

■时评

文·闫祥岭 萧海川

改善旅游环境要用“大破”促“大立”

近年来,每到旅游旺季,各地都有游客“人在囧途”事件发生,这为国内旅游环境敲响了警钟。各地旅游业只有深刻反省现有发展模式,才能尽快转型升级,为新常态贡献更多绿色GDP的正能量。

今年春节期间,我国出境游人数再创新高。在这种趋势下,国内旅游环境提升改善刻不容缓,否则,游客会用脚投票。当然,旅游业的流动性、跨地区性等特点,在客观上提高了监管难度。但各地有关部门应有打破行业潜规则、用“大破”促“大立”的勇气和魄力,直面旅游环境不佳、服务水平不高、商品性价比失衡等诸多顽疾,从供给侧改革入手,抓住质量、价格、诚信、监管等要素,从根本上提升旅游业综合管理水平,将行业升级融入国家经济转型发展大潮。

称为黄金GDP,其重要意义毋庸赘言。我国旅游人口基数大,消费力强,需求旺盛,是盘活国内市场,拉动社会消费的宝贵优势,也是我国旅游业提升发展品质的独特资源。随着生活水平提高,群众对旅游消费的要求日益升级。如何让旅游业转型升级速度跟得上群众需求增长的节奏,是摆在相关部门面前的一道必答题。面对各地不断出现的旅游纠纷,如果出台政策依然隔靴搔痒,市场整治照旧“雨过地皮湿”,带来的只能是面上暂时好看,会耽误旅游业转型升级的契机。

苹果支付 高冷范儿也有春天

■将新闻进行到底

文·本报记者 杨纯

顾客:“可以用Apple Pay吗?”店员:“别说英文,听不懂!”
顾客:“……可以用苹果支付吗?”店员:“你怎么这么牛,你咋不用猕猴桃支付呢?”
这是朋友圈最近流行晒的段子,自2016年2月18日凌晨5时,苹果公司宣布正式开放中国地区的Apple Pay支付服务之后,Apple Pay成了近来朋友圈刷屏的内容之一,“果粉”们争先恐后体验这种新移动支付方式。

2月19日22点54分的统计数据显示,招行客户绑卡数超过百万。
虽然不少人吐槽,绑卡过程不顺利、目前支持的商户也非常少,但中国移动支付行业这位“高大上”的对手——苹果CEO库克说过,“我们要取代你们的钱包”。和他有同样目标的还有阿里巴巴董事局主席马云,他曾表示,支付宝的对手不是Visa,不是Master,也不是银联,支付宝的对手是现金,“我们应该争取消灭现金”。
微信、支付宝、Apple Pay未来会不会形成三国争霸的格局,取代我们的钱包?又或者Apple Pay会遭遇文化差异、水土不服。现在,似乎还难有定论。



调查,调查发现,去年年初,iPhone 6的持有者中,22%的用户每个月至少使用过一次Apple Pay;而到去年底,只有20%的用户每个月至少使用过一次Apple Pay。
在过去一年,Apple Pay在美国、英国对于商家的落地也并非一帆风顺。公开信息显示,“以美国为例,参加苹果公司这一Apple Pay服务计划的包括花旗集团、美国银行等美国大型银行,以及万事达、Visa和美国运通等信用卡公司。不过对于商家来说,尽管苹果宣布其零售业务合作方包括梅西百货和麦当劳,美国部分大型的零售商还是没有出现在清单中。而这些大型零售商可能更倾向于形成自身的移动支付系统。”

——看现状——
海量用户,苹果支付人气颇旺

苹果并没有公布Apple Pay的具体数据。但在上一季度财报中表示,Apple Pay自推出以来保持着两位数的月增长率,交易额已经达到了数十亿美元。
自2014年10月20日正式推出起,Apple Pay已经在美国推广了14个月时间,comScore数据显示,苹果在美国的市场份额始终保持保持在43%左右。根据这一比例,再以美国智能手机市场出货量来推算,从iPhone 6发布至今,苹果至少已经在美国销售了超过7000万部支持Apple Pay的机型。得益于苹果在美国占据主导的市场份额以及苹果大规模的营销推广力度,Apple Pay从一开始上线就得到了美国海量iPhone用户的关注。
不过,网站First Annapolis在今年2月做了一次

——争用户——
不靠补贴、优惠券,靠的是“范儿”

要通过补贴策略降低商户费用。但是无论苹果、银联和银行,补贴策略都不是其擅长的领域。而且,银联和银行在给苹果切了一块收益的前提下,是否有分担补贴的动力也是一个问题。他表示,如果没有有效的补贴策略,Apple Pay的新市场拓展就难以占据领先水平,无非就是帮助现有的银行卡体系在安全和便捷上,进行一次技术改造,让消费者(付款人)在覆盖了POS的地方,多一项比银行卡更好的支付选择。
虽然目前Apple Pay已经得到19家银行支持,为了吸引用户绑卡,各家银行也推出各自优惠活动。比如招商银行星巴克采用Apple Pay支付60返15诸如此类,但很多预测都认为,不一定所有商户都有动力引导持卡人使用Apple Pay,除非Apple Pay像支付宝扫码支付一样有补贴或捆绑优惠券来争取商户收银台的支持。但这还是苹果吗?

——抢市场——
苹果想联吴抗曹,银行想草船借箭

移动支付的成功,取决于三个因素:安全、便捷、费用。
3天前,网友Vi在朋友圈说,“美团外卖可以Apple Pay,不用在支付宝/微信之间来回跳转,点一下就付款完成,然后关闭app,真的好用。”黄嵩表示,在使用便捷上考虑,支付速度、支付工具和支付场景。Apple Pay只要靠近POS机,按指纹即完成,比支付宝或微信支付步骤更简化。前者仅需2-3秒,支付宝和微信大约需10秒。但支付宝和微信支付中,是在点单中同步进行的。因此,从速度上而言,优势不那么明显。
另外,虽然从表面上看,三者都是拿着手机支付。Apple Pay属于客户在线下,通过硬件(苹果手机)进行支付。使用的近场通信(Near Field Communication,NFC)技术。黄嵩强调,因为支付宝和微信使用的是软件,载体是手机,任何智能手机都可以使用,未来还可能衍生到任何硬件上,比如智能手表、手环、身份证等等。目前的技术是二维码或条形码。而微信和支付宝都是属于线上软件支付。简单来说,Apple Pay只是一个卡片包,和中国逐步普及的支付宝和微信支付有着本质区别;后者可以通过网络完成线下支付、转账、网络购物以及储蓄理财等诸多

功能。
在支付工具上,Apple Pay有个硬门槛,必须是苹果手机的新机型。而支付宝和微信支付则可以任何智能手机,未来甚至可以衍生到任何载体。
绑卡成功的用户都感慨,目前能使用Apple Pay的商户有限。原因很大程度在于,目前国内的POS总数约2000万台左右,其中只有约700万台完成了非接触受理改造,预计到2017年5月所有POS将完成非接触受理改造。
虽然支付宝、微信支付和Apple Pay三者都不跟付款人直接收费。但支付宝和微信支付的推广,最常用的手段就是对商户采取低费率。
乐视创始人兼CEO贾跃亭认为,美国科技公司在中国一向遭遇水土不服的问题,而中国本土公司则对用户习惯把握到位。而就目前的情况来看,苹果也没有真正了解中国市场。
Apple Pay本质不是支付,只是把iPhone变成银行的一个通道。体验很爽,但苹果没有支付账户体系,只是借助和银行、银联的合作,把手机变成一张虚拟卡。没有用户数据积累,不集成金融服务。这实际上是银行和微信支付们的战争,苹果想联吴抗曹,银行想草船借箭。

■第二看台

“千元鱼”“百元粥”刺痛了谁?

文·李建平 强勇

哈尔滨“天价鱼”事件近段时间持续引发关注。鱼的斤两到底多少?鲈鱼是否为野生?渔村所开发票是真是假?一系列疑问被网友和媒体接连抛出。截至19日上午,涉事饭店已被哈尔滨市相关部门责令停止经营活动,对其他问题的调查仍在进行中。
近年来,“天价鱼”“天价虾”“天价海鲜”“天价炕”……各地频繁出现的旅游消费“天价”事件,不仅严重损害游客利益,也对我国旅游产业健康发展造成了不良影响。
“天价虾”“百元粥”频现“宰客”没商量
春节刚过,一位网名为“jack光头”的游客发微博称,春节期间在哈尔滨市松北区北岸野生渔村吃饭时被宰,仅一份铁锅炖鱼就5000多元,两桌饭一共“被宰了一万多块”。微博发出后迅速在网上发酵,引发网民对“天价”旅游消费的热议。
回顾近年我国旅游市场,每当长假旅游高潮退去后,各种旅游消费“天价”事件就会暴露出来,一次次突破大众心理底线。从东北“天价炕”到三亚“天价海鲜”,从青岛“天价虾”到常州“百元粥”,各种日常消费品在汹涌的客流和旺盛的需求中身价倍增,成为普通游客无法接受的“奢侈品”。
“在景区,只要掏钱消费就可能被‘宰’。”作为资深“驴友”,今年35岁的哈尔滨教师马丽丽每年都要假期出行,也见惯了商家各种“宰客”之道

“吃、住、购是旅游消费服务存在问题较多的方面。饭菜质量差,数量不够还是小事,一些旅游消费品卖出几倍甚至几十倍于商品本身价值的‘天价’是常事。多数游客虽然生气,但觉得维权麻烦,或者不敢维权,也就忍了。”马丽丽说。
记者采访中遇到了被高价面条坑过的黑龙江省牡丹江市市民高先生。据介绍,去年他到南方某城市旅游,因胃肠炎发作,只能吃面条或稀粥,咨询餐馆人员后得知做一碗普通的素面竟要80元钱。他求助导游讲价,可导游置之不理。
针对全国各地旅游状况,相关部门曾对1142名游客发放了1300份调查问卷。其中,对于旅游消费服务不满意的游客达半数以上。在吃住方面“宰客”是旅游消费“天价”事件的主要环节。
法律法规尚不健全 顽疾怎能总靠“投诉”解决?
尽管相关部门不断加大管理力度,但频发的旅游消费“天价”事件仍让消费者不满。
目前我国景区的餐饮业、商品及客房服务价格均属市场调节范畴,由经营者依据自身成本、供求关系等自主定价。哈尔滨市松北区市场监督管理局相关负责人说,市场上大部分商品价格由市场调节价决定,少数由政府定价、指导价,只有在一些突发情况或明显影响国计民生了才会调控。
专家认为,我国现有的《制止牟取暴利的暂行规定》尚难适应现阶段我国社会主义市场经济发展的需

要,不能满足广大消费者维权和政府有关部门的执法实际需求。
记者采访了解到,随着我国旅游消费市场日渐火爆,景区基层市场监管部门面临事多人少、年龄老化、监管手段滞后等局面,给旅游市场监管带来一定影响。一些地区还是主要依靠游客投诉来查处商家“宰客”事件。
有网友和消费者反映,一些导游与商家勾结联合“宰客”,手段高明,隐蔽性强,取证困难,给政府监管制造障碍。还有些商家利用我国市场经济体制不完善、相关法律法规不健全等,钻空子、打擦边球,大肆“宰客”,而监管部门却难以查处。
业内人士反映,目前各地市场监管部门对景区内各种价格违法行为监管比较严格,但对景区周边的餐饮、住宿企业监管相对宽松,属于监管薄弱地区。
记者梳理发现,“天价鱼”“天价虾”“百元粥”等“天价”消费事件并非发生在景区内。销售“天价鱼”的哈尔滨市松北区北岸野生渔村,距离哈尔滨冰雪大世界景区约4公里路程。
旅游消费的特性也容易产生此类事件。黑龙江省消费者协会专家认为,在面对流动性极大、需求旺盛的游客消费群体,部分景区商家常以“一锤子买卖”心态来经营,不考虑信誉问题。不少游客缺乏维权意识和积极性,助长了商家“宰客”的嚣张气焰。

整治旅游消费“天价”事件需出重拳
频繁出现的旅游消费“天价”事件,在损害消费者权益的同时,也侵蚀了国内旅游环境,让旅游行业长期在低水平徘徊,导致不少国内客源流失海外。专家认为,应该采取综合措施,对旅游消费“天价”现象标本兼治。
黑龙江闻名律师事务所主任律师王文明说,在市场经济环境下,一些行政干预更符合经济发展规律。但放开餐饮行业价格不等于商品可以坐地起价,当价格大大超出价值本身形成暴利,那就是“宰客”行为,应该对旅游消费“天价”事件予以严厉惩治,起到警示作用。
中国消费者协会律师团成员胡钢等人士认为,表面看旅游消费“天价”事件主要是旅行社和导游人员在违法、违规侵害消费者权益,背后有很多问题值得反思。各相关部门需从全行业高度审视旅游业体制、机制存在的问题,科学制订旅游业长远发展规划,保证旅游业健康发展。
黑龙江省社科院经济研究所副所长程遥说,从整体看,现在国内旅游业发展迅速,国内的旅游消费需求强烈,但旅游产品供给跟不上消费升级的需求,政府管理和服务水平也有待完善和提高。从长远看,应该通过推进旅游业改革,在强化旅游公共服务体系、治理旅游市场秩序等方面推动旅游消费不断升级。
(据新华社)

■图说

威风锣鼓迎元宵



2月21日,演员在甘肃省平凉市崆峒古镇民俗文化展演活动中表演威风锣鼓。
连日来,甘肃省平凉市崆峒古镇举办民俗文化展演活动,喜迎元宵佳节。
新华社发(杨昕摄)

市民游览元宵灯会



2月21日,市民在福州元宵灯会上拍照。
当日,全国各地群众通过民俗表演、猜灯谜、做花灯等丰富多彩的方式,迎接即将到来的元宵佳节。
新华社记者 宋为伟摄

开封市民赏灯游园



2月21日,游客在河南开封龙亭公园景区内赏灯游园。
当日,全国各地群众通过民俗表演、猜灯谜、做花灯等丰富多彩的方式,迎接即将到来的元宵佳节。
新华社记者 李安摄

乌克兰元宵灯节开幕



2月19日,在新西兰奥克兰,人们在元宵灯节上观看舞狮表演。
当日,一年一度的乌克兰元宵灯节开幕,今年的元宵灯节历经十六载首次搬家,乔迁至于市区的中央公园。
新华社记者 田野摄

蒙特利尔举办灯光节



2月20日,在加拿大蒙特利尔,人们穿戴发光设备参加第17届蒙特利尔灯光节。
当晚,第17届蒙特利尔灯光节拉开帷幕。蒙特利尔灯光节是世界著名冬季艺术和文化节日之一,每年吸引100多万游客。
新华社发(卡德里·莫哈默德摄)