

“双奥之城 双奥会刊”主题展览亮相

从9月15日起至9月21日,由北京日报报业集团主办的“2008-2022双奥之城 双奥会刊”主题展在北京王府井步行街正式开幕。百米双奥“卷轴”将带领市民共忆双奥之城的精彩瞬间,共读双奥会刊的甄选内容,感受新时代首都发展的生动实践。此外,市民还可以通过下载北京日报客户端参与答题活动,将有机会获得冬奥珍藏礼物。

北京秋高气爽、晴朗干热,王府井步行街的2008-2022双奥之城“双奥会刊”主题展却给市民和游客带来阵阵清凉。羽生结弦的冰上舞姿、谷爱凌吃馅饼的可爱表情、残奥运动员的自强不息……一张张精彩的图片和冬奥会刊报纸版面将大家带回到半年前的那场冰雪盛宴。“我最喜欢谷爱凌,她的比赛现场不落。”羽生结弦尝试4A没成功真是太遗憾了。”主题展前,不少游客驻足观看,展板上的图片勾起了大家很多回忆,有的还不时举起手机,将这些珍贵的画面留存。

除了带领市民回顾北京2022年冬奥会和冬残奥会的精彩瞬间,这场主题展还巧妙地融合了2008年北京奥运会的精彩画面,让市民和游客通过一场展览串起了两个奥运会,感受北京这座双奥之城的独特魅力。

今年60多岁的冯老先生喜欢体育,在王府井步行街偶遇的这场主题展让他大呼超值。“2008年我就去看过奥运会的比赛,今年冬奥会中国队的比赛更是场场不落,看完这个展览,当年的记忆一下子全回来了。”冯老先生说。

北京是全球唯一一个双奥之城,作为在双奥之城创办双奥官方中文会刊的媒体,北京日报报业集团与两个奥运会的举办同频共振。为了让市民重温双奥记忆,回顾奥运健儿赛场风采,感受北京这座千年古都因双奥绽放的新活力给市民带来的幸福感和获得感,北京日报报业集团特别策划了“2008-2022双奥之城 双奥会刊”主题展,同时这也是今年北京日报创刊70周年奉献给北京市民的一场文化盛宴。

北京冬奥组委新闻宣传部副部长吕钦在主题展启动仪式上表示:“双奥之城”促成了“双奥会刊”的诞生。“双奥会刊”是历史的见证者,也是时代的记录者。弘扬北京冬奥精神,传承冬奥遗产,续写“双奥之城”荣耀,是对“双奥”最好的纪念,更是站在新起点上推动新时代首都建设的需要。

主题展分为双奥之城、双奥之赛、双奥之人、双奥会刊四大板块,总展览面积700平方米,观众可以通过长约百米的“卷轴”式参观路线,沉浸式回顾双奥之城的精彩瞬间,感受千年古都遇上现代奥运的火花与生机。

据悉,本次“2008-2022双奥之城 双奥会刊”主题展览为期一周,在展览期间,观众还可以下载北京日报客户端参与线上答题活动,有机会获得冬奥会刊原始版合订本,将双奥之城的双奥记忆带回家。

北京商报综合报道



· 相关新闻 ·

双奥会刊首次“合体”现身,最具价值限量版启动线上拍卖

如果您拥有一份《北京2022年冬奥会和冬残奥会官方中文会刊(冬奥会刊)》,这不仅是珍贵的冬奥记忆,更是高价值藏品。如果您同时还拥有一份《第29届奥林匹克运动会官方会刊(中文版)》(夏奥会刊),不仅奥运记忆翻倍,收藏价值也将进一步凸显。

从“同一个世界,同一个梦想”到“一起向未来”,北京成为全球首个“双奥之城”。北京日报报业集团与两个奥运会的举办同频共振,相继出版了2008夏奥会刊和2022冬奥会刊,在记录荣光时刻的同时,实现了两个会刊的“合体”。

9月15日,在由北京日报报业集团主办的“2008-2022双奥之城 双奥会刊”主题展览启动仪式上,“双奥会刊”首次“合体”亮相,并开启了线上拍卖活动。

据悉,北京日报报业集团面向社会发行的“双奥会刊”重要衍生品为100套“双奥会刊”原始合订本,每套定价9999元,以及100套“双奥会刊”珍藏版,每套定价5800元,每一套都有订制的独立包装和收藏证书。

其中,夏奥会刊珍藏版当时仅限量发行2008册,今年的冬奥会刊珍藏版也仅限量发行2022册,每册均有独立编号,此次的100套“双奥会刊”珍藏版,均由存量极少的同一编号的两册组成。

在9月15日的展览启动仪式上,北京日报报业集团与中国嘉德合作开启线上活动,将联手拍卖编号为2008的夏奥会刊珍藏版和编号为2022的冬奥会刊珍藏版的“双奥”组合。“双奥会刊”的收藏价值有望在拍卖市场得到

充分印证,拍卖所得将全部用于公益项目。奥运爱好者和收藏家可以关注北京日报客户端和中国嘉德App相关预告。

北京2022年冬奥会和冬残奥会结束后,北京日报报业集团就推出了2022冬奥会刊珍藏版。那时,不少藏家就已对“双奥会刊”的“合体”表示期待。考虑到收藏的延续性,主办方曾推出人性化服务,已经收藏2008夏奥会刊珍藏版的藏家可优先订阅同编号2022冬奥会刊珍藏版,目前已有藏家精心选购收藏。

书籍报刊等文献收藏,常被收藏界誉为可折叠的“软黄金”。作为奥运会官方授权刊物,“双奥会刊”承载着中国传统文化与奥林匹克精神的融合记忆,具有官方性、权威性、可读性、功

能性、收藏性等特性,未来还会附加史料性、文物性等,是奥运收藏领域不可多得的珍品。截至目前,2008夏奥会刊和2022冬奥会刊已经陆续入藏中国国家博物馆、首都博物馆、中国体育博物馆、北京奥运博物馆;“双奥会刊”的收藏价值得以持续提升。

为满足奥运爱好者和收藏爱好者的需要,让双奥之城的记忆永久保留,更好体现“双奥会刊”的社会价值和品牌影响力,北京日报报业集团与国内拍卖领军企业中国嘉德展开合作,中国嘉德也是2008奥林匹克博览会独家拍卖合作机构。此次拍卖富有深刻的历史意义,蕴含着独特奥运品牌价值和内涵的“双奥会刊”首次现身拍场,将推动奥运题材收藏市场的升温。北京商报记者 徐磊

F 关注

增加非旅游板块

在新架构调整一年后,凯撒旅业再次明确了新战略方向。除了再次明确2021年确立的新零售、食品、目的地、旅游“四轮驱动”式的发展战略外,陈杰在回答北京商报记者提问时还进一步表示,从业务结构上,除凯撒旅业传统的旅游服务、餐饮服务为主营业务,新创立“新零售”和“目的地”板块,通过布局体育产业、IP资产及运营、目的地内容运营及资源整合、目的地物产等产业,推进从单一的服务消费,扩展至“服务消费+商品消费”两大发展领域。

从过去的一段时间来看,凯撒旅业已经开始调整布局,增加非旅游业务占比。据凯撒旅业2022年上半年财报,公司旅游服务营业收入为3893.95万元,同比减少了83.69%,仅占营业收入的20.45%。配餐业务和食品饮料业务的营业收入虽然也较去年同期出现下降,但这两项业务收入占比均有所上涨。

此外,自2021年完成注册地址变更后,凯撒旅业开始深化在海南市场的布局,并瞄准了免税业务。陈杰表示,凯撒已在海口和三亚两地分别设立三亚同盛商贸有限公司和海口同盛世嘉商贸有限公司,作为拟开展在岛免税业务的运营主体。

对于海南板块的布局,陈杰还表示,将全面加速海南战略落地,通过凯撒旅业的专业优势,整合文旅、体育、康养等上下游产业资源,推动产业投资、产业生态圈打造,IP运营、目的地营销、消费金融、主题旅

凯撒不只打“旅游”牌

经历上半年亏损后,作为传统旅行社,凯撒旅业(000796,目前为ST凯撒)也在谋变。9月15日,在海南辖区投资者网上集体接待日暨上市公司业绩说明会活动上,凯撒旅业董事长陈杰在回答北京商报记者提问时表示,目前凯撒确立了新零售、食品、目的地、旅游“四轮驱动”式的发展战略。与两年前大力发展出境游境况不同,如今的凯撒旅业也在积极转型,以摆脱疫情对其主营业务旅游板块造成的影响。今年以来,众信、中青旅等传统旅行社企业上半年业绩均显示亏损,这些企业也在通过业务转型试图减少亏损。下半年传统旅行社企业如何谋变,也成为了业内重点关注的话题。

游、体育+旅游、免税+旅游等方面的发展。

早在2019年,凯撒旅业就与中国出国人员服务有限公司联合推出了“天津国际邮轮母港进境免税店”,此后,凯撒旅业逐渐加强在免税投资市场的布局。

尚游汇文旅董事长钟晖分析提出,凯撒旅业目前面临的困境主要是受到了外部大环境的影响。而目前凯撒旅业已发展成多板块的企业。在这种情况下,凯撒选择根植海南有利于航食、零售、目的地等业务的发展。但作为曾经的出境游巨头之一,凯撒拥有较为丰富的出境旅游资源,也应保留好自己的资源,在旅游主业方面进行布局。

已连续两年半亏损

业绩说明会活动上,凯撒旅业的亏损情况成为很多投资者关心的话题。

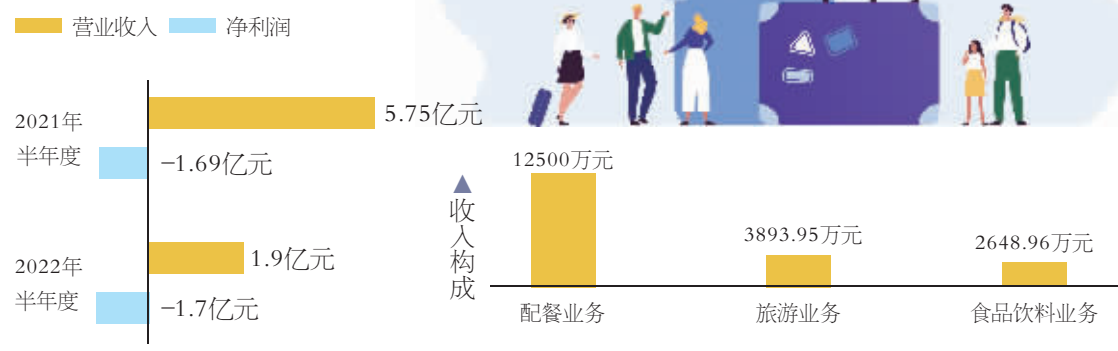
此前凯撒旅业公布的2022年半年度财务报告显示,报告期内,公司营业收入进一

步减少,约为1.9亿元,同比减少66.9%;归属于上市公司股东的净利润亏损约1.7亿元;2021年同期营业收入约5.75亿元;归属于上市公司股东的净利润亏损约1.69亿元。不仅仅是今年上半年亏损,已经连续两年亏损的凯撒旅业今年年初也戴上了“ST”的帽子。

面对颓势,对于后续如何确保公司各项财务指标正常,凯撒旅业财务总监虞巧燕在回答投资者问题时表示,公司将开展多项措施确保各项财务指标正常,以避免触发退市风险警示等情形。虞巧燕还表示,公司将加强内部经营管理,推动资源整合,严格控制;梳理内部管理及投资企业,处置低效资产、股权、可供出售金融资产等,盘活公司固定资产等。还将尝试引入战略投资者进一步优化股权结构,加强与产业资本的业务互动和协作,并积极沟通及寻找债务解决方式,争取减免现有供应商债务压力。

此外,凯撒旅业此前曾受到深交所的关

■凯撒旅业2021年和2022年上半年财务数据一览



数据来源:ST凯撒2021年和2022年上半年度财务报告

注函,要求其说明监事李峰对半年报内容存在异议的具体原因及背景。凯撒旅业日前对关注函做出了回复,表示李峰放弃投票,并非对公司2022年半年度报告内容持有异议,不影响2022年半年度报告内容的真实性、准确性和完整性。

传统旅行社尝试转型

转型的不仅仅只有凯撒旅业,纵观整个传统旅行社业态,都在通过转型、布局扭转颓势。众信、中青旅两家传统旅行社也在日前公布了2022年上半年“成绩单”,从财务数据来看,两家企业净利润均呈现亏损。

据中青旅2022年上半年财报,中青旅净利润出现了大幅亏损,亏损额达到2.05亿元,而2021年同期为实现盈利0.34亿元。众信旅游虽上半年同比有所减亏,但营业收入同比有所下降。

面对疫情冲击下传统旅行社业务受抑

制的不利情况,很多旅行社企业都在寻找新方向。此前,中青旅发布了新品牌“遨游露营家”,布局时下大火的露营市场。而众信旅游则宣布打造优沃得世界主题亲子自然教育农场,向周边亲子游市场进军。

“目前来看旅游市场仍旧受到疫情的影响。”钟晖谈道。谈及旅行社企业下半年如何通过转型突破困境,他谈道:“最重要的是大胆尝试,积极做出改变,比如凯撒发展目的地、零售板块就是不错的方向。而在传统旅游业务方面,也应顺应市场趋势,推出适合时下旅游市场环境的产品。”

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也谈道,近年来,许多旅行社企业正在从需求端向资源端去做渗透,不过对于凯撒、众信等以出境游为主营业务的旅行社来说,还需要保留好主业,待出境游恢复之后,为市场提供大众所需要的出境旅游产品。

北京商报记者 关子辰 张怡然