

七印象再启鬼吹灯IP《怒晴湘西》

北京商报讯(记者宗泳杉)1月21日,由企鹅影视、万达影业、七印象文化传媒有限公司(以下简称“七印象”)出品的《鬼吹灯之怒晴湘西》在腾讯视频开播,开播仅十几个小时,豆瓣评分就高达8.5,猫眼电影专业版显示,截至北京商报记者发稿《鬼吹灯之怒晴湘西》实时热度位列网剧第6位。

公开资料显示,目前已播出的鬼吹灯系列电视剧作品共有四部,早在2017年七印象就曾出品了《鬼吹灯之黄皮子坟》,但该部作品豆瓣评分仅为5.2,远低于正午阳光出品的《鬼吹灯之精绝古城》8.0的评分。有网友表示,相较于《鬼吹灯之黄皮子坟》《鬼吹灯之怒晴湘西》所改编的故事情节基本保持了作品原貌,潘粤明的演技和紧凑的情节都让人有追剧的欲望。但也有网友认为后期能否保持水准还要拭目以待:“盗墓片最怕的就是前期吸引了眼球,后期却拖拖拉拉的揭秘不出来。”

《鬼吹灯之怒晴湘西》的好评也让该剧的出品公司七印象进入了人们的视线,据天眼查显示,七印象成立于2011年,演员梁静任董事长,导演管虎(管虎)任监事。成立后,七印象在电影方面参与制作了《老炮儿》《厨子戏子痞子》等叫好又叫座的影片,并在2018年获得了腾讯产业共赢基金、红星美凯龙以及华谊兄弟的投资。

在北京大学文化产业研究院副院长陈少峰看来,“导演或演员自立门户成立影视公司是一把双刃剑,好的地方在于作品在创作过程中,主创团队会具备较高的默契度,人员构成也相对稳定,从而对最终作品的质量能够起到一定保障。但不足就在于,由于此类公司往往深度绑定明星个人,创作及生产空间也会受到一定限制,延展的空间较小。与此同时,一旦公司的核心人物出现负面消息,也就会对公司造成巨大的影响”。

腾讯网易再次缺席游戏版号

北京商报讯(记者卢扬穆慕)1月22日,国家新闻出版广电总局网站对外公布了“2019年1月国产网络游戏审批信息”。数据显示,此次获得版号的游戏共有93个,审批时间为1月7日。值得注意的是,腾讯、网易两大游戏公司再次缺席获批名单。

自去年12月首批游戏版号开启审批至今,共有257款游戏取得版号,其中第一、二、三批游戏版号的发放数量分别为80个、84个以及93个。

但随后头部游戏公司的身影却在获批的名单当中逐渐减少,有关部门曾在宣布版号开闸时表示,因此前申报游戏存量较大,所以需要一段时间进行消化。业内人士指出,目前市场上等待发放版号的游戏数量大概在7000左右,但2019年的版号发放显然属于供不应求的状态。

有数据显示,2009-2018年有关部门共核发了19880款游戏版号,其中2017年核发了9368款游戏,相比此前平均每月700余个游戏版号放行的态势,目前版号的放行速度减慢了许多,但随着审核批次不断下发,不排除版号发放将提速的可能。

但在游戏版号发放提速的同时,相关部门的审核标准也将更加严格,此前网络游戏道德委员会成立后,便对首批20款存在道德风险的网络游戏进行了评议。通过对评议结果进行认真研究,网络游戏主管部门对11款游戏责成相关出版运营单位认真修改,消除道德风险,对9款游戏作出不予批准的决定。

虽然就目前获得审批的游戏类型来看,端游、页游以及手游均有涉及,但内容和题材仍是接下来游戏公司应该重点思考的部分。例如,三批版号发放至今未有棋牌游戏获得版号的消息。显然,国内游戏厂商在经历9个月的寒冬后再次到达提质时刻。

直播平台六间房陷侵权诉讼

北京商报讯(记者肖玮)竞争加剧、监管趋严、维权不断,让直播平台的日子并不好过。1月22日,北京法院网披露,因认为“六间房”网站使用了“我秀”等词汇作为关键词进行网络推广,构成商标侵权及不正当竞争,“我秀”网站经营者广州群歌信息科技有限公司将“六间房”网站经营者北京六间房科技有限公司诉至法院,要求其立即停止商标侵权和不正当竞争,赔礼道歉、消除影响,赔偿经济损失及合理开支共520万元。日前,海淀法院受理了此案。

据了解,原告广州群歌公司诉称:“我秀”网站拥有大量注册用户和活跃的主播群体,在直播业享有较高知名度。但被告选取“我秀”、“我秀直播间”、“我秀美女直播”等与原告经营网站密切相关的词汇作为关键词进行网络推广,导致以“我秀”为关键词搜索出现“六间房”相关网页,进而促成用户浏览和点击被告网站,增加被告网站访问量。针对这一官司,北京商报记者分别联系了“六间房”以及其控股股东宋城演艺,不过截至发稿时双方均未给出回应。

公开资料显示,目前“六间房”的母公司是宋城演艺,不过后者在去年宣布对“六间房”进行重组。截至2018年12月28日,密境和风原股东天津花椒壹号科技合伙企业和天津花椒贰号科技合伙企业以其持有的密境和风的19.96%股权对六间房进行增资。增资完成后,宋城演艺持股比例为76.96%,接下来,宋城演艺还将继续降低对“六间房”的持股比例。

业内人士认为,近年来,直播平台进入激战期,YY、斗鱼、熊猫、虎牙、映客、花椒等直播平台之间的竞争从未停歇。且“六间房”的运营模式一直被认为存在政策风险,再加上陷入侵权旋涡,恐让这家正处重组期的直播平台未来道路更加坎坷。

新东方最大季度亏损的背后

1月22日,新东方公布了2019财年二季度财务业绩。财报显示,新东方Q2净亏损2600万美元,而去年同期净利润约为400万美元。值得注意的是,这是新东方近七年来首次在季度财报中出现净亏损,也创下了上市12年来最大的季度亏损额。尽管如此,新东方董事会主席俞敏洪依旧表示,K12业务仍是主要增长动力。据了解,K12业务在新东方的总收入贡献中占比过半。

2019财年二季度财报情况



七年来首现季度净亏

财报显示,新东方2019财年二季度净收入逾5.97亿美元,同比增长27.8%;运营亏损约为2900万美元,去年同期这一数字约为1300万美元。对比新东方过往发布的季度财报可以看出,这是公司近七年来首次出现季度净亏损。此前,新东方2019财年一季度净营收为8.598亿美元,净利润为1.232亿美元。

尽管新东方的业绩出现了疲态,但俞敏洪依旧对新东方的K12业务充满信心:“新东方的整体业务在2019财年二季度延续了增长势头,净收入同比增长27.8%。”俞敏洪表示,K12业务仍然是新东方的主要增长动力,在二季度收入取得约38%的显著增长。其中,优能中学取得同比约39%的收入增长,泡泡少儿收入同比增长35%。

“培训龙头”新东方上一次深陷亏损旋涡还是2012年。那一年,以做空中概股而知名的“浑水公司”发布报告,质疑新东方财务报告存在欺诈,建议

“强力卖出”新东方股票。受这份报告影响,新东方股价曾一夜暴跌35.02%。2013财年二季度,新东方净亏损达到1580万美元,为其上市后首次季度亏损,股价最低跌至9.41美元。

危险的扩张

事实上,这次巨额亏损早有预警。去年10月23日晚间,一份净利润下滑了22%的2019财年一季报便已经将新东方拖入深渊,当天美股盘中,新东方股票下跌幅度最大达到了16%。

虽然财报为新东方的亏损做出了合理的解释,但在这2860万美元的背后,也着实有着需要小心的地方,毕竟新东方首席执行官周成刚也确认,扩张仍是新东方的主旋律。但新东方如今的处境,却也有些“成也扩张败也扩张”的前奏。

数据显示,新东方自2015年起开始增加课堂容量和课程,后连续5个季度学习中心保持高增长。2019财年一季报显示,新东方又在现有城市增设了18个学习中心。在这样快速扩张的

情形下,五年来新东方营收几乎翻了一倍,但其净利润却一直稳定在2亿-3亿元之间,陷入了增收不增利的境地。2017-2018财年间,新东方营收增加了6.47亿美元,而净利润只增加了0.22亿美元。

合规成本

合规成本是新东方需要担心的问题。分析师指出,国家对培训机构监管治理加强的影响逐渐在上市公司财报中显现。2018年国家开展了一系列校外培训机构整治,花旗分析师曾公开指出,近50%的新东方K12教师可能没有教师资格。

新东方首席财务官杨志辉也曾表示,对于没有获得教师资格证的老师,很大一部分原因是他们需要回到原籍考试,新东方会通过多种途径配合政府完成师资合规的行动。由此可见,政策带来的监管将给新东方及许多K12培训机构带来学校硬件合规和师资合规的考验。

此前曾有业内人士分析,新东方

目前在全国的扩张布局,可能是在等待经历政策大洗牌后的不合规培训机构出局,以争取第一时间获得从市场中分流出来的新生源。另据业内人士分析,新东方在线目前已经在香港递交了招股书,如果新东方在线IPO成功,将会为新东方集团带来巨大的投资回报,这也会在未来体现在新东方的财务报表中,所以新东方的亏损现状可能只是暂时的。

竞争不能被忽略。当下正是中国在线教育行业高速发展的时期。根据艾瑞咨询统计,2016年中国在线教育整体规模达1560.2亿元,同比增长27.3%,同时预计2017-2019年仍将维持20%左右的年均复合增速,至2019年中国在线教育市场有望达2692.6亿元。

老牌培训机构沪江网的威胁还在眼前,主攻少儿英语赛道的VIPKID、哒哒英语、51Talk也在学前教育领域与新东方展开了较量。专家分析,当资本逐渐流向头部企业之后,新东方的竞争只会越来越激烈。

北京商报综合报道 代小杰/制表

F 聚焦
Focus

8部门联合部署推动农村“厕所革命”

据新华社电 中央农村工作领导小组办公室等8部门近日联合部署推动农村“厕所革命”,明确将推动农村厕所建设标准化、管理规范化、运维市场化、监督社会化,切实增强农民群众的获得感和幸福感。

记者1月22日从农业农村部了解到,中央农办、农业农村部、国家卫生健康委、住房城乡建设部、文化和旅游部、国家发展改革委、财政部、生态环境部8部门近日联合印发了《关于推进农村“厕所革命”专项行动的指导意见》。

意见提出,到2020年,东部地区、中西部城市近郊区等有基础、有条件的地区,基本完成农村户用厕所无害化改造,厕所粪污基本得到处理或资源化利用,管护长效机制初步建立;中西部有较好基础、基本具备条件的地区,卫生厕所普及率达到85%左右,达到卫生厕所基本规范,贮粪池不渗不漏、及时清掏;地处偏远、经济欠发达等地区,卫生厕所普及率逐步提高,实现如厕环境干净整洁的基本要求。

到2022年,东部地区、中西部城市近郊区厕所粪污得到有效处理或资源化利用,管护长效机制普遍建立。地处偏远、经济欠发达等其他地区,卫生厕所普及率显著提升,厕所粪污无害化处理或资源化利用率逐步提高,管护长效机制初步建立。

为如期实现既定目标,《意见》提出了7个方面的重点任务。一是全面摸清底数。以县域为单位摸清农村户用厕所、公共厕所、旅游厕所的数量、布点、模式等信息。二是科学编制改厕方案。因地制宜逐乡(或逐村)论证编制专项实施方案,明确年度任务、资金安排、保障措施。三是合理选择改厕标准和模式。加快研究修订农村卫生

厕所技术标准和相关规范,积极推广简单实用、成本适中、农民群众能够接受的卫生改厕模式、技术和产品。四是整村推进,开展示范建设。支持整村推进农村“厕所革命”示范建设,坚持整村推进、分类示范、自愿申报、先建后验、以奖代补”的原则,有序推进,以点带面、积累经验、形成规范。五是强化技术支撑,严格质量把关。鼓励企业、科研院校研发适合农村实际、经济实惠、老百姓乐见乐用的卫生厕所新技术、新产品。六是完善建设管护运行机制。坚持建管并重,充分发挥村级组织和农民主体作用,鼓励采取政府购买服务等方式,建立政府引导与市场运作相结合的后续管护机制。七是同步推进厕所粪污治理。统筹推进农村厕所粪污治理与农村生活污水治理,积极推动农村厕所粪污资源化利用。

世园经济汇

世园会搭台 企业唱戏

北京商报讯(记者李振兴)1月22日,2019年中国北京世界园艺博览会(以下简称“世园会”)筹办工作已进入最终冲刺阶段。截至目前,已有86个国家和24个国际组织确认参展世园会。同时,包括31个省区市、港澳台地区在内的120多个非官方参展者确认参展。其中,17家企业的室外展园也逐渐露出真容,希望利用世园会这一平台,展示自身的发展成就。众多园外企业园区也准备借此契机,提升自身园区的功能,唱好世园会的大戏。

据了解,世园会将于4月29日开幕,展期持续162天。除了国家园外,世园会园区还设立了京彩未来花园、蒙草企业展园、顺鑫企业展园、首开展园等17个企业室外展园。这些展园既集合了中国传统的文化,又结合了园艺规划、设计、建设的发展方向。开园后,世园会将通过每周一园的方式,向游客推荐。

在世园会园区内,京彩燕园投资

500万元建设了京彩未来花园,重点展示了海绵城市概念。园区采用下沉式设计,选用新型的环保、透水材料为主材,打造雨水收集利用示范区。该展园雨水收集利用系统将自然途径与人工措施相结合,在确保城市排水防涝安全的前提下,最大限度实现雨水在城市区域的积存、渗透和净化,促进雨水资源的利用和生态环境保护。

顺鑫企业展园以“家”为主题,营造

现代园居的日常生活场景、设计互动

游戏与装置等为大家带来亲切的沉浸式游园体验。据了解,顺鑫企业展园包括“流觞图”、“耕读圃”和“药草园”部分组成。除了世园会园区内的企业展园,众多园外企业也在摩拳擦掌。北京艾药园农业发展有限公司(以下简称“艾药园”)的园区为中国中医科学院中药资源中心博士实验室,采用“公司+合作社+农户”的模式运营。世园会即将开幕,届时会有更多的游客关注延庆的园艺产业,中药作为最具特色的一个品类,肯定会受到更多关注。我们将依托世园会开拓更多的企业客户,也为农户带来更多收入。”艾药园总经理霍志伟表示。