

· 资讯播报 ·

## 提振业绩

## 香港迪士尼瞄准家庭短途游

北京商报讯(记者 舒志娟)香港迪士尼近期动作频频。12月7日,记者从香港迪士尼获悉,首次为内地家庭度身定做的奇妙之旅率先发布两条线路,分别是“迪士尼小公主”优选假期和“小小超级英雄”优选假期。同时透露,未来定位主打家庭短途度假目的地。业内人士分析称,随着未来亲子游比例增加,短途度假模式上能够带来新的方向,但是难以起到支撑作用,香港迪士尼不仅要加快落实扩建计划,同时要积极构思,推出更多新活动吸引游客,保持乐园新鲜感。

“包括北京在内的一线城市以及成都等二线城市都是该乐园重点深耕发展的城市。”香港迪士尼乐园旅游销售总监董沛铨介绍,该乐园新阶段扩建计划的首个项目也将在2018年5月推出,以电影《海洋奇缘》角色莫阿娜为主题的全新舞台表演将登陆探险世界。

一直以来,内地游客是香港迪士尼的“主力军”,但随着上海迪士尼开业,给香港迪士尼带来了挑战。据香港迪士尼公布的业绩报告显示,2016财年实现收入48亿港元,同比下跌7%。同时,入场人次延续下滑趋势,从2015财年的680万下滑至610万。有观点认为,尽管面临着游客量下降、主题公园竞争加剧,但是香港迪士尼的竞争力依然存在。对于香港迪士尼而言,此举或许会是一个应对方案,但它是否可以长期留住客流、创造营收,还需要时间来验证。

## 尚待观察

## 国内第二本米其林指南进驻广州

北京商报讯(记者 舒志娟 赵超越)12月7日,米其林正式宣布将在2018年二季度发布首版广州米其林指南。届时,广州将成为继上海之后,米其林指南在中国内地的第二个评鉴城市。有观点认为,米其林指南的发布将会带给广州餐饮行业一个更加国际化、标准化的市场环境,也能提升粤菜在全世界范围的顶级标准评价体系中的地位,不过进入广州市场后能否获得认可尚需观察。

广州市旅游局局长刘瑜梅表示,米其林指南进驻广州,并与市旅游局和商务委签订了战略合作备忘录,标志着广州美食、广州旅游在国际化道路上又迈进一步。据了解,目前米其林指南已经覆盖28个国家和地区,评选出4.5万个餐厅和酒店,版图遍布欧洲、美洲和亚洲。在业内看来,国内美食推荐App发展迅速,并且能够垂直细化做到品类排行、价位排行等。相比于这些美食推荐媒介,米其林指南尽管影响力大,但优势并不明显。

## 盛天传媒陷入危机 “星光”不再

曾以《马大师》《子夜》等影视作品备受关注,又有葛优等明星股东加持的盛天传媒近期麻烦不断。12月7日,北京商报记者在东北证券最新公布的一则名为《东北证券股份有限公司关于浙江盛天文化传媒股份有限公司的风险提示性公告》中发现,盛天传媒面临着债务缠身、大股东股权被冻结、劳动纠纷不断、3笔价值1.14亿元的定期存单流向不明等诸多问题。在新元文智创始人刘德良看来,引入明星股东、登陆资本市场对于该公司的发展固然有积极意义,但最重要的仍然在于内部的经营和管理。就盛天传媒而言,管理层动荡不安、多部影视项目搁浅以致不能如期上映,最终会导致公司的资金链出现问题,进而影响到整个公司的运营。

## 问题频出

公告显示,因盛天传媒全资子公司天润影业未按期偿还欠款本息,北京娱乐宝影视传媒有限公司将天润影

业和作为债务担保人的盛天传媒及公司实际控制人郭丹作为被申请人向北京仲裁委员会申请仲裁。目前,郭丹股权已经被司法冻结,同样被冻结的还有天润影业的银行账户,金额为221.91万元。

债务迟迟未还的情况下,盛天传媒在2017年4月有3张定期存单合计1.14亿元的资金转出,引发了业内质疑。而北京商报记者通过查阅盛天传媒公告发现,挂牌以来,盛天传媒并没有发布公告披露这笔资金流出和定期存单质押的事项。截至目前,有关这笔定期存单的来源、流向、质押相关资料仍未得到充分提供。

此外,摆在盛天传媒面前的还有一系列劳动纠纷以及高管动荡。11月3日,东北证券收到盛天传媒董事、原董事会秘书张洁电话告知,已在北京市朝阳区劳动人事争议仲裁委员会对盛天传媒提起劳动仲裁。而在挂牌新三板半年后,盛天传媒总经理、董事、董秘、财务总监等也相继辞职。

## 业绩下滑

公开资料显示,成立于2006年的盛天传媒以电视剧起家,挂牌新三板之前,盛天传媒通过两次增资迎来演员葛优、博纳影业总裁于冬、知名编剧薛晓路等自然人股东以及横店集团等法人股东。

与明星股东同样耀眼的还有盛天传媒的业绩,据盛天传媒公开转让说明书显示,2015年公司实现营收1.05亿元,净利润4646万元。同年,宣布主投魔幻题材3D电影《奇迹:追逐彩虹》以及奇幻喜剧电影《蜜丝炸弹》,其中《奇迹:追逐彩虹》总投资达3500万美元。

尽管盛天传媒对这两部作品的期待颇高,但之后的进展并不顺利。《奇迹:追逐彩虹》《蜜丝炸弹》早在2015年就已杀青,但迄今仍没有上映的消息。多部影视项目进展不顺,盛天传媒的业绩也遭遇大幅下滑。来自盛天传媒2016年半年报显示,报告期内公司营收56.83万元,同比下降23.22%;净利润

-1211.7万元,同比下降49.32%。而截至目前,盛天传媒2016年年报仍未发布。

## 资本双刃剑

盛天传媒于6月22日的第二届董事会第十八次会议上审议通过了《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》,但终止挂牌事宜还需要股东大会审议,仍存在不确定性。

“就目前的市场现状来看,新三板公司被摘牌的现象并不少见,尤其是文化类企业,或与企业对新三板的期望太高有关。此外,盲目上市,但挂牌后的投资现状并不能满足公司的扩张和资金需求使得公司业务出现问题,影响企业战略发展方向、业务管理等决策。”刘德良表示,“企业良好的运转需要稳定的管理层、完善的管理机制等,对于盛天传媒而言,在此基础上还要加强对产品内容的打造,适当降低运营成本,以此在竞争中获得优势。”

北京商报记者 卢扬 邓杏子

## 贵州醇布局高端市场 “钱”途难测

北京商报讯(记者 刘一博 武媛媛)贵州醇酒业有限公司(以下简称“贵州醇”)借白酒酒庄化概念,推出高端酒庄酒系列产品吸金。12月7日,北京商报记者发现,贵州醇限量发售两款酒庄级白酒,一款53度酒庄级纯粮·庄龄酒20年售价高达1999元,另一款53度酒庄级纯粮·庄龄酒10年售价则为799元。对此,白酒营销专家蔡学飞分析称,贵州醇作为中低端区域白酒品牌,推出超高端白酒产品,市场竞争力

并不高,想要凭借现有资源,通过酒庄级白酒概念开拓市场的可能性不大。

今年以来,酒庄级白酒被认为是中国酒业下一个风口,是大多数二三线白酒品牌可抓的卖点。此时布局高端酒庄酒业务,可看出连续多年业绩出现亏损的贵州醇急于寻求突破口。

北京商报记者梳理发现,在被维维股份收购前,贵州醇的业绩已经明显走低,而自2012年被维维股份收购后,贵州醇的表现仍然不尽如人意。公

开数据显示,截至2016年底,贵州醇总资产为8.85亿元,全年营业收入为6606万元,净利润则为-4907万元;2015年,贵州醇营业收入为7244万元,净利润为-4920万元;2014年营业收入为1.02亿元,净利润为-5681.85万元。同时据维维股份年报显示,2016年贵州醇的产能仅为1.65万吨,远远低于同集团枝江酒业的10万吨。

蔡学飞表示,行业消费升级环境下,消费者更注重白酒的品质与文化,

这为酒庄级白酒的发展趋势做了铺垫。但是,贵州醇作为中低端区域酒企,常规逻辑下很难支撑超高端产品输出。此次推出酒庄酒系列产品,可能会用做贵州醇的高端化形象产品、内部馈赠礼品、经销商奖励政策等,其价格没有指导意义。且在高端白酒市场,茅台、五粮液等一线白酒品牌占有主导地位,因此贵州醇想要凭借现有资源,通过酒庄级白酒概念布局高端市场的可能性不大。

SCPR  
The Summit of Chinese Park & Resort

2017(第四届)中国主题公园和度假区峰会  
主题公园 激发城市文化活力

2017年12月12日 北京歌华开元大酒店

主办单位:北京日报社  
北京娱乐信报社  
北京首寰文化旅游投资有限公司  
承办单位:北京商报旅游新闻中心  
北京经联文化传播中心  
学术支持:中国旅游研究院  
北商研究院  
信文化研究院