

· 资讯播报 ·

《奇葩大会》第二季从爱奇艺下架

北京商报讯 (记者 卢扬 王嘉敏)4月10日《奇葩大会》第二季全部内容在爱奇艺已不显示搜索结果,疑被下架整改,截至北京商报记者发稿,爱奇艺官方微博以及《奇葩大会》官方微博均未对此事做出回应。

作为奇葩说的衍生IP《奇葩大会》是由爱奇艺出品、米未传媒承制的观点分享类节目《奇葩大会》第二季于2月3日在爱奇艺上线,每周六晚8时更新。本季主题为“特别人类大会”,旨在寻找特别人类,分享生命体验和人生观点,节目固定参与嘉宾包括赵又廷、马东、蔡康永、高晓松。而节目的承制方米未传媒是由著名主持人马东于2015年创办的公司,成立之初便宣布完成Pre A轮融资,由李开复领导的创新工场领投、娱乐工场跟投;2016年2月,米未传媒获得A轮融资,投后估值达到20亿元。

虽然《奇葩大会》第二季能否重新上线尚属未知,但是网络内容监管已开始收严。4月10日,国家广播电视台总局发文称,在督察“今日头条”网站整改工作中,发现该公司组织推送的“内涵段子”客户端软件和相关公众号存在导向不正、格调低俗等突出问题。为维护网络视听节目传播秩序,清理互联网空间视听环境,依据相关法规的规定,国家广播电视台总局责令“今日头条”永久关停“内涵段子”客户端软件及公众号,并要求该公司举一反三,全面清理类似视听节目产品。随后,今日头条表示将永久关停“内涵段子”客户端软件及公众号。

业内分析人士指出,一直以来,网络综艺等网生内容由门户网站自审自查,虽然形成了比较宽松自由的创作环境,但色情、暴力等打擦边球的现象仍时有发生。随着相关部门的监察措施相继落地,网生内容如果仍寄希望于靠低俗内容博取眼球,触碰监管红线,必然会加重自身损失。

顺鑫农业高层变动

北京商报讯(记者 刘一博 薛晨)北京顺鑫农业股份有限公司(以下简称“顺鑫农业”)在4月10日发布的公告中显示,企业高层发生重大变化。业界有观点指出,顺鑫农业此番人事调整或意味着顺鑫农业国企改革之路正愈发明晰。

根据公告内容,4月9日顺鑫农业审议通过了《关于提名公司董事候选人》的议案。在该议案中,顺鑫农业收到现任董事长及总经理王泽和董事王立友的书面辞职报告,并同意提名李颖林、李秋生、秦龙等人为顺鑫农业第七届董事会董事候选人。另审议通过了《关于聘任公司总经理》的议案,同意聘任安元芝为顺鑫农业总经理。另外,顺鑫农业将聘请李秋生任企业的副总经理。

业内人士指出,即将上任顺鑫农业总经理一职的安元芝,此前曾担任顺鑫农业副总经理、董秘,对资本市场有着较为深入的了解,因此不排除顺鑫农业借助“新官上任”进一步推进国企改革,并通过具体改革方案的落地,从体制上对企业进行大范围改造。

顺鑫农业的改革其实早有端倪,2016年初,顺鑫农业在将全资子公司北京顺鑫创新国际物流公司100%股权转让给顺鑫控股集团时,便有分析直指顺鑫农业正加快剥离非酒肉业务。而随着旗下牛栏山白酒品牌的表现向好,顺鑫农业的白酒板块业务持续上升,并于2017年实现白酒板块销售收入64.5亿元。业内人士分析,顺鑫农业重视牛栏山品牌,并希望牛栏山能尽快达到百亿元规模,不排除未来顺鑫农业会进一步剥离肉制品业务,形成更适宜牛栏山扩大发展的管理架构。

《淘气包马小跳》著作权人索赔千万

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)4月10日,因认为安徽少年儿童出版社(以下简称“安徽少儿出版社”)、时代出版传媒股份有限公司(以下简称“时代传媒”)、北京中关村图书大厦有限公司未经许可擅自出版、发行、销售《淘气包马小跳(漫画升级版)》系列图书,北京信合精英文化发展有限公司(以下简称“精英文化”)以著作权权属、侵权纠纷为由将上述公司诉至法院,要求停止侵权,赔偿经济损失1504.8577万元、合理开支11.5万元,共计1516.3577万元。目前,海淀法院已受理了此案。

精英文化表示,《淘气包马小跳》系列漫画作品是根据同名系列故事书《淘气包马小跳》以及其享有著作权的《淘气包马小跳漫画人物形象》所创作,依法享有著作权。2017年3月24日,公司与安徽少儿出版社及原著作权人共同签署《解除协议》,确认签署合同于2016年12月1日解除。协议签署后,精英文化未授权许可任何主体出版、发行、销售该漫画系列图书。

今年2月,精英文化从中关村图书大厦处购得安徽少儿出版社与时代传媒出版发行的《淘气包马小跳(漫画升级版)》系列图书一套,内容与签署作品一致。精英文化认为,安徽少儿出版社与时代传媒在明知其对作品享有著作权的情况下,仍出版、发行该作品,侵犯了精英文化对该作品享有的复制权、发行权和获得报酬的权利,属于故意侵权,而中关村图书大厦作为销售商未尽合理注意义务,大量销售、储存涉案图书的行为,亦构成侵权。

广东晟典律师事务所律师董勇表示,在双方签署《解除协议》之后仍继续出版协议作品,必然会涉及到侵权,但是作为销售方的中关村图书大厦,如果能提供证据证明所售图书有合法来源,那么只需要承担停止销售图书的法律责任即可,不需要因所售图书侵犯著作权而承担赔偿经济损失的法律责任。

华住博弈OTA私连

酒店与OTA本是合作关系,如今为了争夺流量和话语权,打起了博弈战。4月10日,业内传出一份《华住关于全面停止/禁止OTA线下合作联合声明》(以下简称“声明”)显示,从4月起,华住全面叫停各大OTA所有非直连(未经过集团)进行的合作,包括但不限于美团、携程、艺龙、去哪儿、飞猪等合作渠道。实际上此前华住也因OTA“擅自违规促销”而中断过与OTA的合作,不过仅一天后便恢复了合作。在华住限制门店私连OTA的背后,实则暗藏一场酒店集团、酒店加盟商以及OTA三方的博弈。在业内人士看来,从目前看,华住铁腕收权显然是想增加自己官方的预订流量,同时面对OTA有更多的议价权,但OTA和门店却各有盘算。

紧急收权

华住在《声明》中指出,自去年开始至今,华住允许部分有需求的门店通过报备的形式和各大OTA开展线下合作,但是在实际运行中,发现这种线下合作模式存在数据不透明等带来的系列管理问题,所以从4月1日起全面停止报备合作线下的模式。此后,华住所有品牌、所有门店全面停止、禁止与各大OTA线下合作,4月15日开始全面检查执行情况,线下合作指所有非直连进行的合作。此外《声明》还表示:“华住与各大OTA的任何合作,都会通过直连对接,透明化管理”。

对此,北京商报记者向华住酒店集团进行求证,华住相关负责人表示,针对此事暂时不对外回应。不过据接近华住酒店集团内部的人士透露,此《声明》并不仅仅针对加盟商,而是面向所有线下酒店。

据了解,早在2015年,华住也因OTA“擅自违规促销”而中断过与携程、艺龙、去哪儿包括线上直连及线下合作,但仅履行了一天就恢复了合作。当时华住方面表态称,此次合作



中断,华住预计将只是个短期行为,只要三家OTA整顿好各自的价格管理,确保华住官方渠道价格最优,就会恢复合作”。

华美顾问集团首席知识官、高级经济师赵焕焱指出,封杀加盟商“私连”不仅可以提高华住公司本部支持系统的使用效率,也可以防止加盟店绕过华住酒店集团直接与OTA联系,但由于各方立场不同,此次叫停私连也并非轻而易举。

三方博弈

表面上看华住酒店集团在提高自身的官方预订渠道,而收权的背后也折射出酒店集团、酒店加盟商和OTA之间的较量。

一家酒店管理集团的负责人分析称,华住酒店集团全面禁止所有门店与各大OTA的线下合作,实际上是从自身来考虑的,第一可以提高对OTA的议价权,第二可以提升酒店集团App和官网的预订比例,第三,可以加强对加盟商的管控。

据华住酒店集团2017年财报显示,截至2017年12月31日,华住在全国378座城市中,已开业3746家酒店,其中包括直营店671家、加盟店2874家、特许店201家。此外北京商报记者

还在华住酒店集团的财报中发现,截至2017年12月31日,“华住会”已经吸引超过1.03亿会员。2017年,会员贡献了超过76%的间夜量,全年超过87%的间夜量通过华住的直销渠道销售。业内人士分析指出,拥有3000多家全国门店的华住如果统一对OTA进行议价的话,话语权肯定强过任何一家单体酒店,因为这样的客房数是无法比拟的,而提升的直销份额也可以更好地转化为自身的利润。此外,华住酒店集团负责人还坦言,这样做华住酒店集团的门店还是会在OTA上,线上渠道并没有因此而减少。

不过,对于华住酒店集团的禁令,一位OTA平台的产品负责人指出,华住集团的直销比例很高,故不十分依赖OTA渠道,而OTA肯定是因为酒店集团开放的门店不够,才会谋求通过自己和单体酒店联系,将更多的门店挂在网上售卖。

一位酒店分析人士指出,酒店集团显然想要通过整体议价来增强话语权,而OTA平台要的是流量,流量大了才有议价话语权,这是双方的博弈点。对于酒店加盟商来说,私连OTA意味着能多一个渠道,虽然酒店集团有统一的官网,也可以将各家直营门店或者加盟酒店挂到OTA上,但实际上这

些都处于酒店集团的管控中。在允许私连时,如果OTA搞一些线下优惠活动的话,就会给门店更多返利,但如果变为直连,门店就很难享受这些优惠返利,这时加盟商就会权衡到底是OTA给的优惠返利合适还是酒店集团带来的客源更值,这之间存在如何取得利益平衡的关系。

华住受益

酒店产权网联合创始人冯少辉对北京商报记者表示,之前的方式主要是各酒店投资人分散式与OTA进行合作,而此次通过化零为整,可以提高华住集团与OTA的谈判能力,有利于降低整个品牌的佣金支出”。

冯少辉还进一步表示,华住封杀加盟商与OTA的私连,对三方都会产生一定影响,其中华住是受益方。反观OTA平台对下游资源的把控可能降低,那么变相就会减少一大笔收入。

赵焕焱坦言,未来这种集团直连OTA的模式也将成为行业趋势,被其他酒店集团效仿。北京商报记者了解到,事实上,华住也并非是OTA低价销售发难的首家酒店集团。此前,华住、如家、锦江之星三大连锁酒店集团就曾联手,不惜以下架威胁向几家主要OTA施压,要求停止返现。随后,如家也曾爆发与某酒店预定平台撕破脸,并将其酒店产品全部下架,随后还上演了一轮激烈的口水战。

不过,也有业内人士持不同观点。一位OTA平台产品负责人称,实际上,私连线下门店只是吃掉了该酒店周边的市场份额,并不影响连锁酒店集团整体的预订。亦曾有知情人士认为,尽管佣金较高,但由于OTA平台线上流量大,会带来更多的客源,对于线下门店来说使用OTA平台是非常有必要的。未来加盟商到底是选择OTA还是酒店集团,要看哪一方给的利益更多。

北京商报记者 关子辰 王莹莹/文

张彬/制表

F 聚焦
Focus

虎牙赴美IPO 自身造血能力待增强

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)自上月欢聚时代在2017年财报中首次披露虎牙的IPO进程后,虎牙终于正式申请赴美上市,并在北京时间4月10日凌晨(美股盘后)公开提交招股书。随着招股书公开,虎牙的一系列财务数据也相继公布,可以看到虎牙如今仍处于亏损状态,净亏损规模超8000万元。面对市场上新老竞争对手的激烈竞争并陆续启动上市计划,虎牙又要凭借什么来保护自己的市场份额?

此次虎牙申请将其美国存托股票在纽约证券交易所挂牌上市,代码为HUYA,计划通过IPO交易最多筹集2亿美元资金,承销商则包括瑞信、高盛和瑞银。有业内人士表示,若此次上市顺利,虎牙将成为国内首个在美上市的游戏直播公司。“上市”是当下直播市场的热门话题,除虎牙外,映客、花椒等直播平台也相继曝出上市计划,值得注意的是,被称为虎牙“老对手”的斗鱼,也在今年公开表示正在筹备IPO。尽管与其他平台的上市进程

对比虎牙相对较快,但也存在着不能忽视的烦恼,首先就是难逃亏损的财务情况。

据招股书显示,2016年和2017年,虎牙的营收分别为7.969亿元和21.84亿元,增长速度较快,但反观其盈利情况,2016年虎牙运营亏损6.26亿元,归属于虎牙的净亏损为6.25亿元,而在2017年,虎牙运营亏损9486万元,此外归属于虎牙的净亏损为8096万元。投资分析师许杉认为,因带宽、游戏版权、争夺主播,使得烧钱成为直播行业的共性,平台的财务压力较大,而与之相对应的却是广告、打赏是部分直播平台的主要收入来源,目前也有平台通过联合运营游戏等方式获得收入,但从整体看,相关平台仍需逐步形成持续稳定的业务收入模式”。

除自身需加强盈利能力外,虎牙所处的市场环境也风起云涌,且单看直播市场下的游戏直播,虎牙与斗鱼之间的竞争就已分外激烈。从公开信息上可以看到,于2012年上线的虎牙较斗鱼提前

两年进入市场,但从市场渗透率来看,斗鱼却较虎牙更胜一筹。

据第三方数据监测平台极光大数据的2017年移动互联网行业榜单显示,网络直播App市场渗透率排在首位的是斗鱼,占比达到3.6%,虎牙则排在第三位,占比2.9%;此外据《2018年3月直播App行业研究报告》显示,今年2月最后一周各直播App的市场渗透率,斗鱼以4.25%领先3.61%的虎牙,与此同时,在过去半年直播App市场日均新增用户量中,斗鱼也排在虎牙的前一位。业内人士认为,与几年前相比,目前直播行业愈渐理性,这就对各个平台核心竞争力、盈利能力有更高的要求。在新元文智创始人刘德良看来,直播行业开始进入洗牌阶段,资本方也希望市场能进一步集中,提升变现能力。目前游戏直播已进入精细化运营的阶段,对于相关的直播平台而言,除了要有资本加持外,未来的竞争关键还在于如何激发并挖掘储备的头部资源的价值,使之真正成为核心实力。

餐饮持续发展面临人才供应链等五大痛点

北京商报讯(记者 肖玮 赵超越)4月10日在“2018中国连锁餐饮峰会”上,中国连锁经营协会发布的餐企调查数据显示,目前餐饮行业主要面临人力资源、持续扩张、成本、供应链、科技应用五大痛点,其中90%的企业认为人力资源问题最为突出,成为行业发展的首要难题。

据调查显示,五大痛点可以分为两类。其中一类可以称为生态系统的问题,比如人力资源、成本问题等,即无法靠企业自身的努力简单克服。此类问题一定程度上是餐饮行业上游产业和相关产业之间的博弈问题,如新品牌的进入都会带来人力资源的问题

等。同时,除了餐饮企业间的竞争,更大的争夺来自于其他产业,例如长期困扰餐饮行业的房租成本等问题,实际上是整个房地产产业链和餐饮行业之间的博弈,虽然是餐饮企业强烈反映的难题,但并不能靠企业自身的创新和努力就能彻底改变。

而另一类痛点是正向痛点,包括持续扩展、供应链和科技应用。是企业在寻求发展、寻求创新、寻求提升当中遇到的问题,也是企业内的经营管理不断转型升级过程中遇到的难点。随着消费升级和科技水平的快速发展,供应链和科技应用也逐渐发展成为餐饮连锁企业越来越关注的新话

题。如何保持快速扩张和高品质运行之间的平衡,推进供应链的应用,从前台的营销、引流,到把数字化的技术、大数据应用推进到整个餐饮管理体系中,还存在诸多待解难题。

中国连锁经营协会会长裴亮表示,餐饮行业发展面临的五大痛点同样存在内在的关联,不能用“头疼医头、脚疼医脚”的方式解决行业问题。供应链需要新技术离不开优秀的人才,而人力问题也不能全靠企业人事部门解决。相反,如果企业有更好的供应链管理、数字化的应用、品牌的提升,也能够更有能力去招募、吸引、保留优秀的人才。

中国连锁经营协会副会长、嘉和

一品创始人董事长刘京京也表示,当前,整个餐饮市场发展向好,国家也越来越重视整个行业,预计今年全国餐饮收入将超4.3万亿元,2020年或突破5万亿元大关,如何把握市场红利是餐饮企业发展的关键。随着信息化、大数据、人工智能等技术的快速发展,包括盒马鲜生、超级物种等跨界餐饮模式越来越多,这就要求每位餐饮人在发展过程中不光要看自己,也要看整个市场和新的技术,应用这些新的技术助力企业发展。未来,共享仓储物流、共享中央厨加工都是行业发展的趋势,希望餐饮企业能做好自身的同时,也能从自营走向共享。