提是商标被批准了,但‘好声音’这样的商标很难被通过。”

从2016年1月-2017年3月,这场围绕“中国好声音”的官司迄今已经持续了一年多。上海灿星已将新一季的《中国好声音》更名为《中国新歌声》。唐德影视也已经与荷兰TALPA公司达成协议,获得与《中国好声音》节目相关的知识产权。广告合作方面,唐德影

视发布公告表示,某知名广告公司拟代表其客户或由其客户就第五季《中国好声音》投入总额不低于5亿元的广告费用。但在3.5亿元的节目制作成本以及近4亿元的版权费用下,加上目前节目名称权归属未定,唐德影视新一季的《中国好声音》仍承受着一定的业绩压力。

从业者表示,由于目前国内《著作权法》保护要求相对较高。对于电视节目来说,用《著作权法》进行维权相对困难。因此,在侵权方面,国内没有典型的案例可供借鉴。就诉讼来看,电视节目大多会选择用《反不正当竞争法》进行维权,如之前欢乐嘉娱诉《跨界喜剧王》制作方不正当竞争。对于唐德影视而言,目前《中国新歌声》已经打开

的人气不足、利润下降问题,也有部分园区进入冬季选择闭园维护,准备明年开业。对此,王兴斌称水上乐园在闭园时期的维护费用以及员工工资无法省去,如果秋冬季节不能寻求更多的有效填补产业以及多种业态共同发展,而只用一个季度的营收支撑全年的支出成本的确很困难。

另据张金山介绍,综合来看,水上乐园的投资基本是陆地主题公园的1/3,且回收期短,仅两年即可回本。水上乐园作为主题公园的一种类型,技术以及国外的相关水上游乐类型近些年快速传到国内,技术壁垒迅速降低,相关水上乐园纷纷上马,市场竞争加剧,个别经营不善的企业出现问题在所难免。

如今,一二三线城市基本已经布满水上乐园。但是这样的形势也给行业带来问题,低门槛造成行业入局者众多,但好的品牌并没有突出,大多水上项目面临着“千园一面”的尴尬。据某点评网站的网友反映,水上乐园提供的是一些很常见的游乐项目,名字虽然不一样,但都是大同小异,游乐场本身并没有提供有足够吸引力的娱乐活动。有分析认为,越来越多的水上主题公园一味地模仿其他乐园的主题文化、景区项目、运营模式等,给游客造成一定的审美疲劳,导致乐园收益日益下降。

据水上游乐业海山智库研究,未来3-5年内国内水上乐园市场将面临饱和的困境。水上公园作为主题乐园的一种,同时也背负着主题公园产业占地面积大、成本高等问题,再加上洋品牌和新技术的冲击,水上乐园在市场热度渐渐褪去之时,将面临着更为严峻的转型考验。

多位水上乐园运营、建设方面的人士表示,较短的运营时间是水上乐园普遍的痛。“我的很多客户都在讨论水上乐园在闭园之后可以做什么?比如灯展这些是可以做的”,一位水上乐园建设方面的专家说道。此外,还有业者提出,灯展配合花展、修建卡丁车跑道,或者CS场地改造都是不错的选择。实际上,这也是不少水上乐园选择的方式。上述专家表示,这种改造相对简单,业主的投入较少,又会增加游乐内容。同时,努力将自身多元化的文化转化为有效的旅游产品,丰富游乐内容,做出有特色的项目也是水上乐园可参考的生存之道。

北京商报记者 钱瑜 实习记者 王胜男/文 张彬/制表

## 旅企纷纷下架韩国游产品

北京商报讯(记者 钱瑜 白帆)记者3月5日获悉,不少旅游企业已经下架韩国游产品。

目前,同程、途牛、众信旅游、凯撒旅游、万众国际旅行社等网站上的韩国游产品均已下架。北京商报记者搜索发现,包括跟团游、自由行、邮轮游在内的关于韩国的旅游产品,均搜索不到。甚至一些日韩线路的邮轮产品,如今也只停靠在日本。歌诗达方面对北京商报记者表示,目前公司正在跟旅行社紧密联系,做出相应调整。

万众国际旅行社就此表示,万众旅游官方将下架所有赴韩旅游产品,同时取消近期所有赴韩旅游线路行程,若已订购赴韩旅游行程,万众国际旅行社可全额退款或转向其他旅游目的地。途牛3月3日发布的通知则显示,即日起,途牛韩国方向跟团游、自助游产品已全线下架,停止售卖,并表示“前期已预订相关产品近日出游团

期的游客可正常出行,如涉及韩国乐天相关行程将对客沟通进行调整;相关产品远期出游订单途牛将和客户沟通取消并全额退款或转至其他目的地。”

数据显示,去年访韩的中国游客达到806万人次,几乎占韩国外国游客的半数,其中约有四成是团队游,六成为散客。韩国方面预计,今年赴韩游人次预计减少一半,按此计算,中国在韩国的消费将减少96.3573亿美元。另有媒体报道,预计韩国旅游产品被禁止后,赴韩旅游的中国游客有可能锐减60%-70%。不过,在韩国旅游市场受到打击的同时,中国方面的相关企业也将受到不利影响,尤其是专门做韩国游市场的批发商、包机商等。同时有业内人士表示,韩国和日本的旅游市场是“此起彼伏”的关系,如今韩国负面影响较大,预计赴日游会有所增长。

## 达芙妮调高2016年亏损预期

北京商报讯(记者 刘一博 王维伟 实习记者 郑娜)3月3日晚间,达芙妮国际控股有限公司(以下简称“达芙妮国际”)公布盈利警告新增内容显示,预计集团2016年全年净亏损在7.9亿-8.4亿港元,经营亏损约在7.86亿-8.45亿港元,亏损增幅约在58%-70%。

据了解,2015年同期达芙妮国际净亏损金额为3.79亿港元,经营亏损金额为4.98亿港元。从数字上不难看出,达芙妮国际的亏损情况正在进一步恶化。

对于集团持续亏损,达芙妮国际称,销售额大幅下跌、同店销售负增长及毛利率下降等原因使集团业绩持续下滑的主要原因。此次净亏损数额预期进一步增加,主要由于若干暂时差额及税项亏损,导致未能确认递延所得税资产造成的。

除了亏损额进一步恶化之外,达芙妮国际店铺数量也在持续下滑。据了

解,2016年达芙妮国际核心品牌业务全国销售店铺净减数量为999家,其中810家为直营店铺,189家为加盟店铺。全国核心业务门店销售店铺数量在巅峰时期逾6000家,截至2016年底,该数字减少至4598家。

虽然全年预期净亏损,达芙妮国际表示,集团整体财务状况维持稳健,集团净现金(即现金及银行存款减去银行贷款)约超过6.5亿港元;而2015年,该集团的净现金为4.54亿港元。

“大众鞋王”达芙妮国际近年来疲态尽显。达芙妮国际财报显示,公司2013年营业额出现下降态势,同比降低0.8%,公司拥有人应占盈利同比下跌65.6%;2014年营业额同比下降0.9%,公司拥有人应占盈利再跌49.6%;而2015年营业额同比大幅下降19.1%,录得83.79亿港元,公司拥有人应占盈利同比暴跌315.2%,亏损3.79亿港元,是该集团近十年以来的首次业绩亏损。