

## TFBOYS六周年演唱会现团票欺诈

北京商报讯(记者 郑蕊)近日,TFBOYS六周年演唱会出现部分组织或个人声称“TFBOYS六周年可团票”的信息。对此,北京时代峰峻文化艺术发展有限公司(以下简称“峰峻文化”)于7月9日晚间通过官方微博发布公告称,官方从未提供团队购票服务,提醒粉丝切勿轻易相信,避免个人财产损失。

7月8日,TFBOYS六周年演唱会正式官宣时间、地点,计划于8月10日在深圳宝安中心体育场举办,不少粉丝便开始就如何才能买到演唱会门票进行讨论。随后社交论坛上,就出现帖子称“门票开始预订,支持团票”,还有帖子则表示“一手票源,支持团购价”等。但峰峻文化方面在公告中表示,官方从未提供团队购票服务,关于网传个人或组织拥有大量购票名额,并非官方及授权渠道,所有相关信息均虚假不实。

近年来,部分不法分子假装拥有一手票源,通过组建QQ群、微信群,或是在社交平台上散布信息,声称售卖演唱会团购票,部分不法分子为了降低粉丝的疑心,也会假扮后援会工作人员,并称可给粉丝提供专门的团购价。一旦粉丝将钱款汇给对方,不法分子便会迅速消失。北京市中盾律师事务所律师江本伟认为:“如果对方收了钱,却就此消失,没有给予门票,这就涉嫌诈骗”。

为了避免粉丝在购票过程中被骗,现阶段演出方、票务方进一步加强了票务管理,如及时公开正规售票通道、优化相关技术等。在演出行业分析人士黎新宇看来,热门演唱会一直是市场上的稀缺资源,对于一些忠实粉丝来说,偶像的演唱会门票就是刚需。正是由于门票供不应求,热门演唱会门票往往迅速售罄,甚至是秒罄,未能抢到门票的粉丝便会寻求其他方式购买门票,这也给不法分子带来了机会,设下骗局欺骗粉丝的钱财。

## 空客上半年交付量反超波音

北京商报讯(记者 陶凤 汤艺甜)对于交付量的数据,外界关注的比空客和波音这两个当事方还要密切。当地时间本周二,路透社等媒体均以“空客上半年交付量可能将超越波音”作为报道标题。

根据路透社的报道,空客公司本周二表示,今年上半年共交付389架飞机,较去年同期的303架增长28%。与此对应的是,波音表示,其上半年飞机交付量下降了37%,主要受737 MAX停飞影响。CNN则表示,波音在今年5月只交付了30架商用飞机,包括8架较老型号的737飞机。一增一减,意味着空客八年半以来将首次超过波音。

就具体的交付数据、交付量大增的原因,北京商报记者联系了空客中国媒体总监,不过对方并未回复具体的原因,只提供了空客官网的最新交付数据。据空客官网的声明,6月,该公司交付了包括A220、A320、A330、A350 XWB和A380型号在内的76架飞机。而截至6月30日,空客尚待交付的喷气式客机订货量为7276架。相较之下,自4月以后几乎颗粒无收的波音,在下半年的表现可能不太乐观。今年上半年,空客获得88架飞机的净新订单,而波音上半年的净新订单为负180架。

自空难发生以后,波音丢失的订单日渐累计。就在前两天,沙特阿拉伯廉价航空公司flyadeal宣布,将不再执行去年12月与波音签订的737 MAX临时订单,改用其母公司沙特阿拉伯航空公司于上月购买的50架空客A320 Neo飞机。

对于波音的具体交付数据,以及目前波音737 MAX的复飞进展,北京商报记者也联系了波音媒体联络中心中国区负责人,不过截至发稿,对方未予以回复。

## 中国手游发行商收入前30名公布

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 周晨)7月10日,Sensor Tower商店情报平台发布了2019年Q2中国手游发行商在全球App Store和Google Play的收入TOP 30。据榜单显示,30个手游发行商Q2全球吸金超过40亿美元,拿下了当期全球手游总收入27%的市场份额。

在具体排名上,腾讯、网易、莉莉丝、FunPlus、IGG、三七互娱、紫龙游戏、友塔游戏、龙创悦动、乐元素排名前十。据悉,位于榜单第30名的创智优品在Q2全球手游发行商收入榜位列第92名,意味着这批发行商全部跻身全球手游发行商收入榜TOP 100。

由《王者荣耀》的强劲表现,此次排名腾讯依旧拔得头筹。根据Sensor Tower今年初发布的数据,2018年《王者荣耀》全球流水就已超过19.3亿美元,对比2017年的16.1亿美元,营收增幅达到了20%。其中95%的营收来自中国iOS玩家。国际版本方面,泰国玩家的贡献最多,营收占比为1.7%。美国玩家在海外版《Arena of Valor》上的贡献约为570万美元,占比少于1%。

值得一提的是,虽然中国手游市场收入榜头部位置长期由腾讯和网易垄断,但从全球范围来看,不少厂商凭借在海外市场的卓越成绩突围。其中,去年才开始在海外市场发力的莉莉丝涨幅最大,季度环比增长70%,位列中国手游发行商第3名,全球手游发行商第18名。紫龙游戏收入季度环比增长42%,位列中国手游发行商第7名,全球手游发行商第31名。

从业人员表示,在经历了一年的行业调整后,2019年Q2是中国手游发行商重整旗鼓迈向新起点的一个季度。一方面,中国手游市场迎来复苏,二季度中国App Store手游收入达到28.1亿美元,创季度历史新高,环比上涨3.4%,同比上涨11.7%。另一方面,在美日韩、东南亚等主要手游市场,不断有中国手游新作冲击榜单头部位置。

## 英孚砸招牌 外教市场谁来管

“英孚教育徐州中心数名外教因吸毒被抓”,7月9日,这条消息迅速引爆舆论。7月10日,北京商报记者就此事详细询问了英孚教育公关部,对方表示公司将全力配合警方调查,此外,鲜少在公开场合向媒体透露其开放加盟业务的英孚教育也意外地确认,徐州中心为英孚教育旗下加盟店。据悉,英孚的外教由总部统一派往各加盟店和直营店,而此次案件也意味着英孚的外教管理在一定程度上存在着漏洞。更重要的是,英孚徐州中心案件折射出来的不仅是英孚一家的问题,更是英语培训行业里的外教管理之痛。

## 英孚教育大事记(部分)

1965年	1994年	1997年	2007年	2011年
在瑞典创立,全球总部位于瑞士	进入中国,迄今学校遍布中国50个城市	涉事的英孚教育徐州中心成立	成为北京2008年奥运会语言培训官方指定供应商	发布全球首个《英语熟练度指标报告》

## 吸毒

7月9日晚间,徐州市公安局泉州分局发布警方通告,通告称警方成功破获一起涉毒案件,截至目前共抓获涉毒人员19人,其中16人为外籍人员(有7人为某教育机构外教,另9人为学生),目前该案件正在进一步办理中。

北京商报记者进一步了解到,这7名外教均属于英孚教育徐州中心的外教,同时徐州中心为英孚教育的加盟商,该中心成立于1997年,目前已有5个校区。公开资料显示,英孚教育在瑞典创立,全球总部位于瑞士,并在多个国家拥有众多学校、培训中心和办公室。

虽说外教吸毒属于私人行为,但这对于一向注重口碑的英孚教育来说无疑是一记重锤。7月9日晚10点,英孚教育公关部工作人员回应称,已开展内部调查,如情况属实,将积极协助警方,并立即对涉案教师进行停职。随后,英孚教育公关部回复北京商报记者称,目前正配合相关部门进行调查。徐州英孚青少儿英语的4家中心正常运营,学生的课程安排未受到影响。公司对任何违规违法行为采取零容忍,绝对禁止员工拥有或服用受禁受控药品及毒品,一经发现将立即终止其劳务合同。

据官网描述,英孚教育绝大部分

外籍培训教师来自英语母语国家,具备TEFL或其他专业资格证书,接受过严格面试、全面培训,掌握专业的教学方法。英孚教育公关部告诉北京商报记者,公司对外教资质一直有非常严格的筛选标准。针对加盟商的外教资质审查标准和英孚教育对于加盟商的管控涉及哪些方面,截至发稿,记者还没收到回复。

值得注意的是,北京商报记者发现,一直走着稳步扩张之路的英孚教育开放了加盟业务。从多家加盟网站上均可以看到加盟英孚教育的推广信息。以“招商网络网”为例,广州英培商务咨询有限公司作为英孚教育的招商主体,对于加盟商的招募标准是合作期限要达到10-15年,场地面积需求在450-550平方米。另据知情人士透露,加盟英孚教育的启动资金大概在20万-50万元不等,具体得看加盟商所在的区域。可见,英孚教育在跑马圈地的同时,加盟业务也给品牌带来了潜在风险,此次“后院起火”无疑给英孚教育的扩张版图留下了污点。

## 供需

外教丑闻似乎并不新鲜。北京商报记者了解到,此前便有国际学校被曝外教吸毒,而外教无证教学、伪造外教证书等事件也曾被曝出。近年来,在政策和资本的助推下,少儿语培市场

迎来黄金爆发期,但随之而来的便是外教供需失衡问题。

有资深从业人士告诉北京商报记者,目前外教市场是严重的供小于求的状态,青少儿语培庞大的市场规模和家长需求及焦虑都给“外教”营造了市场土壤。外国人到中国最简单的谋生方式就是教语言,但扣除在国际学校中任职的外籍教师,在市场上有资格教授英语语言的“真外教”也就1%,不超过10万人。

有业内人士表示,大量培训机构急缺外教,甚至希望“外教下周就能来上岗”,但招聘、雇佣合法外教,从签约到来华工作,至少需要经历4个月以上的时间。而为了减少成本,聘用不符合规定的外教似乎成为行业的“潜规则”,很多机构雇佣无证、在华留学生或来华旅游探亲的外国人进行教学,必然引发教学质量、管理问题。”二十一世纪教育研究院副院长熊丙奇指出。

根据国家部门相关规定,在华外教需满足身体健康,无犯罪记录,年龄在18到60周岁,获得学士及以上学位和两年及以上的相关工作经历,从事语言教学的外教,应持有教师资格证书或国际通行的语言教学资格证书等。同时,必须是具有聘请外教资质的机构方可聘请外教;需要签劳务合同,办理外国人工作签证、外国专家证;每

年都必须重新办理;外教离开原单位到新单位也必须重新办理。

## 管控

对于外教市场乱象,政府管理在不断趋严。据悉,全国已开始统一实施外国人来华工作许可制度,并对来华工作外国人实施分类管理。人社部修订了《外国人在中国就业管理规定》,对包括外籍教师在内的外国人在中国就业提出了基本要求。USKid中美双师学堂事业部总裁翟少成告诉北京商报记者,师资是少儿语培机构最核心的内容之一,而“真正的外教”和“能说英语的外国人”是师资选择的最关键内容。对于外教的聘请我国的规定是非常严格的,并会越来越严格,而语培机构对外教的学历证(外国)教师资格证和ESL证(有资格教授母语为非英语人群)三证做出严格规定。

“外教质量低、夸大包装外教甚至是假外教等外教乱象已经是一个老问题了,要解决这一问题,一方面必须加强监管,严格落实有关外教聘用、管理规定,另一方面则需消除盲目的外教崇拜,不要见到洋面孔的外籍人士就视为外教,就是在接受国际化教育。”熊丙奇表示。

同时,熊丙奇认为,监管之外,还需要扭转我国一些教育机构、家长对待外教的盲目追捧心态。培训机构为迎合家长,以外教为卖点来招揽生源,还有一些机构看到其中的商机,为外籍人士编造假的工作经历,运作其与某机构签订假的劳动合同,骗取工作签证、办理外国专家证等。盲目的“外教崇拜”,会让一些素质不高甚至在国外劣迹斑斑难以谋生的外籍人士在我国获得赚钱的良机。

此外,有观点认为,相关政策仍有待完善的地方。国家对真正拥有专业技术和教学技能的外籍教师缺乏平台认证和长期监督,导致部分培训机构随意编造和夸大外籍人士人生经历或者教学经验,以及外教资质认证机构数量严重不足。在《外国专家来华工作许可》规定的外籍专家需要通过的认证考试中,TESOL证书的授权机构只有南方部分省市存在。

北京商报记者 程铭勤 刘斯文

F 聚焦  
Focus

## 7天“坍塌”的不止一家直营店

酒店坍塌,这一业内罕见的事故如今却发生在知名连锁酒店7天身上。武汉市江汉区公安分局披露,经建设和房屋领域专家现场勘查,初步认定,内部装修破坏房屋结构是导致坍塌的直接原因。而在房屋倒塌前,该酒店在网上的口碑早已一片狼藉,再加上近年来,7天连锁品牌接连出现的“卫生门”、内部矛盾等问题,都将矛头指向了其管理问题。业内人士认为,对快速扩张的7天酒店来说,接下来需要尽快修复的绝不只是楼体。

## 坍塌

7月8日上午,位于武汉市江汉区解放大道712号的一家7天直营酒店大楼副楼部分坍塌,虽未造成人员伤亡,可却在行业内引发轰动。甚至有观点认为,疑似人为动了承重墙导致事故发生。

截至7月10月18时,事故已发生超过56小时,针对外界的猜测,7天给出的回复仍是还在调查中。此外,该公司强调,总部及区域管理分公司高层已到达事发现场,并将及时通报后续最新进展。

北京商记者在某大型旅游预订平台上查到,此次涉及的7天酒店,共有134间客房。该酒店于2009年开业,后于2015年进行过一次装修,发生坍塌后,目前该酒店已经不再接受预订。上述信息并未得到企业方面的确认。

不过,一家连锁酒店的相关负责人坦言,连锁酒店无论是直营店还是加盟店,都有统一的标准,在装修后需要由工程部来验收。通常此类经济型酒店装修后可以维持运营6-7年,具体根据损耗程度来看,如果倒塌的酒店真的在重新装修四年内便出现问题,则要考虑是否在装修验收的时候存在漏洞,当然也不排除装修时就是“豆腐渣工程”。

华美酒店顾问机构首席知识官赵焕焱也表示,酒店直接坍塌在业内实属少见,虽原因和安全失察的责任都需要进一步查明,但租赁经营方可能因此承担相应的责任。

## 差评

值得注意的是,该武汉7天连锁酒店在发生倒塌前,就已经遭遇顾客差评如潮的窘境。北京商记者在携程旅行网上看到,在这家7天酒店1000多条评论中,差评数竟超过240条,关于“环境卫生太差,墙面严重破损”、“墙皮掉灰严重”、“床头柜担心要塌了”等评论比比皆是。一位近期入住的客人在点评中甚至写道:“洗澡水漫金山,床铺墙面有痕迹,怀疑住了假冒7天酒店”。

一位酒店高管直言:“如果酒店物业陈旧的情况发生在加盟店,不排除有可能是加盟商为了节省成本导致,但是该现象发生在直营门店,则很可能暴露了酒店管理方面的问题。酒店管理方面对客人反映酒店物业破损的问题不能坐视不管,因为一旦出现安全问题,酒店物业的承租人要担负相应的责任”。

事实上,此前,7天酒店就曾因多起负面事件被质疑管理存短板。比如自2016年起,该公司多次被卷入“卫生门”,去年又被曝光“大规模清理门店引店长不满”等问题,均指向这家连锁酒店在管理上的漏洞。面对质疑,7天也只含混地称“外界的评价并不一定准确”。

## 阵痛

近年来,进入低迷期的经济型酒店都在谋转型,暴露出的种种问题,让人不免怀疑,7天酒店是否也在经历转型阵痛。

据了解,2004-2013年可谓是国内经济型连锁酒店的高速发展期,当时,在老对手如家、汉庭等品牌的夹击下,7天酒店迅速在国内酒店市场跑马圈地。从2007年到2013年七年间,7天酒店的数量也从100家迅速突破1800家。迅速开店的同时,7天酒店也在不断下沉二三线城市,甚至更低线城市。

但与疾速扩张一同到来的还有因人才不足导致的管理压力。此前有酒店加盟商向北京商报记者反映,酒店数量的快速扩张,暴露出了人才短缺、酒店管理人员薪金能力不匹配等问题。该加盟商甚至坦言,一些新店的店长并不具备成熟店长的管理能力。

此外,由于各家酒店集团之间相互竞争,核心地块优质物业被抢占,经济型酒店发展逐渐遇到瓶颈,利润也被摊薄。低迷的利润也迫使各大酒店集团纷纷转型,谋局中高端酒店发展。在此情况下,7天连锁酒店品牌所属的铂涛集团在一年之内推出多个中高端酒店品牌,这其中包括铂涛菲诺、Z枫、ZMAX、Z啡等酒店品牌。

根据铂涛集团官网显示,截止到2018年12月,旗下Z啡、Z枫酒店数量分别超过200家和300家。与此同时,首旅如家、华住等大酒店集团也纷纷涉足中高端酒店市场,整个酒店市场依然竞争激烈。在酒店不断“攀高”的背景下,以经济型酒店起家的7天也踏上了升级之路,推出7天精品等品牌。

“快速扩张后,酒店管理人才紧缺,同时,整个行业还遭遇人员素质不高等问题,如今各家酒店集团更应该思考如何理性扩张,避免发展过快导致管理困难重重。”北京第二外国语学院酒店管理学院院长谷慧敏指出。

北京商报记者 关子辰