

自建会员体系 融创文旅“抢客”OTA

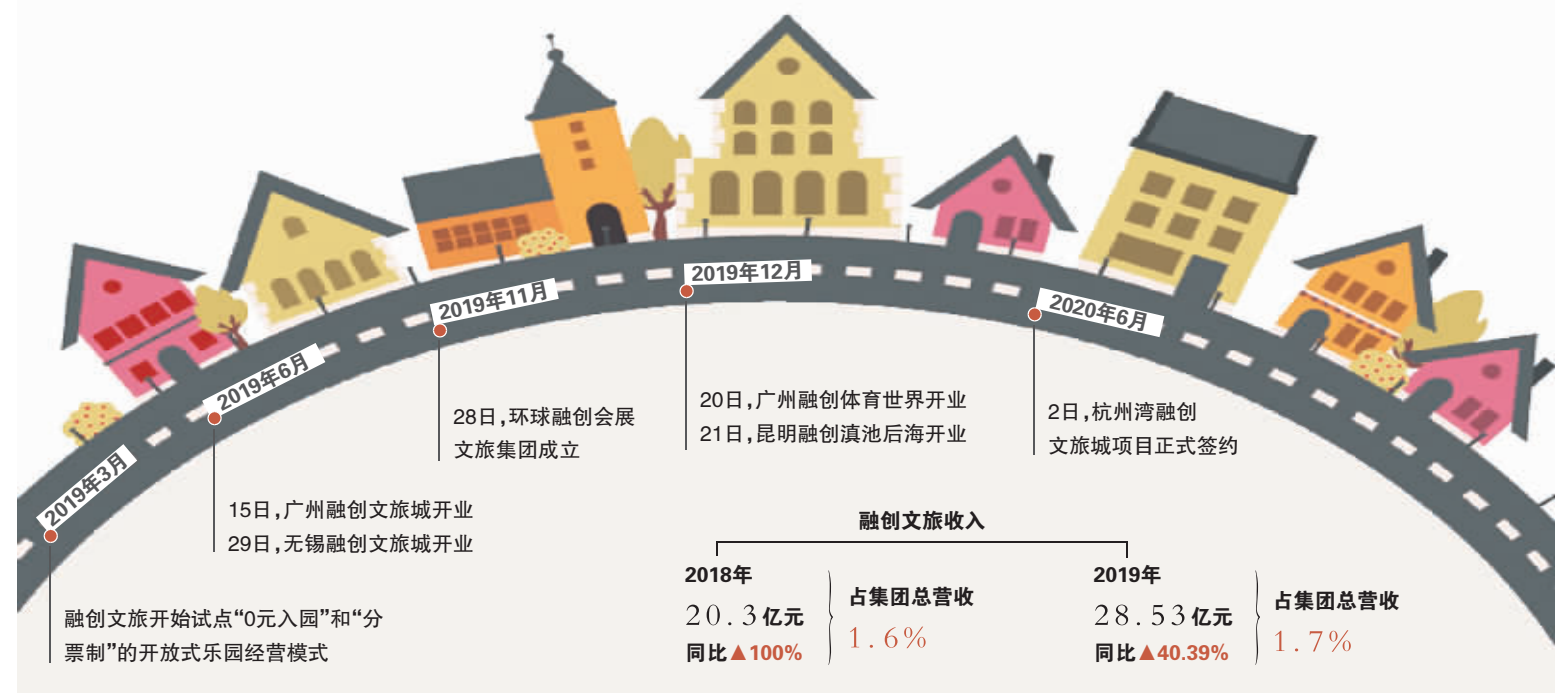
在接连拿下数个重大项目之后,融创文旅也开始思考如何进行流量变现。8月25日,融创文旅宣布俱乐部小程序正式上线,其会员生态体系也随之浮出水面。近年来,融创文旅在跑马圈地的同时,也被持续增加的负债所困扰,虽然文旅板块收入逐年递增,但相较于融创整体营收,贡献仍然有限。因此,在业内人士看来,融创文旅对于会员体系的打造,显然是希望借机加码直销渠道,同时将核心用户收归己有,不过在OTA和旅行社分销渠道的分流下,这一步的前景还不好说。

会员俱乐部上线

一向在线下“攻城略地”的融创文旅突然在线上“玩”起了会员俱乐部,这吸引了业界的目光。据介绍,此次上线的融创文旅俱乐部小程序将为每一位会员定制专属的游玩体验。

北京商报记者在“融创文旅俱乐部”小程序首页发现,会员可以自由选择目的地城市,结合融创文旅“一城一色”的属性,通过“专业玩咖”“首席游民”“种草星官”“资深吃货”“剁手达人”等五大功能分区,来获取每个项目游玩信息。同时,游客还可以通过俱乐部小程序实现部分门票预订功能。

当天,融创文旅还与10余家来自生活服务及泛文旅领域的企业达成战略签约,其中包括支付领域的浦发银行、住宿领域的华住酒店以及文体领域的阿里鱼和新浪体育、电



竞领域的QG电子竞技俱乐部等,其中不少企业都将在会员体系上与融创文旅俱乐部进行合作,打通业态。

在业内人士看来,融创文旅此举是在对线下资源进行整合,同时,利用这些资源拓展直销渠道,从而增强用户黏性。如今很多文旅企业也都在谋划自己的会员体系建设,不过就效果来看,市场反应也不尽相同。

进击的文旅板块

整合线下资源,加码线上渠道的融创显然是看中了文旅板块的前景。事实上,在融创中国董事会主席孙宏斌整体的战略中,文旅板块近年来呈现高速发展,且比重也持续增加。

在今年3月的业绩会上,孙宏斌就曾表示:“疫情后文旅业会反弹,这个行业是供给侧的问题,需求远远没有满足”。

目前,融创文旅的版图正在持续扩张。2017年7月10日,融创曾以438.44亿元收购了万达13个文旅项目91%的股权,一年后,融创又以62.81亿元收购万达原文旅集团和13个文旅城项目的设计、管理和规划公司。

除了持有收购的万达文旅资产外,孙宏斌还通过不同方式圈地。2019年11月,融创斥152.69亿元巨资收购云南城投集团持有的环球世纪及时代环球51%股权。同年12月,融创又以10.42亿元接盘华侨城成都文旅项目。

融创文旅提供的资料显示,融创文旅现已在全国一二线城市布局12座融创文旅城,目前拥有4个旅游度假区、9个会议会展中心、25个文旅小镇,其中涵盖49个乐园、48个商业、近150家高端酒店。

融创文旅板块虽然高速扩张,但营收贡献仍十分有限。融创年报显示,到2019年底,其文旅部分的资产总额为1001亿元,负债总

额为224.7亿元。同时,融创文旅收入为28.53亿元,虽然同比增长40.39%,但占集团总营收的比重仅为1.7%。

在业内人士看来,在此情况下,如何提高文旅板块的收入变得迫在眉睫,而其中行之有效的一个办法,就是拓展自己的直销渠道和建立核心会员体系。

难在哪儿

“融创全部产业的重点其实在房产,文旅板块是在近几年才逐渐加码,但受疫情影响,今年以来文旅业务收入不佳,也是促使融创文旅加码整合文旅资源的一个因素。且今年的旅游能恢复到何种程度还需观望,在线上做增量是一个风险相对小的选择。”资深旅游专家王兴斌表示。

王兴斌进一步表示,从当前小程序上线

的产品来看,主要是以推荐攻略加产品的模式,一些亲子游等产品也在尽量迎合当前休闲市场的需求,从聚集人气及消费群体方面来看,目前产品更多考虑的是未来的大市场。“融创文旅的产品分布于多个城市,主打产品而不是做区域整合,就需与当前现有的线上OTA等平台‘抢客’。”

王兴斌认为,如携程、美团等线上平台,都不是在做自身的产品,而是以平台为媒介推销全方面的产品。但融创文旅一直主推自身产品,因此此次小程序很可能是对自身产品的一个整合和叠加,但究竟能起到多大作用,还需观望。

对此,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也直言,融创文旅自己做会员体系,的确有很多难关。首先就是融创文旅的项目总数相对有限,若仅依托自身产品,流量入口相对较小,在引流上并不占优势,很难保证客流量及用户黏性。其次,平台面临的竞争也很激烈,除了整合类平台,还要专门做攻略、测评的平台,若不在某一方面做到极致,很难收获固定用户。因此,究竟如何与平台区分,形成自身优势,也是难点。

“目前来看,融创文旅可以在会员模式上多下些功夫,推出一些叠加优惠,如消费满足一定金额可升级会员等级,升级后享受更大折扣;或针对熟客推出些重复游玩的优惠活动,将住宿、游乐产品打包销售,充分盘活资产形成叠加效应。总体看,会员制其实很重要,也是当前旅企的线上平台和其余整合类平台的一大区别。未来融创文旅会员体系还可融入更多业态,比如消费者若购买某一业态产品即可享受多品类文旅产品,并实现全业态积分累计,以此来吸引更多的会员用户。”吴丽云表示。

北京商报记者 关子辰 杨卉



延展多元业态 北京实体书店转型升级进行时

北京商报讯(记者 郑蕊)2020年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)即将于9月上旬正式举办,目前各项工作均在筹备中。8月25日,地图主题书店及自在博物书店透露称,正在准备各自的参展产品。除了上述两家实体书店之外,服贸会期间还将有更多实体书店参展,展现其在转型升级“主题化”“专业化”“高精尖”等方面的探索与成果。

地图主题书店由中国地图出版集团旗下地图爱好者俱乐部“地图精品总汇”升级改造而成,于去年12月正式对外营业。与其他实体书店不同的是,该书店以地图为核心,从事图书出售、研发文创产品等相关业务,从一家老读者服务部升级为全国首家以地图为主题的书店。本届服贸会期间,地图主题书

店将展示中国地图出版集团出版的,反映新中国成立70年以来,尤其是改革开放40年来不同时期、不同领域发展变迁的优秀图集,如《中华人民共和国行政区划图集》《粤港澳大湾区图集》《地图上的绿水青山》《中国国家人文地理》《中国历史地图》《中国重大选题图集》。

据地图主题书店经理刘秋杉介绍,近年来书店在转型升级上不断尝试,首先便是深入挖掘自身在地图领域拥有的资源优势,店内无论是外观设计还是图书品类的选择,抑或是对外销售的文创产品、举办的读者活动,均与“地图”息息相关,形成“专且全”的经营格局以及独特的文化品牌。与此同时,今年以来书店也进一步融合互联网,持续通过直播等方式进行销售与展示,

并在日前实现单场直播销售额8.8万元。

地图主题书店进一步在“主题化”上拓展的同时,自在博物书店则通过融合多种高科技手段,在自然和博物领域实现高精尖的升级,并计划在本届服贸会期间展示以“北京自然名片”为主题的自然博物图书,包括《城市自然故事·北京》系列、《在公园》《在胡同》《在郊野》等,且除了图书,还有相关文创产品的展示。

自在博物书店创始人宋宝茹表示:在阅读层面,书店所推广的是阅读三次方,第一个层面便是传统阅读图书,第二个层面则是了解图书的背景和故事,第三个层面是亲身实践,使从图书中获得的间接经验转化为自己的直接经验”。

科技创新助力数字化文创再升级

北京商报讯(记者 程铭劼 实习记者 赵博宇)科技的创新正在不断为产业赋能。近年来,科技创新在文化、教育、服务等多领域内的应用更是不断深化。2020年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)将于9月上旬正式在京举办,8月25日,北京商报记者走进此次参展服贸会文化服务专题的中国图书进出口(集团)有限公司(以下简称“中图公司”)和完美世界控股集团(以下简称“完美世界”)。

此次参展服贸会,中图公司将在服贸会上重点展示企业自主研发的全球数字资源交易与服务平台——易阅通,易阅通平台上汇集了来自海内外2700余个出版品牌的全学科、多类型数字内容。“随着数字化在出版物领域的

不断应用,中图公司也在积极思考搭建数字交易平台,增加数字存储的服务能力。”谈到开发易阅通的初衷,中图公司副总经理林丽颖表示。

除了易阅通,北京国际童书周也将首次亮相服贸会,集中展示中外少儿图书5000余册。此外,中图公司还将以裸眼大屏和移动VR两种形式,将传统2D出版物,尤其是绘本、漫画等作品,升级为3D全景出版内容,在服贸会上展出,以5G技术赋能出版,开启5G阅读的新生态。

另一家参展公司完美世界此次在服贸会上共有三个展区:各区展区的海淀区展台、文化服务专题展示区、数字文化产业展区,参展产品涵盖各个层面业务。届时,他们将针对游戏产品《诛仙》手游和动画产品《宇宙护卫队》进行展示;同时,完

美世界的全球化展板和文创展板也将亮相,集中展示公司在影视、游戏和电竞三个重点领域的全球化成果。

在用文创化思维赋能传统产业转型升级的过程中,完美世界用游戏赋能传统文化,公司旗下的《新笑傲江湖》手游联合“天下第一苗寨”西江千户苗寨以及三位苗族文化非遗传承人,在游戏中重现苗疆的千年历史文化特色。

完美世界高级副总裁兼发言人、完美世界教育董事长王雨蕴在谈到技术在游戏方面的创新应用时表示:“目前我们在探索一些VR游戏领域,而5G、VR这些技术的推进也会给电竞目前的直播和赛事带来变化,甚至会改变电竞产业的商业模式,反推AI技术的发展”。

广告

西泠印社 二〇二〇秋季拍卖会 北京公开征集藏品

时间:8月30日至8月31日(周日、周一)9:30-17:30 详询:0571-87896778/87812580

地点:北京好苑建国酒店二层小会议室

北京东城区建国门内大街17号(地铁一号线东单站B口)

征集范围:中国书画、中外名人信札手稿、古籍善本、金石碑帖、名家篆刻及印石、珍品田黄、历代名砚、古瓷珍玩、文房杂件、历代瓷器、明清家具、紫砂及茶道具、造像艺术、中国历代钱币、油画雕塑、摄影及电影艺术、名家漫画插图连环画、古代玉器、当代名家玉雕、和田玉籽料原石、西洋古董、珠宝首饰、中外陈年名酒

敬请关注西泠拍卖官网 www.xlysauc.com 了解最新拍卖资讯。

2020西泠秋拍,西泠(绍兴)拍卖、西泠网拍·艺是同步公开征集。

公司杭州总部及北京办事处、上海办事处常年征集。



西泠印社二〇二〇春季拍卖会,总成交额10.99亿元,总成交率88%!

衷心感谢您的参与支持,西泠拍卖新十五年开局!

西泠印社(绍兴)二〇二〇秋季五周年拍卖会

预展:9.24-9.25,拍卖:9.26-9.27

展拍地点:绍兴世茂皇冠假日酒店(越城区胜利东路379号)

公司总部:浙江省杭州市清吟街127号 0571-87896778
北京办事处:东城区东直门内大街48号东方银座A座6层E室 010-84477279
上海办事处:徐汇区复兴西路36号 021-64338662
西泠印社(绍兴)拍卖有限公司:浙江省绍兴市越城区蕺山街86号 0575-85098969
西泠拍卖网拍中心:杭州上城区中河中路198号绿都大厦9楼 0571-87916803

