

非法港澳低价游隐身赠券、培训

北京商报讯(记者 徐慧 薛晨)广东省旅游局12月25日在官方网站上针对“粤港澳”旅游发布提示,目前游客通过各种途径收到的“港澳游旅游赠券”及街边小广告、小旅馆的旅游招徕,基本都可以确定为非法旅行社所为。

广东省旅游局表示,这类通过“港澳游旅游赠券”以及小广告等方式传播的非法低价游,消费者一旦报团,有极大概率遭遇强制购物,并且组织者在事后销声匿迹,消费者难以维权。

另外,部分协会、培训中心或机构利用在册的会员群体,与一些非法旅行社或个人合作,组织这些会员到粤港澳参加文化节、培训、会议、比赛等。这些活动收费较低,宣传材料精美,且一般会自称由政府或当地商家赞助,承诺不强制购物。但这实质上也是一种变相不合理低价游活动,所有的承诺到当地后都难以兑现,甚至可能发生当地接待人员威胁会员人身安全,强制购物获利。按照以往香港旅游业议会提供的信息,港澳游的当地接待成本不低于每人每天350港元,且这一价格还不包含往返交通。因此,旅行团的团费一旦过低,势必要通过强制消费者购买以次充好的商品以支付高额的成本,消费者投诉也面临因找不到组织方而无法有效处理的窘境。

广东省旅游局相关负责人表示,消费者通过旅游团出行时,应选择正规有出境游资质的旅行社,签订旅游合同,确认旅游行程,索取发票。只有正规旅行社才能完整提供旅游合同、行程单与发票,违规旅行社通常不能提供正规发票。

此外,对于通过网络查询信息或是购买产品的消费者而言,可通过查询旅行社官网上ICP经营许可证号码是否有效来验证官网真伪,而能单纯依赖关键字搜索后显示在网页置顶处的信息。网上签订电子合同前需要仔细阅读条款,可填写邮箱索取电子合同、行程单及电子发票,保留转账记录,各流程的关键信息都要做好记录。

东航集团无偿划转东方通航

北京商报讯(记者 肖玮)为实现专业化运营,中国东方航空集团公司(以下简称“东航集团”)的通航业务进行战略重组。2017年12月26日,东航集团与中国航空器材集团有限公司(以下简称“中国航材”)进行战略重组交接,将旗下东方通航无偿划转给中国航材。

公开资料显示,东方通航是我国最早从事通用航空作业的企业,前身是中国通用航空公司,1998年成为东航集团全资子公司,是我国通用航空领域的重要企业。对于此次调整,东航集团相关负责人表示,集团随着航空运输主业的持续发展,整体运营规模不断壮大,在安全、改革、经营等方面的压力也日益增大,通用航空走专业化发展之路势在必行。因此,有必要通过改革为东方通航构建完整的产业链,进入专业化良性发展的轨道。而中国航材也明确,将以东方通航作为打造通用航空产业链的核心环节,进一步提高传统业务的市场竞争力,并通过多举措打造中国通航国家队”。

一直以来,通用航空都是中国民用航空的重要板块,但也是民航业一个短板。根据此前出台的《促进通用航空业发展的指导意见》,到2020年我国将建成500个以上通用机场,通用航空器达到5000架以上,年飞行量200万小时以上,通用航空业经济规模超过1万亿元。由此,通用航空产业开始不断升温。

业内分析人士认为,中国航材与东航集团长期以来在飞机租赁、航材共享、机场服务等多领域都有合作,此次的无偿划转,属于两家央企经过慎重考虑和共同商议做出的重大决策,有望推动国家整体通航事业的发展,规范市场秩序,实现规模效益。但同样值得关注的是,当前制约我国通航发展的阻碍仍旧较大,主要表现在低空开放较缓慢,空域资源使用仍受限,通用机场、供油等保障设施滞后,法规体系尚待完善,专业人员短缺等方面,也可以说,被中国航材收至麾下的东方通航还要面临不小挑战。

凯悦酒店修改预订取消政策

北京商报讯(记者 徐慧 王莹莹)游客今后需要更好地规划行程,临时取消预订酒店可能会面临金钱上的损失。北京商报记者12月26日获悉,2018年1月1日起,凯悦酒店的预订取消时限从原来的24小时调整为48小时。凯悦也成为继万豪、洲际和希尔顿之后,又一个调整预订取消政策的大型酒店集团。

据了解,凯悦酒店集团新的预订取消政策,对2018年1月1日及之后所做的或更改的预订生效。客人必须提前至少48小时取消预订,以避免缴纳取消费用。

凯悦还明确表示,在制定这项新政策时,也会提高凯悦酒店的忠诚度计划成员的灵活性。北京商报记者了解到,从1月1日起,即使酒店的取消政策改为48小时,Hyatt Explorist World、Globalist或Lifetime Globalist会员也可以在抵达酒店前24小时内取消预订。除了Hyatt Residence Club、Miraval度假村和M life度假村之外,此条款适用于所有酒店。灵活的政策不包括预付预订和不可退款房价。

事实上,酒店实行预订取消政策是为了防止旅行者预订了酒店又在最后一分钟取消,并用预订网站和App以更便宜的价格重新预订。

华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱表示,由于近年来酒店客房取消率不断提高,酒店为了保证入住率,才会实行预订取消政策。但是对于商务客人因为行程变化而调整住宿而言,确实是损失。“我认为提前24小时取消入住比较合理,那些商务人士因为行程变化,24小时的提前量是可以做到的。”赵焕焱坦言。

“老鼠门”后海底捞都干了啥

12月26日,曾被曝出“老鼠在后厨地上乱窜”的海底捞劲松店重张开业。自8月25日海底捞“老鼠门”事件曝光以来,面对舆论哗然,海底捞采取了向公众道歉、门店停业整顿、重新装修、开放后厨参观等一系列改进举措。在外界看来,“老鼠门”事件延缓了海底捞的发展步伐,然而事实真的如此吗?

问题店重开

12月26日,被曝光“后厨老鼠乱窜”的海底捞劲松店,在停业整顿4个月后悄然开业。北京商报记者中午12时抵达该店发现,餐厅一楼的显眼位置已经安装一块电子屏幕,屏幕上半部分为餐厅后厨的直播画面,下半部分为海底捞的邀请函以及“诚告”。邀请函中明确表示,随时接待顾客参观,在后厨参观区域内可拍照、可摄像。诚告则是以列表形式,对餐厅售卖产品的成分、添加剂等信息进行公示。餐厅二楼入口处也设有一块内容相同的电子屏幕,消费者可通过该屏幕以及点餐的平板电脑实时观看后厨的直播画面。

北京商报记者进入餐厅后厨发现,各个操作间均较为整洁,工作人员都穿着制服,佩戴口罩、头套工作,打扫卫生的工具也都挂上“名称标牌”。据该店工作人员介绍,劲松店是海底捞在北京的第三家门店,经营时间较久,后厨个别设备也存在老旧现象。事件发生后,该店在4个月的时间内进行了重新装修,目前餐厅所有设备全部置新。

海底捞劲松店店长龚正浩在接受北京商报记者时表示,针对此前出现老鼠的现象,餐厅装修时填补了所有的缝隙,在不同区域放置了防鼠板等设备,后厨操作间的门也换成了感应门,提防老鼠的同时也减少了工作人员开关门时对双手的污染。餐厅的新变化还体现在新制定的食品安全制度以及明厨亮灶工程两方面。据龚正浩介绍,新制度总共有60多条规定,是在原有制度基础上的升级完善。每个员工每年记12分,违反不同的规定将给予不同的惩罚,扣至0分的员工按

规定将予以辞退。餐厅整改之后,后厨摄像头存在部分盲区,现在后厨摄像头已实现全面覆盖,且摄像已同步至食药监、阳光餐饮App等平台,消费者可随时观看。”龚正浩说。

多位接受采访的消费者表示,事件发生后企业能第一时间站出来道歉并积极改正,显示企业还是有一定的责任感,相信整改后会做得更好。不过也有消费者表示,以服务著称的海底捞出现重大的食品安全事故,并不能仅靠道歉、整改挽回形象。企业一旦逾越食品安全雷池,必须受到相关部门的制裁,才能起到示警作用。

“老鼠门”背后

海底捞“老鼠门”事件引发舆论哗然,将一向被视为业界标杆的海底捞拉下神坛。然而“老鼠门”事件真的对海底捞造成重创?事件发生4个月来,海底捞一系列举动显示,火锅大佬并未因“老鼠门”延缓前进的步伐,甚至上演了一场化不利为有利的公关大戏。

丑闻曝光不到4个小时,海底捞就迅速做出反应,在官方微博先后发布了致歉信与处理通报,没有半点解释推诿,一上来就坦承“问题属实”,还“感谢媒体和顾客帮助我们发现了这些问题”,并直言“这暴露出我们的管理出现了问题”。随后,海底捞又提出了“两家涉事餐厅停业整顿”等7项解决方案安抚消费者。值得一提的是,海底捞并没有把所有过错都放在员工身上,而是明确表示该类事件的发生,更多的是公司深层次的管理问题。一句“这锅我背、这错我改、员工我养”,让广大网友好感爆棚。

随后,面对北京市食药监局针对此事件的“约谈”,海底捞承诺,将积极参与北京市“阳光餐饮”工程,对北京各门店实现后厨的公开化、信息化和可视化。

海底捞的“阳光餐饮”承诺很快得到践行。9月7日,北京商记者在海底捞望京店发现,该门店正在对后厨进行整改并且对消费者开放参观。该店工作人员表示,海底捞的后厨其实一

直是向消费者开放的,但是之前很少有消费者提出参观需求,但此次事件发生后,有参观后厨需求的消费者明显增加。而很多消费者参观之后,反而加深了对海底捞的好感和认同。

涉事餐厅之一的海底捞太阳宫店9月30日恢复营业后,在店内及门口等处也放置了后厨直播设备。北京商报记者注意到,经历了短期上座率低之后,目前排队情况已经恢复。

除了对门店进行升级整改和人员培训外,海底捞的事业版图也在继续扩张。北京商报记者注意到,在“老鼠门”事件后不久,海底捞门店陆续上线了海底捞自己的啤酒产品——Hi海底捞啤酒。据海底捞服务员介绍,这款啤酒是海底捞自己酿造的,已经陆续在海底捞各个门店上线,点击率也呈现逐渐上升的趋势。

需维护C端根基

有业内人士指出,海底捞门店出现的食品安全事件引发高度关注并且持续发酵,与海底捞品牌在中国餐饮市场的影响力密切相关。

创建于1994年的海底捞,凭借被誉为“变态”的优质服务,迅速成长为火锅业的龙头企业。现已在国内众多城市以及韩国、日本、新加坡、美国等地开出200余家餐饮门店。近两年,海底捞更通过对自身的业务板块进行拆分,开拓除餐饮堂食以外更加广阔的市场空间。其中最具代表性的当属由海底捞中央厨房拆分出来的蜀海供应链,以及由海底捞底料部拆分出来、目前已经登陆港股的颐海国际,这两家企业也已经成为海底捞面向B端市场的重要棋子。

随后,面对北京市食药监局针对此事件的“约谈”,海底捞承诺,将积极参与北京市“阳光餐饮”工程,对北京各门店实现后厨的公开化、信息化和可视化。

针对“老鼠门”事件的曝光,有业内人士指出,海底捞在不断拆分、发力布局B端市场的同时,更应该重视门店的管理以及对C端消费者的维护。

中国食品产业评论员朱丹蓬表示,今年餐饮行业出现了很多新的发



近期大事记

2017年7月11日	海底捞借颐海国际进军自热方便火锅市场
2017年8月25日	海底捞“老鼠门”事件曝光
2017年8月26日	北京市食品药品监督管理局约谈海底捞
2017年9月30日	涉事海底捞太阳宫店开门营业
2017年12月26日	海底捞劲松店重新装修后再次开业

展趋势,其中借助互联网打造网红品牌、网红餐厅以及网红产品已经成为很多餐饮企业现在发展的重要策略,以迎合年轻消费群体的喜爱以及消费习惯,尽管这些餐饮“网红”的质量参差不齐,但利用“网红效应”营销已经成为餐饮行业、快消行业的新趋势。然而网络传播也是把双刃剑。对于海底捞而言,虽然海底捞品牌本身具备了一定的市场影响力,但品牌建设工作是不能停止的,海底捞需要对自身品牌以及门店管理能力不断完善,以避免类似事件对品牌带来的伤害。

当前火锅行业竞争日趋激烈,已经达到白热化程度。今年下半年,小龙坎、巴奴火锅等地方知名火锅品牌相继进京,并开始快速铺设门店。与此同时,椰子鸡火锅、泰式火锅、日式火锅等不同的火锅类型相继兴起,争相分食火锅市场。海底捞作为传统川锅品牌,正面临越来越严峻的挑战,亟须在服务之外发展更多被消费者认可的新能力。

北京商报记者 郭诗卉 赵超越

产业观察 Industry observe

温泉旅游企业将迎星级划分

北京商报讯(记者 徐慧 实习记者 许伟)冬季是“温泉游”旺季。近日,国家旅游局发布了《温泉旅游企业星级划分与评定》的行业新标准,对温泉旅游企业进行星级划分。新标准将于2018年5月1日起正式实施。国家旅游局相关专家表示,一般温泉企业开业一年后,即可申请评定星级,而经相应星级评定机构评定后,星级标志的有效期为三年。

据悉,此次的《温泉旅游企业星级划分与评定》规定了温泉旅游企业的星级划分条件、服务质量、运营规范的要求,并根据温泉水区、房务、餐饮、公共及后勤区域等评价内容,将温泉企业划分为五个级别,从一星级至五星级。星级越高,表示温泉企业的服务综合水平越高。其中,一、二、三星级温泉企业是以沐浴康体为主,四星级和五星级温泉企业是以优质温泉为核心的综合配套型企业。在评定星级后,一旦温泉旅游企业在运营中发生重大责任事故,所属星级将被立刻取消,相应星级标志也不得继续使用。

北京商报记者了解到,自2013年起,国家旅游局就开始了对星级温泉评定工作起草方案的准备。此次发布的评级文件中显示,温泉旅游服务质量的评定标准,是由中国旅游协会温泉旅游分会、云南省温泉与水疗行业协会、云南省标准化协会等机构共同参与起草的。标准的内容是在充分综合了云南省、广东省、广西壮族自治区、重庆市等地方标准的基础上完成的,保障了参与评级的温泉旅游企业的广泛性和客观性。

对于具备星级划分标准的温泉企业,中国旅游协会温泉旅游分会秘书长张越表示,凡是利用温泉资源,并具备相适合的设施设备和环境条件,以温泉服务为主,并提供健康管理、住宿、餐饮、会务、休闲、度假等相应服务的企业,包括温泉酒店、会所、度假村、疗养院、洗浴中心、温泉城等各类温泉企业,均适用该标准。温泉旅游企业行标的提出,不仅规范了行业标准,也促进了温泉旅游产业的发展。

然而也有业内专家指出,目前提出的星级评定还处于试运行阶段,要想进一步推广,所评温泉企业的参选资格,以及评定结束后产生的效果都是未来需要考量的因素。据悉,当前的温泉企业运营质量参差不齐。一些中小型温泉企业并未取得资格认证,而只是获得了地热协会颁发的牌匾,证明是在运行单位。专家表示,面对温泉市场的激烈竞争,顾客很难辨别真伪。

对此,温泉协会相关负责人表示,未来将增加对中国温泉的大整合、大营销,把互联网引进温泉度假消费模式,进而为游客提供更方便、清晰的选择方向,提升游客的预订支付体验。除此之外,国家旅游局还同时发布了《景区游客高峰时段应对规范》《旅行社在线经营与服务规范》以及《温泉旅游服务质量等级划分》三个行业新标准,对景区、旅行社也做出了相应的规定。随着四项行业新标的推出,景区、温泉以及旅行社未来的运营与发展模式将更加规范化。

再次落榜前十 元旦出游韩国仍遇冷

北京商报讯(记者 关子辰)随着元旦小长假的脚步逼近,出游跨年已经成为越来越多人的选择。北京商报记者从多家旅游机构了解到,今年元旦出游人数增加,将再次创下新高。目的地方面,日本、泰国依旧成为热门,而韩国则遇冷,再次落榜前十。同时,自由行比例再次提高,旅游人群也越来越年轻化。

据驴妈妈旅游网发布的《2017元旦旅游预测报告》显示,相比2016年同期,元旦期间,出游人次增长超过158%。据携程方面统计,从12月28日开始到1月1日开始的5天内,旅游预订

人次环比增长64.9%,元旦小长假期间我国游客从近160个海内外城市出发,到达全球66个国家和地区、596个国内外城市。国家数量从去年的55个增加到了66个,增长20%。其中,预订元旦期间前往东南亚潜水的游客大幅增长200%以上。

从携程发布的《2018元旦小长假旅游报告及人气排行榜》来看,在今年出游人数中,自由行比例持续增加。以出境游为例,预计将有40%的游客选择跟团游,45%的游客选择自由行。值得注意的是,还有15%的游客选择私人团、当地向导、私人定制等新兴出游

方式。

热门旅游目的地则依然以日本和东南亚为主。据驴妈妈旅游网发布的《2017元旦旅游预测报告》显示,泰国、菲律宾、越南是位列前三的旅游目的地,而澳大利亚、新西兰因为反季的关系正处于旅游最旺季。元旦期间,含有奥特莱斯等著名连锁购物品牌的线路游客同比增长50%。而途牛发布的《2017-2018错峰游消费分析及预测》指出,泰国、日本、印度尼西亚、马尔代夫、新加坡等是热门目的地。在携程方面的元旦出游统计数据中,日本则位列第一,特别是前往北海道、青森等地

区赏雪泡汤成为元旦热门,其次是泰国等东南亚海岛国家。值得一提的是,今年韩国再次落榜前十,元旦期间甚至依然没有团队游客赴韩旅游。

业内人士表示,元旦出游南方热带地区显然走热,预计春节期间中国旅游人数将再创新高。据中国旅游研究院院长戴斌预计,2017年全年我国国内和入境旅游人数超过51亿人次,旅游总收入超过5.3万亿元,而明年预计旅游总收入将超6万亿元。同时,蚂蜂窝联合创始人兼CEO陈罡还透露,未来自由行将成为新趋势,出境游市场的自由行人数占比也将超过一半。