编辑 汤艺甜 美编 代小杰 责校 池红云 电话:64101897 lyzx0405@126.com

二级响应下 北京旅游业退改政策“更新”

北京正式宣布突发公共卫生事件响应级别调整至二级后,旅游市场闻声而动。6月17日,北京商报记者从多方获悉,民航、住宿业、OTA、旅行社等业态纷纷发布或正在制定相关产品的退改政策。

民航:多家航司免费退改

在宣布突发公共卫生事件响应级别调整至二级后,北京进出港航班批量取消,而由此引发的退改问题受到广泛关注。6月17日,航空公司陆续出台免费退改新政,对符合条件的旅客在办理退票或改期手续时,不收取任何费用。北京商报记者对比发现,各家航企发布的退改政策,在适用范围、免费退改条件以及可改签时间等方面均存在一些差异。

比如,根据国航公布的最新客票退票及改期规则,在6月16日(含)前购买的999开头的国内客票(包括里程奖励客票),行程涉及北京进出港的国航实际承运航班和挂CA航班号的代码共享航班,旅行日期为2020年6月11日(含)至6月17日(含)之间的客票,在有效期内可以办理非自愿退票,免收退票手续费。

此外,北京商报记者发现,在已出台的退改政策中,东航、上航的可免费变更航班的期限较长,按规定,凡购票日期在6月16日(含)前,航班日期在6月11日(含)至7月11日(含)期间,有一段未使用的北京始发或到达航班,旅客在起飞前可免费改期、退票,其中免费变更航班日期至12月31日前,东航和上航实际承运的原航线航班一次,免收变更手续费和舱位差价。

另据了解,包括南航、首都航空、山东航空等航企,也针对有退改需求的旅客制定了类似的规定。而多家航企相关负责人告诉北京商报记者,退改政策的具体操作以实际情况为准。

值得注意的是,北京商报记者发现,有消费者反映,在退款的过程中遇到个别航司客服要求旅客需满足“北京健康宝”当日乘机人健康状态为“集中观察”或“居家观察”等四项条件才能免费退票,但该规定并未得到航企的确认。

“从目前来看,面对疫情变化,国内航空公司还是采取了灵活的退改政策。”民航观察员王疆民告诉北京商报记者,“应该看到,在特殊时期,为旅客提供更加优质、便利的服务,才能在疫情过去之后赢得更多消费者青睐。所以,即便航企受疫情冲击出境艰难,但还是应该优先保障旅客的利益,维护品牌口碑。”另外,他也进一步建议,为了减轻现金流压力,航企应该尽可能制定更优惠的延期、改签方案,以此来降低退票比例。

住宿业:取消标准略有区别

受北京疫情防控形势变化影响,不少游客准备修改原定的出京或入京旅游计划,其中,住宿产品退改需求十分集中。就此,6月17日,北京商报记者从多家酒店及民宿预订平台获悉,目前部分企业已根据最新的疫情防控情况出台了免费退改方案,但在具体退改标准上,各方略有区别。

民宿预订平台爱彼迎发布公告称,消费者在6月13日前预订的、30日内从北京市出发或前往北京市的订单,房东、房客如居住地区被列为疫情中高风险地区,或健康码呈现红色或者黄色可免费取消。

小猪短租则表示,对于入京订单来说,6月30日以前该平台上房源处于关停状态,6月30日以后入住的北京订单退订不涉及违约金,可自行免责取消,房客将获得全额退款,客服将会告知房客最晚的免责取消时间,由房客自行决定是否取消。

在酒店领域,洲际酒店集团明确会配合客人的需求给予免费退改,如通过第三方预订,则须遵照相关平台的政策退改。香格里拉酒店集团则提出,所有于今年4月1日之前完成预订,原定入住日期在今年7月31日前,且不晚于入住日期前24小时进行取消的订单,将提供免费取消服务。此服务不限预订渠道,也适用于提前预订优惠订单。

旅行社、OTA:调整产品供给

北京宣布突发公共卫生事件响应级别调整至二级后,不少游客准备修改原定的出京或入京旅游计划,并产生了一些旅游产品退改需求。就此,6月17日,北京商报记者向多家OTA和旅行社了解到,目前各企业都在密切关注政策变化,也陆续接到了一些旅游产品的退订需求,部分紧急调整了产品供给,取消近期团,主要销售远期旅游产品供游客“囤货”。

具体来说,中青旅遨游市场发展群总经理助理冯若宾告诉北京商报记者,目前中高风险地区游客的预订,中青旅遨游已基本取消订单,而对于来自北京市内中高风险地区报名酒店套餐的游客,平台将会与酒店确认,在无特殊情况下可选择免费退款。“虽然中青旅遨游仍然有在售北京市内跟团游产品,但近期发团的已基本取消,可购买的均为远期团,供消费者‘囤货’。”冯若宾表示。

凯撒旅游方面也表示,近两日陆续收到部分游客的旅游产品退订需求,但大多数消费者对疫情的出现持有比较理性的心态,更多人选择了延期出行。

此外,携程相关负责人表示,一直密切关注北京疫情防控动态,以及文旅部、民航铁路等部门退订政策的变化,确保第一时间为用户提供更优质的服务。目前各个航空公司已陆续出台针对北京出港航班的特殊保障方案,携程将协助消费者按照航空公司最新政策办理相关退改手续。

北京商报记者 肖玮 蒋梦惟

春季学期收费60% 尚丽外国语学校引争议

疫情期间,上网课成为学生的常态,但由于网课效果和时长等问题引发的家长与民办学校之间的收费争议却屡见不鲜。6月17日,有多名家长向北京商报记者反映,孩子在全寄宿的北京尚丽外国语学校国际部上小学三年级,家长们对学校按正常学费扣除伙食费后60%的比例催交学费不认可,且对网课质量和时长提出质疑。对此,校方老师回复北京商报记者称,全体老师一直处于复工状态,收费比例按照学校成本支出测算而来。

“春节前,我们本应该交纳春季学期的3万元学费,其中包含3500元伙食费,由于疫情影响没开学,所以我们仅交了伙食费没交剩余费用。原来通知6月15日复课,于是学校上周开始催交本学期学费,按正常学费扣除伙食费后的60%收取,我们认为这个比例不合适。”孩子在北京尚丽外国语学校就读国际班的家长刘女士向记者表示。

另一位家长王女士认为,学校为全寄宿制,孩子平日从学习到生活完全托管在学校,交的费用是按面授课且全托费用的标准执行。疫情下,孩子的看管和学习完全由家长实现,费用中应该减去托管费用。家长赵女士则对收费比例进一步提出质疑,“4月中旬开始在钉钉群上学校老师直播网课,基本为语数英的主课。不能返校后网课形式要持续到放假。在这种形式和效果下,60%的收费比例是如何制定出来的?”

公开资料显示,尚丽外国语学校创建于1993年,是北京全日制寄宿学校之一。现设有学前部、小学部、中学部、国际部等。针对60%的收费比例是否有明细,学校小学部相关负责人王老师在接受记者采访时表示,这是学校根据自己的运营成本折算出的数据,教委对此没有规定。

“疫情期学生不到校,但学校所有房租水电等成本没减少,购买防疫物资、老师正常开工资、花费近12万元购买学生使用的umu学习平台服务和约5万元的上报教委疫情电视电话会议设备。”王老师说道,“60%的比例是综合考量疫情带来的多方面影响,将没产生但家长已交的伙食费抵进学费后制定的。四五六年级是按80%的比例,一二三年级普通班70%,国际班因外教的综合因素制定为60%。”

针对尚丽外国语学校收费标准等问题记者致电海淀教委进行咨询,但发稿前未收到回复。值得注意的是,由于北京疫情变化,6月17日起,北京中小学各年级学生全部居家学习,家长进一步透露称,从上周开始到6月16日一直在催交学费的尚丽外国语学校的相关老师暂时没有再催交。

除此之外,还有家长反映了网课课程质量的问题,“刚开始时外教课时很短,不到10分钟的视频就算一次课。正常的线下课一天是有两节40分钟的。且线上课外教安排较乱,已更换过3位,有的外教是高年级突降,完全不懂低年级教学等。”王女士说道。

王老师告诉记者,针对家长反映的外教问题,已在新的课表中增加了课时。从家长提供的新课表来看,外教课已增加至每日两节,课程量和时间也有改变,每日从早7点开始早课,每节课40分钟,下午4点半结束第7节网课,晚7点半结束最后一节辅导课。

对于课时安排的合理性,王老师表示,学校按照线下课的标准安排线上课程。课程内容上并非需要孩子全程盯屏幕,比如会有看管孩子写作业的时间。记者从家长与班主任的对话截图中看到,老师称此安排符合教委要求,小学科可以选修。

3月底时,北京市教委曾在规范线上教学行为中指出,严格控制学生线上学习时间,学生每天线上学习时间不超过半天,小学阶段每节课不超过25分钟。

关于小学三年级的居家学习课时安排,记者拿到的一份公立学校的课表显示,三年级每天早8点开始第一节课,上午有3节25分钟/节的主课学习,其余为自主完成作业和学习任务时间。下午全为答疑、主题性探究学习和体育锻炼时间,5点结束。

针对在线学习时长等规定,截至发稿前,记者暂时未接到海淀教委的相关回复。家长则告诉记者,海淀教委相关负责人已回复家长称,要理解学校,会再和校方沟通;但家长表示学校方面无领导出面解决此事。

尚丽外国语学校的王老师向记者表示,家长可以直接找校方,学校愿提供讲课、辅导、答疑等多种形式的教学活动记录来证明学校教学从2月中旬一直持续到复课。

疫情期间,由于不能如期开课或将线下课程转为线上引发的学校和家长间的学费矛盾不在少数。相对于公办校,民办校的运营完全要靠学费自给自足,没有政府补贴,相关硬成本需要持续支出,疫情期间受到较大影响。

4月,曾有外省市民办校向家长催收学费,被教育部门勒令整改。同月,教育部发布通知称,学费(保教费)不得跨学年或学期预收。各地应按照当地人民政府关于疫情防控工作的统一部署开学复课,未开学或未开课不得提前收取学费(保教费)。

在北京市汇佳律师事务所律师邱宝昌看来,疫情导致学校将线下教学方式改为线上,双方约定的合同履行方式和内容发生了变更。但疫情属于不可抗力,家长认可变更。双方就退费比例的问题需站在对方角度互谅互让,学校要维护口碑,有必要出具退费标准明细,公布具体成本;家长也应考虑学校疫情期间的实际情况和付出,公平合理协商解决。

北京商报沸点调查小组

三大卫视的“6·18”晚会之战

北京商报讯(记者 郑蕊)“6·18”消费狂欢节已至,除了拼命揽客的各大电商平台,三大卫视也铆足了劲儿,吸引观众的目光,除了诸多明星助阵之外,与电商联手发红包、拼团购、现场送礼更是常见操作。6月16日晚间,由江苏卫视与天猫共同打造的“618超级晚”已率先亮相,6月17日晚间,湖南卫视与东方卫视分别联手拼多多和苏宁易购上演另外两场晚会,围绕“6·18”晚会展开的大战已经拉开帷幕。

自6月以来,三大卫视早就开始陆续剧透自家“6·18”晚会的相关细节,并进行了一轮又一轮的宣传造势。6月16日19时30分,在《你要跳舞吗》的造势之下,江苏卫视与天猫推出的“618超级晚”正式开场,成为三大卫视中首个与观众见面的晚会。

与跨年晚会类似,各大卫视的“6·18”晚会吸睛力度也不容小觑。据酷云EYE Pro历史数据显示,在6月16日19-24时期间播出的所有综艺节目中,“618超级晚”的直播关注度为0.4711%,位列第四位,仅次于央视播出的三档节目,并超过湖南卫视、北京卫视等其他卫视播出的《神奇的汉字第二季》等节目,同时该台晚会的市占率则为2.6945%。此外,据微博显示,话题#618超级晚#的阅读量已达到11.6亿,讨论量则为419.3万。

就在“618超级晚”还在被观众热议时,另外两大卫视与电商平台合作的晚会也上演了正面对垒。其中,由湖南卫视与拼多多共同推出的“618超拼夜”于6月17日19时30分现场直播,整档晚会持续近4个小时。而在同一时间,东方卫视与苏宁易购联合打造的“618超级秀”也正式上线,向观众直播。

“卫视与电商平台在‘6·18’晚会上的布局,实际是一个互有所需的关系。”影视传媒行业分析师曾荣表示,因受到互联网等渠道的冲击,导致观众分流至视频网站及短视频平台,电视渠道的收视较过去大大降低,此时与电商平台联动推出“6·18”晚会则是借助热点以及电商平台的流量重新再吸引观众,同时也能通过举办晚会获得广告与赞助。而从电商平台角度,因此时各方均在进行大力度的促销活动,市场竞争激烈,通过电视渠道并利用晚会加明星的效应,也能够扩大自身的知名度,提升品牌形象。

-2.7%

据CSM媒介研究对2019年全国电视收视市场调查的数据显示,平均每天约有1.52亿人收看过电视,占所有电视人口的48.9%,同比减少2.7个百分点。

据CSM媒介研究对2019年全国电视收视市场调查的数据显示,实际收看电视的观众中,每人每天收看253分钟,同比增加3分钟;平均每天约有1.52亿人收看过电视,占所有电视人口的48.9%,同比减少2.7个百分点,这代表着人均日收视时间下滑,观众忠实度同比提升。

为了在“6·18”晚会之战中抢夺观众的目光,邀请知名度较高的明星来助阵是各大卫视的常态,但与此同时,同质化的情况也愈加明显。对此,曾荣建议,借助高热度话题推出节目能够帮助卫视引流,但卫视在具体操作中也需要根据自身在行业中的差异化定位进行布局,从而塑造出自己的风格,以获得更多观众的长期关注。