

(上接B1版)

2018年旅游业的变与不变

整个行业除持续进行整合升级外,“跨界”正成为企业吸睛逐利的王牌,主要为业外资本跨界入局、酒店集团跨界非住宿业态以及“酒店+”模式的跨界合作。例如,OTA大佬携程正式宣布成立自己的酒店品牌“丽呈”,通过向全国一二线城市高星酒店提供数据分析、营销渠道等服务,获得自己的酒店“同盟”;华住酒店集团推出了汤泉品牌“禾之汤”,并在上海推出首家汤泉馆;亚朵酒店则与网易严选合作IP酒店,跨界“酒店+”的布局等。

酒店行业资深专家赵焕焱指出,跨界合作是酒店提升竞争力的举措之一,酒店是一个消费终端,利用这个终端平台,可以整合资源、延伸业务。但值得注意的是,非住宿业态的运营亦需要专业

的管理团队,如何跨业态经营是每个企业需要思考的问题。

冰雪:升温

受2022年北京冬奥会影响,国内冰雪产业成为2018年行业最热的投资热点之一。据文化和旅游部数据中心最新发布的《中国冰雪旅游发展报告(2018)》显示,2017-2018冰雪季,我国冰雪旅游人数达到1.97亿人次,冰雪旅游收入约3300亿元,我国冰雪旅游已进入爆发式增长的黄金时代。同时,冰雪小镇生态圈正在加速形成,预计到2020年冰雪小镇数量将达到40个。显然,冰雪旅游已成为大部分北方城市最重要的旅游资源和核心支柱,冰雪旅游产业地位正逐渐加强,并成为冬季旅游发展的新风向。

资深旅游专家王兴斌指出,将冰雪体育运动与旅游这一经济产业相结合,可使体育运动、文娱活动这种传统的公共事业转化成经济产业,从而创造巨大的市场需求和经济效益。交通、建筑、装备、服饰、食品、医疗、科技、教育等均可成为冰雪旅游产业的支撑点。目前,冬奥会早已进入“北京周期”,在此带动下,冰雪旅游将持续迎来爆发期。

OTA:厮杀

2018年,对于OTA来说依然是充满竞争的一年。当前旅游市场越来越趋向细分化。一方面,同程艺龙依靠自身微信渠道端优势登陆港股,驴妈妈则继续依靠在景区方面资源优势为上市做准备。另一方面,OTA“大佬”携程则上线旅拍,玩起了内容营销。同时,一些在线旅游的UGC网站诸如马蜂窝、穷游网等也纷纷像电商靠拢或者布局其他领域跨界,试图寻求流量变现。

有机构数据显示,目前“80后”“90后”已经成为在线旅游消费的主力人群。同时,在旅游消费升级的趋势下,消费者在旅游产品决策时更加注重自主性和趣味性;在游览过程中更加注重旅游体验和服务品质。如今,虽然在线旅游渗透率不断增加,达到16.5%,但整体增速有放缓的趋势。

有业内专家分析指出,未来在线旅游将继续在流量端争夺,而转化率则成为至关重要的砝码。

免税:垄断

今年以来,各地离岛免税政策利好不断释放,而通过不断整合,免税市场中的垄断程度也在加剧。自中国国旅旗下中免公司收购日上(中国)股权,先后中标香港机场烟酒标段、首都机场T2和T3免税经营权,并开始在昆明、广州、青岛、南京、成都、乌鲁木齐等地机场布点。今年中国国旅业务版图持续扩充,基本形成了垄断地位。

今年初,中免公司宣布拟收购日上免税行(上海)有限公司51%股权,又接受了海南省国资委无偿划转的海免公司51%股权。中国国旅的免税业务“一家独大”,粗略估计占全国市场的80%以上。

旅游资深专家王兴斌指出,对于免税行业来说,商品的价格优势是决定消费者选择的重要因素,如果国内的免税市场高度垄断,就意味着垄断企业将掌控商品价格的决定权,不利于消费者进行消费选择。从长远的角度来看,单个企业的高度垄断被打破,才能让行业更健康地发展、更充分地竞争。

北京商报记者 肖玮 关子辰 武媛媛

北京歌华开元大酒店:“一路向北”三地冬季畅玩

即日起至2019年2月28日,北京歌华开元大酒店、天津瑞湾开元大酒店、长春开元名都大酒店三地联动邀您去北方游故宫、畅玩滑雪的梦。其中,北京歌华开元休闲套餐包含高级大床房/高级双床房1晚,自助早餐2份,68元大堂吧下午茶套餐2份,首日入住欢迎水果1份及免费WiFi、停车场等公共服务。天津瑞湾开元SPA套

餐包括高级大床房/高级双床房1晚,自助早餐2份,SPA套餐2份,自助晚餐2份,首日入住欢迎水果1份及免费WiFi、停车场等公共服务。长春开元名都滑雪套餐包含商务双床房1间夜,自助早餐2份,莲花山全天不限时滑雪2人票,首日入住欢迎水果1份及使用健身中心、游泳池和免费WiFi、停车场等公共服务。

落实金融科技战略 建行北京市分行的三大“法宝”

“我们依托‘新一代’系统形成的技术优势,融现代科技、客户洞察、金融场景、产品运营于一体,由过去技术应用者向行业引领者、标准制定者跨越。”中国建设银行董事长田国立曾指出。为全力落实总行金融科技战略,建行北京市分行从激发活力、赋予动力、提升能力三方面持续发力。据了解,在组织架构方面,建行北京市分行将原技术部调整为金科部,列入前台部门,设考核、加任务、给政策,技术人员走向营销一线,成为业务部门、支行开拓客户、市场的“高参”。此外,自主研发了建融家园App考核系统等数十个项目,运用数据挖掘创新研发“慧诊脉”等10个大数据项目,其中部分已进入总行产品移植库。

法宝一:

赋能机构客户 开拓新的业务增长点

10月25日,建行北京市分行数据中心正在紧锣密鼓地为“拍车贷”系统上线进行着最后的冲刺。“交易绿灯测试成功”“报表绿灯测试成功”……随着一条条测试指令的完成,“拍车贷”系统正式上线成功,监控机房里爆发出胜利的欢呼。据悉,依托该创新产品,建行北京市分行在短短10天内受理购车分期业务100笔,放款73笔,金额达494万元。这是该行以科技创新赋能客户、开拓新的业务增长点的又一经典案例。

据了解,北京市政府于2014年颁布了京牌小客车司法处置相关管理办法,授权北京产权交易所(以下简称“北交所”)进行车辆牌照转让的拍卖工作。然而线上交易平台上大量C端客户存在信贷需求。为此,建行北京市分行以龙卡信用卡购车分期产品为交易切入点,为京牌小客车竞买人提供在线缴费、信贷融资等服务;“拍车贷”产品应运而生。

产品能否顺利应用,系统研发是关键。在与客户系统对接中,建行北京市分行项目组主动帮助客户设计对接流程,改进内部系统架构,输出建行金融科技力量。建行北京市分行金科部负责人指出,在“拍车贷”系统建设中,以科技驱动双方关系良性发展,使客户逐渐了解、熟悉和认同建行金融科技的理念和方法。北交所

虽与多家银行接触,但最终选择了建行作为首家合作单位,正是看中了业务背后的技术实力与跨条线合作的稳健和高效。

值得一提的是,通过科技赋能,建行为多个业务领域客户提供定制化金融科技服务:为海淀区保障房公司11个公租房项目提供租金批量代收服务,代收资金总量超过7000万元;利用科技手段服务中国铁路总公司,打通了在铁路客票移动支付高频应用场景下的“龙支付”交易渠道,日均交易量达万笔。

法宝二:

创新场景 实现批量获客

智慧社区、智慧校园、智慧医院……“智慧”的种子已经根植于建行经营发展的方方面面,在金融科技助力下,该行在多个领域的同业竞争优势愈发凸显。

“在和北京某大学就住房租赁领域展开全面金融合作的同时,我们在调研时发现,原有物业公司在收费抄表、报修维修、访客及停车管理等方面存在落后,缺乏线上一站式服务。”建行北京市分行相关负责人说道。

为此,建行北京市分行在智慧社区服务上也下了功夫,并设计了多套系统。据悉,智慧社区服务系统能够提供智慧物业等六大主题生活服务,社区入驻定制系统能够提供物业服务流程的灵活定制,设计开发

对外开放集成系统能够集成社区物联网设备,精准匹配了客户需求。北京某大学智慧社区项目上线后,目前业主注册率近70%,居民体验良好,校方非常满意。

“金融科技战略可以帮助我们有效锁定客户,用平台批量获取客户、账户和资金,让建行由客户首选银行变为客户必选银行。”建行北京市分行机构部负责人介绍道。

法宝三:

科技与数据双轮驱动 增加用户黏性

此外,建行北京市分行采用科技和大数据双轮驱动模式,进一步增加用户黏性。

今年8月,该行研发了“慧诊脉”数据产品,应用聚类挖掘技术找到信用卡审批环节要素的离群点,对信用卡进件审批结论的历史信息、登记信息、征信结论、风险评分等数据进行深度挖掘,追踪每一份进件后的多个审批环节,分析归纳出9大类21小类拒件原因,实现了对进件处理的全流程跟踪管理和全方位画像,解决了信用卡进件审批过程中的诸多问题,极大提升了审批效率。目前,建行北京市分行进件办理周期从15个工作日缩短到2-4个工作日,审批通过率67.5%,因办卡被拒而发生的投诉情况明显减少。

今年“双11”期间,“京东快贷”交出了漂亮的成绩单:贷款余额突破4亿元,授信客户超过6万户。该行与京东金融确定合作意向,在快贷现有授信模型及风控模型基础上,将客户在京东商城和京东金融消费、理财数据有机结合,由建行和京东金融共同建模,为客户提供线上多渠道、全流程自助贷款产品。据介绍,“京东快贷”是建行第一次与第三方平台合作共同推出产品,于6月9日正式上线,并迅速占领市场。上线百天贷款余额突破1亿元,5个月突破4亿元……“科技拓客,珍贵的数据成为建行进一步增加客户黏性的法宝。”建行北京市分行相关负责人说道。