

泰国确定延长落地签免费措施

北京商报讯(记者 蒋梦惟)1月9日,泰国当地媒体报道,泰国政府发布的最新信息显示,泰内阁已经商议通过,泰国免落地签证费措施将延长至今年4月30日,该政策适用于之前通过审批的中国等21个国家和地区。这也意味着,每年中国游客赴泰旅游高峰期的春节也将被囊括至免落地签证费的期限内。

近年来,旅游度假消费的兴起,让出国过春节的风潮不断升温。去年2月,原国家旅游局就发布数据显示,狗年春节期间中国游客从近200个国内主要城市到达全球68个国家和地区,730个国内外城市。其中,东南亚继续成为春节期间出境游客最多的目的地。

然而,去年7月,普吉岛沉船事件的发生,让中国游客赴泰旅游热情在一段时间内跌至低谷。当时业界曾有预测称,在2019年春节期间,泰国或很难重现往年大批中国游客前来旅游、消费的高峰状态,当地旅游业甚至可能会受到重创。

为应对这一局面,泰国在去年11月初抛出了第一阶段的落地签免费政策,承诺于去年11月15日到12月底期间,对中国等21个国家和地区的游客实行免落地签证费措施。为重塑中国游客游泰信心,泰国国家旅游局还将加强与交通部门、旅行社、旅游警察、保险、电信运营商等多方合作,力求加强游客安全保障,提升游泰体验。

泰方透露,从2018年11月15日免费落地签政策实施之日起,外国游客入境人次较去年同期增长近70%,与实施政策前的10月相比则增加了整整1-2倍:素万阿普机场外国游客入境人数增加1173%;廊曼机场增加143%,普吉国际机场增加128%;清迈机场增幅最大,达到246%。对此,携程旅游相关负责人也表示,在携程自营赴泰跟团游的客群中,有六成左右的游客都会选择在泰国办理落地签,而自由行游客这一占比还要更高,因此,落地签免费延长,尤其是覆盖春节旅游高峰期,确实将有效吸引更多游客办理落地签赴泰旅游。

40%的5A级景区未降价

北京商报讯(记者 陶凤 于新怡)1月9日,由中国社会科学院财经战略研究院、中国社会科学院旅游研究中心与社会科学文献出版社共同举办的《旅游绿皮书:2018-2019年中国旅游发展分析与预测》(以下简称“绿皮书”)发布暨研讨会在北京举行。绿皮书指出,自2018年中国景区“降价令”以来,相当数量的重点景区没有降价,其中,5A级景区近100家,4A级景区2400余家,分别占总数的40%、80%。

绿皮书指出,到2018年“十一”前夕,我国共有981家景区宣布免费或降价,在降价的907家景区中,降幅超过20%的有491家,占54.1%;降幅超过30%的有214家,占23.6%。降价的5A级景区有159家,4A级景区有534家,二者合计693家,占全部降价景区的76.4%。

绿皮书同时表示,降价令在实施中依然存在问题,如降价幅度不大,相当数量重点景区未降价。此前曾有媒体报道,一些景点虽声称降价,但实际上是采取拆除和收费项目的形式来降低价格。例如,无锡鼋头渚风景区宣布,门票价格将从105元降至90元,但最初包含在105元门票中的车票单独收费,有网友计算发现,如果游客还是乘船,总费用是104元,只降了1元。

绿皮书建议,对很多重点景区不降价、有些景区搞价格捆绑后再降价的行为,要加强督查,并扭转景区“门票经济”的思维,减少对“门票经济”的依赖。资深旅游专家王兴斌此前曾表示,我国并非所有著名景区门票价格普遍都高,在全国2万多家景区景点中,大约有100多家门票价格在100元以上,甚至150元以上。这之中大多是依托自然风景和历史文化公共资源建设的景区,有些还是垄断性、不可再生和复制的国家级和世界级资源,而这些景区主要由各级政府直接管理,它们的基础和公共服务设施主要靠财政投入来支持。

去年实体书店零售市场再现负增长

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)近年来实体书店的发展情况备受关注。1月9日,北京开卷信息技术有限公司发布了《全球背景下的中国图书零售市场》,并指出,2018年实体书店零售市场的码洋规模再次出现了负增长,未能延续2017年的增长趋势。

数据显示,2018年中国图书零售市场码洋规模达到894亿元,继续保持两位数增长,并较2017年同比上升11.3%。其中,网店渠道在2018年继续保持较高速增长,共实现码洋规模573亿元,但增速有所放缓,达到24.7%。实体书店去年的码洋规模则为321亿元,较2017年同期减少了6.69%,且这一码洋规模也是近七年里的最低水平。

实体书店与网店这两个渠道之间在码洋规模上形成的巨大差距,与网店长期给读者提供的消费折扣有莫大的关系。据北京开卷信息技术有限公司分析,网店渠道的折扣折合下来大约为6.2折,其中不包含满减、满赠、优惠券等活动。这意味着,在网店渠道实现的573亿元销售额中,实际销售额为355亿元。

面对这一趋势,实体书店经营者也已开始进行不同方式的探索,复合式书店、无人书店等各式特色书店纷纷亮相市场,使得实体书店不再是只销售图书的传统书店,而是会涵盖特色文化活动、餐饮、文创产品等在内的新型书店。

为了帮助实体书店进一步发展,政府层面也多次发文,尤其是自2016年11部门联合发布《关于支持实体书店发展的指导意见》后,各个省市也相继发布了自己的扶持政策。在业内人士看来,实体书店已不能看作是此前的纯售书空间,多元复合式的发展方式既能让实体书店形成自身的独特竞争力,也能让经营者在获得图书销售收入的同时,在其他领域也获得一定收入,以实现进一步发展。

格林豪泰过度加盟引“内斗”

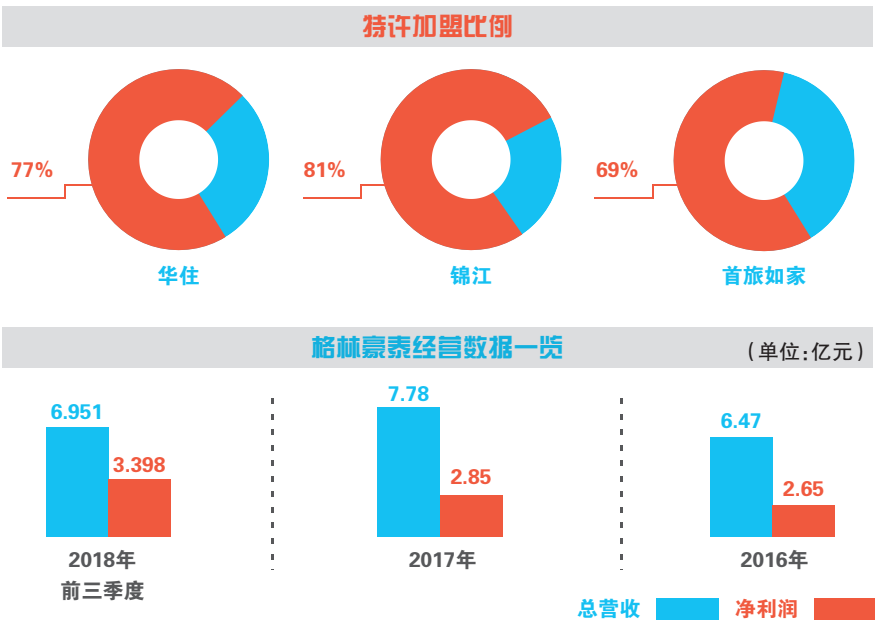
“近距离不会开店”的口头承诺仿佛是一缕青烟,在格林豪泰的无序扩张中沦为空谈。近日,安徽省格林豪泰多名加盟商向北京商报记者爆料,原本口头承诺不会近距离开店的品牌方,却在3公里范围内授权、新开了多家店面,食言之举不仅损害原有酒店的利益,也引发加盟店的“内斗”。虽然特许加盟的模式加速了格林豪泰的跑马圈地,但作为格林豪泰唯一的摇钱树,也颇有些成也萧何败也萧何的意味。

爆料:再现近距离开店

根据安徽省宿州市一位格林豪泰加盟商反映,去年,距离自家酒店几百米处,品牌方批准增开两家店,一家为青皮树(格林豪泰旗下品牌),另一家为格林豪泰酒店。两家酒店还未正式营业,但已引起了该加盟商的担忧。北京商报记者从官网看到,新开两酒店的单间客房价位都在每天200元以下,确实属于同一档次。该加盟商强调,当初在洽谈加盟合作时,格林豪泰酒店集团方面曾口头承诺在3公里之内不会再开新店,所以在得知自家酒店附近将新开酒店消息后,也曾与格林豪泰酒店集团有关部门沟通,但最终未能解决。

“原本我开设的酒店所在县城流动人口就有限,加盟四年以来,夜出租率和收益率都较低,最后一年的平均房价仅在110元/间左右徘徊。如果再开两家格林豪泰旗下酒店,显然将分流客源,造成同业竞争。”上述加盟商称。

其他多位安徽加盟商也向北京商报记者反映了类似问题,即品牌方相关负责人在承诺不会近距离开店后,又在没有任何沟通的情况下,授权新店,且这种情况在江苏、安徽等省份并不是个案。而早在2016年8月,就曾有格林豪泰加盟商联系北京商报记者,称在江苏省淮安市涟水县甚至存在格林豪泰“背靠背”开酒店的现象,致使



加盟商权益受损。针对此事,北京商报记者向格林豪泰酒店集团发去采访提纲,但截至发稿未得到回应。

对此,华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱指出,类似的事情在其他经济型酒店中也存在,酒店数量过多,超过市场需求,肯定损害加盟商利益。

追根:依赖特许加盟费

根据格林豪泰酒店集团官网显示,这家运营14年的酒店集团在全国278个城市拥有2500多家酒店,但由于加盟店比重极高,让该集团被疑为逐利盲目扩张。一位不愿具名的酒店高管进一步分析,2005-2012年经济型酒店发展的黄金期,那段时期中国三大经济型酒店集团纷纷“跑马圈地”并赴美IPO,而发力较晚的格林豪泰,必须加快追赶的脚步。

格林豪泰发布的财务数据显示,其收入主要分为三部分,即租赁管理(直营)酒店收入、特许管理(加盟)酒店收入和会员费。2018年三季度财报

显示,格林豪泰前三季度总收入为6.951亿元,其中特许管理加盟店总收入为4.891亿元,占总收入的70%以上。财报还显示,截至9月30日,格林豪泰共有504家签约或在建酒店,仅三季度就新增145家管理加盟店和1家直营酒店。

上述安徽省宿州市格林豪泰加盟商也透露,在加盟之初,格林豪泰酒店集团总部一次性收取了3000元/间的酒店加盟费,以其酒店69间房计算,共计20余万元。除了加盟费,集团一次性收取加盟商的费用还包括系统安装费、工程指导费、开业前质检和运营指导费和特许保证金,平均每家加盟店收取总计超过10万元。开业后每年还需要向集团缴纳管理费(营业额5%)、系统维护费等,这笔费用也超过15万元。且如果中途终止合作,加盟前一次性收取的费用集团是不退还的。

北京商报记者在格林豪泰酒店官网发现,格林豪泰这一品牌的加盟费并不是最高的,该集团旗下定位中高

聚焦

Focus

100条内容红线勒紧短视频风口

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)短视频风口引得资本争相入局,但野蛮生长背后的内容乱象也迫使监管不断升级。1月9日,中国网络视听节目服务协会在官方网站接连发布《网络短视频内容审核标准细则》和《网络短视频平台管理规范》,并列出了100条短视频不得出现的具体内容。

《网络短视频平台管理规范》指出,开展短视频服务的网络平台,应当持有《信息网络传播视听节目许可证》(AVSP)等法律法规规定的资质,并严格在许可证规定的业务范围内开展业务。与此同时,网络短视频平台还应当建立总编辑内容管理负责制度,并实行节目内容先审后播制度,即平台上播出的所有短视频均应经内容审核后后方可播出,包括节目的标题、简介、弹幕、评论等内容,原则上审核人员人数应当在本平台每天新增播出短视频条数的千分之一以上。

为提升短视频内容质量,遏制错误虚假有害

内容传播蔓延《网络短视频内容审核标准细则》分别列出21个方面、100条细则进行具体阐述,短视频节目及其标题、名称、评论、弹幕、表情包等,同时语言、表演、字幕、背景中均不得出现所提及的问题。包括攻击我国政治制度,法律制度,中国特色社会主义道路、理论、制度和文化以及国家既定重大方针政策、破坏社会稳定如影响公共秩序与公共安全的群体性事件及分裂国家,损害国家形象等的内容均不能在短视频内容中出现。

近年来,短视频行业持续发展,数据显示,2018年我国移动互联网用户已达11.2亿,其中短视频App用户规模则突破5亿。但在用户规模不断增长的同时,内容乱象也难以根治。北京商报记者调查发现,在短视频行业位列前列的知名平台均曾出现过内容乱象。其中,快手、火山小视频曾因出现大量“未成年妈妈”视频而遭到指责,且快手平台上还有主播为增加自身人气、博人眼球

而传播淫秽信息,遭到调查。此外,位居短视频前三的抖音,也曾因出现“意外走光”等内容而遭到诟病。为了进一步治理内容乱象,相关监管部门也强化监管,去年底,北京市公安局网安总队曾发布数据称,北京网络安全系统于2018年三季度开展对短视频类网站专项整治,共清理违规短视频140余万部,关闭违规直播间53万间,封停违规账号80万个,行政处罚违规平台3家。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举认为,短视频发展迅猛,导致内容监管未能跟上发展节奏而乱象丛生,因此对短视频的监管应持续加大力度以稳定行业健康稳定发展。从业者认为,新规中提到的先审后播也对短视频行业提出了更高的要求,在短视频公司每天庞大且冗杂的视频产出量面前,千分之一的审片员显得捉襟见肘,效率与合规成了鱼与熊掌,在企业寻求两者兼得的过程中,势必会引发新一轮的行业洗牌。

北京商报记者 关子辰/文 宋媛媛/制图

17部门组合拳惩戒文化市场“老赖”

北京商报讯(记者 卢扬 胡晓钰)国家发改委网站1月9日发文称,为加快推进文化市场领域信用体系建设,发改委、人民银行、文化和旅游部、银保监会、证监会等17个部门联合印发《关于对文化市场领域严重违法失信市场主体及有关人员开展联合惩戒的合作备忘录》的通知。在跨部门联合惩戒措施中,将失信信息作为在股票、可转换债券发行审核及在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让审核的参考。

据了解,文件中所涉及的文化市场主体包括从事营业性演出、娱乐场所、艺术品、互联网上网服务、网络文化等经营活动的企业和个体工商户。有四种情形被列入联合惩戒对象范畴,符合一条即进入“全国文化市场黑名单”:包括擅自从事文化市场

经营活动,造成重大事故或恶劣社会影响的;受到文化和旅游行政部门或者文化市场综合执法机构吊销许可证行行政处罚的;因欺骗、故意隐匿、伪造造造材料等不正当手段取得的许可证、批准文件被文化和旅游行政部门撤销的,或者伪造、变造许可证、批准文件证据确凿的;以及法律法规规章规定的其他情形。针对这四种现象,明文规定了23条、涉及17个部门的联合惩治措施。

北京市社科院首都文化发展研究中心副主任沈望舒在接受北京商报记者采访时,对文件内容进行了详细解读:这是一个组合拳,类似于科学管理中的“痕迹管理”模式,对于行业和市场起到了科学防范作用,在很大程度上避免了过去碎片化的执法。例如

某人名下有三家公司,有文化公司、房产公司或金融公司,但因文化失范列入黑名单时,会影响其整个关系网,关系在整个圈子里的配置资源的能力。”沈望舒指出。

在中国传媒大学文化发展研究院副院长卜希霆看来,多部门联合发文正是基于社会诚信体系构建的背景以及文化产业发展的趋势:“文化市场的管理,原来可能是单一部委的职能范畴,现在已经扩大到17个部门的范围,折射出全社会协同构建诚信体系的趋势。文化业态的跨行业交叉性较强,未来文化产业的转型升级涉及全产业链,很多企业都将是文化赋能,是精神产品和精神消费。从经营发展的角度,很多内容都需要诚信担保、诚信抵押。文件的出台也将给更

多文化行业的原创者提供更有力的保障。”

此外,文化和旅游部将负责建立全国文化市场黑名单管理制度。对于黑名单将实施动态管理,文化市场主体及其法定代表人或者主要负责人列入期满后,依程序从全国文化市场黑名单中予以移除,黑名单记录在电子档案中长期保存。在业界专家看来,17部门的联合发文也只是一个开端,文化产业发展需要更长远、细化的规划。北京大学文化产业研究院副院长陈少峰指出:“对文化市场的监管是一个复杂问题。我们现在更多看到的是惩治结果,未来还期待建立一套管理文化产业领域的信用体系,分析失信原因,细化惩戒力度,从源头及末端规范行业。”