

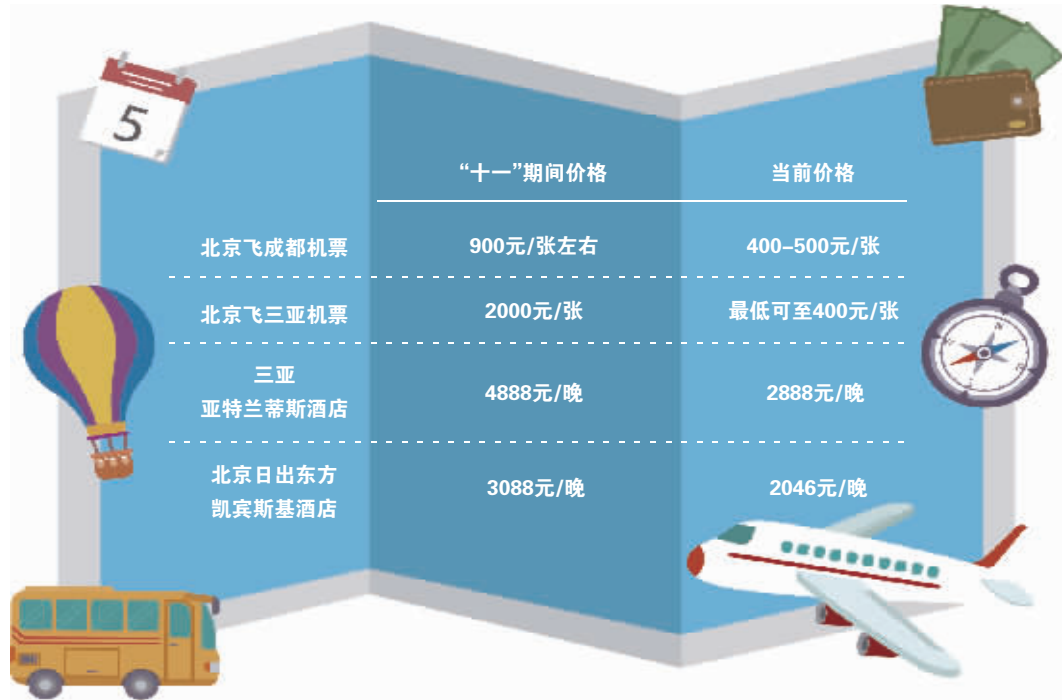
节后价格大跳水 旅游淡季争夺赛启幕

“十一”长假刚过,旅游产品价格便出现了大幅跳水。10月11日,北京商报记者在多家旅游预订平台上发现,与假期相比,不少热门旅游目的地机票、酒店的价格大幅下降,有些产品降价幅度甚至超过100%。预计从目前旅游产品的价格趋势来看,11月的价格有望再度下降。对于即将到来的旅游淡季,各家旅游平台也使出了浑身解数,除了大打“优惠牌”揽客之外,还将目光放在了冰雪旅游领域,针对秋冬季游客需求,推出了温泉、滑雪等热门产品,一场市场争夺赛已经拉开帷幕。

价格下行

北京商报记者在多家在线旅游预订平台了解到,10月中下旬一直到11月,国内跟团游、自由行等旅游产品平均价格下降30%-60%不等。加上网上的大规模淡季促销,有些国庆热门线路价格近乎腰斩。

具体来看,在携程网上,国庆期间火爆的西北游,节后迅速降温,其中一条甘青全景大环线 西宁+青海湖+德令哈+敦煌+嘉峪关+张掖+兰州10日9晚跟团游,10月下旬已经降价到3000元左右,相比国庆期间价格下降了60%。



与此类似,去哪儿网上,机票也呈现出下滑趋势。例如,北京飞成都机票价格为400-500元,为“十一”期间的一半左右;10月15日北京飞往三亚机票最低可至400元,而“十一”期间北京飞往三亚的机票达到了2000元一张。

不仅是机票价格大幅跳水,一些度假酒店也在“十一”假期过后回归了淡季价格。以三亚亚特兰蒂斯为例,10月中旬,海景双床房房价仅为2888元/间,相比“十一”期间的4888元/晚,价格几乎下降了50%。此外,像三亚网红的保利瑰丽酒店,价格也下降到2200多元/晚,比“十一”假期便宜了30%-40%。

而在北京近郊,以北京延庆Club Med度假村为例,“十一”期间该酒店价格约4000元(晚一价全包价格),而步入10月中旬,价格也回归到2300多元左右(一价全包价格)。

同时,一些民宿价格也大幅跳水。北京商报记者在途家网上还看到,如怀柔网红民宿“有院以后”,价格相比“十一”期间也便宜了近一半。

有业内人士表示,长假过后,随着出行人数的减少,各热门旅游目的地的机票、酒店等资源的紧张情况得到缓解,旅游产品价格也大幅回落;人少、便宜,再加上秋季气候宜人,有条件的消费者可以考虑错峰出游。

造概念营销

为了继续刺激旅游消费,各家旅企使出了浑身解数,造概念营销、揽客。

比如,携程推出了“超值星期三”10.11旅游会员日“周年庆”等特价和优惠券活动,包含自由行、周边游、主题游等多类产品。飞猪则推出了部分“超值特卖产品”,通过整合低价旅游产品吸引游客。另外,在北京出发的线路上,途牛旅游推出了一些价格在100-300元/人的低价跟团游产品,主打“秋季赏枫”主题。

值得一提的是,还有部分旅企再次抬起了直播带货的引流方式,并增加了明星宣传的模块,通过“流量效应”来为淡季旅游造势”。在各直播间中,三亚亲子度假产品“网红”酒店、主题公园等产品的价格均有一定程度的下降,还叠加了各类满减活动。

不过,消费者王女士也直言,商家推出的满减优惠券大多设置了一些限制,尤其是一些涉及机酒或住宿的大额满减,门槛不低,需消费较高金额方可使用,游客需要了解清楚“游戏规则”。另一方面,相比各种满减营销来说,直接降价更能刺激游客错峰旅游及消费。

瞄准冰雪旅游

同样值得关注的是,除了用价格吸引人气外,商家也在为秋冬季打造白色旅游等新爆款。在北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云看来,近期北方不少城市都进入了秋季,虽然受气候影响,室外景区的客流量有所下降,但冰雪产业及温泉等热度在不断攀升,成为旅游淡季的主力军。

“近年来北方景区冰雪产业有明显增长,加上2022年北京冬奥会和冬残奥会的影响,今年冬季冰雪项目、温泉等产品或将成为接下来旅企的主要蓄力点。”吴丽云称。

公开数据显示,近年来冰雪旅游人次不断增加,冰雪旅游收入也有较快增长。中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告(2020)》就指出,2018-2019年冰雪季中国冰雪旅游人次达2.24亿,冰雪旅游收入约为3860亿元,同比分别增长13.7%、17.1%;冰雪旅游人均消费达1734元,是国内旅游人均消费的1.87倍。受疫情影响,2020年春节不少滑雪场及冰场营业时间较短,但随着疫情形势的不断好转,旅企已摩拳擦掌,准备迎接即将到来的冬季及游客。”有业内人士称。

值得一提的是,温泉也成为部分景区“拉客”的主要引擎。以长白山景区为例,有相关从业人员向北京商报记者表示,由于景区周边酒店拥有丰富的温泉资源,今年大部分游客选择直接在山上酒店订房,部分酒店客流量相比往年同期甚至不降反增。

不过,冰雪旅游的发展也有一定的时间规律。资深旅游专家王兴斌指出,北方的冰雪旅游集中启动点还是在元旦、春节前后;部分地区,如哈尔滨等地降温较早,冰雪旅游的开展会早些。但华北地区启动的时间相对较晚,按照往年规律,冰雪旅游的高热还要在12月甚至1月中下旬”。对此,业内人士认为,面对旅游淡季,供应商或可适当提前开启雪季,大型滑雪场受气候限制,提前开业难度较大,但一些冰雪主题活动、室外互动项目、研学体验等可在条件允许的情况下提前开展,来缓解淡季的客流压力。

北京商报记者 关子辰 杨卉

破解场馆利用率难题 5万亿体育产业再乘风

孩子没地儿踢球,大妈没处跳广场舞……解决办法来了! 10月10日,国务院办公厅发布《关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见》(以下简称《意见》),旨在健全促进全民健身制度性举措、解决群众“健身去哪儿”难题。《意见》提出,争取到2025年,解决制约健身设施规划建设的瓶颈问题,形成群众普遍参加体育健身的良好氛围。

1000↑

“十四五”期间,在全国新建或改扩建1000个左右体育公园,打造全民健身新载体。

完善免费政策

《意见》提出,完善大型体育场馆免费或低收费开放补助政策,支持体育场馆向社会免费或低收费开放。具体来看,《意见》明确,挖掘学校体育场地设施开放潜力,在政策范围内采取必要激励机制,鼓励各地区委托专业机构集中运营本地区符合对外开放条件的学校体育场馆,促进学校体育场馆开放。推动公共体育场馆为学校开展体育活动提供免费或低收费服务。

实际上,完善大型体育场馆的开放补助政策正是解决场馆利用率的途径之一。在同日举行的发布会上,国家体育总局副局长李明建回应如何提高大型场馆利用率时表示,在大型体育场馆的建设、规划审批上要从严把关,不主张搞“高大上”的大型体育场馆而增加场馆建设成本和运营成本。

“要提高赛后利用率,通过多种方式,比如委托专门机构进行运营,加强对大型体育场馆开放的支持,现在中央财政每年都安排一定数量的资金补贴大型体育场馆免费、低收费向社会开放,同时也鼓励各地政府结合本地实际,推进中小型公共体育场馆向公众开放。”李明建说。

《意见》对于接下来的健身设施完善安排给出了具体计划。《意见》要求各地区要结合相关规划,于一年内编制健身设施建设补短板五年行动计划,明确各

年度目标任务。

实际上,对于健身设施的完善,政策早已开始试水。2019年4月以来,住建部已经会同国家体育总局组织武汉、大连等9个城市开展了社区足球场建设的试点,试点期间改造建设了将近539块足球场。

不过,据住建部建筑节能与科技司负责人汪科介绍,由于城市密度大,空间严重不足,在健身设施建设中,社区足球场占地更大、落地更难。很多试点城市多措并举,根据场地的环境、条件建设了很多非标准、非规则的足球场设施,并通过预约错峰使用,青少年有了踢球的场地,儿童有了嬉戏的场所,老大妈也有了跳广场舞的空间,我们就是要推广社区足球场建设的试点经验,满足不同类型的体育活动需要。”汪科说。

改扩建1000个体育公园

在免费开放场馆之外,《意见》提出,“十四五”期间,在全国新建或改扩建1000个左右体育公园,打造全民健身新载体。

具体来看,《意见》强调,鼓励各地区在符合城市规划的前提下,以租赁方式向社会力量提供用于建设健身设施的土地,租期不超过20年。倡导复合用地模式。支持对健身设施和其他公共服务设施进行功能整合。在不改变、不影响建设用地的主要用途的前提下,

鼓励复合利用土地建设健身设施,通过与具有相容性用途土地产权人达成使用协议的方式促进健身设施项目落地。“十四五”期间,在全国新建或改扩建1000个左右体育公园,打造全民健身新载体。

解决去哪儿健身的问题,绕不开的问题是地从哪里来。对此,自然资源部自然资源开发利用司负责人刘彦表示,在《意见》当中从四个方面给出了比较具体的用地支持政策:一是盘活城市的空闲土地;二是用好城市公益性的建设用地;三是支持以租赁的方式供地;四是倡导复合用地的模式。

具体来看,《意见》明确,社会力量投资建设的室外健身设施在符合相关规划要求的前提下,由各相关方协商依法确定健身设施产权归属,建成后五年内不得擅自改变其产权归属和功能用途。社会力量可申请利用尚未明确用途的城市空闲土地、储备建设用地或者已明确为文化体育用地但尚未完成供地的地块建设临时性室外健身设施。

产业规模将达5.3万亿

同时,《意见》提出,支持社会参与投资建设室外健身设施。汪科也指出,在社区足球场建设试点中,社会资本的投入已经超过了1/3。

数据显示,近年,我国体育产业总规模持续增长,2014年体育产业总规模1.4

万亿元,2018年增至2.7万亿元,体育产业增加值占国内生产总值的比重达到1.1%。按照体育产业“十三五”规划,2020年体育产业总规模超过了3万亿元,预计到2030年将达到5.3万亿元。

“随着都市人生活方式的转变,体育产业的重心也在逐渐从体育制造业转向体育服务业,跨界融合增强了体育的娱乐性和社交功能。”不过,体育营销专家朱小明认为,在体育消费下沉的大趋势下,体育产业发展还是有赖于体育制造业,真正的体育产业基本都属于文化创意产业,中国的体育产业目前含金量还不高,创新程度较低。

日前,国家体育总局刚刚公布了第一批国家体育消费试点城市名单,其中包括秦皇岛、张家口等40个城市。彼时明确提出,试点城市要落实好各项体育用地供给政策,并合理利用城市空置场所、建筑物屋顶、地下室等“金角银边”,建设更多举步可就的体育设施,并激发体育市场活力,促进体育消费规模持续增长、消费结构不断升级。

但不可否认的是,疫情阻断了体育产业发展的势头。不过,新冠疫情在重创体育产业的同时,也带来了新的变化。在体育产业观察人士吴迪看来,新冠肺炎疫情对体育产业带来巨大影响,但也让所有人更加意识到通过体育锻炼能够提高自身免疫力的重要性。一定程度上来说,相较于体育产业受到暂时的影响,疫情对激发消费者健身热情、提振体育消费和市场信心则更为重要。

《2020年全民健身行为和消费研究报告》显示,疫情居家期间,体育爱好者锻炼热情较高,保持运动者比例为93%。在锻炼方式方面,则更显示出多样性:58%的锻炼者做自己熟悉的基本运动,运动类App的使用占48%,视频网站上运动视频的使用比例为37%,29%的锻炼者购买了健身设备,新兴的教练直播运动形式的使用比例也达到了20%。

北京商报记者 陶凡 常蕾

2天8部“官宣” 电影市场掀定档潮

北京商报讯(记者 郑蕊)国庆档刚刚落下帷幕,一批影片便迫不及待地宣布了上映计划。据北京商报记者不完全统计,2天时间内共有8部电影正式定档或确定引进,既包括《唐人街探案3》《晴雅集》等自立项以来便持续受到关注的电影,也有《未来的未来》等曾提名奥斯卡奖的作品。而这些影片的上映计划也再一次激发了观众的观影欲望,使得电影市场的热度继续攀升。

近两天内,国内电影市场掀起一阵定档潮。首先是在10月9日《唐人街探案3》定档2021年大年初一;“90后”情怀之作《数码宝贝:最后的进化》也宣布了10月30日上映的消息;紧接着,10月10日《晴雅集》新神榜:哪吒重生《除暴》则确认于2020年四季度或明年春节档上映。

除了多部新片确定上映时间,部分电影也确定将会被引进国内。其中,获得第46届安妮奖最佳独立动画长片奖,同时在第91届奥斯卡中获得最佳动画长片提名的动画电影《未来的未来》,于10月10日通过官方微博发布“在大银幕相见”的消息,确认被引进并即将上映。此外,动画电影《哆啦A梦:大雄的新恐龙》也发布“不负等待”版预告和先导海报,明确将引进国内。

虽然国庆档已落幕,但由于一系列影片的定档及确认引进,电影市场的热度不减反增。据猫眼专业版显示,截至北京商报记者发稿时《唐人街探案3》的想看人数已达到284.9万人,而《晴雅集》《数码宝贝:最后的进化》等影片的想看人数也突破了万人,并继续保持增长。

在业内人士看来,多部电影明确上映信息的重要原因,在于市场已进入全面复苏阶段,而国庆档39.5亿元的票房以及近亿观影人次的市场表现,也助推了新片的定档决定。

华泰证券在研报中指出,今年国庆档显示出特殊时期后的电影行业在需求端已基本恢复,政策端当前75%的上座率限制对市场影响有限,内容质量是驱动票房的核心因素,行业后续关键增长要素在于优质内容的供给。而国庆档电影市场的火热也加速优质内容定档,展望2020年第四季度以及明年,众多优质电影内容蓄势待发。

如今,在定档之后,影片的各种宣传营销工作也随之展开。《晴雅集》为例,包括预告片、电影海报、人物角色海报纷纷曝光,在微信等平台实现上万次的转发量和点赞量。同时《新神榜:哪吒重生》的新预告、剧照、短视频等物料也已陆续公开。

影评人刘贺认为,虽然部分影片距离上映还有一两个月的时间,但前期宣传营销热度必不可少,且后续档期主要为贺岁档、春节档等,均是往年竞争较为激烈的档期,持续造势能为影片获得第一波观众打下基础。