

春节 赴韩游”预计减少45%

北京商报讯(记者 关子辰 实习记者 许伟)虽然去年底中国赴韩游出现转暖信号,但至今中国团体游客仍然未大规模入韩。2月5日, 根据韩国央行最新数据显示,去年中国游客数锐减48.3%,旅游收入也随之下降。

根据韩国央行发布的《2017年国际收支 暂定》》显示,去年韩国服务项目收支逆差达到344.7亿美元,包括旅游、建筑项目、运输项目、货物贸易等,更新了历史最高值。其中提到,旅游收支恶化是造成去年韩国服务项目收支出现大规模逆差的主要原因。另外,该报告还显示,去年中国访韩游客数锐减48.3%,外国总体游客数减少22.7%。相反,韩国人出境游人数增长18.4%。受此影响,去年韩国旅游收支逆差达到171.7亿美元,创下历史新高。此外,去年韩国运输项目收支出现53亿美元的逆差,建筑项目收支、货物贸易收支则有不同程度的顺差。

据文化体育观光部与韩国旅游发展局预计,2018年春节期间赴韩中国游客预计为8万~9.2万人次,与去年的14.5645万人次相比,减少45%左右。对此,韩国流通业界表示甚为担忧,同时,采取了一系列优惠政策以吸引内地游客,包括大规模增添中文产品介绍、针对中国游客开展满减优惠活动等。

另外,韩国商家寄予期望的冬奥会也没有缓解“赴韩游”的寒潮。据韩国媒体报道称,春节临近,访韩的中国团体游客却连20人都很难召集。甚至有商家陷入失望:“估计中国人已经认识到,即使不去韩国,也有很多地方可以旅游”。也有部分商家仍心存期待,“可能随着平昌冬奥会的召开,情况会有所好转吧”。然而据韩国旅游部门透露,自从两国关系回暖以来,并没有看到游客人数出现任何回升。

流量不及预期 超级碗国内难吸睛

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)北京时间2月5日,被誉为“美国春晚”的第52届美国职业橄榄球大联盟年度冠军赛(以下简称“超级碗”)在明尼苏达州打响。虽然今年有吴亦凡以超级碗中国区推广大使的身份在2月3日的“超级碗LIVE”上演出,但是相较于2016年、2017年多家视频平台争抢流量的激战势头,今年网络端仅有腾讯体育参与转播,吸睛程度也不及预期。

作为美国顶级的体育赛事IP,超级碗总能引发不少热点话题,特别是集结了一线明星的中场表演,让体育比赛有了更多娱乐看点。但公开资料显示,超级碗在美国本土的收视率已经连续下跌了三年,上一届超级碗观众数量为四年来观众数最少的一届,仅为1.113亿人次,而在观众注意力不断被转移的情形下,超级碗开拓了海外市场掘金,包括直播版权以及赛事周边产品售卖等,但是在国内,超级碗的推行却遇到了一些门槛。

从播出平台来看,2016年,阿里体育获得超级碗在国内的传播权,爱奇艺则在直播结束后提供直播转点播服务;2017年,PPTV、乐视体育、新浪等多家网络平台也加入了直播超级碗赛事的行列。然而今年线上播出平台仅有腾讯体育,截至北京商报记者发稿,腾讯体育平台上老鹰VS爱国者赛程的播放量最高仅为7.32万次。

“参与度低是超级碗在国内推行遇阻的主要原因。”中国传媒大学体育传播研究中心教授王大中指出,国内橄榄球普及程度低,观看赛事时自然缺乏代入感与参与感,相较之下,篮球、足球等体育运动在国内的普及度比较高,特别是NBA打入国内后,还通过邀请篮球明星举办线下活动宣扬篮球文化;一项体育运动或者体育赛事想拓展市场,仅靠有娱乐观赏性的演出或者有区域影响力的播出平台是不够的,受众的认可度与参与度才是最关键的要素”。

美食电商环球捕手完成战略融资

北京商报讯(记者 郭诗卉)2月5日,环球捕手宣布获得浙江大学友创战略投资,北京商报记者就此联系到环球捕手相关负责人,对方表示,本次融资的具体金额暂不便对外公布,融资后,环球捕手的估值近20亿元。

据环球捕手CEO李潇透露,此次融资将用于对供应链的进一步完善,选取更多优质优价的产品,给予核心的优势资源位进行售卖。除此之外,2018年,环球捕手还将进一步推动社交零售基因下的用户数增长,通过优质商品,包括其自选商品、意见领袖进驻等方式;让用户数和会员数在原有基础上大幅提高”。

另外,环球捕手还将在线下铺设更多的GCOFFEE门店;“2018年不低于30家。从4月杭州的第一家店开始,加速布局新零售背景下的各地门店”。

资料显示,环球捕手作为新型社交电商模式下的美食垂直电商平台,平台注册用户数量超过2000万。2016年10月,环球捕手获得由广发信德领投,顺为资本、平安创投跟投的A+轮1亿元融资。

环球捕手定位于美食和跨境,现有SKU超过5000,其中50%为进口零食,在品类上和其他跨境平台形成一定的差异化,同时自营模式使得其对品质有较高的控制力,也面临一定的库存风险。业内分析,在京东、天猫等综合类电商平台的挤压下,像环球捕手这样的垂直电商生存空间有限,这也是环球捕手融资后发力线下的主要原因。另外,据业内人士分析,环球捕手自确立社交电商模式后,也一直在搭建捕手商学院,此次建立线下渠道有利于捕手商学院在线下落地,这应该也是环球捕手社交电商模式受到质疑后,对自身进行改革的举措之一。

阿里、文投78亿战投万达电影

业绩抢眼的万达电影,如今又迎来两位重量级合伙人。2月5日,阿里巴巴集团(以下简称“阿里巴巴”)、文投控股股份有限公司(以下简称“文投控股”)与万达集团在北京签订战略投资协议,阿里与文投合计出资77.94亿元收购万达集团持有的万达电影12.77%股份。随着大量资本涌入电影行业,为应对国内电影市场日趋白热化的市场竞争,手握优质终端的万达电影在近两年不断加快着整合、转型的步伐。而此次阿里巴巴、文投控股的入局,又将对万达电影接下来的市场版图产生怎样的影响?

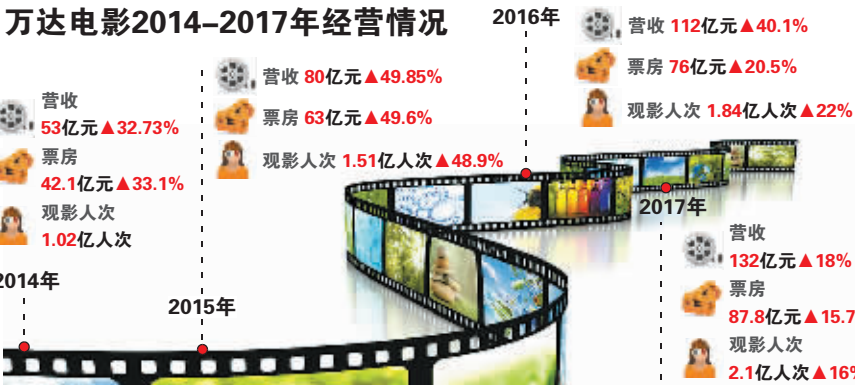
大佬进场

自去年7月停牌以来,万达电影的一举一动备受外界关注。2月5日,万达电影发布权益变动提示性公告称,控股股东北京万达投资有限公司(以下简称“万达投资”)以协议转让方式,将其持有的公司6000万股股份(占公司股份总数的5.11%)转让给文投控股出资设立的有限合伙或信托制基金;此外,还以协议转让方式将其持有的公司9000万股股份(占公司股份总数的7.66%)转让给杭州臻希投资管理有限公司(以下简称“臻希投资”),而臻希投资的关联方为阿里巴巴集团。

公告显示,此次标的股份的转让单价为51.96元/股。其中,万达投资转让给文投控股标的股份转让总价为31.176亿元,转让给臻希投资的标的股份转让总价为46.764亿元,二者合计为77.94亿元。至此,二者分别成为第二、第三大股东。

去年5月,万达电影院线股份有限公司正式发布公告称,公司拟将中文名称“万达电影院线股份有限公司”变更为“万达电影股份有限公司”,公司证券简称由“万达院线”改为“万达电影”,证券代码不变。一次简单的更名,足以显现出万达集团在电影上的布局,绝不可能止步于院线。

从资本层面上看,在海外市场动作频频的万达集团,近两年开始联手



博纳影业的知名电影公司,不断加码在国内影视上游的布局,也被业内视为战略布局开始转向国内的信号。

而对于此次合作,万达电影方面表示,文投控股的控股股东为首都文化创意产业重要的投融资平台,双方将在院线加盟、电影映前广告、影片投资、影院设备管理运维等业务方面开展全面合作。阿里巴巴在文娱产业具有丰富的资源,万达电影拥有布局广泛的影院网络及丰富的影院运营经验,双方将在电影发行、影片投资、在线票务平台等方面开展全面合作。

资源整合

从表面上观察万达电影对此次战略投资的描述,相较于78亿元战略投资,万达电影更为看重与阿里巴巴及文投控股进行资源整合、业务协同。在业内人士看来,其实此次战略投资反射出了现阶段万达电影的实际发展情况。

今年1月,万达电影发布2017年度经营简报,多个业绩数字均继续保持增长。但纵观万达电影近四年的经营数据可以发现,万达电影的营业收入、实现票房、观众人次的增长速度均处于逐渐下降的趋势,其中营业收入从2015年同比增长49.85%,变为2017年同比增长18%,实现票房和观众人次的增长率也分别从49.6%和48.9%变为15.7%和11.6%。

在万达电影增长率下降的同时,其他院线也在奋力提升自身业务。据“一起拍电影”发布的数据显示,2017

年包括大地院线、上海联和院线、中影南方新干线在内的多家院线票房增长率均超过万达电影,有的甚至是万达电影的两倍,这意味着万达院线的领先优势正逐渐缩小。

值得注意的是,万达电影现已将业务目标从院线辐射到更大领域,即电影、电视剧的投资、制作和发行,网络游戏的发行和运营等,且万达电影目前还在筹划收购万达影视的资产重组事项。在激烈的市场竞争下,从院线终端起家试图进入上游领域的万达电影,难免会面对不少挑战。

新元文智创始人刘德良表示:“两家战略投资公司均在影视出品发行等上游环节积累了一定市场影响力,同时也投资收购了一些影视公司,再加上阿里巴巴旗下还有淘票票及衍生品等业务,文投控股也有耀莱影城等影院业务,通过战略合作在资源层面进行业务协同,能够进一步强化万达电影在院线终端、出品发行等领域的市场竞争力,帮助万达电影拓展业务规模”。

提速转型

万达电影股份出让,引入投资人,这难免让人想到一周之前引发市场关注的万达商业引入重磅级战略投资人事件。1月29日晚间,万达集团对外公布腾讯作为主发起方,联合苏宁、京东、融创与万达商业在北京签订战略投资协议,计划投资约340亿元,收购万达商业香港H股退市时引入的投资人持有的约14%股份。

聚焦

Focus

茅台2018年首罚10家违约经销商

北京商报讯(记者 刘一博 武媛媛)为达到控市稳价目标,茅台开出2018年首张罚单。2月5日,国酒茅台(贵州仁怀)营销有限公司(以下简称“茅台销售公司”)发称“关于对有违约行为经销商追究违约责任的通知”指出,2018年1月,茅台销售公司在对北京、上海、贵州、湖南、江苏、广东等12个市场进行深入调研和考核后,对存在哄抬茅台酒价格、管理基础不达标等违约情形的10家经销商做出处罚。业内人士分析,茅台铁腕处罚经销商可对渠道形成威慑作用,利于春节期间茅台酒稳价,但强势管控也恐对经销商的销售积极性形成一定打压。

该通报显示,针对2018年以后存在哄抬茅台酒价格、搭售、转移销售等违约情形的经销商,将不再续签2018年度合同,受罚经销商包括遵义、上海、湖南长沙各一家经销商和广州两家经销商;针对在2017年期间存在哄抬茅台酒价格等违约情

形的经销商,2018年合同各减量15%后进行续签,同时根据2017年合同条款,各扣减20%履约保证金,受罚经销商包括河南、南京各一家经销商及上海两家经销商;针对存在管理基础差、茅台酒进销存数据不符、售出茅台酒物流码登记不完整等违约情形的经销商,各扣减2018年合同量5%的计划后续签,同时扣减2017年合同10%的履约保证金,北京一家经销商受罚。

此外,茅台销售公司还指出,对于合同减量续签的5家经销商,自通报之日起,暂停茅台酒合同业务办理,在规定时间内将整改报告交省区考核,且经茅台复核确认后,再行恢复合同业务办理。

值得一提的是,仅在三天前,茅台在出台的《当前茅台酒市场秩序管理的要求》中指出,2018年,茅台将强化巡查问责,加强市场维护,加强对经销商销售渠道的研判,严厉追究违约经销商,通

值得注意的是,2017年万达屡次遭遇风波,负债成为压力之源。在年会上,万达董事长王健林坦言,今年万达集团还将继续降低企业负债,且采用一切资本手段,这里包括出售非核心资产、保持控制权前提下的股权交易、合作管理别人的资产等。

如今,万达集团出售万达电影12.77%的股份,这与王健林提到的“保持控制权前提下的股权交易”这一项完全符合。因此,为了达到“两到三年时间,将企业负债降到绝对安全水平”的目标,为万达电影引入投资人的分析也随之浮出水面。不过,对于该说法,万达集团官方网站的解释是:“转让万达电影股份主要是为万达电影引进具有战略价值的股东,并非单纯回笼资金,相信两家战略投资者与万达电影之间的互补效应会对万达电影长期利好。”

实际上,从2017年出售文旅和酒店资产到对万达商业的主营业务进行改革,再到如今为万达电影引入新股东,一位接近万达集团的人士向北京商报记者表示,这一系列动作的背后还有万达集团转型的迫切需求。正如王健林在年会上所说,万达集团2018年还要持续转型,首当其冲就是加快轻资产的步伐,其中就提到“万达电影、宝贝王、文化旅游这些轻资产公司也要加快发展速度”。这里需要着重提出的是,在谈及为万达电影引入文投控股时,万达集团官方信息显示:“文投集团利用丰富的土地和旅游资源与万达集团开展文化旅游合作”,这一表述的背后,也是万达在文旅业务板块输出品牌和管理轻资产图谋。

其次,就是要形成新的支柱产业。王健林最先提到的就是影视产业。他指出,继续保持高增长,补上内容短板,实现影视的企业中长期目标。根据万达集团的计划,2018年文化集团的收入目标是733亿元,其中影视集团收入目标581亿元,相较2017年的532亿元,同比增长目标为9%。

北京商报记者 卢扬 阿茹汗 郑蕊/文 张彬/图表

电竞俱乐部缘何成明星掘金新阵地

北京商报讯(记者 卢扬 邓杏子)从电竞被纳入大学专业,到2017年S7在“鸟巢”举办,电竞在朝主流一步一步迈进,越来越多的明星也在向这个产业靠拢。2月4日,电子竞技俱乐部“Armani”战队正式发声声明改为“Luminous Stars Gaming”,简称“Lstars”,并宣布将与鹿晗及鹿晗团队展开合作。

在鹿晗之前,已经有不少明星纷纷入局电竞俱乐部。公开资料显示,2014年韩寒一手组建1246电竞俱乐部。余文乐也在去年底成立“疯狂电竞俱乐部”(MAD Team),并收购台湾AHQ俱乐部旗下英雄联盟分部二队。

“随着商业化运作渐趋完善,电竞俱乐部的商机不可小觑,这是吸引明星入局的重要因素。”中国创意产业研究中心主任张京成表示。

根据艾瑞咨询公布的数据显示,得益于移动电竞游戏的爆发,2017年国内电竞市场的整体市场规

模突破650亿元,用户规模达2.6亿。包括苏宁、京东等在内的不同背景的资本方也在通过赞助电竞俱乐部等方式进入产业链上游。电竞赛事也在迈入联盟化时代,更多主场赛事以及线下场馆开始激活各地电竞市场。

电竞的火热也让明星通过投资电竞获得了丰厚的回报。此前中国数码文化与周杰伦联合成立J Team电竞俱乐部。根据中国数码文化公告显示,公司将获得在电子竞技领域使用周杰伦肖像及姓名的独家权利,期限为六年,代价为1000万港元(约合835万元人民币),将由公司按每股0.48元向授予人Eastern Eagle Investment Company Limited发行新股支付,占公司扩大后股本约1.54%。

“凭借自身拥有的行业资源、极高的知名度,以及数量众多的粉丝,能让明星在投资方面具有一定程度上的基础和优势,甚至反哺电竞俱乐部,有机会获得

更多的收益。但目前国内的电竞行业还处于发展初期,而由于电竞俱乐部的运营成本较高,经营、商业模式等方面都有待提升,投资过程中风险也同样存在。”张京成强调。

以OMG电竞俱乐部为例,这家成立于2012年的电竞俱乐部幕后运营公司为噢麦嘎(上海)网络科技有限公司(以下简称“噢麦嘎”),但根据公开资料显示,噢麦嘎2016年营收1119.95万元,净利润为-2471.17万元;2017年上半年营收318.97万元,净利润为-1496.47万元。截至2017年6月30日,净资产为-3542.54万元。在张京成看来,电竞俱乐部在国内方兴未艾,仍然具有较好的发展前景,明星频繁入局对电竞俱乐部的发展固然有促进作用,但在具体经营上,还需要专业的团队来运营,尤其伴随着电竞俱乐部愈趋商业化,日常的经营管理等各方面都需要加强把控力度。