

## 国家级旅游度假区“成绩单”发布

北京商报讯(记者 肖玮)随着消费者对旅游的需求越来越多元,景区也快速向度假区升级。5月19日,国家文旅部首次披露了我国国家级旅游度假区的总体情况,并发布了最新一批度假区名单。据统计,去年全年,26家国家级旅游度假区旅游接待总收入达626.86亿元;456家省级旅游度假区旅游接待总收入4878.98亿元。

5月19日是第9个“中国旅游日”,当日,国家文旅部还公布了新一批4家国家级旅游度假区,分别是:四川成都天府青城康养休闲旅游度假区、广西桂林阳朔遇龙河旅游度假区、云南玉溪抚仙湖旅游度假区、广东河源巴伐利亚庄园,至此,我国国家级旅游度假区总数达到30家。

近年来,借助资源环境、设施服务、主题活动、休闲活动空间等,旅游度假区成为越来越多游客休闲旅游的新选择。国家文旅部组建以来,也在发力扩大旅游新供给,加快休闲度假产品的开发,以国家级旅游度假区建设等具体举措来推动旅游业的转型升级和高质量发展。

国家文旅部相关负责人介绍,自国家标准《旅游度假区等级划分》(GB/T26358-2010)发布实施以来,2015年、2017年分两批共推出了26家国家级旅游度假区,目前已形成以现有30家国家级旅游度假区为引领、一批省级旅游度假区为支撑、各地各种不同品类型度假村为依托的金字塔式发展格局。

统计数据显示,2018年全年,26家国家级旅游度假区旅游接待总人数9667.54万人次,456家省级旅游度假区旅游接待总人数10.84亿人次,这些旅游度假区为满足人民群众日益增长的休闲度假旅游需求,为地方经济社会发展产生不小的贡献。

据了解,下一步国家文旅部将开展国家级旅游度假区的常态化评定以推动加快发展,同时加强动态管理、支持和服务,推动度假区不断提升服务质量,持续提高产业发展水平,以便更好地满足消费者的旅游新需求。

## 超六成用户认为在线教育减负增效

北京商报讯(记者 程铭劼)5月19日,北京师范大学新媒体传播研究中心联合作业帮发布国内首份《全国中小学生在学情分析报告(减负增效专题)》。报告显示,在线教育平台在落实与促进中小学生学习“减负增效”上成效显著,可减轻学生学业压力,提高学习兴趣,在一定程度上提高了学生的学习水平。数据显示,超六成用户已经使用半年以上,并认为在线教育减负增效。东部地区、三四线城市用户在线学习需求旺盛。

中小学生的“减负”问题一直以来都是社会各界广泛关注的焦点。根据教育部调研数据,2012-2016年,我国初升高毛录取率为56.4%,高升本毛录取率为49.5%,最后只有约1/4的学生能顺利进入本科就读。对比欧美等发达国家,我国学生上本科的比例明显偏低。

由于面临比较重的升学压力,在优质教育资源紧缺的情况下,校外培训、课外辅导成为提升学习成绩的主要选择。然而,校外培训的过度增加,反而给中小学习生增添了更大的课业负担。因此,为中小学习生“减负增效”迫在眉睫。我国相继出台了35部减负政策,其中包括针对减负的专项政策11部,涉及减负的相关政策24部。在2018年3月5日召开的十三届全国人大一次会议上,国务院总理李克强更在政府工作报告中明确指出“要着力解决中小学习生课业负担过重的问题”。

随着信息技术的发展和移动设备的普及,在线教育成为缓解教育资源紧张问题的方式之一。根据《在线教育平台用户使用行为与效果分析报告》研究显示,在线教育平台在为学“减负增效”上表现出显著优势。

## 未及时处理投诉 4家外航遭约谈

北京商报讯(记者 肖玮)5月19日,记者获悉,民航华北局针对乌兹别克斯坦航空公司、印度尼西亚鹰航空公司、泰国新时代航空、阿联酋阿提哈德航空公司未及时处理旅客投诉的问题进行了行政约谈。约谈中,外航代表们还提出了日常旅客服务工作中遇到的难题和困惑。华北局运输处监察员对这些问题进行了解答,并对部分航空公司仍存在未能建立与消费者事务中心的联系、无法登录旅客投诉管理系统、不重视对系统的使用、未按期处理旅客投诉等问题提出具体整改要求。

据悉,在约谈过程中,4家外航代表分别汇报了涉及民航局通报中的旅客投诉处理工作情况,并重点就投诉受理时间、答复旅客时间、未按期答复旅客的原因、民航局消费者事务中心旅客投诉管理系统使用情况等进行了详细说明,并表示在收到此次约谈通知后,公司内部高度重视,将立即制定落实整改措施,提高旅客服务水平。事实上,多家国内OTA平台相关负责人也告诉北京商报记者,由于部分国外航企对消费者诉求反应不及时,且各家政策又不尽相同,导致国内旅游企业在售后服务中也遇到不小的困难。

一直以来,旅客投诉工作是服务水平的直接体现,也关系到各航空公司的形象及旅客满意度。近期,民航华北局下发了《关于对部分外国航空公司旅客投诉处理工作调查结果的通报》,要求各公司认真落实民航局规章及相关文件的要求,加强与民航局消费者事务中心的沟通联系,主动申请旅客投诉管理系统账号,尽快完成与旅客投诉管理系统的对接工作,指派工作人员及时查看、处理旅客投诉并将处理结果录入系统。

## 国内邮轮港入境免税店来了



## 天津国际邮轮母港 VS 上海吴淞口国际邮轮港

天津国际邮轮母港	上海吴淞口国际邮轮港
<b>规模:北方地区最大邮轮旅客枢纽</b>	<b>规模:我国规模最大专业邮轮码头</b>
<b>位置:天津港东疆港区南端</b>	<b>位置:吴淞口长江岸线的炮台湾水域</b>
<b>开业时间:2010年</b>	<b>开业时间:2011年</b>
<b>累计接待量:国际邮轮旅客350万人次</b>	<b>累计接待量:出入境旅客约1300万人次</b>
<b>免税经营权中标企业:中服免税</b>	<b>免税经营权中标企业:深圳免税</b>

港位于天津港东疆港区南端,毗邻东疆保税港区,是我国北方最大的邮轮旅客枢纽,自2010年开港运营以来已累计接待国际邮轮游客350万人次;上海吴淞口国际邮轮港则位于上海吴淞口长江岸线的炮台湾水域,是目前我国规模最大的专业邮轮码头,自2011年10月开港运营以来,已累计接待邮轮2000余艘次,出入境游客约1300万人次。

## 引导消费回流箭在弦上

近年来,我国出境旅游需求总量居高不下,而这也让中国游客的境外“买买买”热潮持续席卷各个旅游目的地。美国《福布斯》网站曾发布数据称,2017年中国消费者在境外的旅游支出已接近2580亿美元,是排名第二的美国的2倍。与此同时,财通证券研究报告还指出,目前中国消费者已经成为各国免税消费的主力军,有62%的中国游客会选择在免税店购物,海外人均购物消费金额为762美元。

巨大的免税购物商机,让境外零售、免税业赚得盆满钵满的同时,也刺激了我国免税业的快速发展;随着我国敲定了两家邮轮港入境免税店,我国免税市场中各个类型业态的布局也已接近完整,为下一步我国重点引导境外消费的回流做了铺垫。”资深旅游专家王兴斌直言。

不可否认,近年来我国的购物消费外流现象明显。以中国游客境外购

买集中的奢侈品为例,有统计显示,我国仅有23%左右的奢侈品销售发生在国内。

就此,去年财政部、商务部、文旅部等五部门在《关于印发口岸进境免税店管理暂行办法补充规定的通知》(以下简称《通知》)中也明确提出,口岸入境免税店的经营主体需丰富经营品类,制定合理价格,服务于引导境外消费回流。

值得注意的是,除了补齐邮轮港入境免税店这块拼图外,在海南自贸港免税政策出台后,我国的离岛免税、室内免税店建设确实进入了一个高潮期。以目前国内免税市场占有率最高的中免集团为例,4月以来,该集团就接连签约、开业了北京大型国际机场国际区免税店、上海浦东机场1号航站楼入境免税店,以及青岛、厦门市内免税店等多个新项目。有观点认为,这也能看出,目前我国免税企业都不约而同地将侧重点放在了留住出境游客消费上。

## “瘸腿”的国内免税业

不过,在王兴斌等多位业内专家看来,“备齐”各类免税店、补全入境免税消费设施,只是引导消费回流的第一步,下阶段,免税企业还需要面对市场发展不均衡、邮轮旅游预冷等多重挑战。

“仅就邮轮港入境免税店来看,这一业态虽然在其他各主要旅游目的地

国家大多都有设置,但主要面对的还是邮轮业发达、邮轮旅游市场规模达到一定程度的国家和地区。而我国邮轮旅游起步相对较晚,且总体游客量、消费量相对都不算大,而且市场不太稳定,这两年又处于下滑态势,因此短期内这类免税店销售额可能很难比拟机场免税店。”王兴斌直言。

数据显示,2018年中国邮轮港口接待邮轮976艘次,同比下降17.3%,接待出入境游客量为488.67万人次,同比下降1.2%,其中母港邮轮为898艘次,同比下降15.4%,母港出入境游客量为471.42万人次,同比下降0.58%。

王兴斌直言,更为重要的是,虽然我国多地都已先后开设了市内免税店,海南的离岛免税店也聚集了较高的人气,但整体来看,国内免税业过度依赖机场免税店的局面仍没有得到根本转变。

根据全球免税行业媒体MoodieDavitt数据显示,中国国旅旗下的免税店虽然涵盖了机场免税店、机上免税店、离岛免税店、边境免税店等多种类型,并占据了国内免税市场八成以上份额,但其业绩却高度依赖机场免税店这一单一类型免税店。中国国旅2018年年报也显示,仅上海机场免税店和首都机场免税店的营收就占据了全国免税业务营收的五成以上。

“相较来看,在韩国、法国等免税业相对发达的国家,市内免税店早已超过机场免税店成为了当地免税业的主力,并且围绕这些免税店,还形成了各种针对外国游客消费、就餐、游览的旅游线路。”王兴斌表示。数据显示,作为全球免税业巨头,乐天免税店的销售额中,机场免税业务占比仅占两成左右。而根据MoodieDavitt统计,2016年,乐天市内免税店销售额中仅明洞店占比就超过一半,乐天机场免税店销售额占比不到23%。可见,我国免税业距离形成一个良性发展的格局,成为拉动境外消费回流的引擎,还有一段路要走。”王兴斌表示。

北京商报记者 蒋梦惟/文 宋媛媛/制图

## F 聚焦

## 万达借力文旅板块盯上康养生意

北京商报讯(记者 宋媛媛)继回归文旅赛道后,万达集团又瞄上了康养板块的生意。5月19日,北京商报记者从业内获悉,万达集团日前正式成立了全资子公司广州万达国际医院有限公司,将养老机构等业务纳入经营范围。实际上,近期万达在成都、沈阳等地投资的项目中,康养已成为一个高频词汇。业内人士分析认为,此番回归文旅后,万达也开始改变一些思路,强调“轻资产”的概念,将体育、教育、养老、医疗等全面与旅游项目结合,其中养老板块也从此前主要做养老地产服务方向转型。

根据公开信息,万达地产集团有限公司新成立的全资子公司广州万达国际医院有限公司,注册资本为5亿元。其中,经营范围包括养老机构业务(为老年人提供集中居住和照料护理等服务);护理服务(不涉及提供住宿、医疗诊断、治疗及康复服务);疗养院;老年人、残疾人养护服务(不涉

及医疗诊断、治疗及康复服务);物业管理;综合医院等方面服务。针对万达布局康养领域的规划,北京商报记者询问万达集团方面,但截至发稿并未收到回复。

近一段时间,万达在重返文旅赛道的同时,也开始注意在康养等领域的“卡位”。就在上周,万达发布消息称,已与沈阳市政府签订全面战略合作协议,将在已完成投资250亿元的基础上,在沈阳市再投资800亿元,这其中除了建设大型文化旅游项目外,还包含国际医院、国际学校和5个万达广场。据万达方面介绍,该投资中的国际医院建筑面积约40万平方米,其中包括医疗、康复、康养等内容。

据资深养老专家曹苏娟分析称,像万达等地产企业布局康养板块,与我国老龄化加速带动的养老服务需求加速释放密切相关。据国家统计局此前发布的数据显示,2017年末,中国内地总人口

约为13.9亿人,其中65周岁及以上人口约为1.58亿人,占总人口的11.4%,市场蓝海已充分显现。

除了市场需求的增加,易居研究院智库中心研究总监严跃进还指出,当前国家政策在养老等领域不断倾斜,不断给予支持,这也促使一些地产企业在转型中谋划养老板块。曹苏娟也表示,当前一些地产企业在转型中,越来越注重服务板块,跟一些养老机构、医疗机构合作将成为趋势。

据了解,2018年9月,万达曾与美国匹兹堡大学医学中心(以下简称UPMC)签订战略合作协议,引进UPMC的医院品牌、医院管理等,并在成都等一批城市落地。

虽然市场前景广阔,不过也有业内人士坦言,在当前政策支持下,很多大型央企、国企也在布局养老板块,其中不乏地产企业的身影,在未来康养市场竞争中,服务将成为各家企业比拼的关键。

## 入围戛纳 光线能否搭“南方车站”逆转

北京商报讯(记者 郑蕊)作为唯一一部入围第72届戛纳国际电影节竞赛单元的华语影片《南方车站的聚会》于北京时间5月18日晚间举办全球首映。值得注意的是,《南方车站的聚会》背后出品方出现了光线传媒的身影。光线传媒近年来的电影业务营收增长有所放缓,今年以来,除了联合出品的《疯狂的外星人》外,备受期待的《阳台上》《雪暴》票房接连失利,此次《南方车站的聚会》墙外开花,能否为光线传媒扳回一城?

《南方车站的聚会》是一部犯罪题材电影,由刁亦男执导,胡歌、桂纶镁、廖凡、万茜等主演,讲述了一名小偷在逃亡之路上自我救赎的故事。由于此前刁亦男执导,廖凡、桂纶镁主演的电影《白日焰火》曾赢得柏林电影节最高奖项金熊奖,使得此次《南方车站的聚会》能否斩获戛纳国际电影节金棕榈奖备受关注。且随着影片热度逐步攀升,该片背后的出品公司同样也

吸引更多的目光,其中就包括光线传媒。

据猫眼专业版显示,今年以来光线传媒共参与《四个春天》《疯狂的外星人》《阳台上》《夏目友人帐》《风中有朵雨做的云》《雪暴》6部电影。但从票房表现来看,除了联合出品的《疯狂的外星人》实现22.01亿元票房、协助推广的《夏目友人帐》在国内实现1.15亿元票房外,其余4部影片票房均未过亿元。

“以上影片票房未达亿元也与影片类型、题材等方面有关,导致上映阶段对观众的吸引力相对较小,或是与档期内其他影片相比,缺乏更大的竞争力”,影评人刘贺表示。然而,光线传媒并不是在今年缺乏更多爆款影片。

2018年光线传媒共新上映13部影片,其中虽然有33.97亿元票房的《唐人街探案2》,以及报收8.99亿元票房的《超时空同居》,但在其2018年各项业务的营收中,“电影及衍生品”一栏所实现的营业收入为

10.77亿元,较2017年减少了12.99%。

为进一步了解光线传媒对电影业务有哪些发展布局,以及电影《南方车站的聚会》未来的市场计划,北京商报记者联系光线传媒相关负责人,但截至发稿未得到回应。

但从光线传媒2018年年报透露的经营计划来看,该公司除了已在今年实现上映6部影片外,预计上映的电影还有17部,如原计划“五一”档上映却临时改档的《东北往事之二十年》,即将在7月上映的《八佰》《银河补习班》,以及包括《三体》在内的IP影片,也在其中;近两年整个电影市场也在调整,同时市场竞争一直保持较为激烈的程度,对于任何一家电影公司而言均是挑战”,投资分析师许彬认为,“从预备项目来看,光线传媒仍有多部较具竞争力的影片,但考虑电影市场整体增速放缓,也会对公司的盈利能力带来较大考验。”