

· 资讯播报 ·

张裕换帅收购两大变动落定

北京商报讯(记者 刘一博 武媛媛)国内葡萄酒龙头烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司(以下简称“张裕”)完成公司换帅、海外收购两大变动。12月11日,张裕发布《关于董事长辞职的公告》《关于收购澳大利亚Kilikanoon Estate Pty Ltd股权的公告》等多条公告称,该公司董事长孙利强因个人原因辞去公司董事长职务。此外,公司决定以自有资金2060.5万澳元,折合人民币约1.03亿元的价格,收购11个交易对方所持有的澳大利亚Kilikanoon Estate Pty Ltd克利克奴公司80%股权。

公告显示,2016年6月30日-2017年6月30日,克利克奴公司营业收入为1105万澳元,净利润为126万澳元。张裕称,克利克奴公司可与张裕形成良好的互补性,虽然克利克奴公司规模较小,但产能扩充的弹性较好。据测算,若不考虑克利克奴公司产品在中国市场销售获得的收益,张裕要收回投资本金,约需15年;若一并考虑其产品在中国市场销售获得的收益,张裕要收回投资本金,则约需6-7年。

业内分析,张裕此次收购存在一定风险。实际控制人变更后,克利克奴公司原有业务能否顺利衔接将直接影响其未来发展。且该公司未来增长潜力主要来自于中国市场,而中国市场中的国外葡萄酒品牌众多,竞争非常激烈,克利克奴公司在中国市场尚未形成品牌优势,前期市场投入较大,要在竞争中胜出存在较大不确定性。若克利克奴公司产品在中国市场销售达不到预期,将拉低投资回报率,拉长投资回收期。

在国产葡萄酒市场承压的背景下,张裕近五年多次收购海外酒庄以谋生存突破口,但其海外业务还未成为辅助公司业绩的有力引擎。今年1-9月,张裕实现营业收入37.98亿元,同比增长0.91%;净利润为8.16亿元,同比下降1.041%。同时据张裕2017年半年报数据显示,其海外收购中资金投入最大的西班牙爱欧集团仍处于亏损的状态。

美联航取消西安航线

北京商报讯(记者 肖玮 实习记者 许伟)美联航日前宣布取消旧金山-西安夏季季节性航班服务,直航服务将不再持续的原因是客流增长没有达到公司预期。2016年美联航正式开通旧金山-西安季节性航线,迄今仅运营不到两年。今年10月,美联航还停飞了每周3班的旧金山-杭州航线。据悉,目前美联航在中国内地的航点只剩下北京、上海和成都。

数据显示,美联航在中国城市的客座率持续下降。2016年5-10月,西安-旧金山航线客座率为74.48%,9月与10月仅在60%上下。而2017年5月再次复航的西安-旧金山航线首月客座率不及60%。

中国赴美市场的变化可能是美联航客座率走低的原因之一。据CADAS统计数据显示,2017年上半年,中国赴美国的人次为130.94万,比去年同期减少了3.2%。

同时,中国航企的持续发力也给美联航带来强烈冲击。近几年,国内航空公司的国际航线航班量剧增,甚至已经超过国外不少航企。目前,在中国航空公司中,北美航线的竞争十分激烈。国航、东航、海航都已有不少北美航线开通,南航虽然现在还较少,但首都第二机场开通后,南航也会加入竞争行列。

民航高级经济师王疆民分析称,美联航最主要的业务是大西洋航线,并不是亚太航线。而且近几年来,美联航已经较少在飞机场开通新航线,尤其在中国的发展比较滞后,资源整合也不及达美航空。不过王疆民认为,美联航减少中美航线的状况不会持续太久。在中国大市场中,中美航线本身基数较大,虽然暂时关停旧金山-西安夏季季节性航班服务,但是美联航再度开发的可能性也很大。

蛋糕外送幸福西饼获近亿元融资

北京商报讯(记者 徐慧 赵超越)12月11日,记者获悉,互联网蛋糕品牌幸福西饼已完成9600万元人民币A轮融资,领投方是美团点评发起设立的产业基金龙珠资本,跟投方为璀璨资本,龙珠资本创始合伙人朱拥华出任公司董事。此前,幸福西饼在Pre-A轮已经获得绝味旗下投资公司网聚资本的投资。

幸福西饼2008年创立于深圳,最初是线下烘焙连锁品牌,2013年转型做互联网蛋糕。通过线上下单,线下中央工厂和分布式工厂配合并自建配送团队送货上门。目前幸福西饼现已布局接近150个城市,其中包括深圳、广州、北京、上海、香港和澳门等大多数一二线城市,日均客单量达到2万多单。

据了解,幸福西饼采取城市合伙人制的模式扩张,在布局的每个城市寻找一个合作商,合作商负责投资工厂、生产、物流等方面,而幸福西饼负责统一的选址、装修和管理标准。2017年,幸福西饼邀请何炅作为品牌形象代言人,并和分众传媒进行战略合作进行广告投放。

本次投资的领投方龙珠资本早前为美团点评产业基金,成立于2017年2月,主要专注于大消费领域的项目投资,产业基金管理公司CEO为美团点评高级副总裁陈少晖。今年10月美团点评完成40亿美元融资的同时,该基金也正式改名为龙珠资本,投资幸福西饼是龙珠资本成立后第二笔公开投资。

2017年烘焙全国市场超过4000亿元,其中面包蛋糕占61%。烘焙行业主要包括外资烘焙品牌、内资跨区域连锁品牌以及分散的地方烘焙品牌,低客单价的互联网蛋糕品牌相对空白。业内人士指出,烘焙品牌生命周期长,有不少存在时间超过十年的上市公司。但由于进入门槛不高,产品难做出绝对差异化。相对于传统的线下烘焙品牌,互联网蛋糕品牌可以脱离繁重的运营模式,节省更多的人力、财力,也更利于品牌的推广,形成连锁品牌。

音频平台开打内容争夺战

继与张召忠联合出品付费音频节目《局座讲风云人物》后,蜻蜓FM再度联合许知远的单向空间打造音频节目《艳遇图书馆》,这档围绕着城市、书和人在进行的节目将在12月14日正式上线蜻蜓FM。而近年来,随着知识付费市场的快速发展,除蜻蜓FM外,包括豆瓣时间、喜马拉雅FM等在内的平台也都加码知识付费领域的布局。激烈的市场竞争之下,优质的内容成各平台突围的关键。

平台加码内容布局

从最初的互联网广播电台到如今的付费音频,音频平台之间的竞争从未停止。2016年,拿飞《金庸经典合集》的有声版音频独家版权后,成立于2011年的蜻蜓FM开始了在知识付费市场的布局,并接连推出《蒋勋细说红楼梦》《矮大紧指北》等一系列独家付费音频内容。

据公开数据显示,目前《蒋勋细说红楼梦》在蜻蜓FM平台上的播放次数已经达到2.2亿次。高晓松的《矮大紧指北》在上线一个月后付费用户便超过10万,流水超2000万元,截至目前《矮大紧指北》的播放次数达到了5523.6万次。

今年下半年以来,蜻蜓FM继续推出多档音频节目,相继联手张召忠、许知远分别推出付费音频节目《局座讲风云人物》《艳遇图书馆》、梁宏达、李开复等知名人士也纷纷进驻蜻蜓FM。凭借一系列热门音频节目的推出,蜻蜓FM的用户规模持续增长,据蜻蜓FM官网显示,目前蜻蜓FM已拥有3亿用户,日活跃用户量1200万人。

另一家音频分享平台喜马拉雅FM同样也在付费音频领域持续布局,接连上线《好好说话》《小学问》等知名栏目,目前,包括郭德纲、马东、蔡康永、咪蒙团队等在内的各领域的名人也先后进驻喜马拉雅FM,带来了大批流量。不久前落幕的喜马拉雅FM第二届123知识狂欢节”内容消费总额达1.96亿元,几乎是去年的4倍之多。

荔枝FM则在“95后”细分化市场二次元垂直领域加大布局。日前,荔枝FM邀请了四位知名声优做客荔枝FM与粉丝互动,并将见面会搬到了语音直播间。而考拉FM则切入车载娱乐音频领域,除了购买版权内容和自制节目外,

>>部分音频平台融资大事记

蜻蜓FM

2013年 获得创新工场200万美元A轮融资
2015年 完成数千万美元融资
2016年 完成中国文化产业投资基金领投的D轮融资
2017年 完成总额超10亿元的新一轮融资

荔枝FM

2014年 获得晨兴创投等公司1000万美元投资
2015年 获得小米科技、晨兴资本等公司2000万美元投资
2016年 获得城市传媒6000万元投资

喜马拉雅FM

2014年 先后完成A轮1150万美元、B轮5000万美元融资
2016年 获得城市传媒6000万元投资

也与不少音频公司建立了合作关系。

此外,豆瓣在今年3月7日正式上线的内容付费产品“豆瓣时间”凭借首期专栏《醒来——北岛和朋友们的诗歌课》打开知名度后,又上线了《雷神的世界——冰火之地的北欧神话》、《民谣与台湾故事——胡德夫的音乐时间》、《52岁人生——戴锦华大师电影课》等付费内容。根据豆瓣的规划,“豆瓣时间”也将成为豆瓣未来布局中的重要品牌。

资本看好频繁涌入

各平台加码音频内容布局的背后,是互联网音频市场巨大的发展潜力,据中国互联网视听节目发展报告(2017)公布的数据显示,2017年国内网络视听行业持续高速发展,网络音频用户规模已超过2.2亿。

与此同时,越来越多的用户也愿意为音频类产品付费。据iiMedia Research公布的数据显示,2017年内容付费用户规模预计将达1.88亿人。具体到实际调查数据,有41.6%的受访网民使用音频类产品。同时,45.4%的受访网民表示,未来倾向于增加或尝试使用音频类知识付费产品。

伴随着持续增长的用户量和市场规模,音频行业也站到风口之上,此前对音频行业持观望态度的资本也开始加大对音频行业的投资力度。考拉FM去年获得君联资本等投资方的1.7亿元投资后,母公司车语传媒今年9月获得摩拜单车董事长李斌个人的2亿元投资。蜻蜓FM去年获得来自中国文化产业投资基金领投的D轮融资后,今年9月再度完成单笔金额超过10亿元的新

一轮融资,创造了音频行业内单次融资金额纪录。

喜马拉雅FM于2014年先后完成了A轮1150万美元、B轮5000万美元融资,并在2015年公开宣称公司已经完成VIE架构拆除,正式回归国内资本市场。去年6月,城市传媒公告称,公司董事会同意公司与前海兴旺签订有限合伙协议,作为有限合伙人出资6000万元,通过投资基金的方式间接投资上

海证大嘉马拉雅网络科技有限公司。“就整个市场环境而言,互联网内容产业目前普遍被资本看好,包括音频、网络视频等。”中央财经大学文化与传媒学院院长魏鹏举表示;而音频行业的优势在于其作为声音媒介,具备很强的伴随属性,可以在很多无法使用视频、文字的场景下使用,加上音频内容基本涵盖经济、人文、历史等各领域,能满足人们碎片化时段的知识需求,因此具有较大的发展空间。”

优质内容仍是核心

相继获得资本融资后,各音频平台开始加速业务的拓展,以此完善平台的商业模式。除有声书领域的版权购买、加强与其他平台在原创内容上的合作外,语音直播也是当前音频平台布局的热点,包括蜻蜓FM、荔枝FM、喜马拉雅FM等在内的互联网音频平台都在扩展音频直播,变现方式则以广告、内容付费和刷礼物为主。

伴随着使用场景的不同,也给互联网音频行业带来商业模式上更多的可能。尤其是在移动互联网的催生下,车载智能硬件、智能家居概念的普及,也给音频平台提供了更多的发展

方向。”魏鹏举表示。

目前,在汽车、家居等场景的布局中,蜻蜓FM此前与某冰箱品牌合作,在某款带有智能屏冰箱上植入蜻蜓FM,为用户提供智慧家居生活的新体验;考拉FM已与超过40家汽车企业达成长期渠道合作关系,与此同时,还发布智能音响考拉宝,意图覆盖车载和家居两大场景;喜马拉雅FM也推出车载声音伴侣“随车听”等产品。

然而,具体到用户体验上,仍以移动端、PC端为主的互联网音频平台对于汽车、家居等线下场景的打造尚未成熟。而变现模式上,内容付费和广告仍然构成目前音频平台最主要的收入。根据蜻蜓FM给出的数据,目前平台在收入构成上已经基本实现广告和付费各占五成的比例。广告与平台流量、用户规模高度相关。而平台流量和用户规模的增长需要平台优质内容的供给,这些优质内容则需要专业内容生产者来创造。”魏鹏举强调。

就现阶段而言,引进优质内容以及KOL(关键意见领袖)仍然是平台留住用户群并增加复购率的重要方式。《矮大紧指北》《吴晓波频道》等音频节目火热的背后,离不开高晓松、吴晓波自身在行业内的影响力。

这使得各平台对于优质内容又开启了新一轮的争夺。蒋勋、袁腾飞、易中天等知名人士都成为各大互联网音频平台竞相争夺的目标。但对于平台而言,优质内容的引进和打造,仍然是一笔不小的开支。音频内容的线下分发也成为音频平台另一个布局的重心,包括豆瓣时间、蜻蜓FM等在内的平台都接入小鹅通的知识店铺。而蜻蜓FM副总裁郭嘉也曾在公开采访中表示,将线上音频内容出书,或者组织线下见面会等都在考虑范围内。

在北京大学文化产业研究院副院长陈少峰看来,付费会员以及专业化的内容垂直业务仍然是未来付费内容市场具有前景的发展模式。对于平台而言,如果想在内容上深耕,首先需要确定的是自身的发展方向、价值和实现方式,与此同时,还要提高平台的内容制作水平,如果是将节目外包出去,平台也需要加强对内容的把关。

北京日报记者 卢扬 邓杏子/文
白杨/制表

F 聚焦
Focus

重建方案公布 九寨沟三年后再现风景

北京商报讯(记者 徐慧 薛晨)九寨沟的灾后重建工作又有实质性进展。四川省政府近日印发了“8·8”九寨沟地震灾后恢复重建5个专项实施方案(以下简称“重建方案”),分别就地震灾区的生态环境修复与保护、地质灾害防治、景区恢复提升和产业发展、基础设施和公共服务重建,城乡住房恢复重建等具体方案制定了详细的时间表,九寨沟景区有望于2020年重新展现迷人风光。

九寨沟景区何时重新开放备受关注。根据重建方案,将视保护与修复的具体情况逐年增加开放游览区的面积。其中,到2018年开放游览区一期,恢复总面积108平方公里。重建方案强调,景点的保护和恢复以自然恢复为主,只在必要时采取人工技术干预。对发生重大改变的3个景点,除剑岩以外发生较大改变的5个景点,还将单独编制保

护与恢复专项方案,经专家论证后实施。

经测算,九寨沟地震灾后恢复重建资金总需求约为118亿元,包括222个具体项目。在生态环境的修复保护方面,重建方案计划投入8.59亿元,恢复在地震中受损的林地植被28.84万亩,草地植被11.7万亩,修复大熊猫栖息地走廊带5万亩。在地质灾害的防治方面,通过完成地质灾害综合治理、地质灾害应急能力建设、地震减灾系统工程、土地复垦整理、气象监测设施建设、民政防灾减灾救灾能力建设、应急指挥中心重新装修改造等建设,同步完成九寨沟、松潘、若尔盖和平武四县地质灾害应急排查评估,实现558处地质灾害隐患点的实时监测。

当地居民关注的重建内容方面,包括灾区基础设施和公共服务重建以及城乡住房重建两大块。根据重建方案,首先将于2018年12月底完成灾区城

乡住房的恢复重建以及维修加固工作,涉及的居民户达到22539户,计划投资额2.02亿元。基础设施及公共服务重建方面,将用三年时间使灾区基础设施和公共服务能力全面恢复并超过震前水平,到2020年建成公路121.5公里。此外,交通、能源、水利、教育、医疗、卫生、文化等与灾区城乡基础设施和公共服务管理密切相关的项目,也都将在未来三年逐步恢复重建,预计投资56.3亿元。

重建方案还对九寨沟地区的产业发展提出了要求,力争到2020年,基本完成遗产地产业发展任务,基本形成基于现代服务业的旅游产业体系,重构基于现代服务业的旅游产业,改造旅游商贸业和旅游文化产业两大传统旅游服务业,发展和输入智慧旅游业、会展旅游业、健康管理业、现代物流业和应急服务业五大现代服务业新业态。

《印象·刘三姐》运营公司找到北京金主

北京商报讯(记者 肖玮 实习记者 许伟)12月11日,三湘印象发布暂停临时停牌公告,原因主要涉及参股公司桂林广维文华旅游文化有限公司(简称“广维公司”)破产重整事宜。而广维公司正是由张艺谋担任总导演、全国第一部山水实景演出《印象·刘三姐》项目的运营公司。广西壮族自治区高级人民法院近日就此事做出裁定:批准桂林广维重整计划草案,广维公司可以继续经营,重整投资人将对《印象·刘三姐》项目进行全面、系统的升级改造。

据了解,幸福西饼采取城市合伙人制的模式扩张,在布局的每个城市寻找一个合作商,合作商负责投资工厂、生产、物流等方面,而幸福西饼负责统一的选址、装修和管理标准。2017年,幸福西饼邀请何炅作为品牌形象代言人,并和分众传媒进行战略合作进行广告投放。

本次投资的领投方龙珠资本早前为美团点评产业基金,成立于2017年2月,主要专注于大消费领域的项目投资,产业基金管理公司CEO为美团点评高级副总裁陈少晖。今年10月美团点评完成40亿美元融资的同时,该基金也正式改名为龙珠资本,投资幸福西饼是龙珠资本成立后第二笔公开投资。

2017年烘焙全国市场超过4000亿元,其中面包蛋糕占61%。烘焙行业主要包括外资烘焙品牌、内资跨区域连锁品牌以及分散的地方烘焙品牌,低客单价的互联网蛋糕品牌相对空白。业内人士指出,烘焙品牌生命周期长,有不少存在时间超过十年的上市公司。但由于进入门槛不高,产品难做出绝对差异化。相对于传统的线下烘焙品牌,互联网蛋糕品牌可以脱离繁重的运营模式,节省更多的人力、财力,也更利于品牌的推广,形成连锁品牌。

东及其关联控制人代偿或担保债务等,陷入了严重的债务危机,涉诉债务总额超过14亿元,公司早已处于分崩离析的边缘。

为了让《印象·刘三姐》续演下去,广西高院通过对管理人履责报告及相关请示的研究分析,批准管理人采取邀请招募重整人的方式确定重整方。同时,要求重整投资人必须与广维公司及实际控制人没有利害关系,而且应具备实际经营项目的能力,包括资金实力、类似项目经营经验、具备处理复杂局面的能力、政治过硬、没有不良

记录等。最终北京天创文投演艺有限公司中标,并注资12亿元为广维公司清偿债务。北京天创文投演艺公司是天创演艺与北京市文资办战略合作的公司,曾运营过多部经典剧作。

社科院旅游中心特约研究员杨彦峰认为,广维公司破产重整对三湘印象股份有限公司的影响较大。由于是三湘印象是间接控股,股东有两家,而进行破产重整计划就意味着原有的两部分权益全部“清零”。同时,三湘印象也失去了惟一的一个文创项目。此外《印象·刘三姐》未来可能会随着新股东的入主而改版。