

边境游落子 旅游市场春风频吹

多个口岸出游人数攀升

《通知》对申报设立试验区、合作区的主体、条件、数量等方面分别提出了相关要求。同时,《通知》还指出,试验区、合作区有关申报材料请分别于2023年6月底前、8月底前报至文化和旅游部政策法规司。

在申报条件方面,申报设立试验区的边境县应在旅游资源禀赋、旅游业发展、口岸出入境旅游规模、跨境旅游交流合作等方面,以及口岸通关安全、口岸公共卫生安全、边境防控设施建设、综合配套保障等方面具备必要的条件,且毗邻国边境未开设赌场。

同时,申报设立合作区的边境县除应具备与设立试验区相同的基本条件外,还应与毗邻国边境地区有一定的合作基础并达成意向性合作共识。试验区、合作区原则上均依托现有经国务院批准正式对外开放且允许人员出入境的边境口岸设立。

近一段时间以来,随着出境游有序恢复,边境旅游、跨境旅游人数也在不断攀升。据新华社报道,3月15日,中越边境云南河口正式恢复办理赴越南出境团队旅游业务。当天下午,由河口当地旅行社组织的3个旅行团队共

随着旅游市场回暖,利好政策频出。3月29日,文旅部办公厅发布《关于开展边境旅游试验区、跨境旅游合作区申报工作的通知》(以下简称《通知》)。随着申报工作的开展,边境旅游的关注度再次提升。多年来,有关部门曾数次出台利好措施促进边境旅游发展。如今启动边境旅游试验区等申报工作,有利于促进我国旅游业区域发展进一步均衡发展。

110人,从河口南溪河口口岸顺利出境,前往越南进行为期6天的精品路线旅游。另一边,据中国新闻网报道,3月13日,中缅边境打洛口岸迎来全面恢复客运通关后首个出境客流高峰,单日流量超1000人次。

北京联合大学旅游学院教授曾博伟认为,过去一段时间,边境旅游受到了很大的抑制,此次申报工作意在通过边境旅游来激活地方经济,也是整个旅游业恢复振兴的有机组成部分。

国内旅游区加速均衡发展

近年来,随着相关政策的陆续出台,边境旅游利好不断。



据了解,1997年,原国家旅游局发布了《边境旅游暂行管理办法》(以下简称《办法》),首次明确了边境旅游的定义和管理办法。随后到2016年,国务院印发《关于支持沿边重点地区开发开放若干政策措施的意见》(以下简称《意见》)提出,提升旅游开放水平,

促进边境旅游繁荣发展。其中包括改革边境旅游管理制度、研究发展跨境旅游合作区以及探索建设边境旅游试验区等。

在曾博伟看来,此次申报工作的展开,也是对《意见》的具体落实。

去年10月,文旅部等五部门发布了《边境

旅游管理办法(修订征求意见稿)》,对之前实施的《办法》进行修订,明确双方旅游团队可以在边境旅游合作协议商定的范围内,灵活选择出入境口岸,并在《边境旅游团队名单表》内注明;并删除了边境旅游审批、就近办理出入境证件等前置条件。这无疑为边境旅游发展提供了便利条件。

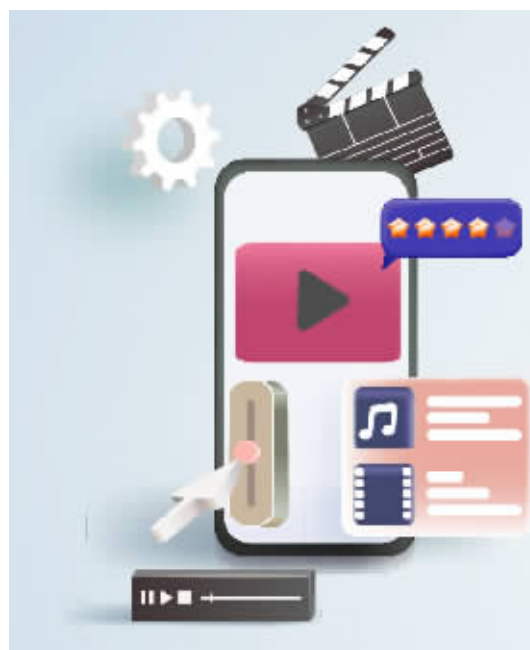
随着国家间交流的不断加深,越来越多的游客愿意选择条件更加便捷的边境旅游。但如何推出特色边境旅游线路、保证游客安全也是各边境地方需要重点关注的问题。

资深旅游专家王兴斌表示,目前的我国的边境旅游集中在东北地区 and 西南地区。各边境省(区)要把握好和对象国的关系,并保证边境旅游的安全。同时,各地需要把握自身以及对象国的旅游特点、资源,根据国民的出行需求、通行的便利性来规划边境旅游线路,加强边境旅游点的建设。

“国内的一些重点旅游城市由于旅游资源丰富、距离客源较近等优势,在旅游业发展方面比较领先,但一些边境地区则比较薄弱,所以启动边境旅游试验区、跨境旅游合作区申报工作,有利于促进我国整体旅游业区域进一步均衡发展。”曾博伟还谈道。

北京商报记者 吴其芸

影视大佬下场直播冰火两重天



继首场淘宝带货创下2350万元销售额之后,在粤语、港普之间来回切换的TVB直播带货第二场进入开播倒计时。而在销售额和不断攀升的话题讨论之外,TVB背后的母公司电视广播实现股价抬升,还一度带飞多家影视股跟涨。直播带货为平台带来的积极影响,也让投资者操心起影视股大盘内的其他公司,近段时间投资者互动平台上,华谊兄弟、奥飞娱乐等多家上市公司均被多次提问电商直播带货业务的推进情况。据北京商报记者不完全统计,现阶段近10家影视公司已陆续开播带货,选品种类从契合公司业务电影票、IP玩具,到自创品牌美妆,再到零食、服饰等带货常规货品大致相似,但人气与销售额却呈现冰火两重天的局面。

携“资”下红海

不久前,TVB与淘宝合作开播的“TVB识货”,用6小时交出了485万人次观看,销售额2350万元的带货成绩单,随着第二期淘宝直播进入倒计时,母公司电视广播股价一度实现抬高。一时间,上海电影、慈文传媒等影视股,英皇文化产业、邵氏兄弟控股等港股影视股纷纷跟涨。

TVB的成功试水向影视股大盘传递了新的信号。据北京商报记者不完全统计,现阶段包括横店影视、万达电影在内近10家影视公司已陆续开播带货。其中,横店影视2022年年度报告“多元化市场创收”模块显示,发展抖音直播、抖音团购、网店销售渠道,形成电商矩阵。

近期,华谊兄弟、奥飞娱乐等多家上市公司在投资者互动平台上被频频提问直播带货相关业务的投入与跟进情况。

对此,华谊兄弟表示,公司控股子公司华谊兄弟时尚(上海)文化传媒有限公司自2022年末开始筹备自有官方抖音直播间“抹布友好物”。奥飞娱乐回应称,公司已在抖音、天猫等主要平台开设奥迪双钻官方旗舰店,通过直播带货进一步提升品牌影响力和综合竞争力。

选品方面,各直播间通常以电影票、合作网播平台的VIP卡作为固定产品,其他则以食品、服饰、美妆等直播带货常见品类为主。

北京商报记者也联系到华谊兄弟相关负责人,对于电商直播带货业务的详细情况,对方回应:目前主要是各子公司结合自身业务特色开展了直播的尝试,如华谊兄弟

影院是以电影票务为主,华谊兄弟时尚是以分享时尚、文娱行业从业人员日常生活好物为特色。

明星同款+卖力宣传

以直播带货寻求新的增长动能,各个影视公司各有办法。

纵观多家直播人气破万的影视公司带货直播间,北京商报记者注意到,热销货品的描述往往带有“某艺人推荐”“明星同款”的头衔,而这些艺人并非带货代言人,而是直播间所属公司旗下艺人。与此同时,直播间账号也并非仅作为直播窗口运作,公司艺人也时常作为直播间助播出场,或在评论区与账号互动。

在北京商报记者统计的多家开启直播带货业务的影视公司中,奥飞娱乐的直播间人气居前。

核心主营包括内容、玩具业务的奥飞娱乐2020年宣布,切入“带货”运营模式,截至记者发稿,奥飞娱乐直播平台带货直播间粉丝量超百万。店内选品均为儿童玩具及旗下动画IP衍生品,最高销量商品“玩具车”销量已达31.1万件,其他热销品多数为旗下“超级飞侠”“超凡小英雄”IP衍生品。

影评人刘畅指出,尽管影视公司借力艺人的明星效应及覆盖不同年龄圈层的IP矩阵能够在短期内吸引大量观众,实现货品的快速大面积曝光,但促进成交最终还是依靠内容优势。找到内容与电商结合的更佳方式,通过好的选品和细心维护的直播间氛围来实现,可以发挥内容与IP的储备优势,尝试将带货与老本行影视进行联

动,从而增强观众黏性。

选品“拉胯”售后掉队

《2022年度中国直播电商市场数据报告》显示,2022年中国直播电商行业企业规模达1.87万家,同比增长17.61%。“激烈市场竞争之下,影视公司想要在跨界的状况之下,走进流量和销售额的第一梯队绝非易事。”刘畅指出。

北京商报记者在两天内,10时、12时分别进入2家影视公司直播平台的官方直播间,实时人气均不足1000,其中某直播间30天内销售额仅突破万元。尽管带货主播耐心已多次因“假货”“下售后不发货”等问题被消费者投诉。

在直播平台开播两年的某影视公司,主要货品为美妆产品,尽管多次与旗下艺人联动发布推荐短视频并与粉丝互动,也号称货品为“品牌严选”“明星同款”,但平台数据显示,最近一场直播,最热销的“红腰子”护肤品小样销量240件。黑猫投诉显示,该直播间已多次因“假货”“下售后不发货”等问题被消费者投诉。

“直播带货为部分影视公司带来了实实在在的收益,但能否长期成为增长业绩的强大驱动力,仍待检验。直播间仅仅呈现了带货业务的冰山一角,但整个过程需要与选品、仓储、包装、物流、售后等环节组成系统,要实现良性运转绝非易事。”投资分析人士高嘉进一步补充道。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛

Market focus

机票价格“跳水” 出境游迎来好时机

民航进入夏秋航季,多个出境目的地机票价格再现“跳水”。截至3月29日,4、5月多个东南亚目的地机票价格呈走低趋势,有平台直飞新加坡机票甚至出现了500元左右的低价。此外赴日本、英国等国家机票价格也出现大幅下降。今年暑期,随着国际航班运力的逐渐恢复,出境旅游有望迎来最佳时机。

飞东南亚票价下降五成

今年夏秋航季,国内28家航空公司计划每周安排国际定期客运航班6772班,其中,东南亚地区运力恢复较快。

从机票价格来看,近期赴东南亚地区机票价格呈明显下降趋势。据携程数据,东南亚地区的跨境机票价格降幅最大,本周国内飞往东南亚单程机票含税均价为1435元,环比2月同期降幅达到2.2%,由东南亚入境单程机票含税均价为1707元,环比降幅为7%。

另据去哪儿提供的数据,以新加坡为首的目的地机票价格下降明显。在去哪儿平台上,4-5月,从广州、南宁、海口直飞新加坡的含税机票价格低至500元左右,往返在1200元左右,较2月初下降了七成。

赴泰航线的机票价格也在持续走低。携程相关负责人表示,泰国清迈入选热门预订目的地中价格最实惠的前三目的地,机票单程均价为1632元。据携程App,以北京-清迈航线为例,5月直飞航线最低机票价2100元,较3月30日4480元的价格下降了50%以上。

端午北京直飞大阪现低价

除东南亚外,近期多家航司陆续新开、恢复赴日本、英国等国家的航线,机票价格也出现较大幅度回落。

据去哪儿数据,4月16日,天津-东京直飞含税价格为2572元,北京-东京直飞价格为2976元,环比3月降了近八成。据携程App,今年端午节期

间,北京直飞大阪的机票价格甚至出现了1658元的低价。

此外,去年一度高达8000多元赴英国航线机票价格也降至二千元左右。据去哪儿平台,以成都直飞伦敦航线为例,3月30日国航CA423经济舱机票价最低只需2955元。

暑期出境游性价比比较高

进入夏秋航季,多家航司均发布了新的国际航线计划。

国航夏秋航季将陆续恢复北京-罗马、成都-普吉岛等航线,计划恢复首尔金浦、伦敦盖特威克等航线,此外,吉隆坡、釜山、慕尼黑、奥克兰、巴塞罗那等航线也将在季中陆续恢复。南航夏秋航季新开北京大兴至莫斯科航线,每周4班,6月19日起增至每日1班。后续还将开通北京大兴至伦敦等国际航线。

不仅是国内航司,外航也在加密国际航线。荷兰皇家航空(以下简称“荷航”)也于近日公布了2023年夏季中国区航班时刻表,将在中国区市场4个目的地共计运营19个客运航班。其中,阿姆斯特丹-北京、北京-阿姆斯特丹航线均于5月26日起增加至每日1班。

法航荷航集团中国区总经理韦迈伦表示:“我们将在2023年夏季恢复及增加中国区4个目的地的航班。期待在2023年夏季迎来国际航空业的复苏。”

谈及暑期机票价格是否会进一步走低,民航业内人士李瀚明表示,目前仍不能下定论。“机票价格受到多种因素的影响,包括签证、游客的旅游需求等。”

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:“从游客出游的构成来看,机票价格占比较高。而从长远来看,经过几个月的恢复期,随着国际航班运力的逐渐恢复,暑期出境游的性价比可能会相对较高,市场供给也会相对丰富。”

北京商报记者 关子辰 张怡然