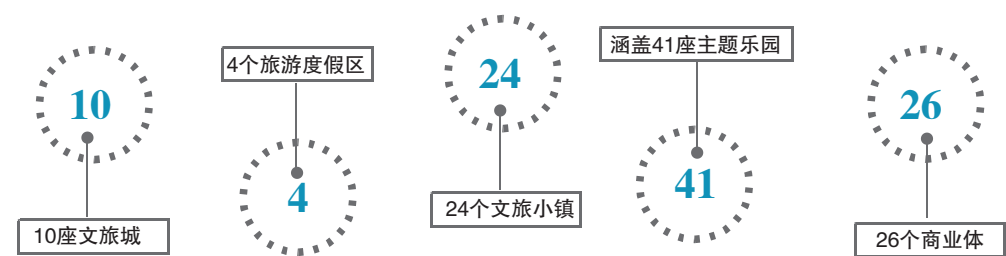


# 半年连开三“城” 融创文旅竞速突围

近日,融创旗下昆明文旅城、广州体育世界、无锡太湖秀等文旅大项目接连开业,掌门人孙宏斌显然对这样的速度颇为满意,他在朋友圈写到“融创文旅全线发力”。12月23日,融创文旅方面相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,昆明项目是融创今年开业的第三家文旅城,也是全国布局的第8家,明年融创文旅还将在成都、重庆等地开业新项目。不难看出,融创对文旅产业确实全力以赴,而与此同时,万达、恒大、复星等巨头企业也在虎视眈眈,一场文旅赛道的竞速战正在上演。一时间,文旅综合体成了各路资本抢手的香饽饽,但企业扎堆涌入之后,也不可避免地要面对竞争加剧、同质化、客群分流等问题,融创亦不例外。当然,除应对新老对手外,未来如何培育强势IP来持续吸引人气,也是融创的另一道考题。

## 融创文旅全国布局一览



## 快速落子文旅城

一向大手笔的融创在半年内狂开3家文旅城,其扩张速度也引起业内关注。据了解,12月21日刚刚开业的昆明融创文旅城,不仅涵盖了两大乐园(雪世界、海世界),同时还包含滇池后海商业街、星级酒店群、规划中的主题湿地公园等多种复合业态。据介绍,该文旅城开业后预计年游客量将超千万人次。融创文旅相关负责人表示,昆明项目也是融创文旅的西南战略之一。

事实上,近半年来,融创文旅一直保持加速跑状态。今年6月,融创文旅已在广州、无锡两地先后开业文旅城,这些文旅项目中均包含多个大型室内娱乐项目。值得一提的是,广州融创文旅城内的雪世界甚至有“华南地区目前大型的室内冰雪项目”之称,而无锡项目

则是融创文旅推出的旗舰型文旅综合体之一,拥有多个“世界首创”“世界之最”头衔。

除了文旅城快速落子外,在旅游度假领域和旅游会展方面,融创也动作频频。今年9月,融创西双版纳旅游度假区宣布扩容,新增面积3000亩,打造包括东南亚风情水寨和探索乐园、东方康养小镇、非遗文化小镇等板块;在旅游会展方面,今年11月,融创文旅又以152.69亿元从云南城投集团拿下了成都环球世纪会展旅游集团与成都时代环球实业两家公司的控股权,并宣布成立环球融创会展文旅集团。资料显示,截至目前,融创文旅在全国共布局了10座文旅城、4个旅游度假区和24个文旅小镇,涵盖41座主题乐园、26个商业体、近100家高端酒店。

执惠旅游创始人兼CEO刘照慧指出,由于中国经济结构的调整不断刺激消费,在消费端也迫切需要更多优质的文旅服务商进行



供给,在此情况下,包括融创文旅在内的这些企业开始快速扩张,因此一批主题公园、室内娱乐项目孕育而生,这其实也是一种商业模式。随着未来国家进一步深化改革,还会涌现更多的文旅项目。

## 文旅巨头抢滩

就在融创快速扩张之时,其他巨头也忙着在全国范围内“跑马圈地”,文旅行业的玩家越来越多。

融创的老对手万达,在沉寂了一年之后,今年在文旅赛道上杀了个“回马枪”。从2018年11月开始,万达在全国多个城市签约了文旅项目,覆盖了甘肃、辽宁、广东、四川等多个省份,其中还不乏省会城市。今年5月,万达还和沈阳政府签约,将在已完成投资250亿元的基础上再投资800亿元,建设大型文化旅游项目、国际医院、国际学校和5个万达广场。不仅如此,在轻资产扩张方面,万达文旅旗下的多

个酒店也正式开业,覆盖无锡、广州、长春、昆明等多个二线城市。

而另一大地产巨头恒大也在暗中发力。早在2017年,该集团就明确了旗下业务整合成“地产、金融、健康、文化旅游”四大产业,并且高调推出其文旅品牌恒大童世界。今年,天府恒大文化旅游城示范区及西安恒大文化旅游城相继亮相。据悉,天府恒大文化旅游城示范区其中包含恒大童世界,汇聚童话大街、博物馆群、欧式城堡酒店及精品酒店、综合运动中心、国际会展中心、大型演艺中心、国际电影城等配套产业。在家庭度假领域,号称“中国家庭欢乐供应商”的融创则遇到了复星旅文。今年11月,后者正式对外发布了旅游目的地品牌“复游城”,还接连对外宣布启动太仓、丽江复游城的项目。

“近年来融创在向文旅方向加速转型,与国家大的宏观政策调控有关,”刘照慧分析,“其实国内地产企业转型‘攻’文旅产业,这是当前市场整体大趋势。”

## 人气流量待考

随着数量众多、体量庞大的文旅项目纷纷落地,同业竞争也成为绕不开的话题。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指出,随着其他巨头文旅项目的不断开业,可以预见,融创文旅也将遇到客源分流等烦恼。

融创文旅相关负责人进一步告诉北京商报记者,融创文旅城主要在一二线城市进行布局,未来融创文旅城还将继续扩大版图,明年会在成都、重庆等西南城市开业。值得注意的是,像恒大新亮相的天府恒大文化旅游城所在地成都,也正是融创文旅西南战略布局要地之一。不过,对于北京商报记者提出的“面对竞争如何实现差异化发展”“靠什么实现预期客流量”以及“资金来源”等问题,对方并未予以明确回应。

针对行业竞争,吴丽云分析指出,很多文旅企业都在做项目,业态也有一定的重合,谁能最终胜出,就要看这个项目的产品是否具备足够的吸引力。毕竟很多文旅项目吸引的都是本地游客、周边游客。她还坦言,相比国际知名度项目迪士尼等,融创文旅等国内企业的IP并没有很高知名度,这就需要娱乐项目有足够的创新,同时对于运营团队来说要能够控制好成本。刘照慧则认为,通常文旅项目的投资回报年限在8-15年,这也给了自持物业的文旅企业一定的资金压力,需要这些企业能够在投入资金和产出方面达到平衡。

“总体来看,作为多业态的组合,文旅综合体终究是一种商业模式,而所有商业模式都需要流量的支撑,因此客流成为关键。”北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳指出。但有业内人士分析,融创文旅城虽然大都布局在二线城市,但是均处于相对偏离核心市区的位置,因此能否持续获得充足客流还有待观察。

北京商报记者 关子辰 实习记者 杨卉

# 再举收购 字节跳动“跳动”游戏野心

已将游戏视为另一个扩张战场的字节跳动,有了新动作。12月23日,据天眼查消息,字节跳动已完成对北京深极智能科技有限公司(以下简称“深极智能”)的全资收购,而后者是一家AI游戏技术研发商。近段时间,字节跳动一直通过收购成熟的研发团队以加速版图扩张,与此同时也在内部开展自研移动游戏项目的开发。但在面对当下游戏行业腾讯、网易等寡头,同时对入局者自研能力要求越来越高的背景下,字节跳动若要实现后来居上也将面临一定挑战,如何利用好流量分发和算法推荐显得尤为重要。

## 动作频频

12月23日,据天眼查显示,深极智能发生工商变更,新增投资方北京量子跃动科技有限公司,成为该公司唯一股东,原投资方珠海完美木星管理咨询中心(有限合伙)等退出。而北京量子跃动科技有限公司正是字节跳动的全资控股公司。随着投资方的变动,深极智能的主要管理人员也发生变动,其中原法定代表人、执行董事、经理郭祥昊卸任,由字节跳动战略与投资部门负责人严授接任,此外,原监事马恒也卸任,由韦雄瀚接任。

公开资料显示,深极智能由前青果灵动副总裁郭祥昊于2016年创立,是一家专注机器学习在游戏业应用的公司。其中,公司创始人郭祥昊曾先后参与研发了《北京浮生记》《方便三国》《大明浮生记》《找你妹2014》《狂暴之翼》等游戏。深极智能的产品包括游戏聊天系统广告过滤系统、游戏行为大数据挖掘系统等。



字节跳动对于游戏业务的野心早已对外公开,而深极智能也只是字节跳动近段时间收购的游戏公司之一。今年以来,字节跳动已陆续收购上海墨数数码科技有限公司、入股上禾网络科技(上海)有限公司等,其中上海墨数数码科技有限公司曾开发了《全民无双》《决胜武林》《择天记》等游戏。

在借助收购快速扩张版图的同时,字节跳动也在布局旗下自研团队,不仅自2018年开始便多次招聘游戏研发、运营等相关岗位的人员,今年6月,字节跳动还成立了一个超百人的团队,实施游戏自研项目“绿洲计划”。截至目前,字节跳动旗下抖音的首款小游戏《音跃球球》App已上线,并成为iOS免费游戏榜上的常客。另有消息称,字节跳动第一款重度游戏预计在2020年一季度推出。

## 放线钓鱼

字节跳动为何如此青睐“游戏”这块蛋糕呢?北京商报记者第一时间联系了字节跳动

媒体负责人并就游戏业务布局情况进行询问,但对方回应暂时不方便透露。

而在业内人士看来,互联网圈子里,广告、电商和游戏被称为流量变现的“三驾马车”,且游戏行业的毛利率较高,阿里、百度、B站等都在逐渐开拓游戏业务,字节跳动作为当前流量最大的公司之一,选择拓展游戏业务是自然而然的事情。据字节跳动官方数据显示,截至2019年7月,其旗下产品全球总DAU(日活跃用户)超过7亿,总MAU(月活跃用户)超过15亿,其中抖音DAU超过3.2亿。

“近一年来,字节跳动在游戏行业是有比较多的布局,可以窥见字节跳动很希望能够能够在游戏行业成为一个重要的参与者。在一些报告中,我们可以发现抖音等短视频用户和游戏用户重合度很高,60%以上的短视频用户其实也是游戏用户。”新元文创创始人刘德良认为,字节跳动旗下的短视频应用拥有庞大的用户群体,这也为游戏业务推广起到重要作用。

公开资料显示,字节跳动在新闻资讯、视

频领域、电商方面都已经建立起内容矩阵,包括微头条、头条号、悟空问答、抖音、火山、西瓜视频等应用都拥有大体量的活跃用户,使得这些内容矩阵都可以成为字节跳动游戏的分发渠道。

刘德良指出,字节跳动首先是有作为游戏发行平台的优势,能与很多游戏厂商进行合作。而这几次针对游戏研发公司的收购,是在提升字节跳动的游戏自主研发能力。同时,借助新收购公司在游戏方面的AI技术,为其他的游戏厂商提供专业的服务,并逐渐形成行业优势。

易观分析师廖旭华认为,在超休闲游戏这一细分市场上,字节跳动给腾讯游戏带来了竞争压力;超休闲游戏以流量思维做主导,跟抖音等产品调性非常契合,目前在超休闲游戏发行方面,字节跳动已形成了竞争优势。”

## 暗流涌动

游戏行业的市场红利已得到业内的认

可,但若获得红利也不是一件易事。纵观游戏行业的发展现状,头部企业占据较大的份额,仅腾讯、网易两家的市场份额就达七成左右,并在游戏用户规模和游戏热度上牢牢占据领先地位,同时还有200余家上市游戏公司争抢市场。除此以外,据伽马数据日前发布的《2019中国游戏产业年度报告》显示,用户与IP红利收紧,市场竞争压力趋强,产品精品化的需求渐增,这也驱动了国内游戏企业在研发、营销与运营等多方面的综合实力进一步增长。

随着市场竞争日益加大,后入局的字节跳动也将面临一定挑战。且在业内人士看来,虽然让字节跳动凸显优势的大多是超休闲游戏,但该公司面对的最大挑战可能是来源于重度游戏的自研能力略显不足。

“重度游戏和超休闲游戏对整个公司的规划、运营思维要求都是不一样的。相比超休闲游戏,重度游戏背后对公司IP的积累、团队磨合度有更高的要求。”廖旭华认为,即便能挖到已有相应成绩的策划、开发、美术等团队,也不能确保能复制出被市场认可的重度游戏产品;游戏行业本质上还是需要靠游戏产品说话,即使字节跳动在流量上有优势,但重度游戏的研发依然需要极大的投入,除去发行成本仍需要几千万元,而没有比较好的IP加持,也将会加大重度产品的研发挑战。”

业内人士认为,字节跳动在游戏发行这条赛道上已经跑出佳绩,但要探索更深层的游戏市场,研发能力必定是更需要看重的。与此同时,目前上海墨数数码科技有限公司和上禾网络科技(上海)有限公司两家研发商还没开始交出答卷,字节跳动能实现何种游戏布局还需进一步观望。

北京商报记者 卢扬 郑蕊 实习记者 伍碧怡