

走到镜头前的云南旅游:一边自救一边转型

本报记者 黄榆

随着疫情逐渐好转,近来,被压抑的消费需求开始释放,多地旅游市场逐步复苏。作为国内旅游热门目的地,云南已于3月重启省内游,但跨省游仍未解封。

记者近日采访发现,疫情倒逼旅游市场发展新业态,云南各景点、旅行社纷纷走到镜头前自救。在此过程中,有的旅行社摸索出跨界合作“新玩法”,有的景点发力挖掘旅游“新内涵”,云南旅游市场转型步伐明显提速。

旅行社忙着跨界

“宝宝们,这是来自怒江的野生松露,品质最好,它味道鲜美,营养丰富,个头小的这种松露一公斤750元,这种个头大的一公斤1350元……”6月4日,在云南木水花野生菌批发市场一家卖松露的商铺门口,导游主播“版纳小姐姐”正在直播,为粉丝代购新鲜的野生菌。这种新鲜的直播带货方式吸引了附近不少卖野生菌的商户,大家纷纷前来围观。

“版纳小姐姐”郑璐之前是导游,今年受疫情影响,旅游业处于停滞状态,于是她和同事转行做起了直播,销售农副产品。“我们是做导游的,平时走的地方比较多,了解各个地方的特色,知道如何去介绍产品,所以就想通过直播售卖农副产品。”

记者了解到,目前昆明200多家旅行社

导游直播卖松露,景区直播喂海鸥

阅读提示

疫情之下,旅游市场被“逼”向新业态,云南各景点、旅行社纷纷走到镜头前自救。有的旅行社摸索出跨界合作“新玩法”,有的景点发力挖掘旅游“新内涵”,云南旅游市场转型步伐明显提速。

中,有10%左右的旅行社开始探索与其他行业跨界合作。虽然占比不算高,但对整个行业触动很大。有的旅行社一边积极策划、推出省内游线路,一边通过直播卖土产生鲜、直播预售旅游产品、直播推广云南旅游资源,将多行业合作做得风生水起。

“数字经济突破时空局限和产业界限,正打破传统企业边界和成长规律。”昆明市旅行社行业协会会长朱伯威表示,区域性旅游经济的发展离不开客源,而掌握客源的旅行社,在其中发挥着不可替代的龙头作用。通过对相关资源、要素进行聚合,旅行社跨界合作将产生1+1>2的协同效应,既提高收客率,也提高营销成功率。

各景点争相“上云”

人在家中坐,景从云南来。疫情以来,整个行业被倒逼着不断发展新业态,云南旅游有了“新内涵”。

7点钟伴着梅里雪山日出吃早餐,9点钟惊喜地发现西双版纳野象出来遛弯儿,15点看普洱茶山顺带动手杯泡下午茶……疫情发

生后,云南旅游官方平台“游云南”推出“云旅游”服务,每天精选热点旅游线路,对A级景区的100多条美景实时直播,将云南900个景区搬到线上。目前,已吸引超过2000万人次游客“云游”。

疫情期间,滇池畔“没人喂的海鸥”一度成为微博热点话题。此前,昆明草海大坝景区、海埂公园推出“揭秘疫情期间海鸥们真实生活”直播。短短一小时,全网观看量达到70万人次。

云春游,云赏花,甚至云喂鸥……记者了解到,今年以来,上云、上直播成为云南不少景区的共同选择。业内普遍认为,“云旅游”不仅可以有效丰富线上文旅产品创新供给,更能让景区景点保持关注度,吸引潜在游客。

“随着移动互联网的发展,游客追求个性化与自由行的需求日益显著,传统的说教式导游导览方式已经无法满足他们的需求。”有业内人士向记者表示,“云旅游”并不仅仅是“网络抵达”,而是对旅游目的地的深度探索。通过互联网展现景区旅游特色及文化内

涵,既为后续线下引流打下基础,又赋能旅游行业,或将带来新增长点。

政策发力支持文旅转型升级

4月初,旅游数字营销机构龙途互动的一项调查显示,疫后国内游行程中,云南省排名目的地热度第一位,其中丽江、大理、昆明均为调研对象提到的热门城市。

本次调研还发现了游客从疫情中走出来后,旅游观念将发生改变,许多人将会有更强的安全意识,对于选择旅游地点,会更加关注环境卫生好的地方,远离野味,同时更加珍惜和家人在一起的时光。更多人将会关注如何建立健康的生活习惯,不能像过去一样为了赚钱牺牲了更重要的东西,生活以快乐幸福为目标。

业界普遍认为,这对旅游市场的产品和服务提出了更高的要求。云南省文化和旅游厅有关负责人表示,云南将在促进旅游市场恢复方面出实招,通过“营造良好的旅游市场环境、树立云南诚信旅游品牌”来提升旅游服务质量。同时,通过推出文旅新产品、出台差别化用地政策、支持A级景区创建等措施,加快推动文旅产业转型升级进程。

此外,云南还将实行旅游景区门票优惠,省内实行政府指导价A级以上旅游景区,年内门票价格全部五折优惠。对旅行社组织的团队游客,通过“一部手机游云南”平台订票,还给予门票全免的政策。



开展房地产市场专项治理,要求定期上报成交信息

深圳频频出手整治楼市乱象

本报讯 (记者刘友婷)近期,深圳频频出手,整治楼市乱象。日前,深圳市住房和建设局发布通知,要求各房地产经纪机构每月7日前上报上一月居间成交的二手房商品房成交价格等相关信息。

根据通知,为准确把握二手房商品房市场真实交易情况,为房地产市场发展提供预期研判,各房地产经纪机构每月7日前上报上一月居间成交的二手房商品房成交价格等相关信息。上报内容包括单套房屋属性、楼盘名称、户型、建筑面积、挂牌价格、挂牌时间、成交总价、成交时间等。

“深圳市住建局并没有直接掌握深圳二手房的成交价格信息,而要求房地产经纪机构定期上报二手房商品房成交相关信息有利于政府采集相关数据。”房地产研究人士徐枫告诉《工人日报》记者,价格机制是市场的核心,主管部门需要掌握实时的数据信息。

记者了解到,近期,针对深圳二手房价在疫情后连续上涨,相关部门频频出手。在获悉宝安区TATA公寓与鸿荣源壹方中心、龙华区金亨利首府与星河丹堤部分二手房挂牌价格虚高后,深圳市住建局对涉事楼盘第一时间进行核查,同时对房地产经纪机构二手房

挂牌价格进行排查。5月22日,市住建局会同宝安区住建局对TATA公寓、鸿荣源壹方中心周边的房地产中介机构进行现场检查,部分挂牌价明显高于近期真实成交价的房源已全部下架。

据了解,深圳近期正在开展房地产市场专项治理行动,排查、监督房地产市场违法违规行为,包括捂盘惜售、价外加价、虚假广告、发布虚假房源、恶意哄抬房价、违规挪用各类信贷资金进入房地产市场、捏造和散布不实言论等。一旦发现相关违法违规行为 and 楼盘,将及时予以曝光。

我国北斗三号最后一颗全球组网卫星发射窗口确定

中国卫星导航系统管理办公室6月15日透露

我国北斗三号全球卫星导航系统最后一颗组网卫星发射窗口定为

6月16日10时11分至10时50分

瞄准窗口前沿实施发射

新华社发 (边纪红摄)

5月经济运行延续复苏态势

工业生产继续回升,失业率总体稳定

本报北京6月15日电 (记者赵剑影)今天,国家统计局公布5月份国民经济运行情况。数据显示,我国工业生产继续回升,装备制造业和高技术制造业较快增长;服务业生产指数增速由负转正,现代服务业增势较好;市场销售逐步回暖,消费升级类商品和网上零售持续向好;固定资产投资降幅明显收窄,高技术产业和社会领域投资增速由负转正。

数据显示,5月份,全国规模以上工业增加值同比增长4.4%,增速比4月份加快0.5个百分点,环比增长1.53%。1~5月份,全国规模以上工业增加值降幅比1~4月份收窄。5月份,装备制造业和高技术制造业增加值分别增长9.5%和8.9%,快于规模以上工业5.1和4.5个百分点。

5月份,全国服务业生产指数同比增长1.0%,4月份为下降4.5%。1~5月份,服务业生产指数同比下降7.7%,降幅比1~4月份收窄。

消费方面,5月社会消费品零售总额31973亿元,降幅收窄;1~5月份,社会消费品零售总额138730亿元。基本生活类商品销售较快增长,消费升级类商品销售持续改善,网上零售持续向好。1~5月份,全国网上零售额40176亿元,同比增长4.5%;其中,实物商品网上零售额增长11.5%。

城镇调查失业率总体稳定,新增就业略有减少。5月份,全国城镇调查失业率为5.9%,比4月份有所下降;其中25~59岁人口调查失业率为5.4%,下降0.1个百分点。31个大城市城镇调查失业率为5.9%。1~5月份,全国城镇新增就业460万人,与上年同期相比少增137万人。

北京快递业全面提升疫情防控等级

本报北京6月15日电 (记者甘哲)近期,北京市新增多例新型冠状病毒肺炎确诊病例。为切实做好行业疫情防控工作,北京市邮政管理局按照国家邮政局相关要求,进一步加强行业疫情防控措施。6月13日起,北京邮政快递业全面提升疫情防控等级。

据了解,北京市邮管局要求,各寄递企业要严格落实企业主体责任,坚持“三防”“四早”“九严格”,加强对全市网络尤其是基层网点的管理,确保疫情防控措施落实到位,密切关注并及时报告从业人员身体健康状况。

北京已安排各企业切实加强值班值守,切实加大监督执法力度,督促企业按照国家邮政局《疫情防控期间邮政快递生产作业场所操作规范建议(第四版)》的要求,严格执行体温监测、场所定期通风消毒、佩戴口罩、保持间距等防护措施,指导企业优化生产作业组织,减少人员密度和接触频次,最大程度降低聚集性感染风险。

同时要求各派出机构、各企业实行24小时在岗值班制度,随时保持通讯渠道畅通,认真排查各项疫情防控措施落实情况,一旦发生突发事件,要及时报告,果断处置,配合相关部门做好疫情防控应急处置工作。

淮河流域内8座中小型水库水位超汛限

据新华社合肥6月15日电 (记者姜刚)记者15日从水利部淮河流域委员会了解到,受9日以来降雨影响,淮河流域内多座水库出现涨水过程。截至15日8时,淮河流域内8座中小型水库水位超汛限,具体包括1座中型水库和大别山区7座小型水库。

9日至14日,淮河流域普降大到暴雨,局地大暴雨,流域面平均降雨量69.4毫米。截至15日8时,淮河干流王家坝、正阳关水位分别为21.11米和17.24米,较前一日分别上涨0.56米和0.62米。淮河南部山区大型水库水位较前一日上涨0.01米至2.93米不等。

与此同时,淮河流域内1座中型水库水位超汛限,即位于河南省信阳市罗山县的小龙山水库水位54.05米,超汛限水位0.05米;淮河流域内大别山区7座小型水库水位超汛限(超0.04米到1.91米不等),这些水库主要位于安徽省六安市和安庆市。



上海助推“夜经济”绽放新活力

6月15日,人们在上海市五角场太平洋活天地逛夜市。

从6月初开始,随着上海首届夜生活节启动,上海市的多处地标性夜生活集聚区从主题、氛围、业态、艺术文化、社群活动和社交互动等层面进行了升级,助推上海“夜经济”绽放新活力。

新华社发 (王翔摄)

连锁百强榜单透露了什么?

经济观察

本报记者 杨召奎

近日,中国连锁经营协会发布2019年中国连锁百强榜单。一年一度的中国连锁百强榜单,向来是观察中国零售行业过去的表现以及未来发展风向的重要窗口。

榜单显示,百强销售和门店数量绝对值依然保持增长,但增长幅度整体放缓。2019年,百强企业销售实现正增长的有73家,比上年减少5家;销售出现负增长的有27家,降幅同比扩大1.2个百分点。2019年门店数量下降的企业数比上年增加了8家,共计29家。

尽管行业增长幅度整体放缓,但仍有

18家企业实现销售和门店两位数增长。其中,永辉、盒马鲜生、美宜佳、百果园等10家企业连续两年保持两位数增长。在复杂的外部经济环境之下,这些企业的良好表现,给了行业从业者信心,也展示了行业的发展潜力。

从业态来看,便利店依然发展强劲,社区超市后起直追。2019年,便利店销售增幅为16.5%;专业店、超市、百货店分别为10.4%、4%、0.7%;便利店门店增幅为7.8%,超市、百货、专业店分别为7.7%、2.4%、1.5%。超市业态中增长最快的是社区超市,销售和门店增幅分别达到16.5%和16.9%。这说明“小店经济”越来越受行业重视。

值得一提的是,在内外压力之下,线下零售企业也在积极求变。2019年,百强企业持续对百货和大卖场业态进行购物中心化改

造。数据显示,经营百货店的百强中,有近一半企业对门店进行了改造,改造的门店约占企业总店数的30%;经营大型超市的百强中,有近四成的企业对大卖场进行购物中心化改造,改造门店占总店数的30%。

与此同时,新技术、新模式、新方法给行业发展注入了新活力。

首先是拓展线上业务。2019年,连锁百强企业线上销售增长28.7%,高于全国实物商品网上零售额增幅9.2个百分点。线上销售规模达5000亿元。以位列榜单首位的苏宁易购为例,在零售场景上,该企业拥有完整的线上线下双线场景,实现了全渠道、全品类、全客群的经营和发展。去年“双11”前夕,银泰百货则成为全国第一家全面上云的百货企业。

其次是布局到家业务。榜单显示,百强

企业的超市业态普遍开展到家业务。其中约三分之一的企业到家业务已在全部门店铺开,约一半企业则在部分门店运营,其余企业还在尝试阶段。到家业务的逐步拓展,也对门店营收和客单价产生正向影响。

最后是开展拼团、直播以丰富渠道。调查显示,超市类百强企业有近六成开展了社区拼团业务,其中过半数处于尝试阶段,社区拼团业务占超市销售比例大约为2%。短视频、网上直播等作为新的渠道,也有约三成百强企业导入。

从今年疫情来看,拓展线上业务,布局到家业务,开展拼团、直播丰富渠道等,恰恰是零售企业对冲疫情的重要举措。在业内人士看来,企业在这些方面的持续发力,将影响未来零售行业创新发展的格局。