

中国需求助澳葡萄酒出口创新高

北京商报讯(记者 肖玮 薛晨)在中国市场需求激增下,全球葡萄酒贸易进入快车道。4月16日,澳大利亚葡萄酒协会发布最新数据显示,在截至2018年3月的12个月里,澳大利亚葡萄酒总出口量同比增长10%,创下新高,其中中国市场需求成主要助推力。

数据显示,在截至2018年3月的12个月里,澳大利亚葡萄酒总出口量接近历史纪录,达8.44亿升;出口金额达26.5亿澳元,同比增长16%,为十年来出口金额最高纪录。同期,澳葡萄酒对中国出口增长51%,达10.4亿澳元。

澳大利亚农业和水资源助理部长安妮·拉斯顿表示,澳中两国签署的自由贸易协定为澳大利亚葡萄酒提供了新的市场,并给生产商增加销售和提供了新的机遇。而随着明年1月1日起澳大利亚葡萄酒出口到中国的关税全部取消,预计对中国葡萄酒出口的金額和数量将会进一步增加。

根据行业统计,中国进口葡萄酒主要来自法国,占比高达35%。紧随其后的有占17%市场份额的澳大利亚、占比15%的西班牙以及约占12%份额的智利等,其中澳大利亚及智利近年与中国达成自由贸易协议撤销葡萄酒关税,令两国葡萄酒进口量大幅提高。澳大利亚葡萄酒协会首席执行官安德烈亚斯·克拉克强调,明年1月完全取消关税后,将使澳大利亚葡萄酒比起法国、意大利和西班牙等主要产酒国更具竞争优势。

同样值得关注的是,中国酒类流通白皮书指出,过去五年,中国市场是进口葡萄酒的“秀场”。2013-2017年,中国进口葡萄酒总量由3.77亿升增长到7.46亿升,五年翻了一番。与此同时,国产葡萄酒在与进口葡萄酒的对垒中暂时处于下风。

对此,不少中国葡萄酒企业提出,中国葡萄酒市场容量和潜力巨大,特别是面临消费升级的重要发展机遇,行业未来充满想象空间。不过,面对来势汹汹的进口葡萄酒,国产葡萄酒应当做出中国产区特色,寻求差异化发展路径。

首份国际游学发展报告发布

北京商报讯(记者 程铭劼)一直以来缺乏行业标准的国际游学行业在政策的助力下逐渐走出合规化发展之路。日前,新东方国际游学推广管理中心联合上海艾瑞咨询研究院,正式发刊《2018中国国际游学行业发展报告》,此次报告共收集有效调研问卷3542份,并基于行业发展阶段、家长与学生游学需求等多个方面的数据分析,明确了全球教育资源、游学课程体系、游学带队导师、安全保障体系四个环节在国际游学中的地位及相应的行业标准。

自2013年开始,研学旅行相关的国家政策相继出台。在短短几年之内,研学旅行这种寓学于游的教育方式,逐渐被提上中国青少年核心素养教育和国际理解教育的日程,成为中国学生综合素质教育的重要载体。新东方董事长俞敏洪谈道,中国的国际游学发展历史只有短短的几十年,与欧美国家的上百年历史相比,仍有很大的进步空间。

2017年9月25日,教育部发刊《中小学综合实践活动课程指导纲要》,确立将研学旅行纳入学校教育学分系统;在国家研学旅行相关政策大背景下,报告对国际游学行业的市场规模、主要服务主体、商业模式、发展特点和瓶颈痛点等现实问题进行了集中分析和思考,从对国际游学家长和学生负责的角度,在一定程度上为整个国际游学行业明确了“准入门槛”和“服务标准”。对于行业未来发展趋势《报告》呼吁尽快完善行业规范标准,探索国内游学行业的教育监管,全面推动中国国际游学行业的可持续健康发展。

此外,新东方国际游学还发布了“情系远山-公益宝贝计划”,对于每位参与公益计划的游学学员,新东方国际游学都将代表学员直接从报名费中捐出10元放进公益宝贝计划的基金池。

华侨城拟新建大型主题公园

北京商报讯(记者 肖玮 武媛媛)华侨城拿下顺德新城土地,拟建成大型综合主题公园。4月16日,记者获悉,近日,广东佛山顺德新城片区挂牌出让一宗占地约18.4万平方米的国有建设用地使用权,最终,华侨城以底价1.32亿元竞得。华侨城在顺德的大型主题公园综合旅游项目,距广东长隆旅游景区的距离不超过50公里。业内人士分析,从华侨城在广东的大手笔布局来看,该集团欲重点争夺粤港澳大湾区,同时或将与长隆形成直接竞争。

据了解,该地块位于广东佛山市顺德区顺德新城碧桂路以东、龙盘东路以北,地处大良东部新城板块。该地块将被分为A、B、C三个区域进行规划,其中A区为文体娱乐用地兼容批发零售用地、住宿餐饮用地、商务金融用地、新闻出版用地;B区为批发零售用地、住宿餐饮用地、商务金融用地、新闻出版用地、文体娱乐用地、其他商服用地;C区为公园与绿地。根据出让要求,竞得人须引入以游乐公园为主,集生态旅游、文化休闲于一体的文化旅游综合开发项目。

事实上,华侨城在广东顺德已有欢乐海岸项目在建,包括商业街区、主题公园、生态湿地,计划于2019年5月建成。据悉,欢乐海岸项目为佛山文化旅游产业龙头项目,总投资达120亿元,主要由滨水休闲主题商业区及精品主题乐园两大部分组成,预计2019年5月开业。此次华侨城拿下顺德新城出让土地使用权,将与欢乐海岸项目连片开发建设。

目前长隆集团共拥有广州长隆旅游度假区、珠海长隆国际海洋度假区两大综合旅游板块,旗下主题公园有欢乐世界、海洋王国、水上乐园等。近几年该两大综合旅游度假区接待游客量保持增速态势。

恢复期再遇挫 锐澳被告抄袭

锐澳作为预调鸡尾酒老大,业绩在去年刚实现止跌,今年销售旺季来临之前又遭遇侵权官司。4月16日,北京商报记者从北京法院网获悉,因认为锐澳旗下“RIO微醺”系列酒精饮料的包装设计与其“三得利鸡尾酒HOROYOI”系列高度近似,三得利洋酒株式会社以侵犯著作权和不正当竞争为由,将RIO微醺系列酒精饮料的委托商、代理商、实际生产商及销售者诉至法院,要求停止侵害、消除影响、赔偿损失300万元。日前,海淀法院受理了此案。业内人士指出,目前锐澳的市场表现依然没能摆脱巨额营销、广告费换取市场的模式,如果此次官司失败,对于该公司来说将是不小的冲击。除此之外,近期不少白酒和洋酒巨头先后杀入预调酒市场,锐澳的处境可以说是内忧外患。

设计“打小抄”

北京商报记者获悉,三得利洋酒株式会社近期经调查发现,由上海巴克斯酒业有限公司作为委托商、上海锐澳酒业营销有限公司作为中国总代理、巴克斯酒业(天津)有限公司作为实际生产商所生产、销售的“RIO微醺”系列酒精饮料所使用的包装设计与自己公司享有著作权的设计高度近似,已构成“实质性近似”。故向法院起诉。

据悉,锐澳公司在2016年推出微醺系列易拉罐产品,希望可以进一步深耕18-28岁年轻市场。北京商报记者在查阅信息时发现,三得利在诉讼中提及被侵权产品包装设计于2009年完成初稿设计,于2015年8月创作完成,并于2015年10月进行首次发表,而锐澳则在次年推出了锐澳微醺系列产品。

对此,三得利洋酒株式会社认为,“RIO”与三得利处于同一行业,且“RIO微醺”鸡尾酒产品推出的时间明显晚于三得利微醺系列产品包装设计



的创作完成和发表时间,具有接触三得利作品的可能性,其行为已构成对三得利洋酒株式会社享有著作权的三得利微醺系列产品的名称及包装设计的侵犯。

为此,北京商报记者多次联系锐澳母公司百润股份,但并未获得回复。而三得利(中国)投资有限公司相关负责人坦言:“从产品包装上看,锐澳微醺和三得利旗下某款产品相似度较高,如果不是经常饮用三得利产品的消费者一定会买错。目前公司旗下产品并没有进入中国市场,这会对公司该产品未来进入中国市场造成巨大损失。公司对于锐澳侵犯知识产权的行为,一定会将维权进行到底”。

对赌业绩未完成

不仅遭遇侵权诉讼,锐澳的公司业绩也一直受到外界诟病。据了解,该公司经历从2014年飞速增长到2016年业绩断崖式下跌后,目前进入相对平稳期。但同样值得关注的是,据锐澳母公司百润股份最新财报显示,百润去年全年实现营业收入11.72亿元,同比增长26.64%;归属于上市公司股东的净利润1.83亿元,同比增长224.23%。其中预调鸡尾酒业务实现了1.38亿元盈利,但是该业绩距离其被收购之初

许下的7.06亿元相比,仅完成业绩承诺的17.7%。

北京商报记者调查发现,百润股份交出如此亮眼成绩单的背后却是缩减营销费用和大幅裁员。资料显示,2015年百润股份总营收23.5亿元,销售费用高达9.22亿元,同比增长150%。2016年虽然出现业绩亏损,但是销售费用依然处于高位。而2017年百润股份已经把销售费用减少到4.37亿元,同比下降了41%。除了销售费用的减少之外,百润股份的员工人数和职工薪酬都出现明显下滑,其中销售人员数量减少最为明显。据了解,2015年,百润股份销售人员达到3231人,而在2017年报告期内,公司的销售人员已经较2015年削减了40%,仅剩801人。

有分析人士称,从百润股份连续两年的业绩报告不难看出,锐澳已经两年未能兑现之前的业绩承诺。按照投资界的约定俗成,若对赌业绩未完成,通常会需要被投资方的大股东回购股份,或者拿钱出来填补利润差额。

内忧外患难突围

公开资料显示,百润股份在收购巴克斯时承诺的巴克斯酒业2014-2017年净利润分别为2.22亿元、

3.83亿元、5.44亿元和7.06亿元。但仅在2014年和2015年满足了业绩承诺目标,2016年巴克斯酒业陷入亏损状态,亏损金额达1.87亿元。业内人士指出,2017年是巴克斯酒业业绩承诺的最后一年,在业绩承诺期结束后,如果发生亏损也不会再有补偿。

据了解,2000年初中国市场就出现了预调鸡尾酒,2014年前后,锐澳和冰锐开展的营销大战,让预调鸡尾酒这个细分品类在中国市场大火了一把。2014-2016年,预调鸡尾酒广告铺天盖地,邀请各类明星代言、植入热播剧以及冠名真人秀等。进行疯狂营销的背后,也是巨额资金的投入。2014-2016年百润股份在广告投入上分别为1.89亿元、3.3亿元、2.47亿元。

巨额广告营销投入后,锐澳的销量也出现井喷。2014年,锐澳实现营收9.87亿元,反超背靠百年企业百加得的冰锐,成为预调鸡尾酒市场老大。但从2015年三季度开始,预调鸡尾酒市场遇冷,百润股份业绩大幅缩水。2015年百润股份扣非净利润亏损8839.37万元,2016年锐澳鸡尾酒销售跌至8.13亿元,百润股份营收9.25亿元,同比下降60%,净利润亏损1.47亿元。

北京商报记者走访市场发现,随着预调鸡尾酒市场的回温,茅台、泸州老窖等老牌白酒企业也纷纷布局预调鸡尾酒市场;茅台推出的悠蜜;泸州老窖成立百润酒业有限公司,主营预调酒业务;洋酒品牌杰克丹尼也推出威士忌预调酒等。

业内人士表示,近年来锐澳为维持业绩增长,对产品体系重新进行了梳理,强化销售渠道以及扩建烈酒基地等。但百润股份是以香精香料起家,与茅台、泸州老窖等企业相比,缺少品牌的积淀以及完善的销售渠道。目前锐澳销量回升,一定程度是在消耗品牌前几年打造的知名度。

北京商报记者 刘一博/文 代小杰/制表

公司研究

Company research

国家药监局论证鸿茅药酒药品属性

北京商报讯(记者 肖玮 薛晨)近日,各方关于鸿茅药酒是否安全的争论不断,也让鸿茅药酒到底是药还是酒这个困扰消费者多年的话题再次成为舆论焦点。4月16日,据国家药品监督管理局发布消息,国家药品监督管理局已组织有关专家,对鸿茅药酒由非处方药转化为处方药进行论证。

国家药监局新闻发言人称,鸿茅药酒为独家品种,现批件持有人为内蒙古鸿茅药业有限责任公司,由原内蒙古自治区卫生厅于1992年10月16日批准注册,原批准文号为“内卫药准字(86)I-20-1355号”。2002年,原国家药品监督管理局统一换发批准文号,该品种批准文号换发为国药准字Z15020795”。后经内蒙古自治区食品药品监督管理局两次再注册,现批准文号有效期至2020年3月18日。

鸿茅药酒药品标准载于中华人民共和国卫生部药品标准《中药成方制剂》第十四册,处方含有67味药味,规格为每瓶装250ml和500ml,功能主治为:祛风除湿,补气通络,舒筋活血,健脾温

肾。用于风寒湿痹,筋骨疼痛,脾胃虚寒,肾亏腰酸以及妇女气虚血亏。

2003年11月25日,原国家食品药品监督管理局印发《关于公布第六批非处方药目录的通知》(国食药监发[2003]323号),公布鸿茅药酒为甲类非处方药。北京商报记者梳理发现,针对鸿茅药酒属性和疗效的负面消息不在少数,主要集中在企业夸大产品效果方面。据悉,2008年5月-2018年12月,鸿茅药酒广告因以专家和患者名义为产品做功效宣传”等,连续多月被辽宁和江苏食药监部门通报,违法次数超过59次。2004-2017年底,国家药品不良反应监测系统中,共检索到鸿茅药酒不良反应报告137例,不良反应主要表现为头晕、瘙痒、皮疹、呕吐、腹痛等。

针对“是药三分毒”的说法,上述发言人指出,非处方药本身也是药品,因而具有药品的属性,风险与获益并存,有些非处方药在少数人身上也可能引起严重的不良反应。所以,非处方药也要严格按照药品说明书的规定使用,不能随便

增加剂量或用药次数,不能擅自延长用药疗程,更不能擅自改变用药方法或用药途径。如在用药过程中出现不良反应,应及时停药,严重者应及时去医院就诊。

国家药品监督管理局要求内蒙古自治区食品药品监督管理局落实属地监管责任,严格药品广告审批,加大监督检查,督促企业落实主体责任。一是责成企业对近五年来各地监管部门处罚其虚假广告的原因及问题对社会做出解释;对社会关注的药品安全性和有效性情况做出解释;加强不良反应监测,汇总近五年来不良反应发生情况,及时向社会公开,同时向国家药品监督管理局提交报告。二是严格按照说明书(功能主治)规定的文字表述审批药品广告,不得超出说明书(功能主治)的文字内容,不得误导消费者。三是内蒙古自治区食品药品监督管理局持续加大对该企业日常检查和飞行检查力度,督促企业落实药品安全主体责任。如发现违反药品相关法律法规的问题,将依法严肃处理,直至吊销药品批准文号。

监管趋严 梨视频逆势融资专注年轻用户

北京商报讯(记者 卢扬 王嘉敏)4月16日,梨视频宣布完成6.17亿元A轮融资,由腾讯领投,百度等跟投,本轮融资会用于继续建设资讯短视频内容生产网络,并进一步完善资讯短视频的商业模型。但今年4月以来,持续火爆的短视频市场迎来严管,部分短视频平台被要求整改或者下架,在此情形下,梨视频该如何强化内容输出以维持长久的市场影响力便显得尤为重要。

据悉,梨视频上线于2016年11月3日,是由东方早报新媒体“澎湃新闻”原CEO邱兵在2016年5月离职后创办,澎湃新闻原主编李鑫、澎湃人物原主编卢雁等加盟。梨视频大部分视频时长在30秒到3分钟之间,一些纪录片的时长也多在10分钟左右。而在此

轮融资之前,2017年11月,梨视频还获得华人文化、人民网1.67亿元Pre-A轮融资。

事实上,随着短视频市场不断走热,各类短视频平台也迎来了一波波融资热潮。2015年1月,快手获得数千万美元B轮融资;随后在2016年3月完成约为2.5亿元C轮融资,估值达20亿美元;2017年3月,快手再次完成新一轮3.5亿美元的融资。抖音则是在今日头条的推动下快速壮大,2017年1月,抖音获得了数百万元的天使轮融资,而今日头条于同年11月宣布将收购后的Musically与抖音进行合并。此外,2017年5月,火山小视频也获得了来自今日头条的10亿元补贴。

但是随着监管趋严,短视频平台

的融资前景不再明朗,短视频市场也开始进入洗牌期,而公开资料显示,梨视频此前已经历过一轮整改。2017年2月,由于梨视频在未取得互联网新闻信息服务资质、互联网视听节目服务资质情况下,通过开设原创栏目、自行采编视频、收集用户上传内容等方式发布视听新闻信息而被责令整改。随后梨视频便转型为专注于年轻人生活、用讲故事的方式传递中国声音的平台。

业内人士指出,无论如何转型,短视频内容来源的快速性与专业性,是强化自身竞争力的关键。

此外,梨视频一直在建立“拍客”网络,覆盖网页和移动端。邱兵也在公开采访中表示,梨视频计划在2018年将核心拍客的队伍扩充到5万人,每一

个梨视频在当地的拍客主都具备组织和调动400-500名拍客的能力,通过建立庞大、有序的拍客系统,以及购入国内外素材的版权来获得海量的资讯供给,再由编辑筛选和剪辑来提供更符合年轻人对于内容资讯需求的短视频。中国科学院科学艺术研究中心副主任张之益强调,随着互联网用户资讯消费习惯的改变,通过视频网站和客户端消费聚合内容的人数呈现快速增长趋势,信息的生产方式、传播方式和观看方式都在迅速变换,在此情形下,优质内容的价值便越发得以凸显,“除了内容上的转型,平台自身筛查机制的强化同样重要,避免出现打擦边球的现象,只有稳定地在市场中立足,才能逐步扩大用户基数”。