



冲刺IPO 普陀山欲破业务单一难题

· 资讯 ·

国际邮轮博览会11月落户深圳

北京商报记者获悉,2018第十三届中国邮轮产业发展大会暨国际邮轮博览会定于11月1日-3日在华南邮轮母港城市深圳举办。本届中国邮轮产业发展大会暨国际邮轮博览会会议主题为:新时代·新特色·新布局。会议将包括10个主题论坛:政策论坛、总裁看中国论坛、行业领导者沙龙、邮轮修造论坛、东盟邮轮合作论坛、首届中资邮轮发展论坛、首届邮轮港口与邮轮公司圆桌会、首届海外邮轮旅游推广会(飞机+邮轮)、首届邮轮资本论坛和第二届国际邮轮采购对接会。

中交协邮轮游艇分会常务副会长郑炜航表示,中国邮轮产业发展大会已在上海、北京、三亚等多个城市成功举办了12届,成为了全球邮轮业发布政策和战略、合作交流、共谋发展的权威平台。

全球最大邮轮西班牙启程

全球最大邮轮“海洋交响号”于4月5日在西班牙巴塞罗那启程。据了解,“海洋交响号”隶属于绿洲系列,是皇家加勒比船队的第25艘邮轮,总登记吨位为228081吨,高238英尺,长1188英尺。船上设有2759间客房,可接待标准载客为5518位游客,其中包括28间新增的可以俯瞰大海的阳台房。

据皇家加勒比中国品牌负责人介绍,此次“海洋交响号”设计的亮点在于考虑到家庭集体出游的元素。“海洋交响号”上集合了七个主题社区,为不同年龄段游客设计了冒险体验,还有附带室内滑梯、私人影院和乐高积木墙的超大面积家庭复式套房。据了解,“海洋交响号”上半年将以巴塞罗那为母港,开启前往西班牙的帕尔马·马洛卡岛、意大利佛罗伦萨/比萨、罗马和那不勒斯等航线。下半年将返回佛罗里达州迈阿密母港,开启加勒比海航线,并停靠在巴哈马群岛,这其中包含皇家加勒比投资2亿美元打造的私属岛屿目的地。

时尚文化节亮相北京欢乐谷

4月5日,北京欢乐谷第十二届国际时尚文化节正式开幕。本届时尚文化节将持续至6月18日,长达75天。据悉,北京欢乐谷第十二届国际时尚文化节将围绕甜品总动员、运动嘉年华、动漫次元祭、狂热盛夏趴四大主题,通过一大潮流元素、两大热点活动、两大运动嘉年华、全新IP“饼干警长”,领衔六大热点活动。节庆期间,将引入街舞、动漫、跑酷、少儿科技大赛、摄影比赛等丰富多彩的时尚元素和主题赛事活动。

此外,北京欢乐谷斥10亿元打造的10万平方米四期·甜品王国也将于4月29日正式开放。据介绍,即日起至4月28日,凡通过北京欢乐谷售票窗口、官方网站、官方微信及其他正式授权电商平台,实名购买北京欢乐谷日场全价票入园的游客,可于5月2日-31日的任一天免费重游一次,尝鲜体验四期·甜品王国新项目。

南京涵碧楼酒店正式开业

4月1日,涵碧楼国际酒店集团旗下的南京涵碧楼酒店正式开业,这是继日月潭涵碧楼酒店、青岛涵碧楼酒店后的第三家酒店。据了解,涵碧楼酒店品牌源自中国台湾,是亚洲知名高端奢华酒店品牌。作为首个具有台湾特色的文化创意酒店品牌,目前旗下只拥有三家酒店。事实上,涵碧楼一直以来维持一贯的极简、禅风,每间酒店设定的文创特色都融入当地的文化内涵和精髓,例如日月潭邵族文化、青岛齐鲁文化,一直到南京的六朝及民国文化,每间酒店都拥有自己的故事、文创主轴及生命力。据介绍,来到南京涵碧楼的游客还可体验万竹飞舞、十里芳草、玻璃盒子灯光秀、登长江第五名楼——云霄TopS等特色景观。

北京商报综合报道

四大佛教名山旅企之一的普陀山旅游发展股份有限公司(以下简称“普旅股份”)更新招股书,拟通过IPO募资6亿元,主要用于弥补景区接待能力上的不足。近年来,普旅股份处于游客量持续增长但业绩增长疲软的窘境中,景区设施接待能力差成为主要影响因素。业内人士分析,利用募集资金拓展升级基础设施,可有效提升普旅股份业绩增长。此外,目前旅游需求的表现形式趋于多样化,因此摆脱对单一业务营收的依赖,实现多元化改革转型是佛教名山旅企突围的必经之路。

披露上市进展

4月2日,普旅股份更新招股书,拟在上交所发行不超过14212.61万股,占发行后总股本的比例不超过25%。发行后总股本不超过56850.4355万股,拟募集资金6.15亿元。此次发行前,舟山市国资委通过普发集团控制该公司58.04%股份;通过舟山汽运控制该公司13.79%股份,合计控制公司71.83%股份。因此,舟山市国资委为普旅股份的实际控制人。

公告显示,普旅股份是一家综合性旅游服务企业,景区内获得营收的业务为旅游客车客运、旅游索道客运、旅游水路客运、香品生产销售、旅游商品销售、旅游配套服务等,主要经营区域位于普陀山风景名胜区内。

近年普旅股份处于游客量上升但业绩增长疲软的趋势。数据显示,2016年度普陀山除朱家尖景区外,接待游客749.69万人次,较上年增长12.9%;2017年度除朱家尖景区外,接待游客857.86万人次,较上年增长14.43%。2015-2017年,该公司分别实现营业收入3.57亿元、4.32亿元和3.86亿元,净利润分别实现1.05亿元、1.23亿元和1.19亿元。2017年营收净利出现微跌。

据了解,作为中国四大佛教名山旅企之一的普旅股份已经等待IPO审批近9个月,如果按流程顺利上市,将成为继峨眉山A、九华旅游后第三个登陆资本市场的佛教名山。

接待能力不足

值得一提的是,据招股书显示,在普旅股份本次IPO拟募集的

6.15亿元中,仅有6000万元用于补充流动资金,其余资金将分别投向普陀山客运索道及附属配套工程升级改造项目、客运船舶更新升级项目、舟山市朱家尖小乌石塘村美丽乡村建设项目、舟山市朱家尖小乌石塘海洋水疗项目、舟山市朱家尖小乌石塘清水湾海洋温泉项目及朱家尖旅游配套立体停车库项目。其中,立体停车库、客运索道以及客运船舶的升级改造为重点投资项目,预计投资金额分别约为2.5亿元、1.21亿元、1.02亿元。

据悉,普旅股份的利润主要来源于客车客运业务、索道客运业务、水路客运业务和香品销售业务。由于接待能力有限,上述业务的收入增长率已经在近几年逐渐放缓。其中,索道的运载能力一直是制约普陀山景区接待量提升的一个瓶颈。由于景区内仅有一条索道且装机时间较早,运输效率远不及市场上最新的索道设备。索道升级改造项目建成后单向最大设计运量由改造前的1050人/小时提升至3000人/小时,运力大幅提升,能够有效减少目前旺季高峰时段索道客运压力。而就水路客运而言,近几年普陀山-珞珈山航线的客流量以年均约10%的速度递增,但普旅股份现有的9艘船舶中,有5艘船舶年龄较长,设备陈旧老化,客舱结构不合理,难以满足客运需求。

综上所述,普陀山景区接待能力受限问题凸显,这对于旅游业环境利好,但连续几年业绩难有突破的普旅股份而言,利用募集资金升级老化设备,开发多元化旅游业务成为企业的发展重点。

收入单一难题

除景区接待能力不足外,普旅股份在主营业务上还面临营收板块过于集中、单一等问题。从招股书中可见,该公司主营业务占到总营收95%以上,其中作为主要收入来源的客运、索道及水运业务营收合计占总营收80%左右。普旅股份的业务收入过于集中在运输方面,其他香品生产销售、旅游纪念品销售、旅游配套服务贡献较小。

实际上,营收模式单一并不是普旅股份独有的问题。作为竞争对手的峨眉山A,近几年门票收入占比均在总营收的40%以上,过于依赖门票收入屡遭行业议论。而另一上市名山九华旅游,由于门票未纳入上市公司业务,索道缆车成为第一营收板块,2016年该板块收入占总营收38%。

业内人士指出,随着经济消费升级,旅游需求的表现形式也逐渐往多样化趋势发展。因此,在多行业、多渠道市场竞争压力不断加剧的情况下,实现改革转型跨越、推动经营转型、打造精品旅游项目等成为佛教名山旅企突围市场的必要手段。

目前,针对普陀山景区游客容量瓶颈,普旅股份也已着手打造新型业务增长点,发展融合游乐、休闲、运动、养生等功能的旅游业务综合体。除挖掘舟山海洋和文化资源、开发海洋温泉等新型综合体项目外,还在谋划健康养生产业,结合舟山佛教文化,开发修禅养生、海洋疗养度假等项目。但普旅股份想要通过景区改革打破现有业绩困境仍需要时间。

北京商报记者 武媛媛

