

独家专访首旅集团董事长宋宇

北京环球度假区试运营倒计时

北京环球度假区什么时候试营业?作为全球最大的环球影城主题公园,里面都有哪些巨无霸设备?未来周边的规划是什么?近日,北京商报记者独家专访首旅集团董事长宋宇,全面揭开北京环球度假区神秘面纱。



首旅集团董事长宋宇(左)接受北京商报记者专访

何时开园?
设备测试接近完成

“北京环球度假区什么时候试营业”是最近网友最关心的话题。据宋宇介绍,作为目前中外合资引进的最大消费项目,北京环球度假区从2018年开始建设,大体分为两个部分,一是基建,二是设备安装调试。期间,还经历了疫情的严峻考验,终于在年初完成了建设和安装。现在是开园前的两大任务,一是测试,二是人员培训。

“本来原计划是能够更早一点开园,但是在这个过程中,为了确保安全,设备的测试采用了非常严格的检测。”

在设备测试标准上,中国是世界上最严格的国家之一,这也是为了保证游客能有一个很好的体验。据透露,目前测试也接近完成。“我们正在研究尽快地采取压力测试和试运营,为真正的开业做好充分的准备。”宋宇说:“这个过程中,不但要测试单个设备、单个景区以及设计标准是否经得起检验,还要考验我们整个运营团队是不是能够在人流量大的情况下以及在各种天气情况下,能够很好地运营景区。”

宋宇表示,如果压力测试和试运营中发现确实还有需要调整的地方,会第一时间进行调整。如果这两项都很顺利,最终开园时间就会很明确了。“我们也非常希望接下来参与压力测试和试运营的消费者们,能够给我们反馈自己的体验,在吸收大家的意见作出调整后,北京环球度假区将以最好的状态来迎接四面八方的游客。”

上个月,北京商报记者从北京环球度假区获悉,北京环球度假区将分三个阶段推进开园前的筹备工作。第一阶段,邀请北京环球度假区内部员工参与压力内测;第二阶段,开启试运营;第三阶段,迎来盛大开园。当时,北京环球度假区正在有序推进第一阶段压力内测的相关工作,包括人员培训、服务细节打磨、演出彩排、餐厅运营及餐饮服务测试,以及与政府部门、第三方专业机构及行业专家,根据既定流程按计划、分批次完成对游乐设施及骑乘设备进行多场景的模拟测试。

不仅是游客数量,北京环球度假区项目的运营还将直接拉动本地文旅市场消费。有统计显示,疫情前,北京每年有约400万的境外游客,全国游客的数据每年更是数千万人次。

设备多?
两台设备世界“首秀”

北京环球度假区建成开放后,将成为世界上第五个、亚洲地区第三个环球影城主题公园,也是迄今为止规模最大的环球

影城主题公园,里面有哪些独一无二的大型设备、到底多好玩,也成为“环球迷”们最想了解的内容。

据宋宇介绍,北京环球度假区项目中,超大型游乐设备共14台,比较复杂的有6台,其中两台是世界首台。

“设备本身的复杂程度超过其他(环球主题公园)园区,同时,美国的设备要适用中国的测试标准,这就要求我们在测试过程中,需要不断地完善和修正,也就导致了设备测试阶段花费了相对长一点的时间。”宋宇谈道。

年客流量多大?
预计超千万人次

此前,有专业机构预计北京环球度假区的年客流量为1100万人次,将超过上海迪士尼,成为国内客流量最大的主题公园项目。

对此,宋宇表示,开园以后,每年北京环球度假区预计接待游客数量在1000万-1200万人次。“很多人说这个数字保守,但实际上,这个数字是依据科学测算,相对比较准确,1000万-1200万对于一个大型游乐项目来说也是一个庞大的数字,这意味着北京环球度假区每年将吸引大量的游客。”

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曾提到,北京环球度假区既是一种休闲度假的产品形态,又拥有全球吸引力。随着北京环球度假区的开园,将为北京旅游注入新的活力,同时也会带动北京旅游的提质升级,北京旅游景区也不再只依靠以观光为主的景区才能获得

消费者的青睐。

未来规划?
周边将建大型消费场景

根据中信建投发布的主题公园深度研究报告,北京环球度假区在2021年开业后,客单价超1500元,成熟后每年营业额约250亿-300亿元。这些还仅仅是北京环球度假区所产生的消费预测,针对北京环球度假区项目的带动作用,有不少行家给出了千亿级的估算。

北京通州文化旅游区管委会也透露,目前围绕北京环球度假区项目的落地,文化旅游区和北京首寰文化旅游投资有限公司已经启动了相关的产业研究。按照研究成果,园区将以环球主题公园为基础,抢抓文化和旅游、文化和科技融合的发展机遇,促进高端文旅产业集聚,在园区周边形成5-10公里的强势影响区和30公里的联动影响区,辐射京津冀。可见,未来北京环球度假区也将成为北京文旅的新地标。

“北京环球度假区这个标志性项目,对于北京城市副中心的文化产业发展也具有很好的带动作用。在北京环球度假区周边也储存了大量的产业用地,按照规划,这些用地将来都是在文化、旅游方面进行发展的。北京环球度假区开业以后,将带来大量人流,我们更希望其周边能够尽快建立起一个能够丰富大家消费的场所。”谈到北京环球度假区未来的规划,宋宇表示:“虽然这是一个引进项目,但是我们并不是完全照搬,中国有很深厚的文化底蕴,未来我们会将中国元素融入进去,形成本地化的发展趋势。我们希望通过中国故事、中国影片,打造出电影实景,从而形成一套完整的产业链条。这也是我们未来努力的一个方向。”

北京商报记者 关子辰/文 张笑嫣/摄

X 西街观察
Xijie observation

别让防疫之堤溃于蚁穴

汤艺甜

170例,5省10市,4地高风险、42地中风险……南京的这条疫情传播链还在持续延长,覆盖范围之广、扩散风险之高,再次敲响了疫情防控的警钟。

从在武汉暴发算起,这场史无前例的公共卫生事件已经持续了一年半,全民疫情攻防战也打了一年半,漫长的时间战线前,常态化的防疫政策下,无论个体还是机构,难免出现麻痹心态、侥幸心理以及松懈心情。

肇始于南京禄口国际机场的这一轮疫情格外引人关注。根据通报,本轮疫情最初的感染者均为客机保洁人员,高度怀疑系国际航班抵达后进行消毒及保洁过程中,机场保洁人员自我防护不到位造成的感染,并在保洁人员中形成聚集性传播,进而传播到其他机场工作人员和乘客。

作为人流物流迅速集聚又集中发散的枢纽,以及连接国际国内的要道,机场是外防输入的第一道屏障,从核酸检测到社交隔离,做好入境人员的无缝闭环管理,这本该是压实防疫责任的第一要义,但显然,多个疏漏之下,让病毒有了可乘之机。

“机场没有将负责境外和境内的保洁人员区分开”,一旦坚实的防疫堤坝上开了个口子,病毒趁机潜入入海,再要追寻踪迹,就没有在“摇篮”中扼杀那么容易了。事实也的确如此,不断延伸的传播链,跳动上涨的数字,牵一发而动全身,南至广东,北至辽宁,全国的防疫神经都

揪紧了。

公共场所亟待堵漏,政策更要防微杜渐,但落实还靠人为,防疫指南的规定是否执行到位?是否严格落实?防疫措施是否流于形式?有无监督实际的举措?

每一个细节都不能被忽略,每个人都不能麻痹大意,毕竟,伴随防疫政策一同“进化”的还有病毒,更强的传染性、更快的传播速度,德尔塔变异毒株的诸多新特性,让当下的防疫面临着比过去更严峻的挑战。

南京敲响的警钟,既是对过往防疫疏漏的深刻反思,也对新形势下的疫情防控提出了新要求。无论是核酸检测的频次,还是社交距离的定义,防疫的要求也该随着病毒的新特性再进一步。正如中国工程院院士钟南山强调,对应“德尔塔”毒株,以前的“密切接触者”概念要改变了。

旅游旺季已至,人流高峰此起彼伏,但暴雨灾情刻不容缓,防疫减灾的双重压力之下,对于全国多地而言,这个暑期注定不会轻松。

15亿剂次,全国疫苗接种加速推进,疫苗“应接尽接”是防控的基础要求,我们离“筑起免疫屏障”的图景越来越近,但也需要警惕,疫苗并非一劳永逸,病毒不会在原地打转。无论何时、何地、何人,高枕无忧都不是该有的心态,自觉提高防疫意识,绷紧心中那根弦,是为了守住当下的常态化,更是为了摆脱当下的常态化。

雇刷手寄空包 市场监管总局 拆解“刷单套路”

流量变现除了带来巨大的经济效益,也会滋生“刷单炒信”的作弊行为。7月28日,市场监管总局发布十大典型案例,涉及直播带货虚构流量、虚假交易拍A发B等刷单行为。下一步,“寄空包”等新的刷单手法将成为打击的重点。专家表示,刷单诈骗群体庞大,交易方式多样复杂,交易平台应进一步完善信用评价体系,消费者要提高自我分辨能力,监管部门也要进一步加强执法力度。

直播数据造假成风

互联网时代,粉丝量、观看量、点赞量“万物可刷”。在市场监管总局此次发布的案例中,就有一位当事人,在抖音平台上为常熟市常福街道德之达服饰商销售的服装做直播视频营销。今年1月19日,当事人在进行直播活动时,通过雇佣专门的“水军”,进入直播间刷假流量,增加直播时显示的在线人数,制造直播间虚假的高人气氛围,欺骗误导公众,最终被处罚款2.3万元。

2020年,市场监管总局在《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见(征求意见稿)》中就曾提出,虚构交易、擅自删除或编造用户评价等“刷单炒信行为”是当前监管部门查处的重点。

近年来,网购节走热,但热潮过后通常会残留一地鸡毛。例如去年11月,国家广电总局就下发了《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》,对数据监管等方面进行规范。其中多个条例提及直播数据造假行为,要求平台对高流量、高成交、高打赏的头部直播进行重点管理,建立人机结合的审核机制,维护诚信市场环境。

北京市盈科律师事务所高级合伙人高同武律师在接受北京商报记者采访时指出,刷单炒信的行为属于“虚假或者引人误解的商业宣传”的不正当竞争行为,依据《网络交易管理办

法》第19条《电子商务法》第17条、85条《反不正当竞争法》第8条、20条,商家将面临20万元以上、200万元以下罚款、吊销营业执照等行政处罚。

“老客户”“刷手”助推

刷单产业链中,一个庞大而隐秘的角色就是“刷手”,他们成为虚假数据的主要来源。这些刷手有的是通过老客户发展而成。案例中就有一店铺老板,利用淘宝旺旺联系曾经下单的消费者,称按照流程参加店铺活动可以赠送小额礼品。

消费者搜索店铺内某款产品关键词并下单付款,老板发货的却并非下单产品,而是一些小礼品,物流到达后要求消费者确认订单并给予好评,老板则将本金和佣金返还给消费者。就这样,通过赠送小礼品的方式“拍A发B”,从2020年11月2日到12月23日,这家店铺共刷单372单。

除了老客户、内部员工、亲朋好友参与刷单,更有商家雇佣专业团队“刷手”帮助“刷单炒信”。

曾参与过刷单的王女士告诉北京商报记者,她利用业余时间于多个短视频平台刷流量,为此配备了6台手机和自动刷单机器,她的任务是每天观看平台上的短视频、广告,以提高点击量,从而获得返利。刷单比较简单,工作之余赚点儿零花钱,一个月下来,大约能赚不到500块钱。她说。不过,高同武提醒,这一产业链中的刷手也可能需要承担民事责任。“刷手刷单的行为违反了电商平台服务协议,属于违约行为,电商平台有权要求刷手承担违约责任。”他说。

寄空包成下一步打击重点

在监管部门对刷单行为的严厉打击下,网

络刷单的方式和特点也在不断更新,眼下“寄空包”的新型刷单方式逐渐引起了监管部门关注。通过“寄空包”的方式刷单即“物流刷单”。市场监管总局表示,一些不法分子控制着多个兜售快递空包的网站,贩卖大量的快递单号。这些快递单号或通过快递物流平台空转,或通过线下物流渠道“寄空包”,为不法商家提供虚假的物流信息。

案例显示,2020年12月,某商家开始在淘宝、京东平台实施虚构交易活动,选择特定商品制定刷单计划。通过分析客户的搜索习惯,制定匹配的搜索词条,安排运营人员按照制定的刷单计划找“刷手”下单,模拟真实客户进行浏览、咨询、下单等操作。当事人根据刷单交易的标记,给“刷手”发送空信封或者空包裹;“刷手”确认收货后对产品给予满分好评。这样就完成了“寄空包”刷单的全过程。

值得注意的是,以“寄空包”的方式刷单炒信,需要物流公司的配合,将空包裹投递或是在空包裹中放入小礼品,通过“物流”造假完成交易,具有很强的隐蔽性。市场监管总局表示,这是下一阶段监管部门重点打击的违法行为。

“刷单行为最终要走快递公司,如果卖家实际未发货物而只是与快递公司串通一气,也会促成刷单行为的完成。”高同武说;此外,空包网可能需要承担与刷单平台类似的刑事责任,目前也有法院认定空包网经营者构成非法经营罪。

作为一种销售作假行为,刷单触犯了《反不正当竞争法》《电子商务法》的相关规定,那么,为何刷单行为屡禁不止呢?在高同武看来,打击刷单行为主要难点在于刷单诈骗群体庞大,交易方式多样复杂,通常真假交易混杂,难以做到精细的监管。他建议,交易平台应从电商规则里看到刷单存在的深层次原因,并进一步完善信用评价体系,消费者要提高自我分辨能力,监管部门也要加强执法力度。

北京商报记者 陶凤 吕银玲