

内斗愈演愈烈 大连圣亚很“受伤”

7月9日已是大连圣亚回复上交所问询函的最后期限,但当天外界并未等到这封“回信”。其实,自从罢免前总经理肖峰、董事会“大换血”以来,大连圣亚就一直处于舆论风暴中心。

进入7月,大连圣亚全体员工连续发布声明,质疑公司小股东“血洗管理层”,以及新任董事长杨子平等一致行动人恶意收购公司;杨子平及刚刚就任公司董事、副董事长的毛威还由于不配合审查工作,被监管部门出具警示函;此外,毛威还被披露曾于去年因涉嫌实施操作证券市场违法行为,被立案调查……由“内斗风波”牵扯出的“内幕”如滚雪球般越积越多。

截至发稿时,北京商报记者多次联系肖峰及该公司相关负责人,均未得到回复,而大连圣亚官方微信公众号后台也仅向记者表示,目前场馆都在正常运营,但未解释目前公司内部矛盾的解决情况。

在中国主题公园研究院院长林焕杰看来,内部高管出现矛盾,甚至引发“内斗”,对公司的运营将带来较大影响。“从内部管理看,很多决策都会受到干扰,如投资、在建工程、发展战略,企业内部调整、对外联络,对接,开拓市场等都会随之停摆。”他进一步表示,长期不稳定的情况还会给投资者及消费者留下不良印象,影响公园整体客流量和口碑,甚至将进一步失去行业市场。

林焕杰预计,内部矛盾的局面若不能尽快解决,公司很可能会面临被收购或兼并的风险。因此未来不排除会有新股东注入。

“受疫情影响,今年国内主题公园及景区的日子都不是很好过,其中,大连圣亚等海洋主题公园面临的难题更大。”林焕杰表示。大连圣亚海洋世界员工也曾在声明中称,闭馆的4个月以来,员工每月仅领取不到1500元的“生活费”。大连圣亚2020年一季度财报显示,报告期内,公司实现营业收入1110万元,与上年同期相比下降74.93%,净利润为-2395万元,比上年同期减少了181.24%。

随着疫情形势的不断好转,大部分主题公园均恢复了正常营业。但在“内斗”影响下,大连圣亚旗下主题公园即使正常营业,也难保证收入及员工团队稳定性不受管理层动荡波及。因此大连圣亚的当务之急是尽快解决内部矛盾,达成共识。再通过后期运营恢复口碑,保证收入。

实际上,即使没有本次“内斗”风波,大连圣亚的经营情况也没有令业界担忧。

5月底,大连圣亚公告显示,此前被该公司寄予厚望的“大白鲸计划”中,有不止一个项目遭遇了资金瓶颈。公告显示,该公司的镇江大白鲸奇幻海洋世界、大白鲸千岛湖文化主题乐园水下世界项目等四大在建工程由于资金筹措时间较长,审批流程、配套工程施工延迟等原因均出现了无法按计划推进、进展放缓等现象,有项目甚至已经计划将二期整体转让。

但即便如此,林焕杰仍表示:“只要现金流没有完全断掉,主题公园还能正常运行,企业就还有救”。不过,现在大连圣亚在解决好内部矛盾后,势必要对公司自身的发展战略、路径、已有项目去留进行重新规划,正常开放的项目则应按照一定频率进行更新翻修,保证游客新鲜感。”林焕杰坦言,海洋类主题公园受条件限制缺乏互动性,必须通过其他方式“找补”,才能抓住游客。

北京商报记者 蒋梦惟 杨卉

引监管层关注

随着大连圣亚的股东矛盾逐渐发酵,监管层也注意到这家企业不寻常的内部情况。7月3日,大连圣亚发布公告称,公司收到上海证券交易所问询函,要求就杨子平、警京基金与公司其他股东之间是否存在未披露的一致行动关系,或其他应当披露的协议及利益安排等内容进行披露。

同时,问询函还要求杨子平和警京基金核实并披露双方共同投资的宁波梅山保税港区庆成股权投资管理合伙企业(有限合伙)的成立背景、业务开展范围、业务开展具体情况和历史投资情况;以及结合双方存在共同投资以及历次股东大会、董事会投票表决情况,明确说明双方是否存在一致行动关系,前期信息披露是否存在需补充或更正之处。另外,上交所还就大连圣亚目前生产经营状态是否正常稳定,公司日常经营管理秩序、重大事项决策机制是否能够保持规范有序等内容进行了问询。而按照该问询函的规定,大连圣亚需在7月10日前披露回复。

“其实,在这场风波中,大连圣亚管理层的动荡着实令人始料未及。”景鉴智库创始人周鸣岐表示。

在大连圣亚官方微博发布的一篇文章中,其被罢免的原董事长王双宏、原副董事长刘德义称,杨子平一方提名、获选的董事中,都没有水族馆经营相关的履历和经验。而且,在这篇文章中,刘德义也对于杨子平和警京基金是否存在一致行动关系,以及警京基金当初投资大连圣亚的目的提出了怀疑。刘德义表示,当初警京基金通过口头和书面一再表示,并不谋求控制权,就是为了长期投资,但最后来看,警京基金不仅进入董事会,警京

在大连圣亚中的角色:第二大股东

截至7月7日在大连圣亚持股比例:17.71%

与其他二者关系:曾否认与上市公司、上市公司其他董事、主要股东存在一致行动关系、关联关系或利益安排。与杨子平共同投资、持股宁波梅山保税港区庆成股权投资管理合伙企业(有限合伙)

在大连圣亚现任职务:副董事长、董事

与其他二者关系:警京基金法人(持股50%)、宁波梅山保税港区庆成股权投资管理合伙企业(有限合伙)疑似实际控制人(持股0.5%)

基金的毛威还成为副董事长,完全违背了他们最初的承诺。

复杂的股东关系

其实,之所以业界对于杨子平与警京基金、毛威之间的关系存在较大疑问,一定程度上是源于近期的管理层“换血事件”。

此前,杨子平曾提出罢免王双宏、刘德义,再次提名增加4个董事席位的议案。而根据大连圣亚的公告,罢免王双宏和刘德义的两份议案,总赞成票数均为61320321股,其中,5%以下中小股东的赞成票数为40047719股,剩余赞成票数与警京基金及其一致行动人的持股数,即14504562股和16768040股相加的数字刚好相同。

大连圣亚“内斗”主角关系图

在大连圣亚现任职务:董事长

截至5月8日在大连圣亚持股比例:4%

与其他二者关系:曾否认与警京基金存在其他一致行动关系、关联关系或利益安排。与警京基金共同投资、持股宁波梅山保税港区庆成股权投资管理合伙企业(有限合伙)

杨子平

毛威

以上信息及数据来自大连圣亚公告、天眼查等公开渠道

在一致行动关系、关联关系或利益安排。杨子平也在《关于大连圣亚旅游控股股份有限公司关于进一步核实相关情况的函》的复函中称,自己与上市公司其他董事、股东间不存在一致行动关系、关联关系或利益安排;与警京基金也不存在其他一致行动关系、关联关系或利益安排。

然而,对于本次上交所问询函中提及的宁波梅山保税港区庆成股权投资管理合伙企业(有限合伙),天眼查信息显示,该公司最终受益人为杨子平,持股比例为62%,同时,警京基金也持有1%的股份,此外,根据天眼查大数据分析显示,该公司的疑似实际控制人为持股0.5%的毛威。业界有观点认为,当投资者之间存在合伙、合作、联营等其他经济利益关系时,一般认定为一致行动人。

恐影响公司运营

“不论‘内斗’最终结果如何,受伤的总是企业和品牌。”周鸣岐表示,从当前的情况来看,这场纠纷持续的时间越长,企业复原的难度就越大,尤其是像海洋主题公园这样专业化程度相对较高的行业,一旦核心业务停滞,再重启的难度就更大了。

百位影视明星“赶场”综艺市场供求火热

经历了年初的冷清之后,如今的综艺市场终于迎来了旺盛需求下的井喷。步入下半年,综艺市场的火热之势越来越明显,无论是新综艺还是“综N代”,无论是上游的制作端还是下游的输出端,热度都普遍升高。猫眼专业版显示,截至7月9日,上线6天的新综艺节目《夏日冲浪店》,每日的热度值高居10000不下,并已连续4天获得综艺猫眼全网热度的单日冠军。而在供应方面,越来越多在综艺中“刷脸”的影视明星,也从侧面证明了制作市场的火热。

不只是新综艺,多部“综N代”也抓住不少观众的目光。据猫眼专业版上的播放数据,刚刚落幕不久的《创造营2020》,在上线首日平台播放量为6393万次,但半个月后,这一数字便上涨到1.07亿次,而到7月4日节目收官,整个更新期间的播放量突破6亿次。同时《密室大逃脱第二季》也从开播实现的超7500的热度值,增到当下近9000。

值得注意的是,以上“综N代”节目的热度均已超过上一季。据爱奇艺指数显示,《王牌对王牌第五季》在节目接近收官时已实现近8000的热度值,而此前《王牌对王牌第四季》的热度值仅从开播时的5000涨到收官时的6000。同时《奔跑吧第四季》和《极限挑战第六季》的热度值也分别增长至当下的7500和6500左右,而《奔跑吧第三季》和《极限挑战第五季》的热度平均值则约为6000,不敌今年上半年的数值,且据初步计算,今年上半年以上“综N代”的新节目热度值较上一季增长10%-30%。

这与疫情下的宅经济不无关系。据国家广电总局节目收视大数据系统(CVB)统计,春节期间,全国有线电视和IPTV较去年12月

日均收看用户数上涨23.5%,收视总时长上涨41.7%,电视机前每日户均观看时长近7小时。往年一般是大年三十至初七为收视高峰,而今年的收视一路高涨,初十至十六的日均收视总时长较大年三十至初七上涨了3.2%。

综艺节目热度呈普遍上升态势,在中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举看来,首先受疫情影响,宅经济有了更好的发展环境,而综艺则是宅经济典型的一部分。另一方面,目前大量的媒体资源都在朝着线上内容制作投放,无论是传统电视还是其他演出,在目前都无法开展,更多媒体资源、资本都投向新媒体、综艺。此外,这与互联网技术升级发展有直接关系,互联网正在提速,这在技术上有利于线上节目发展。

综艺爱好者闫女士就表示:“从过年到现在从从头到尾追完了得有10部综艺,像《喜欢你我也是2》和《青春有你2》这两部,我还回过头把去年没来得及看的第一季给补回来了。以前虽然爱看综艺,但真没那么多时间,今年综艺的瘾确实过足了”。

对于上半年综艺节目热度不断提升的现象,北京商报记者第一时间联系了当下热映

综艺《奔跑吧》《王牌对王牌》《密室大逃脱》《极限挑战》和《创造营2020》的节目组,但截至发稿,对方未予以回应。

值得注意的是,北京商报记者注意到,影视演员登上综艺节目的趋势也异常明显。今年上半年热播的15个综艺节目中,作为飞行嘉宾或常驻嘉宾参与节目的影视明星大约在120位。且影视明星现身较多的几档综艺,实现更高的节目热度增长。

对于影视明星们近期频频试水综艺节目的现象,魏鹏举表示:“这是市场选择的结果,一方面影视明星需要赚钱,但传统影视制作的进程却较往年有所趋缓,这是直接原因;另一方面明星也需要保持热度,在媒体上要有传播量。但对未来有远大诉求的明星不要频繁参加质量不高的综艺节目,当下阶段是特别好的沉淀期,没有过多工作压力,影视明星可以用来给自己充电。如果有不错的综艺平台,节目质量比较好,可以选择性地参加,不过太频繁参加可能会透支未来的影响力”。

综艺市场的火热令业内感到欣喜,但火热的背后也有着激烈的市场竞争,此时不少节目方也尝试更为多元的题材类型。

电视评论人吴博宇向北京商报记者表示,综艺市场经过多年来的发展,正处于一个需要深度创新的时期,虽然中间过程会遭遇制作挑战,同时部分节目因前期很少有同类型作品的铺垫,导致播放热度弱于常见类型的综艺,但这却是一个必须经历的过程,避免受困于此前的条条框框而令发展的脚步停滞,激发出市场更大的想象力,为今后的发展打开新的机会通道。北京商报记者 卢扬 实习记者 杨菲

美术宝获新一轮融资 在线少儿美术迎高速增长期

北京商报讯(记者 刘斯文)时隔一年,在线美术品牌美术宝再获新一轮融资。7月9日,美术宝教育集团宣布完成4000万美元C+轮融资,由腾讯领投。至此,美术宝已完成6轮融资,累计获投金额8亿元,创美术教育赛道融资金额之最。作为素质教育品类三大内容之一,美术教育在政策助推下逐渐受到重视,在线少儿美术教育近两年更是得到大量资本青睐。疫情下,资本对素质教育项目投资力度明显收紧,也继续向头部企业倾斜。在进一步放大并巩固了在线教育企业优势的同时,行业马太效应显现。而美术宝斩获新一轮融资,也预示着在线少儿美术迎来高速增长期。

据介绍,本轮融资由腾讯领投,顺为资本、蓝驰创投、华联长山兴、创致资本、博佳资本跟投,高鹤资本担任独家财务顾问。本轮资金将主要用于产品升级、课程研发以及内部团队建设。成立于2014年的美术宝,产品体系已覆盖3-18岁美育行业生态链条。目前旗下拥有美术宝1对1、美术宝小班课、小熊美术、美术宝艺考、美术宝智慧校园(微校)五大品牌,每月总营收近2亿元。

在政策加持下,美术教育正在崛起。艾瑞咨询2019年《中国美术教育培训行业研究报告》显示,我国美术培训市场规模在900亿-1050亿元,青少年美术培训占整个美术培训市场的比重超过80%。而与此同时,市场高度分散,线上和线下没有全国性和地域性龙头出现。

美术宝教育CFO邓美辰在接受北京商

报记者采访时表示,美术教育线下30万+机构和旺盛的用户需求已经验证了美术教育的市场价值。过去由于科技水平的制约,美术教育的在线化水平远落后于其他教育领域。而随着5G时代的到来,以及AR、VR等技术的应用升级,用户的在线体验将有颠覆式的创新和突破,在线美育将进入高速增长期。

“在线少儿美术培训已跑上了快车道,目前一二线城市家长认知度较高,三线及以下城市也处在快速培育期中”,指明灯智库创始人吕森林认为,在线方式可为低线城市提供优质师资和课程体验,疫情助推了其发展进程。线下价值仍存不可否认,但线上蚕食线下的局面已经形成。邓美辰也谈道,疫情使在线化进程大大加速,用户教育成本越来越低。素质教育占家庭教育支出比重将越来越高,在线渗透率加速增长。

睿艺统计数据发现,2020年上半年在线素质教育项目的融资案例数占到总融资案例数的55%,与前两年相比,资本对素质教育的投资力度明显收缩,头部品牌的融资轮次愈发集中于后期阶段。可见,未来只有规模化、系统化和品牌化的企业才能持续获得资本加码。

此外,也有业内人士指出,少儿美育是没有标准化考核的多元化教育,仍存质量参差不齐、优质机构占比不高、师资力量薄弱等问题,且极少拥有自主开发的美术领域IP以及衍生品,教学场景和用户黏性有待丰富和加强。