

# 三大航亏损千亿 民航业重启招聘迎复苏

1月30日晚,国航、东航、南航三大航分别发布了2022年的业绩预告,报告期内,三家航企预计合计亏损逾1000亿元。其中,国航归属于上市公司股东的净利润预计亏损约370亿元到395亿元,东航预计亏损约360亿元至390亿元,南航预计亏损303亿元到332亿元。虽面临巨额亏损,但随着出入境政策的优化,多家航司航线、航班加密,民航业继续呈现复苏之势。截至1月30日,包括厦航、南航、海航、春秋航空在内的多家航司均启动了招聘。

## 高薪聘空乘

“去年底开始,随着航线、航班量大幅增加,我们的用人需求也在猛增,公司紧急启动了招聘。”一位航司工作人员向北京商报记者透露。

据海南航空乘务员招聘官方微信平台显示,2022年12月30日,海航开启了2023年乘务员招聘工作,招聘人员后续将分配至海口、北京、广州、深圳、三亚、新疆、上海等地。

事实上,不仅是海航,自去年12月以来,包括厦航、南航、春秋航空等多家航司也陆续发布了招聘通知,招聘岗位包括乘务、安全员、地面执勤人员等。

值得一提的是,随着许多航司陆续恢复、新开国际航线,对于国际航班人员的需求也在提升。海航还开辟了外语特长乘务员专场招聘,其中招聘180名空乘人员,包括英语164名、法语5名、意大利语5名等。春秋航空此前发布的春季招聘岗位中,也包含境外站的地勤商务人员。

“从航线恢复的情况看,境外航站的保障能力仍在进一步评估中,特别是人员的业务技能要通过培训带教尽快恢复到‘熟练’水准。航司内部也在盘点外派境外航站任职的员工。”春秋航空相关负责人表示。

市场需求的提升,也让部分航司开出高



薪招聘空乘人员。厦航发布的2023年乘务员招聘启事中提到,乘务员的年薪为15万-19万元,乘务长的年薪为25万-30万元。

不仅仅是国内航司用人需求提升,国外航空制造巨头也在计划着启动招聘计划。美东时间上周五,波音公司宣布,预计2023年将雇佣1万名员工。波音公司称,其业务部门、工程和制造部门将进行大举人员扩张,以满足日益增长的航空需求。此外,空客也公布了类似的计划,计划今年增加1.3万名员工。

## 春运忙得“脚不沾地”

在航空公司大规模招聘的背后,是航空

业逐渐复苏的景象。

“最近国际国内的航班都多了不少,我们春运期间比前段时间也忙了很多。”一家航空公司空乘何倩(化名)告诉北京商报记者。

一家国有大型航空空乘许青(化名)坦言,2022年12月中旬,她所在班组接到通知,“航班将大面积恢复,相应人员做好准备。这两个月,几乎没休息过,尤其是春运期间,更是忙得几乎脚不沾地”。

据央视财经此前报道,厦航一名乘务长表示,随着近一个月来航班量快速增加,她的排班已经恢复到飞四休二(飞行四天、休息两天)。“之前少的时候1个月才飞行7个小时左右,现在基本上每月能飞行60个小时,每周4

天都有航班任务,都能飞满。”

春秋航空相关负责人谈到,公司机队增长、航线运力恢复,都会带来新的岗位需求。航司会根据岗位的任职资格实施招聘和培训,也会在人力配置上满足运行保障的基本需求。

此外,受疫情影响,2022年民航业整体亏损严重,人才也在流失。民航局信息中心2022年2月发布的数据显示,2021年底,民航共有9.73万名乘务员持证上岗。这一数字在2020年(截至6月30日)为10.98万。

民航专家葛琦谈到:“目前,航司要尽快恢复运营宽体客机的运营能力,机场要进一步强化国际及地区航线的综合保障能力。”

## 市场恢复乐观

从整体情况来看,春运期间,民航的旅客运输量呈现大幅增加,民航市场复苏势头明显。

据民航局,2023年春运,预计民航将运输旅客7300万人次,同比增长12%,增速为近五年最高。

东航此前发布的数据显示,今年春运以来,东航的航班和旅客运输高峰日出现在1月27日。东航当日共执行航班2688班,运输旅客超35万人次,与2019年春运高峰日相比,执行航班量达到2019年的92%,旅客运输人次达到81%。

国际航线也在进一步恢复中,海航计划于2月24日起全新开通广州-普吉航线,并恢复北京-普吉航线。截至1月23日,海南航空已恢复、新开运营北京-布鲁塞尔、北京-莫斯科等共17条往返国际及地区客运航线。

不过,有业内人士提出,行业要恢复到2019年水平,仍需要一个过程。民航专家李瀚明分析表示:“目前,部分国内直飞尚未恢复,距完全恢复仍需要一段距离。而空乘人员培训上岗也需要一段时间,一般是一年左右。”

北京商报记者从春秋航空处了解到,地勤岗位培训周期约需要3个月,机务岗位从岗位任职资格、获取资质授权开始约需要12个月左右的培训时间。

李瀚明谈到:“各航空公司开始恢复乘务员招聘,也显示出他们对于市场恢复普遍感到乐观,希望储备更多的人才,应对市场对长距离国内航线和国际航线的需求。”

北京商报记者 关子辰 张怡然

## 迷笛商标之谜

有中国地下摇滚乐队发源地之称的北京迷笛演出有限公司(以下简称“迷笛公司”)1月30日发布推文谈到,通过仲裁,2021年4月,迷笛公司应依照《和解协议书》向北京愉悦文化传媒有限公司支付370万元,但该《和解协议书》等三份相关文件在朱墨时序上均存在先章后墨(即先盖章后印刷文字),2022年12月,迷笛公司的“迷笛”系列共计29项商标已经被拍卖成交。律师指出,商标被拍走会影响“迷笛音乐节”等商标冠名活动的举行。

## 多个合作项目被迫停顿

公开资料显示,迷笛品牌诞生于1993年,由中国第一所现代音乐学校北京迷笛音乐学校创立,2000年创建了国内第一个原创音乐节——迷笛音乐节。

据迷笛公司官方微信,2021年4月,迷笛公司应依照《和解协议书》向北京愉悦文化传媒有限公司支付370万元,但该《和解协议书》等三份相关文件在朱墨时序上均存在先章后墨(即先盖章后印刷文字),2022年12月,迷笛公司的“迷笛”系列共计29项商标被拍卖成交。

另据中国音像与数字出版协会《关于北京迷笛演出有限公司相关情况的说明》,诉讼案件给迷笛公司发展带来了灾难性的冲击,多个文化项目合作被迫停顿。

针对这一推文,北京商报记者分别联系了北京迷笛演出有限公司、北京愉悦文化传媒有限公司,但截至发稿均未获得回应。

北京市中闻律师事务所律师赵虎谈到,“迷笛”系列商标被拍走会导致“迷笛音

音乐节”等将商标应用于品牌名称中的活动受到影响,而北京迷笛音乐学校是经过北京市海淀区教委批准注册的教学机构,能够保留校名正常经营。

## “先章后墨”是反常现象

2021年,迷笛公司曾以“仲裁裁决所依据的主要证据是伪造的”作为事实与理由,申请撤销仲裁。

据事件相关的《申请撤销仲裁裁决民事裁定书》(以下简称《裁定书》)显示,法院观点为,迷笛公司的证人与其存在一定的利害关系,不能单独作为认定本案事实的证据,无法根据其证言便得出愉悦公司持有盖有迷笛公司公章的空白纸的结论。

《裁定书》显示,鉴定结论能够证明《和解协议书》《沧州迷笛音乐节9月22日突发事件情况说明及解决方案》、支付款项明细确系先盖章后成文而形成,但由此并不足以证明是愉悦公司所为,更不能证明三份文件系伪造而成,即便综合迷笛公司提交的上述所有证据,均不足以得出《和解协议书》《沧州迷笛音乐节9月22日突发事件情

况说明及解决方案》及支付款项明细系伪造的唯一性结论。其以上述三份文件系伪造为由请求撤销仲裁裁决,证据不足,法院不予支持。迷笛公司提供的证据不足以证明愉悦公司与案外人确实存在框架协议,其次,该框架协议与迷笛公司在仲裁中主张三份文件系伪造也不具有必然的因果关系。

因此法院认为,迷笛公司主张的情形不符合上述“对方当事人向仲裁机构隐瞒了足以影响公正裁决的证据”的情形,其以此为由请求撤销仲裁裁决,证据不足,法院不予支持。驳回申请人北京迷笛演出有限公司的申请。

赵虎认为,“先章后墨”本身就是反常现象,迷笛公司也需要对此给出更多合理证据。迷笛公司主张作为主要证据的三份文件系伪造,但法院方面对此作出判决也需要结合多个证据,进行多方面调查。此外,该事件所涉及的许多司法流程属于保密进行,迷笛公司的推文只反映出了一方声音,要定性整个事件需要从多方面考量判断。

北京商报沸点调查小组

## 《流浪地球2》衍生品破亿

在获得打破中国影史春节档科幻片档期票房纪录等32项纪录后,1月30日,电影《流浪地球2》凭借着官方授权衍生品模型周边众筹达到1.1亿元,又拿到了最快破亿的影视IP衍生品这一成就。再加上当下正同步售卖的徽章、钥匙扣、磁贴、雨伞等其他衍生品,并实现销售额破千万元,使得《流浪地球2》在商业衍生之路上一手好牌。

## 最快破亿影视IP衍生品

截至1月30日18时30分,《流浪地球2》累计票房已达到26.7亿元,观影人次超5000万人。此时此刻,在大银幕之外,《流浪地球2》的官方周边同样也实现众筹额、销售额的快速增长。

在“阿里鱼-造点新货”平台上,取材自《流浪地球2》中重要的三款道具,即多功能全地形运输机械狗笨笨、人工智能MOSS以及数字生命卡,制作而出的官方授权模型周边正在众筹中。截至1月30日18时30分,成交数已达到47.8万,众筹金额则实现破亿,达到1.1亿元,远超100万元的预期众筹额。这也令《流浪地球2》拿到了最快破亿的影视IP衍生品的成就。

面对消费者居高不下的热情,官方发布了《快乐观影 理性消费》的公告,并称“众筹会一直持续到2月23日,希望您看完电影后不要着急下单,等几天冷静后再想想自己是否还需要这些周边产品。如果仍然喜欢,再去购买。众筹产品在众筹订单发货完成后,也会在店铺商家销售,都来得及”,呼吁消费者理性购买。

不只是众筹中的官方授权周边,包括徽章、钥匙扣、磁贴、雨伞、笔记本、保温杯在内的一系列衍生品,也正在电商平台售卖。《流浪地球2》官方微博曾在1月26日对外透露,以上衍生品的销售额已突破1200万元,打破《流浪地球》系列衍生品销售纪录。而截至1月30日18时30分,该系列衍生品的月销量最高已达到3万+,且共有2件商品月销量破

万,7件商品月销过千。从评价中可以看出,除了观影后购买周边的消费者外,还有的则选择在观影前便购买了相关产品,并带着前往影院观看影片。

## 拓宽收入渠道

影视作品合理经营衍生品能够挖掘出更大的市场空间,这早已得到各方的认可,也从各种案例中得到印证。

以2022年全球最赚钱的50个IP为例,排名第四位的电影《星球大战》在票房获得103.16亿美元的同时,衍生品销售更是实现422.17亿美元,是票房收入的4倍。排在榜单第27位的动画电影《冰雪奇缘》,同样也是衍生品收入远超票房收入的代表,其中票房收入为30.44亿美元,衍生品收入则为105.88亿美元。

“海外国家的电影市场已能实现衍生品收入占比七成、票房收入占比三成的收益情况,国内在衍生品方面虽发展相对较晚,但蕴藏着不可小觑的空间。”影评人刘贺表示,通过经营衍生品,不仅能够为电影作品拓宽收入来源,避免过于依赖电影票房,降低票房不及预期的风险,还能让电影作品以IP的方式延长生命力,提升品牌影响力。

实际上,早在2019年《流浪地球》第一部电影上映时,该系列便已同步实施衍生品的计划,并在当时推出纪念版徽章、手机壳、积木等周边,还有星球灯、加湿器、不粘锅等生活用品。此次《流浪地球2》的衍生品则将周边的热度进一步拉升。

在刘贺看来,此次《流浪地球2》周边火爆不仅证明衍生品市场的潜力,同时也证明了内容的关键性。“当作品内容受到观众认可,衍生品通过合理经营便是为作品锦上添花,若作品本身并未得到观众认可,衍生品品类再丰富也难以帮助作品本身迈上一个台阶。”

北京商报记者 郑蕊