

· 资讯播报 ·

## 外卖业务成百胜中国战略重点

北京商报讯(记者 郭诗卉)2月8日,百胜中国发布2017年四季度财报。数据显示,2017年,百胜中国同店销售额增长4%,系统销售额增长8%。百胜中国CEO潘伟奇(Micky Pant)表示,2017年是百胜中国独立上市后的第一个完整年度,公司对系统销售额的高个位数增长以及经营利润的双位数增长感到满意。

财报同时显示,百胜中国2017年四季度同店销售增长5%,系统销售额增长9%。2017年,百胜中国新开691家门店,目前百胜中国旗下门店数量已达7983家,进驻城市超过1200个。值得关注的是,即将在下月出任百胜中国CEO、现百胜中国总裁兼首席运营官屈翠容(Joey Wat)表示,百胜中国未来将聚焦数字化发展以及外卖业务等战略重点。这也是百胜中国第一次将外卖业务定位为百胜中国战略重点。

去年5月,百胜中国就曾宣布收购了本土外卖平台到家美食会,但此后对于未来百胜中国将如何发力外卖市场的消息便始终不予回应。此后,北京商报记者获悉百胜中国将成立独立外卖公司,并已经开始为此“招兵买马”。本次也是百胜中国首次为即将发力外卖业务发声。

## 京津冀开通40多条班线化旅游直通车

北京商报讯(记者 徐慧 王莹莹)旅游直通车的开通,让京津冀旅游成为一盘棋。北京商报记者2月8日获悉,京津冀以北京、天津、石家庄等城市为中心,已开通班线化旅游直通车线路40多条,车辆近800辆,全面覆盖避暑山庄、北戴河、野三坡、古北水镇等环京津重点景区。

此外,三地还先后开通了“衡水湖号”、“邯郸号”、“野三坡号”、“西柏坡号”、“正定号”、“蓟县盘山号”等旅游专列,为居民出游提供了更多便利。三地旅游部门还联合编制了京津冀最新旅游路书,共推出56条京津冀旅游线路;制作了京津冀旅游手绘电子地图,直观介绍了旅游景点;开通了京津冀旅游网络平台,实现了旅游信息的互联互通。三地旅游部门持续推广惠民便民旅游产品,投放京津冀自驾旅游护照10万册、京津冀旅游一卡通70万张、京津冀旅游卡10万张。

2018年,河北将加快打造京津冀旅游圈。除了推出红色经典文化之旅、西柏坡赶考之旅等9条红色旅游线路外,还将加快推进京东休闲旅游示范区、京张体育文化旅游产业带、运河休闲文化带、京西南生态旅游休闲带、京南休闲购物旅游区、滨海休闲旅游带等示范区建设。三地也将联合开展宣传营销,策划推动适用144小时过境免签政策的跨区域旅游线路,联合推动节庆、赛事活动等项目。

## 中国旅游贸易支出逐年递增

北京商报讯(记者 徐慧 实习记者 许伟)中国游客在国外越来越敢花钱。2月8日,国家旅游数据中心最新数据显示,2014-2017年,我国旅游服务贸易支出持续增长,分别为896.4亿美元、1045亿美元、1098亿美元和1152.9亿美元,预计2018年将达1202.5亿美元。同时,2017年我国旅游服务贸易收入约为1234亿美元,预计2018年该数据将达1270亿美元。整体来看,我国旅游收支顺差额呈阶段性收窄趋势。

据悉,为了更准确地反映旅游服务贸易支出,此次数据扣减了国人海外留学、就医、务工、置业和金融投资等非旅游花费。国家旅游数据中心相关负责人指出,只有这样才可视为符合国际社会统计规则的旅游服务贸易支出。据介绍,我国国际收支平衡表旅行项收入是指“我国居民向在我国境内停留不足一年的非居民以及停留期限不限的非居民留学人员和就医人员提供的货物和服务”,支出包括“我国居民境外旅行、留学或就医期间购买的非居民货物和服务”,与联合国世界旅游组织(UNWTO)、欧盟统计处等国际机构界定的,需要区分目的和停留时间的旅游服务贸易有所不同。

业内人士分析指出,目前中国是世界第一大出境旅游客源国,也是重要的出境游消费客源国。中国出境游消费已超过了世界出境游总消费的20%,未来,随着中国出境游客热情的高涨,出境游消费市场的份额还将进一步扩大。

## Airbnb再次否认开启IPO

北京商报讯(记者 关子辰)针对此前Airbnb将在2018年开启IPO进程的传言,Airbnb方面再次予以否认。Airbnb联合创始人、首席执行官布莱恩·切斯基私下通知前任首席财务官劳伦斯·托西,公司不会在今年启动首次公开募股。此前在接受北京商报记者采访时,Airbnb方面也表示将不会在今年上市。

据消息人士透露,Airbnb 2017年税前利润达到9300万美元,营收达到26亿美元,双双超过预期。此前按照一些员工的估计,Airbnb将启动首次公开募股程序,不过事实并非如此。Airbnb发表声明称:“任何现在和过去了解公司情况的个人,认为公司计划在2018年上市均属误解事实。”

据悉,Airbnb主要的四个投资方General Atlantic、Glade Brook Capital、Technology Crossover Ventures以及TPG都表示赞同劳伦斯·托西的观点,认为Airbnb应该最快在下个月就开始着手准备上市事宜。不过,对于上市的问题,布莱恩·切斯基与劳伦斯·托西存在分歧,争执的焦点便是公司何时上市。此外,劳伦斯·托西希望通过收购来扩大公司,而布莱恩·切斯基则更加重视公司内部的产品开发。目前,布莱恩·切斯基并未对自己不愿让公司上市的意见有更多的解释。Airbnb在近日一份声明中宣布了约翰逊晋升为Airbnb首席运营官,并宣布了劳伦斯·托西的离职。

## 30亿入账 盛大游戏“傍”上腾讯

30亿元,盛大游戏与腾讯联手的传闻终于坐实。2月8日,盛大游戏正式宣布与腾讯达成战略合作,腾讯以30亿元入股盛大游戏。成立于1999年的盛大游戏,曾一度数年稳居国内游戏界的霸主宝座,然而自2014年宣布从美股退市之后,管理层动荡、业绩下滑,让盛大游戏的私有化之路走得一波三折。此次联姻腾讯,究竟能否让这位昔日的游戏霸主重拾荣光?

## 战略入股

2月8日,盛大游戏正式宣布与腾讯达成战略合作,腾讯以30亿元入股盛大游戏。对于此次腾讯入股盛大游戏,早有征兆可寻。北京商报记者根据天眼查显示的信息发现,1月16日,盛跃网络科技(上海)有限公司新增股东“林芝腾讯科技有限公司”,同时新增董事马晓轶。

公开资料显示,成立于2016年的盛跃网络科技(上海)有限公司由上海曜翟如投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“曜翟如”)等出资设立。其中,曜翟如是浙江世纪华通集团股份有限公司(以下简称“世纪华通”)控股股东浙江华通控股有限公司实际控制企业,上海砾游投资管理有限公司(以下简称“砾游投资”)为世纪华通CEO王佶等出资设立的企业。

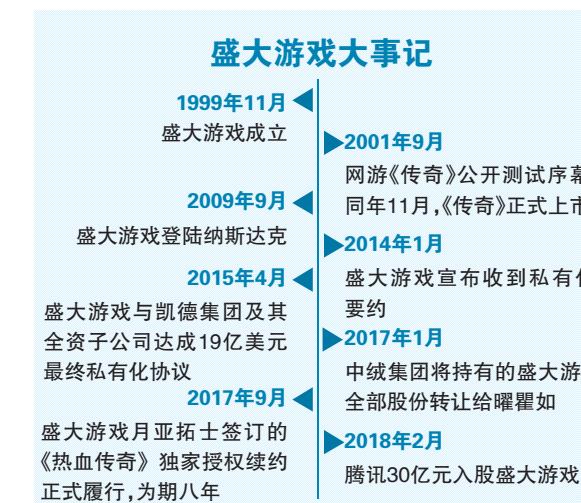
2017年8月,世纪华通发布的公告显示,曜翟如和砾游投资已获得了盛大游戏90.92%股权,并将相关资产注入盛跃网络科技(上海)有限公司,等同于盛跃网络科技(上海)有限公司间接持有盛大游戏90.92%股权。而林芝腾讯科技有限公司是深圳市腾讯产业投资基金有限公司的全资子公司,之前曾参与投资掌趣科技等多家公司。马晓轶则是腾讯集团高级副总裁,也是腾讯游戏业务的实际操盘手。

“随着腾讯、网易等游戏公司的崛起,加上开启私有化以来,盛大游戏内部股权纷争不断,如今的游戏市场,盛大游戏光辉不再,甚至丧失了游戏发行的核心市场,引入腾讯战略入股,对于盛大游戏而言,基于腾讯网易双巨头称霸游戏市场的格局之下,需要联合巨头。”新元文智创始人刘德良如是说。

针对此次合作,盛大游戏官方表示,盛大游戏在顶级IP资源等具有优势,腾讯在用户覆盖、手游发行、平台资源、大数据分析等方面优势突出。双方强强联合,将在产品开发、发行、运营等层面进行合作,并深化现有业务合作。

## 一波三折

作为曾经的游戏巨头,盛大游戏因运营游戏《热血传奇》而广为人知,并于2009年在美国成功上市。但2015年从美国退市后,其私有化过程并不顺畅,不仅



业绩出现下降,管理层也持续变动。

2014年,盛大游戏正式开启私有化,之后则陷入了内部股权纷争,2014年1月,以盛大集团、春华资本为首的财团向盛大游戏提出非约束性私有化方案;同年4月,完美世界加入私有化交易,并以1亿元收购部分盛大游戏股份,FV Investments Holdings、CAP IV Engagement Limited也加入到交易之中。9月,除盛大集团外,其他四方财团退出,东方证券、海通证券和宁夏中银绒业取而代之。

之后随着盛大游戏母公司盛大集团转型投资集团,并清空盛大游戏股份,有关盛大游戏的股权之争更为激烈。2015年,上市公司世纪华通通过旗下基金斥资63.9亿元收购东方证券和海通证券获取的43%股权,加入盛大游戏的私有化。据2015年中银绒业公告透露,盛大游戏私有化的持股平台共有9个。2016年5月,盛大游戏核心管理层将股权转让给银泰集团。其后管理层经历了一系列变动,华数传媒原副总裁谢斐成为盛大游戏新CEO。

去年1月,中银绒业公告称,公司控股股东中绒集团将持有的盛大游戏全部股份转让给曜翟如投资,转让完成后中绒集团将不再持有盛大游戏股份或表决权。这一举动也意味着历时三年的盛大游戏股权转让战落下帷幕。同年3月,盛大游戏前CEO张向东被任命为世纪华通的首席运营官。

尽管股东纠纷告一段落,但盛大游戏在游戏市场的龙头地位不再,业绩遭遇下滑。根据世纪华通披露的数据,2016年盛大游戏未经审计营收38.6亿元,净利为16.2亿元。但在宣布私有化之前的2013年,盛大游戏净营收43.447亿元,净利润15.878亿元。而近三年国内游戏市场规模则从2013年的831亿元增长至

2016年的1682亿元。比盛大游戏晚宣布私有化的完美世界、巨人网络在A股市场也收获了巨大回报。

2017年以来,盛大游戏增加了与腾讯的合作,并推出手游《传奇世界》和《龙之谷》从传统端游向手游布局。同年9月28日起,盛大游戏和亚拓士签订的《热血传奇》独家授权正式履行,新的续约为期八年。业务在逐渐恢复的同时,世纪华通CEO王佶也多次在公开采访中表示,将继续履行盛大游戏优先注入上市公司的承诺,今年2月,盛大游戏还进行了一次人事架构调整,任命唐彦文为盛大游戏联席CEO,全面负责公司游戏业务。此前唐彦文早前于2016年8月担任盛大游戏COO。但从业者认为,经历了此前的内部纷争,盛大游戏损耗较多,如何重回巅峰仍然具有较大挑战。

## 提振研发

“近几年腾讯在游戏行业的布局频繁,对于腾讯而言,投资盛大游戏更多的也是出于战略层面的选择,加强在游戏市场的产业布局,而双方的合作也能打通双方的平台。”刘德良认为。公开资料显示,除盛大游戏外,腾讯旗下公司此前还以14.3亿美元入股金山软件控股子公司西山居,腾讯云还与畅游公司达成战略合作。

“在大多数投资者眼里,盛大游戏还是有资历的游戏公司,老牌网游公司的投资力也较强。”境界游戏CEO朱家亮认为:“盛大游戏旗下的‘传奇’IP经久不衰,这或许是腾讯此次投资盛大游戏最主要的原因。目前‘传奇’IP在国内已经运营17年,仍然受到不少玩家的欢迎。从效果来讲,最会开发‘传奇’IP的还是盛大游戏。之前盛大游戏曾围绕这款IP推出新的游戏,仍然吸引了很多老用户的关注,但‘传奇’IP的影响力仍然是在端游层面。”

根据《2017年中国游戏产业报告》数据显示,2017年中国游戏市场实际销售收入达到2036.1亿元,同比增长23%。其中,移动游戏市场实际销售收入1161.2亿元,占比57%。但值得一提的是,移动游戏市场迅速增长的背景下,常占据App Store畅销榜的大量来自于端游IP,如《梦幻西游》《剑侠情缘》《大话西游》等。去年,腾讯宣布下半年发布9款手游中也有《华夏手游》等端游IP。

“战略入股盛大游戏后,腾讯能够获得‘传奇’IP,也收获了这款IP后一批老用户,如果盛大游戏成功登陆A股,仍具有较大的发展潜力。”朱家亮认为,但对于盛大游戏而言,仅凭借一款游戏IP难以实现企业长远的发展。盛大游戏当前所需要的是提升新款游戏产品的研发能力。

北京商报记者 卢扬 邓杏子/文 白杨/制表

S 重点关注  
Special focus

## 开卖半成品菜 海底捞进军家庭厨房

暂停服务近三年后,海底捞蜀海供应链旗下品牌“菜嘟美”2月7日重新上线,由经营食材转型为售卖半成品菜,服务对象也由B端商户变成C端消费者。围绕半成品菜,曾经风靡一时的青年菜君、金百万准成品、美味七七等多个项目已经折戟。业内认为,虽然背靠海底捞蜀海供应链,但菜嘟美的半成品菜要想成功也并不容易,价格和渠道将是最大难题。

## 重出江湖

2月7日,菜嘟美在官方微博上发文宣布正式回归,然而再次上线的菜嘟美,在产品以及受众群体方面都发生了根本改变。此前可通过微信下单购买的生鲜、粮油等产品已全部下架,取而代之的是新推出的半成品菜,目前提供11款半成品菜和一款春节家宴礼盒,每款菜品点开后都有该产品的介绍、制作过程以及视频讲解。

菜嘟美是海底捞控股的蜀海(北京)供应链管理有限责任公司推出的一个专门面向小型B端商户供应餐饮食材的品牌,2015年3月首次上线,但上线不久便暂停服务。蜀海负责人表示,当时公司内部对菜嘟美的考评并不理想,所以暂停了该项目。然而这一停就是近三年。

据蜀海相关负责人介绍,重新启动的菜嘟美将聚焦半成品菜,并主要面向C端消费者和部分小型B端商户。这位负责人表示,这一转型主要是基于市场上对半成品菜的需求日益提升,同时,蜀海此前也给部分商户以及7-11便利店提供半成品菜,在冷冻半成品的研发、生产方面有一定经验。根据菜嘟美官方微博介绍,在两年多的实践中,菜嘟美在全国新添了六个仓储物流中心,使总数达到了13个,并且还组成了一支近50人的研发团队研发新产品。除了已经上线的11道半成品菜,研发团队目前正在研发烤鱼、牛蛙等相关半成品菜。

然而北京商报记者通过菜嘟美微信号上公布的客服电话了解到,目前针对C端消费者的购买渠道尚未开通,微信公众号上的半成品菜还是仅针对部分小型B端商户,商户可以通过客服电话、邮箱以

及留言的方式购买半成品菜。据菜嘟美客服介绍,每道半成品菜的售价不超20元,礼盒的价格为200多元。未来,C端消费者可以通过京东、盒马鲜生和部分商超门店购买到菜嘟美的半成品菜。

## 搭车新零售

不难发现,蛰伏近三年的菜嘟美此番重出江湖,彻底颠覆了原有的经营模式。

有分析指出,此前菜嘟美在经营内容上与蜀海供应链基本重合,虽然自称面向小型B端商户,但是仍然避免不了自己左手打右手的尴尬。再加上彼时链农、小农女、美菜等众多企业都在争抢小餐饮供应链蛋糕,因而菜嘟美上线不久即被叫停。如今,菜嘟美以半成品菜重战餐饮江湖,转而面向C端消费者,主要是想抓住新零售的市场机遇。

近两年,在消费升级和技术的带动下,餐饮零售化趋势日益凸显,外带、外卖、食品化等大行其道,衍生出方便火锅、预包装菜等很多新产品,也出现了从盒马鲜生为代表的融合餐饮与零售的新物种。

事实上,随着消费升级,越来越多的消费者愿意为方便买单。相关数据显示,中国在线外卖市场2017年市场规模约为2046亿元,较上一年增长23%,在线订餐用户规模近3亿人,中国在线订餐用户规模连续八年增长。在外卖快速增长的背后,也暴露出现在年轻人不爱做饭、没时间做饭的现实。有白领坦言,买菜、择菜、清洗、切菜、做菜至少需要2-3个小时,实在太麻烦,而吃饭用不了半小时。

然而家庭厨房毕竟是最大的餐饮市场,这也是海底捞蜀海借菜嘟美布局半成品菜的重要原因之一。中国食品产业研究员朱丹蓬认为,从产业端来说,蜀海具备供应链的优势。而从消费端来看,半成品菜市场还处于初级阶段,但市场前景可观。

“部分消费者既想体验烹饪过程,又不想浪费太多时间,半成品菜抓住了消费需求,也符合产业发展的需求。”朱丹蓬说。

据了解,北京每年有770万吨的蔬菜需求,同时也会产生230万吨的厨余垃圾。其中,部分叶菜、根

茎类蔬菜近1/4需要处理掉。北京、上海、广州、武汉等城市也早把“净菜上市”放到城市规划蓝图中。而半成品菜均为净菜,因而减少了餐厨垃圾的产生。

## 挑战犹存

然而半成品菜这块蛋糕并不好啃,已有不少品牌折戟沙场。

2016年,曾拿到多轮融资的半成品生鲜电商青年菜君宣布倒闭。该平台的运营模式是,消费者前一天选择产品,第二天下班回家可以到附近地铁站自提点领取配好的净菜产品。然而看似方便快捷的流程,却并未得到消费者青睐。此外,2016年获亚马逊2000万美元注资的半成品生鲜电商“美味七七”也宣告破产。

金百万此前也曾推出过半成品菜。据称,准成品菜介于半成品菜和成品菜之间。准成品菜不需要消费者进行搭配和添加调味料,只要把所有材料倒入锅中,简单加热即可。金百万创始人、董事长邓超在接受北京商报记者时表示,因相关政策要求,准成品菜已全部暂停。他同时表示,从现在的餐饮发展来看,半成品菜已成为新的发展趋势。今年,金百万也将通过与外卖平台合作的方式进入这一市场。邓超也指出,发展半成品菜的重点在于价格,只有价格合适,才能带动销量,进而盘活市场。

针对海底捞蜀海的半成品菜试验,中国烹饪协会副会长冯恩援认为,对于面对C端的半成品菜而言,选择哪种渠道到达消费者尤为关键。在他看来,发展半成品菜需要打造有特色的产品,精准服务对象,而不是打造“通吃”产品。同时,产品要有营养概念,方便消费者烹调。

业内观点认为,购买半成品菜的受众人群之所以有限,核心还在于大众对于半成品菜价格的接受度上。事实上,尽管半成品菜前期已经进行了很多加工,但人往往直接拿菜市场价格对比半成品菜的价位,因而还是觉得贵。半成品菜的消费习惯培养很难一蹴而就。

北京商报记者 徐慧 赵超越