主管副总编辑 刘佳 编辑 关子辰 美编 高蕾 责校 池红云 新闻热线 64101969 E-mail：lyzx0405@126.com

奥森公园：“跑”出来的运动休闲夜游商机

从高空俯瞰北四环北辰桥到北五环中路的奥林西桥，一条龙形水脉蜿蜒向北延伸，龙头所在的位置，就是奥林匹克森林公园的奥海。3米宽的红色塑胶跑道环绕着这个湖面，仿佛龙头的触须。每天至少有上万人会相继踏上这条红色的龙须，在夜晚时更是热闹。这里是2008年奥运会的“后花园”，盛会结束后，很快便成为了长跑爱好者的胜地。前不久发布的《北京市关于进一步繁荣夜间经济促进消费增长的措施》更是明确提出，要在奥林匹克森林公园组织夜间游览活动项目。未来该公园如何抓住夜游商机，甚至打造成公园夜经济、体育休闲夜经济的模式样本，成为公园管理者们亟待思考的问题。

夜跑者的天堂

在国贸上班的小安有一个习惯，只要不加班，她每天晚上都会驱车17公里到北京奥林匹克森林公园夜跑1小时。有人说她太疯狂，明明国贸周边24小时健身房都扎堆了。小安却固执地认为，再好的健身房都比不上北京城这独一份的天然夜跑胜地。对于北京奥林匹克森林公园有这份钟爱的不止小安一人。有教练告诉北京商报记者，奥林匹克森林公园聚集了周边20公里辐射范围内的跑步爱好者。

百度地图曾联合Keep公布了全国十大热门跑步公园排行榜，其中，拥有北园跑道、南园跑道以及南北园10km跑道三条热门跑步路线的奥林匹克森林公园排名第一，而最受北京人民欢迎的是南园跑道。从跑步时段热度来看，晚上9点达到奥林匹克森林公园全天跑步人群流量的最高峰。年龄在18-44岁的群体占了跑步总群体的九五成，其中25-34岁的跑步群体几乎占到了总体的60%。从公园客流居住地分布来看，可以说奥林匹克森林公园是“全北京人民都在跑的公园”，南至北二环，北至北六环，西至京新高速，东至京承高速围合区域，其中贡献最大流量的小区应该是回龙观和天通苑。

北京商报记者探访时发现，晚上7点，奥林匹克森林公园南门已经集结了三四个跑团的会员们，他们在教练的带领下准备出发。哨声一响，矫捷的身影掠过视线，只留下一阵清风和有节奏的呼吸声，这其中有不少是喜爱挑战各类马拉松赛事的跑步狂热者，这几年奥林匹克森林公园也成了不少跑团举办夜跑活动的热门地。“在奥森已经有将近10个跑团常年在这里举办夜跑活动，夏季达到一周两次，每个跑团每次活动都会有30-40人参加，周末的晚上从7点至9点会有上千名跑步爱好者在这里活动。”一位跑团教练介绍说。

休闲消费需求旺盛

大量跑步爱好者的聚集也自然催生了一些运动产业的发展。据了解，2015年，“来跑吧”在奥森公园南门停车场附近开业，从最开始的销售运动装备、提供存包服务、体能训练，发展到现在还可以提供跑步旅游、教练陪跑、赛事报名等。初秋北京的夜晚凉爽宜人，“来跑吧”门前的大树下，几位男子正在跟着教练做一对一的练习。“来跑吧”的店员介绍，他们现在最火的项目就是跑步运动损伤后的康复训练，今年他们又在相隔400米的地方开了一家新店。

北京商报记者了解到，在奥森公园南园一共驻扎了4家这样的跑步俱乐部，除了一家跑步服务站是只关注体能训练外，其他的三夫、特步，也和“来跑吧”一样在销售专业跑步装备的同时提供配套服务，几年下来，这几家店都积累了许多黏性很高的会员。

除了来这里夜跑的运动爱好者，实际上，还有不少家庭到这里来休闲夜游。刚从游乐场嗨了一番的小宇，此刻正拉着他爸爸的手轻车熟路地去往布鲁豪斯亲子餐厅。对于4岁的小宇来说，最开心的时刻就是周末晚上，因为爸爸会带着他来奥森公园。迷你穿梭、欢乐飞船……游乐园8个游艺项目全都是小宇喜欢的，而且还可以结交很多同龄的小朋友，小宇的父亲干脆办了一张会员卡。游乐园售票员告诉北京商报记者，夏季周末晚上是乐园的人流高峰期，因为白天天气太热，很多家长选择7点左右带着孩子出来玩。此外，还有一些家长、老师自发组织的夜探奥森活动，这些活动普遍是6-12岁的孩子，北京商报记者在现场看到，在老师和家长的带领下，孩子们举着手电筒，期待邂逅小刺猬、黑斑蛙等小动物们。

大量的夜跑运动爱好者和休闲度假的市民，产生了大量的运动休闲消费需求。北京商报记者发现，在奥森公园里就拥有多家水吧和一家亲子餐厅，周六晚上8点半，餐厅依然热闹非凡，甚至还有家长带着孩子准备点餐。此外，公园南门的水吧内，售货员还介绍，每年4-11月，他们的营业时间会持续到9点，夏季夜间销量可观。

公园夜经济方案正在规划

这里之所以被跑步者所喜爱，除了专业的跑道、成熟的路线、优美的环境、火热的氛围外，公园对于应急设施也是很完备的，譬如每隔一公里基本就有一个休息亭，每隔1.5公里就有一个洗手间，随处可见的综合信息牌上安保电话24小时有人接听。但是让夜跑者感到有些遗憾的是“缺水”。

尽管公园几乎每隔一公里就有一个自动售卖机，但是一旦跑步人数多起来后，晚上8点后贩卖机里的运动饮料和矿泉水就出现全部售罄的情况，一位常来跑步的爱好者告诉北京商报记者，他们最需要的就是公园在跑道沿线能够多设置一些可以及时补充饮料的水吧。

奥森公园南门水吧的售货员介绍道，每年4-11月他们的营业时间会持续到晚上9点，其他时间会提前闭店，因为一到冬天晚上跑步的人就会减少，游客也几乎看不到了，只有周末白天的滑雪乐园会吸引不少的游客。从业者提出，如何拉动奥森公园的冬季夜经济是一个值得思考的问题。

针对如何规划公园的夜经济，北京商报记者致电了奥森公园管理处相关负责人，该负责人表示，目前公园方面也在规划，具体的方案还没有出来，不便透露。

从夜经济发展的角度看，北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云建议，奥森公园可以增加一些餐饮等配套设施，丰富人们的休闲产品。此外，公园还可以配合增加一些夜间的灯光秀场之类的，吸引更多的游客。但同时，资深旅游专家王兴斌则认为，奥森公园是一个让北京市民休闲放松的地方，公益性质更强，在满足游客需求、发展夜经济的同时也不宜太过商业化，还是尽量保持原有的氛围。

北京商报记者 关子辰

途牛三季度再现 Non-GAAP盈利3900万元

11月19日，中国领先的在线休闲旅游公司途牛旅游网（NASDAQ：TOUR）公布了截至2019年9月30日未经审计的三季度业绩报告。财报数据显示，2019年三季度，途牛净收入为8.525亿元人民币（合1.193亿美元），非美国会计准则（Non-GAAP）净利润为3900万元人民币（合550万美元）。其中，打包旅游产品收入为7.471亿元人民币（合1.045亿美元），同比增长18.1%。

途牛旅游网首席财务官辛怡女士表示：“本季度，途牛打包旅游产品净收入重回两位数增长。同时，我们连续第三年实现旺季Non-GAAP盈利。”

自2014年上市以来，途牛已多次实现Non-GAAP盈利。其中，2017年三季度，途牛实现了上市后首个单季度Non-GAAP盈利。2018年三季度又一次Non-GAAP盈利；同时该季度途牛还实现了上市以来首个单季度GAAP盈利，净利润达到2800万元。业绩的持续向好，推动途牛在2018年实现上市后首次全年Non-GAAP盈利1090万元，以及首次全年经营性现金流转正。

具体而言，今年三季度，途牛自营产品和自营地接在收入中的贡献持续增加，一些重点业务单元开始逐步实现独立核算下的盈利。“我们将继续努力提升公司的运营效率和盈利能力，为客户和股东创造更大的价值。”辛怡表示。

中国旅游研究院根据调查数据预计，今年全年国内旅游人数将达到60.4亿人次，国内旅游收入将达到5.6万亿元，同比分别增长9%和10%。与此同时，全年出境游人数将达1.68亿人次，同比增长12%。旅游市场持续的热度将为途牛提供更多的发展空间。

在服务方面，2019年途牛持续加码门店网络建设，借力门市专属加线上专业服务，途牛门市赢得了越来越多线下消费者的青睐。除了强化门店服务网络，今年3月，途牛还推出“苔客”App及一系列在线销售工具，将旅游服务渗透到更多出游场景和潜在客户身边，客户通过社群的闭环即可完成全部的咨询和预订。今年三季度，途牛苔客端销售额增长高达210%。

为持续提升客户体验和满意度，途牛还精心打造了“牛人专线”、“牛人严选”等一系列产品品牌。其中，2009年诞生的高品质跟团游“牛人专线”，截至今年三季度已累计服务出游人次近525万，综合满意度达到97%。途牛还与合作伙伴联合推出高质量“牛人严选”，产品上线满意度标准为93%，自今年4月正式上线以来，客户平均满意度高达96%。此外，途牛对旅游顾问满意度进行了披露，将点评呈现给客户，并开放客户自行选择顾问，进一步提升顾问对游客的服务质量。为了提升游客在目的地的出游体验，途牛还不断完善目的地接待网络，截至今年三季度，途牛在全球已拥有34家自营地接社，其中国内随往地接社29家，新增一家地接社位于成都；海外地接社5家，分别位于日本、泰国、美国、奥地利。

西藏多家景区推出半价优惠活动

北京商报讯（记者 关子辰）近日，2019年西藏和广西北海旅游资源推介会在京举行。主办方西藏旅游股份有限公司、北海新绎游船有限公司通过精彩的宣讲向与会嘉宾展示了西藏、广西北海两地丰富的旅游资源和特色旅游线路，同时着重介绍了今年的玩法和新亮点。

据悉，当下适逢“冬游西藏”活动期（2019年10月15日-2020年3月15日），西藏自治区在旅游景区、旅行社、旅游运输企业、星级酒店、航空公司、游客组团等方面，实施了市场促进优惠政策。只需要花不到平时一半的钱，就可以享受更优质的服务。值得一提的是，今年巴松措和大峡谷两个景区新增了热气球空中观光项目，一经推出迅速成为西藏旅游“网红”。

不仅如此，另一主办方也在京推出“冬游广西”活动。据介绍，冬季出游优惠力度空前，而北海因湿润的气候也成为不少北方游客青睐的目的地。

人民文旅年票正式亮相

北京商报讯（记者 关子辰）11月18日，2020年度人民文旅年票在人民日报社正式发布。

据悉，该年票由人民日报社旗下专注于文旅产业的人民文旅平台发行，涵盖50余个旅游景区和一系列的优质研学活动，是一款为企业职工和市民百姓提供的文旅融合产品。

据介绍，人民文旅年票包含了北京16区50余个优质公园、景区景点，以及全年52场不同主题的文博研学课程，共计100余个项目。其中景区景点除包含人气高、设施体验好的核心景区外，还包含大量红色景区景点，方便企事业单位组建各类党建、团建及春秋游活动。文博研学围绕中轴线、三大文化带、首都四大文化板块等不同主题展开，以文化人、以文育人，全年52期，每周均可体验，是服务企业职工和市民百姓的好帮手。

人民文旅CEO郭嘉在发布会上表示，如今文旅产业整体顺应时代发展的趋势，持续推进文化和旅游领域供给侧结构性改革，文旅行业将迎来一股迭代升级的新浪潮。