

文旅部再出重拳严查“不合理低价游”

近年来旅游乱象频发,文旅部也在持续出重拳整治违法违规的“漏网之鱼”。

6月10日,文旅部发布消息称,文化和旅游部持续加强旅游市场整治,推进未经许可经营旅行社业务专项整治行动,严查“不合理低价游”等违法违规经营行为。其实,不合理低价老年游、老年一日游、导游强迫交易、网络招徕等“套路”已经逐渐成为旅游市场的顽疾。业内人士表示,这些违法的旅游网站、企业等都是旅游市场的“黑洞”,严查严惩之外更需要消费者的意识觉醒。

重拳整治

针对市场上屡禁不止的违法违规旅游经营行为,营造良好的旅游市场环境,文旅部持续加强对旅游市场的整治。

据了解,此次文旅部加强对旅游市场的整治以未经许可经营旅行社业务专项整治行动为重点,部署各地文化和旅游行政部门查处旅游市场违法违规经营行为。

行动开展以来,全国共出动文化市场综合执法人员5.8万余人次,检查各类旅游市场经营单位1.9万余家次,立案调查354件。文化和旅游部持续加强对旅行社自建网站的执法检查,已重点检查1015家网站,责令525家旅行社自查整改,指导旅行社依法注销123家网站、121个网络推广用户。

根据执法检查发现的线索,文旅部已分三批部署查处118家涉嫌违法网站,严查未经许可、通过互联网开展旅行社业务的违法违规经营行为。

此前在3月的时候,文旅部就已经部署开展并持续推进未经许可经营旅行社业务专项整治行动了。据悉,专项整治行动以保障旅游者合法权益、营造旅游市场公平竞争环境为

工作目标,重点整治两类违法违规经营行为,首先是以免费旅游、购物(会员)送旅游、旅游赠礼品等名义或者以俱乐部、康养活动等形式招徕旅游者,未经许可经营旅行社业务的违法违规经营行为;其次是未经许可、通过互联网开展招徕旅游者等旅行社业务的违法违规经营行为。

业内人士表示,现在市场上依然有一些不合理低价游、老年游、一日游存在,而这恰恰也是旅游市场中一抹不和谐的存在,文旅部此次出重拳来对其进行整治,也是为了我国旅游市场能够更快更好地向上发展。

旅游业“顽疾”

在我国旅游市场快速发展的同时,旅游网站、旅行社等旅游企业的队伍也在不断壮大,而在这其中难免会有人“钻空子”;“不合理低价游”暗藏猫腻的老年游”强迫购物的一日游”等也是近年来的顽疾,而这也成为了文旅部重拳出击的对象。

在庞大的旅游群体中,老年人无疑成为了违规企业的首要“关注”对象。不久前,“18元一日游”登上了热搜,重庆十几位老人参加了18元一日游旅行团,但最后却被带到一处



墓地引发热议。经当地文化市场综合行政执法支队检查,重庆龙耀文化旅游公司渝北分公司在未取得旅行社业务经营许可证的情况下,组织30名老年旅游者前往巴南区旅游,收取参团游客18元/人的费用,安排有交通、景点参观、用餐、保险等多项旅游服务,违反了《中华人民共和国旅游法》有关规定,构成了未经许可经营旅行社业务的违法行为。随后,重庆龙耀文化旅游公司渝北分公司被责令改正违法违规行为,并处2.5万元罚款,并且对该分公司负责人罗某某处3000元罚款。

其实,不仅仅是老年人,每天与网络打交道的年轻人也会“中计”。根据文旅部公开的案例显示,当事人张某某开办“大理风花雪月”网站,在未取得《旅行社业务经营许可证》的情况下,在小红书、微博等平台为旅游者提供旅游行程规划并招徕旅游者,通过自建网站链接至飞猪平台的网店下单,获利320元。

当事人未经许可、通过互联网开展招徕旅游者等旅行社业务,违反了《在线旅游经营服务管理暂行规定》第十条的规定,云南省大理市文化和旅游局依法责令当事人改正违法行为,并给予没收违法所得、罚款1万元的行政处罚。

在业内人士看来,旅游业内的违法违规经营行为层出不穷;“花招”也越来越多,而此次文旅部加强旅游市场整治也意在为消费者提供良好的旅游消费环境。

治理需方法

为应对有着不同“招数”的违法违规旅游企业,文旅部也在不断发布相关政策。与此同时,不光是政府部门,消费者也应积极配合相关部门,严厉打击违法违规的经营行为。

北京商报记者了解到,文化和旅游部针

对此次整治行动要求各地文化和旅游行政部门、文化市场综合执法机构重点检查保险、保健品等各类市场营销活动中的包价旅游产品,特别是以中老年为主要目标群体的包价旅游产品。与此同时,加强在线旅游市场执法,重点查处未经许可通过互联网推广和公众号营销等方式开展旅行社业务的违法违规经营行为。加强对旅游团队、地接社的执法检查,对旅游集散地、主要景区中的旅游团队进行重点执法。此外,执法检查过程中,发现涉嫌违反消费者权益保护、反不正当竞争、广告等领域法律法规的,移送有关行政机关查处;涉嫌触犯非法经营、强迫交易、诈骗等刑法罪名的,移送司法机关,依法追究刑事责任。

对此,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也提出了相关建议,首先,对于不正规的旅行社以及旅游企业的惩罚措施要到位,要通过多部门联合来治理。其次,可以把触犯相关法律法规的从业人员列入黑名单,并可以对其进行相关行业限制。

尚游汇文旅董事长钟晖还认为,消费者应该更多地追求健康快乐的旅游,选择有品质的休闲度假产品。同时,消费者还要注意甄别,选择规范的企业。政府不仅要加强引导,推荐正规的旅游企业来承载旅游服务,还要严厉打击违法违规的企业。

“切记不要贪图小便宜,往往这种小便宜还会引发更多的消费,所以应该多多进行宣传,让消费者理性消费。”同样,吴丽云也提醒消费者。业内人士还提醒消费者,现如今文旅部以及相关部门都在加大监管力度,持续加强旅游市场整治,但与此同时,消费者也要擦亮双眼,依法保护自己的合法权益。

北京商报记者 关子辰 吴其芸

Market focus

拜登撤销TikTok、微信禁令 商务部、外交部回应

6月10日,就美方撤销了此前针对中国TikTok、微信等多款应用程序的禁令,商务部新闻发言人高峰说,这是朝着正确方向迈出的积极一步。

前一天,美国总统拜登签署一项行政令,撤销了此前针对中国互联网短视频社交平台TikTok、移动应用程序微信等多款中国应用程序的禁令。新的行政令要求美商务部对与“外国对手”相关的应用程序进行评估,并“酌情采取行动”。

白宫6月9日发布的一份简报说,该行政令旨在提供一份标准,用以识别和评估可能对美国国家安全和敏感数据安全构成风险的应用程序。应用程序可能造成个人身份信息和基因信息等敏感数据泄露给包括中国在内的外国对手,对美国数据隐私和国家安全构成风险。

根据这项行政令,拜登指示商务部在行政令签署后的120天和180天内分别向白宫提交两份报告,就具体行动及额外的行政和立法措施提出建议。

“我们注意到美方撤销了上届政府针对TikTok、微信等中国应用程序的有关行政令”,高峰说,但美方同时要求对外国应用程序的安全风险进行审查,而且美国外国投资委员会仍在对TikTok进行审查。“希望美方公平公正地对待中国企业,避免将经贸问题政治化。”

高峰表示,中美作为全球两大主要经济体,经贸关系的本质是互利共赢。双方在经贸领域都有各自重要关切,但在相互尊重、平等相

待的基础上,可以通过对话协商来探讨解决之道。

“各国都有发展本国产业、增进人民福祉的责任。”他说;我们乐见其他国家经济发展、科技进步,但我们反对将自身发展计划与遏制他国联系起来,把经贸问题政治化、搞零和博弈。这不符合和平发展的时代主题。”

2020年8月6日,时任美国总统特朗普签署行政令,称将在45天后禁止任何美国个人或实体与TikTok、微信及其中国母公司进行任何交易。但由于多名微信美国用户和TikTok分别在美各地法院提出诉讼,多处法院裁决暂缓执行上述禁令,美国商务部宣布暂不执行相关行政令。

针对美国政府对TikTok等应用程序的无理打压,中国外交部发言人曾表示,中国一贯反对美国泛化国家安全概念、滥用国家力量,无理打压外国企业的做法,希望美方切实尊重市场经济和公平竞争原则,遵守国际经贸规则,为各国企业在美投资经营提供开放、公平、公正和非歧视的营商环境。

6月10日,外交部在记者会上对于此事又做出了回应。发言人汪文斌表示,中方始终敦促美方切实尊重市场经济原则和国际经贸规则,停止泛化国家安全概念,停止滥用国家力量武力打压中国科技企业的行径,公平、公正、非歧视性地对待中国企业。中国政府将继续坚定维护本国企业的正当合法权益。

据新华社

摩尔庄园热潮带动传媒板块翻红

随着一代人的童年回忆,《摩尔庄园》在本月初以手游的身份回归,沉寂已久的传媒板块也在近日出现明显上涨。公开数据显示,截至6月10日下午收盘,传媒指数报收1920.37点,单日涨幅为0.59%。同日,更有4只传媒板块个股涨停,此外也有部分个股涨势明显。受益于传媒板块的上涨,部分重仓传媒个股的基金产品近日的收益率也较此前有所回升。但对于传媒板块后续的发展趋势,多数业内人士仍持谨慎态度,更有观点称,传媒板块长期上涨的持续性并不强。

爆款带动行业估值

有着“95后童年乌托邦”之称的《摩尔庄园》游戏于今年“六一”以3D社区养成手游的方式重回大众视野,更一度登上热搜,形成霸榜刷屏的现象。公开资料显示,《摩尔庄园》的开发者是深圳雷霆信息技术有限公司,而其背后的“大佬”则是厦门吉比特网络技术股份有限公司(以下简称“吉比特”)。

据悉,吉比特是一家专业从事网络游戏创意策划、研发制作及商业化运营的国家级重点软件企业,于2017年1月在上交所主板上市,分属传媒板块。而在《摩尔庄园》掀起童年回忆风潮的同时,吉比特的股价也被带动上涨。同花顺数据显示,截至6月10日下午收盘,吉比特最新价格为561.5元/股,单日涨幅1.72%,另外,该公司的股价自6月以来的涨幅也达14.48%。

事实上,除吉比特外,近日的传媒板块也普遍表现优异。数据显示,截至6月10日收盘,有华闻集团、中体产业、省广集团、传智教育4只传媒板块个股涨停。此外,也有宣亚国际、大晟文化等个股涨幅明显,分别达8.92%、7.12%。

此外,北京商报记者还注意到,传媒指数自今年2月起波动上涨。截至6月10日收盘,传媒指数报收1920.37点,单日涨幅为0.59%,整体来看,该指数自2月起至今已累计上涨9.38%。

在德邦基金股票研究部资深研究员吴东昊

看来,近期传媒板块中游戏行业存在异动,或与爆款产品带动行业估值回升有关。某龙头公司推出的《一念逍遥》作为放置类游戏,承接了MMQ(大型多人在线游戏)的数值体系,自今年2月1日上线以来,几个月排名保持强劲,其持续性和留存得到验证,同时《摩尔庄园》作为老IP(特指具有长期生命力和商业价值的跨媒介内容运营)转手游的6月爆款,依靠其大DAU(日活跃用户数量)属性,为其游戏发行平台带来持续增量,极大降低了该公司未来新游戏的发行和宣传成本。公司产品能力持续兑现,各家机构纷纷上调EPS(每股盈余),已然形成“戴维斯双击”局面。

前海开源基金首席经济学家杨德龙也提到:“传媒板块沉寂已久,长期投资业绩不佳,但《摩尔庄园》作为一个‘催化剂’,在翻红的时候也把该板块其他部分股价处于上涨状态的传媒股带火起来”。

“摩尔”红利还能吃多久

据《摩尔庄园》的福,部分投资相关个股的公募基金近期也涨势明显,更有产品大幅跑赢同类平均。

据同花顺iFinD数据显示,截至今年一季度末,共有55只基金(份额合并计算)持有吉比特,持股总量达451.79万股,持股总市值为16.82亿元。其中,截至一季度末,持有吉比特数量最多

的基金产品为中欧价值智选混合A,共持有94.49万股。数据显示,截至6月9日,该产品的年内收益率为30.92%,跑赢同期偏股混合型基金平均业绩26.84个百分点。

值得一提的是,北京商报记者还注意到,部分产品名称带“传媒”的基金产品近期表现也较此前而言相对好转。同花顺iFinD数据显示,当前共有16只(份额分开计算,下同)基金产品名称带有“传媒”字眼。截至6月9日,共有14只产品的本月收益率跑赢同类平均。其中,海富通电子信息传媒产业股票A/C分别以1.79%、1.76%的收益率排名第一、第二。

不过,倘若拉长时间至今年以来,传媒相关基金的业绩表现则可谓平平。截至6月9日,海富通电子信息传媒产业股票A以5.89%的年内收益率领先其他产品,并跑赢同类平均。但对于上述16只产品而言,也仅有这一只产品的年内收益率跑赢同类平均,其余产品几乎“全军覆没”。

那么,传媒板块当前的火热局面还能否持续?海富通基金分析师赵冰沙表示,上半年表现不好的线上板块下半年有望修复,部分估值不贵、行业中有竞争力的个股或有机会。从中长期看,传媒板块可能有阶段性机会,但难有板块性行情。一方面新兴互联网公司在港股较为集中;另一方面在颠覆性的新技术落地之前,各子行业的增速相对平稳,看不到行业上的爆发式增长,更多是优质内容驱动个股机会。

杨德龙也提到,从长期投资的角度来看,传媒板块上涨的持续性并不强,因此可能不太适合长线投资者。

吴东昊则表示较为看好传媒板块中的游戏子板块。“对于后市,我们认为游戏行业本身具有较高的贝塔属性,其收益变化幅度较大盘的变化幅度更大。部分龙头公司下半年将迎来产品的放量周期,重磅游戏产品的爆发或将带领低估值标的重回公众视野,行业估值有望持续回升,因此我们持续看好游戏板块下半年表现,其中拥有核心IP产品和较强研发能力的公司有望持续受益。”

北京商报记者 孟凡霞 李海媛