

北京选址确定 乐高连建三园的流量挑战



传言多年、屡现变数的北京乐高乐园终于尘埃落定。4月16日,北京商报记者从乐高乐园中国运营方、默林集团中国区相关负责人处获悉,北京乐高乐园已经正式确定落户于房山区青龙湖镇。不过上海、四川乐高乐园都未开园,未有成功案例就频繁布子,还要与迪士尼、环球影城直面竞争,乐高乐园的前景并不被看好。

北京乐高乐园 充满变数的落地进程

2015年初 业界传出北京将落户乐高乐园且可能选址房山区的消息

2018年3月 全国两会北京团小组会上,北京乐高乐园又出现选址密云的可能

2019年9月、11月 四川、上海两座乐高乐园“官宣”,业界认为北京乐高乐园短期内恐难落地

2020年4月 疑似北京乐高乐园土地使用功能规划图传出,默林中国区相关负责人向北京商报记者证实北京项目选址确定在房山区青龙湖镇

落户青龙湖

北京环球影城开业在即,乐高乐园也终于坐不住了,在北京落下了关键一子。

近期业界频繁传出消息称,继上海之后,北京也将新建一座乐高乐园。就此,北京商报记者向乐高乐园中国运营方、默林集团中国区相关负责人证实,目前北京乐高乐园已确定落户在房山区青龙湖镇,将成立新的合资公司对乐园进行管理。

值得注意的是,曾有知情人士向北京商报记者透露,乐高对于北京的乐园将采取轻资产IP输出的方式,可能不会参与重资产投资,不过,这位负责人予以了否认。

虽然上述乐高默林相关负责人表示,现在在北京乐园的开工开业时间、投资总规模、项目规划、各方投资占比都还在商洽中,暂

时还未确定,但北京商报记者在一张网上流传的疑似北京乐高乐园土地使用功能规划图中发现,整个项目中可能将涵盖娱乐、旅馆、综合性商业、金融服务业、社会停车场等多种业态。

北京商报记者在房山区垆头路附近调查时发现,图内标示的乐园所在区域内,有一个已停工20多年的水泥厂,以及一些工业厂区。调查中,记者了解到,当地居民大多都知道此处将建设乐高乐园的消息。

虽然北京商报记者并未在现场发现任何乐园开工的痕迹或者工地标识,但有居民明确表示,乐园将建在上述已停工的京强水泥厂所在地及其周边区域,甚至有可能会与东北侧的万亩青龙湖森林公园相连接;近段时间有多批考察团队来此处实地勘察过,本周内还有一个介绍乐高乐园情况的活动在水泥厂内举行,现场还摆放有乐园的规划图”。而

当记者来到青龙湖森林公园时,公园工作人员也证实,乐高乐园应该建在公园西南侧,未来从公园山顶观景台可直接眺望乐园。

接连开园

“乐高确实着急了。”景鉴智库创始人周鸣岐坦言,早年间,业界就一直流传着中国要建乐高乐园的消息,然而,此前多年乐高和默林对此事一直没有“官宣”,相关项目也一直没有什么实质性进展,直到迪士尼、环球影城纷纷进场,越来越多重量级国际品牌相继逐鹿中国主题公园市场,乐高乐园选址的选择越来越少时,该集团才在短时间内紧急敲定多个项目。

公开信息显示,早在2015年,市场上就出现了乐高乐园将在房山区落户的传闻,当时有媒体报道称,北京的这一项目将以儿童游

乐为主题。此后一段时间,北京乐园相关进展却迟迟未有进一步的消息,倒是上海、海南、四川、深圳、天津等地都频繁传出可能有乐高乐园在当地落户,其中有一部分还是由当地政府相关部门直接“官宣”的。

彼时,有业内人士猜测,北京乐高乐园选址可能会存在较大变数。2018年,这一想法得到了侧面证实,在当年的全国两会北京团小组会上,北京乐高乐园又被曝出可能建在密云区的消息。

此外,去年,四川、上海两座乐高乐园相继宣布正式落地时,业内还有观点认为,一个主题公园品牌很少能同时在多地修建新项目,川沪两地乐园敲定意味着乐高和默林短期内可能不会再向北京落子了。

然而,事实再次“打脸”,乐高乐园的操作让不少人直呼“看不懂”。

中国主题公园研究院院长林焕杰向北京商报记者透露,此前默林集团总部相关负责人表示,其预备在中国建设5个乐高乐园,且主要进行轻资产品牌输出。但事实上,目前上海、四川、北京三座乐高乐园中有两座都并非采取这一模式建设。

在周鸣岐看来,此前乐高乐园在华布局过于缓慢,近期又显得有些操之过急,强敌环伺之下,为先立住脚跟,没等形成一个成熟的经营样本就接连扩张新项目,落地时机确实把握得不够理想。

流量难持续

“从目前的情况来看,北京乐高乐园经营前景十分不乐观。”林焕杰直言,乐高乐园一直主打儿童娱乐,定位并非全年龄段、大众化的主题公园,受众面也主要为低龄儿童亲子家庭,因此,国外已建成的乐园中基本都没有互动性、刺激性设施,静态观赏类的项目偏

多,基本半天到一天就能逛完,游客停留时间十分有限,园内客流落差也比较大。

周鸣岐、林焕杰都表示,在这种背景下,选址、区位对于乐高乐园在华发展十分重要;乐高乐园并非迪士尼、环球影城这样的大体量、强IP、全年龄段的主题公园,本身很难形成让游客专门前去游玩的吸引力,因此,其必须要找到适合自己的生存逻辑”。周鸣岐分析称,一方面,乐高乐园可以锁定周边居民中的亲子家庭,用相对便捷的交通等吸引这些游客多次频繁前往游玩;另一方面,该乐园可以与其他热门旅游项目“串联”成线,让京外游客可以用1-3天的时间一次性高效率游览多个地方,通过组团效应获取流量。然而,北京乐高乐园在这两种逻辑之下,似乎都不成立。

林焕杰也提出,儿童是被动消费群体,乐高乐园这类的主题公园距离居住区越近越能长期维持消费热度,再加上目前中国游客普遍对影视IP关注度更高,未来摆在北京乐高乐园面前的经营难题着实不小。

对于此前有网友提出,乐高乐园可以凭借粉丝效应汲取人气、刷“存在感”,林焕杰直言,在北京乐高乐园建成初期可能会因此形成一段短暂的“蜜月期”,但随着成年“乐高粉”们发现园内的设施定位与其期待并不匹配后,粉丝流量就将逐步消退。

更为重要的是,周鸣岐还提出,虽然乐高乐园整体规模普遍较小、建设周期也较短,但北京环球影城已经经过长期筹备、开业在即,面对这一巨头的强大客流吸引力,乐高乐园未来前景存较大不确定性,更何况目前该项目选址周边配套还处空白状态,度假村、住宿、餐饮等体系仍未披露明确规划,建议经营方“从长计议”,等上海、四川乐园形成可复制的模式后再动手,降低投资风险。

北京商报记者 蒋梦惟

16家影视公司一季度亏损超11亿

经历了两个多月的停产停业,影视公司过得怎么样?北京商报记者统计发现,截至4月15日晚间,已有16家影视上市公司对外发布一季度业绩预报表,并有超六成公司处于亏损状态,累计亏损额至少达到11亿元。而其余盈利的影视上市公司中,也有多家出现归属于上市公司股东的净利润同比下滑的情况。影视行业的严寒倒逼着每一位从业者做出改变,甚至悄然蔓延至整个影视生态链。

超六成亏损

4月15日晚间,当代东方与长城影视纷纷发布2020年一季度业绩预报表,至此国内已有16家影视上市公司预先披露今年一季度的业绩情况。数据显示,大多数影视上市公司均未能逃离亏损的处境,且亏损公司的数量达到10家,占比超六成。

以万达电影为例,该公司在业绩预报表中指出,预计公司归属于上市公司股东的净利润为亏损5.5亿-6.5亿元,其也是这16家公司中亏损规模最大的。同时,金逸影视、华谊兄弟和幸福蓝海均亏损规模均在亿元以上,此外,其余6家出现亏损的公司则普遍亏损在数千万元。

对于出现亏损的原因,不少公司表示均与电影业务有关。金逸影视在业绩预报表中指出,自今年1月24日起,公司旗下自有影院及广州金逸珠江电影院线有限公司旗下加盟影院已全部暂停营业,截至公告提交日仍未恢复营业,直接影响了公司的经营收入,但公司仍需承担相应的固定成本,导致公司报告期内利润亏损。

影视传媒行业分析师曾荣表示,当下票房仍是我国电影市场的主要收入来源之一,从目前情况来看,由于疫情尚未完全消失,仍需进一步防控,因此线下观影短期内仍难以实施,涉及电影业务的影视上市公司的业绩仍会持续受到影响。

而在电影上映全面取消的同时,剧组停拍也导致部分公司的推进未能按照原计划实施,收入下滑。慈文就在业绩预报表中指出,报告期内由于受新冠肺炎疫情影响,公司影视

业务生产发行基本陷入停顿,加之影视业务的生产制作和发行周期导致公司收入确认存在一定的季度性波动等原因,公司一季度影视业务收入确认金额很少。

净利逆势增长

尽管超六成的影视上市公司在今年一季度业绩亏损,但也有少数公司实现盈利。

业绩预报表显示,包括光线传媒、新文化、华策影视、华录百纳在内的6家影视上市公司在今年一季度盈利,其中华策影视和华录百纳甚至实现归属于上市公司股东的净利润较上年同期增长75%-105%,而收入则主要来自广告等衍生生态业务。

据华策影视发布的一季度业绩预报表显示,该公司在今年一季度预计实现盈利1亿-1.1亿元,较上年同期增长177.1%-205.14%。报告期内,华策影视确认收入的电视剧项目有《锦绣南歌》《拾光里的我们》《完美关系》等以及广告等衍生生态业务。

除此以外,华录百纳也实现了利润增长,并预计今年一季度归属于上市公司股东的净利润在1707.99万-2000.79万元之间,较上年同期增长75%-105%,而收入则主要来自广告等衍生生态业务。

从中可以看出,支撑业绩增长一方面仍与相关公司此前储备的影视剧作品通过相关布局实现收入有关,另一方面则是旗下涵盖除影视外的其他业务,带来一定收入。影视行业具有较大的不确定性,每一部作品均不能完全保证上线后是否能达到市场预期,这便会对业绩带来风险”,在曾荣看来,尤其是近年来,影视行业出现较多变化与调整,令市

场的不确定因素再一次增加,一旦遇到特殊情况,便会对相关公司的业务发展带来影响,甚至是此前投入的资金与精力均打了水漂,如何完善自身业务寻求稳定的业绩发展,是不少公司当下考虑的重点。

倒逼升级

近些年来,影视类上市公司业绩普遍亏损、两极分化等现象早已屡见不鲜。以2019年前三季度为例,据公开资料显示,多数公司业绩下滑,其中12家公司归属于上市公司股东的净利润同比减少,甚至达到75%,而影视项目的市场反馈不达预期则是影响公司业绩的主要因素。

“近两年随着影视行业的市场大环境调整不断,无论是政策还是行业规范,抑或是观众消费习惯、市场需求的改变,都在倒逼着每一位从业者强化自身。影视行业虽然始终离不开内容为王,但这次疫情影响的不只是某家公司的利益,而是正在悄然改变着整个影视生态链,身处其中的上市公司自然也难以独善其身,因此从业者在此时更应该明白什么是审时度势。”影评人刘畅如是说。

为了抵抗环境变化、降低业绩风险,如今许多影视类上市公司都会选择多元化、全产业链的发展路径,避免将鸡蛋放在一个篮子里,但对此业内的意见不一,部分人认为这有利于挖掘内容价值,避免影视业务收益不确定性所带来的影响,但同时也有从业者认为,一家公司很难在多个领域均获得成功,与其将业务领域扩散到各个方面,不如只选择其中两三种深入布局。

“市场环境在变,今年影视股面临的挑战将尤为严峻”,投资分析师许杉进一步强调,虽然目前国内影视市场的发展趋于理性,但未来空间仍不小,而影视类上市公司若想获得更大收益,还需关注并挖掘出影视市场的多渠道变现方式,且每一个电影项目从创作到最终推向市场中的诸多环节,均存在获得收益的可能性,关键在于相关公司如何去操作每一个项目。北京商报记者 卢扬 郑蕊

喜马拉雅FM高管受贿 音频业内幕交易并非孤例

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)喜马拉雅FM旗下高管涉嫌受贿一事持续引发关注,然而北京商报记者调查发现,音频行业内接受供应商贿赂一事并非是个例,供应商为了能够让让自己的产品更顺利地上线或争取获得更好的资源,会选择向平台相关工作人员以购买礼品、返还提成等方式私下示好。

音频平台喜马拉雅FM内部高管涉嫌受贿被解聘,成为近段时间业内热议的话题。据悉,喜马拉雅FM于4月10日发布内部信称:“近期公司监察部接到举报,经调查发现两起严重违纪事件,现向全体伙伴通报:公司市场部副总裁在任职期间,利用职务之便,接受供应商贿赂;营销事业部某员工将其控制的公司作为代理商引入,牟取不正当利益。上述两人的行为不仅违反了《阳光行为准则》的规定,而且触犯了诚信价值观红线,公司经研究决定,做出予以解聘的处理,并保留追究其法律责任的权利”。

据媒体报道,这封内部信随后得到喜马拉雅FM的确认,并表示,公司于2019年8月发布《阳光行为准则》,准则规定:“不收取贿赂、不弄虚作假、不侵占公司资产、不泄露商业秘密、不参与违法乱纪活动、避免利益冲突。如有员工违反准则,公司严格按照准则处理。”

“喜马拉雅FM出现的员工受贿问题,在音频业内并非是个例”,某平台市场部相关负责人向北京商报记者透露,近两年音频行业的快速发展,吸引很多人试图在该领域分一杯羹,随着越来越多的产品相继出现,产品之间的竞争也在所难免,同时平台较优质的资源与流量也是有限的,这时便会动起歪心思。

该负责人进一步强调,供应商在贿赂平台方时部分会选择主动私下递交所谓的“好处费”,平台方的员工随后会在一定程度上向该供应商的产品倾斜平台资源,而供应商此后若获利,也会再给对方回扣,“当然,除了供应商主动外,也有平台方的

员工在掌握一定资源或是多家供应商在竞争时,也存在暗示对方的行为,试图从中牟利,一般情况下,单次获得万元以上的‘好处费’或是等价产品并不是难事”。

音频行业出现的收受贿赂现象在一定程度上反映出相关公司的管理漏洞。

数字文创产业智库研究员李杰表示,供应商所贿赂的对象基本为手握一定权力的工作人员,且该类工作人员拥有一定自主权,可以决定或提供某些环节的信息,有时哪怕只是一个数据的排名,只向上调整一个位置,便有可能让最终结果呈现出另外一番面貌。因此该类员工需要更加优化的管理模式,假若产生漏洞,便会给予可乘之机,容易导致问题的出现。

为进一步了解喜马拉雅FM对相关员工的管理模式以及此次员工受贿事件后公司是否进一步优化管理,北京商报记者联系喜马拉雅FM对外市场方面的相关负责人,截至发稿时,对方未予以回应。

而某平台市场部相关负责人表示,作为平台方,对于该类事件肯定会对照内部没有相关规定,如不准拿回扣、以权谋私等,同时也会设定惩罚措施,但落到实处操作时,不会像文字那般简单;“由于业务上的交涉,员工与供应商之间的联系是不可避免的,不可能为了管理而舍弃日常的交流,否则这将会影响到正常业务的开展。此外,既然供应商与员工之间存在内幕交易,双方为了各自的利益均会保密,并选择不留存证据的方式,假若有风声指出私自受贿,但无相对确凿的证据,也无法实施较为严格的处理”。

如何才能更好地管理并避免受贿现象的出现呢?在李杰看来:“在管理模式上,也不能一刀切,避免影响到正常业务的进展,但平台方可通过多种监督机制并行,互为监督,同时在评定、选择供应商及相关产品的过程中优化评审模式,采用不同维度的数据进行综合评判,且数据在相对可控的情况下实现透明,维护整个操作”。