

# 15倍倒卖公园门票 票贩子套路有多深

## 原价15倍倒卖

每年樱花季都会有大量市民涌向玉渊潭公园赏花踏青,而在今年疫情防控这一特殊时期,本市公园实施的限流措施让玉渊潭等部分春游热门公园出现了“一票难求”的现象。截至北京商报记者发稿,市公园管理中心“畅游公园”网上订票平台上,4月9日玉渊潭公园门票已全部约满,4月10日也仅剩早6-9时的时段仍有余票。

然而在此情况下,市场上却流出了不少加价销售的“二手门票”。北京商报记者在某二手物品交易平台上发现了不少出售4月9日、10日甚至以后更长时间玉渊潭公园门票的卖家,销售价格从10元/张到30元/张不等,相当于公园官方销售的2元/张全价票的5-15倍。有卖家透露,自己所卖的票是旅行社的“库存”,即使是目前官方网站还未开始网络预约的4月11日-30日的门票也都可以保证买到且保真,买票人只需将自己的姓名、手机号告知即可在入园前拿到电子票的相关信息。

此外,该卖家除了倒卖玉渊潭门票外,还有北京动物园、北京植物园、北海公园、景山公园、香山公园、颐和园等多个北京公园门票。

对此,玉渊潭公园相关负责人告诉北京商报记者,公园舆情监测第一时间发现有黄牛倒票情况后,随即就向相关部门进行反映并报公安部门,公安部门对几名相关人员采取了措施,目前正在等待警方的处理结果。上述市公园管理中心相关负责人也明确表示,现在管理中心和公园都未与任何第三方开展售票合作。4月8日,玉渊潭公园官方微博还发布公告称,自4月11日起将实行实名预约购票入园。

公开信息显示,倒卖公园门票在北京旅游市场上并非新鲜事,只是随着门票预订方式和消费渠道的变化,黄牛从线下转战到了线上。据悉,早在2016年就有媒体报道称,在

“春季游”正逢疫情期,部分公园限流后“一票难求”,倒票分子们也闻声而动。4月8日,有媒体报道玉渊潭公园门票被黄牛炒高10倍的消息后,北京商报记者调查发现,在某二手物品交易平台上,有不少卖家加价挂出了北京多家公园门票的转让信息,覆盖玉渊潭、香山、北京动物园等多家公园,加价幅度从1-2倍到15倍不等。疫情之下,景区、公园智能化改革提速,而“倒票”行为却仍能死灰复燃,景区智能管理发展任重道远。

## “黄牛”的公园倒票套路



玉渊潭公园西门售票处,购买门票的队伍后有黄牛在兜售公园门票,而且售价比仅仅几十米之隔的官方窗口高一倍。彼时,业界有消息称,部分热门公园线下排队购票需要至少半小时到1小时,因此,黄牛党手中的门票即使价格翻倍,也会在几分钟内被抢购一空。

业内人士表示,近些年,北京公园门票的价格普遍明显下降,有些还都启动了免费政策,黄牛大多无利可图就逐渐销声匿迹了,而最近,公园门票倒票行为的死灰复燃主要是因为限流或此前部分公园举办的热门活动,增加了一些门票的购买难度。

## 实名制也有漏洞

黄牛到底是如何绕开相关部门和公园,形成一套灰色的倒票链条呢?

有旅行社负责人向北京商报记者透露,目前北京的旅游市场中有一批旅行社和票贩子专门倒卖市内热门景区、公园的门票,有些

买完后还会转手卖给其他旅行社的团队游客。

“他们会利用一些抢票软件,或者雇人用多个手机号从网上预约门票后再加价对外销售,即使一般消费者很难抢到的重点时段他们也基本能保证有票。”上述旅行社负责人告诉北京商报记者,此前自己就曾向“倒票党”购买过一些热门景区、公园热门时段的门票,大多每张会被加价几十元到上百元不等,需求主要集中在时间相对固定的外地赴京旅游散客、团客上。

北京商报记者在调查中还发现,由于目前部分二手物品交易平台对于转让门票等管理相对严格,部分“倒票党”为躲避监管会避免在商品名称中列出“门票”等关键词,而且他们会在挂出商品后1-2个小时内就删除商品,隔一段时间后再重新上线,有些卖家甚至将可售门票信息等写在商品详情中,但具体购买流程直接转账而不通过电商平台。

值得注意的是,上述旅行社负责人直言,即使是在一些采取了实名网上购票的公园、

景区,“倒票党”仍有空子可钻。一般来说,一些需要实名购票的公园、景区在领票、入园环节基本只需要出示购票人身份证即可,尤其在热门时段,检票口很难逐一核对每个人的身份证信息和本人信息是否相符,而“倒票党”就抓住了这一环节上的监管空白,事先收集大量的虚假身份信息“抢票”。门票出售后,他们会派工作人员到现场与买家交换身份证并约定出园时间和地点,等买家逛完公园后,再将身份证换回。”该负责人介绍。

## 黄牛“紧箍咒”

门票黄牛再次现身市场,也给公园和管理部门提出了新的管理课题。上述市公园管理中心相关负责人介绍,目前中心和部分公园正在完善、调整购票系统,与身份认证关联,预计景山、陶然亭、北海公园等将率先启动新系统。

就在4月8日傍晚,玉渊潭公园官方微博

## 电影院自救难 行业性整合预期加重

**经历转型“零食电商”后,电影院如今究竟活得怎么样?近日,北京商报记者调查发现,卖零食所带来的收入只是杯水车薪,裁员、亏损仍是电影院的现状。而在4月7日晚间,幸福蓝海披露了因旗下影院停业致使公司亏损超亿元现状。近年来进入瓶颈的影院行业,在疫情的冲击下已经站在了悬崖边缘。**

## 裁员成普遍现象

4月7日晚间,幸福蓝海发布的一季度业绩预告,用数字直观地展现了当下国内电影院面临的经营压力。业绩预告显示,2020年一季度,幸福蓝海预计归属于上市公司股东的净利润从上年同期的盈利状态转变为亏损,亏损规模则在1亿-1.05亿元之间。

对于一季度亏损的原因,幸福蓝海在公告中指出,自2020年1月25日起,幸福蓝海旗下自有影院及幸福蓝海院线旗下加盟影院已全部暂停营业,目前仍未恢复营业,从而导致幸福蓝海一季度营业收入大幅下滑。

在幸福蓝海发布亏损预告的同时,在国内拥有上百家影院的影投公司CGV则在近日被曝出正在裁员的消息,据相关报道称,该公司的裁员比例大约在30%左右。

北京商报记者联系CGV进行采访,但截至发稿,对方未予以回应。据保利影业投资有限公司总经理助理刘建峰透露,由于整个行业受到重创,在影院经营负担日益加重的影响下,裁员已成为普遍现象,不只是CGV,其他部分影投公司也已先后开始采取裁员等方式,降低经营负担。

无论是幸福蓝海还是CGV,均只是现阶段影院行业的一个缩影。北京商报记者了解到,为了尽量降低支出成本,部分电影院在停业初期便选择只保留2-3位员工轮流值班,其余大部分员工休假,给予基本工资或是少数生活费,但由于停业状态仍在持续,该方式在缓解经营压力方面起到的作用也愈发有限。

值得注意的是,目前已有不少影院面临不堪重负而即将画上句号的处境。北京市海淀区某影院经理徐先生表示,随着暂停营业

时间不断延长且一直未能有收入进账,房租等多项成本仍在持续支出,影院经营者们担心的便是储备的现金流还能支撑多长时间,“据我所知,目前有的电影院在已完全停发员工工资后,或许只能再支撑3个月左右,之后便将面临无力支撑的局面”。

## 自救措施效果有限

在暂停营业期间里,国内电影院也曾试图通过自身的方式纾困,但从实际效果来看,作用相对有限。

以近两个月来在国内不少影院中成风的“零食电商”为例,截至目前,包括大地影院、金逸影城、博纳影院在内的国内多个影院,均将店内的零食、饮料、电影衍生品等在线上销售。从销量来看,部分影院的“零食电商”业务吸引了一定的消费者,但该业务实现的收入与影院本身承担的成本相比,仍是杯水车薪。

“对外销售零食只是清库存的一种方式,避免此前为春节档囤积的货品因过期而出现损失,但这也意味着,‘零食电商’能起到的作用也只是解决卖品业务的成本压力,但实际上,电影院在房租、水电等其他领域的成本并不是一个小数,且在正常经营状态下,电影院将近八成以上的收入仍来源于电影票房;‘零食电商’带来的少部分收入不能从根本上解决经营困难。”徐先生如是说。

除了“零食电商”外,现阶段还有电影院提前以更为优惠的价格销售电影票、会员卡,以提前获得一定流水支撑影院的运营。同时,在降低成本方面,不少电影院也在与房东、物业方等进行沟通,商谈是否可以减免一定租金,或是与其他服务供应方就短期暂停服务

进行协商,以降低停业期间的运营成本。

在刘建峰看来,从经营角度来看,目前电影院经营者能主动去做的事情已经相对有限,且此次的冲击并非只是个别影院,而是整个行业,上千家影院因此而停业倒闭的结局也是极有可能出现的,若想从根本上改变影院的经营挑战,则需要政府主管部门及多方力量共同推动行业渡过当下的难关。

## 恐现并购整合潮

如今政府主管部门也在尝试通过不同举措帮助电影院实现稳定经营。国家电影局官方日前发布消息称,为积极应对疫情影响,国家电影局协调财政部、发改委、税务总局等部门,研究推出免征电影事业发展专项资金以及其他财税优惠政策。同时,加大对重点影片的创作和宣发支持力度,指导各地出台帮扶电影企业纾困发展的政策措施。

与此同时,近年来,国内观影人次增长趋缓,但影院与银幕数量却仍保持较快的扩张速度。公开数据显示,2017-2019年,我国观影人次分别为16.2亿人、17.2亿人和17.3亿人,同比增长率已降至不足1%,而这三年的影院数量增长率仍保持在10%以上,此外银幕数量的增速则在15%以上。

对此,投资分析师许彬认为,影院与银幕数量的增速超过观影人次的增速,意味着单家影院和单银幕面临着更大的竞争,这也会影响到各个公司的收入情况,且包括万达电影、金逸影视、横店影视在内的上市公司,也均在近年来出现利润增幅趋缓甚至下降的趋势。

刘建峰认为,近两年影院行业已逐渐显现出发展问题,部分资本的快速进入也令市场膨胀、饱和,疫情则让行业承受更大的冲击,但此时也是让行业恢复理性的一个契机,或许也会出现并购整合潮,令此前快速进入的资本退出,较具竞争力并对市场拥有足够信心的资本通过并购扩大自身的市场规模。

北京商报记者 郑蕊

## 降价圈地 索尼微软争相备战云游戏赛道

近一个月以来,全球各地游戏玩家无疑迎来了真正的“春节”。索尼PS、微软Windows商店、Steam、Epic Games等游戏平台接连开启促销优惠活动。据北京商报记者不完全统计,近一个月内已有至少10个游戏相关平台、厂商推出优惠活动。在从业者看来,各大游戏厂商利用现阶段储备用户,无疑是在为正在到来的云游戏市场之提前备粮,尤其是对于近日刚刚发布新硬件,一路相爱相杀的微软、索尼两大游戏巨头来说,早圈地就等于早赢得了市场。

游戏平台推出游戏打折、促销活动不是罕见的事情,但这个月,游戏行业却迎来前所未有的密集打折优惠季。游戏下载平台Steam、微软游戏商店、育碧旗下游戏商店等10个平台及厂商悉数推出优惠福利。

以索尼PS商城为例,春季特卖活动已经从4月1日开始,共有近500款游戏参加此次特卖,多为半价折扣,有的甚至达到80%折扣。而去年同期的PS商城春季特卖活动只有300多款游戏有优惠,最大优惠幅度在84%。索尼PS商城客服有关人员向北京商报记者表示,近一个月以来前往咨询游戏方面的用户数量普遍增多,除了涉及优惠的免费游戏以外,付费游戏方面的咨询也有明显增多。

与此同时,微软Windows商店亦在近期开启了一批限时免费的游戏,共计30余款,相比之下去年同期开放免费游戏不超过10款。此外,作为目前全球最大的综合性数字发行平台之一,Steam近期累计推出限时免费的游戏多达40款,游戏平台GOG、Uplay等亦陆续推出游戏免费等福利活动。

在游戏行业从业者林小迪看来,游戏平台的促销活动实际上就是针对用户抢占的战役;借势目前的处境,通过免费试玩、免费领取游戏等方式吸纳更多的新用户以及促进老用户的留存,看似“亏本”之举,实则是能为他们带来更多的利益。

据行业网站GameIndustry.biz基于近50个国家的数据分析,在3月16日-22日这

还发布消息称,为进一步加强公园游览秩序管控,自4月11日起,玉渊潭公园实行实名预约购票入园。公告显示,购票游客需提前一天以上在微信公众号“畅游公园”唯一官方预约平台上预约购票,每张身份证每日限购一张门票。自4月10日起可进行实名预约。

“随着气温的不断回升,近期市民的出行意愿有所提高,尤其是对市内的公园、景区游览需求增加明显。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云表示,当前正值“樱花季”,比起跨省或远距离出游,大家更愿意去身边的公园走一走。

吴丽云直言,针对倒票的现象,相关部门和公园、景区都需进一步加强监管,尽可能杜绝“黄牛党”重现江湖;从当前的情况来看,关联身份信息购票仍是最直接防范倒票的手段,因为一旦公园普遍实现身份证实名购票,“票贩子”的囤票成本、耗时、风险都会明显增加。”在她看来,同时对于市民来说,如果进行一次公园就需要“抵押”身份证给黄牛,他们购买“黄牛票”的意愿也会显著下降。哪怕还有黄牛钻空子倒票,市场空间也会被大大压缩。还有专家表示,为彻底封死实名购票环节可被钻的空子,景区、公园在入园换票等环节可增加更多能高效核验游客身份信息的设施或服务。

对此,尚游汇文旅董事长钟晖进一步认为,相关部门和景区、公园对流程的监管还需扩大覆盖范围;未来,公园、景区预约制度如果被长期固化下来,就需要相关部门延长监管链条,除了在网上订票时关联个人信息外,还应进一步通过购票数量限制等措施降低倒票出现的可能性。”钟晖表示,网上购票时加入填写身份信息环节的同时,公园需尽快更新线下验证系统,增加“刷脸”入园等方式,“未来随着相关技术日新月异,愈发智能的票务管理系统将成为公园、景区消灭倒票黄牛的关键所在。”

北京商报记者 蒋梦惟 杨卉

一周共卖出430万套游戏(包含数字版),较前一周增长63%。

除了游戏商店方面的促销获得良好的用户反馈,微软和索尼在一季度分别发布了最新一代游戏主机Xbox Series X以及PS5,据IHS Markit的游戏研究主管Piers Harding-Rolls预测,PS5和Xbox Series X首发期销量将超本世代销量纪录。

游戏行业分析师梁声认为,涉及到降价促销的游戏种类繁多,以降价活动吸引玩家的注意使其对平台上的其他游戏产生兴趣是游戏发行商一贯的做法。在目前特殊的环境下,以免费游戏为噱头可以吸引更多的玩家关注到新一代游戏主机,从而带动微软、索尼平台的用户产生游戏相关消费。但整体来说,由于游戏玩家的需求日益剧增,即使没有降价等活动刺激,游戏消费力也不容小觑。

在收割红利的同时,游戏行业也逐渐显露出新的竞争趋势,云游戏服务成为越来越多人关注的重点。

3月30日,微软宣称,因为疫情的缘故,微软Xbox Live等云服务需求增长775%。

“云服务必定是游戏厂商以及游戏平台下一个竞争激烈的新赛道。大流量的涌入是对游戏服务的一大考验,对于众多云服务提供商来说都是很大的技术压力。”林小迪指出,技术制约依旧是影响云游戏发展的重要因素,而在5G等因素的促进下,未来云游戏有更好的发展空间。

据了解,依赖云计算服务而支持的云存储服务是近年来微软、索尼等主机厂商的着力点之一。在最新发布的一代游戏主机产品发布会上,微软和索尼都不约而同地提到了新一代主机的向下兼容性,以满足越来越多的玩家会选择将游戏软件存储在“云”上的期待,摆脱硬件的束缚。一旦云存储成为主流,游戏软件的交易模式及渠道也会发生改变,因此这也倒逼游戏厂商从现在开始就要布局新渠道、新平台,从而提前捕获更为稳定的利润增长点。

北京商报记者 卢扬 伍碧怡