

赴泰游 限签令”令部分旅行社叫苦

北京商报讯(记者 徐慧 王莹莹)泰国驻华大使馆近日对国内各旅行社发布通知称:泰国驻华使馆因申请人数众多,将于2017年11月30日起各家旅行社限量每天收取100本护照,请各旅行社做好相关准备”。此举可能会给那些刚刚在“双11”以特惠价格销售大量签证的旅行社带来麻烦。

有旅行社内部人士告诉北京商报记者,各大旅行社在“双11”都推出了泰国签证的优惠价格,而此次的“限签令”出台,确实对旅行社造成不小影响。某旅行社相关负责人表示:“在‘双11’时,我们旅行社卖了1.4万份的泰国签证,但泰国出了‘限签令’,我们不得不调整出签方案。通过拉长送签周期,对部分急客进行退款退货,来保证消费者的权益。”

据知情人士透露,泰使馆突然削减送签量,主要是由于签证纸张的物料供应出现了暂时短缺,泰国大使馆签证处正尽快解决此问题。对于那些提前无法办理签证的游客,建议在到达泰国后办理落地签即可,落地签价格依旧不变。

据众信旅游相关负责人介绍,众信旅游每日送签量已改为130本护照,签证费用为350元,并未涨价。对于“限签令”规定的100本,有旅游企业向北京商报记者表示,北京具备送签权的旅行社仅有23家,一些小社的每日送签量低于平均数。本次“限签令”对于不同送签量的企业有不同的政策,签证的数量也并非固定。

国内短租领域首现房东财产险

北京商报讯(记者 关子辰)随着短租领域安全事件频发,11月30日,国内短租企业蚂蚁短租宣布与保险企业合作,定制适用于民宿、短租行业的保险产品。与以往附赠险不同的是,此种民宿短租保险范围涉及了房东屋内财产在房客入住期间发生的损坏,这在行业内尚属首创。

据了解,此次蚂蚁短租推出的民宿定制保险不仅涵盖了入住期间的住客人身意外伤害、住客人身意外医疗险,还包含入住期间意外造成的房屋、装修、家具等财产损失等方面的保险范围。而此前短租平台上的保险,普遍为市面已有的家庭财产综合保险以及住宿旅客意外伤害保险。

近两年,随着短租民宿行业的快速发展,房东与房客直接纠纷以及房客安全等问题频频发生。针对短租行业特性、出险场景的保险产品,在市场上极度缺乏。”蚂蚁短租相关负责人表示。

业内人士表示,安全问题是共享住宿的“最后一公里”,当前民宿短租领域竞争激烈,随着短租行业不断发展,企业也越来越重视租客安全问题,而短租制险的设置有望成为民宿短租企业吸引顾客的一环。

民资入主 丽江旅游实控人变更

北京商报讯(记者 肖玮 薛晨)丽江玉龙旅游股份有限公司(以下简称“丽江旅游”)于11月30日发布公告,宣布企业实际控制人发生变更。华邦健康总经理、董事长张松山将取代丽江玉龙雪山省级旅游开发区管理委员会,成为企业的实际控制人。此次变更是由于丽江旅游第一大股东雪山开发公司的股权结构发生变化所致。

根据公告,此前持有雪山开发公司20.50%股权的丽江山峰旅游商贸投资有限公司(以下简称“山峰公司”)于11月27日召开股东会,决定新增注册资本600万元,全部由华邦健康认缴。增资完成后,华邦健康持有山峰公司56.23%股权。而华邦健康直接持有雪山开发公司33.86%股权。认缴完成后,华邦健康合计控制雪山开发公司54.36%股权,成为雪山开发公司的控股股东。

同时,华邦健康及其一致行动人合计直接持有丽江旅游14.26%股权,并通过控制雪山开发公司持有的丽江旅游15.73%股权,共计控制丽江旅游29.99%股权。而张松山通过控制华邦健康及其一致行动人进而控制丽江旅游,成为实际控制人。

业内人士指出,丽江旅游的这一变动意味着民营资本拥有了更多话语权,企业的运营机制有望得到更多改善,一些可能存在的机制束缚也有望逐步解除,管理效率得到提升。

出境游价格指数普涨 海岛游成热门

北京商报讯(记者 肖玮 实习记者 许伟)据最新发布《2017年12月出境旅游价格指数报告》,随着圣诞节和元旦假期的来临,各大洲出境旅游价格指数与上月相比也出现了不同程度的上升。冬季海岛项目成热门目的地,价格更是水涨船高。

在远程亚洲游产品中,泰国游产品价格指数上涨幅度最大。而在远程自由行产品中,马来西亚旅游产品价格指数上涨幅度占据榜首。中远程目的地价格涨幅最大的是大洋洲,中东非洲紧随其后,欧美旅游产品虽增幅不大,仅为4%左右,但较去年也呈上升趋势。近年来,出境游市场不断开拓升级,旅行社、OTA平台的出境游服务大众化,也增添了消费者走向世界的信心。

反气候温差让温暖如春的海岛游成为冬季游的涨价高地。就此次报告价格来看,在海岛产品中,价格指数上涨最多的是关岛产品,环比上涨12.5%。其次是普吉岛旅游产品,较11月价格指数环比上涨9.8%。与11月相比,12月主要海岛目的地产品价格也都出现几千到万元不同幅度的上涨。其中,均价最高的为马尔代夫产品,均价16915元,与11月相比上涨15.1%。

国产网剧《白夜追凶》首度出海

11月30日,阿里巴巴文化娱乐集团轮值总裁兼优酷事业群总裁杨伟东公开表示,网络剧《白夜追凶》的海外发行权已经被美国流媒体视频服务提供商Netflix买下,未来《白夜追凶》将通过Netflix在全球190多个国家和地区播出,成为首部正式在全球大范围播出的国产网络剧。在国内斩获高口碑高流量后《白夜追凶》能否同样获得海外观众的青睐?

进军海外

作为首部在全球大范围播出的国产网络剧《白夜追凶》由优酷、五元文化等公司出品,自今年8月30日正式在优酷播出以来,无论是播放量、话题度还是口碑,都持续上涨。新浪微博上话题“白夜追凶”的阅读量超15亿次。目前在优酷平台上的播放量已经超45亿次,口碑上,豆瓣评分高达9.0分。

“对于Netflix而言,之所以选中这部剧肯定也是基于前期的一些市场调查最终做出的选择,某种程度上,这是一种市场行为。”中国创意产业研究中心主任张京成表示。而借助Netflix这一平台,也能更好地推动国产影视剧在全球范围内的影响力。

根据Netflix公布的三季度财报显示,目前Netflix全球总用户数1.0925亿,与二季度相比新增用户530万人,其中美国本土用户增长了85万,海外用户增长了445万。此外,华尔街研究公司GBH Insights表示,受原创内容的推动,2020年Netflix海外订阅用户数量将增长50%。

公司研究

Company research

第一梯队普亏 芒果TV为何宣布盈利

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)

国内视频网站的经营情况似乎一直与“亏损”画等号。但在多家一线视频网站仍处于亏损状态时,芒果TV却宣布实现盈利。湖南广播电视台台长吕焕斌于11月30日公开表示,预计全年芒果TV可实现盈利4亿-5亿元。那么,究竟是什么原因让位居行业二线的芒果TV反而率先突破视频行业的盈利瓶颈呢?

近年来,我国视频网站行业迅速发展,由湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司(以下简称“快乐阳光”)负责具体运营的芒果TV,用户数也在不断提升。数据显示,从2014年芒果TV启动独播战略到现在,移动端用户从零增长到5亿,IPTV运营商业覆盖用户已超过5500万,互联网电视终端激活用户数达到6500万。尽管现阶段芒果TV的用户数量较两三年前已经实现较高提升,但与爱奇艺、腾讯视频、优酷三家平台单月实现App活跃用户数超2亿人相比,芒果TV的活跃用户数仍处于

热门网剧单集制作成本对比

《白夜追凶》	200万元以上
《大军师司马懿之军师联盟》	800万元以上
《河神》	400万以上
《九州·海上牧云记》	400万以上

此次Netflix与中国资本合作也并非首次。此前在国内大火的宫廷剧《后宫甄嬛传》曾于2015年3月18日登陆Netflix,将76集的长剧精编并制作成了6集(每集90分钟)的英文版电视剧。而在原有剧集的基础上,女主角孙俪还为此版本补拍了部分老年甄嬛的情节,全片采用中文配音、英文字幕的方式呈现。

水土不服

从“野蛮生长”到如今的精品化阶段,网络剧正在逐渐甩脱简陋场景、粗糙特效等标签,一系列优质网络剧的出现刷新了观众对网络剧原有的认识。伴随着网络剧数量和质量的提升,优质网络剧的“出海”也被提上日程。

但是从从业者看来,国内市场的观众与海外市场的观众存在差异,出海过程中也会遭遇文化差异问题。以《后宫甄嬛传》为例,这部以清朝为背

景的宫廷剧在登陆海外市场后,反响也是参差不齐,目前Internet Movie Database上,尽管《后宫甄嬛传》评分达8.6分,但评分人数仅有39人。此前也有消息称,剧目在Netflix网站上的评分一度不足三星,反响不及预期。

“《后宫甄嬛传》毕竟是宫廷剧,在国内有着很大的观众群体,但不一定能满足国外观众的需求。而经过剪辑之后,剧情、节奏等方面的效果也会有所下滑,这可能也会影响到观看效果。”张京成认为:“但《白夜追凶》是一部悬疑犯罪类剧目,这类剧目在国外市场认知度较广,也并不存在太大文化等方面的差异,相比于《后宫甄嬛传》《白夜追凶》的市场空间也会广阔很多。”

内容为王

近年来,网络剧市场发展迅速。数据显示,今年在国家新闻出版广电总局备案播出的网络剧达555部;在国内市场,网络剧无论是从制作还是对观众需求的满足程度上都在不断提升;“出海”也是必然趋势,国家近年来对于影视剧“走出去”的支持力度也很大,财务、政策上都予以支持,这种背景下,未来也会有更多的网络剧,甚至电影等走向海外市场。”张京成表示。

“随着监管政策的完善与加强,网络视听行业更加规范化,网络视听节目也进入了精品化阶段。”中国网络视听节目服务协会常务副秘书长周结表示,今年上半年,国内新上线网络剧

241部,与2016年同期相比,数量基本持平,但高达581亿次的播放量相比2016年同比增长146%。越来越多的资本也加入到网络剧的制作中,背靠BAT的爱奇艺、优酷、腾讯视频三大平台近年来频频斥巨资布局网络剧模块;华策影视、慈文传媒、华谊兄弟等老牌影视公司也先后布局网络剧的制作,加速了网络剧的快速发展。

在制作质量上,除《白夜追凶》外《大军师司马懿之军师联盟》《无证之罪》等同样收获高口碑高流量的网络剧也在不断涌现。公开数据显示《大军师司马懿之军师联盟》目前的播放量近70亿次,豆瓣评分8.1分,《无证之罪》播放量近5亿次,豆瓣评分8.2分。

但作为新兴产业,整体而言网络剧的发展并不完善,从业者认为,目前网络视听内容供给方面仍有很大的改善空间,优质的网络剧仍旧缺乏。此次《白夜追凶》登上Netflix平台尽管为网络剧的“走出去”打开一扇门,但未来如何推动更多优质国产网络剧的产出仍是重心所在。

“此外,如何在海外市场走得更远更快,也是下一步将要面临的问题。”张京成表示:“作为一种文化产品,网络剧在输出过程中首先需要海外国家的政策环境有深入了解,其次是要对不同国家的市场环境有足够深入的调查和研究,符合当地观众的审美需求。而最终,则是要加强对作品本身内容的打造。”

北京商报记者 卢扬 邓杏子

受益中国市场 上海迪士尼推新景点

北京商报讯(记者 肖玮 薛晨)入华一年多的迪士尼显然对中国市场充满信心。继11月初迪士尼在Q4财报会议中透露上海迪士尼盈利后,11月30日,上海迪士尼对外揭晓了第七个主题园区“迪士尼玩具总动员”的规划亮点。这一项目也是上海迪士尼开业后的首个扩建项目,预计将于2018年夏季正式揭幕。

据介绍,“迪士尼玩具总动员”包括三个全新的景点以及一个与迪士尼朋友见面的朋友驿站。新增的三个景点分别为弹簧狗团团转、抱抱龙冲天赛车以及胡迪牛仔嘉年华,其中胡迪牛仔嘉年华更是上海迪士尼独有的景点。此外,在上海迪士尼乐园第七个主题园区中,还增加了艾尔玩具店和玩具盒欢宴广场,以满足游客的购物和餐饮体验。

有观点认为,此次上海迪士尼的扩建,有望在一定程度上减轻园内容

出的排队问题。但相反观点指出,尽管游览面积增大,但新主题园区具有特殊性,也有对应的客群存在,或许新景点开放后将迎来更多游客,对迪士尼园区排队情况改善有限。

业内人士表示,上海迪士尼的迅速扩建,一方面基于对中国市场未来前景的看好,另外上海迪士尼在开业后首个完整财年即实现盈利,也增强了迪士尼扩大规模、进一步推动营收的信心。而上海迪士尼迅速获得盈利的原因,与迪士尼在吸取巴黎迪士尼的失败经验后,在上海极力推进本土化策略分不开。

此外,迪士尼突出的二次消费也为企业带来了大量可观收入。有业内人士估计,国内众多主题乐园,运营最佳的二次消费也不过35%-40%,而上海迪士尼至少能够达到50%-55%。可以预见,随着新主题的不断加入,这一比例在未来还有增长空间。

IP合作 亚朵酒店掘金非房收入

北京商报讯(记者 徐慧 王莹莹)继与吴晓波、网易严选合作后,亚朵酒店又一次跨界试水旅游业。北京商报记者11月30日获悉,亚朵与旅游社交分享平台蚂蜂窝联合打造了一家持续72小时的快闪酒店——旅行人格酒店。不过,频繁的IP合作,真的能提升服务价值,还只是雁过留声,仍有待时间验证。

此次的“旅行人格酒店”,是根据九种不同“人格”用户的旅行偏好而设计的。用户入住时还可以体验“人格测试”,从扭蛋机里拿到自己的人格卡。亚朵表示,11月30日-12月1日正式向所有人开放预订。

酒店产权网联合创始人冯少辉表示,亚朵联手蚂蜂窝是为了将蚂蜂窝的强大客流吸引过来,在宣传酒店的同时还能增加一部分消费收入。此外,亚朵酒店通过合作打开IP,提供一种全新的住宿体验,也是

对住宿的探索。

酒店业正面临着租金、人工等成本不断提高,入住率、房费却不断下降的困境。如何重构酒店管理公司的收益模型,是行业面临的共同难题。亚朵提出IP酒店的概念,试图借助内容突破传统酒店的盈利模式。

在亚朵酒店中,除了“睡”之外,还有上海三联等图书公共空间,以及猫王、美好Plus等O2O体验式消费。据官方公布的资料显示,亚朵旗下酒店购物平台已实现收入破1000万元的纪录,10次众筹突破8000万元。

亚朵创始人兼CEO耶律胤胤曾提出“房+X”战略,即从酒店、公寓等住宿空间切入,延伸到出行、旅游、美食等各种生活场景。亚朵市场副总裁郑晓波也曾透露,亚朵内部正在孵化一个旅游产品线,并将于明年正式上线。此外,亚朵在旅游业的尝试也将继续深化。