

“ 零收费”拦路信息学奥赛

北京商报讯(记者 刘斯文)教育部于日前公示了2019年度面向中小学生的全国性竞赛活动名单,包括科技创新类、学科类、艺术体育类共31项竞赛。公认的“五大学科竞赛”中,数学、物理、化学、生物四个学科的奥赛均在公示名单上,唯独信息学奥赛(NOIP)未出现,引发了行业热议。

1月30日,NOIP信息网的官方微信公众号上发布了《CCF暂未打算重新决议申报信息学竞赛NOI系列活动将继续开展》一文,信息学奥赛主办方中国计算机学会秘书长杜子德表示,根据学会常务理事会的决定,信息学奥赛未进行申报和提交材料,当前信息学奥赛相关活动未受到影响,中国计算机学会将继续开展NOI相关活动。

杜子德称,信息学奥赛没有申报的原因是,由于举办夏令营、竞赛活动等存在成本,而学会并没有经费覆盖成本,因此“零收费”就等于扼杀了竞赛。学会也不能申请国家财政资助,因为这只是学有余力的学生在业余时间自选的科学活动。此外杜子德表示:“竞赛结果不能和升学挂钩是学校的事,而不是竞赛的事,教育部应该去管学校。让主办单位承诺上面各条并不合理。”

对于高考而言,获得自主招生资格的学生将会获得5-60分不等的降分优惠,而优秀的竞赛成绩往往是获得自主招生资格的关键条件。因此,在激烈的高考环境下,参加竞赛的人数正逐年持续增长。也因信息学奥赛对软硬件要求较高,是五大学科竞赛中收费最高的,目前只在浙江、北京、上海、广东、湖南等竞赛强省和经济大省普及较好,据新高考赛道一位资深业内人士透露,某种程度上信息学奥赛是“违规”的,但以五大学科竞赛为代表的奥赛,对于人才培养、科学领域的贡献及意义远大于奥赛本身。这个消息对信息学奥赛短期内可能会造成波动,但从长远选才来看,高校应会持续认可。

我国正酝酿研学旅游产品标准

北京商报讯(记者 蒋梦惟 武媛媛)研学游市场升温,我国提速制定行业规范标准。1月30日,国务院新闻办公室(以下简称“国新办”)召开新闻发布会介绍春节期间文化和旅游产品及服务供给有关情况时提到,关于假期游学市场存在的游大于学、价位高、噱头大等问题,文旅部将研究制定一系列产品标准,以规范企业和市场环境。业内认为,在政府对研学旅游市场的规范化引导下,新兴业态的乱象将得到很大改善。

近年来,随着研学旅游的需求集中爆发,每年寒暑假、春节临近时,就有不少旅行社、游学机构把目光投向了研学旅行市场,但就在不久前,中国社科院多部门就曾联合发布《旅游绿皮书2018-2019年中国旅游发展分析与展望》(以下简称“报告”)指出,目前我国研学旅行界定模糊、行业标准不健全,从而导致行业准入门槛低、退出机制不完善等问题。现阶段我国研学旅游主要潜在消费者超过2亿人,潜在整体规模超千亿元。然而,目前市场上多数机构提供的研学旅行产品只能纳入“旅游+教育”这一种旅游新产品中,并非严格意义上的研学旅行产品。

针对研学旅游存在的问题及产业发展方向,中国旅游研究院副研究员吴丽云指出,当下市场上的研学旅游产品普遍比较粗糙,政府出台研学游产品标准,从“内容+构成”方面规范产品,有利于净化市场环境,促进产业健康发展。需要注意的是,政府在研制相关标准时,应该在广泛调研的基础上,制定相对分类、大结构上的规范条例,例如,研学产品中“游”和“学”的构成比例等。在研学旅游这种新兴产业发展初期,如果标准制定得特别细化,反而不利于市场发展。未来,研学旅游有望更专业化和细分化发展,出现不同年龄段、不同研学领域、不同内容的产品,研学旅游的重心将向研学转移。此外,也会有除旅行社、教育机构外的更多市场主体参与进来,推动研学旅游产品更加丰富。”

去年国内旅游收入首破5万亿大关

北京商报讯(记者 关子辰)2018年,中国旅游人次继续增长。1月30日,中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)和银联商务股份有限公司发布的《中国旅游消费大数据报告2018》(以下简称“报告”)显示,2018年国内旅游人数约为55.4亿人次,同比增长10.76%;旅游收入约5.13万亿元,首次突破5万亿大关,同比增12.3%。随着旅游消费的迅速攀升,旅游消费市场也呈现分化,旅游出行正在向品质化转变。

报告显示,日均消费在20-50美元的都市休闲游客人数和日均消费超过50美元的高净值游客人数占全体游客人数比重,分别自2016年的23.1%和16.4%增长至2018年的29.9%和8.4%。根据银联数据显示,近三年来,游客在目的地对美食的消费笔数增长率超20%,对度假别墅的消费笔数增长率超30%。报告还指出,假日旅游日均消费金额及消费人次均超过平日的两倍以上。

旅游品质化消费诉求也带动了企业产品研发和业态创新。具体来看,假日旅游消费成为新民俗,红色旅游实现较快发展;旅游消费大众化与结构分化并存特征更加明显,冰雪旅游、避暑旅游、博物馆旅游、研学旅游等分众市场不断涌现。同时,2018年,景区引流作用继续增强,虽然不少景区降价,但以景区吸引客流拉升二次消费逐渐成为目的地发展的新路径。

报告预计,2019年国内旅游人数将超过60亿人次,国内旅游收入5.6亿元,将分别继续增长。中国旅游研究院院长戴斌指出,城乡居民在有效休闲时间收缩的同时,外出活动的半径在不断扩大,旅游在休闲活动的比重日渐上升。当前我国旅游经济正在进入品质旅游阶段。

《新喜剧之王》背后的密钥博弈战

1月29日晚间,电影《新喜剧之王》

强行要求院线排片,否则便停密钥一事有了新的进展,网络上有消息称,该片发行方已申请停76家影院的密钥。作为全年票房产出的重要档期之一,春节档历来是各个电影公司的必争之地,而为了获得更高的排片,暗箱操作等手段也频频发生,从收买影院到返点让利,再到偷票房、买水军,人们不禁疑惑,在片方与影院院线之间的斗法中,会有真正的赢家吗?

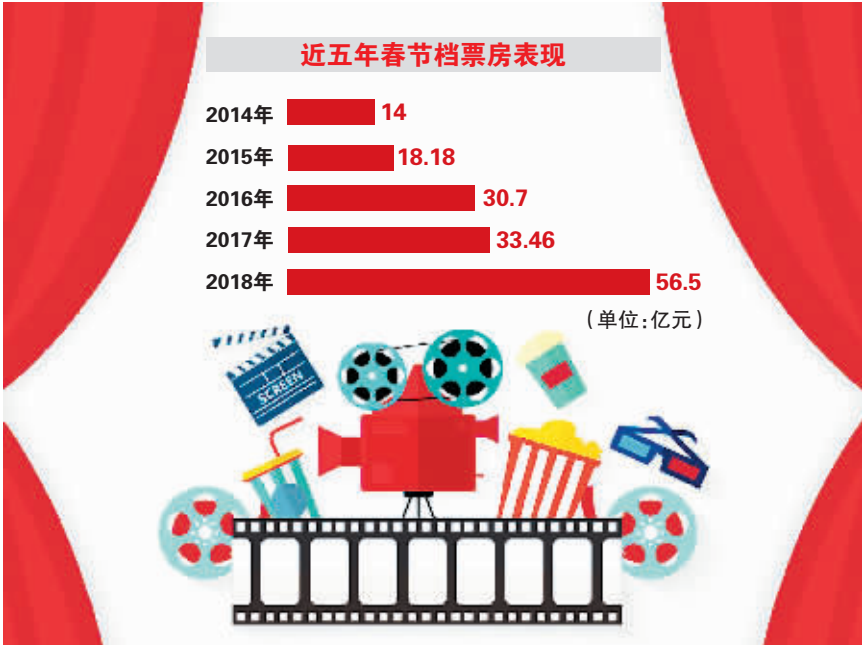
风波

1月29日晚间,网络上流传的一张图片提前引燃了春节档前正在酝酿的票房争夺战。图片显示,这是一份联瑞影业给中影数字电影发展(北京)有限公司发出的《关于影片〈新喜剧之王〉停密钥影城申请》,并提出“由我公司联合出品并发行的影片《新喜剧之王》将于2019年2月5日8时全国公映,现申请停部分影城该影片公映密钥,最终解释权归属我司”。

名单显示,目前《新喜剧之王》发行方共计停了76家影院的密钥,包括重庆市黔江区紫鑫影城、武汉奥斯卡上东汇影城、上海瀚金影城、江西省南昌星铁电影城等,涉及超500个影院。而在几天前,网络上还曝出《新喜剧之王》强行要求排片一事。但针对该事件的具体情况,北京商报记者联系影片宣发方,截至发稿时对方未做回应。

日前有导演通过微博透露,广东某家影院因不能满足《新喜剧之王》发行方的排片要求,即给该片安排30%的排片,因此被片方威胁不给该影院发放密钥。随后该事件逐步发酵,片方表示,之所以停密钥是经过多次沟通,但该影院一场排片都不给,影院方则称自己早已对上映首日的排片进行安排,而《新喜剧之王》片方与自己交涉较晚,无法达到对方要求的排片份额。

据了解,电影密钥是能让影院放



映某部电影的密码,影院只有获得密钥,才可实现影片的正常放映。而此次联瑞影业申请70余家影院停《新喜剧之王》密钥,也是因为影城和发行方在该影片的排片数量上未能达成一致意见所致。

猫腻

作为票房好坏的直接影响因素之一,排片高低往往是片方重视的一大因素。影评人刘贺表示,除了前期的宣传营销,新片上映前三天也是关键时期,假若一部影片在上映首日实现更高的排片,则能有更多的机会接触到观众,形成较大的市场影响力。这段时间也是口碑尚未形成的时期,观众大多凭借第一印象选择影片,此后随着口碑逐渐发酵,观众选择影片时也会考虑更多因素。

值得注意的是,此次停密钥事件还牵扯出暗箱操作排片的手段,即花钱购买排片。据媒体报道称《新喜剧之王》方面曾想花钱购买20%以上的排片,但影城想向片方索要更高的排片金额,由于片方并不接受,再加上商

议时间较晚,导致最终出现这一局面。

事实上,花钱购买排片早已成为市场上的一种常规操作手段。某影城负责人李先生向北京商报记者表示,现在新片数量较多,但影城放映场次有限,片方便会给影院红包或者是以让利返点等方式,让影院给自己的片子多排一点场次;越是竞争激烈、整体票房产出较高的档期,越会出现这种操作方式,当然,购买排片的价格也比平常要高”。

除了直接给影院红包要高排片外,片方还会与影院共同筹划“乾坤大挪移”,即偷票房。去年春节档也频频有偷票房的声音出现,且当时四大头部影片《捉妖记2》《唐人街探案2》《红海行动》《西游记女儿国》均被牵涉到偷票房事件中,四者的互相指责一度在市场上引起不小的争议。

“影院与片方之间本就是根据比例分票房收益,有的片方会选择多分给影院一定数额的票房,只为了让影院‘帮忙’将其他影片的票房挪过来,这个时候手写票、手改票就派上用场。但现在政府部门监管得越来越严

格,观众也会通过网络曝光,容易被调查。”李先生表示。

博弈

在业内人士看来,片方与影院就排片、票房等进行的一系列暗箱操作,虽然看上去是片方为了新片票房而产生的竞争,但片方与影院之间花钱购买排片、让利返点等行为背后,也藏着这两者之间的利益博弈。

电影院是观众线下观影的惟一场所,也是一个商业经营场所,为实现更好的发展,会按照自身情况设定不同影片的场次与排片,所以一部新片究竟能获得多少票房,拥有排片大权的影院掌握着较大主动权。与此同时,现阶段国内电影的票房收益分配,会在整体票房数额减去相关税费等其他费用的基础上,采用片方与影院按照一定比例分成的形式,且由影院方拿大头。

有分成就有博弈。早在2008年和2011年,国家新闻出版广电总局电影局就曾发布文件,规定片方分账比例原则上不低于43%、影院一般不超过50%,但这并未让双方满意,均认为自己应该获得更高的比重。2012年,包括中影在内的五大电影发行公司联合声明,要求自己在国产电影票房的分账比例从43%提高至45%。对于当时的联合声明,中国电影家协会秘书长饶曙光认为,提高制片方、发行方分账比例有利于中国现代电影产业的长期发展。然而,这也瞬间引发影院院线方面的不满,包括万达在内的13条院线联合抗议。

如今片方与影院之间仍在进行利益博弈,刘贺认为,为自身争夺更大权益本身没有问题,但关键在于争取权益的方式,为了排片,片方与影院之间的各种暗箱操作已经损害了整个电影市场的良性发展,且无论是对于观众还是市场而言,需要的均是更为优质的内容作品,而不是暗箱操作出来的虚假数字。

北京商报记者 郑蕊/文 宋媛媛/制表

聚焦

Focus

当旅拍撞上“ 监管墙”

1月30日,一则关于3名中国游客在泰国清迈旅拍被逮捕的消息在各大网络社交平台上被转载,有关海外旅拍是否合法的讨论也被摆上了台面。北京商报记者向多位提供旅拍服务的摄影师、工作室以及旅拍企业负责人了解后发现,此前,由于海外旅拍没有形成规模,大多数亲友、熟客间以口头约定方式执行,因此持旅游护照提供这一服务很少被目的地当地政府查处,行业也一直处于灰色地带。然而,随着这一市场快速升温,越来越多成规模的企业介入其中,引发不少国家和地区政府的注意,野蛮生长的旅拍生意遭遇了“政策墙”的强监管。有专家直言,在此趋势下,目前火热的海外旅拍市场可能因此出现一轮大规模的洗牌。

碰壁:境外高压监管

旅拍即“旅游+拍照”,是近年来我国旅游市场上新兴的一种服务门类。有从事这一行业的工作室负责人告诉北京商报记者,这类服务是应一些消费者想将婚纱摄影和蜜月旅行相结合而产生的需求。但此次,泰国清迈移民局已明确表示,涉事被捕的3名中国游客包括摄影师和一对新人,涉嫌“非法入境工作”。泰方认为,他们并非赴泰旅游,而且有着明确的分工和商业交易,3人间存在着商业行为。因此,这3名中国公民可能要面临罚款、监禁、驱逐出境,甚至五年内不得进入泰国等惩处。

无独有偶,就在1月中旬,泰国普吉警方也逮捕了7名非法从事旅拍的工作人员,包括摄影师、化妆师和助理等,其中大部分是中国公民。根据清迈移民局发言人的说法,外国人想要在泰国工作,需要先去劳动部门或者当地移民局申请工作许可,只有在泰国工作的资格,否则其行为都是非法的。业界有消息称,目前除了泰国、印尼、印度、越南、法国、希腊等国家和地区都是禁止境外游客持旅游护照进行旅拍类商业行为的。

“旅游签证并非工作签证,一般来说,持旅游签证的人没有在境外国家和地区提供劳务的权利,他们在当地取得的收入并未缴税,因此,这部分所得很可能被视为非法收入。”携程相关负责人告诉北京商报记者:“目前并非所有旅游目的地都

实施类似的规定,但在有相关规定的国家和地区,需要旅拍机构在境外当地设立公司营业,并且及时报税,合法营业。”资深经济律师郭哲进一步分析,随着我国出境游人数逐渐增加,旅拍迅速成为旅游行业的新商机,大量持旅游签证前往目的地国家提供相关服务的个人、团队和企业,可能明显影响了当地相关行业的收入以及相关企业的生意,被监管也是大势所趋。

现状:市场日趋火热

近年来,海外旅拍在我国年轻消费群体中颇为流行。前述旅拍工作室负责人告诉北京商报记者,目前国内市场上的旅拍服务以泰国、日本、印尼、马代等短线目的地为主,成本相对较低,办签难度也不算大,价格跨度却相对较大,团队基本上是由摄影师和随行化妆师等工作人员组成,办理的均是旅游签证。

有旅拍摄影师透露,目前国内的旅拍行业主要有三种提供服务的主体,即个人摄影师、工作室和旅游/婚纱摄影企业。现在,个人摄影师和旅拍工作室,大多会采取提前发布计划‘攒行程’的形式招募顾客,比如每当3月樱花季,日本的樱花景色相对人气的较高、旅拍需求也集中,因此,摄影师或工作室就会对外发布大概的旅拍行程,包括所及城市、时间等,有相应需求的消费者报满后即可成行。”

据了解,一般这类的旅拍会涵盖几组消费者,每组消费者负担相应的摄影师或团队的劳务费,然后由各组消费者分摊摄影师或团队的机票、酒店等行程费用。此外,该摄影师表示,一般来说,一趟行程下来,仅劳务费基本就在几千元到上万元不等,但近年来也有越来越多的顾客为了拍摄的私密性和灵活性等,选择单独包团进行旅拍,这类顾客消费相对较高,需要负担摄影师或团队的全部行程花费。

而对于旅拍企业来说,一般不会让消费者承担行程费用。北京商报记者在咨询了几家旅拍电商企业客服后发现,这类商家提供的旅拍服务大多数都是按照目的地和拍摄时间定价,价格从几千元到几万元不等,拍摄城市大多由企业定好,摄

影师、化妆师的劳务费用,以及服装、后期、相册制作,还有拍摄当日的门票、交通等花费都是卖家“一价全包”,消费者需自行按照约定时间前往拍摄城市,拍摄时跟着摄影团队‘边拍边玩’即可。

前路:倒逼行业洗牌

“长期游走于监管灰色地带的海外旅拍,一旦遇到当地政策收紧、监管收严,很可能直接要面临行业洗牌的局面。”一位不愿具名的业内专家在接受北京商报记者采访时表示。

郭哲介绍,与其他法律法规不同,各个国家和地区的旅游政策、签证政策的调整相对频繁,调整周期也相对灵活,可能会根据当地的旅游市场情况而随时作出修订,而我国国内无法衡量境外法律法规的合法合规性,游客到当地旅游只能严格遵守这些政策。虽然目前各国对于境外旅拍的商业化程度上没有被普遍认可的统一标准来衡量,但从目的地的角度来说,当地在裁定游客是否存在非法商业行为时,会站在有利于本国的角度去判断,而且只要发现了就会采取‘一刀切’的办法认定,在这种情况下,一般境外游客很难进行申诉。”郭哲直言,如果从事旅拍的人员,申请目的地国家和地区的工作签证,就会被认定为税务居民,任何收入都需要在当地进行申报、缴税,而这对于大多数提供这项服务的个人、团队和企业来说,旅拍的成本会大大提高。

一位旅拍从业者也告诉北京商报记者,现在行业内从事旅拍服务的个人和工作室,大多数还是处于微利状态,因为旅拍的费用一般不太可能会超过旅行费用,但如果要增加当地的缴税成本,维持原价的话旅拍服务就得不偿失了,涨价太多消费者又很难接受,因此,很可能自己和团队就会压缩这方面的业务占比。

就此,目前已有OTA平台表示,虽然各目的地国家,甚至是热门旅拍地监管政策收紧,可能会在短期内导致部分潜在客户出行量下滑,但同时,头部旅行社也有意愿迅速入驻海外或者接洽当地的摄影机构合作弥补市场漏洞;市场自主调节、优胜劣汰的趋势将进一步凸显。”北京商报记者 蒋梦惟