



毕业生开启放飞模式 航司争抢暑期年轻流量

刘强东的“新通路” 能让消费者薅到更多“羊毛”吗？

羊城晚报记者 沈钊

6月18日,京东面向全体酒店经营者发布公开信,酒店商家参与“京东酒店PLUS会员计划”,享受最高三年0佣金。京东表示,希望通过新通路的方式为酒店行业提供供应链服务,优化供应链成本,推动酒店业运营成本下降,从而释放更多精力聚焦服务品质与体验焕新,促进行业的良性发展。

近期高薪挖角

记者梳理发现,京东在酒旅领域布局已久,但始终没有引起外界的注意。早在2011年初,京东便正式上线机票预订业务,由此踏入旅游领域。2014年,京东便推出了“京东旅行”频道,也曾投资过OTA平台途牛、出境游龙头之一的凯撒旅业。不过,相比携程、美团旅行、同程旅行、去哪儿、飞猪等主流平台,京东在这一赛道的认知度和市场份额并不高。

时间来到2025年,京东频繁发力多元化布局,其高调进军外卖市场引发全网关注,而今“杀人”酒旅市场,在其发布公开信之前,其相关业务动作便已经受到了外界的广泛关注。

记者梳理发现,今年3月起,京东在线上招聘平台发布了产品经理、后端开发、航空运营、运营等多个“酒旅”相关招聘信息,岗位需求特意标注“携程、美团优先”。在BOSS直聘等平台上,目前京东部分酒旅方向产品经理岗位的薪资在2万至4万元、2.5万至5万元不等。

而在今年6月初,甚至有业内传言称,京东以3倍薪资从飞猪、同程、携程等平台“挖人”。京东进军酒旅的决心不仅体现于此,在销售方面,京东主打机票“无捆绑”卖点,也予以多家酒店官方补贴,希望以“高频打低频”获取新增长点。

值得一提的是,去年正式加入京东集团的高管郭庆,此前曾在美团担任住宿事业部总经理、酒旅业务负责人,带领美团酒旅业务快速发展。

“三足鼎立”格局要改？

京东进军酒旅,背后依然是对供应链的深度考量。京东集团联合创始人、董事局主席刘强东日前回应进军餐饮酒旅时提到,酒店、餐饮背后也是供应链,前端是消费者住酒店、点餐,背后庞大的供应链其实很杂乱,成本很高。“京东为酒店、餐饮成立了新通路事业部,我们先做的是便利店,第二就是餐饮,第三做酒旅,其实都是为了背后的供应链去做铺垫。”

刘强东表示:“我想我们能够成功,我觉得我们能够为酒店餐饮提供一个新通路,为行业创造价值。京东比拼的是让产品变得更好、价格更便宜、服务更好。”

对于京东高调“杀人”酒旅行业这一动作,业内人士分析认为,当前酒旅市场呈现携程系(携程、去哪儿)、飞猪、美团“三足鼎立”格局,其中携程系深耕商旅场景,美团聚焦本地生活服务,飞猪依托阿里生态主打年轻客群。京东以“0佣金+供应链赋能”组合拳破局,足以撕开市场裂缝。其真正价值在于迫使OTA重新审视平台、商家、消费者的利益分配逻辑,推动酒旅行业从“流量竞争”转向“服务竞争”。未来3年,酒旅市场将进入“佣金下行、服务上行”的新周期,而供应链整合能力将成为决胜关键。

对消费者而言,京东“0佣金”高调搅局酒旅市场,刘强东要为酒店餐饮提供“新通路”的这波操作,是否意味着今后的酒旅消费有望薅到更多“羊毛”,收获更有性价比、质价比的服务,还需拭目以待。

用“套圈”反“圈套”！

看广州这家制造企业如何保护“打工人不被骗

文/羊城晚报记者 王丹阳 图/受访者提供

套中‘速成高能盒’一个,学完速成班,立刻变失业达人?”“这圈套比我刚套中的‘刷单暴富盒’还惨!”

6月仲夏中午时分,广州番禺南村镇的一家服装厂厂区,制衣工人正在车间里进行的“巨型套圈挑战”不仅是午休活动,也是“反诈日常互动”。

60多位员工轮番登上“圈套擂台”,用特制巨型套圈挑战9个诈骗主题盲盒,在笑声、吐槽声与圈圈落地声中,隐藏在打工招聘、租房、兼职等生活场景里的“圈套”被一一识破。

在这家工厂里,要让岗位“留得住人、拢得住心”的秘诀就是守护好员工,“玩中学”“笑中防”正成为反诈教育新常态。

制衣工厂“留人”秘诀

要让“打工人不被騙

南村镇作为珠三角服装产业链最成熟的集聚地之一,聚集了上千家大小服装企业,产业链完备、工人密集。

广州向灿服装科技有限公司正坐落于此,专注潮流女装的设计与生产,现有员工数百人,其中老员工占比超过80%,是一家典型的“留得住人、拢得住心”的稳健型制造企业。

近年来,作为劳动密集型行业的一线用人单位,向灿服装愈发意识到,员工在找工作、租房、出国务工等过程中,面临的诈骗风险日益增加。尤其在制造业密集区和城中村周边,骗局更具隐蔽性和欺骗性,许多诈骗手法专门瞄准信息不对称的蓝领群体。

如何让基层劳动者筑起识骗防骗的第一道防线?

“打工干的是最辛苦的活,却往往成为骗子的首要目标。工厂不仅要产品做好,更要让员工守好。”向灿服装副总经理王祥柏表示,“员工一个都不被騙,这才是真正的安全生产。”

“工厂不应是容易被诈骗盯上

的薄弱环节。”王祥柏表示,为此向灿服装与58同城联手共建“无诈工厂”,尝试通过制度建设与场景设计,将反诈教育正式嵌入员工入职流程和日常管理之中。

作为覆盖全国蓝领人群的综合服务平台,58同城关注劳动者在招聘、租房、兼职等高频生活场景中面临的信息陷阱与财产安全。多年来,平台在线上织密反诈安全“防护网”,并采用实地核验招聘信息真伪、建立房产“黑名单”、强化租房风险提示等方式帮助用户识别风险,规避圈套。

打工“通关”心得

别被“高薪”忽悠别让“缴费”坑

“今天终于明白,凡是说得特别好,还要你先交钱的,大概率都是坑。”一位刚做完反诈试卷并顺利“通关”的新员工笑着说。

在工厂工作了15年的彭磊也表示:干活是技术活,防骗也是必修课。工资是一分一分挣的,不能让骗子一秒钟卷走。

“防骗不过关,厂门不打开!”王祥柏表示,“希望员工心里都能装上‘防骗雷达’。别被‘高薪’忽悠、别让‘缴费’坑你、别让‘链接’当亲戚。”

反诈不应停留在墙上的标语,更应成为渗透至员工日常的机制与习惯。

近年来,58同城持续推动线上线下反诈体系的融合升级。从招聘信息审核到租房流程透明化,平台已上线风险提示系统、押金安全提醒、黑中介识别机制等,致力于帮助用户识别风险、规避圈套,同时将反诈意识延伸至入职体验和日常教育。其有关负责人表示,从“套圈识骗局”到“上岗必通关”,是公司从线上风控走向线下共建的又一次探索。58同城将持续通过联合企业打造实用、接地气、可复制的反诈机制,让“防骗力”成为员工上岗前的一门“基础素养课”,也为更多工厂和产业园区提供样板。

羊城晚报记者 詹淑真

有人刚从考场走出,就已订好飞往普吉岛的机票;有人一拿到毕业证,就直奔博物馆等景点。暑期出境游热潮正在升温,航司们也迅速“跟进”,密集推出国际航线新品,力图在旅游旺季中抢占先机。

荷包里的新消费

A 航司布局提速 抢占暑运“主动权”

去哪儿数据显示,6月是暑期来临前的价格低谷,机票、酒店平均价格较7-8月低了近四成。高考结束的高中生以及部分大学生抢跑暑期旅行,他们的出行高峰从高考后持续到7月10日左右,毕业旅行已在路上。

在这波出境游需求释放的背景下,航空公司动作频频。南方航空、东方航空、国泰航空等多家航司上新国际航线,借

助力运力投放的前置化与目的地网络的优化,争夺暑运市场的“流量入口”。

例如,南航开通北京大兴至塔吉克斯坦首都杜尚别航线;东航开通上海直飞瑞士日内瓦航线;国泰航空开通香港往来慕尼黑直航服务等。这些新航线既是对出境旅游回暖趋势的回应,也体现了航司对高端长线旅游市场的持续看好。

B 旅居订单增三成 这届“00后”热衷“融入式体验”

值得关注的是,今年的毕业旅行展现出更强的社交化和个性化趋势。去哪儿旅行数据显示,6月,22—25岁人群的酒店预订量同比增长22%,其中多人出行订单占比超过七成,“一起出发”成了毕业旅行的关键词。

去哪儿旅行大数据显示,从酒店预订来看,6月毕业旅行热门目的地TOP10是北京、上海、南京、广州、成都、杭州、重庆、青岛、长沙、西安。增长最明显的目的地中,新疆阿克苏、喀什、乌鲁木齐、伊犁都位列前五,其中,阿克苏、喀什增幅在1.4倍以上,此外还有海南三亚、海口,广东珠海、云南迪庆、西双版纳等目的地增长明显。

得益于亲民的价格和更多免签目的地,不少毕业生将目光投向海外,境外热门目的地的酒店预订量同比增长六成。

此外,这届“00后”大学毕业生热衷“融入式体验”,旅居类订单同比增长三成;去哪儿数据显示,西北环线因独库公路全线贯通成为爆款,新疆草

原、甘肃敦煌与青海湖的苍茫风光吸引着渴望自由的学子;海滨城市中,三亚、厦门、青岛因“避暑+玩水”双重属性备受青睐;美食之都同样火热,成都的火锅与熊猫基地、长沙的小龙虾与奶茶店、西安的西北风味,让味蕾成为旅行的向导。

而走出高考考场的高三学生,也早已迫不及待地出发,他们偏爱逛博物馆、打卡主题乐园,开启“放飞”模式。值得一提的是,不少景区也顺势推出“毕业证经济”,为吸引毕业生,如青海茶卡盐湖景区、河南隋唐洛阳城、老君山、开封万岁山、西藏林芝风景区、巴松措、雅鲁藏布大峡谷、山东崂山风景区、台儿庄古城景区等景区,都对高考生推出了免票、半价等不同程度的优惠,争抢这波暑期年轻流量。

▲“一起出发”成了毕业旅行的关键词 新华社发

▼逛博物馆、打卡主题乐园,是暑期游的热门之选 新华社发

C 东南亚热度不减 远程国际航线受欢迎

从出境游热门地区分布看,东南亚因航程短、气候宜人、价格友好,继续霸占“热门榜单”前列。与此同时,伦敦、莫斯科、悉尼、墨尔本、巴黎、法兰克福等远程目的地,凭借独特的文化魅力与旅游资源,也成为旅客们的心仪之选。

签证政策仍是影响出游决策的重要因素。以同程旅行数据为例,尽管平台出境游搜索量同比增长明显,但签证政策仍框定着大部分高中毕业生的出游半径。其平台数据显示,泰国、新加

D 航线密集上新 航司高强度投入暑期市场

航线网络的新增背后,是航空公司对暑期市场的高强度投入。以南航为例,2025年夏秋航季,其在北京大兴机场运营7条快线(日均8个航班以上),包括北京大兴-广州/深圳/成都/乌鲁木齐/长沙/哈尔滨/贵阳,开通北京大兴-伦敦/阿姆斯特丹/莫斯科等16条国际及地区直达航线,其中包括北京大兴直达阿拉木图、比什凯克等7条共建“一带一路”国家和地区的航线,国内外通航点超过65个,每周执行国际和地

坡、马尔代夫、卡塔尔、马来西亚5个国家占据免签国家热度TOP5。其中泰国曼谷、普吉岛、清迈等成熟目的地最受青睐。

区航班量达到206班(往返算2个班次)。南航方面表示,近期持续加大国际及地区航线投入,将继续新开、加密一批国际及地区航线,推进“空中丝路”建设,让更多人乐享美好飞行。

东方航空同样在国际路网拓展方面持续发力。截至目前,东航已开通中国飞往巴黎、伦敦、法兰克福、阿姆斯特丹、马德里、罗马、威尼斯、布达佩斯、莫斯科、喀山、圣彼得堡、米兰、马赛、日内瓦等欧洲城市的航线。随着6月20日即将新开上海-米兰航线、7月17日新开上海-哥本哈根航线,东航即将实现通航欧洲15座城市。

国泰航空也在暑运期间加大了欧洲航线运力,每周会有近100对往返航班飞往欧洲12个目的地,包括阿姆斯特丹、巴塞罗那、布鲁塞尔、法兰克福、伦敦、马德里、曼彻斯特、米兰、慕尼黑、巴黎、罗马及苏黎世,为粤港澳大湾区及周边旅客提供更灵活的出行选择。

除了航线恢复,签证服务的数字化也进一步推动出境游便利化。例如航旅纵横可提供覆盖80多个国家的签证服务,支持通过手机在线上传材料以及专家预审,为旅客打造“指尖上的签证办理”便捷体验,助力暑期出境游市场繁荣。



这届“00后”热衷融入式体验 新华社发

新消费 激活新动能

农产品“广交会”要来了！

土特产玩转全球范

锚定湾区万亿市场,首创B2B农业展

农产品“广交会”要来了!超10000家全球采购商集结,200余个县域珍品集中亮相,30000平方米展区整装待发……6月18日,大湾区农产品交易会暨土特产精品博览会(以下简称“大湾区农交会”)新闻发布会在广州举行。会上正式宣布,作为全国首个B2B农业专业展会,大湾区农交会将于2025年12月12日-14日登陆广州广交会展馆B区,着力打造农产品领域的“广交会”级行业标杆盛会。

首届大湾区农交会以“推动农产品融湾出海,助力乡村全面振兴”为主题,不仅将是一场农产品展销的盛会,还旨在成为农业产业链与粤港澳大湾区市场深度对话的重要契机。作为国家战略发展高地,粤港澳大湾区

湾区坐拥1.5亿人口的庞大消费市场和全球贸易枢纽的独特优势,为这场农交会提供了绝佳的发展舞台。在这里,农产品将实现从“土特产”到高端化、国际化商品的重要跨越。正如中国乡村发展协会副秘书长陈军

亮点抢先看,农业全产业链的“超级秀场”

转化;与日本、韩国等国际参展商合作,拓展海外市场,助力中国农产品“走出去”;还将发布《2025中国农业品牌年度发展报告》,并同步揭晓“2025广东农业企业品牌价值50强榜单”,树立行业标杆。

中国乡村发展协会常务副秘书长齐国介绍,为确保大湾区农交会办出实效、办出影响、办出品牌,本次博览会已精心筹划了一系列内容丰富、形式多样的主题活动,并设置七大主题展区,全面展现现代农业产业链的发展成果。

其中,原产地农产品品牌展区汇聚全国优质区域公用品牌、中华老字号及地理标志产品;乡村振兴产业展区重点展示特色农业项目及农文旅融合创新成果;国际品牌展区搭建全球农产品贸易平台,汇集各国优质农产品;高端食材展区精选精品肉类、乳制品及创新食材;食药同源展区集中展示滋补养生品和功能性健康饮品;粤农优品展区呈现最具代表性的广东特色农产品;有机地标展区严格筛选认证有机食品和绿色食品。

文图 羊城晚报记者 许悦