

## 宝马新能源车年销破10万辆

北京商报讯(记者 蓝朝晖 高春艳)12月19日,宝马集团官方正式宣布将第10万辆电动汽车交付到消费者手中,完成了年初制定的销售目标。

自2013年推出BMW i3以来,BMW 2013-2016年累计销售超过10万辆。宝马集团大中华区总裁兼首席执行官康思远曾表示:“BMW新能源车2016年销量同比增长3倍多,我们预计2017年可以实现年销10万辆新能源车。”

如今,宝马集团已经累计向客户交付了超过20万辆电动汽车。统计数据显示,截至11月底,宝马电动车型已经占到BMW品牌今年总销量的7%,在全球新能源领域占据的市场份额约为10%。据悉,到2018年宝马集团在新新能源汽车领域的销量将提高50%,达到15万辆的新目标。

汽车市场专家颜景辉表示,宝马新能源汽车产品目前在中国市场以进口的方式销售,在进口车中销量是最高的。2018年是新能源汽车产业化的大年,宝马制定明年目标上涨50%主要是看中国市场。

## 滴滴出行进入台湾地区市场

北京商报讯(记者 魏蔚)Uber在台湾的遭遇并未让滴滴却步。12月18日,有消息称滴滴目前正在台湾市场寻求合作伙伴,根据滴滴台湾在社交网站上的公告,台湾乐迪科技有限公司(以下简称“乐迪科技”)为滴滴在台湾的独家推广平台,目前,前者正在招募司机。北京商报记者发现,目前滴滴客户端已增加台湾北部等7个地区的服务。

滴滴台湾的公告显示:“乐迪科技已获得北京小桔科技有限公司(滴滴运营方)品牌、商标及应用程式授权,在台湾独家推广滴滴出行平台,提高台湾司机、乘客一流的出行服务。滴滴计程车”现正招募台湾北部首批合作伙伴”。

具体的招募要求较为严苛,要求申请人需要有台湾职业驾照、出租车职业登记证;运营的车辆则需要有职业小客车形式执照,车龄在九年以内。对于自己的定位,滴滴称只是提供计程车服务的乘客资讯,撮合乘客和出租车达成服务的中间平台商,并不涉及运送货物的服务。同时,滴滴出行平台,并不对司乘两端的服务纠纷负责,双方需要自行协商解决。业界认为,这是为了规避此前Uber在台湾涉嫌“违法”运营所造成的经营风险。

据了解,2016年12月,台湾裁定Uber为非法运营。今年2月,台湾当地有关部门给Uber开出11张罚单,合计罚金2.31亿新台币,并勒令Uber歇业。同时,还要求Uber必须“纳管、纳税、纳保险”。为此,Uber曾一度暂停了在台服务。

2017年中国主题公园依然保持热度,数据显示,预计2020年中国主题公园市场零售额将达到120亿元,超过美国,成为全球最大主题公园市场。在此背景之下,主题公园产业的参与者层出不穷。其中,恒大集团也涉足其中,自今年8月发布主题公园产品“恒大童世界”后,该项目的进展十分引人关注。据悉,目前恒大童世界相关工作正按计划推进,未来恒大为少年儿童打造的顶级奇幻游乐王国将逐步成型。

## 主打中国文化IP 恒大童世界错位竞争

## 打造差异化IP

随着参与主体数量的增多,主题公园间的竞争日益加剧也不容忽视。业内专家介绍,相比拥有超级IP的国际主题公园巨头,本土主题公园普遍存在文化IP短板,也就是说,要想保持对游客足够的吸引力,打好文化牌至关重要。而这一点正是恒大童世界重点打造的方向。

据了解,不同于以往主题公园以西方文化为核心的特点,恒大童世界主打“中国风”,将中国元素融入到了园区,以求做到让少年儿童在游乐体验的同时,又能领略中国文化的独特魅力。

围绕该主题,恒大童世界以中国历史、名著、神话、传说、古希腊、古埃及、古阿拉伯、西欧等世界经典童话故事为背景,整体分为璀璨中华、魔幻西欧、神秘古国、探险南美、漫游海洋、穿越太空六大主题区域。

值得一提的是,恒大童世界中近一半项目都集中在最大的璀璨中华区,所有建筑单体都结合了古城墙、宫殿、长城等不同的中国文化元素进行二次创作,飞檐翘角、滴水琉璃、中式门窗等中国传统建筑造型随处可见,配合哪吒闹海、封神演义、山海经、盘古开天、嫦娥奔月、宝莲灯等波澜壮阔的经典神话传说场景。

据介绍,每个恒大童世界都设计有33个大型游乐项目,需3-7天才能全部玩遍,远高于其他顶级主题乐园。比如迪士尼通常有18-22个大型游乐项目,恒大童世界的规模相当于迪士尼的1.5倍。

TEA亚太分区主席、麦格纳娱乐集团首席执行官托马斯·麦格纳就曾表示,中国的主题公园正在经历爆发式的发展,但需要注意的是,主题公园的打造与普通项目不同,它需要巨大的想像力和创造力,否则难以给人带来魔法般的感受。在主题公园构思、规划、设计阶段,设计是最重要的,也是最困难的。

在业内人士看来,恒大童世界设定这一主



题使之与迪士尼、环球影城等主题乐园形成了错位发展,同时也顺应了独特IP的打造,为迅速抢占主题公园市场打好了基础。

## 顶尖科技做支撑

主题公园是多产业融合的产物,影视、动画、游戏、传媒的有效融合才能使得项目独具一格,其中科技手段或是有效融合多产业和体现设计感的载体。托马斯·麦格纳也曾指

出,在主题公园行业,技术是内容的支撑。他举例道,日本迪士尼乐园曾办过一个主题节日活动,把整个城堡外部利用技术做了全新的创作,这在过去是无法实现的,而现在图像投射已经有了很大进步。同时,景区与游客的互动越来越多,如何打造沉浸式的体验,是现在大部分乐园研究的问题。随着科技的进步,未来可以通过实时互动等方式给游客呈现完全不同的演出效果,可以说,技术的更新使遥远的梦想逐渐变为现实。

## TCL手机“贱卖”引资求涅槃

12月19日晚间,TCL集团发布公告称,旗下TCL通讯科技49%股份的交割工作已经完成,而此时距离10月宣布拟转让股权不过两个多月。在智能手机市场竞争日益激烈的环境下,TCL通讯科技的日子并不好过,股权转让后,得益于新股东的业务优势,或许能让TCL的手机业务重新走上正轨。

TCL集团全资子公司TCL实业控股向紫光集团有限公司、云南省城市建设投资集团有限公司等3家战略投资者转让公司持有的TCL通讯科技49%股份的交割工作已经完成。TCL通讯科技董事会聘任李东生兼任TCL通讯科技CEO、执委会成员。

今年10月,TCL集团发布公告称,控股子公司TCL实业控股拟向紫光集团有限公司、云南省城市建设投资集团有限公司等3家具备移动通信产业链背景或业务资源的战略投资者转让其所持有的TCL通讯科技合计约6.27亿股股份。公告透露,预计TCL通讯科

技截至2017年8月31日的净资产值约为10亿港元。根据该暂定值,3个受让方的转让对价预计共4.9亿港元。

据介绍,紫光集团在手机芯片平台、射频及混合信号芯片及存储器等核心器件领域具备深厚的产业链上游资源;云南城投于近期受让手机ODM服务商闻泰科技股份有限公司8.8%的股权,并在半导体硅片领域进行系列投资布局。

TCL通讯科技的股权之所以被“贱卖”,最根本的原因还是销量和业绩的问题。今年三季度,TCL集团前三季度实现营业收入822亿元,同比增长5.82%;实现净利润30亿元,同比增长48.6%;其中归属于上市公司股东的净利润19亿元,同比增长23.9%。但该公司能够业绩大增,与TCL通讯科技没有半点关系。华星光电在TCL集团七大产品业务板块中,贡献了约1/4的营业收入,也几乎是该公司今年最主要的利润来源。

相比较而言,TCL通讯科技则是拖

后腿的那个业务。今年是TCL通讯科技有史以来业绩最差的一年,前三季度产品销量同比下降35%,实现销售收入112亿元,同比下降23%。报告期内,TCL通讯科技经营情况严峻,继续亏损,对集团盈利影响较大。方正证券预计前三季度TCL手机业务亏损12亿元左右。

产业观察家梁振鹏用“痼疾”来形容TCL通讯科技近年的状况:“每个手机品牌都需要推出一个爆款机型,打开市场认知度,从而带动整体销量,提高整体市场占有率。”然而在梁振鹏的印象中,十余年来,TCL一个畅销机型都没有推出过”。

在梁振鹏看来,TCL通讯科技一方面是产品创新能力弱,另一方面是公司没跟上市场节奏:“产品规划和智能手机的节奏严重脱节。卖点提炼、市场定位、目标消费群体均与市场格格不入。”

TCL通讯科技并非没有自救过。2015年1月,TCL通讯科技从惠普手中收购了Palm品牌,当年12月,取得使用黑莓

手机品牌的长期许可。同样在2015年12月,TCL通讯科技宣布原华为手机中国区首席营销官杨加盟,出任首席运营官和中国区负责人。不过,进军高端市场不仅没有突破,反而让公司陷入巨额亏损之中。

不过,尽管销量和业绩不振,但TCL始终没有放弃手机业务的想法。TCL集团董事长李东生在此前接受北京商报记者采访时指出,TCL未来会加大在中国市场推广黑莓手机的力度,希望黑莓手机在中国高端手机市场取得一席之地。但除了黑莓手机,TCL品牌的手机一定会在中国市场继续存在,但以什么样的方式,正在探讨中。

业内人士分析,这次引入紫光集团和云南创投,TCL通讯科技似乎放弃了对中高端市场的追求。紫光集团旗下展讯主攻低端芯片市场,云南创投投资的闻泰科技也以代工低端智能机居多。如此一来,使用展讯的芯片,用闻泰科技代工,通过成本控制,或许能使TCL通讯科技摆脱亏损。

北京商报记者 石飞月

## 新希望掘金宠物食品市场前景待验证

在宣布涉足宠物行业后不久,新希望宣布首个宠物行业收购已经完成。12月19日,新希望集团宣布已经完成对澳洲Real Pet Food Company(暂译“真诚爱宠公司”)的收购。业内人士指出,作为宠物行业新兵,新希望投资手笔不小,但打开中国市场是一码事。

新希望集团作为第一大股东,联合投资方还包括厚生投资、新加坡主权投资公司淡马锡、中投海外直接投资有限责任公司、启承资本等投资者。这距离新希望旗下投资平台草根

知本宣布成立猫宁宠控科技有限公司仅过去两个多月。据了解,此次收购涉及10亿美元(约合人民币约50亿元),其中新希望集团和厚生投资持股比例超过50%。但新希望并未披露具体数额和持股比例。

新希望集团董事长刘永好表示,作为第一大股东,收购完成之后,新希望将联合各投资方,嫁接国内外产业资源,进一步支持“真诚爱宠”在全球的业务拓展。新希望持续发力宠物经济,也陆续投资了一些企业,未来在该领域不排除上市的可能。

不过,真诚爱宠的产品目前在中国市场还没有销售,新希望也并未透露销售计划。营销专家路胜贞表示,宠物食品竞品较多,对于已经跨越千亿美元门槛的新希望来讲,瞄准的应该不只是国内市场。

在过去的五年中,中国宠物食品零售额由2012年的29.3亿元增长至2016年的73.8亿元,复合年增长率为26%,2016年的年增长率更是达到34%。有预测指出,中国宠物食品零售市场到2022年将达到330亿元,还有近4倍的增长空间。

有业内人士担心,宠物食品与农牧养殖饲料同属于一个饲料大类,农牧饲料属于粗放型市场,需求量大、渠道宽度大;宠物食品属于窄渠道、窄消费、窄容量。与农牧饲料主要集中在农牧批发渠道不同,宠物饲料主要集中在花鸟虫鱼市场、宠物医院以及KA(大型)超市。但宠物食品的渠道成本更高,维护成本更高。新希望作为宠物食品行业的新手,尽管有投资宠物电商平台的经验,但在具体渠道落地方面还需“补课”。

北京商报记者 钱瑜 王子扬

完成订货和付款。

此外,由世界顶级设计机构的325位设计师对恒大童世界的整体规划及游乐项目进行设计。他们均来自全球顶级设计机构,包括IDEA TTA CK(艾迪泰克)、ITE C(埃太克)、SANDERSON(新道信)等,他们的代表作品涵盖迪士尼、环球影城等国际顶尖主题乐园。具体来讲,多维空间骑乘、超感仿真游戏、沉浸式互动、全景动态观赏、特效魔幻演艺等科技含量极高的游乐科技均涵盖其中。

## 年消费总额预超200亿元

咨询公司AECOM的预测显示,到2025年、2030年中国主题公园客流量将分别达到3.2亿和4.2亿人次。克而瑞研究报告也进一步显示,随着人们收入水平的提高,群众对于休闲娱乐以及旅游的需求正在不断提升。其中短途周边游将会更加普遍,而坐落于重点城市周边的主题乐园将成为市民出行,尤其是亲子游的主要目的地。

为了抢占市场,恒大集团率先布局,并定下目标,即恒大将在全国布局15个恒大童世界项目,未来2-5年陆续竣工开业。据测算,每个恒大童世界辐射半径500公里,8000万人群,落成后预计每个项目年游客量超2000万人次,年消费总额超200亿元。

AECOM经济规划全球总监吉贵思曾分析认为,主题公园能够极大推动旅游产业的发展,因为主题公园可以带动包括文化、餐饮、零售、制造、大型会议会展设施等一整条文旅产业带,另外围绕主题公园还会形成较完善的交通网络。而便利的交通和丰富的游乐内容,让消费者愿意在大型主题公园内待上三四天或者一周的时间。

因此,在分析人士看来,恒大童世界的多地布局,从主题内容设定上看体现了文化自信,从落地辐射效果看,将对当地多产业的发展具有带动和融合作用。

北京商报记者 阿茹汗