

## 北京发布不文明游园行为“黑名单”

北京商报讯 (记者 关子辰) “偷挖野菜”“骚扰长耳”等不文明行为今后将被列入“黑名单”。7月23日,针对之前媒体曝光的不文明游园行为,北京市园林绿化局联合北京市公园绿地协会和北京市绿色使者志愿服务总队共同研究制定发布了“不文明游园行为黑名单”,其中遛狗、喂鱼、抽鞭子、使用超分贝音响等行为均被列“黑名单”。此外,“文明游园倡议书”也同步发布。业内人士表示,此举意在为市民打造文明和谐的游园环境。

据了解,此次发布的不文明游园行为“黑名单”包括翻越围墙、栏杆、绿篱,在禁烟区吸烟,在非体育运动场所踢球、滑旱冰,遛狗、抽鞭子,使用超分贝音响,随地吐痰、便溺,乱丢果皮(核)等其他影响园容和游览秩序的行为。

北京市绿色使者志愿服务总队队长刘建华表示,近期包括总队和6个支队近千名志愿服务队员已经全员上阵,在全市各个公园内,对种种不文明游园行为进行柔性劝阻,督促广大市民文明游园,共同营造和谐优美的游园环境。

为了抵制不文明游园行为,今年5月,一些北京市属公园就设置了不文明游园行为“曝光台”。例如紫竹院公园,就设置了“不文明游园行为曝光台”展板,公示了一名游客采挖竹笋,接受处罚的现场照片,并配有案例说明及警示文字。此外,紫竹院公园配合引入了首都公共文明引导员开展“文明游园”引导工作,向游客宣传文明游园理念,劝阻不文明游园行为;天坛公园也利用园内电子大屏幕、广播滚动以及宣传展板、海报等方式,面向游人开展文明游园、禁挖野菜宣传,同时安排专人对重点区域增加巡逻频次,及时发现、劝阻游客不文明行为。

北京市园林绿化局相关负责人表示,此次发布“不文明游园行为黑名单”更多是倡导游客文明游园,对于违反《北京市公园条例》、情节严重的不文明游园行为,将进行现场取证曝光。

## 微博回应明星势力榜退款事件

北京商报讯 (记者 卢扬 实习记者 周晨) 7月23日,微博会员官方微博发布关于鲜花会员退款的说明称,针对7月14日明星势力榜公告中涉及的明星,凡7月1日-15日16:00之间购买鲜花会员并将鲜花送给该明星的用户,将在7月23日24:00之前收到全额退款。此次退款完成后,退款用户的账户中剩余鲜花和此次购买的会员时长将会清零。

此外,微博会员还提到,此次退款涉及1272位用户,因鲜花会员涉及各项数据较为复杂,因此未能与单独购买鲜花的费用一起退还,微博会员对以上情况表示歉意。

7月22日晚,在被北京市消协约谈后,新浪微博明星势力榜发布声明,表示7月14日相关公告未说明退款日期,导致用户前往消协投诉,向用户和消协再次郑重致歉。据悉,自7月16日起,北京市消协96315投诉、咨询热线陆续接到多起因新浪微博明星势力榜引发的退款投诉。消费者反映,因参加新浪微博“明星势力榜”的某明星打榜,在该平台购买了虚拟鲜花,但由于种种原因,7月14日主办方发布公告暂停该明星的上榜资格,并承诺对本月为该明星购买鲜花的用户进行退款。而主办方存在退花不退款、拖延退款等行为,希望主办方能尽快退款。截至7月19日17:30,96315投诉、咨询热线已累计接到相关投诉69件。

事件发生后,北京市消协联合海淀消协于7月22日紧急约谈了新浪微博相关负责人。市消协对有关投诉情况向新浪微博进行通报,并就消费者反映的问题和现阶段的退款情况等事项进行查询。同时要求新浪微博重视消费者的诉求,对相关投诉及时核实处理,就采取措施和退款情况向市消协做出书面说明。

## 新东方2019财年净营收增长26.5%

北京商报讯 (记者 程铭劼) 7月23日,新东方公布了截至2019年5月31日的2019财年全年及四季度财报。财报显示,新东方2019财年净营收同比增长26.5%至30.96亿美元,营收同比增长16.2%至3.05亿美元,非GAAP营收同比增长17.6%至3.76亿美元。

此外,新东方2019财年四季度净收入为8.43亿美元,同比增长20.2%;运营利润为0.77亿美元,同比增长36%;非GAAP运营利润为1.03亿美元,同比增长30.3%。从学生人数来看,新东方2019财年四季度学生报名人数约为27.56万人,同比上升33.9%;而学习中心总数达到1233家,与去年同期相比净增152家,与上季度相比净增69家。

截至2019年5月31日,新东方全国的学校总数为95家。除此之外,在现有城市合计新添了65个学习中心,在包头、常熟和榆次建立了3所培训学校和一个学习中心。新东方2019财年四季度净收入同比增长20.2%,主要受K12中小学全科课后教育业务推动,该业务在四季度取得约28.5%的显著增长。其中,优能中学教育业务取得约27.2%的收入增长,泡泡少儿教育业务收入则同比增长达31%。新东方执行董事长俞敏洪表示:“公司的主要增长动力——K12课外辅导业务实现了约28.5%的年同比收入增长,如果以人民币计算则是37.2%。”2019财年内,新东方共计净增了152个学习中心,包含已有城市净增的141个学习中心、8个新城市开设的9个线下学习中心和2个双师模式学习中心,全年教室总面积同比增加约24%。

新东方教育集团CEO周成刚表示,新东方还将继续战略性地加深对双师型班级和K12辅导的投资,未来将进一步激发三四线城市和偏远地区的用户需求,从而拓展在相应地区的业务。

# “一日游”强制消费穿上隐身衣

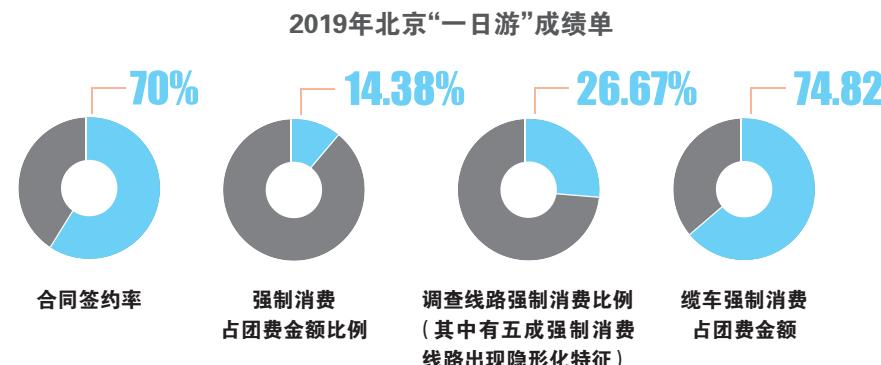
隐藏在旅游合同、行程安排背后的强制消费,让游客防不胜防。7月23日,北京市消协公布了北京“一日游”消费体验调查结果。调查显示,在被调查的30条北京“一日游”线路中,仍有26.67%存在强制消费现象。值得注意的是,出现强制消费的8条线路里有4条在合同中没有明示可能存在的自费项目,而且这些未在合同中明示的强制消费,不参加均会影响行程。在专家看来,由于近年来文旅部门不断强化对“一日游”违法行为的打击,不法企业和导游也开始钻空子变换套路,用各种看似隐形、难举证的手段强制游客进行额外消费,因此,业界亟待监管机制更全面地覆盖“一日游”产业链的每个环节,尤其要联动景区、OTA平台等对这类产品的质量把控。

## 新“套路”

随着旅游消费需求日益多元化,以“一日游”为代表的更灵活的旅游产品,成为不少国内游客在自助游、半自助游中更愿选择的消费对象。然而,根据本次北京市消协公布的调查结果,在本市被调查的30条体验线路中,仍有26.67%存在强制消费现象,且出现了强制消费隐形化的特征。

举例来说,在北京青年旅行社(北京隆岳达旅行社)组织的万寿寺+颐和园5A+故宫5A“一日游”行程中,导游要求交100元钱的演出费,否则就在演出场外边等待1个小时,多数游客被迫接受该演出安排;而北京青年旅行社股份有限公司的司马台长城4A+古北水镇线路因行程安排过于紧凑,导游强制要求游客乘坐缆车,并明确表示不乘坐缆车会影响下一个游览项目。

有业内人士告诉北京商报记者,近几年有部分北京游客通过各种渠道反映,自己在本地或异地参与“一日游”时,遭遇了隐性强制消费的新套路”,覆盖景区内索道、游船等多个环节,导



数据来源:北京市消协对30条北京“一日游”线路调查结果

游或旅行社的工作人员不会强迫游客进行消费,也不会将这些消费写入合同中,但会通过设定时间限制或者少数服从多数等客观困境影响行程,进而对游客行程进行事实上的强制消费。

此外,还有消费者表示,有一些组织“一日游”的旅行社或者接团导游,已经将强制消费“化于无形之中”,该消费者表示,自己曾有年纪较大的亲属参加微信群组织的“一日游”过程中,就被“忽悠”着花了几百元买了一些廉价日用品,不买的话就会影响下面的行程。

## “擦边球”

“那些将强制消费隐形化的旅游企业和导游,看似打擦边球,钻了监管的空子,但实际上仍然属于违法违规的范畴。”北京慧律师事务所合伙人朱立新向北京商报记者分析,旅行社在销售“一日游”这类旅游产品的时候,一般都会使用制式合同,内容相对比较简单,会对于行程有一个大概的约定,但可能不会精确到每项安排,按照现行业规定,签订这类合同前,旅行社明确告知义务向消费者说明所有行程并明确需要自费的项目,如果必须要额外收费,则要事先征得消费者同意。

朱立新表示,如果旅行社没有在

合同签订前告知必须单独收费的项目,也没有将这项内容写入合同之中,那么就应该视为这项费用包含在合同金额的一揽子费用之中。这意味着,如果游客在行程中选择不交这笔费用,旅行社依然有义务履行约定按行程完成游览内容,如果完成不了就视为旅行社违约。”朱立新介绍,若旅行社以消费者未单独缴费为理由,不按照合同走完行程,不仅需要退还消费者未完成行程的相关费用,还需要赔偿相应的损失,比如消费者再次自行前往相关景点的旅游、交通费用等。

值得注意的是,业界有消息称,为将强制消费隐形化,个别不法企业会以事先已口头告知消费者等理由不承担违约责任,对此,朱立新表示,在消费者因此诉诸法律时,旅行社有义务举证证明自己在签约前向消费者阐明了相关收费内容,并取得了消费者同意。

## 联动监管

实际上,在国内的“一日游”市场中,“花样翻新”强制消费一直没能被完全杜绝,甚至被业界称存在“按下葫芦浮起瓢”的问题,确实需要监管层面加速优化机制和政策来解决。

北京市消协也表示,在法律相对完善的情况下,“一日游”依然存在违法违规现象,可见,政府相关部门还要进一步加大法律法规的落实力度,通过技术创新和治理方式创新保证执法效果。例如《北京市旅游条例》第25条明确指出,向旅游者提供的旅游电子行程单应当包括提供服务的旅行社名称、导游姓名及联系电话,旅游客运车辆牌号、驾驶人员姓名,景区名称及游览时间,就餐点、购物店名称及具体停留时间等内容”。但目前电子行程单中关于导游信息、车辆信息模糊甚至缺失,而且体验调查中发现导游也较少佩戴纸质导游证,游客难以了解导游从业情况,不利于消费者知情和监督。

“根据旅游消费市场发展过程中出现的新现象新问题,应进一步细化行业法律条文,强化行业监管。”市消协相关负责人称,目前,某些无旅游资质企业通过社交媒体非法发布旅游产品组织出游,该类线路多以网络社群、俱乐部会员联谊名义组织,但实际为旅游消费,打擦边球经营,因此有必要进一步细化行业法律条文予以规范管理。

针对强制消费日趋隐形化的问题,还有专家提出,相关部门应联动景区、OTA平台等共同治理,已尽可能大大地扩大监管覆盖面。就此,飞猪相关负责人向北京商报记者表示,如果消费者通过平台预订的出行产品中存在强制消费问题,可以及时投诉反馈,平台调查核实后,也会对商家做出相应的处罚。

此外,资深旅游专家刘思敏也提出,为有效追责违约旅游企业、保护自身权益,游客的取证也很关键,因此游客也要提高警惕,养成保留合同、发票、视频等相关证据的习惯,让不法分子无空子可钻。

北京商报记者 蒋梦惟/文 宋媛媛/制表

## F 聚焦 Focus

# 卜凡与坤音娱乐闹掰了?

北京商报讯 (记者 卢扬 实习记者 周晨) 7月22日晚间,北京坤音娱乐经纪有限公司(以下简称“坤音娱乐”)旗下ONER组合成员卜凡通过律师发布声明,表示经济公司坤音娱乐在合同期限存在严重违约行为,包括隐瞒、拖欠艺人演艺收入,严重侵害知情权等。沟通无果后,已于4月29日向坤音娱乐发送解约通知,并于7月9日正式进入司法程序。

据悉,此次事件的导火索来源于卜凡成立个人工作室,7月22日午间,有网友发现卜凡工作室的微博首页,并已发布了首条微博:“最好的礼物是你们”,长路漫漫,因你不凡。”还配上了卜凡的照片。但时隔不久,“卜凡KATTOTOWORKSHOP”微博显示已被注销,无法在平台搜索到。

而对于此次事件,坤音娱乐先后多次发布声明表示,目前公司正积极与相关方核实账号信息,并与卜凡联系查清事情原委。坤音娱乐与卜凡的

经济合同合法有效,坤音娱乐是卜凡全球范围内的独家经纪公司。并指出近期该艺人已出现多次不配合公司工作的行为,对卜凡的违约行为表示遗憾和痛心,希望能积极沟通解决。同时有网友在微博曝出坤音娱乐董事长秦周懿的个人朋友圈,朋友圈内容为“问心无愧”,并用通话记录配图,疑似表示自己被不明人士骚扰。

据天眼查显示,坤音娱乐成立于2016年9月,主要经营范围包括艺人培训、影视、音乐、综艺节目制作,粉丝运营、宣发、销售等。2018年1月,该公司旗下艺人卜凡参加爱奇艺偶像男团竞演养成类真人秀节目《偶像练习生》,最终取得第12名。4月16日,卜凡与坤音娱乐旗下另三位艺人岳岳、木子洋、灵超正式组成男子演唱组合“ONER”,这也是坤音娱乐练习生品牌BC211的首个出道团体。

在此次卜凡与坤音娱乐的解约拉锯战中,

有自称坤音娱乐的前工作人员表示卜凡对日常工作极不配合,并放出工作录音,指出之所以提前录音是因为这已不是卜凡第一次打电话骂人,自己只是工作人员,希望有问题能正常沟通。也有网友在微博曝出视频,视频内容为某次演出彩排期间卜凡大声喊叫向工作人员索要麦克风。

对此,卜凡粉丝则列出了坤音娱乐的“七宗罪”,包括牺牲艺人学业、滥用不良制作团队、数据造假、推拒艺人个人资源等,力证公司打压艺人。对于以上事件,北京商报记者联系了坤音娱乐方面,但截至发稿前尚未得到回应。

乐评人王洋表示,这种艺人和经济公司之间的纠纷很难讲清,双方既然是利益共同体,就应互相配合。若有一方违约也应直接走法律程序。事件闹大引得舆论关注不论对公司还是艺人,给公众的观感都不会太好。

# 新建3000所特色幼儿园 校园足球转向低龄化

北京商报讯(记者 程铭劼) 7月23日,教育部发布了《全国青少年校园足球工作报告》,报告提到,未来将试点幼儿足球,且今年计划遴选建设3000所足球特色幼儿园,尊重规律,以游戏、兴趣为主,引导各类幼儿园广泛开展幼儿足球活动。为了进一步将校园足球的课程在幼儿园进行普及落地,教育部还将在校内联赛的基础上,进一步完善小学、初中、高中和大学联赛。在联赛的基础上进一步完善选拔性竞赛和夏(冬)令营活动。

据教育部体育卫生与艺术教育司司长王登峰介绍,目前已在全国中遴选认定校园足球特色学校24126所,县域内60%的中小学是校园足球特色校,设立校园足球改革试验区38个,全国建设“满天星”训练营47个,招收高水平足球队高校181所,构建“特色学校+高校高水平足球运动队+试点县(区)+改革试验区+‘满天星’训练营”五位一体的校园足球立体推进格局。

教育部方面指出,针对处于义务教育阶段初中学生不能脱离学制,但又处于足球技能培养关键时期,且中超俱乐部又急需建设U13、U14、U15青训梯队的要求,下一步将借鉴欧洲和日本足球后备人才培养模式,推广校园足球“满天星”训练营。将体育系统的优质资源向教育系统投入,为每个“满天星”训练营选派一位具有亚足联B级及以上教练员担任主教练,带领县域内校园足球教师、教练员共同备课,共同制订县域校园足球教学、训练、竞赛计划,发挥传帮带作用。

相关业内人士表示,鉴于日本和德国等足球强国在幼儿足球方面的运作体系相对成熟很多,未来不排除我国的幼儿足球推广工作会参考德国和日本现有的模式。

据了解,目前我国青少年足球的启蒙教育一般都是从小学8岁之后开始,这其中并不包含学前幼儿足球教育(3-6岁),而且当前关于幼儿足球的教材、

场地器材、训练体系等都没有成型的标准。许多幼儿园并没有配套专业的足球老师,所开设的足球课程仍存在一定程度的局限性。据学易时代咨询创始人吕森林介绍,参与幼儿足球师资队伍建设与参与校园足球场地投资建设的企业将会迎来发展良机。随着家长对子女个性化教育的需求逐步加大,未来也会有更多特色化办学的幼儿园出现。

随着校园足球延伸至幼儿园年龄段,校园足球人才的升学通道也得以初步建立。据悉,全国校足办与中国足协联合制订全国青少年校园足球夏令营活动规则与运动员等级认定办法,从2018年起夏令营省级和全国最佳阵容全面与等级运动员挂钩,共有352名初高中学生获得国家一级运动员称号;4224名初高中学生获得国家二级运动员称号;2368名小学省级最佳阵容运动员获得国家三级运动员称号。一批学子因享受国家一级、二级运动员升学政策走入复旦、浙大、厦大等高校就读。