

全国统一信用报告标准要来了

北京商报讯(记者 陶凤 常蕾)7月16日,国务院办公厅发布《关于加快推进社会信用体系建设构建以信用为基础的新型监管机制的指导意见》(以下简称《意见》),明确要完善法人和非法法人组织统一社会信用代码制度,以统一社会信用代码为标识,整合形成完整的市场主体信用记录。《意见》提出,由国家发改委、央行牵头,探索建立全国统一的信用报告标准,推动信用报告结果实现异地互认。鼓励各类市场主体在生产经营活动中更广泛、主动地应用信用报告。

在今年3月举行的全国政协十三届二次会议新闻发布会上,发言人郭卫民介绍了建设进展。他表示,全国信用信息共享平台已经建成,实现了中央部门、省市区市和市场机构信息披露和信息公示的互联互通。

日前召开的国务院常务会议要求以统一社会信用代码为标识,依法依规建立权威、统一、可查询的市场主体信用记录,并依法互通共享,打破部门垄断和信息“孤岛”;用好失信联合惩戒这把“利剑”,大力推进信用分级分类监管;推进“互联网+监管”,维护信用信息安全。

《意见》也明确,要完善法人和非法法人组织统一社会信用代码制度,以统一社会信用代码为标识,整合形成完整的市场主体信用记录,并通过“信用中国”网站、国家企业信用信息公示系统或中国政府网及相关部门门户网站等渠道依法依规向社会公开。完成12315市场监管投诉举报热线和信息化平台整合工作,大力开展消费投诉公示,促进经营者落实消费维权主体责任。

中国国旅拟投建海口国际免税城

北京商报讯(记者 蒋梦惟)7月16日,中国国旅股份有限公司(以下简称“中国国旅”)发布公告称,其旗下全资子公司国旅投资发展有限公司(以下简称“国旅投资公司”)拟投资128.6亿元用于海口市国际免税城项目建设,将其建设成为以免税为核心,涵盖有税零售、文化娱乐、商务办公、餐饮住宿等多元素的复合型旅游零售综合体。

根据公告,国旅投资公司拟投建的海口市国际免税城项目,位于海南省琼北综合经济区与西海岸城市副中心,是海南省经济发展的核心区域、港口离岛游客必经之路,可同时承接面向岛内与岛外的服务职能。而根据公告披露的项目中各地块定位,该免税城中包括了“世界最大单体免税商业及旅游购物目的地”、公寓、住宅、度假新商业街区、写字楼及五星级酒店。而128.6亿元的总投资额中,一期投资为58.8亿元、二期69.8亿元。

实际上,近两年中国国旅控股股东中国旅游集团有限公司(以下简称“中国旅游集团”)将免税业重心“南迁”,把海南作为免税大本营的迹象已十分明显。在海南自贸港的相关政策陆续出炉后,中国旅游集团就频繁在海南免税市场布局。去年9月,该集团将国内总部直接从北京迁入了海口,而后,海南省国资委还将其持有的海南省免税品有限公司51%股权无偿划转给了中国旅游集团。到了今年1月,海口两家市内免税店的同时开业,又让中国旅游集团补齐了海南免税的另一块拼图。

在业内看来,本次海口免税城的投资计划,是中国国旅巩固其在海南免税业绝对主力地位的表现,也可以看出,近两年海南免税政策接连松绑后,中国旅游集团在此市场上确实尝到了不小的甜头。日前,海南省政府官网就发布消息称,据海口海关初步统计,今年上半年,三亚、海口、琼海4家离岛免税店销售免税品893.65万件、销售金额65.82亿元、购买旅客169.79万人次,较去年同期分别增长27.54%、26.56%和15.98%。

发改委:中国制造业外迁规模不大

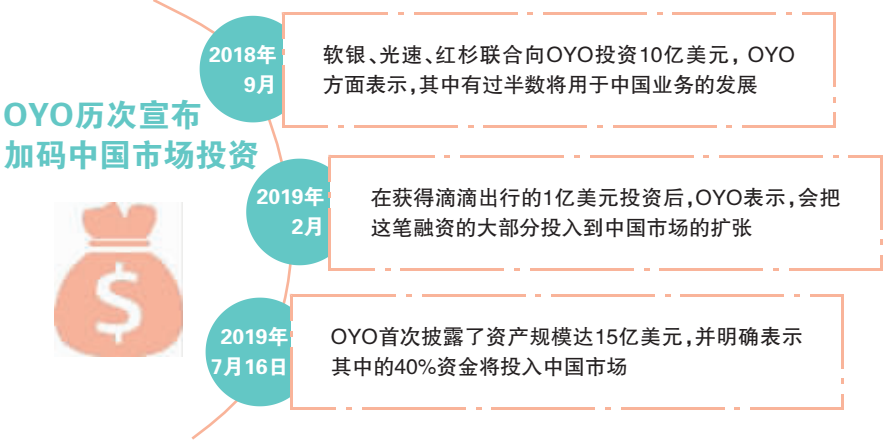
北京商报讯(记者 陶凤 实习记者 刘瀚琳)7月16日,国家发改委召开新闻发布会,发言人孟玮就中企外迁“唱衰”中国制造业的论调做出回应:“中国制造业外迁规模不大,以中低端企业为主,对中国经济增长、产业升级及劳动力就业等方面总体可控。”孟玮指出,近年来,随着国际产业分工和全球产业布局的深度调整,中国制造业已经进入到了转型升级、迈向高质量发展的新阶段。在这个过程中,出现一些企业到国外设厂经营的情况,这是正常现象。

产业链转移并非新事。早在数年前,部分企业因劳动力、土地价格或自身布局等因素影响,已经开始向海外转移。其中,一些电子业、服装业等劳动密集型企

业,开始抱团转向人力成本更低的东南亚和非洲等地区。CEI企业研究所秘书长唐大杰表示,实际上,中企外迁的议题包括主动外迁与被动外迁两方面。例如,近几年一些企业响应“一带一路”倡议,向东南亚与非洲等地主动外迁。另一方面,比如在2008年《劳动合同法》正式执行后,劳动力成本上升,劳资关系紧张导致的大范围劳动密集型产业前往廉价劳动力充足的东南亚国家。“当然也会存在企业在海外“水土不服”,因为缺乏完善的产业链以及经济、政策的差异,企业回流的现象。但外迁和回流都不会成为主流,毕竟启动资金、解雇国内工人成本不菲,大部分制造业中小企业存在自身外迁能力不足的困境。”唐大杰向北京商报记者指出。

除国内企业外,近期有媒体称三星等在华外资企业也传出裁员撤厂的消息,商务部新闻发言人高峰在早些时候提到:“部分产业链的转移早在数年前就已经出现。当前中美贸易摩擦成为显性因素,再叠加经济周期因素的影响,这也更要求我们必须坚持扩大开放,持续完善营商环境建设,降低企业税负”。

OYO砸重金力挽中国市场



经历了大规模裁员等一系列风波之后,OYO迫切需要稳定中国市场。7月16日,OYO首次披露了自己的资产规模,称已达15亿美元,并明确表示其中的40%资金将投入中国市场。近期,向携程、美团支付天价“过路费”后,OYO又急忙推出2.0保底加盟模式稳定加盟商,但伴随着大规模裁员、数据水分、资金链吃紧等传言,OYO却在舆论的漩涡中越陷越深。在业内看来,OYO本次公开表态似乎是在向外界释放着要将烧钱模式进行到底的信号。

重金“开路”

虽然本次OYO并未透露投入中国市场的6亿美元将作何用途,但该企业负责人告诉北京商报记者,这里面有1亿美元的投资计划是确定的,即用于人才、客户体验、质量和系统改进,以促进OYO酒店的进一步增长。

这已经不是OYO第一次表态要在中国“砸重金”了。2018年9月,在E轮融资中,软银、光速、红杉联合向OYO投资10亿美元,当时OYO就表示,其中有过半数资金将用于中国业务的发展,而当时该笔融资也被业界称为是中国酒店行业史上最大一笔融资。今年2月,在获得了软银集团8亿美元投资之后,OYO酒店又宣布获得了中国网约车企业滴滴出行的1亿美元投资。当时OYO就表示,除了利用一部分资金深入扩大印度本土业务之外,会把这笔融资的大部分投入到中国市场的扩张。

而就本次的6亿美元投资,华美酒店顾问机构首席知识官赵焕焱分析指出,OYO可能接下来会用于建设自己的酒店支持系统,包括订房功能等。亦有业内人士认为,大部分资金可能还是会用于铺市扩张,毕竟酒店数量是OYO非常看重的。

近段时间,OYO在中国扩张的速度并没有因负面风波而放缓,在酒店

数量激增的同时,OYO还收购其他酒店试图将版图延伸至更高层级的中高端酒店市场。根据OYO官网数据,2018年7月时,OYO旗下酒店数量刚超过5000家,目前该集团旗下酒店数量已超过1万家,覆盖中国337个城市。今年一季度,OYO还宣布完成对千屿酒店的收购。据了解,千屿酒店在吸纳酒店加盟商方面有异曲同工之处,只是在产品定位上,消费水平略高于OYO。

稳住加盟商

有观点认为,资本玩家OYO反复强调自己对中国市场将保持高额投资,并非单纯的“虚张声势”。此前,业界有消息称OYO创始人兼CEO李泰熙明确表示自己非常重视中国市场,欲将中国作为OYO的第一大市场。在这种情况下,OYO的标题有种通过强调资金充裕等优势来稳定加盟商心态,保持自己在中国市场占有率的意味。”有专家表示。而本次,OYO在对外表态中也明确表示,目前企业资金充足,财务状况良好。

放眼看去,天价的OTA过路费、收入保底的加盟模式、大体量的运营团队……在如此烧钱的经营模式下,OYO在中国的资金需求,似乎已达到了一个难以估量的单位。上个月,OYO

相关负责人就提出,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OYO来补齐,而且OYO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。OYO信心满满地表示,升级之后,OYO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。

对于任何一个行业来说,向加盟商实施业绩承诺,都是一个十分“昂贵”的扩张手段。在进入一个市场初期,采取烧钱的方式来开疆拓土、获取市场占有率,是不少企业都曾走过的道路,这种方式确实一定程度上为部分企业换来了可观的流量。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云直言,OYO确实关注了中国住宿业此前一个被忽略的市场,就是大量的中低端单体酒店,没有被规模地运营、管理起来,如果能将这些酒店纳入到统一的集团网络中,还是很有投资潜力的。

然而,吴丽云也表示,OYO如果想在中国站稳脚跟、稳定加盟商,关键在大手笔的投资背后,有没有建立起一个“靠谱”的会员体系。如果这点没有实现,加盟商就无法从OYO手中获取核心价值,他们之于OYO的忠诚度也难以提高上去,最终,投资就只能等同

于单纯的烧钱。”吴丽云坦言。

强敌环伺

“光靠简单粗暴的烧钱没法解决OYO的内忧外患,除了建立自身的会员系统外,还应该警惕来自外部的对手。”有业内人士分析道。

今年5月30日,在成都OYO酒店发布“2.0新战略”的同一天,由华住集团和IDG资本战略投资的H连锁酒店也在成都正式对外亮相,二者之间的火药味十分浓烈。值得一提的是,虽然H酒店在加盟门槛上略高于OYO,不过,从H酒店的定位来看,正是瞄准着此前OYO大肆“跑马圈地”的中小酒店市场。

此外,一批OTA(在线旅游)企业也注意到中小酒店市场潜在的商机,纷纷设立酒店管理公司分羹OYO想要独吞的市场。2018年8月,隶属“携程系”的旅悦集团推出了定位非标单体酒店的连锁品牌“索性”,据了解,索性主要针对的房价正是100-250元之间的中小酒店;今年1月,一家与OYO模式类似的酒店品牌轻住也悄然上线,而该品牌背后就有美团的身影;此外,同程艺龙旗下的OYU酒店也低调入市。在业内看来,这些有着互联网背景的酒店管理品牌,瞄准的正是OYO即将到期解约或未来即将招揽的中小酒店加盟商。

在强敌面前,OYO烧钱模式能够持续多久还不得而知。不过针对中小酒店市场的发展,中国旅游协会副会长、秘书长张润钢认为,行业的“繁荣”并没有真正解决问题。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 关子辰

聚焦 Focus

《法医秦明2》编剧署名风波再起

北京商报讯(记者 宗泳杉)7月16日,针对《法医秦明2》编剧署名权被侵占一事,编剧张灿灿对北京商报记者表示:“最初按照制片方的要求创作了五集,实际上,剧本的内容虽然也被采用了,但是最终顺序被打乱、重新剪辑,分别用在不同的剧集中。此外,制片方至今仍拖欠两集稿酬,我认为根据合同条款和一般的行业规定,我已经完成了相应工作,且工作被用于最终的成果的情况下,他们应当向我支付稿酬,但是未支付”。

7月12日,张灿灿发布微博称,自今年2月《法医秦明2》制片方北京博集天卷影业有限公司(以下简称“博集天卷”)负责人郭琳媛撤销控告后又第二次发起刑事控告,去年至今,她一直被郭琳媛方面以滥用诉讼权的方式一路追打。

去年7月,张灿灿在微博上发文,称自己为《法医秦明2:清道夫》创作了五集剧本,不仅被恶意拖欠稿费,索要回扣,连编剧署名权都被剥夺。该文发布后,迅速引起关注。郭琳媛也在朋友圈发文回

称:“我方完全按照合同执行,并且她的剧本我方虽未采用,但是仍然按合同给了她报酬。署名权的部分也完全按照合同执行”。

2018年8月16日,郭琳媛方面提起了刑事自诉。最终,在双方的多次沟通之后,今年2月26日,郭琳媛方面撤回了对张灿灿的刑事自诉。但在今年3月,郭琳媛方面再次对张灿灿提起了名誉侵权的民事诉讼。

对于此次张灿灿指出的《法医秦明2》编剧正当维权,却反遭刑事控告”一事,北京商报记者致电博集天卷,对方表示相关负责人不在公司,截至记者发稿,对方尚未予以回复。

中国电视剧编剧工作委员会副秘书长、编剧余飞表示,是否存在署名权被侵占的情况需要张灿灿拿出当初创作的剧本与最终敲定的剧本进行对比才能确定,如果张灿灿能够证明自己创作的内容在成片所占比例大于署名编剧中贡献最小的那一个,那她就应该拥有署名权。

市值缩水超三成 禅游科技棋牌生意“走钢丝”

此后,禅游科技的股价一度出现直线下跌,截至北京商报记者发稿时,禅游科技的股价为1.03港元/股,总市值则为10.52亿港元,分别较上市首日下跌36%和34.7%。

从禅游科技的业绩表现来看,该公司的业绩处于增长状态。禅游科技日前发布公告称,根据对集团截至2019年6月30日止6个月之未经审核综合管理账目的初步审阅,集团预期截至2019年6月30日止6个月,公司拥有入应占净利润较去年同期将录得30%以上的增长。

但禅游科技旗下的游戏产品因多数为棋牌类游戏而被业内认为存在政策风险。近段时间,棋牌类游戏被部分用户利用官区或漏洞进行赌博,因此该类游戏受到监管层面的重

视,整治之下,多个棋牌类游戏相继下市。鉴于以上情况,禅游科技旗下产品多为棋牌类游戏,也引发市场的担忧。

值得注意的是,在禅游科技各项收入来源中,斗地主游戏堪称王牌。据禅游科技此前发布的招股书显示,2016-2018年,斗地主系列牌类游戏分别占禅游科技各期间总收入的84.4%、93.1%和75.8%。

艾德证券期货研究部分析认为,“目前对于棋牌类游戏的监管已经进入到了最严时代。以这种监管态势来看,禅游科技的棋牌类游戏未来过审的概率较低。这对于现阶段收入结构单一、棋牌游戏占公司营收达八九成的禅游科技而言,就是巨大的发展风险,一旦游戏出现问题并面临下线,就将对该

公司的未来发展带来挑战”。

针对以上情况,北京商报记者多次致电禅游科技并向对方发出采访函,但截至发稿时,禅游科技尚未进行回应。

从禅游科技的相关动作来看,该公司也在进行更多尝试,并试图推出其他类型的游戏产品。其中禅游科技在预计2019年上半年盈利的公告中表示,利润增长主要是由于2019年上半年集团的游戏内广告业务收入增加。投资分析师许杉认为,现阶段版号的重新开始审核与发放是游戏公司业务发展的契机,而对禅游科技来说,尽管棋牌类游戏市场具有较多稳定的用户,但该公司仍需进一步尝试丰富产品类型,提高公司业务稳定性和成长性。