

我在北京过大年

北京十大公园春节期间免费开放

线下免费 线上“云游”

为了让“就地过年”的民众也能享受一个充满年味的假期,北京的公园、景区纷纷发布了“春节版”的游客接待方案。

具体来说,2月11日-17日期间,北京十大市属公园:颐和园、天坛公园、北海公园、中山公园、香山公园、景山公园、北京植物园、北京动物园、陶然亭公园、玉渊潭公园将免费对外开放,实行限量、预约、错峰游园,限流比例为75%。其中,部分公园内的景区景点也将实施游客预约参观制度。此外,2月15日,原周一闭馆的景点也将正常开放。

据市公园管理中心相关负责人介绍,自2月8日起,游客就可通过“畅游公园”微信公众号或公园微信预约平台,预约春节假日7天的免费游园。预约成功的游客须携带本人身份证原件于预约日期、预约时段,通过门票实名制查验、确认健康码绿码后入园游览。据悉,为烘托线下游园的节日氛围,市属公园在室外举办了春节民俗、摄影作品、生态科普等展览展示,各种古建筑原状陈列、人文特色类展览展示都正常开放。

与此同时,在线上,游客也可足不出户体验市属公园的各种浓厚年味活动。今年,市公园管理中心首次开启“新春游园汇”线上活动,假期7日将不间断地推出10场新春直播、15场云游导览、30节线上课堂等。

实际上,除了市属公园外,京城多家景区也纷纷“上新”了各种春节活动“套餐”。北京欢乐谷公园管理部总监尤少杰介绍,为增加春节期间游客的体验感,园区内布置了很多春节相关的环境物料,如灯笼、特色新春装置等,园内节庆氛围很浓。他还进一步表示,演出方面,今年春节园内除了引入舞狮、鼓乐等表演形式外,还将老北京特色的天桥绝技等演出带入园中,工作人员也会以各种新春形象与游客互动。

如何让大量选择“就地过年”的北京居民更充实地度过这个特殊的春节假期?2月2日,北京市公园管理中心正式发布春节期间(除夕至大年初六)本市市属公园开放方案。据悉,春节假期,北京市属公园将从线上、线下两个渠道向民众发放“大礼包”。其中,线下游园方面,颐和园、天坛公园、北海公园、北京动物园等10家公园将实行限量预约、免费开放;而在线上,北京市公园管理中心首次启动了“新春游园汇”线上活动,假期7天将不间断地进行数十场“云游园”“云赏花”等活动。在业内看来,今年春节的“就地过年”新趋势对于文旅消费供给端也将形成新的考题。

北京市属公园“新春游园汇”线上活动摘录

天坛公园:云端科普享福年

时间:除夕、大年初二、初四
以线上讲座、云端互动等形式讲解福文化、五谷文化、祭祀文化等内容。
平台:天坛公园官方微博

景山公园:云游景山

时间:大年初二
在中轴线制高点、“紫禁之巅”万春亭,由专家介绍北京中轴线的历史文化、景山公园中轴文化内涵等内容。
平台:景山公园官方微博

北海公园:祈福文化讲解

时间:除夕
北海公园讲解员带来公园的祈福文化。
平台:北海公园官方微信、微博

中山公园:云赏中山

时间:大年初二
线上游览公园花展及公园节日景观。
平台:中山公园官方微信

古北水镇则推出了“长城脚下过大年”活动,景区内除了沿街店铺、广场摊位,还有挑担的货郎,出售特色年货,如藤器、鞋履、首饰等。同时,随着北京冬奥会的临近,人们对冰雪运动的热情日益高涨,古北水镇还推出冰雪嘉年华活动,配有冰车、冰嘎、冰滑梯、冰上碰碰车、雪地坦克、冰上滚筒等设施。

本地游需求旺

“牛年”春节已经进入倒计时,对文旅行业来说,今年的春节有着不同的意义。在“就地过年”倡导下,不少人选择“留守”本地,消费者的流动变化直接反映在了市场上。在北京工作了十年左右的李女士告诉北京商报记者,由于平时工作较忙,很少能出门旅游,因

此,近五年的春节假期都用在“出门看世界”上。李女士介绍,自己通常会选择出国旅游,或是到云南、海南等地旅居过年。由于“就地过年”,今年我把旅游计划改在了北京市内。主要目的地是京郊的网红民宿或者是周边一些民俗村等。”

刚来北京工作一年的小刘则不同。比起京郊,她对北京一些著名景点,如长城、故宫博物院等更感兴趣。小刘介绍,去京郊旅游对不少“无车一族”来说还是有一定不便。且北京城内的一些著名景区或公园春节期间还有不少新年活动,很适合当日往返“打卡”。

文旅消费需求的变化最先被穿梭在大街小巷的出租车司机所感知。在北京跑了十几年出租车的王师傅告诉北京商报记者,往年春节前一周,北京市内的用车更多地集中在往返火

车站、机场的路上;而今年则比较特殊。不少人回家过年,周边景区、京郊的用车需求预计会有所增加,今年我也准备少休息几天,在一些知名公园、景区附近跑跑单。”王师傅称。

对于上述情况,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分析指出,此前跨省游尚未恢复时;北京人游北京“带火了京郊景区和短程旅游产品,但今年春节除了回流的出境游和跨省游消费,还会有很多“就地过年”的游客会向市内的文旅场所聚集,增加了春节京城旅游市场的总体需求,对供给方来说也是一个挑战。

防疫游玩两不误

在“就地过年”背景下,如何保证出门游

北京商报记者 蒋梦惟 杨卉

线上红利爆发下 哪些游戏上市公司亏损了

线上娱乐的爆发令游戏市场迎来快速发展期,但却并非所有公司均能由此实现业绩增长。据北京商报记者不完全统计,截至2月1日晚间,在已发布2020年业绩预告的18家游戏上市公司中,尽管约七成的公司实现归属于上市公司股东的净利润同比增长,但业绩同比下滑甚至出现亏损的情况仍与之并行出现,且后者的占比达到了近三成。这一现象也不禁让人们思索,游戏上市公司究竟该如何抓住线上红利?

2020年游戏公司归属于上市公司股东净利润概况

游族网络	中青宝
预计1.5亿-2.25亿元, 同比下降12.29%-41.53%	预计亏损1.1亿-1.5亿元
冰川网络	天舟文化
预计7561.36万-9813.68万元, 同比下降39%-53%	预计亏损8.5亿-9.5亿元
	游久游戏
	预计亏损1400万元左右

5家下滑 其中3家亏损

2021年开年以来,游戏上市公司在持续运营旗下产品的同时,也不忘将过去一年的发展情况陆续展现在人们面前。据北京商报记者不完全统计,截至2月1日晚间,国内已有18家游戏上市公司发布2020年度业绩预告,并共有13家公司预计归属于上市公司股东的净利润实现同比增长,整体占比达到72%,其中有6家公司实现同比扭亏为盈,所占比例约三成。

然而,游戏上市公司的全年业绩也存在分化的情况。除了以上13家预计业绩同比增长的公司外,另有5家公司归属于上市公司股东的净利润预计在2020年同比下滑,分别是游族网络、冰川网络、中青宝、天舟文化和游久游戏,其中后3家公司的业绩甚至达到亏损状态,在18家已发布业绩预告的公司中占比约两成。

游戏上市公司在2020年的业绩分化并非首次出现,前两年同样也出现过类似的情况,其中在2019年,数十家游戏上市公司中有近六成实现盈利,其余公司则出现亏损,且多家公司的亏损规模超过了10亿元,原因一方面与游戏产品的实际运营情况有关,另一方面则因受到此前收购的公司存在商誉减值、资产减值等导致盈利能力下降。而在2020年,游戏上市公司业绩分化的原因也离不开这两条。

ST游久在业绩预告中指出,亏损的主要原因是主营游戏业务经营亏损,下属子公司也出现经营状况持续低迷、经营业绩不理想等情况,目前正在对公司持有的长期股权投资等长期资产进行减值测试的相关评估事宜。

流量红利到内容红利

尽管游戏上市公司的业绩呈现出冰火两重天的景象,但游戏市场持续向上发展的趋势并未改变,并持续衍生出较大的消费娱乐需求。

据中国音数协游戏工委与中国游戏产业研究院发布的《2020年中国游戏产业报告》(以下简称《报告》)显示,2020年,我国游戏市场实际销售收入为2786.87亿元,比2019年增加了478.1亿元。其中,移动游戏市场实际销售收入达到2096.76亿元,比2019年增加了515.65亿元,同比增长32.61%,在我国游戏市场占比为75.24%。

而在用户量方面《报告》指出,2020年我国游戏用户规模已增至6.65亿人,并且这让我们游戏在制作生产过程中更加注重“原创”和“精品”。

随着从流量红利转向内容红利,此时游戏上市公司若无法持续推出过硬的内容产品,难免会在市场竞争中落于下风。以天舟文化为例,该公司表示,公司的部分老产品收入和利润同比下降,同时游戏和教育出版业务均受到新冠疫情及各地防控措施的影响,新产品的研发、推广以及海外市场的拓展都未能按计划展开,导致部分子公司业绩未达预期。

“此前游戏市场的迅速发展伴随着互联网用户的迅速提升,使得用户基数持续扩大,但互联网发展至今已逐渐覆盖到日常生活、工作的方方面面,此前依靠互联网流量红利来扩大市场的效果正逐渐减缓,再加上更多游戏公司及产品的出现带来竞争,使得游戏市场来到了真正拼产品的阶段。”游戏行业分析师赵勇如是说。

借新技术求高质量发展

近段时间,随着人们居家时间的增加,线上红利仍在持续涌现中,这为游戏上市公司带来了快速发展的契机,且随着科技技术的发展,也为游戏公司的发展增添了助力。

新元文智创始人刘德良认为,目前能看到的很多产品和模式仍处于上一波移动互联网发展浪潮的尾声,新浪潮还没有完全出现。这个新浪潮指的则是5G以及在5G技术条件下进一步发展的云计算、大数据、云计算、虚拟现实等,能够实现大家比较期望的云游戏、超高清视频等,从而推动新内容产生。

值得注意的是,现阶段游戏公司也在进一步开拓海外市场,以拓宽收入来源。据《报告》显示,2020年我国自主研发游戏海外市场实际销售收入达154.5亿美元,比2019年增加了38.55亿美元,同比增长33.25%。而在移动游戏海外地区收入分布中,日韩仍是主要来源。

在中国创意产业研究中心主任张京成看来,近年来一直在强调的高质量发展,需要淘汰一批落后的产能,落后的技术、落后的观念,并在技术支撑的情况下,推动新业态逐渐产生或发扬光大。在这个过程中,数字经济在未来五到十年之内一定是个上升的趋势。与此同时,近年来各个行业也不断推动中国文化“走出去”,需要通过文化产品和文化服务实现真正的“走出去”,游戏产品是展示中国文化的载体之一,通过“走出去”能进一步增强在国际市场的竞争力,以拓宽更大的市场和发展前景。

北京商报记者 郑蕊

在线编程几岁开始学

相比语数外,兴起近五年的在线少儿编程课实属新鲜产物。根据艾瑞数据显示,我国的少儿编程教育市场渗透率仅为1.5%,远远低于美国的44.8%,国内少儿编程课程市场空间仍然十分巨大。

此外,据前瞻产业研究院数据统计,截至2019年,国内的少儿编程公司共计7110家。2020年的前两个月,我国少儿编程公司就增加了438家。背后除了海量需求的推动,还受到利好政策导向的影响。

2017年,国务院印发的《新一代人工智能发展规划》提出“实施全民智能教育项目,在中小学阶段设置人工智能相关课程,逐步推广编程教育”。2018年,教育部又进一步明确,要“构建人工智能多层次教育体系,在中小学阶段引入人工智能普及教育”。这些政策的出台,助推了少儿编程赛道的加速起飞。

值得一提的是,编程类课程和语数外等学科类的区别还在于,编程课需要线上数字化工具的辅助,从发展之初,线上教学就是各家机构采取的主要教学模式。

“编程是个比较特殊的学科,它天然适合学生在线上自主学习。”核桃编程联合创始人兼CTO王宇航表示:编程是个很注重练习的学科,只有通过大量练习才能有效地掌握编程;其次,编程相对比较直观,所见即所得。”

北京商报记者调查后发现,和其他教培赛道的逻辑类似,少儿编程的普及也正经历从一二线城市向三四线城市下沉的过程。同时,编程本就是大学阶段的课程内容,这几年年龄段不断下沉。目前,简单的编程启蒙课程面向的群体年龄最低为4-7岁。

家住河北某四线城市的家长高女士在寒假开始时给二年级的儿子浩浩报了有道小图灵的体验课,几节课下来,高女士告诉记者,浩浩对课程很感兴趣。“寒假刚开始,他每天自己拿着iPad学习,

我看课程里面有闯关玩游戏的部分,他很喜欢这些。”高女士表示,自己所在的城市从去年开始出现一些线下的少儿编程机构。“选择这方面的课,大部分也都是在线上,所以线上机构的课我也会考察。但孩子年龄太小,现在以培养他的兴趣为主,等他四年级之后,对什么表现出特别的兴趣或者专长,我会考虑在那方面着力培养他。”

实际上,高女士这样的想法也代表了一大批低龄儿童家长的心态。在学前和低年级以兴趣培养为主,孩子到了高年级再进行领域深度培养。而目前市场上的多数编程课程,也多根据年龄进行适配,低龄主打启蒙,高年级进一步培养兴趣和竞赛。王宇航谈道:“图形化编程适合4-12岁的孩子进行学习”。有道小图灵负责人陈虎也指出,少儿编程产品目前大体以4-16岁孩子为主要目标受众。

而值得关注的是,在少儿编程未来的发展问题上,陈虎也表示,编程教育未来的可持续发展需要重点关注两个方面:一是师资,二是体系。少儿编程领域的师资要求高,需要既有编程专业背景又懂得教育培训的人才,然而有丰富代码经验的人才一般不太懂得如何执教,这部分目前行业都有很大的提升空间。至于体系部分,中国编程教育起步较晚,行业缺乏规范化的课程标准,容易造成口碑不一的问题,也缺乏真正适合中国孩子的成体系的优质课程内容。”

“人工智能高度渗透的时代,青少年不可避免地从小就接触各种智能设备所包围,少儿编程在一定程度上可以帮助孩子学会正确认识和使用计算机、智能设备等,避免沉迷。同时可以培养孩子的观察力、创造力、逻辑思维力、问题解决等九大能力。”王宇航告诉北京商报记者。

北京商报记者 程铭劼 赵博宇