

## 云南旅游2016年净利同比降近两成

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 王胜男)4月12日,云南旅游股份有限公司(以下简称“云南旅游”)发布2016年年报显示,2016年云南旅游实现营业收入14.6亿元,同比增长2.32%,景点及旅游行业营业收入增长率为26.81%;归属于上市公司股东的净利润6679.74万元,同比下降18.27%,景点及旅游行业平均净利润增长率为66.67%。

年报显示,云南旅游的主营业务为房地产、交通运输、园林园艺以及酒店,拥有5A级景区昆明世博园。在各业务板块情况中,园林园艺板块营收占公司收入的54.67%,同比增长33.77%;旅游景区板块营收占总营收的6.89%,同比减少12.78%;旅游交通板块营业收入占公司收入的16.48%,同比减少6.79%;旅游地产板块营收占公司收入的8.37%,同比减少52.08%;利润同比减少97.62%。

年报还显示,2016年云南旅游增加了两家新成员。一是投资2.75亿元完成云南世博旅游文化投资公司100%股权的收购工作,文化投资公司作为以近代昆明文化为核心文化主题的“昆明故事”项目实施主体已完成前期施工、编创等筹备工作。同时,云南旅游于2016年9月投资5000万元设立了全资子公司——云南世博欢喜谷婚礼产业有限公司,全面负责婚礼产业项目打造。

此外,云南旅游在4月13日还同时发布了关于华侨城(云南)投资有限公司要约收购事宜致全体股东的报告书,2016年华侨城集团的全资子公司华侨城云南公司参与对世博旅游集团的增资,增资完成后,华侨城云南公司成为持有世博旅游集团51%股份的控股股东,从而间接控制云南旅游已发行股份的49.52%。目前收购事宜已经进入尾声阶段。云南旅游称,将以华侨城集团战略重组为契机,充分利用华侨城集团的资金、品牌、模式、经验等方面的优势。

## 我国启动大规模旅游厕所明察暗访

北京商报讯(记者 肖玮)4月12日国家旅游局宣布,从即日起将组织力量,对各地厕所革命进展情况开展大规模明察暗访,重点督查各地厕所建设进度,特别是厕所革命“三年行动计划”执行情况。

据了解,此次督查以交叉检查、明察和暗访等多种方式展开。国家旅游局在部署各地开展自查自纠工作基础上,将组织十多个检查组,对部分省市区“三年行动计划”完成进度、5A级景区“第三卫生间”建设等厕所革命涉及的问题,进行全面摸查和记录。检查结果将以适当方式向社会公布。

厕所革命实施两年多来,已取得了重要进展。截至目前,全国共完成新建、改扩建厕所50916座,占“三年行动计划”(共5.7万座)的89.33%。与此同时,为进一步加强人性化服务、解决特殊游客群体的如厕需求,从去年底开始,国家旅游局全面推进“第三卫生间”建设,要求所有5A级旅游景区必须具备“第三卫生间”,并鼓励其他旅游景区及旅游场所建设“第三卫生间”。

国家旅游局有关负责人表示,厕所革命是一项长期而艰巨的工作,实施厕所革命“三年行动计划”只是一个起点,需要持续推动和全社会参与支持。为此,国家旅游局也鼓励广大游客通过旅游投诉热线积极投诉举报问题厕所,共同推动厕所革命建设进程。

## 手游《大掌门》引侵权纠纷

北京商报讯(记者 卢扬 邓杏子)4月12日,据海淀法院官网显示,因认为福建板栗互动网络科技有限公司(以下简称“板栗互动”)侵害手游《大掌门》商标权,并构成不正当竞争,北京玩蟹科技有限公司(以下简称“玩蟹科技”)将其诉至法院,要求法院判令板栗互动停止使用“武林大掌门”商标及不正当竞争行为,在相关平台上刊登消除影响的声明并赔偿经济损失及维权合理支出共计50万元。

玩蟹科技诉称,《大掌门》手机网络游戏是其自研的卡牌RPG游戏,自2012年10月上线一直运营至今,已成为国内经典武侠手游。同时玩蟹科技也是《大掌门》在第41类、第42类上注册商标的所有权人。3月21日,玩蟹科技发现板栗互动在App Store上线手游《武林大掌门》,直接使用了与注册商标《大掌门》十分近似的商标,侵犯了玩蟹科技对《大掌门》享有的商标专用权。此外,板栗互动在各大游戏网站对《武林大掌门》进行广泛宣传推广,引导玩家误认为是玩蟹科技2017年将推出的《大掌门》续作,构成不正当竞争关系,故而将板栗互动诉至法院。

随着移动互联网的高速发展,手游成为行业热门,巨大的经济利益使得游戏领域侵权案频发。公开数据显示,2013—2016年,仅北京石景山区法院就受理涉动漫游戏知识产权民事案件283件。业内人士认为,游戏市场侵权案件的频频发生意味着当前市场创新意识的缺乏。打击游戏市场的侵权行为既需要完善法律条文,增强人们的版权意识,也需要加大惩罚力度,以此促进游戏产业的良性发展。

## 2017北京书市展销40万种出版物

北京商报讯(记者 卢扬 郑懿)记者于4月12日获悉,“2017北京书市”将于4月14日—24日在朝阳公园举行。本届书市由北京市新闻出版广电局主办,北京发行集团、北京出版发行行业协会承办,届时将有300余家国内知名出版发行机构参展,集中展销40万种古今中外优秀正版出版物。

“北京书市”已有20多年的历史,据了解,“2017北京书市”以朝阳公园南门内礼花广场及游乐园南侧的主通道为主要活动区域,现场设置约600个展位,较去年增设了100个展位,全部用于图书、音像制品、电子出版物和文化用品的展示展销,并集中开设了五大展区,包括精品畅销书展区、古籍图书展区、青少年文化体验区、文化艺术展览区和优秀图书展区。与此同时,“2017北京书市”还将在京城四大书城,即北京图书大厦、王府井书店、中关村图书大厦、亚运村图书大厦设立书市分会场。

除了图书出版物的展销外,“2017北京书市”还将在活动期间内举办百余场作家签售、名家讲座、亲子阅读会等文化活动的。而在文创产品销售区内,北京市新华书店连锁有限责任公司和北京市图书进出口有限公司(北京市外文书店)则将共同展销文化用品、文房四宝、益智玩具、创意花卉、旅游产品等数千种文化创意产品。

值得注意的是,作为首都重要年度民生实事之一的文惠券,也能在“2017北京书市”使用,读者在文惠券合作单位的四大书城联展展位购书结算时,可在享受书市超低折扣的基础上,同时使用文惠券。

## 消失的新辣道小龙虾

4月12日,北京商报记者获悉,新辣道孵化的餐饮供应链品牌信良记完成5000万元Pre-A轮融资,信良记的成功融资让餐饮企业自建供应链再度受到多方关注。信良记CEO也在融资发布会上表示,本轮融资资金将主要用于人员筹备以及运营搭建。然而北京商报记者调查发现,去年新辣道推出的小龙虾外卖品牌——良记小龙虾目前却在三大外卖平台上消失了。在联系信良记CEO李剑未得到正面回复后,北京商报记者通过外卖平台了解到,良记小龙虾因内部调整而下线。有业内人士认为,良记小龙虾调整的最大原因很可能就是押宝信良记供应链专心做B端生意,所以将良记小龙虾取消。

## 良记小龙虾销声匿迹

信良记此次完成5000万元Pre-A轮融资,由峰瑞资本领投,黑马基金、禧云国际跟投,资金主要用于人员筹备以及运营搭建。不过,北京商报记者发现,去年新辣道推出的小龙虾外卖品牌,也是信良记这条供应链第一个面向C端的品牌,现今却不见了踪影。

北京商报记者日前发现,在百度外卖、美团外卖以及饿了么三大外卖平台上均没良记小龙虾的店面。北京商报记者多次联系良记小龙虾的创始人李剑,对方均未给予回复。仅在百度糯米上遗留下了一些来自百度外卖的评论及商家信息,北京商报记者尝试与网站上留下的商家信息取得联系,大多数电话已经停止使用或无人接听,商户信息显示良记小龙虾(亚运村店)的负责人告诉北京商报记者,良记小龙虾从年初就已经暂停了线上业务。商户信息显示良记小龙虾(甜水园店)的负责人透露,良记小龙虾去年有过快速开店期,门店数量最多的时候曾达到100多家,且均是直营店,但是门店一直在亏损,所以今年初良记小龙虾便大幅关店,目前仅在北京剩下10余家门店。在采访过程中,记者也了解到,该负责人同时也是北京一家新辣道门店的店长。

良记小龙虾突然销声匿迹与李剑之前的预期有不小出入,去年良记小龙虾刚上线的时候,李剑曾在接受北京商报记者采访时表示,由于良记小龙虾的供应链标准化程度较高,能够支持良记小

龙虾快速复制,良记小龙虾或将采取与餐厅合作的方式,与B端餐厅达成合作开设店中店,这样既能节省良记小龙虾的开店成本,也能让良记小龙虾得以快速复制。由于小龙虾这一品类受到季节影响局限性较大,良记小龙虾还筹备在小龙虾淡季推出几款火锅外送产品。

当时,良记小龙虾的上线备受业内关注,一方面由于良记小龙虾不同于市面上的其他小龙虾品牌,是连锁餐饮企业推出的纯线上小龙虾外卖品牌,另一方面则是良记背后由新辣道投资上亿元的小龙虾供应链。李剑曾在接受北京商报记者采访时表示,做小龙虾供应链其实是他真正的目的,主要由于小龙虾在市场持续火爆,市场规模不断扩大,但是标准化程度却不高,产品质量参差不齐,所以小龙虾供应链潜藏着很大商机。因此,李剑当时推出良记小龙虾这一品牌也被很多业内人士看做为“醉翁之意不在酒”。

## 良记变身信良记

北京商报记者注意到,信良记食品科技(北京)有限公司的前身为北京良记商贸有限公司,据今年最新企业变更记录显示,信良记的执行董事和经理由此前的赵文举变成了现在的李剑。

信良记获得融资后风光无限,但良记小龙虾却悄然消失,这个过程仅用了半年多的时间,也让很多业内人士颇为费解。对此,有业内分析人士认为,投资信良记这条供应链的成本很高,仅良记小龙虾一个品牌并不能释放信良记的产能,且单靠良记小龙虾一个品牌,很短短时间内收回建设供应链的投资成本,转而为力经营供应链,重点开发B端市场,应该是目前信良记的主要方向。

事实上,去年良记小龙虾刚上市的时候,北京商报记者也曾尝试通过外卖平台体验了一下良记小龙虾的外卖服务。当时,北京商报记者就发现良记小龙虾与市面上的其他小龙虾外卖品牌存在不小的差异。在包装方面,良记小龙虾采用保温效果较好的锡纸餐盒,随餐还附赠了一些食用小龙虾需要的手套、桌布以及湿巾等物品。可见当时良记小龙虾在用户体验方面下了不少工夫,而这些为提升用户体验方式所付出的代价就是较高的成本支出。此外,良记小龙虾在上

## 产业观察

## Industry observe

## 利润率下滑 中美航线仍是抢手香饽饽

北京商报讯(记者 肖玮)美联航对旅客施暴事件持续发酵,网友们纷纷表示如果航企暴行不止,任何人都可能成为受害者,并呼吁抵制美联航。但不少乘客也提出,作为中美黄金航线的重要承运人,抵制美联航对市场冲击有多大呢?4月12日,北京商报记者采访多位业内人士获悉,曾经被称为“最赚钱”的中美航线,因近两年各航企开打市场争夺战,出现利润率下滑态势,但仍属于含金量较高的航线之列。随着去年美国宣布对中国开放十年期商务、旅行签证政策以及“中美旅游年”活动的推进,中美航线变得愈加“热闹”,航企的竞争也达到了白热化。根据民航局数据显示,在2016年冬春航季航班计划中,中美两国空运企业每周经营812个航班,比夏秋航季增长

20.8%,中美间每天有116个航班,运送1.5万名旅客。

美国三大航企之一的达美航空预测称,往来于中美之间的旅客将从2015年的每天约7700人增加到2025年的每天1.35万人,增长近一倍。该航企高管进一步分析,“在美国出发的国际航线中,销售额最大的是英国航线,但中国超越英国只是时间的问题”。如今中国成为美国航空企业的主战场。

在美国航企加大投入之时,国内航空公司也不甘示弱,致使中美航企的市场份额已经发生改变。在2012年之前,美方承运人占据了中美航空市场的主体,市场份额一度高达63%,此后随着中国航企不断增加运力,中方承运航季航班计划中,中美两国空运企业每周经营812个航班,比夏秋航季增长

航空公司的市场占比还在提升。

截至去年中旬,从航线网络广度来看,国航、东航、南航、海航、美联航、美国航空、达美航空、夏威夷航空这8家航空公司共开通了46条中美航线,其中我国航空公司开通26条,美国航空公司开通20条。开通航线数量最多的航空公司为美联航和国航,两家航企各占市场份额的近两成左右。除了中美航企外,其他多国航空公司也欲分享市场蛋糕,北京商报记者统计发现,仅北京至纽约航线,就有超过30家中外航空公司执飞。

更值得关注的是,中国民航大学航空经济研究所所长李晓津曾抛出观点,中美航线是世界上最盈利的航线,一条中美航线抵得上三条美国国内航线的盈利,也有人说可以抵七条大西

洋航线。虽然上述数据可能并不准确,但中美航线的盈利状况可见一斑。

“目前来看,中美最赚钱线路还是北京、上海飞纽约、旧金山、洛杉矶等地,这些航线发展成熟,需求量大。反观美国当地,由于廉价航空发展迅猛,所以其国内航线机票价格被拉得较低,这样看来,中美航线主要由全服务航企执飞,所以利润有保障。”中国民航管理干部学院教授谢立告诉北京商报记者。

不过,谢立也坦言,近两年中美航线的运力大幅增长,且中国不少二线城市也开通美国航线,所以总体看票价走低,利润率下滑。但由于二线城市都会给予航企补贴,所以航空公司可以算是稳赚不赔。而从长远看,中美市场需求将持续升温,而这一航线的含金量也将处于高位。

## 华侨城A剥离两项目甩包袱

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 王胜男)4月11日晚,深圳华侨城股份有限公司(以下简称“华侨城A”)发布公告称,拟转让包括泰州华侨城有限公司(以下简称“泰州华侨城”)100%股权和深圳华侨城文化旅游科技股份有限公司(以下简称“文旅科技”)60%股权在内的两笔资产,涉及金额总计高达23亿元。

公告显示,两笔资产的受让方均为华侨城集团公司(以下简称“华侨城集团”)。据悉,华侨城A为华侨城集团旗下上市主体,而华侨城集团则是国资委下属央企为数不多的旅游集团之一,以旅游及相关文化产业经营、房地产及酒店开发经营、电子及配套包装产品制造三项为主营业务。

根据公告,华侨城A持有的泰州华侨城100%股权,具体受让方为华侨城集团的全资子公司华侨城华东投资有限公司。华侨城集团方面以现金支付对价5196.49万元,同时承接公司委托贷款10.8亿元和承接江苏华侨城往来款。所谓委托贷款和往来款,是指截至2016年年底,华侨城委托贷款给泰州华侨城往来资金余额10.8亿元,江苏华侨城应收

良记小龙虾	5000万
大虾来了	4000万
虾搞虾弄	500万
小姐龙虾	100万
舌头很忙	300万

单位:元  
部分小龙虾  
外卖品牌融资情况

此前李剑在接受北京商报记者采访时也曾表示,之所以搭建小龙虾供应链其实与新辣道主营的鱼火锅有一定的关系,新辣道发展多年的优势其实也是背后高标准化的供应链,同样是将鱼进行深度加工后,再运输到新辣道的各个门店。这个过程降低了门店对于厨师的依赖程度,同时也能保证消费者在新辣道各门店消费产品的口味和品质相同。而建立这样深加工供应链的主要目的就是为了让餐厅和产品生产的分工更加清晰。

在中国食品产业评论员朱丹蓬看来,目前,市面上餐饮企业搭建的供应链并不在少数,可以看出这些供应链都是结合了自身的优势并且具备一定的差异化,既有全品类的供应链,也有像信良记这样深度加工并聚焦在部分产品的供应链,这也说明目前餐饮行业的供应链正在逐步开始细分化。对于餐饮企业而言,布设门店做C端市场固然可以实现盈利,但所面临的市场竞争以及“四高一低”等问题将会愈加严峻,因此向产业链上游延伸是很多大型连锁餐饮企业的新选择。

但是像信良记目前所做的深加工供应链,投入成本较高,如果单靠自己已成立的餐饮品牌,因为还要投入一定的开店成本,加上需要一定的时间去养店,收回投资就变得遥遥无期,这也是为什么信良记在不到半年的时间里,就将原有的良记小龙虾门店大幅关闭并对外开放自身供应链的主要原因。但是,信良记目前所做爆品能在餐饮市场活跃多久其实仍有待考量。另外,对于餐厅而言,最核心的就是自身的产品,多数餐饮企业仍是将产品研发能力作为自身的核心竞争力,餐饮商户能否接受从供应商处购买到产品成品在店内复热后端上消费者的餐桌也有待检验。

北京商报记者 钱瑜 郭诗卉 李振兴/文 韩玮/制表