

预约等候套路深 上海迪士尼新规变味

买票入园后才发现自己可能连热门项目的“排队资格”都没有……日前,多位网友向北京商报记者反映了上海迪士尼乐园“预约等候卡”的问题,不停抢卡、难以抢到,甚至不得不额外掏钱,本意是为了疫情防控的“预约等候卡”,由于提示存在一定欠缺,且系统配套也有短板,导致这一新产品在实际操作中似乎变了味,甚至被部分消费者质疑为“变相提价”。



上海迪士尼“预约等候卡”制度解析

抢卡流程

游客需将门票与乐园App绑定,从中查找当日该时段需要抢卡的项目,在整点时通过App抢卡。

新制度覆盖范围

指定景点较为繁忙的时间段(截至7月5日上午11时,包括创极速光轮、雷鸣山漂流等八大游乐项目均需抢卡)。

持有尊享卡游客可不用抢卡、无需排队。

特别规定

游客反映的集中问题(节选)

(1) 抢卡系统存在BUG;(2)“预约等候卡”制度没有事先充分告知;(3)游客服务应对不及时。

园方回应(节选)

(1)“预约等候卡”发放数量取决于每个景点的固定、有限的承载量;(2)非繁忙时段例如早上开园不久及临近闭园的时候,游客可直接排队进入。

一张允许排队的门票,如果自己本身已经按照规定买了门票入园但却连里面项目排队的资格都不能直接拥有,似乎有些说不过去,“倘若上海迪士尼想要用这种方式刺激尊享卡的购买,未免不太合理”。

就此,上海迪士尼度假区运营高级副总裁包兆天回应称:“预约等候卡”只在游客量较大且景点较为繁忙的时段启用,除此之外的非繁忙时段例如早上开园不久及临近闭园的时候,游客可直接排队进入这些景点。”而且包兆天还提出,迪士尼“预约等候卡”和尊享卡的供应量与入园游客数量无关,而是取决于每个景点的固定、有限的承载量,“预约等候卡”的发放数量远高于尊享卡。

“然而,从消费者反映的情况来看,上海迪士尼的‘预约等候卡’制度,确实会限制一些消费者的权益。”北京慧律律师事务所合伙人朱立新分析,不论是乐园自营渠道还是有正规合作授权的第三方售票渠道,都有义务对涉及消费核心权益的内容进行重点告知,而在本次事件中,消费者可能抢不到“预约等候卡”并因此存在无法游玩热门项目的风险,就涉及影响消费核心权益。

朱立新表示,通常来说,如果是社会约定俗成的涉及消费核心权益的惯常做法,比如入园后热门项目要排队等,园方可以不做特别告知,但像“预约等候卡”这种创新规则,尤其是作为会左右消费者是否购票的核心因素,园方如果没有充分告知,就涉嫌侵犯了消费者的知情权,如果导致消费者利益受损,可能就需要予以退票退款等。

朱立新还特别提出,所谓充分告知,并非仅仅是在购票前将相关规则列出,而是需要在网页等渠道的显著位置显示出来,如果内容较多,核心权益部分还需要以加粗、加黑等方式标注,或者尽可能地在更广泛的范围内传播、宣传,尽到提示功能。

周鸣岐表示,作为当地重要旅游目的地,人们愿意在特殊时期到上海迪士尼乐园游玩,多少都是出于对这个品牌怀有一定的感情,而这一次,迪士尼这种看似有些“竭泽而渔”的做法,可能也会在一定程度上伤害人们对于其品牌的信任。周鸣岐也建议消费者,当前疫情防控仍不能松懈,各地、各景区景点、主题公园可能会采取各种新措施、新手段保障自身有序运转,避免人员聚集,在旅游业全面实施预约制度的背景下,游客在前往游玩之前还是应尽量全面地了解目的地相关规定,以免令自己的利益受损。

北京商报沸点调查小组

盯着手机抢卡

“没想到,期待了许久,好不容易带女儿来迪士尼过个生日,入园后却只能和身边的很多人一样,一整天都盯着手机抢卡,根本玩不好。”王女士(化名)告诉北京商报记者,自己一家三口在上周末来到上海迪士尼乐园,没想到却经历了“打仗”般的一天……

进入乐园后,王女士发现了一个奇怪的现象,就是园内游客十有八九都紧张地盯着手机。经询问,她才了解到,当天一些重点热门项目需要入园后用乐园App绑定门票后,再在整点的时间去秒杀“预约等候卡”,而且每一组游客每次只能领取一个项目的卡;如果运气好抢到了卡,那么游客就需要在规定的时间内前往指定项目排队”。王女士直言,自己在经过摸索后发现,一轮抢完后要在下一个整点去抢第二张,相当于自己入园后每个小时都有一段要盯着手机不断刷新。

其实,王女士的经历并非个例,早在6月中下旬,小张(化名)就曾体验过一次“在‘预约等候卡’上线首日我们十分‘凑巧’地体验到了这个制度。”小张介绍,自己入园后,直到在部分热门项目门口被工作人员拦下来才了解到只有抢到了“预约等候卡”才有资格排队。

“在游玩之前,我在上海迪士尼乐园官方微信公众号查看了很久的攻略,在第三方平台购买了门票还预订了迪士尼的酒店,但都没有看到有热门项目需要抢卡游玩的提示信息。”小张回忆称,新制度上线第一日,不仅七

个小矮人过山车、创极速光轮、翱翔·飞越地平线、雷鸣山漂流这些“必打卡”的大热门项目均需提前抢卡,就连一些小型、相对有人气的的项目也都被纳入其中。

北京商报记者查询发现,截至7月5日上午11时,上海迪士尼度假区官网显示,当日园内的创极速光轮、雷鸣山漂流等八大游乐项目都需先领券再排队。

实际上,在上海迪士尼乐园重新开放满月之时,业界确实有一些关于“预约等候卡”新制度的消息。不过,在采访过程中,多位消费者均表示,自己在买票时并未发现明确的提示信息,都是到现场后,甚至是在游玩项目前“碰壁”时才了解到相关信息。

此外,系统BUG也频频出现。“几乎在园内的全天,用来抢卡的上海迪士尼App,都存在页面刷不开、重复提示绑票信息错误等问题,还有的游客甚至遇到了手机中出现了其他人门票的怪事。”小张坦言,现场不少人都把时间耗在了与系统“斗智斗勇”这个环节,进都进不去,更别提抢卡了。

就此,上海迪士尼度假区相关负责人表示,在迪士尼“预约等候卡”测试之初,系统确实经历了一些技术问题,目前都已得到妥善解决。

变相营销质疑

对于“预约等候卡”新制度,上海迪士尼度假区官网在说明中提出,此举是为了减少游客在指定景点等候区的实际等待时间,让游客可以更好地安排行程,提升游园体验。上海迪士尼度假区相关负责人也向北京商报记

者解释称,这一全新线上预约工具是为了缓解游客对排队、人群聚集、社交距离等方面的担忧。

对于疫情防控需要,上海迪士尼乐园及其内部游乐项目需要采取限流措施的做法,多位消费者均表示理解且愿意配合,但王女士、小张等人所不满的,除了“预约等候卡”这项新制度本身外,他们还怀疑其背后带有一定的营销目的。

根据上海迪士尼度假区官网规定,在适用“预约等候卡”的时间段,对应景点仅对持有相应时间段的迪士尼“预约等候卡”或迪士尼尊享卡的游客开放。

“在管控客流的同时,这项制度的设计有着变相薅游客羊毛的嫌疑。”王女士告诉北京商报记者,自己就因没抢到卡又单独花钱买个4个项目的尊享卡,一家三口在门票之外又多花了900多元买卡,整体算下来,当天全家仅门票类的费用就高达2000多元,加上吃饭、购物几乎比在周边短程旅游一圈还贵了。

“换言之,如果游客没抢到‘预约等候卡’却仍然想在必须持卡才能排队的时段游玩相关项目,就需要额外再支付一笔费用了。”景鉴智库创始人周鸣岐直言,如此看来,原本是为了疫情防控、控制客流才启动的“预约等候卡”似乎变了味。

小张也有类似的感受,新制度下上海迪士尼其他园内额外付费的门票类产品突然变得抢手。“第一天我们看情况不对,想要购买尊享卡,却发现热门项目单独付费的卡早已售罄,也正因此,第二天一早我们没抢到‘预约等候卡’后,就立刻买下了尊享卡,怕晚

了连这张卡都抢不到了。”小张表示,对于她这样在上海本地居住的游客尚且如此,可见那些远道而来的人,更可能会抱着“来都来了”的心态继续掏钱买卡了。

孙先生(化名)就是特意从其他省份赶到上海来迪士尼游玩人群中的一员。“我们早上10点入园后才了解到要抢‘预约等候卡’,但整个过程中基本很难预约成功,最终当天只玩了一个热门项目看了一场表演,大多数时间都与其他游客一起在向工作人员了解相关情况。”孙先生表示,自己在上海迪士尼的游客服务中心,遇到了约40名与自己有相似遭遇的游客,当时,工作人员即使在承认迪士尼的App存在“预约等候卡”相关BUG的情况,也没有立即响应游客们的退票需求,只是说会尽快处理问题。直至3个多小时后,上海迪士尼乐园方才给出了一人赔偿4个任选项目尊享卡的方案。

而对于“预约等候卡”的分流效果如何,游客也是众说纷纭。小张直言,自己在入园首日体验的为数不多的游玩内容中,有一个并不算热门的项目却仍然需要排30-40分钟的队。在她的记忆中,以往该项目并不需要这么长的排队时间。王女士也表示,自己抢到卡的项目,最长也排队等待了40分钟左右,而当时自己查询发现,另一需要预约等候的翱翔·飞越地平线排队时间已经超过了1个小时。

消费核心权益受限

小张告诉北京商报记者,从自己及家人的消费感受来看,这张“预约等候卡”相当于

商业版图隐现 林丹退役后奔赴新“战场”

传奇落幕,7月4日,37岁的中国羽毛球名将林丹正式宣布退役,结束国家队生涯。对于未来的规划,林丹没有给出明确的回应,不过坊间的猜测已经众说纷纭。坐拥双圈大满贯和“超级丹”两大IP的林丹,早已证明了自身的商业价值,天眼查数据显示,林丹以法人、股东及高管等不同形式直接、间接关联的企业高达10家,商业版图隐现。从艺也好、经商也罢,至少退役不是终点,而会是林丹步入新赛道的起点。

不影响林丹在羽坛的地位。中国羽毛球队在官方微博上写道,在林丹长达20年的国手生涯中,他曾两夺奥运会男单冠军、五次问鼎世界羽毛球锦标赛男单冠军;作为主力队员,为中国队夺得过6次汤姆斯杯冠军,5次苏迪曼杯混合团体赛冠军,其所拥有的20个世界冠军头衔迄今无人企及。此外,林丹还是羽毛球历史上唯一一个全满贯球员。

北京体育大学教授吴光远认为,作为运动员,林丹是羽毛球领域内当之无愧的天王巨星,在球场上已经证明了自己的价值。随着年龄增长,后期竞技状态下降,林丹作为职业运动员选择退役,也是顺理成章的事情。

值得关注的是,2015年1月7日,林丹以个人身份与日本运动品牌尤尼克斯签约,代言费为十年1亿元。尤尼克斯的要求是林丹使用尤尼克斯产品到2020年奥运会。有消息称,随着2020年东京奥运会的延期,林丹与尤尼克斯的合作即将终结,林丹以自由身的身份退役,开始去做一些自己想做的事情。

IP价值凸显

事实上,在收获众多荣誉的同时,林丹凭借个人的IP形象,成为了最具商业价值的运动员之一。

资料显示,林丹在2008年北京奥运会之前的2006年和2007年收入均为170万元,收入排名为92位和95位,而当时林丹是唯一进入福布斯中国名人榜前100名的羽毛球运动员。在2015年的中国福布斯名人榜上,林丹以2750万元的年收入位列第72位,成为唯一登上该榜的现役运动员,这其中,收入主要来自品牌代言、广告拍摄等。

据不完全统计,林丹先后代言过的品牌包括红牛、李宁、雪铁龙世嘉、绿箭、欧莱雅、雪津啤酒、肯德基、金龙鱼、吉列剃须刀、佳得乐、福瑞迪汽车、尤尼克斯等,横跨体育用品、汽车、化妆品、食品等多个行业。

在著名经济学家朱清辉看来,随着体育

市场朝着商业化不断完善,运动员与球队商业开发的能力越来越强,林丹也借个人IP赢得了商业品牌的关注,实现了价值提升。

不过,2016年林丹被曝出负面新闻,除了自己的利益受到损失,其代言的品牌也受到了牵连,多家赞助合同被叫停。据不完全统计,林丹的损失至少是1000万元。

时隔四年之后,除了尤尼克斯品牌外,林丹目前又成为各大赞助商竞相追逐的对象,2020年5月,林丹与谢杏芳成为了诺贝尔瓷砖品牌的家庭体验馆。

此外,林丹还曾多次跨界综艺领域,先后登上《蒙面唱将猜猜猜》和《吐槽大会》等综艺舞台,近期还担任了湖南卫视《运动吧少年》节目的“运动领队”嘉宾。

商业投资风险

告别羽毛球赛场后,林丹或许早有计划。2019年11月,林丹在接受邓亚萍采访时曾透露,自己对服装与设计行业很感兴趣,等自己以后退役了,可以更大胆、更没有顾虑地去做自己喜欢的事情。

此前,林丹多次创业,创办了体育经纪类公司,创立了内裤品牌“Intimate by LIN DAN”,并设计了名为“LD”的休闲运动系列。根据天眼查数据显示,与林丹有投资或任职关系的企业共有10家,直接控股的企业

有5家,其中有6家都与谢杏芳有着联系。这些企业主要涉足体育、投资、商贸等方面,有3家的注册资本达到1000万元。

北京大学国家体育产业研究基地高质量发展课题组副教授郭斌认为,体育明星退役后创业不是新鲜事,林丹退役后选择创业,可以借助个人IP,参与投资贴近羽毛球、运动等领域。

对于林丹退役后的具体创业计划,北京商报记者联系采访了林丹,但截至发稿,对方并未予以回复。

在林丹官宣退役当天,优酷也同日宣布纪录片《超级丹·拼到世界尽头》开拍。优酷相关负责人告诉北京商报记者,《超级丹·拼到世界尽头》是优酷与林丹经纪公司萌样娱乐联合出品,也是双方深度合作,不是单纯的走独家授权模式,具体的合作金额不方便透露。

尽管体育界明星退役后从商创业的案例不少,但并非都会像乔丹、李宁等以个人名字创立品牌一样成功。目前,林丹100%持股上海创领体育策划工作室,他的内裤品牌“Intimate by LIN DAN”隶属于该工作室,不过天猫已经搜不到该店铺信息。

郭斌表示,个人名字背书品牌也是一把双刃剑,林丹个人形象上的维护也很重要。体育产业历来都是慢生意,林丹在退役后,借助个人“超级丹”的IP,在市场上能建立多大的商业版图,仍还有待时间检验。

北京商报记者 蓝朝晖



告别竞技生涯

“37岁的我,体能和伤痛已经不再允许自己和队友并肩作战了。有感恩、有不舍、有不甘也有无奈。之后的日子,我希望有更多的时间陪伴家人,也会去寻找新的赛场。”7月4日,林丹在其微博上宣告退役。

中国羽毛球队也在官方微博上回应称,林丹确实已经在日前提交了正式的退役报告,考虑到林丹的个人意愿与他目前的实际状况,中国羽毛球队同意了林丹的退役申请。

因年龄增大而导致的竞技能力下滑和长年征战赛场所累积下的伤病是林丹从国家队退役的直接原因。进入东京奥运周期后,林丹的成绩不如以往,并且东京奥运会因新冠疫情而延期一年,这让“高龄”的林丹在积分排名上难以提升,备战奥运会的积分成绩也不理想。

尽管无缘第五次参加奥运会,但丝毫不