

· 资讯播报 ·

第九批游戏版号下发

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)3月14日,据原国家新闻出版广电总局网站显示,第九批游戏版号已经下发,包括巨人网赚《猫咪别追我》在内的产品相继获得版号,共计达93个。北京商报记者初步统计,自2018年12月游戏版号重启审核后,每批均有80~90个版号对外下发,截至目前,第一至九批共下发了819个游戏版号。

去年3月,游戏版号审批暂停的消息一度令游戏市场的从业者较为紧张,也令部分游戏公司的发展步入寒冬。直至进入去年12月,游戏版号才出现恢复审批的消息,尤其是中宣部版权局副局长冯士新公开表示:“首批部分游戏已经完成审核,正抓紧核发版号”的消息,当时瞬间令游戏板块不少股票出现飙升。随后在去年12月29日,第一批游戏版号正式发放,令游戏市场焕发新的气象。

截至目前,包括腾讯、网易在内的游戏巨头,以及巨人网络、完美世界等上市公司旗下的游戏产品均已陆续获得版号。不少获得版号的游戏产品均为移动游戏。以此次发放的第九批游戏版号为例,只有1款游戏为网页游戏,另有1款为游戏机-PS4,此外还有2款游戏申报类别为客户端,其余89款游戏均为移动游戏。

中青旅联合体“接盘”古北水镇股权

北京商报讯(记者 蒋梦惟)这一轮中青旅联合体“接盘”京能集团10%古北水镇股权的事情终于落下帷幕。3月14日晚间,中青旅控股股份有限公司(以下简称“中青旅”)发布公告称,北京市商务局已批复同意北京能源集团有限责任公司(以下简称“京能集团”)将其所持的北京古北水镇旅游有限公司(以下简称“古北水镇”)5.1613%股权转让给中青旅,将所持的古北水镇4.8387%股权转让给珠海嘉伟士杰股权投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“嘉伟士杰”),至此,中青旅、嘉伟士杰与京能集团签署的产权交易合同正式生效。

去年11月2日,京能集团再次准备“转手”古北水镇股权,挂牌转让股权比例为10%,转让底价8.5亿元,价款支付方式为一次性支付。当月底,中青旅公告称拟联合嘉伟士杰共同参与受让京能集团公开转让的古北水镇10%股权。股权转让完成后,京能集团持股比例从20%降至10%,变为第五大股东。

今年2月26日晚间,中青旅又发布关于拟参与受让古北水镇股权项目的进展公告。根据公告,当日中青旅、嘉伟士杰与京能集团正式签署合同,成为古北水镇10%股权项目的最终受让方,受让价为8.5亿元,与挂牌转让底价持平,中青旅受让股权比例为5.1613%。在本次股权转让交易完成前,中青旅作为古北水镇第一大股东,合计持股41.29%,加上原本持有的股权,目前中青旅所持古北水镇股权比例仍不足50%。

新东方在线预计3月28日上市

北京商报讯(记者 程铭劼)3月14日,新东方在线宣布了香港联交所主板的上市计划。新东方在线将发售1.645亿股股份,每股招股价介于9.3~11.1港元之间。据悉,新东方在线将于3月15日开始在香港公开发售,并于3月20日中午12点截止认购,股票预计将于3月28日在香港联交所主板开始进行买卖。募资额介于15.3亿~18.26亿港元之间,入场费5605.93港元,股票代码为1797。

根据新东方在线今天更新的聆讯资料显示,摩根士丹利、花旗及中金公司为其联席保荐人。2016~2018财年,新东方在线营收分别为3.34亿元、4.46亿元和6.5亿元,对应纯利为0.6亿元、0.92亿元、0.82亿元,2017年3月,新东方在线挂牌新三板,但不到一年,新东方在线就宣布申请终止挂牌。此番在香港上市,意味着新东方在线即将重回资本市场。就在上市前夕,新东方在线还宣布升级其考研课程体系,推出基于大数据分析和最新学习理念的2020考研进阶全程班产品。

比新东方在线更早在香港递交上市招股书的沪江网校,日前受到“裁员”消息影响,至今没有披露关于上市的最新进展。之前行业一直都在猜测,沪江和新东方在线谁会成为“在线教育赴港上市第一股”。目前来看,新东方在线有望反超沪江成为第一家香港上市的在线教育公司。

2月国内航班正常率环比下降3%

北京商报讯(记者 肖玮 武媛媛)3月14日,中国民用航空局举行新闻发布会,介绍2019年2月民航安全运行情况。数据显示,2月民航共保障各类飞行464022班,日均16572班,日均同比增加9.06%,日均环比增加3.32%。航班正常率为80.55%,同比提高0.54个百分点,环比下降3.07个百分点。机场放行正常率为83.98%,同比提高0.26个百分点,环比下降1.87个百分点。

对于2月航班正常率环比下降,运行监控中心副主任孙韶华指出,主要影响因素首先是天气,约占延误航班比例为41.52%。而军事活动也是影响航班正常运行的主要原因,占延误航班比例为31.36%。另外,今年2月27日,巴基斯坦民航当局宣布自北京时间2月27日15:30临时关闭巴基斯坦空域,收到航行通告后民航局立即启动应急处置预案。截至3月13日16:00,巴基斯坦空域持续关闭15天,国内航空公司共改航163班,取消42班;共有245个外国航空公司航班改航使用中国领空。

埃塞俄比亚航空发生空难后,乘客对波音737 MAX机型产生信任危机,航空安全办公室副巡视员周红强调:“目前,部分公众对于停飞的波音737 MAX 8与波音737-800两个机型产生认知混淆,事实上,波音737飞机先后生产多个系列,包括737-700系列、737-800系列以及737 MAX。在国内民航业中,将737-7、737-8、737-9和737-10统称为737 MAX,因此,737-8型并不属737-800系列”。

美吉姆抢早教蛋糕能否如愿

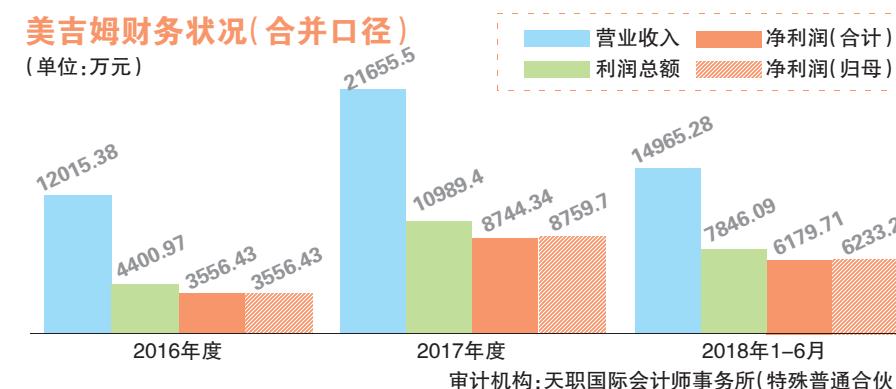
作为去年最受关注的早教收购案,美吉姆与三垒股份的“联姻”又有新进展。3月14日,三垒股份发布公告,拟将公司名称由大连三垒机器股份有限公司变更为大连美吉姆教育科技股份有限公司。有了资本跳板的助力,美吉姆的早教野心也在日益凸显。然而,随着学前教育新规的出台,民办幼儿园的资产证券化之路遇阻,隶属公共服务和教育体系的0~3岁早教市场迎来了前所未有的资产化想象空间,在“早幼教红利”不断释放的当下,美吉姆接下来所要面对的不仅是承担业绩对赌的巨大压力,还有日趋激烈的市场竞争环境。

弯道超车登陆资本市场

3月14日,三垒股份发布公告称,鉴于公司已于2018年度完成了对天津美吉姆教育科技有限公司的并购事宜,公司已转型进入早教行业,本次变更公司名称与公司主营业务相匹配。同时,高管履约增持,美吉姆重组交易对方(现任三垒股份公司总经理、董事刘俊君)履行约定继续增持公司股份,增持金额不超过原交易对价的30%,这意味着三垒股份已从“制作业+教育”的双主营格局,跨越到了由美吉姆主导的专注“早教领域”的A股企业。

2018年6月,一季度净利润大幅下滑的三垒股份发布重大资产购买预案,拟通过新设立的一家控股子公司,以较账面值溢价3766%的价格,作价33亿元现金收购早教公司美吉姆100%股权。同时,交易对方做出业绩承诺,美吉姆2018~2020年的承诺净利润分别为1.8亿元、2.38亿元、2.9亿元。

据了解,当时三垒股份总资产13亿,而美吉姆的营收规模和净利润规模皆超过三垒股份。为了将美吉姆收入囊中,三垒股份在交易结构上颇花心思,采取了全现金收购、分期付款、



业绩承诺、增持股票的方式100%现金并购,据华夏桃李资本透露,此种方式不涉及发行股份,降低了审批的难度。三垒股份把33亿元拆分为5期支付,此举一方面缓解了收购方的资金压力,也降低了标的方完不成业绩对赌的风险。同时约定标的需增持上市公司股票,以绑定原有核心管理团队。

据了解,美吉姆是2009年进入中国的美国早教品牌。去年11月底,美吉姆公司领取了新的营业执照、完成股东变更登记,标志着“早教并购第一案”正式收官。而随着三垒股份即将更名为“美吉姆”,美吉姆也摇身一变成A股早幼教龙头。

对赌压力与扩张隐患

上市并不是终点,下一步美吉姆需要完成对赌业绩并实现更大的市场份额占有率。三垒股份副总经理徐小强表示,欲借助控股三垒股份的中植集团在地产方面的资源,帮助美吉姆拓展门店。三垒股份去年11月发布的重大资产购买暨关联交易报告书(草案)据报告显示,美吉姆2016、2017、2018年1~6月的净利润分别为3556.43万元、8744.34万元和6179.71万元。换言之,美吉姆2018年下半年还需实现近1.2亿元的净利润,该数值已经是其2018年上半年净利润的2倍,2017年全年的1.3倍左右。

在近几年的“早幼教红利”诱惑下,早教品牌越来越多,据比对过多家早教机构的家长告诉北京商报记者,美吉姆收费要略高于市场同类品牌。可见,市场获客压力仍是一个不能忽视的要点,能否再次爆发也成了美吉姆必须考虑的问题。

此外,国元证券称,收购美吉姆的资产主要为加盟业务,盈利模式以“加盟费+9%流水分成”为主,截至2018年末,公司开业加盟店数量已突破400家(434家),新开业门店将在2019年逐步贡献流水分成,累计开业门店越多,流水分成越多。与此同时,原91家直营门店改加盟模式后每月贡献稳定流水分成,这些门店主要位于一线城市,为消除同业竞争影响,原直营门店未来有并表的可能。这也意味着以加盟为主、直营为辅的运营模式势必会面临加盟商难以管控的局面。

据徐小强称:“相比K12课外培训,早教服务是更加有望做成全球化的业务类型,早教内容更容易实现跨文化、跨地域的打通。”可见其野心并不局限于中国国内市场。但其目前只拥有美吉姆品牌在亚洲区域相关业务的全部资产,包括使用商标权、设立直营与加盟中心权、课程使用权等。这意味着只有启动扩大对美国美吉姆控股权的方案,才能将占股比例提升更高。

未来发展变数不断

随着学前教育新规的出台,特别是民办园上市的“禁令”,学前教育被放在了监控的聚光灯下。在新规公布后第二日,学前教育板块集体下挫,三垒股份甚至涨停。而目前尚未被纳入到政策监管中的0~3岁早幼教产业,未来是否会受到监管仍存在未知数。

三垒股份有回复称,据教育部相关规定,新规主要针对6岁以上幼儿园教育,对0~3岁的早教没有明确规定。早教中心的上课学员主要为0~3岁儿童。徐小强表示,中央文件解决的是入园难、入园贵、监管弱的问题。早教类似素质教育和亲子教育,在准入方式、办学形式和课程内容上,都和幼儿园有本质区别。公司未来只提供与幼儿园和其他学校教育体系互补的、非学科类教育服务。

“早期教育行业未被正式纳入学前教育监管,所以行业准入门槛不高,但竞争者鱼龙混杂。另外,早教的教学内容难度较低,这也导致复制成本相对较低,品牌、内容成为市场竞争重要的壁垒。”北京早期教育发展促进会办公室主任陈玲谈道,从教育的本质上来看,第一是科学过硬的教育内容,第二是优秀的教育者。待监管介入大浪淘沙之后,规范运营的龙头企业有望最终胜出。规范化、规模化和品牌化的发展,是早教行业未来可见的发展态势。

除了政策影响,有业内资深人士表示,如果能在线上发力的话,有机会把美吉姆线上线下资源打通,可能会有更多的业务增长点出现。早教行业受成本和空间的限制,天花板的限制明显。单纯的早教培训很难让美吉姆成为巨头,除非早教机构嫁接其他产业,比如说托育、幼儿园或者其他的现金流项目。

北京商报记者 刘斯文

F 聚焦
Focus

旅游“夜经济”面临供需失衡难题

市场需求激增,企业却供给不足,被称为黄金4小时的旅游夜经济面临供需失衡难题。3月14日,中国旅游研究院联合多个部门和机构发布了夜间旅游系列研究报告。报告显示,仅今年春节期间,夜间消费占消费总额比重就接近三成,而夜游消费又占了夜间消费的三成。不过,目前我国夜间旅游供给仍明显存在供不应求及供需不匹配等问题。业内普遍认为,之所以各企业、景区对于夜游产品的投入相对谨慎,主要是因为夜游安全、照明设施等基础设施、机制保障投入相对较高,但客流、收入却不如日间旅游稳定,而且还受限于目的地的软硬件基础条件,因此多数企业在该领域产品开发节奏相对较慢。

方兴未艾

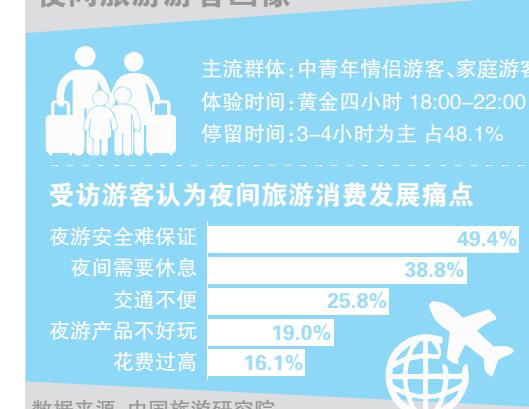
“专项调查数据表明,当前我国游客夜间旅游参与度高、消费旺,九成左右游客有夜间体验的经历。”中国旅游研究院院长戴斌表示,近年来,夜间旅游消费数据保持着稳步增长态势。

据中国旅游研究院旅游经济实验室助理研究员张佳仪介绍,数据显示,仅2019年春节假期期间,国内夜间消费的总额、笔数就分别占到了总消费的28.5%、25.7%,而在夜间消费中,夜间旅游消费占比又达到了约三成:“夜间旅游已成为旅游目的地夜间消费市场的重要组成部分。”张佳仪告诉记者,现阶段,我国游客国内旅游的平均时长在3天左右,人均停留时间为2.03晚,随着旅游消费需求日趋多元,夜游已经开始逐步释放颇为可观的市场潜力。

实际上,夜间旅游的概念在国内兴起时间不长。中国旅游研究所夜间旅游课题组成员赵一静介绍,狭义来看,游客利用18:00以后的闲暇时间在目的地进行体验活动都可以称作夜间旅游。而戴斌则进一步表示,目前行业内普遍形成了“黄金四小时”这一对夜间旅游时段的认知,即每日18:00~22:00。“对于越来越多追求异地生活方式深度体验的游客而言,这一时段其实已经成为他们旅游消费的高峰期。”戴斌表示。

“具体来说,夜间旅游主要是夜景观光旅游、夜间节事旅游、夜间文化艺术休闲游、夜间演艺体验游、街区夜游、景区夜游六种。”赵一静直言,调研结果显示,夜间旅游的发展能够有效推动目的

夜间旅游游客画像



地延长游客停留时间、刺激当地旅游消费、活跃商圈。虽然旅游业对于夜间旅游前景整体都颇为乐观,但报告也提出,目前夜间旅游存在供给不足、供需不匹配等问题,夜间旅游尚处于市场导入期和产业培育期。

供给缺位

“有71%以上的受访企业预计,未来我国的夜间旅游市场需求将持续旺盛。”张佳仪介绍,但在这一背景下,供给端参与调研的657家旅游企业中,72.99%的旅游企业提供的夜游产品品类仅占全部旅游产品的30%以下,还有79.24%的旅游企业夜游产品收入占企业总收入比重不足30%。

报告进一步提出,专项调查数据显示,参与调研的旅游企业中,夜游产品投资规模在5%以下的企业占比23%,投资规模在6%~10%的企业占比28%,投资规模在10%~20%的企业占比26%,投资规模超过30%的企业占22%。其中,分别有超过三成的企业选择了更“稳妥”的投资方式,即有30.7%的受访企业更倾向于与政府合作投资夜间旅游产品,有32.6%的企业愿意与国内其他企业合作投资,这两项占比远超愿意独资的企业比例。对此,有专家直言,可见,旅游企业整体对于夜间旅游产品的投入还是相对谨慎的。

“从夜游产品的供给侧角度看,现阶段,我国旅游企业的夜游领域投资、产品供给数量和盈利水平均较白天旅游产品有很大差距。”张佳仪告诉记者,中国旅游研究院副研究员吴丽

云提出,虽然现在我国已经有不少企业开始布局夜间旅游市场,开发了一些相对成熟的夜市街区、夜间演艺等产品,但是当期市场上还缺少对于目的地城市的综合性夜游产品的打造。市面上已有的夜间旅游产品往往是单体形式的,不成系列、没有形成综合效应,对当地消费和市场的带动作用也就相对有限,整体占当地旅游市场规模也就很难与日间产品抗衡。”吴丽云直言。

尚处谨慎期

在张佳仪看来,之所以旅游企业看好却又迟迟不肯大举进军夜游市场,与夜间旅游本身市场规模、客流不够稳定有密切关系,这一新兴业态正处于起步阶段,而且,目前我国各地能够支撑夜游的软硬件基础有着明显的差距,夜间旅游产品的开发又十分受目的地城市基础条件限制,所以旅游企业投资普遍相对谨慎。”张佳仪表示,现在,市面上大量夜间旅游产品供给并非旅游企业提供的,比如在目的地就餐、看电影、去剧院等,而这些服务设施主要是面对包括当地居民在内的更广阔消费群体的。

报告也提出,目前夜间旅游消费的发展也受制于安全、交通等因素的限制。数据显示,49.4%的受访者认为夜间旅游安全问题是夜游消费的痛点;38.8%的人认为,由于白天行程安排相对较满,旅游产品普遍对白天、夜间行程安排不均衡,因此,为更好地休息、优先保障日间旅游只能牺牲夜间旅游。还有25.8%的受访者认为交通不便也是限制夜游消费发展的主要因素。

“不过,整体来看,未来夜间旅游还是有着明确的投资热点,有25.6%的受访企业愿意投资休闲设施和休闲氛围相关的产品,有22.5%的企业希望侧重于美食和夜市,还有21.2%和18.4%的企业想要投资夜间体验活动和夜间表演‘演艺’。”张佳仪表示。

戴斌认为,加快投资研发产业链,是缓解夜间旅游供需矛盾的有效途径,“景观之上是生活,不能一提夜间旅游就直指山水实景演出和大型主题公园,应在充分挖掘本地居民的夜间休闲资源、场所和项目的基础上,让游客参与进来,扩大消费基础。像苏州的评弹表演、北京的老舍茶馆、上海的彩虹合唱团、东北二人转等,都可以为游客所共享。”

北京商报记者 蒋梦惟