

## 去年超500家电影放映单位被查处

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)近年来我国对电影放映单位的监管愈发严格,据中国电影发行放映协会日前发布的《2018年协会工作报告》(以下简称《报告》)显示,2018年共有超过500家电影放映单位因存在违法违规行为而被查处。

《报告》显示,2018年中国电影发行放映协会会同众大合联等单位,采取自查、巡查、抽查相结合的监察办法,共取证核查影院1450家,较上年提高50%,覆盖28个省市区、180多个地市、200多个县市,涉及46个院线,同时协助国家电影局开展两轮市场巡检、抽查,覆盖13个省区、30多个市县150多家影城。

而在对电影放映单位是否存在违法违规行为方面,数据显示,该协会去年全年累计处理500多家电影放映单位,并依据法律法规和行业规则,根据情节轻重,处理方式包括告诫、停供片、曝光、追缴违约金。其中,对严重违法违规的电影单位,曝光3批,共14家,停供片2批,共9家。据悉,中国电影发行放映协会在每年底前将曝光名单提交给国家电影专项资金办公室,资金办根据有关规定,通过采取取消专项资金返还等措施,打击偷漏瞒报、弄虚作假、侵权盗录等各类违法违规行为。

《电影产业促进法》发布并实施以来,我国对于电影放映单位制造虚假交易、虚报瞒报销售收入等扰乱电影市场秩序的行为进一步加强监管与查处。中国电影发行放映协会方面表示,2019年将进一步完善社会监督机制和通报曝光机制,并加大力度保护知识产权,维护权益人的合法权益。与此同时,根据《全国电影院星级评定办法(试行)》,经国家电影局批准,明年将组建全国电影院星级评定组委会,指导各省协会组建省级电影院星级评定组委会;起草全国电影院星级评定实施细则。

## 小猪佩奇IP带热英国旅游

北京商报讯(记者 武媛媛)当洋IP遇上中国年,小猪佩奇便成了英国吸引中国游客的招财猪。1月27日,北京商报记者获悉,英国旅游局近日披露最新消息指出,随着中国农历猪年的到来,英方希望通过小猪佩奇等英国品牌吸引中国游客前来观光消费。英国旅游局预计,2019年访英中国游客人数将达48.3万人次,比2017年增长43%,到访中国游客预计将消费超过10亿英镑。

据悉,英国旅游局将与英国航空公司以及中国OTA企业进行合作,借助小猪佩奇等品牌宣传相关景点。此外,英方还将举办亚洲以外最大规模的春节庆祝活动,覆盖伦敦、曼彻斯特、利物浦、伯明翰、利兹和爱丁堡等主要城市。

小猪佩奇已经成为文娱、文旅市场的“宠儿”。公开资料显示《小猪佩奇》是一部英国学前电视动画片,由英国E1 Kids于2004年5月31日发行首播后,其动画片已于全球180个地区播放。在传入中国市场后,收获不少喜爱。今年1月,春节档动画电影《小猪佩奇过大年》的宣传片《啥是佩奇》发布后引发国民热议,IP好感度及热度更是直线上升。此外,国内旅游市场中,早有企业围绕小猪佩奇IP筹划建设主题公园以吸引亲子客群。

近几年,中国作为英国重要的客源市场,展现出了强大旅游购买力。据英国旅游局统计,中国游客平均每次访问英国花费2059英镑,是其他国际游客平均消费额的3倍多,在英逗留时间和旅游区域范围也超过国际游客的平均水平。而且中国游客赴英人次也持续升温。今年1月30日-2月12日期间,从中国飞往英国的航班预订量比2018年春节期间增长24%。今年上半年从中国飞往英国的航班预订量也比2018年同期增长了31%。

## 海南国家体育旅游示范区规划过审

海南省旅游和文化广电体育厅厅长孙颖1月27日在海南省六届人大二次会议“经济工作及自贸区建设”专题记者会上透露,包括赛马运动在内的《国家体育旅游示范区总体规划》已通过专家终审,准备上报。

在此前召开的2019年海南省旅游和文化广电体育工作会议上,孙颖透露今年海南省将在顶层设计上下功夫,编制出台旅游文化体育方面的若干规划。其中在体育规划方面要出台《国家体育旅游示范区总体规划》和《海南水上运动发展指导意见》《海南沙滩运动发展指导意见》《海南赛马运动发展指导意见》。孙颖表示,这几项运动也会体现《总体规划》中,专家终审评审已通过,准备上报。

《中共中央国务院关于支持海南全面深化改革开放的指导意见》中提出,鼓励发展沙滩运动、水上运动、赛马运动等项目。《海南省建设国际旅游消费中心的实施方案》中明确,海南建设国家体育旅游示范区,鼓励沙滩运动、水上运动、赛马运动、航空运动、汽车摩托车运动、户外运动等项目发展。

体育旅游是海南的一个重要任务。去年10月,国务院办公厅正式印发《完善促进消费体制机制实施方案(2018-2020年)》通知,全文13次提及体育,其中,方案明确提出支持海南打造国家体育旅游示范区,引入一批国际一流赛事的具体要求。而早在2009年,《国务院关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》(国发〔2009〕44号文)中,其第八(十二)条均明确提出要发展海南体育产业,其中就提到了举办国际知名体育赛事对于海南旅游具有独特的价值。

北京商报综合报道

## 环球主题公园增资蓝图浮出水面

迪士尼园区的扩建计划刚出炉,环球便紧跟其后,披露了最新的增资蓝图。据外媒近日的报道,环球主题乐园的母公司康卡斯特正在为其2019年主题乐园的发展寻找一些可靠的盈利项目。另一边,除了北京新的环球影城进入开业倒计时外,明年日本的环球主题乐园也将增加任天堂主题游戏区。该消息一经传出,业界就有猜测称,在老对手迪士尼及国内外各投资方不断增加主题公园投入的背景下,北京环球影城等项目近期可能也会追加新的投资。

## 增资计划

对于业界的猜测,1月27日,北京环球影城中方投资主体首寰公司相关负责人向北京商报记者独家回应称,在北京市发改委去年披露北京环球影城主题公园总投资额增加至515.4亿元的基础上,目前北京园区暂未收到更新的增资计划。

事实上,增资的猜测并非空穴来风。因为我们对筹备中的娱乐设施进行了大规模投资,所以我们对乐园未来几年的发展仍然持乐观态度。”在上周三召开的康卡斯特财报电话会议上,康卡斯特CFO Michael Cavanagh如此说道。

据悉,除了在美国的佛罗里达州和加州的乐园增加新的娱乐设施,环球主题公园还将于今年夏天在奥兰多开放新的酒店。与此同时,康卡斯特的相关负责人也反复提及了日本环球主题乐园新增的任天堂主题游戏区和中国北京即将开业的环球影城。而康卡斯特对于全球环球影城的增资计划也早已开启。数据显示,2018年,康卡斯特的NBC环球部门的资本支出同比增速超过15%,达到17亿美元。

去年北京市发改委制作的2018年北京市重点项目融资工作会项目册中就曾提到,北京环球影城主题公园项



目总投资额已经提高到515.4亿元,相比2014年项目获批时媒体报道的200亿元投资额来说翻了一番。当时就有媒体报道,北京环球影城增加的投资将用于扩充零售和娱乐空间,改善景点设施,并建造新的场景,其中包括基于《哈利·波特》系列图书和电影的场景。此外,主题公园还将包括基于《变形金刚》《怪物史瑞克》和《功夫熊猫》系列电影的景点。预计北京环球影城开放第一年将吸引1000万游客。

## 背后意图

对于环球影城近年来大规模、快速且相对高调的增资态势,不少业内人士都将原因归结为全球主题公园市场竞争日趋激烈的情况下环球欲借改扩建稳固自己的第一集团地位。通过增资加速扩张,是任何一个主题公园保持自己市场竞争优势的一个重要渠道。”中国旅游研究院副研究员吴丽云表示,由于各个国家和地区消费者的需求都在不断变化,因此,主题公园运营方必须要根据消费需求的变化随时调整自己提供的产品和服务,而不断更新项目、加大研发等投入,应该已经

成为了环球、迪士尼等主题公园巨头的一种常态。

而外媒更是直接表示,环球主题乐园开始在美国地区和全球扩张业务,是由于竞争对手迪士尼乐园继续投资扩建园区。就在上周,上海迪士尼度假区正式宣布,全球首个“疯狂动物城”主题园区即将落户上海迪士尼乐园,成为该乐园一期的第八个主题园区。据悉,这是上海迪士尼度假区在开幕后不到三年第二个重大扩建计划。

实际上,目前迪士尼全球六大主题公园以及迪士尼邮轮公司都在进行大规模扩建。2017年下半年,香港迪士尼乐园度假区正式启动了新阶段扩建计划工程,将在持续六年内,每年推出新的项目。去年东京迪士尼也宣布,东京迪士尼的运营公司OLC与迪士尼美国总部达成协议,启动东京迪士尼乐园开园以来的最大规模扩建项目。

“除了老对手迪士尼外,放眼全球,近两年,进入主题公园市场的企业越来越多,华纳兄弟等大量影视企业开始强势从主题公园切入旅游行业。早年间,迪士尼、环球等几家公司独

大、几分天下的局面早已不复存在,各主题公园品牌和迪士尼、环球的差距已越来越小。”吴丽云表示,随着越来越多拥有知名IP等核心资源的影视企业跨界进入主题公园市场,不论是环球还是迪士尼,客流被分流的效应就会愈发凸显出来,因此,只有尽快形成更完善的消费闭环,提高产业链竞争力,让自己的品牌效应最大化,将利润构成调整得更加合理,才能让自己稳坐领军者的位置。

## 中国市场争夺战

国际主题公园市场竞争愈发激烈,而随着中国的消费潜力加速释放,这片市场也已然成为各主题公园品牌的“兵家必争之地”。随着北京环球影城进入开业倒计时,这场规模庞大的客流争夺战一触即发。

此前业界有消息称,明年,国内将至少有4个六旗乐园和1个乐高乐园开业。还有专家告诉北京商报记者,除了在上海、香港对内地游客“虎视眈眈”的迪士尼,以及各路加速挤入中国市场的国际企业之外,国内的主题公园品牌也丝毫没有甘居环球之后的意思,扩张脚步也在不断提速;“好虎”对阵“群狼”的市场格局已愈发清晰。

“现在,华侨城、方特等国内主题公园中的领军企业都已纷纷在一二线等核心城市进行布点,并且开始向三四线城市下沉,这部分供给也将会对环球的客流吸引力形成一定的威胁。”吴丽云表示。

不过,整体来看,上述专家告诉北京商报记者,在北京环球影城开业后的一段时间内,环球在中国的主要竞争对手应该还是迪士尼。咨询机构International Theme Park Services总裁Dennis Speige也曾表示,环球影城未来将在主题公园市场继续挑战迪士尼的统治地位。

北京商报记者 蒋梦惟/文 张彬/制表

F 聚焦  
Focus

## 遭遇“兴奋剂碰瓷”孙杨人红是非多

“报道不实,国际泳联反兴奋剂仲裁庭早于2019年初做出孙杨无过错的裁定,目前正在起草对泰晤士报的律师函,准备起诉。”北京时间1月27日,面对被外媒传得沸沸扬扬的孙杨服兴奋剂被禁赛的消息,孙杨委托律师张起淮发布律师声明,予以否认。

当地时间1月27日,英国星期日泰晤士报的报道称,孙杨违反《世界反兴奋剂条例》,面临终身禁赛。报道称,世界自由泳名将孙杨在兴奋剂检测中与检测人员发生冲突,他让安保人员用锤子砸碎已密封的血液样本瓶,这一行为或者让他面临终身禁赛。

张起淮在接受媒体采访时称,在孙杨兴奋剂检测的整个过程中存在的最关键问题是检测人员的资质,孙杨有权拒绝无效的检测,捍卫运动员的尊严和清白。同一天,中国游泳协会也发布声明称,国际泳联就此开展调查后,中国游泳协会本着严肃认真的态度,要求孙杨积极配合调查,客观真

实反映当时情况。目前,依据国际泳联反兴奋剂委员会的决定,认定运动员没有违反FINA有关反兴奋剂规则。

扑面而来的谣言形象地解释了什么叫做人红是非多。就像星期日泰晤士报的报道所提到的,作为目前世界泳坛中长距离自由泳最出色的选手,孙杨是唯一一位在奥运会上拿到过200米、400米和1500米自由泳三枚金牌的选手。而在去年8月举办的雅加达亚运会上,男子800米自由泳决赛中,孙杨再度以7分48秒36的成绩打破亚运会纪录夺得金牌。

伴随着荣耀而来的是他超强的吸金能力。《体坛周报》公布的2016年中国体坛财富榜数据显示,孙杨当年以6900万元人民币收入高居榜首,张继科、宁泽涛紧随其后。然而随着孙杨此后几次不断创下的纪录,他如今的身份或许远不止如此。有数据显示,孙杨已经成为最受广告商青睐的体育运动员之一,商业出场费早已从之前的30

万-50万元直接飙升到100万-200万元,广告代言收入更是破亿。

据了解,这份榜单是综合统计比赛奖金、商业赞助、社会活动出场费等收入而构成的,宁泽涛曾被认为有实力与孙杨竞争中国泳坛“一哥”,但他的财富几乎只有孙杨的一半。而在2017年中国最具商业价值明星排行榜上,孙杨更是名列第25位,在现役运动员中排行第一。这一排名甚至超过了邓超、孙红雷、章子怡、王菲等娱乐圈当红明星。

然而体坛毕竟是个吃“青春饭”的地方,为此孙杨也在为自己的出路做打算。近些年来,不少体坛明星“娱乐化”,邹市明、傅园慧、张继科……孙杨也是其中的一个,他相继参加了《奔跑吧》《跨界歌王》《拜托了衣橱》等综艺节目。2016年,甚至有媒体曝出孙杨签约了一家传媒公司,但当时该公司也回应称,他是公司签约的体育明星,仍将侧重于他的体育事业。

北京商报综合报道

## 法国滑雪度假酒店拟在中国招商

北京商报讯(记者 武媛媛)境外滑雪度假酒店市场发展趋缓,中国投资者成了破局的关键。1月27日,北京商报记者从北京产权交易所获悉,法国阿尔卑斯滑雪胜地某酒店发布融资项目,拟在中国招商,交易价格面议,披露起止日期为2019年1月28日至2020年1月27日。近几年,境外滑雪度假村及酒店迫切寻找市场突破口,而拥有巨大人口红利的中国自然就成为关注焦点。

公开资料显示,法国阿尔卑斯地区是世界最大、最著名的滑雪胜地,在侏罗山脉、比利牛斯山脉、中央高原和孚日山脉等多个山脉均建有滑雪场。尽管法国是世界冰雪旅游热门目的地,但法国滑雪产业仍主要依赖国内市场。近几年法国滑雪人次呈现下滑趋势,数据显示,2015-2016年法国滑雪人次为5200万,比上一个雪季降低了3.5%,而最近五年平均滑雪人次的水平也略有下降。

北京商报记者了解到,境外滑雪度假酒店在华寻求本土投资人已不是首次,早在2017年,阿尔卑斯山下的一家法国三星级酒店就曾在华发布整体转让信息。而部分中国企业也对境外滑雪度假村产业展现出投资意向。例如,近三年中,复星集团与世界级滑雪度假村运营商法国阿尔卑斯集团就合作开拓中国市场方面进行数轮磋商,后于去年12月传出消息,双方已达成了相关协议。

北京市滑雪协会主席李晓鸣对此分析,在北京冬奥“三亿人参与冰雪运动”的号召和带动下,大众对冰雪旅游的消费意识逐步提高,加之我国出境

旅游热度持续升温,对于境外旅游目的地而言无疑是巨大的市场商机。境外滑雪度假村及酒店与中国企业合作,除可吸引更多中国游客外,还可打开滑雪度假村品牌知名度,甚至在中国以连锁方式进行扩张,创造良好的协同效应。同样需注意的是,虽然国人出境滑雪人次出现增长,但中国企业在境外投资滑雪度假村及酒店的现象并不会成为大趋势。出境滑雪仍是高端小众消费项目,短期内投资回报收益不明显,至少3-5年内才能看出产业投资价值,国内具有实力进行长期投资的企业仍较少,跨国投资仍是个别现象。”