

站上风口 低空游仍难盈利



新项目扎堆上马

在我国相对小众的低空旅游,迎来了一轮供给井喷期。根据甘肃张掖七彩丹霞景区披露的最新消息,该景区近年来对低空旅游项目作为休闲观光的重要内容进行开发,目前已拥有高性能贝尔407商务观光直升机2架,动力伞10架、热气球30具,其中直升机,动力伞和热气球项目分别实现经营性收入700万元、310万元和300万元。

同样对低空旅游项目有着浓厚“兴趣”的还有山东、山西等地的多个景区及相关企业。去年11月,山东首个低空旅游观光航线——济南“雪野”至枣庄“台儿庄”航线正式开通,12月下旬,位于山东省东营市的黄河口生态旅游区又首次试飞成功了低空旅游游览直升机项目。也是在去年,山西省也宣布启动多款低空旅游产品,壶口瀑布、雁门关、太行山大峡谷这三大当地知名的景区被设定为了当地

首批直升机低空旅游项目的起降点。

其实,提起低空旅游,国内旅游业普遍认为该类项目起步于20世纪90年代北京的八达岭长城景区。不过,此后,这类产品并未如预期般全面普及开来,直至近期,业内人士仍常用“不温不火”、“非主流”来形容我国的低空旅游市场。

有统计数据显示,目前,我国低空飞行需求仍主要是飞行作业需求,而旅游飞行占比很小,尚不足1%。相较之下,目前世界年通用航空飞行中50%左右的飞行时间来自低空旅游,可见,我国与世界平均水平还有较大差距。

不过,在这一轮投资风口到来后,近期中国航空运输协会发布预测称,2020年全国百强旅游景区游客数量将达到8.34亿人次,其中适宜低空旅游的自然型景区游客约占50%以上,低空旅游潜在游客或将达到4.2亿人次,有望形成585亿元的市场规模。一时间,低空旅游这一“看上去很美”的新兴市场点燃了各路

资本的投资热情,有部分旅游企业甚至跃跃欲试,准备踏入这一未知的新领域之中。

政策开闸降门槛

“去年,国内的低空旅游市场就像‘开了挂’一样发展,最根本的原因就是,我们终于等到了那股期待已久的政策‘东风’。曾几何时,那个让圈里人最头疼的市场认知问题终于开始迎刃而解了。”有低空旅游企业负责人告诉北京商报记者。

在民航资深专家慕琦看来,此前我国六部门联合出台的《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》,以及民航局发布的《空中游览》咨询通告,不仅从大方向上为低空旅游行业发展铺了路,还对相关具体操作细节进行了明确,向各界释放了我国将引导开展这种新型旅游项目的信号。

而经营多年低空旅游业务的黑马航空董事长智杰还向记者介绍,目前,国内的低空旅

游产品主要分为空中观光和体验飞行两种,然而不论是哪种项目,从业人员、用户这两大群体规模均相对较小,是一直制约行业发展的主要因素;去年初,民航局颁布了新的运动类飞行执照发放政策,大大降低了进入门槛,换言之,普通民众只要拥有一般的机动车驾驶证(C本)、带着身份证就能去学习相关课程、考飞机执照了。因此,在个人娱乐型飞行消费的带动下,去年国内的低空旅游需求出现了大幅增长,不少企业和单位都开始增设相关的项目和产品”。智杰透露,受益于政策“礼包”利好,目前国内开设了低空旅游服务的景区,只有2%会尝试相关产品,然而现阶段,这一占比已经升到了3%-5%。

淡旺季落差明显

“不可否认,在整个通航市场投资回报并不理想的状态下,近一两年,市场热度快速上升的低空旅游确实被不少资本‘盯’上了。”慕

琦认为,然而,如果低空旅游不找准适合自己的商业逻辑,这个“看上去很美”的新风口就很难达到预期的发展状态。

实际上,北京商报记者在向多位网友和旅游爱好者调查后发现,不少人虽然对于低空旅游十分感兴趣,但他们普遍认为,这种产品在国内仍然算一种“旅游奢侈品”,过于高昂的价格是削弱他们消费热情的主因。而多位业内人士也表示,短时间内,低空旅游产品单价相对较高的情况确实是相关经营者必须要面临的现实。

“供给热了之后,需求能否跟得上,确实有待观察。”慕琦直言,低空旅游项目本身设备设施等各项成本就高,而且大多存在一定的风险性,如果消费者希望体验更可靠安全的服务,降低游玩风险,就需要企业投入更高的成本,产品单价也就更贵,如此循环往复,企业的获利难度可见一斑。他认为,整体来看,低空旅游项目随着产品消费频次的增加,盈利前景还是可以预期的,但这类项目普遍需要一个较长的市场培育期,企业前期势必承担较高的亏损风险。

智杰也坦言,低空旅游运行成本确实不低。他介绍,目前国内的低空旅游产品根据类型不同销售价格也有较大区别,区间从200-300元/人到1000-2000多元/人不等,“低空旅游项目的成本主要包括航空器成本、飞行员和地勤保障等人员成本、场地成本、运营周期摊销费用、油料成本等,其中,人员成本占费用比重大多在50%以上,而一架飞机等航空器的购买价格也在百万元左右,每年保养成本约占飞行成本的10%-20%”。

值得注意的是,多位业内专家还提出,低空旅游在发展过程中还必须跨过淡旺季落差较大这个坎:在北方地区,冬季景区客流本身就比较少,低空旅游消费就更加淡,比如在内蒙古,这类项目一年也就只能运营3个月,因此企业只有靠联合经营或者淡季转租设备,才能避免飞机长时间闲置。”智杰表示。慕琦也提出,未来,我国应培育一些全国性、区域性的低空旅游企业,因为国内景区的淡旺季大多是交替性的,如果单一由某个景区来发展低空旅游且无法更高效地运用相关固定资源,可能就无法形成良性的发展模式。

北京商报记者 蒋梦惟

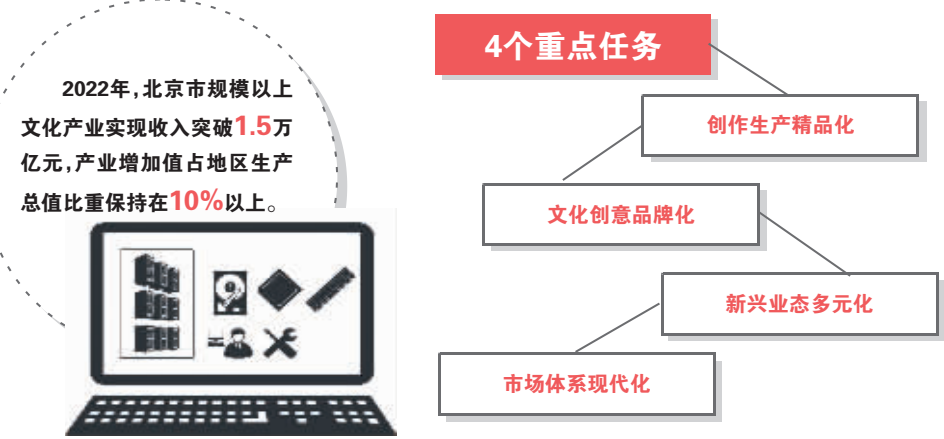
北京亮出文化产业发展三年路线图

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 伍碧怡)1月8日,北京市国有文化资产管理中心、北京市政府新闻办公室召开2020年首场新闻发布会,发布并解读《北京市文化产业发展三年行动计划(2020-2022年)》(以下简称《行动计划》)有关内容。《行动计划》中提出北京市力争到2022年,全市规模以上文化产业实现收入突破1.5万亿元,产业增加值占地区生产总值比重保持在10%以上。

据了解,2018年6月,市委市政府印发《关于推进文化创意产业创新发展的意见》,确立了由“两大主攻方向、九大重点领域环节”构成的文化产业高精尖内容体系,并提出九大产业促进行动,为北京市文化产业下一阶段发展锚定方向、指明路径。在《意见》框架下,市文化改革和发展领导小组研究印发《行动计划》,回答了未来三年北京市文化产业为实现高质量发展应当“干什么、怎么干、谁来干”的问题。

《行动计划》中强调了北京市文化产业发展目标:通过三年努力,着力实现创作生产精品化、文化创意品牌化、新业态多元化、市场体系现代化,初步形成首都文化产业高质量发展体系,到2022年全市规模以上文化产业实现收入突破1.5万亿元,产业增加值占地区生产总值比重保持在10%以上,助力首都经济社会发展和全国文化中心建设取得新的成就。”

北京市国有文化资产管理中心党委书记刘绍坚介绍,针对《行动计划》中的目标,文件也提出了4个方面的重点任务,在创作生产精品化方面,健全生产、转化、传



播全链条,推出一批社会效益和经济效益相统一、凸显首都文化价值的精品力作。在文化创意品牌化方面,强化创意设计服务对文化产业各领域的渗透和支撑作用,促进产业品质和价值提升。在新业态多元化方面,加快推动文化与相关领域融合发展,重点发展“文化+”新业态、新产品、新模式。在市场体系现代化方面,有效激发文化市场主体活力,不断健全现代文化市场体系,促进金融、空间、人才等各类要素资源高效配置。

其中,在创作生产精品化中特别提到推动精品内容创作生产方面的重要举措。围绕精品内容创作生产,部署了抓好重点题材项目创作,鼓励音乐、影视、网络文艺等作品创作生产,打造北京市文化精品工程重点项目等方面重点任务。刘绍坚指出,相关政策如《关于推动北京游戏产业健康发展的若干意见》《关于推动北京音乐产业繁荣发展的实施意见》等已于日前陆续发布。

据介绍,《行动计划》以重点任务为主要内容,以具体项目为落实抓手,共梳理重点项目27个,其中既有以文化设施建设为主的“硬件”优化项目,也有以政策保障为主的“软件”升级项目;既有年度性持续开展常态化项目,也有将在未来三年内建设完成或取得重大进展的重点项目。相关项目将成为评估未来首都文化产业发展质量的重要标尺。

“北京在全国率先发起文化产业高质量发展行动计划,不仅为我国高质量转型升级提供了一个经济较发达区域的行动样本,也为全国文化中心建设架构了可持续发展的高品质文化产业引擎。”中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举认为,《行动计划》发布的时机意义重大,方案合理,施策精准,不仅是对于中央关于文化产业发展精神的及时响应和有效落实,也是我国全面实现小康社会,进而迈向高质量发展关键转型期的一个具有标杆意义的行动计划。

“黑导游逼游客掏钱”何时休

北京商报讯(记者 关子辰)大连“黑导游”事件继续发酵。1月8日,针对网上出现“大连黑导游逼游客掏钱拒退还”视频一事,大连文旅局发布微博称,大连市高度重视,立即责成市文化和旅游局成立专案组,联合相关部门启动调查。因视频提供调查信息有限,专案组欢迎广大网友和知情人士提供更多有价值的信息协助调查。业内人士表示:“黑导游”的背后是低价旅游、强迫消费、隐性购物等乱象,该事件的发生也再次给业界提醒,未来有关部门会加大对此类事件的监管力度。

近日,梨视频发布一则视频显示,有游客在大连火车站附近的红利旅行社报名咨询时,工作人员表示:“50一人,包含门票及车费”,其他如狮虎园、潜艇、帆船等项目为自费性质,可选择性游玩。但游玩途中,导游通过催促、冷落等方式强行要求游客消费自费项目,途中,导游还疑似威胁乘客“早想收拾你”;就是打人犯法,不然早想打你”。当一名游客交100元现金支付20元餐费时,导游未退还剩下的80元,强制其消费海上项目。该视频在网络上引起轩然大波。

据了解,《旅游法》第三十五条明确规定,旅行社或者其从业人员不得通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益,不得安排另行付费旅游项目。否则,旅游者有权在旅游行程结束后30日内,要求旅行社为其办理退货并先行垫付退货货款,或者退还另行付费旅游项目的费用。同时,对于强行安排付费旅游项目的行为,按照《旅游法》相关规定,旅游主管部门应责令改正,没收违法所得,责令停业整顿,并处3万元以上30万元以下罚款;违法所得30万元以上的,并处违法所得一倍以上五倍以下罚款;情节严重的,

“《旅游法》第三十五条规定,旅行社或者其从业人员不得通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益,不得安排另行付费旅游项目。”

吊销旅行社业务经营许可证;对直接负责的主管人员和其他直接责任人员,没收违法所得,处2000元以上2万元以下罚款,并暂扣或者吊销导游证。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌表示,大连“黑导游”事件违反了相关法律法规,损害了消费者权益,有关部门调查之后应该采取措施杜绝此类事件的再次发生。

实际上,针对“黑导游”等事件,文旅部也多次掀起整治风暴,严厉打击此类行为。虽然重拳整治,但也屡禁不止。近年来,全国各地依然有“黑导游强制游客消费”等事件发生,此前,云南就多次发生过导游强迫游客购买翡翠等事件,此外像广西、东北雪乡也均发生过“黑导游强迫游客消费”等事件。

王兴斌分析指出:“黑导游”事件之所以频发,其背后也反映出低价旅游、强迫消费、隐性购物等市场乱象。一方面旅游主管部门要加强监管,从供给端加强对不合理低价游的打击力度,对于违法违规的旅游产品要坚决依法取缔;另一方面,还要从市场需求端宣传、教育游客,不要轻信严重违反价值规律的旅游产品,从而减少此类事件的发生。