

# 巨石达阵陷关停“罗生门”

作为国内知名的美式橄榄球培训机构,巨石达阵北京直营校区在近日陷入了关停风波。截至9月13日,已有多位家长向北京商报记者反映自己所在的巨石达阵校区出现了突然停课的情况,其中还有刚完成课程充值就遭遇停课的家长。

而针对这一情况,巨石达阵9月12日在官方公众号作出回应称,“巨石没有死”“这几天被黑得有点厉害”。事情背后的真相究竟如何?记者通过调查发现,巨石达阵的关门停课多发生在北京地区的直营校区,而北京地区的加盟校区目前的经营并未受到明显影响,在涉及多名家长超千万元学费无法课销的情况下,巨石达阵将如何处理这部分款项?除此之外,记者了解到,有部分巨石达阵的初创会员被承诺参与了校区分红,部分教练员也都参与了持股,这样的募资是否合规合法,巨石达阵又将如何回应?

## 部分家长及员工受损失情况

此次突然停课涉及到的家长超过1000位,涉及金额超过千万元。

有家长损失金额达到5万元,这部分会员属于创始会员,一次性需缴纳5万元费用。

有家长9月2日才交过学费,一天课没上,7600元钱就没了。

有北京直营校区前教练,被巨石达阵拖欠59000元的工资和51000元的投资款。



## 复课一个月后场馆关停

2020年上半年,绝大多数教培机构歇业暂停线下课,巨石达阵也不例外。有家长向北京商报记者反映,巨石达阵在北京的室外校区因为冬歇,去年12月就几乎已经处于停课状态,室内校区停课是在1月18日左右。

据悉,巨石达阵官方公众号此前在8月6日曾发布通知,从8月8日起开放朝阳公园校区的场地,并开设体能恢复训练课,这一课程暂不划课时,仅在周末进行,而其他校区的课程拟于9月上旬恢复。但到9月6日,家长们却在微信群里收到了“北京校区不再继续运营”的消息。9月7日,巨石达阵的教练员与销售顾问开始在微信群内告知家长,巨石达阵北京全部直营校区(包括奥森北校区、朝阳公园校区等在内)不再运营。

家长李女士在接受北京商报记者采访时

表示,自家孩子从2017年3月开始在巨石达阵学习,每年进行缴费,最近一次缴费是在2019年底,学费打了7折。“我们在之前合同没有履约完毕的时候就进行了续费,合同的时间为2020年7月-2021年7月,金额在17600元左右,比赛费的金额为3000元,这些缴纳的费用,机构那边均未履约。”据李女士估算,自己的总计损失金额在3万元左右。

李女士透露,在这次事件中有家长的损失金额达到了5万元,这部分会员属于创始会员,一次性需缴纳5万元费用。而对于这部分会员,机构在他们缴费时也给出了承诺,表示会给家长进行分红。从家长提供的邮件截图显示,在2019年3-5月期间,奥森南园校区会员的税后分红为542.87元。

“有家长是今年9月才购买的课程,结果机构在月初就发布停止运营的通知,家长和孩子一天课程没上,但费用都已经缴纳了。”家长张女士是在8月巨石达阵开设恢复性训

练时报的名,9月2日才交的学费。“一天课没上,7600元钱就没了。”而据家长提供的截止到目前的数据,此次突然停课涉及到的家长超过1000位,涉及金额超过千万元。

## 北京直营校区无法联系

根据公开信息显示,北京巨石达阵文化发展有限公司创立于2012年7月,为学员提供美式橄榄球培训服务,教练包括外教和中国教练。目前校区已经遍及全国多个省市,并设有加盟和直营两种经营模式。

北京商报记者尝试联系了巨石达阵在北京多所直营校区的工作人员,均未成功,巨石达阵橄榄球学院通州校区的工作人员告诉记者,目前通州校区正在正常营业中,“北京地区目前应该只剩下昌平、顺义和亦庄这三个加盟校区,其他的校区都是直营模式”。工作人员表示,加盟的每个校区

都有不同的独立法人去运营,校区运营也是独立于直营校区的,我们和直营校区那边关系不大。”

一位巨石达阵北京直营校区的前教练表示,目前巨石达阵还欠自己59000元的工资和51000元的投资款。关于创始会员投资分红的事项,他表示,巨石达阵给家长和员工提供的是两种投资分红方案:“员工投资款是拿自己校区盈利部分的分红,创始会员是可以择校上课,但分红会按照当初购买的创始会员校区进行分红”。但到目前,教练的工资和投资本金还没有拿回来,对家长此前预缴的学费,巨石达阵方面也没有提供返还方案。

## 曾被列入经营异常企业

据了解,美式橄榄球儿童培训这一运动在国内相对小众。此前,巨石达阵在领域内称

得上是明星企业,并在2017年完成了两轮融资。此次突发的闭店停业,让家长 and 员工们都措手不及。目前,企业的官方网站已经无法访问。

据悉,这次在北京地区爆发的关店停课风波不是巨石达阵第一次陷入危机,从去年11月开始,就陆续有家长曝光上海地区门店闭店、退费困难的问题。天眼查网站的企业信息中也显示,北京巨石达阵文化发展有限公司在2019年10月31日被北京市朝阳区市场监督管理局列入经营异常企业名录。

9月12日,巨石达阵通过公众号发布消息称:最近这几天被黑得有点厉害,突如其来的恶意攻击差点将巨石击倒,不过巨石没有死!请大家放心。”疑似回复目前北京地区的闭店事件。但据北京商报记者了解,截至发稿前,尚未有家长收到巨石方面提出的解决方案回复。

“我们目前在寻求警方、媒体和司法多方面的支持。2019年底促销期间,销售冠军教练单人售出课程费用就超过70万元。由于折扣力度较大(5-7折不等),使得很多家长前期合同未到期,仍然进行了续费,巨石达阵收拢了约900万元的资金,这笔资金流向不明。”目前,家长们不仅对巨石达阵的资金流向表示怀疑,同时怀疑企业在9月停业前还在8月销售课程的行为涉嫌欺诈,或存在卷款跑路“割韭菜”的嫌疑。

北京卓律律师事务所合伙人孙志峰律师表示,如果企业仅仅是在8月销售9月停运,这一行为还不足以认定欺诈,还需要结合其他证据和情节予以认定。“家长可以通过与企业谈判,协商退费办法。如果协商不成的,可以向法院提起诉讼,要求法院认定对方构成违约或根本违约,要求对方赔偿损失及退还学费等。当然如果有证据证明构成欺诈,还可以要求法院确认双方合同无效,要求对方赔偿损失及退还学费等,甚至涉嫌合同诈骗,追究该公司及主要负责人的刑事责任。”

截至北京商报记者发稿,仍未与北京巨石达阵文化发展有限公司法人取得联系。

北京商报热点调查小组

# 海南暑期游“淡季”不淡

《海南自由贸易港建设总体方案》出台已满月,海南旅游业也从疫情中复苏、成长、转型,经历了各种新变化。在此重要时间节点,北京商报记者独家专访了海南省旅游和文化广电体育厅副厅长刘成,深入了解目前海南旅游业复苏进展及下一步当地文旅行业发展路线图、时间表。

## 游客恢复九成

以往每年的秋冬季,海南总会迎来一批又一批南下避寒度假的游客,而到了高温暑期,这里便进入旅游淡季。但今年,受疫情等因素影响,海南的淡旺季正悄然发生变化。

北京商报记者独家获悉,据海南省旅游和文化广电体育厅初步统计,8月海南全省共接待国内外游客550.15万人次,环比增长9.3%,恢复至去年同期89.9%;实现旅游总收入74.36亿元,环比增长17.6%,恢复至去年同期的98.1%。整体来看,海南接待旅游人次和旅游收入指标降幅正逐步收窄。刘成也表示,整体来看,今年海南旅游业暑期呈现出淡季不淡的势头。

分领域看,近期海南酒店入住率不断走高,三亚海棠湾红树林酒店、亚特兰蒂斯等酒店预订率超过90%。同时,因每人每年购物额度放宽至10万元而备受社会关注的海南免税,也带起了一波购物旅游热潮。数据显示,7月1日-8月31日,海南4家离岛免税店销售额突破55.82亿元,同比增长221.9%,日均销售额0.9亿元;购物人数达832万人,同比增长54.77%;购物件数6123万件,同比增长147.3%。

“从目前的情况来看,今年海南旅游业出现了明显的淡旺季调整现象。”景鉴智库创始人周鸣岐表示。

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坦言,在疫情的冲击下,原本占海南旅游业全年收入较大比

例的春节游市场,到了今年却一夜之间降至冰点,大量涉及海南旅游业务的企业经营压力陡增;旺季不旺”对于海南旅游业来说,是一个非常严峻而残酷的现实。有统计数据显示,今年春节,三亚接待游客同比下降44.79%,旅游总收入同比下降72.5%。还有观点认为,失去了春节这一旅游黄金期,海南全年旅游收入可能会下降一成以上。

## 新产品考验监管能力

“不可否认,海南旅游市场的恢复,确实有着一定的客观因素,包括大量出境游需求向国内转化等;但另一方面,近期,海南旅游市场上的各种新产品、新玩法也确实令当地旅游供给结构出现了一些新变化。”周鸣岐表示。

据刘成介绍,海南将各类旅游产品与免税购物相结合,推出一系列“旅游+免税购物”的旅游路线、产品、套餐。相关数据也显示,自7月免税新政实施以来,海南多家免税店进口处、结账处都有不少游客排队。与此同时,亲子研学游也成为海南旅游市场上表现抢眼的“夺金点”。

“按照以往经验,新产品的爆红和快速普及,对于任何一个旅游目的地来说,其实是一把双刃剑。”周鸣岐坦言,在当前这一特殊时期,政策倾斜、需求回流等都令海南迎来了一个难得的机遇期,但同时,这也对当地的旅游市场管理能力提出了更高的要求。

在北京第二外国语学院旅游科学学院院

长谷慧敏看来,新产品的诞生或多或少会伴随“野蛮生长”的过程,监管部门可加大服务和沟通力度,除了制定行业规范,还可给予这些产业更多的支持和培训,强化从业者的规范经营意识。

## 如何留住客群

“海南要充分抓住这一次需求反弹的机遇,就不能只着眼当下的市场恢复,而是要思考如何将出境游转移的客群长期留在当地,让海南增加重游率。”周鸣岐表示。谷慧敏也提出,免税等政策利好确实是海南发展旅游的重点抓手,不过对于旅游业来说,购物只是一个增长点,虽然能在一定程度上带动消费,但不能过度依赖于此。

谷慧敏建议,未来海南可加大对深度游的开发,挖掘自身的旅游资源,推进潜水、帆船游等特色项目的大众化;提高主题公园的复游率,推出更多有参与性的活动,“同时,海南旅游淡旺季落差明显,淡季利用大中小型会议来带动周边旅游、住宿、餐饮的消费”。

尚游汇文旅董事长钟晖则提出,海南地理位置较好,旅游资源丰富,可发展“泛运动旅游”。通过推出一批体现海南特色的体育运动项目,来带动当地旅游的发展,吸引更多爱好运动的消费群体。”钟晖称。

在周鸣岐看来,对于海南来说,游客更希望能找到更多有当地地方味道的地标性项目;目前,海南的住宿业已发展得相对完善,特色民宿、高端酒店等产品比较丰富,但相比之下,其他配套产品,比如可供游玩的主题公园,或者是更便捷的交通网络等,只有这些内容综合在一起,才能烘托出游客所钟爱的生活气氛,提高海南重点项目的游客吸引力”。

北京商报记者 蒋梦惟 杨卉

# 上线4期《中国好声音》热度不再

北京商报讯(记者 郑蕊)在刚刚过去的周末,正当观众的目光被《明日之子》(第四季)、《中国新说唱2020》等多档音乐类综艺吸引之时,此前连续多年坐着音乐类综艺头把交椅的《中国好声音》却未能让新一季节目实现曾经的高热度。这背后既与众多新型音乐类综艺以及更为垂直细分的节目相继出现,增加了市场竞争有关,同时其自身在创新层面略显不足也是导致热度下滑的因素之一。面对内外挑战,《中国好声音》如何实现“转身”?

截至目前,《中国好声音2020》已更新4期节目,尽管在电视端,据酷云EYE PRO的数据显示,该节目每期收视率位居上线当日全部频道综艺节目的前三位,但从全网热度来看,《中国好声音2020》已不复曾经的辉煌。

据猫眼专业版全网热度榜的综艺类榜单显示,《中国好声音2020》上线至今一直未出现在榜单的前十位,这与上一季节目曾实现三次热度值日冠、一次播放量日冠相比,存在较为明显的差距。此外,据微博话题显示,包括#中国好声音2020#、#2020中国好声音#、#中国好声音2020导师阵容#在内的话题,阅读量也均在百万规模徘徊。

据豆瓣电影显示,《中国好声音》第一季上线时,评分达到7.8分,此后评分虽有所下滑,但也均在6分以上,而去年《中国好声音2019》上线播出后,评分却仅为4.6分,尽管此次《中国好声音2020》将评分重新拉回6.5分,但观众对该节目的评价仍存在较多争议,打分在四星及以上的,与三星及以下的几乎各占半壁江山。

对于《中国好声音2020》的市场反馈情况以及后续的相关播出计划,北京商报记者联系节目方,但截至发稿对方暂未回应。

实际上,为了让这档综艺节目重新焕发更强大的生命力,《中国好声音2020》在节目制作以及播出形式上,也寻求着创新。

以节目导师为例,该季节目邀请了明星谢霆锋、李荣浩、李健和李宇春担任评委,而以上四位嘉宾则覆盖了不同年龄段、对音乐有不同喜好的歌迷,这也迎合了节目总导演金磊在招商会上对该季导师的定义:“当下年轻人最喜爱的、跨时代的、最具创造力的华语音乐导师。”

与此同时,在播出渠道上,此次《中国好声音2020》的网络端也选择了一条新路径,并非是优爱腾中任何一家视频网站,反而是近段时间正不断扩充内容资源的西瓜视频,后者成为《中国好声音2020》全网独播平台,同时抖音、今日头条也进行联合播出。

“这应当是为了迎合当下受众的观看习惯而作出的改变,同时也是在应对网综所带来的激烈竞争。”在数字文创产业智库研究员李杰看来,近年来,短视频与直播均是发展的风口,吸引了大量用户聚集,而此前借助这一风口发展起来的西瓜视频也获得不少用户的关注。但更关键的一点是,如今各大视频平台均在推出自制综艺节目,不少均同属于音乐类综艺,难免会分流《中国好声音2020》的受众,此时正在内容上加码的西瓜视频,或许能够给该节目开辟另一个空间。

不可否认的是,《中国好声音》仍存在一定的IP价值。《中国好声音》疲软的市场反馈也证明着该节目已走到需要先破后立的新阶段。电视评论人徐志认为,相较于近年来兴起的舞蹈类综艺、观察类综艺,音乐类综艺仍是市场上的常青藤,拥有着较大的受众规模,但也因此品类常年屹立不倒,更需要对内容及形式进行强化创新,这也是音乐类综艺热度不均的原因之一。

观众李婧妍认为,目前该节目的节目剪辑、舞台风格与制作等方面,包括广告的形式,仍未能脱离老套的影子。如果《中国好声音》无法打破束缚,即使有新嘉宾出现,热度也将难以维持。