

产经新闻

责任编辑:刘静
新闻热线:(010)84151603
E-mail:grrbcjxw@sina.com

一次罚款竟不抵一晚房价

——豪华酒店卫生乱象如何标本兼治

新华社记者 陈爱平 仇逸

2018年11月,国内十几家高端酒店连续曝出卫生乱象。近日上海相关部门对涉事酒店分别处以警告、罚款2000元的处罚,引发网友热议;被罚金额甚至抵不上有的酒店单间一晚房价。业界呼吁,“亮剑”酒店乱象还需“剑更锋利”。

网友直言:“2000后是不是少了一个万字”

2018年11月,一则名为《杯子的秘密》的网络视频曝光北京、上海、福州、贵阳、南昌等城市的十几家高端酒店存在服务员使用脏毛巾擦杯具与餐具等问题。在卫生问题被曝光后,上海、北京等地多家酒店公开道歉并披露整改细节。

日前,上海市有关区卫生健康部门对7家涉事酒店予以警告、罚款2000元的处罚。此前,同样被曝出卫生问题的江西南昌喜来登酒店亦被处以警告及2000元罚款。

在微博平台,“上海7家五星级酒店罚2000”话题短短1天时间内就吸引了1.9亿阅读量及7600多条讨论。众多消费者对如此轻微的处罚难以接受:“这罚款还不够住一晚酒店的钱”“2000后是不是少了一个万字?”“这样不痛不痒的处罚,有什么意义?”网络预订平台10日10时显示,7家涉事酒店每晚单间实时最低房价自1100多元至4400多元不等;最高则自4000元至上万元。

住酒店的安全与卫生是首要基本要求,客房清洁是酒店最基本的服务。为何罚款还不够这些高档酒店一晚的房价?

对黄浦区的一家酒店处罚公示显示,处罚事由为未按照规定对顾客用品用具进行清洗、消毒、保洁,或者重复使用一次性用品用具;处罚依据为《公共场所卫生管理条例实施细则》的第三十六条第二项;行政处罚的履行方式为警告,罚款人民币2000元。

《公共场所卫生管理条例实施细则》2011年起施行。上海市光大律师事务所高级合伙人吴海分析,行政处罚的原则包括法定原则和处罚与教育相结合原则,上海市有关区卫生行政部门的处罚体现了这两个原则。根据实施细则规定,如果这些酒店在接受处罚后逾期不改正,可以处以2千元以上、2万元以下的罚款;情节严重的,可以依法责令停业整顿,直至吊销卫生许可证。

有星无星,不完全是酒店定价的依据

业界分析,自律性差、行业标准滞后、监管力度不足是我国酒店行业日益凸显的问题,这也导致从经济型酒店到高端奢华酒店“卫生门”事件屡禁不绝。

中国旅游研究院院长戴斌认为,目前国内很多涉及旅游住宿服务的标准和质量判定,尚没有旅游发达国家那样可以直接引用的法律条款。从酒店退房时间到客房卫生保洁的标准判定,主要还是依靠行业惯例、行业标准和企业内部检查。旅游法等相关法律法规也只是做了原则性规定。

法律人士分析,“警告、罚款2000元”或是目前大部分有卫生问题酒店面临的处罚结果,不过其营业收入的九牛一毛。此次涉事酒店多是国际酒店品牌,单体酒店即便被处罚,仍能依靠品牌营销网络吸引住客。因此,酒店卫生事件往往被当作“公关事件”。

同时,2010版的《旅游饭店星级的划分与评定》作为行业标准,对绝大多数市场主体缺乏强制性约束力。业内人士透露,甚至有星级饭店避开评定或主动申请“摘星”,“自定义”豪华而避开星级评定约束。

上海旅游部门2018年初公布的信息显示,上海星级饭店共有229家,在此次被曝出卫生乱象的7家高端酒店中,上海宝格丽酒店、上海璞丽酒店、上海外滩华尔道夫酒店并不在星级饭店之列。而这些“无星级”的酒店,房间价格却等同“五星级”甚至远高于“五星级”。

对此,上海市旅游饭店星级评定委员会主任黄铁民也表示出无奈:在促进我国饭店行业多年发展后,星级评定标准已体现出一定的滞后性。例如,标准对酒店硬件设施方面的要求比较严格,对服务水平、流程完善程度的约束条件相对少一些。

上海旅游部门有关专家指出,从更深层次看,酒店工作服务人员收入较低,且近年外包人员占比日益提升。部分酒店缺乏对这些服务人员的有效奖惩激励标准,甚至一味压缩成本、增加岗位任务量,形成了恶性循环。

“亮剑”酒店乱象还需“剑更锋利”

对于酒店卫生乱象,我国卫生、旅游、市场监管等主管部门主要在法律授权的范围内行使公开约谈、谴责、指导整改等行政权力。专家认为,向酒店乱象“亮剑”还需“剑更锋利”,我国应进一步完善市场监管体系,尤其是完善相关法律法规,对于存在卫生乱象的酒店予以重罚,依法保护消费者合法权益。

岳成律师事务所合伙人岳屾山表示,虽然《公共场所卫生管理条例实施细则》规定,公共场所卫生问题情节严重的,可以依法责令停业整顿,直至吊销卫生许可证,但是,上述规定还应进一步细化,提高操作性。他说,“应该明确‘情节严重’的具体含义,让管理机构严惩问题酒店有理有据。同时,对引起消费者焦虑、恐慌的案例提高处罚标准。”

对于检查出来的问题和相应的处罚措施,他建议,相关部门要及时公示和通报,并将重要信息体现在问题酒店的订房平台等消费者容易查询的平台上,保障消费者明白白消费。同时倒逼问题酒店警醒并尽快改正。

黄铁民建议,未来星级酒店标准完善的方向,应将卫生安全不合格等作为其评星的“一票否决”事项。同时,在酒店房间清洁流程、员工单日最高工作量、基层员工待遇等方面增加可操作、人性化的设置,促进行业健康发展。

(据新华社电 本报有删节)

据预测,2020年我国冰雪产业总规模将达到6000亿元,2025年我国冰雪产业总规模将超过1万亿元

冰雪产业:“冷资源”成为“热经济”

本报记者 吴铎思

白雪皑皑的滑雪道上,成群的滑雪爱好者呼啸而过。跨年之际,新疆的“冰雪盛宴”陆续开幕:和静冰雪那达慕节、乌鲁木齐齐花灯冰雕灯光秀、喀纳斯“冰雪风情节”……据官方数据显示,2018年12月至2019年4月,新疆各地共计196项活动陆续开展。

随着2022年北京冬奥会的成功申办和“3亿人参与冰雪运动”宏伟目标的制定,我国冰雪产业迎来了前所未有的黄金发展期,冰雪产业已成为“热经济”。据预测,到2020年,我国冰雪产业总规模将达到6000亿元,到2025年,我国冰雪产业总规模将超过1万亿元。

在政策和资本的“双引擎”助推下,冰雪产业正逐渐成为我国体育产业板块中不得不提的重要领地,并将迎来跨越式发展。

冰雪经济受热捧

冬季以来,新疆各地州市推出一批具有地方特色和季节特点的冰雪旅游、温泉旅游、生态旅游、乡村旅游等冬季旅游产品。“之前从来没有感受过,感觉太好了!”在乌鲁木齐一家滑雪场滑雪的游客罗明春激动地说。记者了解到,进入冬季以来,新疆各地滑雪场的接待游客数都很高。阿勒泰市将军山滑雪场日接待滑雪者1000多人次,其中许多人是内地游客。

北方高寒如今却成为吸引游客的重要因素,每年元旦前后,新疆昭苏都会举行冰雪系列文化活动,有“雪色浪漫”冬季节、“冰雪骑缘”赛马节等创意活动;冰雪+体育、冰雪+民俗、冰雪+文化等深度融合的冬季特色旅游产品,则已在内蒙古、黑龙江等“极寒”城市逆风“热效应”。

目前,哈尔滨冰雪旅游产业已占全市旅游产业的一半比重,吉林省冰雪旅游综合收入占到该省全年旅游综合收入的1/3……

2022年北京冬奥会的举办将推动张家口冰雪



本报记者 吴铎思 摄

旅游进入黄金发展期,当地预测,2022年张家口全市冰雪产业总体规模将达到1000亿元的目标。预计到2025年,全市将建成滑雪场30家,雪道600条、总长度达500公里以上,滑冰馆3个、室外滑冰场50个以上,可接待游客2000万人次。

中国旅游研究院发布数据显示,2016年至2017年冰雪季,中国冰雪旅游市场规模达1.7亿人次,到2021年至2022年冰雪季,中国冰雪旅游人数有望达到3.4亿人次的规模,市场潜力巨大。来自途牛旅游网预订数据也显示,冰雪观光成为冰雪旅游的主要类型,其人数占我国国内冰雪旅游总人数的72.4%,滑雪休闲度假游客占我国国内冰雪旅游总人数的27.6%。

根据《2018中国冰雪产业白皮书》显示,我国现有冰雪小镇26个,而2015年时全国只有8个,预计在2020年将会达到40个左右。冰雪小镇目前的经济规模约为220亿元,占冰雪旅游市场规模的55%,已成为冰雪旅游最重要的经济主体。冰雪小镇推动当地的酒店、商业街、温泉、房地产等蓬勃发展,衍生出的“白色经济”产业链条具有很强的带动性。

政策吸引资本入局

业内人士指出,当前我国冰雪经济快速发展与国家政策的导向息息相关。据了解,2016年8月,国家体育总局、发改委等4部门联合发布《冰雪运动发展规划(2016-2025年)》,明确提出到2020年直接参加冰雪运动人数超过5000万,“带动3亿人参与冰雪运动”,2020年冰雪产业总规模达到6000亿元,2025年达到1万亿元。此后,有关冰雪产业发展政策陆续出台,号召和支持社会资本参与群众冬季运动推广普及。

新疆、内蒙古、黑龙江、吉林、北京、河北等冰雪资源丰富地带,都对冰雪经济寄予厚望。相关机构认为,冬奥会的举办将实现我国冰雪运动跨越式普及。同时,在各项配套政策的加持下,冰雪产业迎来了极佳的发展契机,冰雪运动、冰雪旅游、赛事和装备等产业将全面开花,形成全方位的冰雪产业链。

张家口崇礼、吉林长白山、北京近郊、黑龙江等地都成为冰雪度假区选址的必争之地。据初步统计,四大热点区域雪场投资总额已经超过1000亿元。

最近,中国人民大学发布的一项“全国冰雪运动参与状况调查”显示,目前黑龙江、吉林、辽宁等传统冰雪运动省份,冰雪运动的群众参与率达42%,而西北华北的省区则为25.9%,发展空间很大。

据《中国冰雪产业发展研究报告2018》显示,2018年,国内滑冰场数量达到334家,与2017年度的259家同比增29%。

与此同时,这一产业开始出现拥有资金实力的大型房地产企业。国内新开张的滑雪场大多不再只以体育功能为主,而逐渐升级成为了集滑雪场、自持酒店商业和可售物业于一体的滑雪主题度假村模式。

2018年5月,雪族科技正式对外宣布获得3000万元A轮融资。业内人士认为,从长远来看,冰雪产业必然会爆发,只是有一个量变到质变的过程。

抓住冰雪产业“风口”

“快速发展的冰雪产业背后也隐藏着不容忽视的痛点,没有相关标准,制度缺失,同时专业人才匮乏、大众普及度低。当前需要解决这些问题,才能让这一产业走得更远。”相关人士指出,冰雪产业的发展之路依旧任重而道远。

“风口”已经来临,如何抢抓冰雪旅游、冰雪消费、冰雪赛事、冰雪运动培训等商机,则成为一个问题。业内人士指出,冰雪经济产业链长,涉及冰雪健身休闲、场地及配套设施建设、器材装备的开发和生产销售、赛事培训以及相关产业如旅游、地产、酒店、餐饮、娱乐等,要让这种消费模式可持续、常态化。

当前各地都在发展冰雪经济,但同质化问题也较为严重。因此,各地要抓住自己的特点,形成自己的“卖点”,要让产业更有文化内涵、科技含量大。围绕冰雪旅游主动延伸产业链,增加冰雪度假类产品,冰雪民俗体验性旅游产品,提高产品文化内涵、科技含量。

政府部门要积极引导,培养滑雪爱好者,让滑雪成为越来越多人的度假方式,成为他们的日常。编制好冰雪产业发展规划,为冰雪旅游的差异化、特色化发展以及冰雪旅游项目的招商引资与营商环境优化打好基础,完成冰雪旅游资源开发利用的顶层设计。

“他消费”崛起考验商家智慧

本报记者 赵昂

在天猫发布的“2018年度新品”获奖名单,不少受男性消费者偏爱的商品名列其中。而天猫与阿里研究院发布的《2018中国新品消费趋势报告》更显示,在以女性消费者为主要目标消费群体的护肤品行业,男士护肤品成为销售新趋势。

在很长一段时间,零售业者不从单线上还是线下业务,一直都将女性作为主要的目标消费群体。从实体商场不同类型商品的分布楼层,以及各大网上购物平台首页所展示的商品内容就可见端倪。从某种意义上来说,男性消费者的消费需求一直处于被低估的状态,即便是销售一些男性专属消费品,商家不论是销售方式还是推广手段上,目标消费群体依然是为男性亲属购物的妈妈、妻子或女儿,商业零售是不折不扣的“她消费”

模式。

如今,以男性消费为现象的“他消费”正在崛起,而这一新趋势,影响的不只是零售业。根据移动互联网大数据公司QuestMobile的数据,我国男性移动互联网月活数量已经达到5.9亿,而随着经济发展和收入增加,男性消费者更加意识到,消费可以彰显自己的品味和地位,也开始关注自身的容颜、健康和快乐,并愿意为之消费。

与女性消费者购买的商品多为化妆品、服装鞋帽箱包不同,男性的消费领域更加广泛,从运动健身、电子产品、家用电器到小众文化产品不一而足。与此同时,“他消费”的支出金额并不逊色于“她”,比如家庭选购什么样的汽车,通常是由“他”决定的。

更为关键的是,“他消费”的领域不局限于零售业本身,这是因为,男性在商旅群体中的占比更大。有数据显示,在整体商旅群体中,男性占比超

过六成,而在消费能力较高、人数占比最大的26~55岁商旅群体中,男性人数是女性的两倍以上。商旅群体对于交通、美食、旅游方面的消费需求更大,也更加追求服务的品质,也就是说,在提供交通、住宿、餐饮、文化、生活等服务的平台上,“他需求”不容忽视,甚至可能成为未来的消费大趋势。

事实上,不论是选购商品还是选择服务,男性消费者的消费行为习惯,从价格敏感度、选择偏好再到消费时间段,都与女性消费者有一定的不同之处。比如,男性消费者不喜欢漫无目的的逛商场,通过“逛”的方式来了解市场,不管是逛实体店还是网上浏览。相反,他们喜欢事先做好功课,直奔主题,在这样的情况下,简洁明快的装修和导购风格,既适用于实体店,也适用于网上商家。

“他消费”趋势所影响的,不只是商家本身,也包括了商品或服务的设计者。当汽车商家为了满足女性消费群体的喜好而为车辆设置多种外观颜色时,

产经观察



楚林 摄/东方IC

跨境电商进入下半场,如何抓住新机遇?

本报记者 李国 实习生 康雪颖

“以前通过跨境电商买买买时,规定一笔不能超过2000元,很不方便。但凡好一点的包包、美容护肤品,一旦被海关查扣的话都只能退单。而由2000元提高到5000元限额后,基本上一些轻奢类的商品都可以采购了。”1月13日,家住重庆南岸区的海淘一族彭女士对《工人日报》记者说,对于跨境电商的担忧,她最关心的就是限额的提升。

今年1月1日起,开创了我国电子商务立法先河的《电子商务法》正式施行。与其同时生效的,还有作为跨境电商最主要监管机构的海关颁布新规。这令许多原本的“法外之地”被纳入监管范围,风靡一时的海外代购或退出舞台。而交易限值的提高,将大幅度增加商品范围,消费者就有了更多选择!

“全球贸易环境在发生巨变,科技手段与产业的深度结合将极大提升跨境贸易效率。跨境电商平台迎来更大的发展机遇和挑战。通过整合发展海外商品与中国好物,将充分提高平台商品丰富度,给有不同需求的用户提供海内外优质商品,为用户提供更好的购物体验。”

跨境电商交易规模近8万亿元

2018年以来,我国三次降低部分消费品进口关税,海关等出台提升我国跨境贸易便利化水平的措施等,也都为跨境电商的发展创造了条件。不仅仅是政策红利,国内消费升级趋势带动下的跨境进口市场迅猛增长,更是为跨境电商带来广阔商机。

业内人士指出,“按个人自用进境物品监管”是将电商平台的购买者定义为个人,主要目的是用于个人使用。对于跨境电商而言,给他们更加明确合理的定性,那么相关的关税减免就更有合理的依据。随着跨境电商平台税负减轻,消费者购买商品的价格将降低。

1月9日,国内权威咨询机构易观发布了《2018中国跨境出口电商发展白皮书》。数据显示,2018年中国跨境出口电商行业交易规模达7.9万亿元。跨境电商目前在广东、浙江、福建等网络、物流比较成熟的沿海区域发展相对更为活跃,其中广东以56.99%居首,浙江和福建占比均超过10%,近年来均呈现爆发式增长态势。

据《2018跨境消费新常年轻人群洞察报告》显示,截至2018年10月,跨境电商进口总额同比增长53.57%,商品进口来源地已分布于全球超200个国家和地区,进口值超100亿元。预计2020年,中国跨境电商消费用户超过2亿人。

在“一带一路”发展背景下,跨境电商迎来难得的发展机遇。未来,中国跨境电商将向着全球化、品牌化方向发展。

资本争相布局跨境电商3.0

目前,海外电商市场结构相对分散,伴随跨境电商的发展,行业将会从野蛮生长向逐步规范转变。未来,物流、资金流、信息流将三流合一,形成交易闭环,围绕跨境电商形成一个生态链和服务链,将会是行业发展的大趋势。

为配合支撑新政实施落地,天猫国际近日发布了《2019年发展计划:布局新增试点城市,在原先100万平方米保税仓基础上继续扩展,3年内达到20个保税仓及10个海外仓;推出“双百计划”,今年加强与100+海外大集团品牌的合作,将跨境电商商品扩充到100万以上。

苏宁国际有关负责人称,跨境电商市场在未来

将有更大的发展,并会成为跨境网购的主流。而随着95后消费人群的不断增长,除了国内市场上的海外“爆品”之外,更多新奇有趣的海外“潮品”将是未来跨境电商引进的新方向。“苏宁国际计划在2019年开设线下体验店,开设更多的海外直邮仓,引进更多的海外品牌方”。

电子商务研究中心监测显示,去年有多个跨境电商平台成功获得风投:KK馆在4月份获得经纬中国、璀璨资本等机构的7000万元投资,宝妈环球购在4月份获得九宜城的千万元级投资,别样在5月份获得凯鹏华盈、高瓴资本等机构2000万美元的投资。而最值得关注的无疑是小红书,在6月份它获得了由阿里巴巴领投、金沙江创投等机构跟投的3亿美元投资。截至2018年11月,中国进口跨境电商行业已披露的融资额累计超30亿元人民币,包括八起跨境电商进口融资。

业内人士指出,现在跨境电商进入了3.0时代,最显著的特征就是多平台、多品类、多渠道。要想在3.0时代在跨境电商的跑道中脱颖而出,要做的是在原有品类里面继续做好垂直深耕,做好定制化需求,同时积极拓展销售更多的国家、更多的市场、更多的品类。

电子商务研究中心主任曹磊表示,随着跨境电商进口领域的快速发展,将涌现更多行业顶尖企业。众多资本的争相布局,也将进一步推动跨境电商领域的大发展。

###