编辑 汤艺甜 美编 贾丛丛 责校 池红云 电话:64101897 lyzx0405@126.com

预订量暴增600% 邮轮能安心出海了吗

出乎意料的是,在经历了几次“恐怖邮轮”的教训之后,邮轮行业的需求仍然高居不下。就在嘉年华邮轮宣布北美航线将于8月1日复航后,美国运通旅游特许经营公司CruisePlanners的数据显示,3天内,邮轮的预订量较公告发布前猛增了600%。这似乎是复苏的曙光。不过在国内,邮轮业务的复苏还遥遥无期。至少在消费者的安全顾忌之下,邮轮想要成功出海,可能还有些挑战。

疫情下各家邮轮公司停复航大事记

- **1月25日** 歌诗达邮轮决定暂停运营从中国母港出发的航次
- **1月27日** 皇家加勒比取消了其中国运营的海洋量子号航次
- **2月10日** 钻石公主号邮轮累计感染者达130人
- **3月12日** 嘉年华集团旗下公主号邮轮宣布将在全球停运60日
- **3月16日** 皇家加勒比游轮有限公司宣布将从当周日开始暂停运营其全球航线
- **3月30日** 全球有超过200艘邮轮停航
- **4月15日** 公主邮轮公司宣布延长全球停运期至6月30日
- **5月5日** 嘉年华邮轮宣布拟从8月1日起复航美洲部分航线
- **5月13日** 嘉年华邮轮预订量较公告发布前猛增600%
- **5月13日** 云顶集团称正在筹划9月之后的中国内地航线,但具体时间无法确认

国际市场现复苏迹象

在北美,邮轮业的重启快得有点出乎意料。5月早些时候,美国三大邮轮公司之一的嘉年华邮轮宣布将在8月1日开始逐步恢复运营服务,其中将有8艘邮轮从卡纳维拉尔港、迈阿密和加尔维斯顿港出发。嘉年华方面也向北京商报记者证实了这一消息。

更没想到的是,嘉年华邮轮重启的消息大受欢迎。5月13日,根据Cruise Cruiseners的统计,就在嘉年华发布可能在8月恢复部分航线的消息后,邮轮产品预订量不仅较公告发布前增长了600%,而且还出现了同比200%的增幅。Cruise Cruiseners指出,这说明人们“并不担心出行安全”。

据悉,美国疾控中心为出海航行禁令设定的时间底线为7月下旬。就此,嘉年华方面北京商报记者表示,如果确定可以恢复巡航,可能会重启从迈阿密、加尔维斯顿和卡纳维拉尔港出发航线的8艘船。不过,其他所有北美和澳大利亚8月31日前的本国邮轮仍将被取消。

除了受美相关规定影响外,还有观点认为,嘉年华推出的“超级折扣”也侧面推动了其订单数量的大幅增加,比如,8月乘客从迈阿密预订一次4天的邮轮,价格最低仅119美元;此外,嘉年华还推出了8天519美元的邮轮出航服务。

国内市场静待转机

虽然国际上出现了邮轮业重启的迹象,不过,在中国市场,邮轮巨头们依然在等待之中。

对于中国邮轮航线何时恢复,歌诗达邮轮相关负责人表示,目前国内市场何时复航还没有明确的时间。虽然此前歌诗达邮轮方面将停航时间暂停至6月30日,但后续邮轮的重启依然要看国外的疫情形势和国内有关部门的批复。

今年1月底,歌诗达邮轮就暂停了从中国母港出发的赛琳娜号、新浪漫号、威尼斯号、大西洋号4艘邮轮的全部航次,目前这些船均停在境外,等待疫情过后回归中国市场。

除了在华运营船次最多的歌诗达,另一大国际邮轮品牌星梦邮轮的母公司云顶集团方面也表示,公司正在筹划9月之后重返中国内地航线,但具体的时间和航线目前尚无法确认。此外,邮轮巨头皇家加勒比方面也未透露何时复航中国市场的信息,而今年原计划将于6月17日来中国运营的MSC地中海荣耀号也已确定推迟首航日期。

自今年1月底疫情发生以来,包括皇家加勒比、歌诗达邮轮、地中海邮轮、星梦邮轮等多家邮轮公司纷纷暂停了中国内地出发的航次,公主邮轮甚至还取消了今年夏季6-9月从中国内地出发的全部航线。截至目前,各家邮轮公司已经暂停中国航线长达3个多月之久。

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指出,虽然目前国内疫情防控形势不断向好,但邮轮游基本都会涉及到出境旅游,且通常都是日本及东南亚航线,短期来看恢复的可能性不大,重启仍需等待时日。

疫情的冲击之下,停航已经让邮轮企业普遍损失惨重。一家邮轮公司的相关负责人表示,邮轮即使不运营,也将产生大量的港务费、维护费用,此外加上船员工资,这些都是不小的开支。

以嘉年华邮轮为例,今年以来,其股价已经从近52美元跌至不足15美元,仅两个月内市值缩水近200亿美元。截至本周二美股收盘,嘉年华邮轮公司股票下跌了4.77%,报收13.19美元。

防疫标准不可放松

邮轮巨头们摩拳擦掌筹备“复出”的过程中,摆在它们面前的最大问题,仍是如何消除游客们的恐慌心理。在近日中交协邮轮游艇分会(CCYIA)和皇家加勒比国际游轮联合主办的“邮轮卫生安全”在线论坛上,皇家加勒比游轮亚洲区主席刘淄楠就表示,近一段时间以来,多艘邮轮均发生疫情蔓延事件,确实让不少游客担心邮轮上的防疫问题。

今年2月,公主邮轮旗下钻石公主号邮轮暴发了新冠病毒集体感染事件,船上3711名乘客和船员在海上隔离了长达14天,最终712人确诊感染、10人死亡。而在钻石公主号邮轮之后,公主邮轮在美国运营的“至尊公主号”邮轮也中了招,第一批检测出21例确诊病例,其中1人死亡。公主邮轮的母公司正是嘉年华邮轮。

中国交通运输协会邮轮游艇分会(CCYIA)常务副会长兼秘书长郑炜航在接受北京商报记者采访时表示,此次疫情不仅给邮轮企业造成了巨大损失,还让消费者对邮轮旅游产生了一定的恐慌情绪。

北京商报记者了解到,近日,云顶邮轮集团公布了新冠疫情邮轮防控细则,其中包括实行最高标准的卫生防疫措施,并持续开展船上深度消杀清洁等工作。该邮轮企业试图通过此方法消除人们对于邮轮出行的恐惧心理。

刘淄楠还表示,目前各国政府、港口和邮轮公司应就大型公共卫生危机的预案达成共识,并通过立法确保预案的执行。同时,邮轮公司防疫机制需要进一步加强,主要做好源头的严格控制,针对船上宾客和船员的健康状况主动监测以及采取妥善的隔离措施。

不过,在景鉴智库创始人周鸣岐看来,当前不论是国际还是国内邮轮市场,距离复苏仍有漫漫长路要走,邮轮企业宣布复航可能还是个例,是部分企业试探性地释放一些回归信号的做法,但整体来说,当前国内外疫情防控标准仍不能放松,更为重要的是,现在游客普遍对于邮轮旅游仍有不信任感,如果此时急于重启再发生新的邮轮病例,很可能整个行业就会受到更大的打击。从目前的情况来看,国际邮轮的复航需要更加谨慎。

北京商报记者 蒋梦惟 关子辰

剧院KTV能进多少人?文旅部给出复工指南

北京商报讯(记者 郑蕊 伍碧怡)5月13日,文化和旅游部官方微信公众号发布消息称《剧院等演出场所恢复开放疫情防控措施指南》(以下简称《指南》)已正式印发,将有序推进演出场所恢复开放,并提出剧院等演出场所观众人数不得超过剧场座位数的30%等相关要求。

对于剧院等演出场所,根据《指南》,文旅部规定,在充分做好防疫措施的情况下,在低风险地区,经当地党委政府同意,可以举办营业性演出活动,但暂缓举办中大型营业性演出活动,暂缓新批涉外、涉港澳台营业性演出活动(演职人员已在境内的除外)。在中、高风险地区,暂缓举办营业性演出活动。

对于上网服务营业场所和娱乐场所,文旅部要求,在充分做好防疫措施的情况下,各地应当严格按照属地党委、政府统一部署,以县域为单位,分区分级,确定上网服务场所和娱乐场所恢复开放时间和具体要求。疫情中高风险地区、疫情风险具有较大不确定性地区和境外输入压力较大地区,应当从严、审慎把控恢复开放时间。

与此同时《指南》还明确规定,恢复开放的演出场所应当严格执行人员预约限流措施。其中,剧院等演出场所观众人数不得超过剧场座位数的30%,要间隔就坐,保持1米以上距离。演员之间要保持一定距离。而含有多个剧场的综合性演出场所,同时只能开一个剧场。在歌舞娱乐场所、旅游景区、主题公园、游乐园、宾馆、饭店、酒吧、餐饮场所、现场音乐厅(LiveHouse)等场所举办营业性演出,演出主办方要安排工作人员在现场做好人员疏导。

而在场所防控和观众管理方面《指南》提出,演出场所要对舞台区、观众区、化妆间、通道、出入口、行政办公场地等公共区域,每日定时进行两次消毒。同时,鼓励推广在线实名制购票及电子票,鼓励使用在线支付,尽量减少直接接触。对剧院等专业演出场所,实行实名制购票和实名制入场。而演出场所应当配备测量体温设施设备,并安排专人值守,观众进入演出场所必须佩戴口罩,测量体温,出示健康码。观众拒绝佩戴口罩或者体温异常的,应当拒绝其进入。

自新冠肺炎疫情发生以来,我国演出场所相继停业,全国演出市场几乎完全停滞,各类演出机构均遭受了不同程度的损失。中国演出行业协会发布的数据显示,据不完全统计,2020年1-3月,全国已取消或延期的演出近2万场,直接票房损失已超过20亿元。其中在今年3月,我国20余省市有近8000场次演出(包含剧场和大型演出)被取消或延期,直接票房损失超过10亿元。

没有演出项目,也就意味着没有收入来源,从业者也承担着较大的经营压力,只能凭借有限的现金流勉强支撑。但值得注意的是,尽管演出相继暂停,但从业者们并未完全停下手中的工作,停工不停“功”成为不少院团的常态,包括北京京剧院、北京交响乐团、北方昆曲剧院、中国评剧院在内,均保持新作品的创作进程,相关演员也持续练功以保证自身的状态,为今后的复工时刻准备着。

随着演出场所逐步恢复开放,演出行业也将重新获得发展动力。在演出行业分析人士黎新宇看来,尽管现阶段中大型营业性演出尚不能举办,但小型营业性演出也能让从业者获得一定收入来源,降低自身的经营负担,同时借此重新与观众实现线下的交流与互动,为后续更多演出能够恢复正常而准备着。

> **30%**
>
> 剧院等演出场所观众人数不得超过剧场座位数的30%,要间隔就坐,保持1米以上距离。而含有多个剧场的综合性演出场所,同时只能开一个剧场。

而演出行业若要真正恢复到曾经的热度,仍需一段时间作为过渡期。中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举表示,“剧院等演出场所观众人数不得超过剧场座位数的30%”这一点可能对剧院的售票情况、基本的剧目排演、运维成本等方面存在一定挑战。而上座数量的控制,意味着可能需要预约等相对复杂的程序才能观看演出,可能也会对整个市场的观众积极性带来一定影响。“但在目前疫情还没有完全解除的情况下,还是要把安全放在首位《指南》的发布也表明了一个态度,即整个文旅领域开始进入到有序的复工进程中,并从彻底关闭到最终一切正常运营做预热准备。”

游戏发挥“钞能力” 腾讯增值服务营收占比重回五成以上

5月13日,腾讯发布2020年一季度财报,营收1080.65亿元,以网络游戏为支柱的增值服务营收占比57.8%,几乎与2019年一季度的数据持平。在此前的2019年四季度,腾讯增值服务营收占比首次降至50%以下,被认为是腾讯营收结构调整走到拐点;但在特殊的2020年一季度,老支柱业务的增长,抵消了网络广告营收占比的持续下滑,让腾讯走出了趋势之外。

2020年一季度腾讯增值服务营收624.29亿元,同比增长27%,仍然是腾讯现金牛。其中腾讯网络游戏营收同比增长31%至372.98亿元,社交网络营收同比增长23%至251.31亿元。

从业务本身的增长来看,无论是网络游戏还是增值服务,都没有特别的变化。但对比营收占比可以轻易看出疫情对腾讯业绩的影响。一季度,腾讯增值服务营收占比57.8%,其中网络游戏营收占比34.5%。在2019年4个季度,腾讯增值服务营收占比分别是57%、54.1%、52.1%、49.5%。也就是说,增值服务业务营收对腾讯营收的贡献力度恢复到一年前的水平,并没有按趋势下滑。对此,腾讯在财报中表示,“游戏在为用户排忧解闷及让他们互相陪伴方面发挥了重要的作用,尤其是在居家防疫期间”。

同样是因为居家防疫,腾讯网络广告营收却出现了下跌。2020年一季度,网络广告营收177.13亿元,同比增长32%,环比减少12.4%。对此,腾讯方面解释,“一季度是市场推广活动的传统淡季,因此网络广告收入环比下跌”。

疫情普及了企业级产品,以腾讯会议为例。自2019年12月底推出后的两个月内,腾讯会议日活跃账户超过了1000万。国际版VooV Meeting自3月上线至今,已覆盖全球超过100个国家和地区,用户增长了6倍。

用户的增长也间接拉动了腾讯的投入力度。这种投入体现在to C产品上。腾讯在财报中披露,一季度腾讯对一间线上视频共享服务平台额外投资约14.99亿美元,截至2020年3月31日,腾讯对该公司的持股比例为19%。

一位知情人士向北京商报记者透露,“腾讯投资的这家公司是快手。连续投资且估值这么高的,不是快手还能有谁?这个投资说的就是,去年底传的腾讯领投快手的消息”。按照当时的传闻,腾讯领投快手,投后持股比例接近20%。不过,腾讯方面对此未予以确认,仅表示“以财报为准”。

其实,在2018年一季度的财报中,腾讯就披露过对快手4亿美元占股2%的投资布局,等同于快手估值200亿美元,按照时间节点,当时正值快手10亿美元E轮融资。按照天眼查信息,快手迄今已完成8轮融资,腾讯参与了其中的4次。

“腾讯视频和微视,包括资本合作的快手,都是腾讯视频业务的老产品。新产品的代表是依托微信上线的视频号,视频号在朋友圈的下方,从入口位置上就能看出它的重要性,这说明腾讯从来都没有放弃过短视频,也不可能不重视泛视频类业务。”比达咨询分析师李锦清说。

北京商报记者 魏蔚