

“葫芦娃”引纠纷 上影索赔200万元

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)4月11日,因认为《葫芦兄弟》著作权被侵犯,上海美术电影制片厂有限公司(以下简称“上影制片厂”)将北京爱奇艺科技有限公司(以下简称“爱奇艺”)和浙江广播电视传媒集团有限公司(以下简称“浙江广电”)诉至法院,要求立即停止著作权侵权及不正当竞争行为,就侵权行为在《人民法院报》上消除影响,并赔偿经济损失200万元。目前,海淀区法院已受理了此案。

上影制片厂表示,自己明确享有《葫芦兄弟》的著作权。但浙江广电制作的综艺节目《奔跑吧兄弟》第四季第7期《宋仲基来了!跑男齐变葫芦》中,大量抄袭和使用了《葫芦兄弟》的内容,包括多次使用《葫芦兄弟》中故事发生的场景、人物设定、道具,还以葫芦兄弟作为节目宣传卖点,以期利用“葫芦兄弟”这一经典童年回忆扩大节目影响力。与此同时,爱奇艺则在未经许可和审查的情况下,擅自在网络播放平台上播放涉嫌侵权的节目,上影制片厂曾两次给爱奇艺发出律师函,要求停止侵权。然而爱奇艺并没有删除或暂停播放该节目,也未对节目的侵权部分进行删减。截至1月24日,该节目仍在众多网站和平台上播放。

北京市东易律师事务所律师赵虎表示,判定是否侵权,关键在于有无直接使用原作品。从形象来看,节目中的人物可以打扮成葫芦娃,但如果直接出现葫芦娃的卡通形象,则必然涉及侵权。同时,节目对于葫芦娃故事的借鉴也要考虑细节程度,在思想层面的借鉴是法律允许的,但若节目所呈现的效果与葫芦娃的故事表达如出一辙,便可认定侵权。当节目属于侵权作品时,爱奇艺作为播出平台,必须承担连带责任。

*ST皇台清理“不良”资产

北京商报讯(记者 刘一博 武媛媛)甘肃皇台酒业股份有限公司(以下简称“*ST皇台”)4月10日发布公告指出,在公司第六届董事会上审议通过了《关于同意注销参股公司江西皇台酒业有限公司的议案》。董事会同意注销参股公司江西皇台酒业有限公司(以下简称“江西皇台”),并授权管理层根据相关法律法规办理清算、税务及工商注销等事宜。

*ST皇台对注销参股公司的原因做出解释,公司投资参股江西皇台的目的是为了开拓江西市场,提高品牌知名度和市场占有率,增加销售收入,增强盈利能力,但几年来江西皇台并未实现预期的经营目标,也未对公司造成较大损失。为降低管理成本、聚焦公司资源、提高资金运营效率,着力开拓甘肃及西北市场,公司决定注销参股公司江西皇台。

此外,*ST皇台还审议通过《关于出让全资子公司浙江皇台实业发展有限公司全部股权的议案》。据了解,*ST皇台于2014年6月6日投资5000万元在杭州设立浙江皇台实业发展有限公司(以下简称“浙江实业”),*ST皇台持有浙江实业100%股权。而此次出售浙江实业全部股权,原因同样为该公司在近两年内整体未达到预期目标。

据了解,*ST皇台今年1月发布2016年业绩预告指出,公司保持亏损态势。业绩变动主因首先是与北京皇台商贸有限责任公司的官司纠纷导致千万负债;其次酒类销售市场出现进一步萎缩;番茄制造副业大幅度亏损。在业绩不济、负债累累的情况下,*ST皇台此次剥离旗下疲软业务,旨在缩减资金链压力,重塑品牌价值。

人人视频转型海外短视频内容社区

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)如今短视频成为不少资本争相布局的领域。其中在4月11日,刚刚完成B轮融资的人人视频首次对外发布品牌战略,并称要通过“翻译+字幕”向海外短视频内容社区转型。

人人视频CEO周为民表示,早在2016年2月,人人视频就已确定做短视频,随后根据公司创立之初在美剧细分市场布局,积累了海外内容观看人群的实际情况,选择了海外的短视频内容。据悉,目前人人视频已购买了包括KSI、SevenSuperGirls、Cameron Dalla等在内的数百位海外热门网红的近10万条视频内容版权,并和美联社达成合作意向。

今年以来,各大互联网巨头纷纷进军短视频,不仅阿里文娱旗下的土豆网全面转型短视频,腾讯也投资短视频应用快手,让短视频瞬间成为市场热点。华兴资本董事总经理周翔表示,虽然近几个月短视频的热度才开始不断攀升,但其实早年前就已出现了短视频公司,如美拍、小咖秀等,同时2014年、2015年也不断有新公司出现,但因当时市场不成熟、传播渠道不佳、终端设备仍有待提升等因素,使得短视频市场未能迅速发展。

业内人士表示,在移动互联网快速发展的背景下,视频将成为未来人们沟通、交流的重要方式。目前已有众多资本开始在短视频领域加大投入,抢占市场空白,而人人视频选择海外的短视频内容,在一定程度上是进行差异化布局。但同时可以发现,国内短视频市场体系建设距离成熟还有不小的差距,且在版权保护等方面存在较大的漏洞,这是包括人人视频在内布局短视频领域的公司需要共同面临的问题。

LVMH一季度营收增长15%

北京商报讯(记者 刘一博 郑艺佳)4月10日,奢侈品集团LVMH发布的2017年一季度报告显示,LVMH营收达99亿欧元,同比增长15%。与此同时,LVMH在中国市场的电商布局也进一步完善。

一季度内,LVMH旗下品牌Fendi的皮具和成衣线带动了品牌业绩的增长;集团旗下另一品牌Marc Jacobs仍在调整产品线;Givenchy公布了新任艺术总监人选。此外Céline、Kenzo、Loewe和Berluti等品牌均实现增长。在香水和美妆板块,得益于唇膏产品线在亚洲的迅速发展,Givenchy的业绩也随之提振。整体而言,LVMH包括香水美妆、时尚和皮具、精品零售在内的各板块均实现了营收增长。其中香水美妆、时尚和皮具板块营收均增长了约15%。

LVMH方面表示,这一季度的业绩之所以同比表现突出,原因之一在于2016年同期欧洲仍然处于巴黎恐怖袭击带来的后续阴影之下。因此LVMH方面认为,现在的情况不能作为推断2017年全年表现的依据。对于未来发展,LVMH方面称,目前大环境仍然充满不确定性,集团仍将严格控制成本,把控投资质量。值得注意的是,报告期内,LVMH在国内电商领域也动作频频,2月,LVMH旗下著名腕表品牌泰格豪雅宣布进驻天猫;3月,护肤品牌Fresh也宣布开设天猫旗舰店。目前,LVMH集团在天猫上还有GUERLAIN、Make up forever、Sephora等品牌。加上将于下一季度纳入财报的Rimowa,LVMH已在天猫完成时尚领域全板块的进驻。

问题频发 美联航“跛脚”前行



美联航曾因电脑系统故障停飞两小时

“我认为美联航事件的性质并非超售引发,而是侵权。”段和段律师事务所律师刘春泉告诉北京商报记者,“从公开的视频和消息来看,本次事件是美联航要让自己的员工坐飞机到别的地方去执勤,并不是票卖多了,后来的持票乘客上不了飞机,所以根本不是超售问题。在乘客已经登机的情况下,没有安全原因,航企没有理由强制他们离开,更为恶劣的是居然还滥用警力,暴力伤害乘客。”

大批网友也对美联航的回应十分不满。有人在白宫请愿网站上发起签名,要求美国政府对美联航事件展开调查,截至北京时间4月11日17时35分,该请愿已经收集到18380个签名。而根据白宫网站说明,任何请愿签名如果在30天内能收集到10万个支持者在线签名,就能得到白宫的正式回应。目前,这一事件正在调查中。

问题频发

拔出萝卜带出泥。据媒体报道,2016年,被美联航强制下飞机的乘客人数高达3700多人。与此同时,美联航在服务方面不佳的口碑也引发关注。据了解,该公司因准点率下滑、乘客投诉率提高、行李装卸失误率提高,曾位列全美最差航企第四名,也是美国大型航空公司中评价最低的。

就在上月末,美联航也曾深陷舆论旋涡,因为该公司禁止两名身穿打底裤

的年轻女孩登机。可目击者称,“10岁女孩身穿黑色打底裤,她看起来再正常和恰当不过了,但被要求不更换衣服不许登机”。虽然对乘客要求颇为严格,但美联航并未做到“打铁自身硬”。此前,该公司的一架航班上,正副驾驶员酒后试图驾车,起飞前在格拉斯哥机场被逮捕,而更换飞行员导致这趟航班晚点10个小时。

不仅如此,暴力拖拽乘客事件也引来不少人吐槽美联航的服务。京东集团创始人兼CEO刘强东公开评论称,“看到美联航对正常乘客动粗新闻,想起三次坐美联航的噩梦般体验,我负责任地说,美联航的服务绝对是全球最烂,没有之一”。另外,技术问题也是美联航的痼疾,今年1月,美联航所有航班因技术故障而滞留了至少两个小时,原因是“计算机部门的问题”。

“在美国三大航企中,作为后起之秀,达美航空的管理比较优秀,而美航和美联航的口碑一直不算理想。”民航资深分析师王疆民在接受北京商报记者采访时称,“更令人忧心的是,美联航的种种问题,折射出该公司内部管理的弊端。”他进一步分析,美联航与美国大陆航空于2010年正式合并,目的是为了做大体量,提升竞争能力。但多年过去,两家公司高层仍未完全解决公司合并后产生的矛盾,美联航也难以形成一个有效的组织架构。

公司研究

Company research

融了钱的网易云音乐如何突围

北京商报讯(记者 卢扬 邓杏子 姜红)4月11日,网易云音乐宣称近期已完成A轮融资,融资金额为7.5亿元,由上海广播电视台、上海文化广播影视集团(以下简称“SMG”)战略领投,芒果文创(上海)股权投资基金(以下简称“芒果文创”)、中金佳泰基金参投。融资资金将主要用于网易云音乐产品体验升级、加大内容投入、健康版权体系打造和音乐上下游解决方案建立等方面。此外,网易云音乐也将与战略投资方在音乐综艺IP打造和推广、拓宽艺人推广渠道、音乐产业链上下游拓展等业务上开展合作。

在商业模式方面,据网易云音乐CEO朱一闻透露,目前网易云音乐主要有会员、数字专辑、未来将在周边产品、线下巡演、票务等方面持续发力,也计划推出新的智能硬件。此外,音乐版权资源作为市场竞争的关键,网易云音乐也会加快速度布局。资料显示,日前网易云音乐已拿下ACG音乐为主的Avex独家版权、SMG、芒果文创作为融资投资方与网易云音乐也有版权上的合作。但与酷狗、QQ音乐等平台相比,网易云音乐在音乐版权上仍处于劣势。

纵观当前的音乐市场,阿里音乐在收购虾米音乐与天天动听后,在版权上拿下滚石唱片、寰亚、BMG等多家知名唱片公司歌曲的独家版权。腾讯音乐娱乐集团则坐拥QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐三大平台版权资源。今年3月以来,腾讯音乐娱乐集团、百度音乐又分别拿下环球音乐出版公司的词曲权、滚石音乐的录制权。恒大音乐市场部总监王毅表示,目前值得采购的音乐版权资源基本已有所属。尤其

是华语圈头部音乐人版权方面,可供网易云音乐拿到的独家版权资源并不多,更多的需要从别的平台购买分销的版权。

此外,随着近几年来数字音乐多样化变现方式的探索,在线数字音乐平台开始以音乐人为核心,发展付费专辑、线下演出、粉丝运营等业务。QQ音乐在去年推出平台开放策略,为独立音乐人及优质原创音乐作品提供全面的发展空间。酷狗音乐也依托酷狗旗下直播平台推出1亿元扶持音乐人的计划。业内人士认为,尽管版权资源不足,但网易云音乐作为国内最大的独立音乐人平台,平台内累计超4万独立音乐人的入驻仍是网易云音乐的优势所在。

“目前,线上到线下的整合是一个趋势。”朱一闻说道,“在竞争优势上,

中国市场恐遇冷

不过,美联航也并非一无是处。去年,该公司在新任CEO的带领下,启动了大刀阔斧的改革,包括提升商务舱服务、更新机队、推接驳车运输计划,所有座椅新增充电口等诸多方面。而这种变革也确实对业绩大有裨益。

公开数据显示,2016年,美联航全年净收入23亿美元,每股摊薄收益为6.85美元,员工去年的利润分红达到6.28亿美元。同时美联航方面还称,该公司制定了多种举措来实现长期盈利增长,包括提高网络连接性和收益管理有效性,同时持续完善产品市场细分和提升客户体验。这些改进连带对支出的严格管控将在2020年之前为美联航新增48亿美元的收益。

去年美联航在中国市场表现也同样抢眼。“在近一年多的时间里,我们在北京、上海和香港航线增加座位,航空运力增长约合20%,在广州航线航空运力增长甚至超过20%,这在业内实属罕见。”美联航大中华区高管层称。据行业统计,随着美国放松对华签证和中国公民出境游持续火热,中美航线已成为最赚钱的“黄金航线”之一。去年,中美航线的客运量比前年增长17%。且由于中国各地方政府国际化发展的需要,因而中外航空公司纷纷将目光投向中国的二三线城市,美联航也快速抢占市场蛋糕。

“但接二连三纠纷,特别是对旅客施暴事件的曝光,对美联航品牌冲击很大,在近段时间将很可能让美联航的收益下滑,特别是在中国市场。”一位不愿具名的业内人士预测。

此前,加拿大歌手乘坐美联航时,他随身携带的一把名贵吉他被航空公司的行李运输工摔坏,且公司拒绝赔偿维修吉他的费用,愤怒的歌手编了一首音乐视频《美联航摔坏吉他》上传到网上,结果在短短10天内,美联航的股票价格大跌,相当于蒸发掉了上亿美元的市值。

不久前,在接受采访时,美联航高管曾称,“2017年对于美联航来说是一个消化年,我们想要在今年喘口气”。也许一语成谶,业内普遍预测,负面消息将在未来一段时间内让美联航的销售遇冷。

北京商报记者 肖玮/文 CFP/图

网易云音乐一方面强调音乐与社交的结合,帮助用户发现更好的音乐。通过一边听歌一边看评论以及推荐与分享来改变用户的听歌习惯。另一方面,在音乐媒体传播上,网易云音乐的社交属性和用户黏性很大,有利于传播与互动。”

“和酷狗、QQ音乐等平台相比,网易云音乐相对小众。但网易云音乐上的音乐人作品、用户量却很高,对于用户的听歌习惯、用户体验等方面的数据也比较精确。未来网易云音乐更多的需要避开版权壁垒、版权圈地,根据平台的用户体验属性,深耕音乐内容,做差异化的产品内容。此外,借助传统电视台在用户影响力等方面的优势,网易云音乐也可以把平台上孵化的IP作品推向大众,并提升自身的影响力,增大市场份额。”王毅说道。

净利大降 百润股份看好泡沫市场

北京商报讯(记者 刘一博 郑娜)4月11日,上海百润投资控股集团股份有限公司(以下简称“百润股份”)发布2016年度业绩报告显示,报告期内,百润股份实现营业收入9.25亿元,同比下跌60.64%;归属于上市公司股东的净利润同比暴跌129.39%,亏损1.47亿元。

百润股份表示,公司主要业务包括香精香料业务板块和预调鸡尾酒业务板块,但前者在营业收入中占比为12.09%,预调鸡尾酒业务占比达到87.86%。两项主营业务均出现了不同幅度下滑。百润股份年报显示,预调鸡尾酒业务实现营业收入8.13亿元,同比大幅下跌63.26%;食用香精业务实现营业收入1.12亿元,同比下跌18.01%。

值得注意的是,预调鸡尾酒业务的营业成本为2.21亿元,也出现较大幅度下滑,下降幅度达到57.4%,在百润股份整体营业成本中占比87.9%;而2015年的营业成本达到5.19亿元,在整体营业成本中占比达到93.29%。

其中,生产RIO的巴斯酒业营业收入为8.15亿元,亏损达到1.87亿元。对巴斯酒业业绩大幅波动,百润股份表示,在消化经销商库存过程中,公司端出货量显著低于终端产品销

量,导致营业收入减少;同时,百润股份保持了品牌建设及终端推广费用的投放,使管理和销售费用率攀升,最终导致巴斯酒业整体营业收入出现大幅波动。

即便业绩出现了让人大跌眼镜的滑坡,百润股份依然对预调鸡尾酒行业持乐观态度,并将持续加大投入。

百润股份表示,目前国内预调鸡尾酒行业进入阶段性平台期,但从世界范围来看,预调鸡尾酒占酒类饮品比例远高于目前国内水平,预调鸡尾酒行业仍具有长足发展空间,预计2020年国内预调鸡尾酒市场容量将达到1.5亿箱以上。百润股份将在2017年继续开拓细分市场,并将在部分地区建立餐饮终端。据悉,百润股份在2016年相继推出了5度“ORIGINAL(本味)”及8度/9度的“STRONG(强爽)”系列。

虽然百润股份对预调鸡尾酒市场持乐观态度,但中国品牌研究院研究员朱丹蓬并不认同,他表示预调鸡尾酒市场份额大约为30亿~40亿元,百润股份一家实际上便可满足市场需求,不过预调鸡尾酒准入门槛低,大量产品涌入,导致市场被过早透支,供大于求,预调鸡尾酒实际上进入了衰退期。