

“大一片红”珍邮拍卖有望破千万

北京商报讯(记者 徐磊)11月17日-19日,一枚“大一片红”邮票即将亮相嘉德秋拍预展。“大一片红”邮票是中国最著名的珍邮之一,存世不到十枚,位列世界珍邮之列,曾经有2枚分别拍出920万元、730.25万元的天价。业内专家预测,这枚“大一片红”品相完好,有望突破千万元大关再创纪录,将会对整个邮票收藏市场起到提振信心的作用。

“大一片红”邮票是“文革”期间未正式发行的一套邮票;“全国山河一片红”是“文革”时期最具代表性的口号,带有浓郁的时代烙印。1968年,为纪念全国各地相继成立“革命委员会”,邮政部门拟发行一套邮票,票幅为60毫米×40毫米,后来又修改设计印制了小幅的“全国山河一片红”(俗称“小一片红”)。其中,“大一片红”邮票并未正式发行,流出的只是极少印样,存世量更少,也最为珍稀。

新中国邮票史上知名度极高的三种珍邮,即俗称的“全面胜利”、“大一片红”和“小一片红”。其中“大一片红”样票目前为止仅发现7枚新票、3枚旧票。“大一片红”邮票在内地市场也屡创天价,在中国嘉德2012春季拍卖会“邮品”专场中,一枚“大一片红”邮票(新票)以730.25万元的价格,创出中国单枚邮票拍卖新纪录。2016年保利秋拍“方寸聚九州”邮品专场拍卖会上,一枚销戳的“大一片红”旧票以920万元的天价成交,再度刷新单枚新中国邮票的拍卖纪录。

有业内人士表示,“大一片红”邮票是特定年代的产物,在中国邮票史上有着重要的地位,它的稀缺性、知名度、关注度都很高,价值也不断被挖掘、提升。即将上拍的这枚“大一片红”品相完美,突破千万元应该没有悬念,也是实至名归、物有所值的。同时,“大一片红”作为邮票市场的标杆,它的天价成交会对整个市场注入新的信心 and 希望。

近四成影视公司前三季度业绩下滑

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)今年以来影视行业的一系列变化与调整,令外界对影视上市公司的业绩表现分外关注。截至北京商报记者发稿时,已有多家影视上市公司陆续透露前三季度业绩情况,并有近四成公司由于业务运营未达预期等原因导致业绩下滑。

公开资料显示,现阶段包括华谊兄弟、光线传媒、华策影视、华录百纳在内的18家影视上市公司今年前三季度发展情况逐步向外界公布,而华录百纳、唐德影视、中南文化等7家公司的利润有所下滑。其中,部分公司前三季度的业绩情况为增收不增利,如华谊兄弟、唐德影视等,还有一部分影视上市公司则是营业收入与净利润双重下滑,甚至是处于亏损状态。

据这7家公司透露的业绩下滑原因,旗下相关项目运营情况未达预期是造成业绩变动的主要原因。以华录百纳为例,数据显示,该公司前三季度的营业收入为4.25亿元,同比减少超七成。华录百纳方面表示,营业收入较上年同期减少主要系报告期招商不及预期,内容营销规模减少,部分影视项目未到收入确认时点所致。与此同时,中南文化前三季度归属于上市公司股东的净利润也处于亏损状态,较上年同期减少113.56%,且中南文化还预计全年业绩亏损,亏损幅度在8000万-1.5亿元之间,主要是因为影视及版权运营项目实现销售进度、收益率低于预期;新游戏项目上线进度受版号审批影响减缓,行业获取用户成本提高;投资项目退出进度低于预期。

“影视公司的利润来源大多为每一部作品所带来的收入,因此作品实际运营情况会对公司的业绩产生直接影响。但新作品是否能得到市场和受众的认可并取得较好的票房或收视率,以实现投资回报,即使成立多年的公司也难有百分之百的把握,使得公司的业务运营一直存在着风险”,投资分析师许杉表示。

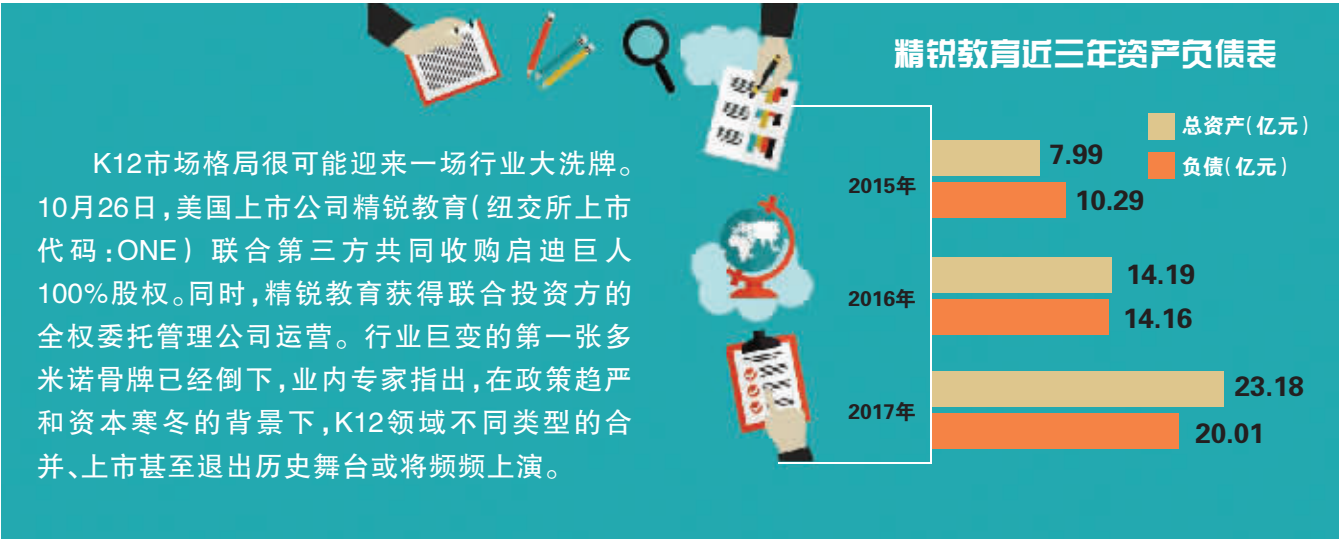
文物进出境鉴定所入区服务正式启动

北京商报讯(记者 马嘉会 宗泳杉)10月26日,北京市文物进出境鉴定所入区服务启动仪式在国家对外文化贸易基地(北京)举行。北京市文物进出境鉴定所入区服务的启动标志着北京市文物进出境鉴定所将正式服务国家对外文化贸易基地(北京),开展文物进出境审核工作。业内人士表示,海外文物入境展示的审批过程比较复杂,几乎很难有企业能够组织类似活动。而现在,更多企业将在这一政策的支持下积极开展海外文物入境展览、销售等活动。

今年5月,北京市商务委、市文物局等相关部门发布《深化服务业开放改革,促进北京天竺综合保税区文化贸易发展的支持措施》。其中,北京市文物进出境鉴定所服务国家对外文化贸易基地(北京),开展文物进出境审核工作是具体落实上述措施文件,支持有资质的区内企业利用天竺综保区功能优势开展海外文物回流业务,将监管职能延伸到综保区的重要举措。

北京市文物进出境鉴定所相关负责人介绍,北京市文物进出境鉴定所将在国家对外文化贸易基地(北京)设立服务点,就地完成文物进出境审核,通过“上门”服务的方式减少文物包装、拆卸的次数,极大简化区内企业及相关机构的文物进出境审核手续,提升文物安全度,缩短文物艺术品存储、展示、交易的进出境审核时间,有效提升区内企业及相关机构的文物艺术品进出境审核效率。中央财经大学拍卖研究中心研究员季涛看来,此举体现了政府对文物回流和保税区工作的支持,使文物入境的流程更加简化和便利。以前境外文物进入保税区要先将文物运送至城内的指定地点,经北京市文物进出境鉴定所进行登记后方可入境,而现在鉴定所进入保税区后,文物可以就地完成文物进出境审核,既简化了文物入境的流程也在一定程度上减少了文物运输过程中带来的安全隐患。

精锐教育的“巨人”算盘



互补并购

据了解,收购完成后精锐和巨人两个品牌和业务将保持独立,精锐教育创始人兼CEO张熙兼任巨人董事长,此外双方预计将班课和一对一业务“做大做强”。继年初收购小小地球、8月并购天津华英教育之后,精锐此次收购巨人教育,被视为迈入投资并购、扩展区域业务、完善教育生态链的重要一步。

得益于近几年的扩展迅速,精锐教育已成为新东方、好未来之外的第二梯队领头羊。至于为何选中巨人教育,张熙表示,精锐原先定位在高端市场,但高端市场和大众市场的打法非常不一样。而巨人教育是非常知名的K12大众市场教育品牌,对于一对一业务占比85%的精锐来说,是极大的补充。据了解,目前大众市场份额占整个K12教培市场近50%。

“我们将精锐教育与巨人教育互补,帮助巨人教育做得更大,同时也让精锐实现大众市场的布局。日后精锐全力巩固高端市场,巨人在大众市场发力。也就意味着,精锐拿下巨人,等于拿下以北京为主的北

方市场,可以更快地辐射全国。”张熙表示。

张熙把K12定义分为高端市场和大众市场,在大众市场中,他认为目前新三强已经形成。从规模上看,在北京,巨人和精锐加起来有10亿元规模,并希望在2023年,做到200亿元的销售,提升1000万学生的学习能力。前几年低估了市场成长速度,行业的整合趋势比我们想象得快,所以现在要用资本去换时间。”张熙称。

元老退场

总部位于北京的巨人教育成立于1994年,曾是北京最大的K12培训学校。旗下拥有巨人学校、巨人1对1、小巨人、巨人网校和金色湖畔五大子品牌,涉及业务涵盖教育培训、教育出版、加盟等。而总部位于上海的精锐教育从2010年起多次冲击北京K12市场,却屡屡受挫。虽然后来以幼小衔接为新突破口试图打开北京市场,但其针对3-12岁的至慧学堂在北京的分店也只有13家。与上海及长三角城市相比,精锐教育在北京的发展显得非常缓慢。后也引致张熙亲自北上,将北京设立为总部,实行双

总部策略。

尽管巨人教育属于京城元老级教育公司,但其经营状况在2010年后出现系列问题。由于诸多复杂因素,巨人曾多次冲击A股市场未果,最终选择2014年7月被清华启迪正式控股,启迪持股51%,巨人教育创始人尹雄付出的代价就是失去控制权。而精锐则选择在2018年赴美上市,成为2018年风光无限的教育中概股。如今精锐收购巨人,也意味着巨人学校这一培训巨头的落幕。

“昔日北京最大的培训巨头落幕了,看来中小培训机构以后的日子更难过了。”当得知巨人被精锐教育收购的消息,一位深耕教培行业十几年的从业者向北京商报记者感慨道。更为重要的是,不管是对于精锐还是整个行业来说,巨人的收购案或许只是个开始。一方面,K12在线模式冲击传统商业模式;另一方面,上市多年的新东方和好未来通过投资和主业双轮驱动,让中小培训机构市场份额萎缩。

寡头格局

据知情人士透露,启迪接手巨人教育时,巨人当年营收7亿元,但亏损

聚焦 Focus

旺季酒店价格不升反降 赴日游 触底反弹”

北京商报讯(记者 蒋梦惟)受接连多场自然灾害的影响,9月刚刚经历中国等境外游客接待量负增长的日本旅游业,开始出现了回温迹象。日前,多家业内机构统计数据显示,伴随灾后各项设施加速恢复,以及大额酒店住宿补贴的发放,进入传统旅游旺季“赏枫季”的日本,开始出现境外旅游人数回升,其中中国游客增长颇为显著,相关旅游线路涨价明显。业内分析称,正值旅游旺季,日本多地酒店价格不升反降是拉动境外游客增长的主要因素。据悉,现阶段,日本多个城市酒店平均单间夜价格出现了同比负增长,其中大阪酒店价格同比下降近一成,北海道的酒店价格则下降了4%。

日本国家旅游局发布数据显示,今年9月,共有216万外国游客访问了日本,同比下降5.3%,而这也是日本自2013年1月以来,出现的首次单月外籍游客数量同比回落,其中,占日本外籍游客数量最多的中国内地游客数量为65.2万人,同比下

降3.8%。

不过,这一现象在本月出现了改善迹象。日前携程发布统计报告称,“十一”长假至今,日本酒店的订单量出现了20%左右的环比涨幅,而且,这一数据的同比涨幅已达到七成。与此同时,还有机构发布数据称,目前,我国赴日游产品整体有所升温,以北海道为例,从11月至12月的团期来看,价格从人均4000元左右逐步上升至人均5200元左右。而涵盖东京和大阪的7日游传统路线,11月报价达到了人均5500元左右,个别日期甚至达到了人均6000元。值得注意的是,行程更为宽松的8日半自助产品,报价已经超过人均1万元,直逼中远程的欧美路线。

在业内看来,中国游客赴日游快速恢复,与日本近期发布的多项旅游拉动措施密切相关。比如:对于秋冬正值传统旅游旺季的北海道,日本政府总计投入了83亿日元,推出了“北海道复兴优惠券”以提振北海道旅游业,补贴赴日游客住宿等旅

游行程。举例来说,仅在携程网上,预订北海道当地酒店,就可享受最高3折的优惠。

据分析,日元疲软与日本政府多管齐下推动旅游业发展,是日本旅游业近年来高歌猛进的主要原因。此前,安倍政府为吸引国际游客,放松了签证要求,对中国等一些国家和地区实行更便捷的签证措施。近期,日本再次抛出新的签证政策,进一步放宽对华签证办理门槛,增加吸引中国游客赴日的筹码。

此外,近期还有机构发布全球旅游零售市场报告称,在中国出境游市场不断扩容的影响下,日本零售业也是一大主要受益方。过去两年间,在访日中国游客掀起的“买买买”热潮之下,日本美妆巨头资生堂集团在日本当地销售额大幅回升。资生堂旅游零售部门市场营销和创新副总裁 Elisabeth Jouguelet 表示,访日中国内地游客为日本美妆品牌贡献了30%-70%的本土销售额。

三垒股份坐实33亿元收购美吉姆

北京商报讯(记者 程铭劼 实习记者 刘斯文)10月26日晚,三垒股份发布公告称,将以33亿元购买美吉姆100%股权,支付方式为现金支付。美吉姆承诺2018年、2019年、2020年扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别不低于人民币1.8亿元、2.38亿元、2.9亿元。

三垒股份以控股子公司启星未来为本次交易实施主体,启星未来交易资金来自于三垒股份和其他股东的增资投入:三垒股份拟合计投入23.1亿元,并引入第三方资本,珠海融远和大连连佳兆业将于启星未来收购美吉姆100%股权的第二期交易价款支付前5个工作日内,分别向启星未来增资

5亿元和4.9亿元,合计9.9亿元的实缴出资。

此外公告显示,美吉姆目前账面资产总额3.67亿元,负债2.14亿元,净资产1.52亿元。另公告中提出,美吉姆合并报表归属于母公司所有者权益账面值为1.53亿元,评估值为33.08亿元,评估增值31.55亿元,增值率2059.28%。

三垒股份表示,交易完成后将注入早期教育培训资产,进一步完善在教育行业的产业布局。据悉,在三垒股份发力教育领域前,原有的主营业务为塑料管道制造装备与高端机床业务,因受困于国内经济新常态,其业绩从2014年开始不断下滑,随后转型教

育。目前所跑赛道涉及留学、国际教育、早教等多个领域。

此次重金加持源自于美国的早教巨头美吉姆,将处于风口的早教教领域作为公司新的利润增长点,加之美吉姆较强的品牌影响力、市场占有率及盈利能力,的确是破局之法。据了解,美吉姆主要在中国境内从事“美吉姆”品牌早教中心的相关运营及服务支持,主要业务是为初生到6岁儿童家庭提供适龄的儿童早教课程与服务。

截至2017年12月31日,美吉姆共拥有257家加盟美吉姆早教中心、83家直营美吉姆早教中心;以加盟为主,直营为辅”的美吉姆主要收入及

盈利来自于向加盟商收取的服务费用以及销售教具产品收入,以及直营中心收取的课程销售收入。在2016年、2017年,美吉姆未经审计的营业收入分别为1.17亿元、2.17亿元,其对应的净利润分别为3476.91万元、8509.35万元。

有业内人士指出,本次交易完成后,在业绩承诺实现的情况下,三垒股份的资产规模和盈利水平将有较大幅度的提升,有利于其进一步提升持续盈利能力。但目前上市公司跨界并购教育标的已成为常态,重要的不是“入局”,而是如何将跨界公司的原主业与新主业协同发展,将外延转化为内生。

北京商报记者 程铭劼
实习记者 刘斯文/文 代小杰/制图