



这40个景区最火,夫子庙总统府上榜

多个景区不再现场售票,需提前在线预约

国内一家大型旅游平台预测显示,今年国庆旅游人次有望达到8亿,与之相关的景区人气预测也随之出炉,包括南京夫子庙、总统府在内的40个景区人气高。

现代快报+/ZAKER南京记者 赵冉

40个人气最旺景区出炉

根据某平台上1万多家国内景区门票的搜索、预订数据,今年国庆期间人气最旺的免费景区包括杭州西湖、北京天安门、上海外滩、重庆洪崖洞、南京夫子庙、成都宽窄巷子、云南大理古城、福州三坊七巷、北京什刹海和武汉东湖;收费景区中,十大人气最旺名山预计是黄山风景区、峨眉山、普陀山风景区、华山、泰山风景区、张家界国家森林公园、武夷山、庐山风景区、云台山风景名胜区、天柱山;历史文化相关景区上,故宫毫无争议地夺得最高人气,秦始皇兵马俑博物馆、南京总统府、西安城墙、曲阜三孔、八达岭长城、拙政园、黄鹤楼、颐和园和华清宫紧随其后。

在亲子乐园中,预计上海迪士尼人气最高,其余依次为长隆野生动物世界、上海海昌海洋公园、宋城景区、珠海长隆海洋王国、华谊兄弟电影世界、北京野

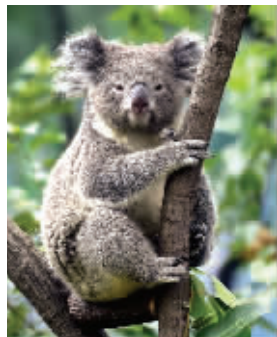
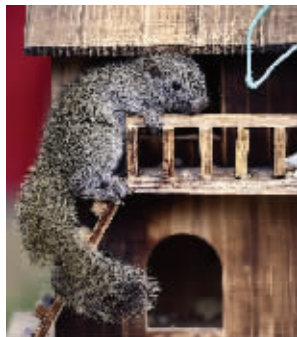
生动物园、成都动物园、中华恐龙园和深圳野生动物园。

10个景区关闭线下购票

近日,成都大熊猫繁育研究基地宣布今年国庆黄金周期间,线下窗口暂停售票,仅线上进行预约,游客需要在OTA平台上提前购买,才能在国庆期间进入基地参观。据了解,该景点国庆长假期间单日限量6万张,全部需要在网络平台上预约。

今年8月,文化和旅游部称,到2022年,5A级国有景区将全面实行门票预约制度。目前,故宫、云上草原、拙政园、狮子林、黄果树景区、都江堰、峨眉山、青城山、黄鹤楼等知名景区均已关闭线下售票窗口,游客可以通过在线旅游平台进行预约。而长江索道、秦始皇兵马俑博物馆、华山等景区也公布了黄金周的限流数据,如果当日游览人数达到限额,会立即停止售票。另外,南京博物院、中山陵也需要提前预约。

总有一款适合你!家门口就能玩嗨



跟松鼠逗趣、围观呆萌考拉、去逛老街……总有一款适合你

现代快报+/ZAKER南京记者 施向辉 摄

国庆假期不知道去哪儿玩?大蓝鲸家门口就很精彩:军事VR、萌萌哒野生动物、神奇的植物世界,还有文艺范的老街,总有一款适合你。

玄武湖:即日起至10月15日,樱洲草坪上设置了1:1武器装备展示区、武器装备模型展览、军事VR、航母课程体验区等,现场可进行仿真自动步枪、仿真手枪射击体验。10月2日开始,约100只黄山松鼠每天9:00~16:30会在翠洲的大树间活动,游客可近距离观赏。

国防园:10月1日上午9点半,园内导弹广场将举办“同升国旗、同唱国歌”升旗仪式。当天与新中国同岁的70周岁老人以及10月1日

出生的游客,凭本人身份证可领取免费生日面一份。

动物园:南京金牛湖野生动物王国10月1日起试运营;南京汤山紫清湖野生动物世界的国宝“天团”10月1日正式跟游客见面;红山森林动物园的考拉家族今年迎来二胎宝宝,考拉艺术生活节正在举办哦。

中山植物园:多肉植物展于10月1日至春节期间在南园多肉多浆温室开展。同时,梳妆美颜后的盆景园、蔷薇园和江苏乡土珍稀树木园也于10月1日开园迎客。

钟山风景区:国庆期间除关闭中山陵寝墓室外,对预约参观名额进行调整。另外,国庆小长假期

间进入全面赏桂期,游客可以去灵谷景区赏桂花王,到“桂花隧道”寻香探幽。

明孝陵景区:位于翁仲路口处的一对神道石刻焕然一新,历经半个多月,赶在国庆前完成修复,面向市民、游客开放。

逛老街:国庆前夕,熙南里街区大板巷示范段盛装开街。逛完夫子庙、老门东等景点后,不妨再去看看朱元璋集天下工匠于一处的“明代十八坊”,逛一逛历史上“灯火满市井”的评事街灯市。

现代快报+/ZAKER南京记者 赵冉
见习记者 卢河燕 李鸣
通讯员 黄显东 徐福庚

70小时售出近万台汽车

拼多多助力车企“穿透”城乡壁垒

平均每天有4万名顾客上门看车,每小时有135名顾客拍下心爱的汽车,光算定金,每小时的流水就超过11万元,这样一家汽车销售门店处于行业什么水平?其实,这是拼多多5月试水整车交易后交出的成绩单。据不完全统计,5月至9月,拼多多先后试水上线了五菱宏光、奇瑞EQ1、艾瑞泽、瑞虎等数款国民级车型。70个小时内,拼多多平台汽车订单总计达9463笔,仅看定金,GMV达到了812万元。根据2018年6月中国汽车流通协会的统计数据估测,一家成熟的线下汽车销售门店月均订单数为75台,年均总销量为900台。这意味着,在66拼车节中,拼多多平台一个小时的订单量已经超过门店一个月的销量。

现代快报+/ZAKER南京记者 王静



“18秒内,400台全被抢光!”5月19日零点,新电商拼多多平台“3.49万抢五菱宏光”致敬“国民神车”的活动引爆消费需求,拼多多决定增加超600万补贴,将3.49万秒杀的幸运名单从10人大幅增加到400人。

低线城市用户需求未得到满足

拼多多在整车交易上的爆发,从根本上看,是低线城市人群需求上升和经销商网络结构性失衡的结果。2013年,尼尔森在中国汽车行业白皮书提出一个概念,“低线城市是中国汽车市场未来增长的强大引擎”。在当年尼尔森调研的数据中,未来一年内,三四线城市消费者占中国未来一年内计划购车消费者总数的比例高达68%,也就是说,平均10个可能买车的顾客中,有近7个是三四线及以下城市的消费者。

一二线城市的人均汽车保有量已经接近饱和,此外,城市人口和汽车密度已逼近极限。与此同时,在公共交通仍未普及、地广人稀的低线城市,出行和运输依然是日常生活的难题。旺盛的购车需求,也催生了多家在低线城市拓展门店的汽车销售创业公司。

同时,传统的4S店早在2014年就提出“渠道下沉”的概念。但是四年后,中国线下购车渠道的分布仍然呈现极不均衡的状态。统计数据

显示,山东、江苏、广东、浙江、河南五个省份的门店数量,占据将近40%,而排名后10位的10个省份,总计占比仅为11.5%。

线下销售渠道先天扩展能力不足,服务能力受限,而四五线乃至农村市场普遍地广人稀,一家4S店难以有效覆盖全部人群,但多开几家的成本和收益不匹配,这导致线下门店的销售和服务体系在扩展性上存在局限。要承接住低线城市用户旺盛的购车需求,需要有新的渠道来为汽车销售赋能。

穿透城乡,新电商的机遇和挑战

2012年左右,一些汽车品牌优先选择拥抱电商平台,通过与电商平台合作,上线品牌新车。但热闹过去后,在电商平台上卖车只是成了营销手段。行业观察人士得出的结论是,“汽车销售出不了电商巨头”。有汽车品牌负责人干脆直言,电商平台只能成为汽车品牌的营销工具,承担不了销售渠道的任务。之所以如此,原因在于传统电商平台的主力用户群体与汽车行业的经销商网络体系高度重合。

在移动互联网时代到来前,多数传统电商平台仍然在一二线城市争夺用户。而此时此刻,中国多数汽车厂商已经凭借成熟的线下门店销

售网络,成功覆盖了一二线城市人群。对于汽车行业来说,电商渠道不应该是既有存量的补充,而应该成为增量市场的拓展。这正是拼多多的机遇所在。与传统电商平台不同,拼多多是一家完全为移动互联网而生的新电商,借助智能手机的普及和互联网的下沉,迅速成为拥有穿透阶层人群的新电商平台。

几组数据可以证明拼多多的“穿透”能力。在下沉市场上,今年7月,QuestMobile数据显示,截至6月,拼多多在下沉市场的月活跃用户同比净增7220万,位居电商行业第一。而此前极光大数据的报告

显示,拼多多新增用户中,有44%来自于一二线城市。这意味着,拼多多从下沉市场崛起,服务于此前传统电商平台未曾覆盖的新人群。

而这些新人群,与汽车行业的目标增长用户高度重合。拼多多找到的新路径,是通过精准选品+优惠让利,利用移动互联网触达优势,服务核心用户。拼多多汽车业务负责人此前曾透露,在拼多多上,用户能够以最低6.6折的价格购买到满足日常需求的汽车,而这一价格几乎等同于出厂价。拼多多的案例证明,只有将渠道触达优势与运营方法深度结合,才能穿透城乡的消费壁垒,互联网的优势与线下制造业的产品能力借此才能充分结合。