

江苏将旅游厕所纳入景区A级评定

北京商报讯(记者 陈杰 曾威)江苏省旅游委员会全体(扩大)会议于南京召开,会议上提出,2015年江苏旅游局将在全省范围内开展旅游厕所整治提升专项行动。同时表示,从2015年开始,全省各地将花费三年时间,动用10亿元资金,用于旅游厕所的新建、改建。旅游厕所将按照国家旅游局要求分三星级评定,并将其纳入旅游景区A级评定标准中。目前江苏对旅游厕所新建、改建的标准还在制定中。

5A级旅游景区要求约2/3的厕所需要达到三星级标准,不得有一星级厕所出现。而省级以上旅游度假区按照4A级景区标准要求,四星级乡村旅游点则按照3A级旅游景区要求。旅游厕所的提升改造,环境整治、日常保洁和维护管理,在未来全省3A级以上旅游景区、省级以上旅游度假区和四星级乡村旅游点复核、年度考核和创建评定工作中,都将作为重要的考核标准。

日本拟新增“护理”签证

北京商报讯(记者 陈杰 实习记者 薄冬梅)日本政府拟新增“护理”签证。昨日,有日本媒体报道,此举主要意在使在日本取得护理福祉士国家资格的外国人可以在日本的护理现场长期工作。据了解,该签证预计将于2016年度开始实施,至于具体的签证时间,目前在以五年内为核心进行讨论。

到2025年,日本二战后出现的第一次婴儿潮人口将全部达到75岁以上,日本政府预计将出现约30万人的护理人才缺口。有统计显示,2014年度进入日本相关学校学习护理知识的外国留学生不足100人。

据报道,日本政府将在国会上提交的出入境管理·难民认定法修正案当中,新设“护理”作为外国人在日本边工作边生活的在留资格。现在,在留资格包括以经营者、医师和律师等为对象的“投资、经营”、“法律、会计业务”、“医疗”等16种。日本政府将具备这些资格的外国人定位为专业、技术方面的高级人才。此次,日本政府也将护理福祉士认定为高级人才的一种。

和君商学院新三板挂牌

北京商报讯(记者 李立勋)昨日,主营业务为企业人群管理培训的北京和君商学院在线科技股份有限公司(以下简称“和君商学院”)在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让,证券代码831930。这是国内首个商学院性质的挂牌企业,在和君集团旗下三大主营业务(和君咨询、和君资本、和君商学院)中被单独分拆挂牌。

和君商学院公告显示,和君商学院聚焦于管理培训和商学学习,以线下面授培训、线上网络培训相结合的模式,以企业家和企业高管培训、企业人才培养、企业管理内训、高等院校从商毕业生的就业和创业能力培训为主营业务。和君商学院的客户主要分为两类,一类是机构(主要是中小企业、商会、行业协会、政府部门,比如中小企业局等),以B2B2C的方式进行服务;另一类是个人,以B2C的方式进行服务,和君商学院提供学习体系的设计和课程讲授,供企业高管、经理、职员等个人购买。

艺术品拍卖试探二三线城市
或为新发力点 地域文化差异成掣肘

艺术品拍卖企业已不再满足仅在一线城市布局,开始向二三线城市发力。北京商报记者昨日了解到,北京保利国际拍卖有限公司(以下简称“保利拍卖”)率先开始布局,于近日完成了在山东潍坊的首次拍卖会,并实现1.17亿元的成交额。

与一线城市相比,二三线城市的购买力较弱,使得拍卖行在进入中国内地市场初期只在一线大城市布局发展。经过多年的发展后,一线城市的拍卖逐渐成熟,除大拍卖行外,还涌现出数量众多的中小拍卖行,市场竞争逐渐加大,使拍卖行的目光瞄向还未开拓的二三线城市。此次在山东潍坊举办的保利山东2015首届拍卖会共有四个书画专场,最终共有700余件书画珍品成功拍出,拍卖总成交额达1.17亿元,且每个专场的成交比率均超过50%。其中,“明月清风——名家官扇”专场成交比率达95%。

北京华辰拍卖董事长甘学军表示,拍卖公司进军二三线城市主要有两方面原因,其一是拍卖公司希望能寻找一个新的增长点,另外则是二三线城市藏家希望能亲临现场体会拍卖文化,吸取经验,从而促进地方拍卖市场的繁荣。就目前来看,保利拍卖此次试水的地方所取得的业绩还不错,二线城市已成为其新的发力点。

保利拍卖为了使潍坊的拍卖会能顺利进行,在事前也做了不少准备。据保利山东总经理胡志明介绍,“保利拍卖将在所有华人聚集区开展拍卖艺术品的业务,所以入驻山东只是保利拍卖整体策略规划的一部分。而且,山东的书画市场属于一线市场,相较于北京,山东的针对性更强,所以潍坊的首

场拍卖会以书画为主,但是以后也会根据买家结构等再做部署,朝着多个类别发展”。

但北京天问国际拍卖有限公司总经理季涛则对保利拍卖在潍坊取得的成绩另有一番见解,“从历史上看,拍卖公司布局二三线城市早有先例,但因二三线城市的市场不够成熟,致使少有成功,此次保利拍卖有这样的业绩是因为恰好条件具备,以后能否再次成功很难说”。

季涛同时表示,从目前二三线城市拍卖情况看,大多数城市都没有形成完善的拍卖市场一方面是由于当地的资源不足,优质货源不充沛,无法支撑起拍卖市场;另一方面则是观念上的问题,缺少投资和鉴赏意识,同时也缺少既具备专业知识、懂得鉴赏,同时还有一定经济实力的收藏家。尽管目前二三线城市的拍卖市场才

刚刚起步,但也有部分城市发展出了自己独特的拍卖形式,比如江苏宜兴会举办关于紫砂壶和古籍善本等艺术品的拍卖会,而福建福州则比较擅长田黄、寿山石和鸡血石,新疆的拍卖行常选择拍卖和田玉籽料等产自当地的拍卖品。究其原因,则是突出了地域特色。

胡志明对此表示,“区域特色是我们推动市场时需要重点关注的,而且经济水平与书画等收藏其实也不一定成正比,这也是我们把书画作为此次山东拍卖主要类别的原因”。同时甘学军也认为,地域差异性往往会成为制约二三线城市拍卖市场发展的主要问题,所以在这类城市举办拍卖就需要照顾地方特色,另外,由于不同地方的交易方式不同,所以交易方式也需要对接。

北京商报记者 卢扬 张茜琦 实习记者 郑蕊

引发院线片方不满 电商后续乏力

电影票超低价在线预售偃旗息鼓

北京商报讯(记者 卢扬)不足10元看部热映新片即将成为过去时?尽管正值贺岁档,且有多部新片上映,但电商们却未因此再打起价格战,“一年以前,每逢黄金档期,用手机一搜便能找到8元、9元看电影的优惠活动,而现在即便是淘宝的预售电影票都到了19.9元了”。一位常用第三方购票平台的影迷说道。

随着全国影院数量及电影产量的快速增长,近两年来财大气粗的电商大佬们也开始纷纷入局电影市场。去年的“三八”档可谓迎来了电商在线售票价格战的一个小高峰,手机淘宝网推出了3.8元包场请用户看电影之后,多家团购网站也不甘示弱,随即在其各自网站贴出“3.7元看电影”活动。

统计数据显示,超低价格的确为去年的“三八”档带来了超过6000万元的总票房,但与此同时却引来了院线、片方等多方的不满。某影院市场部相关负责人对此表示,在外界看来,电商打出超低价吸引观众,好像是在为影院招揽生意,但实际上却是在挤压影院本

就有限的生存空间,“如今每到黄金档期,即便是没有电商推出超低价票,影院的上座率也会爆满。一场电影票卖40元和卖10元根本就不一样,而电商能给到的补贴还十分有限,所以作为影院来讲其实很反感这种所谓的低价战”。

北京商报记者通过调查发现,虽然如今超低价电影票没有大规模地在市场上出现,但偶有其踪迹可寻。以本月即将上映的《饥饿游戏3》为例,影迷通过格瓦拉可提前8元预购,但限于金逸影城答聚IMAX店;猫眼电影则针对手机选座新用户推出专享价1元,而老用户则是11元。

猫眼电影相关负责人表示,“未来类似于9.9元的低票价可能还会存在,但决不会是持续性的,它将出现于一些新店或者短期的促销活动。大部分在线电影平台的票价将会保持在院线和消费者都能接受的一个平衡的范围内,而真正的票房大卖,对于消费者方面来说,还是需要好看的电影,而不是低廉的票价”。

旅游企业

推购物增值服务招揽游客

北京商报讯(记者 陈杰 曾威 实习记者 薄冬梅)记者昨日了解到,途牛旅游网从2月4日起推出“牛兑兑”,为有出国意愿的人提供货币兑换业务。据了解,货币兑换、购物退税等购物相关增值服务已经成为旅游企业争相发力的又一领域。

去年7月,凯撒旅游宣布在其北京门店中提供退税服务,并表示未来将扩展到其他地区;去年10月,众信旅游开始在其门店中提供货币兑换业务;今年2月4日,康辉国旅在其30周年成立大会上透露,今年也将开展货币兑换业务。旅游企业把这些与购物相关的服务定位于“增值服务”。凯撒旅游相关工作人员表示,推出增值退税服务是为了方便游客,增加门店服务项目。据了解,途牛、凯撒和众信的购物退税或货币兑换服务均不收取手续费。

北京交通大学经济管理学院旅游管理系教授王衍用认为,这些增值服务项目根本目的是迎合游客需求,招揽游客。“未来旅游企业转型升级的最好办法就是升级服务,而增加服务项目、提升服务品质是做好服务的两个方面。”

从北京到上海, 1200公里; 从北京到纽约, 15000公里……

人生就是一段旅程, 商报始终相随



大视野 High Horizon 大传播 Wide Spread 大格局 Big Pattern

- ◆ 一份中国与全球化的报纸
- ◆ 一份商务与新生活的报纸
- ◆ 一份教您挣钱与花钱的报纸
- ◆ 一份关于财富与知识的报纸

一个电话 轻松订阅

订阅电话: 400-630-1663 全年优惠订阅价: **180** 元

- 国内刊号: CN11-0104
- 国内发行代号: 1-110
- 国外发行代号: D4003
- 地址: 北京市朝阳区和平里西街21号商报大楼
- 电话: 400-630-1663 010-84277808
- 网址: www.bbtnews.com.cn