

· 资讯播报 ·

五粮液披露三年千亿销售目标

北京商报讯(记者 刘一博)12月18日,2017中国国际名酒文化节暨五粮液第二十一届1218共商共建共享大会(以下简称“1218大会”)举行,北京商报记者在现场获悉,今年五粮液集团全年预计收入突破800亿元,利润突破140亿元。除此之外,五粮液集团党委书记、董事长李曙光指出,2018年公司将推进百城千县万店工程,研发创新产品,应对行业年轻化、低度化和时尚化的消费需求。该集团预计系列酒在2018年实现100亿元的销售目标,2020年公司实现千亿元销售目标。

据悉,今年6月,李曙光就五粮液渠道下沉策略面对全国运营商强调“百城千县万店”工程。与此同时,北京商报记者发现,除了百城千县万店工程,五粮液还于近日推进五粮e店的终端建设,并通过微信、微博、App等新媒体进行推广。

在1218大会上李曙光对于渠道建设也提出了更加具体的要求:未来,公司将快速推进万店终端的建设工作,加快专卖店建设的同时也要加快社会化终端的建设。明年,公司计划布局8000家社会化终端会员。除此之外,五粮液还将进一步加快线上线下一体的新零售终端建设以及KA终端建设。”

除了加强终端渠道的建设和县镇级市场的覆盖之外,五粮液在产品布局上也提出了新目标。北京商报记者进一步了解到,五粮液将实施“1+3”产品策略,其中“1”是核心产品52度新品五粮液;“3”是指五粮液品牌核心产品体系延展的三个系列,包括高端五粮液系列、低度化五粮液系列、国际版五粮液系列。

值得一提的是,目前,五粮液已经形成产品集群,开发出35度、39度、42度等多款高品质低度酒。对此,李曙光进一步指出,高端五粮液系列要打造独特、稀缺和个性化,低度化则是瞄准年轻消费群体,所以要注重产品的年轻化和时尚化,而国际版系列酒则是五粮液未来的长远目标。

凯撒加码签证业务拓出境游

北京商报讯(记者 舒志娟)随着中国出境游人数的增加,签证的相关话题也备受关注。12月18日晚间,凯撒旅游宣布推出签证子品牌——“签动全球”,以签证为切入口,拓展出境游业务。在业内看来,签证服务确实能够给平台带来大量的终端数据,旅游机构希望借签证这一流量入口抢占出境游市场,获得用户后将销售相关产品从而提振业绩,不过如何将签证用户转化成平台用户则成为关键。

2016年我国出境游市场迎来井喷式发展,全年出境游人次已达1.22亿。但签证作为出境旅游的第一环,也是一直以来被消费者诟病最多的一环。由于各国签证所需资料不一、照片尺寸不一、办理进度无处可查等,消费者常常感到疲于应付。瞄准这一行业痛点,签证办理也成为各方角力的焦点之一,很多旅游机构更希望由它撬动出境游目的地市场。其实在2016年初,凯撒旅游就推出了以签证服务为主要产品的实体服务中心,提供一站式签证办理服务。对于此次推出“签动全球”,凯撒方面称,是将签证服务极致化的重要体现。据介绍,“签动全球”业务覆盖105个国家和地区,涉及旅游、商务、探亲、留学、游学、移民等不同类型的签证服务。设立了16家线下签证服务中心,覆盖北京、上海、广州等城市。

有观点认为,当前签证业务收费透明,各大旅游机构并不是通过这一业务进行赚钱。对于签证入口的流量如何转化则成为关键。在业界看来,优质的签证服务只是打动用户的第一步,旅游机构应该更多围绕签证服务做延展服务,通过其他产品将签证入口流量进行变现。

泸州老窖窖龄酒年内四度调价

北京商报讯(记者 刘一博 武媛媛)泸州老窖核心单品窖龄酒完成今年以来的第四次价格调整。12月18日,据泸州老窖窖龄酒类销售股份公司下发《关于执行泸州老窖窖龄酒系列渠道价格体系调整的通知》显示,自2018年1月18日起,该公司将主要针对30年和60年窖龄酒的38度和52度产品,执行泸州老窖窖龄酒系列渠道新价格体系。

本次调整后,窖龄酒部分产品价格不变,但经计算,60年窖龄酒52度与今年7月时的价格相比,每箱零售价降价60元。业内人士对此指出,在白酒业“涨声”一片的情况下,窖龄酒价格下调令人意外,该款酒是泸州老窖的核心产品,调低60年窖龄酒价格可能意图理顺市场价格体系,促进渠道利润合理化,防止价格倒挂风险。

据了解,窖龄酒在此之前已经先后完成三次调价。今年1月,30年窖龄酒实行结算价格双轨制,计划配额内计算价格保持不变,计划配额外价格调整为:52度188元、43度178元、38度168元。4月,窖龄酒下发《关于窖龄酒执行全品项配额制及价格双轨制的通知》指出,自2017年5月1日起,执行窖龄酒全品项计划配额售卖制度,同时对500ml的30年窖龄52度单瓶每上调10元。7月,窖龄酒提高30年窖龄酒38度、43度单瓶价格10元/瓶,调整后38度终端零售价为238元,43度终端零售价为248元;提高60年窖龄酒全品项单瓶价格10元/瓶。调整后60年窖龄酒38度、43度、52度的零售指导价分别为328元、338元和358元。

北京商报记者还了解到,窖龄酒高层也出现变动,陆广生成为泸州老窖窖龄酒类销售股份有限公司董事长,何华伟不再兼任董事长,但继续担任该公司总经理一职。据悉,窖龄酒方面曾透露希望2017年业绩恢复性增长至15亿元规模,2018年则计划达到20亿元。而此次换帅后能否对窖龄酒进一步起到带领和助推作用,仍有待观察。

齐白石画作缘何拍出天价

作为国内艺术品市场的风向标,书画拍卖的价格变化直接影响着整个艺术市场的走向。12月18日,国画大师齐白石《山水十二条屏》在北京保利秋拍夜场中,成功拍出9.315亿元,成为全球最贵中国艺术品。热度之下,由寺库艺术和北京保利联合出品的《山水十二条屏》限量复刻也顺势入市,2万元的价格即可购买一套复制品。业内人士分析,齐白石艺术品破纪录以高价成交,再次验证了传承有序的精品将成为市场的主流,市场专家齐建秋甚至指出:“中国艺术市场即将迎来10亿元时代”。艺术品的天价成交说明中国艺术拍卖在市场上的容量有诸多可能性和较大空间,但随之而来的艺术精品限量复刻也体现出艺术品市场投资的新趋势。

几经辗转 天价画作由何而来

齐白石是中国近现代书画的领军和代表人物《山水十二条屏》创作于1925年,分别以《江上人家》《石岩双影》《板桥孤帆》《柏树森森》《远岸余霞》《松树白屋》《杏花草堂》《杉树楼台》《烟深帆影》《山中春雨》《红树白泉》《板塘荷香》,每条屏纵长180cm、横长47cm,是齐白石一生中最主要的画作,也是近年来国内藏家一直关注的焦点。

这样一件万众瞩目的作品,令人意外的是,它的上拍可以说是经历了“千呼万唤始出来”的过程。2015年该作曾被盛传将亮相拍场,但最终并未上拍。当时不少专家给出了《山水十二条屏》远超5亿元,甚至超过10亿元的估价。去年6月,北京保利十年春拍等来了齐白石的《山水十二条屏》,但拍卖师宣布暂不拍卖,买家将继续与北京保利洽谈,当时拍卖师宣布了这件作品的估价高达10亿元。而就在刚刚过去的保利秋拍夜场中《山水十二条屏》终于花落人家,9.315亿元创纪录的价格可以说是达到了方方面面的预期值。

作为一件流传有序的大师佳作,画作背后的故事和清晰的收藏脉络成为各界共同推崇关注的重要原因。首都师范大学美术学院副教授张鹏表示:“自1925年由齐白石创作至今,《山水十二条屏》已数易其手,辗转海峡两岸”。



据了解,此作是齐白石为京城名医陈子林所作。在新中国成立后不久,陈子林拜托北京著名裱画师刘金涛将此套作品以4.5万元新币的价格卖给了白石老人的入室女弟子郭秀仪与其夫黄琪翔。1989年,中国台湾画商王台庆成功说服了黄家,逐条买下了《山水十二条屏》,之后以百万美元的价格为台湾长流画廊的老板黄承志所收藏。步入2017年岁末,这套拍品被保利拍卖成功推向拍场,并最终花落藏家,开启了中国艺术品拍卖的又一重要历程。

对于《山水十二条屏》的破纪录成交价,中国传媒大学文化发展研究院副院长卜希霆的观点代表了业界人士的普遍态度,这套画作一直以来被业界所熟知,趋之若鹜者众多,拍出天价在情理之中。

精品受捧 真金不怕火炼

在保利拍卖预展的讲座环节,文化学者孙炜曾对《山水十二条屏》进行了详细解读:此套画作是齐白石盛年时期的名作。不出意外,这组画作在今年的秋拍一经亮相,便吸引了大量实力派藏家的关注。据北京保利拍卖执行董事赵旭透露:此次竞拍的藏家几乎全都是国内藏家,有近十个人办理了竞买该作品的特殊号牌。这些藏家几乎都有自己的民营美术馆,最终是由一位国内藏家拍得。”

从艺术品本身来看《山水十二条屏》有着超高的艺术价值,业界专家纷纷指出此套作品堪称齐白石成熟的、最具代表性的作品之一。张鹏认为该作是齐白石在自身“衰年变法”期间所取得的重要成就,既融合了对前人的学习经验,又融合了画家在远游时期观看所得。“从技法语言上看,作品

的用笔非常丰富和老辣,形成了雄健、朴实和率真的笔法。十二幅作品中,每一幅都有题诗,诗书画印俱全。”

收藏市场历来重视物以稀为贵。在艺术品收藏专家祝君波看来,影响艺术品增值的因素有很多方面,时间差和空间差都可能影响一件藏品的价值。而艺术品的稀缺性、艺术品的非标准性和艺术品在价值和价格上的不确定性,恰恰是艺术品在收藏和投资方面最大的特点和优势。

就目前所知,齐白石的这套《山水十二条屏》正是收藏市场上稀缺的藏品。齐白石一生画《山水十二条屏》共两套,此为其一,另一组在重庆三峡博物馆,因此也是民间收藏的唯一一组经典。”收藏家李志远表示:“藏品的稀缺性也导致了藏家的高度关注和激烈竞争,特别是精品、孤品、珍品,受到众多收藏者和投资者的青睐和追捧,所以精品拍卖的高价位成交是符合当下收藏市场规律的。”

对于《山水十二条屏》掀起的拍场热潮,中央财经大学文化与传媒学院院长魏鹏举向北京商报记者表示:“这一现象折射出了近年来中国艺术品拍卖市场正在进行‘结构性的回调’,公认的的艺术精品,价格是非常坚挺的,正所谓‘真金不怕火炼’”。而在卜希霆看来,藏家追逐大师佳作的现象,反映出人们在什么样的拍品值得高价的问题上正在逐步形成理性认知。

每平尺千万 10亿元时代可期

上世纪90年代,书画市场第一个高潮到来的时候,中国书画的纪录价格是100万元,对于当时的藏家来说都会感到振奋。本世纪初达到了千万元,而在2009—2011年,价格过亿

元。市场价格分别是以百万、千万、亿为阶梯递增。在《山水十二条屏》成功拍出之后,齐白石每平尺的价格已经达到了近千万元,这对艺术市场的参与者来说无疑是一针强心剂。拍卖价格的蹿升也为业界带来信心,在业内人士看来,10亿元已经不是可望不可及的数字。

齐建秋表示:“购买这组《山水十二条屏》可以说是齐白石作品的超级藏家。原先我们认定齐白石作品的价值一般在100万—2000万元一平尺。比较便宜的花鸟画100万元一平尺,最贵的是原先张大千的齐白石作品,几乎每平尺达到了2000万元。这回拍卖也使得齐白石作品的价格达到每平尺近千万元,单屏价格不到8000万元,它的总体价格超过了1亿美元,是中国书画拍卖价格首次突破1亿美元大关。”

不可否认的是,在秋拍火热进行,《山水十二条屏》创中国艺术品拍卖成交价最高纪录的热度之下,又有媒体和业界人士提出“中国艺术市场的春天来了吗”一问。齐建秋对此表示:“当下仍是一个两极分化、精品主导的市场。现在书画市场上,几十万元、几百万元的作品还是很难成交的,仍然比较低迷。高端艺术品以不菲价格成交,并不意味着市场的春天已经到来。”在齐建秋看来,艺术品市场正在复苏、发展,春天正在缓慢启动。李志远则表示,此套画作的高价位成交,显示出藏家对国内经济持续健康发展的强烈信心。

与此同时,在艺术品原作成为市场热点的当下,北京保利联合寺库艺术出品的《山水十二条屏》限量复刻也顺势入市,以2万元的价格即可购买一套复制品。对此卜希霆指出:“IP衍生品是艺术品市场投资的新趋势。至少能够满足更多艺术品爱好者鉴赏收藏需要,也是实现艺术品价值增值的有效路径”。

张鹏认为,紧追市场热点、推出复制品体现了拍卖公司等企业对艺术市场的敏感度:“如果能把艺术复制品、衍生品做好,传播的力量是不亚于艺术品拍卖的,值得推广。但这当中可能存在一个问题,需要避免粗制滥造,要在价格范围内做到一定精品质。”

北京商报记者隋永刚 胡晓钰/文
代小杰/制表

整合阵痛 百度外卖高管接连离职

北京商报讯(记者 肖玮 郭诗卉)合并后的饿了么和百度外卖正处在整合阵痛期,12月18日北京商报记者获悉百度外卖副总裁陈青已于近期离职,另据一位到家美食会员工爆料,陈青将出任今年刚被百胜中国收购的到家美食会CEO。虽然百胜中国对此消息不予回应,但百度外卖相关负责人向北京商报记者证实,陈青确已离开公司,但对她的去向并不清楚。

据知情人士透露,此前陈青在百度外卖主要负责市场、商户以及代理商,这对于正在组建外卖公司的百胜中国具有很大价值。陈青掌握着大量百度外卖的商户资源及代理商资源,在离职之前一直在推进饿了么与百度外卖部分城市代理商融合的相关事宜。有观点认为,此番陈青出走,将会对正处于磨合期的饿了么及百度外卖造成一定的影响。

一位不愿具名的业内人士表示,饿了么从并购

达成到现在,一直坚称与百度外卖将保持双品牌运营,这实际上也是尽可能地挽留对方核心团队,但百度外卖前CTO耿艳坤以及陈青的相继出走,对该公司在技术及业务层面都造成了一定的冲击。

另外,北京商报曾独家报道了百胜中国将组建独立的外卖公司,当时百胜中国方面虽未对此消息进行正面回应,但原到家美食会高管却向北京商报记者侧面印证了此消息,并称百胜中国正在为即将成立的外卖公司招揽人才。而百胜中国的入局,给外卖市场刚形成的“双雄争霸”格局增添了变数。若掌握大量外卖商户资源的陈青加入到家美食会,那么这家公司有望快速扩充平台商户,加之凭借百胜中国旗下肯德基宅急送、必胜宅急送以及到家美食会的自有配送团队,百胜中国的外卖公司有望成为外卖市场“双雄争霸”的搅局者。

《奇葩说》商标遭盗用 爱奇艺索赔

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)12月18日,海淀区法院受理了爱奇艺因认为北京雪领网络科技有限公司(以下简称“雪领科技”)未经授权制作“营销奇葩说”节目、创设“营销奇葩说”的微信公众号,并在推广“营销奇葩说”栏目相关文章中,大量使用含有“奇葩说”的字样,故以侵害商标权、不正当竞争纠纷为由诉至法院,并索赔200万元一案。而随着互联网传播渠道普及范围的不断扩大,热门内容被“搭便车”侵权的现象也进入了多发期。

据悉,《奇葩说》是由爱奇艺投资、制作、推广、播放的视频节目,自2014年11月29日在爱奇艺独家播出以来,便收获了较高的关注。《奇葩说》第一季开播未满8周,视频播放总量便已破亿。而雪领科技拥有并经营“雪领新媒体”网站“雪领”、“雪领网络”和“营销奇葩说”的微信公众号,宣称“营销奇葩说”是其打造的“国内首档直播+视频+音频+图文形式的营销大咖访谈”栏目,营销推广时也大量使用含有

《奇葩说》的字样,爱奇艺认为雪领科技的行为不仅侵犯了公司注册商标专用权,还构成不正当竞争。

据海淀区法院官网资料显示,今年以来,仅在文化领域便出现多起类似侵权案件。3月22日,央视《极速少年》被诉侵犯同名商标权;3月9日,“宋城”演出品牌遭侵权,宋城演艺诉开封小宋城并索赔500万元;4月12日,手游《大掌门》引发商标侵权纠纷;9月22日,手游《口袋海贼王》《街机海贼王》被诉不正当竞争。

“用相同或者相似的内容蹭热度进行推广,都有可能引发侵权。”北京市中闻律师事务所律师赵虎表示,现阶段很多侵权内容都是通过引人误解的方式进行不正当竞争,被侵权的也往往是具有较高认知度的内容,导致此类案件通常都会面临较大的赔偿数额,侵权成本低,但所承担的风险却大,无论是什么领域,能够打下坚实基础的内容才能获得长久的生命力。”

世界旅游联盟落户杭州

北京商报讯(记者 肖玮 实习记者 许伟)作为中国发起的首个国际性旅游组织,世界旅游联盟(WTA)的总部正式落户杭州萧山湘湖。未来WTA将和浙江省政府组建联合筹备工作组,共同推进总部选址落户杭州萧山的相关事宜。据悉,世界旅游联盟于今年9月在成都成立,而落户中国,不仅意味着整个世界旅游业的主导权、话语权向发展中国家转移,未来也让中国在世界旅游业中有了一个与发达国家交流的重要平台。

据公开资料显示,世界旅游联盟是全球旅游领域中一个非政府、非营利的世界性组织,2017年9月于联合国世界旅游组织第22届大会上成立。联盟现有89个创始会员,分布在29个国家和地区,境外会员占比超六成。其中,中国内地的会员体系包括企业21家、协会6个、研究院所1个、媒体1家。

联盟成立后,WTA组委会开始进行联盟总部选址工作。根据《世界旅游联盟总部选址投票规则》,世界旅游联盟在全国范围内,对各个城市的建筑条件、区位条件、城市发展和开放程度、配套设施及地方政府的支持政策等方面进行考察,选出杭州、广州、厦门、西安和成都作为候选城市。最终,杭州萧山湘湖成为世界旅游联盟总部的落户点。

中国社科院旅游研究中心主任宋瑞表示,作为中国发起成立的首个国际性旅游组织,尤其是在国家旅游局的推动下成立的国际旅游机构,世界旅游联盟对中国旅游理念的创新、旅游平台的升级以及旅游服务的完善等方面都将发挥重大作用。去年G20峰会的召开,进一步提升了杭州的国际知名度,推动杭州成长为世界性旅游目的地。世界旅游联盟总部落户杭州不论是对城市发展,还是联盟扩张都意义重大。

中国社科院旅游研究中心特约研究员杨彦峰在接受北京商报记者采访时认为,国际组织与在驻国地方政府间的双向选择是国际组织总部选址的一种常见模式,也是一种合作发展、互利共赢的模式。