

· 资讯播报 ·

## 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%;交通旅游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,对部分省区市“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,据海淀法院网显示,因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竞争意识的缺乏。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 郑蕊)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余家国内外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、古旧图书展区、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。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。

责编 钱瑜 美编 韩玮 责校 王坤 电话:64101897 lyzx0405@126.com

## 消失的新辣道小龙虾

4月12日,北京商报记者获悉,新辣道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却发现,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少出入,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

## 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,有业内人士分析认为,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,很难短时间内收回建设供应链的投资成本,转而着力经营供应链,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

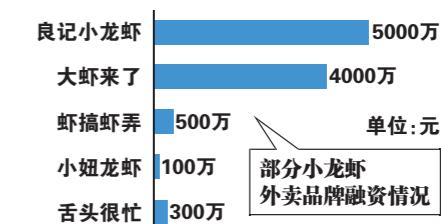
线之初为了能够获取更多流量,也采用了外卖餐厅经常使用的大力度优惠,当时,美团外卖、百度外卖、饿了么三大外卖平台上都有良记小龙虾的店铺,且三家平台都有促销活动。良记小龙虾的产品主要有麻辣小龙虾以及蒜香小龙虾两种,售价均为98元/份,在优惠活动一栏标有“98元买一斤送一斤,每只仅合3.28元”的字样,而当时良记小龙虾每只小龙虾的大小都与簋街部分小龙虾实体店中每只售价7元左右的小龙虾大小相仿。

据一位小龙虾餐厅负责人介绍,一般做小龙虾外卖的餐厅主要还是希望借助外卖做增量,餐厅的主要营收来源其实还是来自餐厅的堂食部分。另外,外卖平台上提供小龙虾的商家非常多,小龙虾产品的销售价格也相差不大,竞争比较激烈,可盈利的空间也并不是很大,因此通常做小龙虾外卖的餐厅也会同时上线一些毛利比较高的产品。

有业内人士分析认为,小龙虾作为外卖产品而言,并不属于高频消费的产品,且很多消费者会将小龙虾作为夜宵,对于夜宵而言,外卖的配送成本高,因此不难看到外卖平台上多数提供夜宵的餐厅的产品定价以及起送价格都定得比较高,因为如果没有高客单价很难实现盈利。此外,良记小龙虾在入局时,提供小龙虾外卖的餐厅数量很多,其中包括一些知名的线下餐饮品牌,也有一些正在兴起的新兴品牌,无论是线上还是线下,小龙虾市场是一片红海。激烈的竞争一方面能够使小龙虾的价格渐趋透明,另一方面则是终结了小龙虾的暴利。所以,如果订单量上不去,小龙虾外卖盈利的可能性就很小,而这也应该是良记小龙虾转而专攻小龙虾供应链的主要原因。

## 深加工供应链模式能否持续

信良记所搭建的供应链与目前其他餐饮企业在做的供应链有一定的差异,信良记在产品方面更为聚焦,信良记目前的主营产品为鱼虾贝蟹等水产品,在技术上实现“简单复热、个性烹饪、秒冻锁鲜和全年供应”。运用现代化工厂完成食材的加工和处理、料包等调味品的制作,再通过“自有冷链配送体系+第三方物流平台”配送给B端客户,餐厅可直接复热并出售给消费者。



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,布局门店做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,如果单靠自己成立新的餐饮品牌,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

I 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)**美联储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竞争,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,中美航线变得更加热闹,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人增加至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,中方承运人市场份额持续提升,到2015年中美双方承运人的市场份额已经持平,且中国

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,其他国家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。

## 漫心亮相 华住加入中档酒店争夺战

**北京商报讯(记者 关子辰)**4月12日,华住酒店集团(以下简称“华住”)旗下首家漫心城市酒店亮相上海,这是华住再一次加码中档酒店品牌。与以往中档酒店品牌不同的是,漫心则较偏向城市度假风格。在业内人士看来,当前各家酒店集团都在加码中档酒店市场,此前首旅如家在更名大会上就表明将中高端酒店作为重点发力领域,华住此举无疑也想通过个性化品牌搅动到这部分客源,未来中档酒店的竞争将会更加激烈。

据了解,漫心品牌是华住旗下中档酒店品牌全季和星程酒店之后又一中档酒店品牌。北京商报记者了解到,实际上,华住早在2013年便推出漫心酒店品牌,同年10月,首家漫心度假酒店便在云南丽江试营业。而此次则是首家漫心城市酒店的推出,华住方面相关负责人介绍,该酒店品牌与以往不同,更强调城市度假元素。

据华住方面相关负责人介绍,目前,漫心除了上海静安店,在南京、杭州、厦门的项目也在筹备之中。届时一二线城市布局将初具规模。漫心CEO曹

娟表示,漫心在建的项目有10家店,今年会在多个城市开到15家左右,不排除明年预计目标开业50家店。

近年来,中档酒店逐渐成为整个酒店行业的主战场,“未来十年,中档酒店将席卷整个中国酒店业,华住将把握这个市场机遇,顺势而为,完成集团旗下品牌的品质升级。”华住酒店集团CEO张敏表示。

业内人士认为,随着市场消费的升级,未来中档酒店领域的竞争将会更加激烈。华住此举显然是想以个性化的风格切入细分的中档酒店市场。然而最终消费者更加看重性价比。

## 华侨城A剥离两项甩包袱

**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有限公司(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中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,江苏华侨城应收账款

泰州华侨城往来款2亿元。

据了解,泰州华侨城曾被华侨城视为重点项目,但常年陷于亏损,背负巨额债务。泰州华侨城2014—2016年连续三年亏损。华侨城表示,泰州华侨城是公司所属特困企业,泰州华侨城目前每年亏损近2亿元,处于严重资不抵债状态,公司出售泰州华侨城可以提高公司整体经营状况。

另一笔资产为华侨城A所持有的文旅科技60%股权。华侨城集团以现金支付10.2亿元收购文旅科技60%股权。文旅科技成立于2009年12月,2015年10月成功登陆新三板,是华侨城集团文化科技产业板块的主力企业之一。目前,文旅科技主要经营游乐项目技术开发、数码影视及动画设计、制作等高科技文化旅游产品。

华侨城A在公告中称,公司文旅科技相关业务占公司整体比重较小,重组后可以使公司更加集中精力发展主业,具有公司战略的合理性;另一方面,目前交易价格较公司对文旅科技的初始投资增长幅度较大,可为公司带来较好的投资收益。