

海上游航线破冰 海南加注邮轮旅游

随着“鼓浪屿”号成为全国第一艘将在海南试点海上游航线的邮轮,海南邮轮旅游的发展再次成为业内关注的焦点。9月24日,海南省旅游和文化广电体育厅副厅长刘成在解读海南自贸港建设旅游发展相关政策时表示,未来海南旅游产业重点招商方向将围绕六个方面进行,其中在邮轮游艇旅游方面,将围绕“环海南岛游”“海上游”等相关政策,引进邮轮企业开发海南邮轮旅游产品。在业内专家看来,虽然海南邮轮港口海上游航线试点工作迎来了新的突破,不过国内邮轮在开发海上游航线时还需增加新的卖点,以此来增加产品吸引力、获得市场的认可。

海上游航线迎突破

伴随海南颁发首张邮轮港口海上游航线试点经营许可证,海南在这一领域又迎来了突破。刘成介绍,就在9月23日,海南省交通运输厅、三亚市政府、星旅远洋国际邮轮有限公司共同签署了《2020-2021年度邮轮产业发展合作协议》,海南省交通运输厅向该企业颁发首张邮轮港口海上游航线试点经营许可证,这意味着,星旅远洋旗下“鼓浪屿”号将成为全国第一艘在海南试点海上游航线的邮轮。

据了解,此次合作,是海南省及三亚市有关政府单位积极落实中央文件提出的“支持三亚等邮轮港口开展公海游航线试点”精神,推动落实《海南邮轮港口海上游航线试点实施方案》,对“鼓浪屿”号海南无目的地游航线产品的一次探索。

北京商报记者还了解到,“鼓浪屿”号邮轮除了将试点海南海上游航线,还将以三亚凤凰岛国际邮轮港为母港运营国际邮轮航线,并与海南探索在邮轮维修、保养和船供物资供应等相关配套产业发展等方面深入合作,推进三亚国际邮轮母港建设,助力海南邮轮产业提质升级。

事实上,近年来,我国有关部门一直在积极推进无目的地海上游。去年5月,交通运输部便出台了《关于推进海南三亚等邮轮港口海上游航线试点的意见》,其中指出,海南可以试点由中资五星红旗邮轮(船上悬挂五星

红旗)开展无目的地航线。

业内专家表示,今年初发生的新冠肺炎疫情,让国内所有邮轮航线停航,由此也给邮轮产业带来极大冲击,但同时也进一步加快推动海南无目的地邮轮旅游的落地。随着海南省疫情防控形势总体积极向好发展,该领域值得期待。

邮轮公司争相布局

谈及星旅远洋(由中国旅游集团和中国远洋海运集团共同出资设立)旗下“鼓浪屿”号布局海南无目的地游航线,中国旅游集团海南区域总部副总经理蒋豪介绍,公司还将研究“鼓浪屿”号邮轮从海口出发,经停三亚的海南环岛游航线等,希望能利用海南岛独特的自然风光,吸引到更多的内陆游客。

北京商报记者还了解到,除了“鼓浪屿”号,此前运营西沙航线的“南海之梦”号邮轮还考虑过研究复航事宜。有业内人士透露,当前邮轮公司主要还是考虑到疫情防控工作,未来待时机成熟,还是会复航的。

除了中资邮轮公司,一些境外邮轮也在谋求涉足海南邮轮旅游。今年9月1日,云顶邮轮集团就宣布其正与三亚中央商务区管理局开展战略合作,将携手国内旅游企业在三亚成立合资公司,将其船队的旗舰豪华邮轮引进三亚,推动以海南为中心的国内邮轮航线发展。

据云顶邮轮集团总裁朱福明介绍,云顶邮轮集团落地三亚中央商务区,将在三亚设立合资公司,借力海南推出的中资方便旗邮



轮开展海上游航线试点等相关政策,积极引导该集团旗下的豪华邮轮进驻海南。

公开资料显示,云顶邮轮集团隶属于云顶香港有限公司,旗下拥有丽星邮轮、星梦邮轮及水晶邮轮3个知名邮轮品牌。值得一提的是,早在1994年,该集团旗下邮轮便以海南为常规目的地,率先开辟以邮轮方式带领海内外游客赴海南观光旅游。

需增加卖点

“获准开通海上游航线只是无目的游产品进入市场的第一步。”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直言,实现零的突破固然重要,但如果真正想把这类产品推向市场,还需要进一步明确产品定位和独特性所在,换言之,无目的地邮轮游到底能对陆地上的游乐项目形成多大的

替代性?游客在海上到底能玩什么?

在王兴斌看来,如果邮轮只是带着人们在海上走一走、看看海上的景色、潜潜水,那可能无法对消费者形成可持续性的吸引力,归根结底,无目的地邮轮游能催生多大规模的市场,主要取决于邮轮上的游乐项目和服务是否充分和足够有特色。“无论是演出还是餐饮,抑或是各种游乐设施,如果能按照中国游客的喜好,根据不同年龄层、不同需求的消费者有针对性地进行设计,或许就能为产品形成更强的市场竞争力。”

不过,王兴斌也坦言,由于我国的国产邮轮目前普遍规模相对较小,想要在船上充分地设置各种有别于陆地上的游乐设施,难度还是比较大的。

而蒋豪则认为,中资邮轮的吨位并不会成为我国发展无目的地邮轮游的限制,因为在欧美等国家和地区,做这类产品的邮轮并

非都是排水量10多万吨的大船,很多体量都在5万吨或者7-8万吨左右;只要将服务、设施做得更加精品化、个性化,规模相对小一些的中资邮轮也是可以充分挖掘无目的地游产品市场空间的”。

蒋豪直言,不可否认,海上无目的地航线开通容易,寻找卖点难。邮轮与其他旅游产品不同,它的“禀赋”来自于内部的设施和服务,来自于船上的娱乐、餐饮、购物等各个环节,利用邮轮开展无目的地游,可以让游客在海上看景点、观星,体验更正宗的西餐等各种创新的服务,让消费者可以在一个相对硬件条件更好的船上进行社交、增加见闻。企业可以从这些方面入手,完善无目的地邮轮游的功能。他介绍,中国旅游集团旗下的邮轮可能会通过将一些少数民族元素带到船上等方式,丰富无目的地游产品的供给。

北京商报记者 关子辰 蒋梦惟

线下自习室规模化难在哪

9月24日,考研预报名正式开启,2021届考研大军正式打响了一枪。与此同时,线下自习室也开始火热起来。北京商报记者在多家团购平台统计发现,截至9月24日,北京至少有近70家线下付费自习室。不过,相对于教育培训的其他市场,较低的准入门槛意味着,付费自习室要想做成规模化和品牌化,可能有点难。

各自为营

“自习室这种模式在日韩的发展比较早,他们已经摸索了30多年。”竹川学社自习室的负责人吴女士(化名)向北京商报记者介绍了自己开办自习室的初衷:“去年的时候,我自己备考MBA,在备考过程中发现在家确实很难静下心来去学习,后来我就去线下自习室体验了一下,觉得学习的氛围很好,另外我也有创业的打算,就萌生了开办一家线下自习室的想法。”

今年1月初,吴女士在朝阳区常营附近开办了第一家自习室,今年9月又开了第二家分店。“第一家店开业之后由于疫情确实遇到了一些困难,后来逐步回暖,学员都陆续过来了,自习室也考虑到防疫的需要,就开了第二家店对学员进行一部分分流。”目前,吴女士的两家自习室共有74个座位,固定学员超过20人。而自习室的一般容量都在50人左右。

北京商报记者通过在大众点评等平台搜索发现,大多数线下付费自习室集中在海淀区和朝阳区,这也是北京高校、教育机构较为集中的地区。自习室收费一般包括单次、单日、周卡、月卡等多种形式。便宜的单次体验卡仅需几十元,最贵的年卡售价一般在6000元以上。线下自习室这种形式,为学员提供了共享的学习空间,主要成本集中在房租上,定价时,房租是重要的考量因素。”吴女士坦言:“自习室不适宜扎堆开,还是需要选在选址上下功夫。”

而据大众点评自习室排行榜的数据显示,目前北京尚未形成连锁品牌自习室,绝大多数都是各自为营的独立店铺。吴女士也向北京商报记者透露,目前北京只有两家自习室开设了分店。

周期性需求

在线下付费自习室陆续升温的背后,是近年来越来越火热的研究生和公务员等相关类型的考试。

“我是从7月开始来自习室学习的,买的是季度卡,现在因为疫情,进入大学图书馆非常不方便,来自习室就比较方便。”作为选择线下自习室的一员,小莎正在准备研究生考试。

在小莎看来,自习室的环境很安静,和图书馆比起来也更加保护隐私。“来自习室学习的学员基本都有明确的目标,所以我觉得学习氛围甚至会比学校图书馆里更好。对我来说,选择自习室最重要的因素就是距离问题,其次是自习室的环境,价格是我最后考虑的因素,目前大多数自习室的价格相差都不大,都在接受范围内。”

据悉,目前绝大部分自习室都会给学生提供茶水、文具等方面的服务,并开设多个功能分区。以竹川学社为例,自习室内分为沉浸阅读区、钥匙区和个人工作站。另外,还有部分自习室为24小时营业,并开设暗室,满足不同学员的需求。

“线下自习室是分淡季和旺季的,大型考试结束之后,学员就会比较少,在考试之前,来自习

室学习的人多一些,有一定的周期性特点。”吴女士表示,来自习室的学员年龄段集中在16-30岁,除了备考的学生,也有不少职场人士青睐自习室安静便利的环境,过来看书或者处理工作。“他们一般会选晚上或者周末过来。”

准入门槛低

教育培训市场的火热促生了自习室的涌现,作为培训新经济的产物,线下自习室一直没能走向品牌化和规模化,这与其准入门槛低不无关系。

中关村教育投资管理合伙人于进勇表示,线下自习室的出现证明了市场上有这样的需求存在,但如果自习室仅以提供空间的方式运营,进入的门槛会比较低:“存在用户需求,进入门槛低,这样的市场我们叫作‘蚂蚁市场’,大家都可以进入这一领域,但做成规模很难。”

“之前也有一些MBA培训机构和留学机构来找我们谈合作,希望我们在店里帮他们做宣传给他们引流。但这种模式我并不是很认可,我希望能和他们开展双方共赢的合作。”吴女士表示,“也有一些线上的教育机构找到我们做线上课程,表示会给我们开一个端口,用户通过这个端口就能得到一个比较优惠的套餐,我们也成为他们的线下平台,但这方面的探索我们自习室还没有开始做。”

吴女士的规划是在明年继续开设分店:“复制自习室的模式其实是比较困难的,但我想先尝试一下,看看数据如何。”

于进勇进一步指出,如果线下付费自习室想要做大、做成规模,可以在空间中加入一定的赋能工具:“比如提供相应的答疑服务、学习资源和老师等,这些能够为学员额外提供提分或学习的必要条件,或许会成为线下自习室提高竞争力的核心壁垒;此外,线下自习室还要尽可能在学生中形成良好的口碑,保障自身的生存。”

北京商报记者 程铭劼 实习记者 赵博宇

《脱口秀大会》第三季高调收官 风雨中的笑果文化“笑”了吗

北京商报讯(记者 郑蕊)9月23日晚间,《脱口秀大会》第三季迎来总决赛之夜,多个热门话题、多位重磅嘉宾,让这档综艺节目赚足了眼球。10期以来,靠着犀利的金句和持续的话题度,《脱口秀大会》热闹“出圈”,但在关注度的背后,制作公司笑果文化的困境并没有结束。

从收官之夜一直到第二天下午,《脱口秀大会》热度不减。6位选手的轮番上台比拼带动多个热门话题的同时,演员沈腾、徐峥以及锤子科技CEO罗永浩等多位嘉宾组成的阵容,也吸睛无数。

微博显示,自总决赛上演后,包括“脱口秀大会总决赛”“脱口秀大会冠军王勉”“脱口秀大会最不重要颁奖礼”在内的话题便开始霸占热门话题榜,其中“脱口秀大会总决赛”的阅读量已达到4亿,讨论量也实现11.2万。

而据猫眼专业版显示,《脱口秀大会》第三季也在9月24日上升至当日猫眼全网热度综艺类的第二位,截至16时,热度仍然高居不下,同时该节目的历史最高热度值也已超过上一季节目。无论是老将的继续陪跑,还是黑马的大出风头,从整体关注度来看,《脱口秀大会》第三季的效果的确表现不俗。

即便在掌声中高调收官,但在《脱口秀大会》背后,制作公司笑果文化的危机仍然没有解除。今年以来,笑果文化的路走得颇为坎坷,在第三季《脱口秀大会》的第一期,脱口秀演员李诞曾自嘲:“这个节目居

然还在,这个公司居然也还在”。

在这季节目开播之前,笑果文化与脱口秀演员池子的解约风波沸沸扬扬,双方各执一词并走上法庭,池子指责笑果文化与中信银行私自调取自己的银行流水,不符合规定。这场解约风波直至今年8月,双方才达成和平解约。

除了解约风波之外,笑果文化还被曝出旗下艺人吸毒的事件。今年6月,上海市虹口区检察院官方微博发布公告称,该院以容留他人吸毒罪对脱口秀演员卡姆(本名艾力卡木·阿斯克尔)提起公诉,而卡姆曾在自己的住处提供毒品及自制的吸毒工具,容留4人吸食大麻。同日,笑果文化发布声明称,将无限期停止卡姆的工作。

值得注意的是,在旗下多位艺人发生风波的同时,在脱口秀市场占有一定地位的笑果文化,也在内容上面面临着挑战。以《脱口秀大会》为例,虽然第三季节目的热度较上季实现增长,但豆瓣评分却不及上一季。除此以外,笑果文化旗下另一档节目《吐槽大会》,豆瓣评分也从此前第一季的7.6分逐步下降至第四季的6.1分。

演出行业分析师黎新宇表示,“脱口秀最关键是要让大家笑,但这看起来简单,操作起来却并不是一件容易的事,包括段子和包袱的安排、演出节奏的把握在内,多个方面都会影响内容创作。而内容创作也是喜剧公司立足于市场的根本所在,有了更为优质的内容,就能进一步收获市场和观众”。