



世界互联网大会,台上大佬云集;台下则是各种资源整合。

谁在操盘世界互联网大会

一家旅行社的资源整合大戏

“氤氲思绪,轰动喧哗过后,将自己还给熟悉的小河。”距离世界互联网大会“乌镇72小时”整整一周了,乌镇旅游股份有限公司总裁陈向宏以这样一句诗意的语言,向大会作别。

这个第一次由中国举办的世界互联网盛会,其永久会址设在乌镇。而参与本届大会最深的公司,不是BAT、360,不是三大运营商,不是苹果微软IBM,而是中青旅。

在互联网时代,讲求的是谁能更快地整合资源。贴着“旅行社”标签的中青旅,如何通过掌控旅游产业链上各个价值节点,去操盘这么一场盛会?

本报记者 王赟

3.55亿,这个价格确实便宜

为什么选择乌镇?

国家互联网信息办公室主任鲁炜透露,专家组在全国寻访会址时,提出了三个条件:一是互联网经济比较发达;二是像达沃斯那样的小镇,然后赋予它互联网的魅力;三是能代表中国几千年传统文化。

最终,乌镇被定为世界互联网大会的永久会址。而乌镇景区的控股方就是中青旅控股股份有限公司(600138.SH)。

25日,中青旅以17.75元收盘,涨1.89%。

作为这次世界互联网大会的大赢家,中青旅对乌镇的投资始于八年前。

“当年我进京寻找各大企业投资乌镇,相关企业都进行了拜访,但只有中青旅在两个月时间完成了项目考察、谈判、签约等全部流程。”25日,当年乌镇的总设计师陈向宏在接受齐鲁晚报记者采访时确认,2006年12月17日,中青旅与乌镇古镇旅游投资有限公司签署协议,对后者实施增资控股,中青旅持股比例从最初签约的60%,之后调整到51%,中青旅2014年三季报显示,目前中青旅持股比例是66%。

当年中青旅的出资是3.55亿元。25日,中青旅旗下遨游网副总经理徐晓磊在与齐鲁晚报记者聊到这个数字时感慨,“现在看,这个价钱确实便宜。”

乌镇旅游的最大红利



具有中国范儿的乌镇被定为世界互联网大会的永久会址。

中青旅2014年半年报显示,报告期内,乌镇景区新增50间客房,景区内客房总量达1601间,酒店收益稳步提升;通过持续改善服务质量,大力拓展商务会议市场。为主动适应互联网化的趋势,乌镇景区上半年大力发展线上业务,优化淘宝旗舰店框架和页面,对乌镇官网进行改版、微信订阅号和手机网站开发完成,并与京东商城达成合作。乌镇景区经营业绩亦继续保持稳定增长,报告期内,累计实现营业收入4.26亿元,同比增长23%;实现净利润1.7亿元,同比增长28%。在2014年三季报中数据更新至:实现营业收入7.09亿元,较去年同期增长27.98%;实现净利润2.67亿元,较去年同期增长26.19%。

2013年中国微博大会、G30财长会议、国际组织工程与再生医学亚太年会、ELLE25周年会、新周刊2013中国年度新锐榜等多场颇具影响力的国际国内大会在乌镇举办。

“2005年,我还跟联想的一位副总在杭州签了一个战略合作协议,我们请整个联想集团开发整个管理的协同系统。”陈向宏讲到与联想的一个合作细节,乌镇的酒店,管理人员很少,不像传统酒店一样有经理,后勤、采购,有一个系统的管理网,厨房每天要看预订网,厨房需要什么材料,可以上网告诉配送中心,公司有1600多个房间,住客通过预定网订房,开房率一般都在80%-90%。

2014年,乌镇模式落地北京,所推出的古北水镇,在未做任何推广的情况下,试营业第一年接待人数预计将超过100万人次……

18日,在世界互联网大会开幕前的一天,中青旅在上交所E互动平台上向投资者表示,首届世界互联网大会预计能够为公司未来在乌镇的旅游、会议市场的增长提供强劲助力。

“没有乌镇15年的旅游发展及传统生活下现代化完善配套设施的完备,这样一个国际化的国家级会议不可能把乌镇作为永久会议地,这是乌镇旅游最大的红利。”陈向宏说。

李克强具体指导过的企业

在这次世界互联网大会上,乌镇景区的员工作为服务提供者,以中青旅会展、中青旅联科作为会议接待者,以遨游网等作为会议参与者,中青旅旗下各个业务形态,将近4000余名员工参与到世界互联网大会服务过程中来。

在世界品牌实验室(World Brand

Lab)发布的2013年(第十届)中国500最有价值品牌评选中,“中青旅”品牌价值为115亿元。中青旅是以共青团中央直属企业中国青年旅行社集团为主发起人,通过募集方式设立的股份有限公司,1997年11月26日公司创立,在时任团中央第一书记李克强的推动下,12月3日,中青旅成为中国旅行社行业首家A股上市公司。

再往前说,1980年6月,共青团中央创办了中国青年旅行社,青旅是国家总理李克强具体指导过的一家企业,1990年,青旅创办十年时,李克强报告业绩:没要国家一分钱,创汇6亿元。

目前,中青旅旗下拥有中青旅会展、乌镇、山水酒店、遨游网、百变自由行等一系列国内知名旅游企业和产品品牌,在北京、上海、东京、温哥华、香港、广州、天津、南京、杭州、深圳等海内外三十余个核心城市设有分支机构。

翻阅中青旅2013年年报、2014年半年报、2014年三季报看到这些数字:公司2013年营业收入93.16亿元,净利润3.21亿元;2014年上半年公司实现营业总收入48.96亿元,较2013年同期增长18.29%,其中旅游主业实现营业收入38.47亿元,同比增长21.47%;公司实现净利润1.92亿元,较2013年同期增长54.29%。会展公司、旅行社业务、度假旅游业务营业收入较2013年同期分别增长61.6%、21.65%、29%。2014年1-9月,公司实现营业收入81.62亿元,较去年同期增加16.65%;实现净利润3.01亿元,较去年同期增加40.86%。会展业务、度假旅游业务营业收入较2013年同期增长75.51%、27%。

从渠道到平台

中青旅2010年开始经营旗下专业度假网站遨游网,力图将电话、传统和线上这三个渠道完美结合。遨游网服务于中高端市场,在在线旅游对传统行业冲击较大的环境下,遨游网的角色逐渐从渠道到平台到模式转变。

2014年是遨游网平台化的一年,上半年,遨游网率先实施具有中青旅特色的线上线下O2O协同政策,实现了连锁店、呼叫中心、网站、手机客户端和手机网站的全方位服务,遨游网流量、转化率、交易额均有较大提升,报告期内实现销售收入较去年同期增加61%。遨游网CEO骆海清作为OTA(Online Travel Agent在线旅行社)领域的代表参加了首届世界互联网大会。

(下转B03版)