

·声音·

同程旅游网副总裁兼邮轮事业部CEO王凯:
邮轮产品更适合体验式营销

作为OTA,以前我们着重经营渠道,而未来我们会更加注重经营会员。在中国互联网红利开始下滑的背景下,我们已经进入会员经营阶段。

从邮轮产品来说,我们持续关注中老年用户和亲子家庭两类用户。我们沿着这两类用户人群,从产品、服务、数据挖掘和销售渠道的建设上做一些优化,以此来实现新的增长。

由于邮轮用户以中老年为主,因此我们较注重线下方式进行营销。同时,由于邮轮产品更加适合体验式营销,所以我们在全国的300多家门店都植入了VR体验,利用会员的体验式活动,打造邮轮的现场场景,以此来吸引更多游客,达到线上销售无法达到的效果。虽然同程目前邮轮方面线上的比例仍然有50%左右,但是线下销售的数量增长速度非常快,这也利于我们拓展更多的城市。

去哪儿网度假销售总监杨光:
同质化赴欧游价格会继续下降

其实度假产品非常难做,因为打包的东西太多,比如机票对应不同的赴欧航空公司,那么怎么去比较一张法航的票和一张汉莎的票,到底哪个更好?

比如,有的客人可能在意的是出行时间,有的客人可能则在意机场服务的语言,还有的在意餐食、行程等设计,从我们平台的角度来说,客人绝不是只选低价票,纯粹做价格比拼。当产品设计没有特点时,那肯定只能是价格比拼。

而对商家来说,由于行业利润摊薄,很难有大量的精力、人力、财力去投入到研发创新中,所以,企业要研究做一个产品怎样来追求客户的黏度。

比如说,用创新来抓住客户,或者说对产品进行资源垄断。我想这是企业需要研究的一个话题。所以,价格会不会探底,对于平台来讲,如果是同质化产品,价格一定会再往下降,但创新性、针对性强的产品,未来的生存空间会更大。

众信旅游定制产品中心副总经理陈丽:
赴欧游低价只是一个阶段

之前做旅游行业,我们做好的产品,客户往往在选择时,不太会考虑舒适度,大多选择欧洲旅游市场上价格很低的产品,这是一种客户群体。

还有一种群体在生活、服务体验等方面的需求日益提高,他们所需要追求的旅游产品的品质就会越来越高。不仅仅是把酒店从四星提到五星,或者团餐厅变成西餐,而是对细节化和旅游体验的感受度要求越来越高,比如说,线路的安排和设计上,是不是让客人感受到有特色。

那么,如果欧洲的外旅局在这些资源上给我们更好地指引,我们把这些线路做到产品里,就会让很多有这些特殊需求的客户有更好的体验。

所以,我觉得低价只是一个阶段,一个时期会出现的,不可能是长久的。客人在选择初级方案时,可能会选择低价,而到后期它一定会选择更高品质和服务的产品,而这种客户群体是我们后期要给客人引导的。

栏目主持:左靖远

人物专访

隐居集团常务副总裁董馨:
非标住宿连锁化不等于同质化

北京商报: 目前隐居酒店集团正在全国各地布局,那集团在挖掘具体项目时主要会考虑哪些因素?有什么衡量标准?

董馨:有几个标准。选址首先考虑的是空气、环境要好,景色优美,还要有文化底蕴,而且在这个地区有适合的目标人群。因为我们做的是度假目的地的精品酒店,所以我们肯定是和度假目的地结合的,选址一般在景区、村落或者核心城市附近。而且不同的子品牌定位也是不一样的。

北京商报:集团下面的3个品牌隐居、小隐、乡宿,布局的时候有哪些侧重点?

董馨:首先,乡宿系列主要分布在乡村,因为我们要做的是中国的乡村文化复苏。选择的村庄要有一定文化底蕴,但因为年轻人的流失几近没落。我们希望通过我们的酒店可以让年轻人回来,实现我们复苏乡村文化的初衷。

隐居系列,我们会选一些比较大的城市或者风景及其优美的目的地,并且具有历史背景和故事,譬如说像上海,我们选址在吴兴路和武康路,北京就选在距离故宫非常近的位置,重庆选在鹅岭文创公园附近。这些选址再结合生活方式特色,

非标住宿的概念越来越火,如今也引发了业内对该行业标准化建设规范的讨论,而连锁模式下的非标住宿也成为越来越多的业者选择的发展方向。甚至有观点提出,当非标住宿越来越标准化,是否会出现如酒店行业一般的同质化?对此,隐居集团常务副总裁董馨在接受北京商报记者专访时表示,所谓标准化,其实是对服务体系、理念的统一和执行,房间的装修和设计并不一样,把握好这些,同质化并不会出现。

就做成了隐居品牌的精品酒店。所以选址如果不是在城市中心,就会是在非常美的景区,比如我们起步的项目就是在杭州的景区里面,隐居系列做的是一个城市里隐形的度假村。但是如果一个景区没有文化可以挖掘,我们会利用景区效应,对一些不可多得的资源进行整合。

北京商报:不论是民宿还是个性化酒店,突出的都是个性化和非标准化,而现在,连锁化运营下民宿也好、个性化住宿也好,是否会让这些非标住宿存在同质化的风险?

董馨:我们是连锁化运营,但并不是说我们的客房都是完全统一的标准模式。我们的客房基本上没有两间是一模一样的,我们做的不是传统的连锁酒店,没有整齐划一的标签。可能在某种意义上我们也可以说是非标住宿。

我们没有一个在装修上或者设计上的统一标准,装修风格一定是按照当地的文化和地理形态等特色来做的。我们的连锁化运营,主要体现在服务的整体理念上,会有一个从总部到各个部门在体系上的统一贯彻和执行。比如客房用品、拖鞋或者数字化的设备,这些我们会有统一的标准来执行。

北京商报:装修和设计上的成本支出会很大吗?

董馨:从区域发展到现在,其实项目上包括选址和装修上都不需要我们有太多的投入,我们现在倾向于轻资产的运作。比如我们开发村庄并不会和村民签订合同,而

是寻求与当地政府合作。与当地政府签合同之后,政府也会成为项目股东,装修等就会得到政府的投资。装修完以后才会交到我们手上,然后我们来做运营。但是,从前期洽谈、签订协议到装修,项目不管是政府投资还是开发商出钱,风格调性始终是我们在主控,从设计到施工全部都需要我们共同参与并进行审核验收。

北京商报:隐居集团在发展中也引入了合伙人制度,这方面是怎么考虑的?

董馨:隐居集团在全国布局,要把很多资源集中起来,虽然我们是做住宿的,但也会做文创业务。我们会在一些城市精品酒店里面植入文创文化,酒店只是一个载体。那么,如果我们要集中当地的一些资源,我们就可以通过合伙人,整合更多的资源。另外也有一些资金的投入,这样我们就无需去用自有资金启动一个项目,不然战线会拉得很长。

北京商报:现在互联网化已经越来越普及了,这一方面未来有什么设想?

董馨:我觉得互联网相对于任何行业,不论是酒店行业还是文创行业,就跟水、电、空气一样,是一个非常普通的东西,每一个项目出来,每一个产品出来,我们自然就会用互联网化的方式进行推广。在我们的渠道中,其中有30%-40%差不多都是互联网渠道,未来希望我们的自营渠道能达到80%,包括会员制度也会是我们运营的一个重点。

北京商报记者 关子辰 白帆 王胜男

天弘基金解读两会热点:

资产配置助力养老保险基金投资运营

养老保险基金在此次两会中再度成为关注焦点,政府工作报告中指出,2017年将继续提高基本养老金标准,养老金入市也在稳步推进。对于如此大规模的基金如何做到稳健运营,一直是业内热议的焦点问题。长期做资金管理的公募基金是养老金最佳的投资管理机构,国内规模最大的公募基金公司天弘基金认为,资产配置对于养老保险基金投资运营有重要意义。

在2017年全国两会上,政府工作报告指出,2017年将继续提高退休人员基本养老金标准,这意味着退休人员养老金标准将实现13连涨。据了解,2005-2015年,我国养老金年涨幅均为10%,在2016年这一涨幅下降到6.5%,2017年提出总体上涨6.5%左右。财政部部长肖捷表示,目前我国养老保险基金总体上仍然收大于支,能够保证养老金按时足额发放。但是对于如此大规模的基

金如何做到稳健运营,一直是业内热议的焦点问题。

据了解,养老保险基金是长期性资金,养老保险基金投资运营的唯一任务就是实现长期投资目标,长期投资目标是养老保险基金投资运营的出发点和落脚点。但是长期投资目标不明确或者缺失是多年来困扰我国养老保险基金投资运营的突出问题,容易导致基金投资行为短期化,既不利于保障基金投资安全,又不利于提高基金长期收益水平,目前我国养老保险基金管理同样存在着许多提升的空间。

未来我国的养老保险基金规模将持续扩大,受托管理机构将成为养老保险基金投资运营的核心。如何提高养老保险基金的长期回报,用投资收益增强养老保险的基金支撑能力,对于完善我国养老制度具有十分重要的意义。国内规模最大的公募基金公司天弘基金认为,养老保险基金的长期投资目标是实现

收益目标和可以承受风险水平,养老保险基金的投资管理机构要以此为依据,明确基金长期投资目标,并制定基金投资政策和确定战略资产配置。

天弘基金表示,受托管理机构以战略资产配置为依据,按照养老保险基金长期投资目标,对基金整体的风险水平进行控制,为基金整体、资产类别和投资组合分别建立投资基准,将是养老保险基金控制投资风险的主要手段,也是养老保险基金开展长期投资的有效工具。

业内人士分析,近十年来,随着职工基本养老保险制度的完善和居民基本养老保险制度的建立,我国基本养老保险覆盖面及其基金积累规模不断扩大。2017年将是养老保险基金改革至关重要的一年,基本养老金全国统筹、建立中央调剂金制度应当迈开实质性步伐,而这也对养老保险基金的管理提出了更高要求。