

淡季揽客 多省旅游线下营销搭车“双11”

线下景区纷纷“蹭流量”

一年一度的“双11”即将到来,进入新一轮营销冲刺期的旅游企业、景区,也纷纷拿出了“压箱底”的促销手段,准备在这波流量红利中分一杯羹。

据不完全统计,截至目前,已有超过10个省份的景区、主题公园“官宣”了“双11”的优惠方案,部分景区的折扣力度更是被一些消费者称为历史同期最大幅度。具体来说,目前各地已有多个景区宣布将实施免费措施,比如:甘肃省的张掖平山湖景区就发布公告,景区将于“双11”当日启动免费日活动,届时游客仅需缴纳30元景区内交通费用即可进入游览。无独有偶,江苏省扬州市的捺山地质公园也发布消息称,11月6日-15日,游客只要连续转发指定微信3日即可限期免费入园。

此外,还有不少景区都在“双11”前后出台了各种优惠办法。举例来看,湖北的神农架国际生态旅游度假区明确,11月1日-12月31日,游客(神农架林区以外)游览神农架生态旅游度假区,持本人身份证,在各景区售票窗口只需支付10元即可获得一张价值799元的神农架国际生态旅游度假区门票年卡,持此卡者可在明年12月31日前无限次游览神农架生态旅游度假区七大景区。而且,持卡游客进入景区游览的同时,还可免除一名随行同伴景区门票的优惠(“十一”黄金周期间除外)。山东省济南野生动物世界也推出了69.9元的特惠票(成人门票原价160元/人)。

值得注意的是,在这一轮“双11”揽客战中,多家景区还选择了与游船、住宿等产品“打包”营销预售的办法,延长留客时间、提高消费者的“囤货”率。比如:蜈支洲岛旅游区就发布了199元(原价282元)的门票+豪华环岛游套餐“双11”产品,而且给予提前“囤货”的消费者以更低折扣。

有旅行社负责人表示,11月起,原本不少景区就开始执行淡季票价,加上“双11”的促销,使得原本应是出游淡季的冬季可能会迎来一波游客接待量的回升。据悉,目前已有

“双11”渐近,除了OTA这些线上促销常客外,线下的景区、主题公园也全面开启了“蹭流量”模式,大打门票折扣战。11月9日,北京商报记者梳理发现,截至目前,已有湖北、山东、河北、甘肃、四川、广东、海南、浙江、江西、江苏等十余个省份的景区宣布启动“双11”优惠措施,部分地方景区不仅在11月11日当日推出游客免费入园等优惠,而且还提前“官宣”了较大力度的预售促销、秒杀等产品,多个景区票价降幅超过50%。此外,还有一些景区选择与游船、住宿等环节联动,开启打包预售囤货模式。那么,这波借力“双11”消费热潮带来的流量真的能为淡季景区留住游客吗?

“双11”线下景区促销节选

免费

- 甘肃省张掖平山湖景区
“双11”当日免费,仅需交纳30元景区内交通费
- 江苏省扬州市捺山地质公园
11月6日-15日,游客连续转发指定微信3日即可限期免费入园

优惠

- 神农架国际生态旅游度假区
11月1日-12月31日,游客(神农架林区以外)游览神农架生态旅游度假区,持本人身份证,在各景区售票窗口只需支付10元即可获得一张价值799元的神农架国际生态旅游度假区门票年卡
- 山东省济南野生动物世界
69.9元特惠票(成人门票原价160元/人)

打包促销

- 蜈支洲岛旅游区
199元(原价282元)门票+豪华环岛游套餐



OTA表示,该平台部分景区、主题公园近期门票销售成绩已经超过了去年“双11”。

业绩压力倒逼淡季营销

“今年上半年,受疫情影响,国内景区普遍出现了较大幅度的收入下滑,急需在下半年聚拢人气、弥补亏损。”在北京联合大学旅游学院副研究员杨彦锋看来,尽管“十一”期间,国内景区的业绩大多都出现了一定程度的回升,客流量增长较快,但长假过后不久,大量景区就进入了旅游淡季,客流量也随之下降。

实际上,从近期各上市景区、主题公园企业发布的今年前三季度业绩报告就能看出,虽然在三季度初期我国就全面重启了跨省游业务,但整体来看,在今年前3/4的时间

内,自然景区、户外主题公园普遍营收情况不容乐观。北京商报记者统计数据发现,截至10月底发布三季度报的17家相关企业中,只有6家实现了净利润正增长,超六成仍处亏损状态。

就此,有业内人士分析称,这一轮为蹭“双11”流量而采取大幅打折等营销手段的景区,普遍是即将进入淡季的自然类户外景区。往年到了四季度,这类景区都会面临客流迅速减少、营收大幅下降的局面,而今年,为了挽回疫情带来的损失、加速转型,不少经营者也不能再“躺着过冬”了,纷纷动起了“双11”促销的心思。

杨彦锋坦言,大部分北方地区受气候条件限制,冬季户外观光游览型景区都会出现气温低、客流少的情况,在今年这个特殊时期,想要挽回疫情带来的损失,主动借助一

些消费“噱头”来吸引游客注意力也是情理之中的选择。“双11”虽然不是传统节日,但近年来还是释放了较强的消费带动效应,不少旅行社、OTA都会选择在这一时期做活动“蹭流量”。借助这一波预售,消费者的习惯,同时,旅游景区则可集中力量充裕现金流来保证明年的资金健康。因此,今年“双11”也就出现了大量线下景区争相推出优惠活动,促销力度整体高于往年的现象。”杨彦锋称。

短暂流量难留客

降价、免费一直是旅游圈的主要引流手段之一,但单纯地利用门票来促销,对于广大景区、主题公园来说也并不是一个长久之计。

“降价带来的暂时流量,其实很难真正留住游客。”有专家表示。消费者王先生(化名)就告诉北京商报记者,临近“双11”,不少景区都开始进行促销,自己也在优惠活动期间购买了北京某主题公园的年卡。年卡的价格只比普通门票贵了100元,的确很划算。但真正到了出行时才发现,冬季气温较低时,园内主打的一些水上项目,高空设施已不适合继续乘坐、游玩,因此除非在一些特殊的时间节点,否则这张卡在春季气温回升前,可能使用率不会太高了。”王先生称。

对此,有业内人士直言:“双11”大部分旅游产品皆为预售,且由于价格相比平日有较大力度优惠,因此产品会对使用日期有明确限制。由此可见,景区、主题公园借助“双11”引来的流量大多是受促销价格吸引前往的“一次性”客流,促销过后景区还是不可避免的会面临淡季经营的问题。怎样将这部分“一次性”客流转化为长期客流,或在接下来的淡季继续维持当前的客流热度,是接下来景区要考虑的关键。

在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看来,近年来门票对观光类景区的贡献不断缩小,全国范围内的国有景区门票降价已经成为我国旅游业的大趋势,单纯依靠卖门票,景区的发展势必难以以为继。这就要求景区尽快进行创新,推出更多适合当前季节、符合游客实际需要的产品。”她举例称,一些自然观光类景区在保证安全的情况下,可适当在园区内增加一些二次消费项目,包括简单的小型互动活动、娱乐设施等,来激活消费者出行意愿,同时挖掘部分潜在客户。

吴丽云进一步表示,冬季大部分自然类景区的日常经营可能会受气候条件影响较大,就此,经营者可适当开发一些室内项目,结合当地文化特色来吸引游客。同时,冬季冰雪、温泉也是“揽客”的一大优势,景区可提早进行策划及准备,推出一些小型冰雪项目或产品,增加自身吸引力,同时尽可能延长产业链,从而将“借势”引来的流量真正转化为景区的长期客源。

北京商报记者 蒋梦惟 杨卉

Market focus

立法铺路 深圳探索知识产权保护新模式

北京商报讯(记者 陶凤 刘瀚琳)法治创新护航深圳综改迈向纵深。11月9日,最高人民法院发布《关于支持和保障深圳建设中国特色社会主义先行示范区的意见》(以下简称《指导意见》),提出了涵盖率先自然人破产制度、探索新型数字化知识产权保护新模式在内的五方面33条意见建议。

根据《指导意见》设立的发展目标,到2022年,各项改革任务和试点工作取得阶段性成效,形成可复制可推广的重大改革成果,深圳法院在粤港澳大湾区司法工作的核心引擎功能不断增强,服务保障先行示范区建设的能力水平进一步提高;到2025年,基本完成改革试点任务,各项建设和改革取得标志性成果,深圳法院各方面工作在全国法院当排头、作示范,建成司法公信力、法治竞争力、改革创新力、国际影响力卓越的先行示范法院。

据最高人民法院副院长杨万明介绍,此次《指导意见》在今年8月印发的《深圳建设中国特色社会主义先行示范区综合改革试点实施方案(2020-2025年)》基础上,全方位提出了先行示范区建设司法服务保障措施。其第二至第四部分认真研判改革发展中的矛盾纠纷风险点、法律法规空白点和司法保障着力点,有针对性地提出应

对防范和支持保障措施。

例如,《指导意见》提出深化企业破产重整、预重整、执行转破产制度改革,推动建立针对中小企业的重整机制,探索破产案件简易程序退出机制;完善府院联动机制,建立破产信息登记与公开制度,协同解决破产处置涉及的税收政策、企业注销、信用修复等问题;推进破产案件审判权与破产事务管理权分离改革,支持深圳设立专门破产管理机构。探索建立泛亚太地区破产重整中心。

广东礼律律师事务所律师钟嘉伟公开表示,在现实经营环境下,抵押物通常是房地产或机器设备等“重资产”,这便容易导致具有地产等抵押物的僵尸企业比“轻资产”特征的创新企业更容易获得资金支持。

“我们在僵尸企业破产方面确有尚未完善的问题,但主要还是基于对现实利益的考量。”卓伟律师事务所律师孙志峰认为,一方面,企业破产需要有债权人、股东或企业等主体进行申请。申请破产后,企业便有可能不再存活,而考虑到重整方案的通过难度较高,会降低前述主体的积极性;另一方面,从国有资产运营角度,破产可能会涉及部分国有资产流失等问题,这也是部分地方政府和国资管理机构需要面对的问题。

由于申请破产时需要企业法人、

高管等签署担保协议,这也意味着企业破产时相关个人仍需担负起清偿债务的责任。于是,为了向“诚实而不幸”的债务人提供基本保障,《指导意见》还明确,率先试行自然人破产制度,建立自然人破产制度司法实施协调保障机制,全面落实自然人破产案件裁判在特区内的法律效力。

“《指导意见》的一大亮点是,改革创新的分量很重。”据杨万明介绍。例如,除前述破产制度外,《指导意见》还提出开展新型知识产权保护试点。包括探索人工智能、互联网信息、生命信息等新型数字化知识产权财产权益法律保护新模式;健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度;完善证据披露、证据妨碍排除和优势证据规则,试行举证责任转移制度;完善技术事实查明认定体系,推进区块链技术在知识产权审判中的广泛应用等。

孙志峰认为,当前我国已经逐步向创新性国家过渡,涌现出许多高科技企业和掌握核心技术或全球领先技术的企业,深圳作为我国立法试验区,高科技企业也较为集中,强化知识产权保护力度也成为必然需要。鉴于我国知识产权保护制度建立时间较短,制度和规则仍有待成熟的地方,未来仍需继续加大与世界在知识产权领域的接轨。

涨超14% 新东方回港上市首日开门红

北京商报讯(记者 程铭劼 赵博宇)11月9日,新东方教育科技集团正式在香港联合交易所主板挂牌上市,股份代号为09901。由此,新东方成为首家回港二次上市的中国教育公司。而在上市首日,新东方开盘报价为1381港元,较发行价1190港元上涨16.05%;截至11月9日收盘,新东方股价为每股1365港元,涨幅达14.71%,总市值2305亿港元。

据悉,由于疫情影响,新东方选择在北京集团总部举行上市仪式,完成了“云敲锣”,同时宣告新东方登陆中国香港与美国两个国际化资本市场。而值得注意的是,此次香港IPO后,新东方不仅成为首家在港二次上市的中国教育公司,也成为了港股首只千元股。

据了解,此次新东方在香港二次上市预计募集资金总额(在扣除承销费及发售费用前)约101.3亿港元(假设超额配股权未获行使),或约116.5亿港元(假设超额配股权获悉数行使)。新东方董事长俞敏洪表示,将把募集的资金投入到教育内容和教育产品的研发、教师素质的提升以及教育与科技的结合等方面。

据统计,在过去的14年时间里,新东方共完成了三次上市。2006年,新东方登陆美国纽交所,成为中国首家在美国上市的教育公司;2019年,新东方旗下的新东方在线在香港联交所上市,成为港股在线教育第一股,此次在港二次上市,是新东方第三次登陆资本市场,也打响了中概教育股回港上市的第一枪。

公开资料显示,截至2020年5月31日,新东方在全国91个城市建立了104所学校、1361个学习中心和12家书店,自成立以来累计为超过5540万人次学生提供了服务。

而作为教培行业的巨头之一,面对在线教

育行业的崛起,新东方在近年来不得不加快业务转型和线上化扩张。此外,随着疫情让网课场景逐渐被家长接受后,OMO模式成为了市场共识。作业帮、猿辅导等在线教育头部企业频频融资,行业的马太效应正逐渐加剧。面对这一新局面,新东方想要继续保持行业老大的位置,势必要想办法在资本市场和业务拓展上夺回自己的优势。

目前,新东方在美股中概股的总市值排名第二,排在好未来之后。而好未来在此前也传出回港二次上市的消息。牛牛金融研究总监刘迪寰表示,回港潮出现的原因来自多方面:国外资本市场环境的不确定、香港市场越来越开放都会促成越来越多的中国企业回港上市,此外,美国投资者对教育中概股的了解程度一般,中概股被做空事件时有发生,今年跟谁学就被做空超10次,在港二次上市后,因为美港股的换股机制,两个市场价格将趋于一致,可以起到稳定市场作用”。

刘迪寰进一步指出:目前市场对于教育行业,期待中存着谨慎。新《民促法》送审时,教育板块整体下跌明显,未来仍存较大不确定性。且受疫情影响,资本对线上教育表现出更多的偏爱,而线下则相对保守。而因为停课等影响,线下教育机构部分出现跑路、倒闭等,市场对其投资就会更保守”。

注销公告

北京卡易俱乐部管理有限公司(统一社会信用代码:911101027415781680)经公司全体股东会决议拟向公司所在地登记机关申请注销,清算组成员为:李京,清算组组长为:李京,请各债权人自见报之日起45日内向本公司清算组申报债务清算报告。特此公告!
北京卡易俱乐部管理有限公司
2020年11月10日