

8 企业联盟 Cooperation

再获 10 亿元融资 景域补血能否破盈利难题

■ 舒志娟 王胜男

持续亏损的景域驴妈妈获 10 亿元融资，提升盈利能力仍是关键。9 月 21 日，景域集团发布消息称，景域驴妈妈再次获得 10 亿元融资。这是继去年在新三板成功募资 11.8 亿元后，景域集团获得的又一笔融资输血。对于持续亏损的景域来说，急需资金输血，刚刚完成的业务板块调整也需要资金护航。同时，在景域集团新三板退市后，业内人士分析认为，景域集团动作频频其实是为上市做准备。目前，现金流问题在获得融资后得到一定缓解，但面对激烈的市场竞争，如何改善亏损、差异化竞争、提高营收效率等问题仍旧是景域集团发展和上市的阻碍。

再获 10 亿元融资

9 月 21 日，景域集团董事长、驴妈妈旅游网创始人洪清华在全员邮件中宣布，景域驴妈妈再次获得 10 亿元融资，众邦产融控股成为新合伙人。洪清华在邮件中称，伟大的企业既要靠内生增长形成核心竞争力，更要靠资本力量形成市场扩张力，景域驴妈妈未来资本动作将更大更多。

对于景域集团来说，10 亿元融资是扩大市场的资本保证，更是在巨大资金压力之下找到的紧急输血。从此前景域集团新三板上市主体景域文化的财务数据看，2013–2016 年上半年的营业收入的确高速增长，但相对应的净亏损以更高的速度攀升。数据显示，2013–2016 年上半年，景域文化净亏损分别为 6974 万元、1.62 亿元、4.26 亿元、2.56 亿元。截至 2016 年上半年，累计亏损已达 7 亿多元。“经营活动产生的现金流净额”也从 2013 年的–5700 余万元，增加到 2015 年的–6.6 亿元。在巨大的利润亏损和资金亏空之下，景域集团急需财大气粗的“金主”输血，有业内人士对北京商报记者表示，2017 年下半年也是的确是景域集团再融资的关键时期。

值得注意的是，为何在高速增长的营收下，亏损同样大幅增加。据业内人士分析，景域文化的发展属于资本推动型，在收入快速增长的同时，各种费用增长速度更快。财报也显示，营业成本、管理费用、销售费用等也在大幅增加。此外，此前景域文化大力推进旅游 O2O 战略，但毛利率低是 O2O 难以盈利的问题。财报显示，景域文化 2015 年毛利率仅有 3.76%，2014 年也仅有 8.6%，盈利十分困难。

除了缓解资本压力，新的业务架构也给景域提出了新的需求。今年 7 月 17 日，景域集团调整组织架构，宣布成立目的地运营集团、驴妈妈集团和旅游智慧经济集团三个二级集团。除此以外，发展景区运营、投资“帐篷



客酒店”等，涉及的领域越来越广，投入也持续扩大。业内人士称，洪清华所提出“世界级旅游集团”的目标自然也需要巨大的资本力量来支持，景域集团庞大的体系运转需要融资的支持。

“烧钱”难补窟窿

今年以来，景域集团已经不是第一次吸引市场的关注，2017 年 1 月，景域文化挂牌一年后主动申请摘牌，随后在 7 月业务结构进行调整，如今又获巨额融资。业内人士分析，一系列动作其实是在为上市做准备。北京商报记者就此采访了景域驴妈妈相关负责人，但截至发稿前未能得到回复。

洪清华在本次披露融资的全员邮件中称，“景域驴妈妈未来资本动作将更大更多”，在申请终止新三板挂牌时，洪清华指出，“是为了不久后以另一种形式与资本平台的相聚”。景域集团这样的公布方式引发了业内对景域集团将赴港交所和纳斯达克上市的猜想，但肯定的是，上市和股权变现是景域众多资本方的重要目标。此外，据了解，纳斯达克和港交所都可接受亏损企业，但在纳斯达克上市可能会更加符合景域所提出的“世界级旅游集团”的定位。

景域集团谋求上市除了提升自身品牌，投资方同样也施加了压力。据北京商报记者了解，2009–2015 年，景域驴妈妈完成 A 轮到 E 轮投资后，又获得两次定增融资 11.8 亿元，景鉴文旅首席分析师周鸣岐就此对北京商报记者表示，“这么多年来，尽管从投资人



那里得到几十亿元现金来烧，可用来讲故事的主体驴妈妈却是个亏钱的无底洞，其他板块的利润金额过小，在可以预见的时间内远远不够填补这个资金窟窿。加上新三板以退市收场，如果再找不到好的变现途径，恐怕无法向深套的众金主交代”。北京商报记者从景域文化停止挂牌前的最后一次股权转让后的股权结构书发现，第一大股东上海锦江资本管理有限公司持股比例达到 16.19%。从景域文化的财务报表来看，每年增加的亏损和资金缺口需要资本方的支持，面对投资人越来越大的压力，景域集团不得不寻求上市这一股权变现的资本运作方式。

在谋求上市之前，景域文化曾被称为“中国自助游 O2O 第一股”在 2015 年 12 月挂牌新三板。中国旅游研究院副研究员杨彦锋分析，新三板的活跃程度不高，对景域文化的估值有限，同时对外公开的财务数据需要经得起外界的推敲和质疑，过多公告景域的发展也可能产生不利影响。

实际上，景域集团不管在哪儿上市并不是最重要的，重要的是自身的运营能力，用业绩给投资者带来信心。

盈利仍是“老大难”

从近几年营业收入来看，正如洪清华所说“每年以超过 100%的速度在增长”，但这样的增长并未明显体现在 OTA 市场的份额中，据相关机构发布的中国在线旅游度假市场数据，2015 年以后，携程不断巩固龙头老大的位置，途牛和同程的市场份额都有一定

提升，但驴妈妈的市场份额并没有明显的提升，同时驴妈妈核心的门票业务也面临来自对手的激烈竞争。周鸣岐指出，此前同样位于 OTA 第二集团的途牛和同程身后站着大量重量级玩家，有着足够的资金保障。并且途牛已是纳斯达克上市公司，同程也据传正剥离亏损资产与艺龙整合冲击 A 股。面对这些强劲的对手，驴妈妈必须要投入更多人力物力财力，以及差异化发展的战略。

除了在线旅游，景域集团的业务结构中还包括目的地运营和智慧服务，景域的奇创规划设计院具有良好利润及一定的知名度，但同时业内也有巅峰、大地、绿维等竞争对手存在，规划设计的市场需求和扩张能力有限。在目的地运营方面，景域旅发和旅投，分别负责景区运营和投资，也是景域集团寄予厚望的新方向。但从行业来说，景区运营并非易事，投资回报期长，难以形成迅速增长的利润点。

洪清华称，当下旅游供给端体制性改革给景域提供了一个机会，包括景区改制、旅企改革、全域旅游、PPP。2016 年以来，景域驴妈妈与黄山旅游、新旅集团、广西旅发集团、贵州旅游集团等达成战略合作。周鸣岐称，景域集团与地方政府、旅游局合作，利用政府的权威性和背书作用，邀请属地景区、企业高层参加会议，利用全域旅游、IP 等口号包装营销。不管是在行业影响、知名度，还是实际项目合同、收入上都取得了不俗的佳绩。但如何在主营业务和新增业务上取得新的突破，景域驴妈妈面对的将是一场持久战。

(据北京商报)

厉以宁在 2017 中国 PPP 投资论坛上回应热点话题

厉以宁表示，PPP 的稳步发展有利于社会的和谐，中国迫切需要大力发展公益性事业和准公益性事业。PPP 可吸引商业性企业投入，范围包括医疗、保健、养老、公共事业、教育、交通、港口等。

厉以宁介绍，针对 PPP 发展，他们做了一些调查。在调查中发现，民营企业家不是不愿意加入 PPP，而是希望能够改善环境，希望能够保障他们能进能出，希望能够和国际资本公平竞争。

厉以宁指出，PPP 要做到能够吸引人，必须做到规范化。中国 PPP 发展到现在，还不能说是规范化的。在这里边，最突出的表现有：第一，法律法规不健全；第二，PPP 模式推出后，法人治理结构或者形同虚设，或者迟迟未建成；第三，国有企业占主要控股优势，民间资本不愿介入、受其控制。

“相信中国的 PPP 发展是有前景的。”厉以宁说，据他了解，国务院正准备出台措施，对民间资本的加入是有利的，对国有企业的工作也是有利的。

不过厉以宁指出，这些还不够，在中国最需要建立的是诚信，诚信是中国 PPP 发展的基本条件。这需要大家共同来实现，需要认真下功夫。

(马常艳)

中外电影合作 从探索阶段走向成熟

2012 年以来，我国电影界以开放思维推动中美电影关于配额的谈判，并在 2012 年将进口分账影片的配额由原来的 20 部扩大至 34 部，2016 年共有 102 部进口影片在国内公映，最终国产影片票房占 58.33%、美国影片仅占 33%，打破了美国电影在世界电影市场中平均占据 75%以上的绝对优势，为世界电影文化的多样性作出了贡献。

2012 年以来，中外电影合作从探索阶段逐步走向成熟，内地与香港、台湾地区已从最初资本的合作走向创意人才、资源共享等全方位深度融合，香港电影人才的内地化发展已成不可逆转的必然趋势，华语电影界力量整合已落地完成。中国已同 16 个国家签署了电影合拍协议。尤其是中国电影界与美国好莱坞六大公司先后建立了密切、畅通的合作渠道，多个以我为主的合拍项目正在筹备中。

2012 年以来，中国电影“走出去”继续呈现良好态势。2016 年中国电影海外销售收入为 38.25 亿元，是 2012 年的 3.6 倍。《我们诞生在中国》在北美市场一周突破 1200 万美元，超过了中国本土票房，成绩超出预期。2016 年启动的“中国电影 普天同映”全球发行平台，已对接多个国家的主流院线，《西游记之孙悟空三打白骨精》《盗墓笔记》《陆垚知马俐》《一句顶一万句》等都实现了海外规模性发行。中美、中俄、中英、中法、中加、中澳、中新、中日、中国–东盟十国、中国–中东欧十六国等十大品牌电影节，也在不断拓展中国电影的国际发展空间。

(白瀛 史克男)

IP 有泡沫 但不能将其全盘否定

首届编剧嘉年华编剧行业大会日前在京举办。当晚最大看点莫过于阿里影业原副总裁徐远翔与著名编剧宋方金的同台论战，两人围绕“IP 是否已经走下神坛”的话题展开热烈讨论。

两年前，在“原创与 IP 相煎何太急”论坛上，徐远翔称阿里影业不会再请专业编剧，而是邀请 IP 贴吧吧主和同人小说作者来进行剧本的初期创作，然后再请专业的导演和编剧完成剧本，并把这番发言看作是“给编剧们指一条生路”。此言一出，激怒了很多编剧，汪海林、宋方金、董润年等知名编剧纷纷宣布“不和阿里影业合作”。

如今，徐远翔已卸任阿里影业副总裁一职，并在当晚《我的 IP 主义观》演讲中重提往事。他解释，当初许多言论并非自己原意，很多调侃的表述却被过度解读，并强调“这些纯属我的个人观点，如果把这个帽子扣在阿里影业的头上，我觉得不公平。”整体而言，徐远翔仍是 IP 的坚定支持者，尽管也反对盲目炒作 IP、天价 IP、注水 IP，但他认为不能因为 IP 有巨大泡沫就全盘否定其价值，而编剧担心丢掉饭碗则是杞人忧天。

宋方金随后再次语出惊人：“大 IP+‘小鲜肉’，是中国影视界的大骗局”“从今年开始，大 IP 最后都死无葬身之地。”宋方金还把相关行业人士比喻成“包工头”“产品经理”等，而讲故事的编剧，应该在故事中建构人类的尊严、发现人性的真相、探究人生的黑白。

当晚，编剧嘉年华还举行了编剧行业关注单元颁奖活动，其中，陈舒、路阳、禹扬凭借《绣春刀 2：修罗战场》和吴京、董群、刘毅凭借《战狼 2》夺得“年度关注电影编剧”荣誉；常江和秦雯分别凭借《大军师司马懿之军师联盟》和《我的前半生》获得“年度关注电视剧编剧”荣誉。

(聂竟宽)

文化双创：90 后群体寂寞中坚守前行

■ 李雅偲

在刚刚落幕的第四届中国青年创新创业大赛的商工组赛场，153 个展台，放眼望去，在一大堆“高性能”、“人工智能”和“科技”打头的项目名称里，“蓝色之旅民族文化”、“‘民族情，工匠梦’传统民族工艺改良与推广”和“‘细水长流’汉墨体验馆”这样的项目显得有些“另类”。

“这次活动只有 5 个和文化相关的项目，当时觉得传统文化也能参与创新创业大赛挺不可思议的。”在场的一位志愿者告诉记者，“很遗憾，这些项目最后都没能进 30 强，与那些高科技项目相比，它们的关注度还有限。”

没人支持，也得坚持

不同于大多数展台热闹的项目展示，“‘细水长流’汉墨体验馆”的展台内只有一张桌子、两把椅子和简单的宣传海报，还有两个看起来很年轻的穿着汉服的小姑娘，似乎有些“简陋”。围观的人不多，但总会有三三两两的人驻足，来询问她们的项目。

仔细一问，项目的负责人赵静和王妍就是这两名来自甘肃的大二会计学专业学生。一个刚满 20 岁，另一个才 19 岁。

“愿意在传统文化上花心思创新创业的人太少了。”王妍说，之前在学校用这个项目参赛的时候并没有获过奖，也没有几个人看好。“我们俩是真的很喜欢汉文化，也希望可以通过一些创新的途径和方法让更多的人接触和了解汉文化。这次能入选真的特别意外。”

“更意外的是，因为这次入选，老师和学校也都开始对我们的项目重视起来，给我们介绍了专业的老师，还帮我们联系了合作公司，现在已经在建设场地了。”赵静接着说。提起她们团队推出的关于汉文化的特色体验馆，两个腼腆的小姑娘变得热情起来。她们告诉记者，除了体验“华服之美”、“云华品茗”、“翰墨书香”、“风雅陶艺”和“张弓舞剑”以外，最有特色的是“聊斋体验馆”，利用全息投影技术让人穿越时空，感受传统文化的魅力。

“没办法，文化创意就是一个见效慢的行业，其实，看着人家这些高新技术项目都有成品展示，还有很多投资者感兴趣，我们也很着急。



但是传统文化是根，没人支持我们也愿意做，让不同层次的人们在放松心情、愉悦身心的同时更好地了解汉文化，起到弘扬传统文化的作用，这就是我们的初衷。”王妍告诉记者。

她觉得，最难的就是在保护传统文化的同时还要用现代意识再加工，既要符合现代人的精神生活需求，也需要精心探索出适合商业发展的模式和路径。有些投资人会留下她们的联系方式，希望可以进一步了解，这就是对她们坚持的最大鼓舞。

资金无解，但从未想过放弃

1990 年出生的马永华是“蓝色之旅民族文化”项目的负责人，也是全国最年轻的国家级非物质文化遗产传承人。

“当时了解到，评选国家级非物质文化遗产传承人是要有 20 年以上从业经历的，我当时就开玩笑说，今年我 26 岁，刚好从业 20 年了呀！”在马永华心里最骄傲的就是她有着一双巧手，“我从六七岁开始就不买衣服穿了，都是自己给自己做，而且每一件都特别漂亮，

我觉得自己是很有天分的。”在和人交流的时候她总是很灿烂地笑着，用她的话说，她这个人不仅乐观，而且“自来熟”。

谈到她的创业经历，马永华笑着说这里面真的有很多难事。她告诉记者，她是从怀孕的时候开始有创业打算的。“那段时间太无聊了，就在床上做刺绣，做衣服，慢慢地就有了开店的打算。”她说，“我很固执，我不想做简单的小作坊，既然做的是蒙古族服装就必须尊重蒙古族的文化，而且一定要做最好的。”为此，她不仅跑到中国的江浙地区甚至俄罗斯等地去进优质的布料，还请了很多专家学者帮她研究蒙古族的文化传统与历史习惯，用 9 个多月的时间还原了孝庄太后出嫁的服装。

她坦言，由于自己对作品要求太高，直接结果就是价格也高，半年才有十几个顾客。

“还有一件衣服整整做了 14 个月，纯手工的，这也是我第一次参加比赛获奖的作品，当时评委都不信这是我手工刺绣的，说只有机绣才会这么平整。我说，那就现场绣吧，3 个小时一朵花绣出来，所有人都认可我了，订单