

北京环球度假区线上分销渠道敲定

北京商报讯(记者 关子辰)继披露园区主题娱乐设施细节之后,北京环球度假区又公布了官方授权合作伙伴“朋友圈”再次扩围。11月16日,在2020中国国际旅游交易会上,北京环球度假区在亮相的同时还宣布了首批21家旅游渠道官方授权合作伙伴,其中包含多家知名旅行社。随着距离明年开园日期的渐近,游客对于北京环球度假区的关注程度也越来越高,而从哪订票、如何订票也成为游客们关心的话题。

据悉,北京环球度假区官方授权合作伙伴包含北京观光国际旅行社有限公司、北京神州国际旅行社集团有限公司、KLOOK客路旅行、驴妈妈旅游、去哪儿旅行、同程旅行、途牛旅行、携程旅行、中国康辉旅游集团有限公司、中国旅游集团旅行服务有限公司、中青旅游国际旅游有限公司、众信旅游集团股份有限公司等21家机构,未来游客可以在这些平台上购买或预订北京环球影城门票、度假酒店、季节性活动等多样化产品。

北京商报记者还了解到,目前,北京环球度假区的线上分销渠道已初步成型,北京环球度假区携程旗舰店也已正式上线,并于11月16日-18日限量发售北京环球度假区携程用户优先购票权益包。

北京环球度假区方面还介绍,未来游客在线上旅行预订平台访问北京环球度假区官方店铺的同时,还可以享受便利的线上预订服务。同时,传统旅行社渠道也将为北京环球度假区进行线下深度分销,实现游客预订场景的全面覆盖。在产品层面,北京环球度假区还将携手合作伙伴,结合消费者旅游消费习惯打造多样化的旅游产品。

随着北京环球度假区开园日期的渐近,不少游客对于园区内娱乐设施的关注度也越来越高。就在上个月,北京环球度假区还发



北京环球度假区已发布园区内多项娱乐体验,并对外展示了标志性景点、经典骑乘娱乐设施及主题化餐厅体验等细节。关子辰/摄

布了园区内众多新颖的娱乐体验,并首度对外展示了标志性景点、经典骑乘娱乐设施、精彩表演及主题化餐厅体验等细节,并通过发布一系列效果图和视频,揭秘了多个地标景点和最值得期待的骑乘娱乐设施等。其中,“霸天虎过山车”功夫熊猫:神龙大侠之旅”以及世界上最大的小黄人乐园等环球影城

典景点都将亮相北京环球度假区。此外,北京环球度假区还揭秘了其中两项独特的人气表演项目——“灯光、摄像、开拍!”以及“未来水世界特技表演”。

今年5月,中信建投发布主题公园深度研究报告《北京环球影城:京津冀的娱乐航母,千亿级的消费引擎》指出,预计北京环

球度假区在2021年开业后,全年将吸引客流量600万-700万人次,成熟年后接待游客数量1500万-2000万人次,每年营业额约250亿-300亿元。中国城市发展研究会文化和旅游工作委员会执行会长易介中表示,除了带动文旅消费,未来北京环球度假区还将拉动北京文旅产业的发展。

【相关新闻】

北京环球度假区首个主题景区竣工

北京商报讯(记者 关子辰)随着开园日期渐近,北京环球度假区的建设也进入到竣工移交阶段。11月16日,北京城市副中心官方微信发布消息,日前,北京环球度假区七大主题景区之一的“未来水世界”景区,正式移交美方运营团队,开始进行试运营与运营筹备工作。这代表着北京环球度假区正式进入了竣工移交阶段。

据了解,北京环球度假区“未来水世界”主题场景已于10月27日完成竣工验收备案,共计7个单体,总建筑面积7453平方米。该主题场景是以上世纪90年代环球影业科幻电影《未来水世界》题材为基础创作的主题特技表演,美国洛杉矶、日本大阪、新加坡的环球影城都引进了这一项目。北京环球度假区对该项目进行了全面的改造升级,并打造成全球首个“未来水世界”主题场景。运营后,在一流的特技表演中,游客将近距离感受扣人心弦的水上终极对决,并可一睹水上摩托艇特技、极速俯冲、枪林弹雨、震撼爆破等场景。

另悉,北京环球度假区的环球标志球体已开启转动。同时,北京环球度假区携程旗舰店也已正式上线,并于11月16日-18日限量发售北京环球度假区携程用户优先购票权益包。

教师资格报考人数创新高 培训机构抢风口

考取行业职业资格证书已经成为当代大学生拓宽职业渠道的重要选择之一。据了解,在日前刚刚结束的2020年教师资格证考试中,报考人数再一次创下新高。11月16日,根据北京教育考试院官方公布的数据显示,今年北京市共有10.4万人报名参加教师资格证考试,比去年同期增加了22.81%。

而北京商报记者通过调查发现,很多报名参加考试的大学生来自非专业、非师范类学科,报考人群呈现出跨学科报考的特点。他们对课程价格更为敏感,偏向购买教材自学,选择课程时也会更谨慎。针对这些特点,机构该如何差异化地做好教师资格培训课程设置?今年线上教育的火热是否助推了“教资热”?

报考人数逐年增长

“我报名教师资格证考试的原因就是为了给以后的职业道路多一种选择,有了教师资格证以后,选择这方面的职业也算有个备选。”来自中国石油大学(华东)研一的学生欧阳溧目前所学专业为材料科学与工程,报考了高中数学科目的教资考试。而和欧阳溧情况类似的学生不在少数,许多师范类和专业学科类之外的大批其他专业本科生,在这几年都不约而同地准备起了教资考试。教资考试不限专业,学历满足,通过相应的笔试、面试后再考取普通话证书就能认定。”有考生告诉北京商报记者。

记者通过了解发现,相较于国家统一法律职业资格证书(以下简称“法考”)、注册会计师执业资格考试这些职业考试来说,教资考试的专业知识壁垒较低,且限制较少,由此,教资考试也成为了很多想要拓宽职业选择考生的首选。此外,教师资格证也是目前很多公立学校和教育机构在招聘时的硬性要求,可以说,想要进入教师行业,教师资格证就是敲门砖。这些行业现状让更多人开始将目光转向教资考试。

今年以来,在线教育机构招聘火热,甚至出现了动辄50万元年薪招聘网课老师的岗位,大学生对于这一新型职业“钱景”难免心动。而由于疫情影响,今年上半年的教师资格考试推

迟到了下半年一并组织。考试场次的减少,在一定程度上促使下半年报名参加考试的人数出现了激增的现象。

根据北京教育考试院官方公布的数据显示,今年下半年北京市教师资格证考试的报名人数突破了10万人,同比增长22.81%,在考生中,在校考生人数为4.8万,社会考生人数为5.6万。此外,北京教育考试院方面表示:“从往年报考情况来看,从2019年开始,教资考生人数开始出现大幅增加,比2018年同期增加了60%”。由此可见,教资考试的人数在这几年迎来了高速增长长期。

低价冲刺课受欢迎

作为周期性考试,教资考试的备考时间相对较短,购买教程自学或购买短期课程是备考的主要方式。欧阳溧告诉北京商报记者,她在备考过程中买了冲刺课:一开始是自己复习,后来觉得进度太慢了,就买了冲刺课,冲刺课很便宜,才19.9元。”

和K12学科培训周期长、见效慢的特点不同,像教资培训这样的考试,考生更看重的是立竿见影的学习效果。此外,由于考试的专业知识并没有那么难,课程定价也不是很高。记者登录“粉笔教师”App发现,上面的课程价格都在500元之内,且包括500元之内的协议班,考生满足协议要求且未通过考试的话会全额退款。笔试课程的上课周期在两个月左右,面试课程为7天;最便宜的课程只需要9块钱。而登录淘宝搜索“教师资格证考试用书”,记者发现排名靠前的两款考试用书月销量都在2万册以上。笔试阶段“轻课程、重教材”,是教资考试的显著特点。这就要求机构重点打磨教材,在课程设置上更加短小精悍。

“粉笔的教资考试辅导书和课程今年全年销售了80万套,图书数据和课程数据呈现倍数增长。预测题全年销量50万套,呈快速增长趋势。此外,近几年全国扩招教师,全国各地实现小班化教学,因此对教师的需求量逐年增加。经

统计,2019年下半年共有590万余名考生参加教师资格证考试,全年大约有900万余名考生参加考试。”粉笔教育教师业务负责人任君(化名)在接受北京商报记者采访时谈到。

政策和市场双加持

而教资考试的火热离不开政策和市场的加持,值得注意的是,今年教培市场的火热也让各大教培巨头纷纷开出高价年薪,吸纳优秀教师和应届毕业生,动辄几十万、上百万的年薪让不少名校毕业生也加入到教资备考大军,在计算机、金融行业之外,教培名师也正在成为新的高薪职业。而除了名师之外,飞速扩张的教育行业也亟需大量普通教师,人才缺口让持有教师资格证的应聘者面试过程中更有竞争力。

此外,近些年来,提高教师待遇的呼声越来越高,在今年9月召开的国务院新闻发布会上,教育部副部长郑富芝谈道:“教育部和财政部联合,必须要把长远保证教师工资落实到位的财政制度和机制建立起来,这是最重要的。一是把所有的教师工资纳入到预算,按预算进行执行;二是在做预算的时候,一定要保证教师和公务员是同等待遇。”这一政策的出台释放出国家越来越重视教师待遇的信号,也势必会让不少人转向投身教育事业。加上各地教师扩招,人才缺口的存在也会吸引更多年轻教师的涌现。

面对政策和市场的需求,现有教资培训机构还能如何深耕探索,扩大自身优势?在中关村教育投资合伙人于进勇看来,观察这几年的趋势,教师资格证考试已经变成了今天的刚需。“教资培训机构目前设置课程能进行的差异化探索已经很弱了,机构想要突破的话可能需要在获客上多下功夫,相对而言,教资考试的知识程度比较简单,机构就可以通过互联网的方式降低供给培训的成本,在扣除部分运营成本后,有资金可以用来做营销,通过这样的方式获取大量客户,然后从这些客户中筛选出深度用户,做客单价更高的线下培训。”

北京商报记者 程铭劼 赵博宇

Market focus

超百家企业机构“云上”相约 深圳文博会北京展区

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)11月16日,第十六届中国(深圳)国际文化产业博览交易会正式开幕,这也是该展会首次以“云上文博会”的形式在线上举办。其中在北京云上展区,共有105家文化企业和机构组团参展,同时还精选出30家企业进入VR展厅,以交互式、沉浸式、场景化的云上展览特色,展示北京文化创新发展的最新成果和北京文化产业高质量发展的生动实践。

据悉,此次北京云上展区以“新业态、新消费、新场景、新引擎”为主题。在新业态展厅中,包括文投集团的大数据、快手平台的“直播+”、百度的人工智能、爱奇艺的热门网剧《隐秘的角落》、北京中联合超高清协同技术中心、北京超高清转播车在内,均进行不同形式的展览展示,显现出5G+8K、大数据、区块链等新技术在文化领域的转化应用。而在新消费展厅,传统文化的创造性转化和创新性发展则成为该展厅的一大亮点,参观者可以通过H5链接720度品味文物之美。

与此同时,在北京云上展区的“新场景展厅”内,无论是首都博物馆、798、751等北京热门文化打卡地,还是环球影城等即将推出的文化新地标均相继亮相,参观者可在该展区看到近年来北京一批老旧厂房腾笼换鸟,涌现出一批文化新场景的面貌。此外,在新引擎展厅中,参观者既可以深入了解北京大力推动文化经济政策创新,也能从综合政策、

行业政策、文化融合、主体培育、文化空间、需求拉动六个维度,了解北京近年来在政策创新集成方面的成效。

近年来,北京市持续推动文化产业发展,并将数字创意和内容版权作为两大主攻方向,先后出台推动文化产业创新发展“文化+金融”“文化+科技”等系列政策,同时也出台了帮助文化企业应对疫情、复工复产的“28条”政策,让书香洋溢京城的北京扶持实体书店发展的一揽子政策等。现阶段,文化产业已成为北京市重要的支柱产业,公开数据显示,2019年,北京市文化产业实现收入1.3万亿元,收入增速高出全国增速1.2个百分点,占全国总量超过10%。

“文化产业的价值已经得到各方认可,不仅本身拥有着发展潜力,人们对文化产品的需求也与日俱增,此外,通过将文化产业与其他行业跨界融合还能激发出更多层面的新增活力,带动多个领域共同发展。”数字文创产业智库研究员李杰表示,北京作为全国文化中心,是大量优质资源的汇集地,通过政策的引导以及市场化发展,能够持续推出更多优质的文化产品以满足人们所需。

北京商报记者获悉,下一步,北京市将围绕全国文化中心建设,健全现代文化产业体系,培育新兴文化业态,推动文化产业高端化、融合化、集约化、国际化发展,建设市场竞争力强、创新驱动力度足、文化辐射力广的文化产业发展引领区。