

· 资讯播报 ·

南航与春秋航空 拟试水合作低成本模式

北京商报讯(记者 肖玮)继东航之后,南航也对低成本航空野心勃勃。6月26日,从南航2018年度股东大会上传出消息:“南航未来将与春秋航空一起探索低成本航空发展空间,且正在研究旗下哪家公司适合发展低成本模式”。同日,春秋航空相关负责人在接受记者采访时也表示,认同南航的说法。

据悉,南方航空副董事长马须伦透露,针对低成本航空,已与部分省份的当地政府在协商之中,将优先选择人口基数较大,高铁不便利的地区。春秋航空则回应:“虽然目前暂时没有更多信息提供,但春秋航空愿意寻求与南航探索在低成本航空业务模式上合作的可能性。把握民航大众化的历史发展机遇,共同推动我国低成本航空市场的发展”。

事实上,南航和春秋航空“牵手”已超过半年。去年9月2日,春秋航空发布公告称,公司以自有资金,按照每股6.02元的价格认购南方航空非公开发行A股股票,认购金额约为8.46亿元,占南航发行完成后A股股本比例为1.63%。至此,业内普遍认为,两家公司在低成本航空业务上的合作,充满想象空间。

公开资料显示,2018年,南航旅客运输量达1.4亿人次。截至2019年1月,南航运营客货运输飞机超过840架,每天有3000多个航班覆盖全球40多个国家和地区、224个目的地,航线网络1000多条,提供座位数超过30万个。

按照发展规划,到2025年,南航预计在北京大兴国际机场(以下简称“大兴机场”)投入飞机超过200架,日起降航班超过900班次。可见,转场大兴机场,给了南航更多发展空间。而春秋航空作为中国首批民营航空公司之一,且始终定位在低成本航空经营模式。此前,春秋航空就曾表示,公司将以认购南方航空A股非公开发行项目为契机,促进双方在航空主业上的合作以及对于差异化经营模式的尝试。

根据亚太航空中心统计,目前我国低成本航空占国内航线市场份额仅为9.7%,低成本航空公司无论从数量还是市场份额来看仍然较少,远低于全球及亚太其他区域水平,但随着中国民航局出台进一步促进低成本航空发展的相关政策,以及国内需求的日益旺盛,未来市场潜力巨大。

春秋航空董事长王煜也告诉北京商报记者:“与南航的合作空间很大,接下来也会进一步与南航高管探讨双方在低成本航空等方面的合作模式。另外,双方合作多年,未来也不排斥交叉持股,但目前双方合作的具体情况,还在研究探讨”。

业绩下滑《盗墓笔记》版权到期 深交所对欢瑞世纪下发年报问询函

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)6月26日,深交所对欢瑞世纪下发年报问询函,并就该公司2018年应收账款增加、经营活动现金流量净额下降《盗墓笔记》版权到期等方面,要求欢瑞世纪进一步说明相关情况。

据欢瑞世纪2018年年报显示,该公司报告期内实现营业收入13.28亿元,较去年下滑15.23%,实现归属于上市公司股东的净利润3.25亿元,较去年下滑23.09%。

而据现金流量表显示,欢瑞世纪的经营活动产生的现金流量净额为-6.49亿元,较去年下滑50.05%,且已连续两年为负,收到的其他与经营活动有关的现金中收到的往来款为3.06亿元,支付的其他与经营活动有关的现金中支付的往来款为4.28亿元。

深交所所在问询函中表示,要求欢瑞世纪结合公司的经营模式、结算模式、信用政策、收入确认原则以及所处行业监管政策等因素,说明本年度营业收入、归属于上市公司股东的净利润、经营活动现金流量净额大幅下降的原因;同时详细说明收到的其他与经营活动有关的现金、支付的其他与经营活动有关的现金中往来款的具体情况,包括对象、金额、是否与公司有关联关系以及形成原因等,相关交易的合理性、必要性,相关交易是否履行信息披露义务。

与此同时,欢瑞世纪2018年年报显示,截至报告期末,欢瑞世纪应收账款为23.22亿元,较期初增加35%,占公司报告期营业收入的174.85%,占欢瑞世纪资产总额的47.27%,且报告期内应收账款周转率下降。

对此,深交所所要求欢瑞世纪详细说明在营业收入下滑的情况下,应收账款大幅增加的原因,以及应收账款与营业收入变动趋势不一致的原因及合理性;同时结合公司业务模式以及同行业可比公司情况,详细说明公司应收账款规模较大且占公司总资产比例较高的原因等方面。

而针对近期有公开报道显示《盗墓笔记》的版权已于2019年5月26日到期一事,深交所所要求欢瑞世纪说明《盗墓笔记》版权到期对公司未来经营的影响以及应对措施,并梳理并披露对欢瑞世纪影响较大的小说及剧本版权的授权内容及授权期限,如存在未来一年内即将到期的版权,详细说明对公司的影响及公司的应对措施。

除此以外,深交所还针对欢瑞世纪2018年分季度财务数据波动较大、毛利率波动、是否存在对主要客户的依赖风险、控股股东被质押的股份是否存在被平仓的风险等方面进行问询,要求欢瑞世纪进一步说明和补充披露相关信息。

YO 加盟2.0”:饮鸩式自救

编辑 杨月涵 美编 宋媛媛 责校 池红云 电话:64101897 lyzx0405@126.com

YO入华后融资脚步一览

2018年9月	软银出资8亿美元
2018年12月	新加坡打车服务商Grab出资1亿美元
2019年2月	中国网约车企业滴滴出行出资1亿美元
2019年3月	爱彼迎以7500万美元入股YO
2019年6月	有消息称YO正就10亿美元新融资谈判

大规模裁员风波未过,风口浪尖上的酒店连锁品牌YO又接连出招谋求“自救”。6月26日,有YO加盟商告诉北京商报记者,目前YO正在向加盟商推行一种新的合作模式。与此同时,业界还有传言称,YO决定尝试一项新业务,正与全球多家知名资产管理公司谈判,准备创建一个酒店房产基金,收购房产再出租。目前,YO已向记者确认,表示已实施2.0加盟模式,对加盟商承诺收益,若营收未达标,则由YO补齐。不过,这种在中国市场上几近于饮鸩止渴的扩张模式,让业界充满了“看不懂”的声音,而酒店房产基金业务能否为有大量资本需求的YO有效“输血”则仍是未知数。

一波未平一波又起

“对于中国传统的酒店业经营者来说,YO是一个让人完全看不清未来存在。”一位连锁酒店负责人直言,而且,在一个月前刚刚用6亿元代价“过路费”换到携程、美团旅行之后,YO身上的这团迷雾似乎越来越浓了。

根据YO相关负责人介绍,他们所推行的2.0加盟模式,会向加盟业主承诺保障收益,如果营收未达标,将由YO来补齐,而且YO将注资进行基础设施翻新、提供软件系统等全方位的运营支持。就此,YO信心满满地表示,升级之后,YO酒店将成为中国唯一一家全面给业主收入保障的酒店管理集团。然而上述加盟商却表示,目前自己仍在观察,不确定收益能否像YO保证得那么可观,暂未确定续约加盟。

不可否认,向加盟商实施业绩承诺对各行业来说,都是一个十分“昂贵”的扩张模式。为此,YO一方面积极寻找新的融资资金主,一方面也动起了新的心思。有消息称,目前YO正在寻求募集一笔10亿美元的融资,投资方可能会纳入一批新晋的投资公司;

与此同时,YO还可能会触及酒店房产基金这项新业务,走收购房产,然后确定收益率再出租的路子。

值得关注的是,就在积极谋自救的信号发出后,YO又被疑存在数据造假的行为。业内有消息称,目前已经有很多加盟商与YO进行线下解约,但受制于较高的KPI压力,区域团队并未将系统中的解约房源下线,而是用高出其他平台很多的标价来避免预订。还有传言称,虽然YO宣称自己已拥有上万家门店,但真正能收上佣金的只有不到40%。截至记者发稿,除保底加盟外,YO尚未就其他消息回应记者的采访。

被集火的“保底加盟”

在这一轮有关YO的讨论中,“保底加盟稳业主”的争议颇为集中。一位不愿透露姓名的资深酒店业人士直言,YO这个模式根本没有可行性,几乎等同于饮鸩止渴,即使在之前中国经济型酒店竞争非常激烈的那几年,为争抢加盟各方“短兵相接”的时期,也很少有人会用上这一手段。这种方式将风险全部转嫁到酒店集团身上,而且有些击穿行业底线的意味”。该业内人士表示,即使YO有资本去支撑这种“任性”的举动,但一个刚刚才进入中国市场的酒店企业,如何去判断一家酒店的收益应该按照什么标准“保底”呢?

“更何况,YO为快速扩张,并

不在意很多门店继续使用自己的PMS(物业管理系统),会派专门的员工将酒店经营数据转移到YO的系统中。在这一过程中,数据收集会产生一定的损耗,YO就更没有可能建立起有效的收益模型去执行2.0模式。”上述业内人士直言,这意味着,这种新加盟方式可能缺乏靠谱且科学的判断依据,未来执行效果如何可想而知。

即便如此,上述连锁酒店负责人却认为YO的路子仍有观察的价值。

“此前,维也纳等少量中国连锁酒店企业,也实施过承诺出租率等方式发展加盟商,虽然只是一个短期行为,但也确实对业主形成了一定的吸引力。”该负责人也坦言,酒店经营产品的周期性和回报时间,让中国的任何企业都不太敢轻易做出业绩保障,YO是在大资本扩张、追求量级冲动下做出的这一决定,但现阶段,这能否打动已经经过一轮快捷酒店教育和洗礼的加盟商还很难说。这位负责人分析称,如果YO的保底合同只是短期的1-2年的话,加盟商能获得的利益有限,而且加盟了之后还得和现有的渠道商、市场关系形成隔离,再回头代价很大。就此,业界也有消息称,虽然2.0模式已经悄然实行了一段时间,但目前愿意尝试的只有百家左右。

迷雾中的未来

“会员系统无法一蹴而就,对于现

在的YO来说,稳住加盟规模是首当其冲的任务。”华美顾问集团首席知识官赵焕焱直言,而这也是业界普遍判断YO敢于用保底手段留住加盟商的主要目的。

在上述酒店集团负责人看来,YO在中国的规模化路径,完全是酒店集团普遍不会尝试的互联网重平台轻产品的打法,想用几年时间完成别人10-20年才能完成的扩张,如果这背后没有雄厚的资金和运营能力去支撑,没有一个可靠的“模型”来参照,难度可想而知;现在YO最大的优势就在于有着庞大的资本实力,如果能确保资金链不断裂,维持开店速度快过关速度,也许YO还能杀出一条血路”。该负责人表示,目前中国酒店整体连锁率偏低,排名30位以后的酒店企业大多只拥有百家的量级规模,而且,除了YO,短期内我国也很难再出现一个门店破万家甚至几万家的跨全业态酒店集团,YO可能正是看中了这一点才选择了这样一条“与众不同”的道路。

有观点认为,YO在中国如此执着地追求“看上去很美”的数据,核心目的只有融资。据统计,在YO进入中国的两年内,已经拿到了多笔融资,其中包括去年9月,软银的8亿美元,去年12月,新加坡打车服务巨头Grab的1亿美元融资,以及今年2月,滴滴出行出资的1亿美元和3月爱彼迎入股YO拿出的7500万美元。

中国旅游协会副会长、秘书长张润钢认为,行业的“繁荣”并不能真正解决问题。随着资本的入场,部分酒店管理公司忽视了以提升单体酒店整体服务质量为根本的创业初衷,简单采用互联网的烧钱玩法,这不利于行业的健康发展。整合单体酒店市场不是只靠简单的“贴牌”,关键是要提升单体酒店的品质。”

北京商报记者 蒋梦惟/文
宋媛媛/制表

F 聚焦 Focus

鱼乐贝贝失控

去年末鱼乐贝贝加盟商关门闭店只是一个开始,近半年以来,鱼乐贝贝的门店跑路现象仿佛一个窟窿,越来越大,家长们深陷维权困扰的事件也频频上演。6月26日,北京商报记者获悉,北京的鱼乐贝贝婴幼儿游泳门店又有4家集中闭店。号称全国有2000余家店面的鱼乐贝贝自成立以来沿用加盟方式快速扩张版图,但近日频发的多起加盟商跑路事件却凸显了其加盟体系的管控风险。

多店连闭

6月26日,北京商报记者了解到,鱼乐贝贝活力东方店、定福庄华联店、通州北苑店、清河营东路店近日相继在没有任何通知的情况下突然闭店。家长李女士告诉北京商报记者,今年2月前后,鱼乐贝贝活力东方店以设备维修为由开始取消游泳预约。3月被告知店铺装修,计划4月恢复营业,但4月后便联系不上门店,近期已完全失联,此前在大众点评中还能搜索到该店,现在则彻底消失了。北京商报记者拨打家长提供的活力东方店负责人电话,已提示无此号码。

对此,鱼乐贝贝总部回复称,该店为加盟店,所有加盟店都是独立运营,如有突然闭店的情况,会员卡问题要找店面负责人,总部无法进行赔偿。北京商报记者前往没有任何办公标识的北京运营中心得知,他们也联系不上活力东方和定福庄店负责人徐琳(化名),她将活力东方店转给了其他人,但对定福庄店没有进行处理,会员正在进行起诉。运营中心可协助法院提供材料,但没有赔偿义务。

北京商报记者随即前往鱼乐贝贝活力东方店,发现该门店已变为“泡泡塘婴幼儿水育馆”,正在进行装修。工作人员称,原鱼乐贝贝还在有效期内的此店会员可在这里用完次数。记者随后来到定福庄店看到,鱼乐贝贝的招牌已被摘,而该店已变身餐馆正进行装修。

在通州北苑店办了卡的王女士说:“店面闭贴了通知说未到期的次数可转为通卡去其他家鱼乐贝贝继续使用,但实际上根本无法预约其他家,也联系不到负责人退费。”而鱼乐贝贝总部反馈说已与该店终止合作,该店也没有再交总部保证金,

总部不为其承担任何后续会员服务”。就算家长那里显示还有通卡次数,但鱼乐贝贝各加盟店之间定价不尽相同,涉及费用折算问题,加盟店之间并不愿意接收其他店的会员。”鱼乐贝贝北京运营中心前负责人李响(化名)告诉北京商报记者。同时他还透露,徐琳的跑路是有“计划”的,其失联前曾找律师确认过“并无大风险”。

管理隐患

鱼乐贝贝官网显示,该公司从2012年起开设加盟业务,迄今在全国有2000余家门店。北京商报记者以意图加盟为由向其咨询,工作人员表示,总部会为加盟商提供包含设备、课程体系、师资培训等支持,一次性收加盟费25.6万元,双方意向明确后会有降幅。此外,加盟商与总部没有金钱往来。针对加盟商的资质,该工作人员坦言,鱼乐贝贝的加盟商存在跑路情况,最近公司开始对意图加盟者的从业背景、经济情况等做了解。

“鱼乐贝贝的加盟费不高,十几万元连设备等都搞定,没有质保押金,加盟商很多连管理费都不交。当初宣扬的是‘平民化创业’,就是用不多的钱让大家都能够有生意做。”李响表示。这并不算高的成本投入、几乎等于零门槛的加盟资质和早教红利,便给了加盟商想象盈利的空间,但实际上总部就是品牌的授权,双方利益绑定不深,总部对加盟商基本属于零把控,扩张得越快,品控问题就越多,对于加盟商来说“跑路”的成本很低。

负责加盟的工作人员表示总部有一个系统可以知晓各门店的营收情况,以便提供服务或帮助。但李响表示,如果门店负责人以现金收费,或录入的收款信息不准以及索性就不用这个系统,总部也无法控制。运营成功与否还要靠加盟商自己。像活力东方店是以直营和盈利的状态卖给徐琳的,但他经营了一年就出现了现在的闭店状况。

此外,北京商报记者还发现,家长与门店没有签署任何合同,只有付款转账记录和手机App里能看到的剩余次数和有效期,对于退费没有任何约定。负责加盟的工作人员承认了公司没有要求加盟商与消费者签订合同,都是通过手机的系统进行记录。

加盟双刃剑

对于加盟商来说,在缺少行业资源与运营经验的情况下,加盟是一个降低门槛、提高成功率的可行方案。但后期的“运营靠自己”对于加盟商来说压力颇大,除业务层面,还关系到租金、销售、安防等多方面。而总部与加盟商之间的“弱连接”也催生了行业恶性竞争的乱象。此前鱼乐贝贝北苑店跑路的负责人就因在社交平台售卖低于市场价格一半的全国通卡,致其他加盟商向总部抵制此举,拒绝其会员消费。

即使是管理、监督更为严格的上下级加盟关系,也很难保证加盟商的服务质量。选择自行创建品牌的三音音乐中心创始人李雨桐告诉北京商报记者:“总部支持是有限的,加盟者又往往缺乏经验,可能是更容易出现经营不善,门店关闭甚至跑路的主因。在以预付费为主要收费方式的教培行业,关店、欠款、跑路所造成的影响往往更加严重,甚至有过加盟商跑路引发挤兑效应,最终大量顾客要求退款,导致品牌倒塌的先例。”

北京市汇佳律师事务所律师邱宝昌谈到,具体要看品牌方与加盟商的加盟合同约定,如果只是品牌授权使用,加盟者按自己的法人和组织结构独立运营,加盟商出现问题,品牌方没有责任。另有法律界人士告诉北京商报记者,法理上消费者应该找收款方追究责任,但在“跑路”多发的当下,消费者要抱团需求法律援助,就算当事人“人间蒸发”,如果法院宣判并强制执行,当事人行为和相关资产会被限制。同时,李响建议消费者在进行预付费时,尽量选择直营店属性店面,以防发生问题时更能得到品牌总部的回应。

中国政法大学副教授朱巍公开表示,因为总部跟加盟店之间的利益关系,他们之间的加盟合同对消费者来讲是不透明的,所以不能用加盟店独立运营的说法来抗辩。消费者给商家付款的账户实际上是没有被第三方监管的,很多小型商家把消费者预付款跟自有资金混为一谈。一旦出现亏损,就会使用预付款。所以总部应该对加盟店账户实行第三方监管。

北京商报沸点调查小组