

赴港旅游团减三成 内地游客都去哪儿了?

罗琦 秦伟 陈姗姗 报道

“香港现在过去安全吗?”、“反水货客行动严重吗?”、“说普通话会被赶走吗?”这是最近小伙伴们来香港之前必须询问的问题,而这些疑虑也是令香港旅行团骤减的原因之一。

在香港过去的清明节与复活节的小长假,赴香港旅游的游客稀稀拉拉,即便在尖沙咀海港城这样的旅游旺区,也变得不如过往拥挤。

非典以来最大跌幅

香港旅游业协会总干事董耀中称,今年复活节假期,内地访港旅行团数目同比下跌大约20%,而上月平均每天只有320个内地访港旅行团,与去年同期的470个旅行团相比,同比下跌了30%。这一跌幅是自2003年“非典”爆发以来最大的跌幅。

4月4日至6日是内地清明节三天小长假,根据香港入境事务处资料,这三日由内地赴港旅客总共为35.95万人,平均每日入境人数为11.98万人,与2014年平均每日入境人数12.87万相比,还要少7%。

面对赴港旅客大减的情况,4月8日,香港行政长官梁振英在公开场合称,今年三天清明小长假,无论是内地以“一签多行”方式、自由行方式或团体游,以及外国到港旅客人数,都较去年同期出现了全线下跌。过去几天长假期整体游客数字全线下跌是一个警号,本月将展开促销行动,推广香港旅游。

他认为,虽然旅客人数下跌可能与香港汇率价格和外围经济有关,但相信最近发生的反水货客行动是重要因素,他指出有关行动实际上是反内地游客的违法行动,严重损害香港作为旅游城市的国际声誉,必须遏止。

实际上,自今年以来,香港的人气就不如以往畅旺,令旅游业界忧心忡忡。香港旅游发展局数据显示,2月香港的酒店入住率下滑到86%,较2014年同期的91%下滑了5个百分点,有业界估计部分可能低至60%,多家五、六星级酒店入住率更同比减少20%至40%。

为了解救酒店业萎靡的情况,业界只能大减价促销,荃湾某家酒店,每晚房租由700多港元减至300一晚,还包早餐,另有酒店收888港元,2人入住送午餐和晚餐,但改善效果



仍旧不理想,分析人士称,随着旅客的减少,酒店空置的程度可能将持续。

更严重的是对香港工商铺的影响,曾经是全球租金最贵的位于铜锣湾罗素街的工商铺位,目前空置率达9%,创下了十多年以来的新高,有120多家月租过百万的商铺都无人问津。

香港美联工商铺行政总裁黄汉成对记者称,由于香港高档消费品的不景气,位于各个旺区的商铺租金都出现了很明显的下调,在续签的租约中,租金下调程度普遍达到了10%至20%。

“位于铜锣湾罗素街的太子钟表月租由120万港元跌至100万港元,这种情况是过去十几年都完全不会发生的。”黄汉成说。

黄汉成称,由于过去反水货客行动对香港旅游业的形象造成了极其负面的影响,加上过去铜锣湾等旺区的租金一直都处在上涨阶段,预计接下来旺区的店铺租金将出现大幅下跌,全年跌幅将达到20%至30%。

内地游客都去了哪里?

这一边厢,是赴港旅客的急剧减少,另一边厢,是赴日本、台湾、东南亚旅游的人数开始迅速增加。

清明假期适逢日本赏樱季,加之今年1月开始,日本政府放宽了对中国人发放签证的条件,以及日元贬值等因素,也吸引大量中国游客选择出游日本。日本外务省领事局称,今年3月通过旅游签证来日的中国人相当于去年3月的2.5倍,约达26.8万人次。去年全年的中国游客人数约152万人,而今年,仅1至3月就约有69万人出游日本。

“身边有朋友每季度去一次日本,都快当超市逛了。”上海的李女士对记者表示。

今年3月,上海的日本领事馆发出的签证数量是去年3月的2倍左右,单月发出签证数量创下新高,达到14.6万件。日本媒体报道称,因中国访日游客人数剧增,考虑到日本政

府发行的旅游签证可能无法满足游客数量,当地日本大使馆和总领事馆首次面向中国旅行团签发临时签证。

“中国人要把日本的药妆店、商场‘抢空’了。”赶在这个小长假期间前往日本旅游的刘小姐感叹,很多中国人爱买的东西都已经卖断货,当地人则表示不论淡季旺季人都很多。

不少日本企业从去年开始就已经在中国设立分支或加强宣传。日媒称,日本大型低价百货公司“ドン・キホーテ”(Don Quijote)在北京成立事务所,增加在中国游客中的知名度;“三越伊势丹”也在其上海店分介绍东京店、京都店的宣传册。

“在香港的购物体验根本没法和日本比,服务态度差太多了。”近期从日本旅游回来的胡小姐对记者表示,如果是买日本化妆品,部分产品的售价也低过香港。

毫无语言障碍的台湾,也成为内地游客的目的地之一。据台湾媒体,台湾交通部观

光局表示,清明4天小长假期间,预定入境的大陆游客平均每天约3456人次,连假期间合计约1.38万人次,以每人每日消费250美元计算,估计一天可带来约1亿765万新台币的观光外汇收入。该局还表示,预计4月中旬后将达最高峰,单日入台人数将突破5000人。

台湾自2008年开放大陆赴台团体游,2011年正式启动大陆游客赴台个人游,此后多次放宽签证要求并增加自由行城市数量,至今已有47个城市入列。官方统计显示,去年,大陆赴台游客达398万人次,同比增长38%,其中个人游为117.9万人次,同比增长125.76%。今年1月,大陆入台游客数量逾32万人次,增长19.56%。

与香港屡屡爆出游客与导游发生争执等负面消息形成鲜明对比的是,台湾当局调查显示,2013年台湾游客中,大陆游客的满意度最高,达97.3%。今年4月,台湾还计划推出大陆游客高端旅游团,消费要求更高,每月5000人次,将不占用现有入台游客配额,相当于全年可再增加6万人次。

以香港为基地的香港航空一位管理层则对记者透露,今年来港的内地旅行团下滑,不过公务客人没有减少,而越来越多的客人通过转机香港去东南亚、台湾和日本。“今年出境游非常火爆,去年受马航影响的东南亚需求也恢复了,春节后依然旺盛,游客主要的目的地是泰国和印尼。”

国内首家低成本航空公司春秋航空市场部总监张武安也告诉记者,过去一段时间,公司赴港航班的收益的确有所下降,为此公司最近减少了赴港航班的数量,再加上油价成本的下降,才保持了收益又回到去年同期水平。而在3月底民航换季后,公司新开了多条赴日航班,包括日本大阪至中国成都、西安、郑州、泉州以及北海道旭川至中国上海,平均客座率高达98%。由于3月底正值日本赏樱季节时,飞日本大阪、茨城票价一度飙升至4230元,且一票难求。

据记者了解,对于计划出境游玩的旅客来说,近期国内飞往欧洲、东南亚等地的机票价格也不贵。携程网的数据就显示,4、5月间,上海经新加坡中转至巴黎,往返机票最低只需1560元广州往返曼谷,最低410元;深圳经新加坡往返墨尔本,最低1860元。

平板大战结束 厂商转战手机红海

李娜 报道

低价和无序竞争虽然能让一个新兴的市场快速崛起,但也能让其快速消亡。

一个曾吸引2000多家生产销售商涌入的行业,目前似乎走到了价格的绝地,一部平板电脑仅卖200多元的价格正预示着产业链的命运归宿。然而,和前两年的方案商退场不同,平板行业正在经受着一场来自上游驱动的产业链变革。

平板市场“天花板”到来

“平板使用两三年是很正常的,因为使用寿命比手机长、更新率慢,未来平板市场仍然会走下坡路,甚至我认为今年明年就会开始走下坡路。”说起这几年平板市场的变化,深圳平板厂商蓝魔数码CEO万秋阳对记者说。

从数据来看,随着全球移动设备市场逐渐趋于饱和,平板市场在2014年开始停下了疯狂增长的步伐。IDC发布的相关数据显示,2014年全球平板电脑出货量将达到2.357亿部,增幅仅为7.2%,较2013年52.5%的增幅差距较大,平板电脑使用周期远高于产品更新周期是增速放缓的主因之一。

2014年底时曾有统计报告显示,iPad在诞生5年之后首次出现销量下滑。根据ABI Research公布的数据,2014全年iPad的销量大约只有6800万台,相比2013年减少了将近600万台。“平板不是一个必需品,在市场推广时你能推给一百个人,只有一个人是国产平板的潜在消费者,而且娱乐平板的竞争门槛太低了,大家都要求生存,价格战也常见。”万秋阳表示,除了苹果,现在很多国产平板的需求都在中低端上,没有什么品牌可言,纯粹是按价格比价格。

“价格的无序竞争吞没了行业的未来。”另一不愿意具名的平板电脑生产商则对记者坦言,即便是生命力旺盛的山寨产业链,在手机领域有近8年的生命周期,而山寨平板电脑却在两年内就走完了这条路。从高飞、富格、爱华多媒体,到百利电子、永利、翔德电子、中恒创,这两年平板行业提早进入洗牌期。

对于上游芯片厂商来说,虽然2014年搭载英特尔移动芯片的平板出货量达4600万台,但综合财报来看,英特尔移动通信部门依然面临着很大的盈利压力。另一些国产平板芯片厂商也在去年年中开始寻求资本上的帮助,或者选择IPO的方式在A股上市。

转向手机红海求生存?

平板上游芯片厂商的频繁跨界也许会很快打破平板市场的“寂寞”。

在4月8日的英特尔信息技术峰会(IDF)上,瑞芯微与英特尔正式对外宣布双方合作的通讯芯片SoFIA 3G-R全球正式上市,这意味着,未来更多的平板厂商可以使用SoFIA 3G-R(C3230RK)发布通话平板、甚至是手机产品。

“一年前,科再奇(英特尔CEO)先生和我也是在IDF上会面,定下了共同合作进军移动市场的方向,那个时候我们仅仅有一些思路。今天我们双方共同研发的第一款芯片SoFIA 3G-R(C3230RK)将在本月量产,我们赢得了全球许多客户在产品上的认可。”瑞芯微CEO励民如是说。

事实上,在一年前,随着大屏手机的流行,手机芯片厂商涉足平板已经不是新鲜的事情了。2013年开始,联发科在通话平板就拿下了2000万台的市场销售量。在业内人士看来,平板就是一个屏幕放大的智能手机,手机平台的优势可以轻松转移到平板上面。而这种大屏手机的流行确实也进一步挤压了平板市场。

战局反转?

“平板的客户他们愿意做手机,这肯定是我们第一茬的客户群。”陈锋对记者表示,但他认为进入手机市场需要一步步走,是一场马拉松。“我们希望是更开放、更具服务精神,就像到一个单位先从送茶倒水开始,一步一步更加具有竞争力,希望我们自己的创新和英特尔的创新都能够注入到产品线。”陈锋说。

一些平板厂商已经蠢蠢欲动。万秋阳告诉记者,蓝魔也在准备进入手机行业,定价在一两千档位,下半年手机产品将会上市。

“手机它毕竟是个必需品,且量很大,虽然竞争也很激烈,但是一个竞争激烈、量大的市场和一个个竞争也很激烈、却很小众的市场相比,那肯定前者的空间更大。”万秋阳认为,平板厂商具有供应链以及渠道等优势,他希望更多的平板用户能成为手机用户,渠道商除了原有的平板销售渠道外,还可以新增加一些如天猫、京东在内的电商渠道。

而产品上如何走出差异化,万秋阳表示,自己主要负责的是研发,比如说UI、外观工艺方面,剩余的会交给代工厂商比亚迪合作。“供应链在平板上以及有很多的合作,主要就是应用方面,我们希望OS这块希望更加原生一些,比如把相机、通讯录等做得更加快捷这就够了。”

“从长远上看,包括看整个市场和竞争对手,我们都认为这个事情是值得去做的,这里面肯定会碰到很多所谓的这种压力,阻力都还是有的,前提是衡量好投入和产出比。”万秋阳对记者如是说。

芝麻信用接入消费金融 互联网征信的数据之辩

黄锴 报道

4月8日,芝麻信用宣布,与蚂蚁微贷旗下“花呗”、招联金融旗下“好期贷”达成合作。芝麻分在一定分数以上的用户,就有机会领用“花呗”和开通“好期贷”。

这是芝麻信用首次接入消费信贷场景。在“花呗”上,芝麻信用用户最高能申请到3万元的消费额度。此外,芝麻信用还将接入蚂蚁微贷旗下的消费信贷的产品“借呗”。通过“借呗”,用户最高可以获得5万元的个人消费贷款。

在芝麻信用的理想状态下,未来还会有更多的第三方金融机构接入芝麻信用,推出相应的金融创新产品。芝麻信用表示,通过对海量用户信息的分析和挖掘,芝麻信用可以帮助金融机构验证用户身份信息、评估信用风险,结合芝麻信用的反欺诈技术和黑名单共享,金融机构得以将用户违约风险降到最低。

不过,互联网征信面对的质疑也从未停息。点融网联合创始人郭宇航称,芝麻信用的优势是拥有阿里体系内多年积累的大量数据,而且离金融属性较近。但这毕竟是一种新的信用模型,其风险性和可验证性是滞后的。

应用场景

打开支付宝钱包,在“财富”里即可找到“芝麻信用”。当用户授权之后,随后出现的页面上显示着一个五边形,五个顶点分别标示出“身份特质”、“履约能力”、“信用历史”、“行为偏好”、“人脉关系”字样,用户所得的评分,即是在上述五个维度的基础上综合所得。

据记者了解,芝麻信用的数据来源并不局限在阿里体系内。芝麻信用相关负责人向记者表示,芝麻信用的数据来源主要包括三个方面:首先是阿里体系内的数据;第二是外部合作机构提供的数据,“包括公安、法院、政府数据,及商户回流的数据”;第三是用户自我提交的信用数据,这部分入口目前还未开放。

目前,芝麻信用分数采用国际通用的信用分模式,在对当前采集的个人用户信息进行加工、整理、计算后,用户的信用评分被划分为五个等级。不过,芝麻信用并不会透露征信模型的具体算法,及五个维度各占的比重。

目前,蚂蚁微贷旗下的“花呗”已经接入。芝麻分600分以上的用户,有机会申请“花呗”额度,在天猫和淘宝购物时,就能使用“花呗”付款。据悉,用户可以在收货之后的下个

月10日还款,其间无任何手续费。目前,用户可以申请的“花呗”额度在2500-30000元之间。

芝麻分在700分以上的用户,有机会申请开通“好期贷”,额度在2000-10000元之间,贷款期限分为3、6、12个月,可随时还款,按月计息,还款当月按日计息,还款方式为等额本息。

在此基础上,蚂蚁微贷计划在4月中旬上线借款平台“借呗”。通过“借呗”,芝麻信用用户可以凭借芝麻分申请相应额度的个人消费贷款。据了解,“借呗”目前的申请门槛是芝麻分在600以上。按照分数的不同,用户可以申请的贷款额度从1000-50000元不等。“借呗”的还款最长期限为12个月,贷款日利率是0.045%,随借随还。用户申请到的额度可以提现到支付宝余额,就相对于从银行获得的贷款一样。

芝麻信用甚至称,借呗不需要用户提交复杂的个人资料和财力证明,只需凭借芝麻信用分就能对用户的信用水平做出判断和把关,3秒完成放款。

在接入消费金融场景之前,今年1月28日启动公测的芝麻信用已经相继接入了租车、租房、酒店住宿等生活场景。其中,芝麻信用分在600分以上的用户,可以享受神州租车的免押金租车服务。“阿里旅行·去啊”也推出了“信用住”,芝麻分在600以上的客人,可以免押金先入住,离店后付款。

眼下,花呗、借呗与好期贷的接入,也意味着芝麻信用开始涉足金融领域,为金融产品提供底层的信用数据和风险控制服务。

数据之辩

但是,芝麻信用刚刚起步,无论是数据的获取、产品的完善性还是评分的准确性,仍需要打一个问号。

点融网联合创始人郭宇航告诉记者,征信模型的精准度是需要坏账数据来验证的。就P2P行业来说,征信模型至少要经过2-3年的试错和修正,才能符合P2P公司的使用要求。在此基础上,尽管BAT各家的数据规模都很大,但它们只是在自己所处的领域中有丰富的数据,在其他领域则不然。换言之,其数据的维度不够完整。譬如,阿里体系相对而言缺乏社交的数据,此外,如果一个消费者从来不用支付宝不上淘宝,那么阿里也很难采集到他的数据。这些因素都会导致数据有失偏颇。

至于收集外部合作机构所提供的数据,郭宇航认为这并不是一个有很高门槛的工作。“任何公司,都可以申请和外部机构合作。这类工作并不具备排他性和垄断性。”郭宇航称,“而且,相关部门提供的数据往往比较静态,而BAT内部的数据才是动态和不断更新的,这种动态的数据更有价值。”

另一个问题是,芝麻信用建立了评分体系后,多大程度上会承担因此导致的风险呢?打个比方,如果租车公司引入了芝麻信用的征信体系,但发生了丢车的情况,芝麻信用会因此赔偿或承担责任吗?

对此,芝麻信用负责人给出了否定的回答。“我们把这个数据开放出来,是给企业提供一个参考的依据,每个企业都有其风险偏好和经营策略,由它本身来决定怎么使用这个信用数据。”他表示,“芝麻信用的评分并不是唯一的参考因素,因此我们也不会因此承担责任。就好比有人信用卡违约了,那么当初帮助他办理信用卡,帮助他提交材料或开收入证明的人,也不会承担责任,只是违约者本身会受到惩罚。”

芝麻信用希望通过数据对接,为一些成熟企业或是创业公司提供资信验证类的服务。目前,在芝麻信用完成对接的企业中,既有神州租车、车纷享、微公交这样的租车公司,也有百合网这样的婚恋交友网站,还有小租短租等新兴租房网站。有业内人士称,这些企业所处的行业往往比较细分,市场规模和份额都较小,而航空业、快捷酒店、通信业等行业内拥有大量数据的公司,目前并未和芝麻信用形成合作。

此外,在郭宇航眼里,芝麻信用作为一家第三方征信机构,有很深的阿里的烙印,并且阿里现在在金融领域里积极开发,这会引发其他互联网金融伙伴的某种担忧。如果征信公司拿着P2P公司的客户数据不当使用的话,就会对合作伙伴造成损失。征信行业的成熟还要3-5年,因此点融网仍会以自己进行征信数据的采集和建模为主,但也会以积极开放的心态和各家征信机构合作。

如果合作机构不足,无疑会影响到数据维度的全面性和模型的精准性。芝麻信用相关负责人坦言,芝麻信用现在还处于公测阶段,其应用场景的拓展需要进一步加快。“我们目前切入的行业,很多是与分享经济相关的,这些创新企业对征信的需求非常迫切,急需一种低成本的信用产品。当然,传统行业也会有痛点,未来我们会做更多努力。”