

三部门要求学校建集中用餐陪餐制度

近日,成都七中实验学校的食品安全问题,引发公众对于学生用餐的担忧。3月19日,教育部、国家市场监管总局、国家卫健委三部门联合发布《学校食品安全与营养健康管理规定》,将为学校食品安全添加保护锁。

规定要求,中小学、幼儿园应当建立集中用餐陪餐制度,每餐均应当有学校相关负责人与学生共同用餐,有条件的中小学、幼儿园应当建立家长陪餐制度,中小学、幼儿园一般不得在校内设置小卖部、超市等食品经营场所。该规定自2019年4月1日起施行。

学校食品安全实行校长(园长)负责制,应定期组织开展食品安全隐患排查;中小学、幼儿园应当建立集中用餐陪餐制度,每餐均应当有学校相关负责人与学生共同用餐,做好陪餐记录,及时发现和解决集中用餐过程中存在的问题;有条件的中小学、幼儿园应当建立家长陪餐制度。

此外,学校应当建立集中用餐信息公开制度,利用公共信息平台等方式及时向师生、学生家长公开食品进货来源、供餐单位等信息,组织师生、学生家长代表参与食品安全与营养健康的管理和监督。有条件的中小学、幼儿园应当每周公布学生餐带量食谱和营养素供给量。

近日,国务院食品安全办在举行全国校园食品安全工作电视电话会议上明确,2019年要完成三项“硬任务”:全年校园食物中毒事故控制在万分之二以内,要比2018年有所下降;学校食堂推行“明厨亮灶”的比例要达到70%,让群众随时可以进行“看得见”的监督;4月15日之前,各地食品安全办等部门要组织全面排查校园食堂及周边食品安全风险隐患,及时发现和解决问题,排查情况由各地食安办负责人签字上报。北京商报综合报道

气温回升 春季赏花游产品走热

北京商报讯(记者 关子辰)随着全国范围内气温回升,春季出行市场迅速升温,赏花游开始走热。据了解,3-4月出游相比春节期间,价格普遍下降30%-50%左右,一些产品甚至更低。根据携程等OTA发布的数据显示,3月前两周,武汉、婺源、无锡等热门赏花目的地的旅客成倍增长,而与往年相比,今年乘高铁出行的人明显更多。同时,为了抢夺淡季市场生意,各家旅行社也纷纷打出“优惠牌”。

北京商报记者查阅多家旅游网站发现,春节后旅游价格出现普遍下降。据携程网显示,3-4月前往日本赏花仅3700-4000多元不等,相比春节期间下降了近一半。此外,据途牛旅游网数据显示,国内方向前往海南、云南等目的地产品价格也出现较大幅度降价,整体降幅约50%。

较低的价格,加上天气的转暖,也催生了不少游客外出踏青赏花。驴妈妈平台工作人员告诉北京商报记者,赏樱、郁金香等预订人次,相比2018年同期增长近五成。像“日本东京、富士山、京都、大阪6日5晚半自助游”游富士芝樱花祭、山中湖花之都公园赏花等产品正在走热。

国内游方面,根据携程提供的数据显示,2月下旬以来,婺源酒店预订量环比增长近26倍,不少酒店在3月底前都已经没有空房,林芝地区酒店预订量环比增长也超过了20倍,罗平、无锡的酒店预订量环比增长均超过了500%。数据还显示,赏花游客中大多数会选择低星酒店。其中,前往罗平的游客入住低星酒店的占比超过了80%。

踏青游的走热,也让各家旅行社都“嗅”到了商机,OTA、旅行社等都纷纷招揽起赏花的生意。据悉,携程方面就针对性地推出了“高铁游热门赏花目的地酒店7.5折起”的促销活动,驴妈妈和马蜂窝则推出了春季特价产品。业内人士建议,旅游商家也可以开发一些新的赏花游产品,避免出游人群过于集中而造成机票、酒店供不应求的局面。

留学生在线付费平台易思汇获融资

北京商报讯(记者 刘斯文)3月19日,留学生在线付费平台易思汇宣布完成由中信中利投资的近亿元B轮融资,创始人高宇同也表示,未来将深度布局留学生金融市场。在国内多家银行早已推出“一站式出国金融服务”概念,并延伸出一系列创新性服务于留学生和留学家庭业务的背景下,易思汇筹谋“分羹”的胜算又有多大?

据了解,易思汇于2013年3月在北京成立,通过该学费缴纳平台,留学家庭可以用人民币向海外院校支付学费。可解决国际院校手动录入学费信息慢、银行国际电汇填单手续复杂及因付款人手工操作风险导致的“不足额到账、汇错、款项收不到”等问题。并在2018年8月正式进入留学生消费金融市场,和光大银行联合发行Evo卡留学生信用卡,掌握留学生消费数据。

事实上,为了抢滩留学金融市场,除中国银行、工商银行、交通银行等五大国有银行外,中信银行、兴业银行等商业银行及花旗、渣打等外资银行均在近两年打出“一站式”服务理念,并力争通过差异化服务吸引客户。留学生金融市场潜力一直在扩大,2017年我国出国留学人数首次突破了60万(选择出国留学)。这部分客户群体是高端的,通过子女教育建立与家庭的黏性,是各家银行做这个事的共同出发点。”中国银行工作人员告诉北京商报记者。

激烈的市场竞争下,需有自己的招牌业务。以前的银行做出国金融服务,聚焦在购汇、汇款这样的前期筹备内容,这样局限性明显,客户黏性会很弱,随着留学业务发展,留学生在海外学习的阶段的租房、转校、机票、保险等都是新的延伸领域,所以打造一站式服务平台整合整条线上的产品,并无缝衔接进来。”该工作人员称,并且留学后的置业、旅游、医疗等内容也是潜在市场,也是一站式服务平台关注的内容之一。

全域旅游迎打分“期末考”

我国首批262个国家全域旅游示范区将被打分评定,面临一场严格的“期末考”。3月19日,文化和旅游部发布了国家全域旅游示范区验收认定系列文件,决定从3月-7月启动首批国家全域旅游示范区验收认定工作。只有通过考评和公示的创建单位,文化和旅游部才会认定为“国家全域旅游示范区”。在业内看来,在这场覆盖全国的旅游“大考”之下,旅游及相关企业、景区乃至政府的城市治理策略都会掀起一次“巨变”。

大考来临

据悉,这项国家全域旅游示范区“期末考”总分1200分。其中,基本项1000分,创新项加分200分,将采取暗访、明查、会议审核三种方式进行“考试”。百度百科显示,此前,我国共公布过两批国家全域旅游示范区创建名录,首批262个,第二批238个。目前,这些示范区均还停留在创建单位阶段,需要等考核等各项评定结束后才会确定真正的国家全域旅游示范区。

对于示范区的认定,文旅部本次发布的《国家全域旅游示范区验收、认定和管理实施办法(试行)》(以下简称“试行办法”)提出了多项要求,比如:旅游业要作为地方经济社会发展战略性支柱产业定位明确;具有不少于1个国家5A级旅游景区,或国家级旅游度假区,或国家级生态旅游示范区;或具有2个以上国家4A级旅游景区等。

根据《国家全域旅游示范区验收标准(试行)》(以下简称“试行标准”)规定,我国对于国家全域旅游示范区将按照体制机制、政策保障、公共服务、供给体系等近10个方面来评分,其中,近三年发生过重大安全事故、重大市场秩序问题、“厕所革命”不达标等将作为“一票否决项”,而星级饭店、文化主题旅游饭店、民宿等各类住宿设施齐全,管理规范;餐饮服务便捷多样,有特色餐饮街区、快餐和特色小吃等业态,地方餐饮店品牌突出,管理规范等都被列为“得分项”。

值得注意的是,与我国A级景区评定类似,《试行办法》也提出,我国将对示范区和创建单位旅游产业运行情况进行动态监管,而文旅部将建立“有进有出”的管理机制,统筹示范区的复核工作,原则上每3-5年完成对示范区的复核工作。

延长产业链

在我国旅游行业内,全域旅游的概念早已不再陌生,各种相关改革和项目也陆续上马,相关产业新风口“来势汹汹”。原国家旅游局曾明确表示,一旦

国家全域旅游示范区评分标准节选(试行)	
验收指标及分值	评分标准(部分)
1.体制机制(90分)	建立全域旅游组织领导机制,把旅游工作纳入政府年度考核指标体系。(20分)
2.政策保障(140分)	旅游业被确立为主导产业,相关部门出台专项支持政策文件。(20分)
3.公共服务(230分)	“厕所革命”覆盖城乡全域,厕所分布合理,管理规范,比例适当,免费开放。(30分)
4.供给体系(240分)	星级饭店、文化主题旅游饭店、民宿等各类住宿设施齐全,管理规范。(35分)
5.秩序与安全(140分)	旅游投诉举报渠道健全畅通有效,投诉处理制度健全,处理规范公正,反馈及时有效。(20分)
6.资源与环境(100分)	游区、旅游廊道、旅游村镇周边洁化绿化美化,“三改一整”等工程推进有力,污水和垃圾处理成效显著。(20分)
7.品牌影响(60分)	市场规模持续扩大,游客数量稳定增长。(10分)
8.创新示范(200分)	智慧服务创新(10分);非标准化旅游服务创新。(10分)
9.扣分事项	近三年发生重大旅游安全生产责任事故的为一票否决项;
	近三年发生旅游投诉等市场秩序问题,处理不及时,造成不良影响的,扣30分。

列入国家全域旅游示范区名录,将优先纳入中央和地方预算内投资支持对象,优先支持旅游基础设施建设等。

旅游消费需求的日新月异也给了全域旅游相关产业迅速推开的土壤。中国旅游研究院曾这样解读全域旅游:“全时段、全区域、全产业、全人员”的旅游。其中,全时段旅游一方面是指昼夜均可旅游,例如除了白天旅游,还应重视夜间休闲的夜景、温泉、电影、酒吧等业态;另一方面是指一年四季均可旅游,例如春季可赏花,夏季可避暑,秋季可采摘,冬季可滑雪,贯穿其中的可以发展受季节性影响较弱的文化旅游。

还有业内人士提出,力推全域旅游对于我国旅游行业来说,是一个全面延长产业链条、扩展产业外沿、享受各领域资源共享红利的机遇。

中国旅游研究院副研究员吴丽云表示,全域旅游转变了此前各地在发展旅游时过度依赖个别或部分景区的发展方式,让地方在打造旅游产业时更强调“目的地”的概念。“随着我国游客旅游消费理念快速成熟,游客心中有吸引力的‘景点’可能不再局限于某个景区了,一条街道、一个废弃厂房可能都会成为游客们愿意放在行程中‘打卡’的地点。”吴丽云表示,而这就对旅游企业以及相关行业,甚至是政府的城市治理能力提出了更高的要求。

转型箭在弦上

据原国家旅游局此前发布的数据显示,过去几年,全域旅游投资逆势增长,已经成为社会投资的热点领域,仅2016年各国家全域旅游示范区创建单位新增项目7043个,实际完成投资3249亿元,占旅游投资总额的25%,全年民营资本投资全域旅游1118亿元,占比达到34.4%,旅游景区、酒店纷纷成为投资主要方向,休闲类独家投资明显增长,以商务旅游、亲子旅游、乡村旅游、工业旅游类投资为主,增长比率大幅超越传统观光类旅游投资。

在业内看来,这表明,旅游形态的转变,势必也会倒逼旅游企业从供给端作出相应调整。从长远来看,旅行社在产品和线路的设计,甚至是利润的构成上都需要进行改变。”吴丽云表示,此前旅行社在推出国内旅游产品时,旅游线路的设计大同小异,基本就是将几个热门景点排列组合,然而随着游客个性化需求占比提升,人们对于旅游产品的要求也越来越“散”,城市的边边角角可能都会成为他们想要去接触、了解的地方,如果不能及时调整产品供给,传统旅游企业就会面临被洗牌的局面。

就此,携程旅游专家魏黎民告诉北京商报记者,在全域旅游的大背景下,结合用户需求,企业确实已经开始进行目的地旅游资源的大规模整合,以携程为例,平台上除了单一的目的地深度体验,还有多地连线产品上线,并且开发了私家团、定制游、主题游、当地向导等新型旅游方式以覆盖各种需求。

值得注意的是,吴丽云还提出,此前旅行社在开发旅游产品时,会将门票及相关费用设定为重要的收入来源,然而,在全域旅游推行的过程中,大量景区开始向低价甚至免费的方向发展,在一些不用门票的街区等被纳入行程后,旅行社在门票环节的利润将被大大压缩。对此,魏黎民也坦言,在景区降价的背景下,的确会为游客节省一定的开支,而这也对旅游企业的产品设计标准、特别是价格的设定上提出了更高的透明度要求。

北京商报记者 蒋梦惟/文
宋媛媛/制表

F 聚焦
Focus

在线旅游企业线下忙开店

北京商报讯(记者 关子辰)随着线上红利趋弱,OTA们也将更多目光转向线下门店的争夺。3月19日,北京商报记者获悉,在线旅游巨头携程的“新零售”门店落地上海人民广场,该门店也是携程首家海外目的地主题店。此外,根据今年3月携程内部邮件显示,2019年的携程旅游门店目标总数要达到3000家,新增1300家,新开门店中有一半要落户县级城市。

北京商报记者梳理中还发现,除了携程,途牛和驴妈妈近两年均在线下渠道方面加大了布局力度。根据途牛发布的2018年财报显示,途牛全国自营门店已突破500家,其中仅2018年就新增345家自营门店;此外,驴妈妈也在2018年增加了线下门店的“分量”,去年4月,驴妈妈对旗下部分门店进行了升级,加入了场景化营销。业内人士分析指出,随着近两年价格战的平息,OTA的竞争格局已经相对稳定,目前线上流量的红利也到了增长缓慢的阶段,而线下渠道的争夺也开始加剧。

对于加码线下门店,途牛相关负责人表示,途牛新拓展的门店都是在商超,这些部分客流量较大较为集中,而拓展门店也是为了线上线下打通。携程渠道事业部总经理张力指出,在携程的门店内,加入了自由行、定制游、主题游、当地玩乐、外币兑换等产品,这些可能是很多传统旅行社门店所不具备的,而线下业务的开展也是对线上线下下单后的一个补充,可进一步提供如出境游兑换外币等服务。

虽然OTA都在忙着拓展线下渠道,但伴随而来的房租和人力成本的上涨,也给一些OTA拓展线下门店带来了经营上的压力。根据中指研究院近日发布的《2018中国商铺租金指数研究报告》显示,2018下半年,中国主要商业街商铺和重点商圈购物中心商铺整体水平稳中有升,其中,由全国重点城市100条商业街商铺为样本构成的中国百大商业街(百街)商铺,平均租金环比上涨0.45%。

一家旅行社相关负责人此前透露,目前OTA

线下门店分为两种方式,一种是以途牛、同程为代表的直营派,另一种是携程、去哪儿为代表的加盟派。直营店由OTA自负盈亏,租金、软硬件装修、人员招募带来较重的运营成本,因此对OTA而言,是个不小的挑战;而加盟店则倾向于将品牌商和加盟商的利益相互捆绑,店租成本主要由加盟商来承担,但一旦加盟商觉得店铺不挣钱,就有可能转投其他家,或者虽然挂着某品牌,却在卖其他品牌的产品。

一家从事多年传统旅行社门店业务的负责人坦言,近年来不光是房租的压力,人力成本也在上涨,一些传统旅游门店也在趋向减少。同时加上行业竞争,线下门店的压力很大。北京商报记者了解到,仅在热门商圈的上海西藏中路,就有近10家不同的旅行社品牌门店挨在一起。业内人士分析,不仅OTA们在争夺线下门店资源,其实OTA和传统旅行社之间对于线下门店加盟商的争夺也在进行当中,而这场激战很可能对OTA和传统旅行社格局产生影响。

华谊兄弟“典当”英雄互娱救急

北京商报讯(记者 郑蕊 穆慕)3月18日晚间,华谊兄弟传媒股份有限公司(以下简称“华谊兄弟”)发布公告称,拟以公司持有的英雄互娱科技股份有限公司(以下简称“英雄互娱”)不低于15.06%、不超过20.17%的股份为公司向浙商银行自2019年1月25日起两年内的借款提供质押担保,担保期限为两年,担保金额为不超过7.7亿元。

华谊兄弟方面表示,此次质押担保事项是为了公司经营发展和满足目前所需资金的需要,有利于促进公司业务发展的顺利进行,遵循了市场公平、公正、公开的原则,决策程序符合有关法律、法规及公司章程的相关规定,不存在损害公司和股东利益的行为。

据了解,此次担保过后,华谊兄弟及控股子公司

的累计担保总额约为62.80亿元,均为对公司或子公司提供的担保),占公司最近一期经审计净资产的59.51%;公司及控股子公司的累计实际担保余额约为41.53亿元,占公司最近一期经审计净资产的39.35%。

接连进行质押担保,不免令外界联想起华谊兄弟近段时间的发展。据华谊兄弟今年2月发布的业绩快报显示,2018年华谊兄弟出现上市以来的首次净利润亏损,不仅营业收入与上年同期相比下降1.23%,而且归属于上市公司股东的净利润则为亏损9.86亿元,同比下降21%。这与华谊兄弟部分影片票房未达预期、品牌授权与实景娱乐板块收入同比有所下降、对商誉在内的资产计提资产减值准备等有关。

对此,华谊兄弟董事长王中军在今年初的机构联

合调研中进行反思,并称电影是华谊兄弟的核心业务,且自2019年开始,自己将会正式回到电影公司的绿灯委员会,参与公司所有的电影项目,从孵化开发到宣发落地,全面强化对电影业务的管控,而且拥有“一票否决权”。

事实上,2018年对华谊兄弟并不友好。在影视投资方面,华谊兄弟频频“失误”,2018年华谊兄弟出品了《狄仁杰之四大天王》《找到你》《胖子行动队》等多部影片,但从票房分账来看,多数都是处在盈亏边缘,华谊没能押中一个爆款。而今年春节档,华谊兄弟不仅没有主投主控电影,甚至连联合出品发行的作品都没有,华谊兄弟也成为五大民营电影公司里面唯一不参与春节档竞争的电影公司。对于华谊来说,未来显然不是一条坦途。