

國奧



打造创新型城市全域运营商



国奥集团
Guoao Group



北京国安金冠足球事业发展有限公司——被列为北京市足球场地设施建设改革示范试点单位，将打造以足球场地运营、足球培训、足球赛事为主线，覆盖足球产业全链条的足球事业发展平台。

国奥金冠足球营以先进、专业的足球场地设施为主，集“足球健身、赛事活动、青少年培训、社交及球迷服务”等功能为一体，打造城市“青少年足球培训中心、业余赛事中心、全民健身中心、球迷交流活动中心”！



国奥金冠

国奥金冠国奥村足球营

地址：北京市朝阳区天辰西路与大屯路交叉口（国家会议中心北面）



张敬东董事长 在2017国奥集团半年工作会议上的主题发言

（2017年7月20日）

召开这次半年工作会议，主要任务是总结上半年经营情况，剖析过程中存在问题，学习新兴产业板块业务，研究下半年重点工作落实。目的是要确保实现集团年度考核指标中明确的目标要求。

上半年，集团全面加快跨界转型、创业创新和业务拓展的步伐，按照“五大中心、九大平台、三层架构”的战略设计，结合企业实际和“十三五”规划，对组织架构与平台业务进行了力度较大的改革调整。现在时间过半，集团新的管控格局初步形成，各产业板块业务持续推进，企业成长空间不断拓宽。总的来看，经营发展态势良好。

一、置地板块重点工作稳步推进

“去地产化不是去地产”，地产是集团跨界转型的基本平台，也是重要的利润和现金流来源。半年来，国奥置地板块各公司取得了稳定的经营业绩。其中：

房产销售逆势完成半年任务。2017年上半年是中国楼市调控政策出台最密集、最严厉的半年，楼市开启“五限”时代，北京新房网签交易量创下历史新低。在严峻的市场环境下，韵兴公司适时调整营销策略，控制推盘节奏，加大销售力度，以最高限价完成售价申报，争取了项目利润最大化。随着产品的价值传播，国奥品牌

在市场中的影响力得到快速提升。招商运营方面，公司加强对签约及开业商户的监督管理，公司按照成本领先原则，将全项目目标成本作为控制的“天花板”，前后期及工程合同结算均产生结余。小区物业管理步入正轨，房屋到访交付率100%，物业维保完结率96%，进一步维护了国奥品牌的美誉度。此外，公司积极配合球场收储工作。应该讲，在当前市场环境下，韵兴公司能取得这样的成绩十分难得，值得充分肯定。

一级开发项目实施进程提速。怀柔影都项目在完成年初工作任务的基础上，上半年紧锣密鼓的开展入市前手续办理工作。桂林国韵村项目完成可研论证，一期土地置换进入最终审批流程，二期土地入市方案正加紧推进，为年内启动二级开发建设铺平道路。地坛合院项目已列入东城区棚改计划，积极推进相关工作。

新项目拓展全面铺开。开拓新项目是集团未来持续发展的后劲所在。上半年，战略投资中心坚持“广开增量，挖潜存量”的原则，以北京区域为核心，辐射周边，重点考察跟进项目，同步强化落地实施工作。其中，桂林国韵村、丰台高立庄项目已上报集团投委会通过；拓展项目完成初步概念设计和策划方案，具备了申报条件；其他项目完成了初步策划方案、信息收集、初步调研、立项阶段。这些拓展工作的开展，为集团下

一步的资源聚拢和项目突破夯实了基础。

二、旅游板块创新业务有效提升

作为集团跨界转型的先行军，国奥乡居基因工程、旅游养老等新兴业态全面进入落实阶段，产业功能模块不断完善，商业模式逐步成型，发展思路更加清晰。

经营水平有了新起色。截至6月底，资产公司共实现销售收入600万元，同比增长22%。值得肯定的是：国奥乡居短租销售收入同比增长140%，长租销售也创下新高，这都是在克服了经营主体变动、市场环境不利等情况下取得的成绩。乡居上半年共接待各级政府、VIP客户及参观团队58批、1029人次，取得了非凡的推广效应；公司旅行社取得经营许可证，经营收入超过100万元；基因工程项目收储遍及北京主要郊区，圈层营销等创新模式日益丰富，企业经营的深度广度都有所拓宽。

融资工作有了新成效。其中，国奥乡居二期工程在去年获得融资贷款的基础上，根据项目用款情况，上半年按计划提取贷款。与英大信托合作的消费信托项目融资，已完成全部发行审批手续，项目正在发行推广中。

全域旅游基金发起有了新进展。经过半年多的前期准备，于5月19日举行了全域旅游基金

发布仪式，组建了投委会，建立了项目库。基金初步形成“1+5+N”的旅游产业合作模式，进行全域范围内项目全过程投资运营，实现投资增值。基金的募集和项目筛选工作已提上日程。

中旅交易中心筹备有了新成果。作为中国旅游资源资产交易中心筹备组主要工作团队，资产公司成功召开了筹委



首清奥旅投资管理有限公司隆重发布

会第一次会议，积极开展筹备工作。5月18日，取得北京市政府及市金融局关于批准中旅交易中心筹备的正式批复文件；在“2017中国旅游日”主题宣传暨中国旅游投融资促进大会上，举行了中旅交易中心筹备启动仪式。交易中心一旦成立，对我们国奥加快发展旅游产业、抢占行业高地将是一个有力的推动和促进。

三、体育板块产业布局有序展开

年初，集团整合资源，组建国安金冠足球平台，加快推进“三园足球”模式落地工作，一期试点工程现已全面建成并启用，社会反响热烈，国安金冠也被市体育局授予“北京市足球场地设施建设改革示范试点单位”。



王宁副市长视察十八中

足球进校园成效突出。半年来，成功拓展了海淀、丰台、昌平、房山，怀柔等区7个校园网点，国安金冠十八中足球营作为第一个校园试点，已完成足球场地配套管理设施的提升改造，正式启动运营。4月23日，首届“国安金冠杯暨第十五届方庄教育集群幼儿足球联赛”在十八中足球营成功举办。国奥与十八中联合打造的足球“方庄模式”，受到王宁副市长的充分肯定。

足球进公园成果丰硕。现已成功拓展了朝阳、海淀、丰台，通州等区的4个试点，国奥金冠奥运村足球营作为第一个公园试点，自5月份试运营以来，已注册会员384人，注册球队22支，组

织赛事30余场，对外开放近100场次；场地运营提供了包含赛事、培训、餐饮、旅游、互联网、医疗康复、装备售卖、会员金融、传媒广告等全方位配套服务，实现10大运营商进驻。北京市政府、体育局领导多次亲临现场考察，对足球营工作给予大力支持和高度肯定。奥运村足球营进行的多层次、创新型经营模式尝试，进一步扩大了国奥足球试点工程的示范作用和社会影响力。

足球进田园成绩明显。作为田园试点，我们完成了国奥乡邻雅居的球场建设。此外，国安金冠与丰台、通州及海口等地区的5个项目达成合作，开展试点工程。相关用地情况的考察工作已全面开展。

赛事运营活动持续承办。国奥金冠顺利举办了冬奥组委官方活动——“走向2022迎冬奥第二届延庆冰雪徒步大会”，得到了包括央视新闻联播在内的大量主流媒体报道。此外，联手国奥众合，启动了2017年“海南澄迈·中信国安杯世界女子9球锦标赛”的前期筹备工作。公司成立了篮球事业部，与中残联、德国奥委会、勒沃库森体育俱乐部等单位建立合作关系，共同推进中国首家融合体育俱乐部的创办工作。

四、建设板块和新兴业务不断深化

国奥经计面对上半年市场变化，积极采取应对措施，整合销售策略，较好的完成了北京国韵村项目销售管理任务。在市场开拓方面，太原项目投进度要求完成营销策划和规划设计相关工作。国奥建设承担的怀柔安置房、北京电影学院代建项目按计划完成进度；国奥乡邻雅居一二期工程进入收尾阶段；“三园”足球场地及配套设施建设按集团要求完成；广西平乐田园综合体、云南诺邓特色小镇、山东滨州足球特色小镇、新疆达坂城防护林等PPP项目已明确合作意向并持续跟进。建设板块上半年经营总体水平有所提高，企业实现盈利，为集团产业链的延伸发展做

出了应有贡献。

此外，集团上半年组建互联科技事业部，开发了围绕足球产业的首款APP，并已基本具备上线条件，迈出了集团线上线下产业O2O的第一步。下一步将陆续开发全民健身、共享经济以及乡村旅游的线上平台，为集团跨界转型、集群式发展插上互联网的翅膀。

五、集团运营管理机制进一步完善

在发展战略方面，年初制定了“战略与执行框架性构想”，对国奥如何发展的全局性命题进行了深层思考，明确了今后一个时期内集团“做什么”、“怎么做”、“谁来做”的战术思想。在集团薪酬与考核委员会指导下，战略投资中心制定了全年运营考核办法和考核指标。新办法本着因地制宜、综合施策的原则，以经济效益为核心开展考核，聚焦投资回报，兼顾长远发展，既适应新经济发展要求又符合国奥自身特点，为集团实现年度目标和跨越式发展奠定了管控基础。

在财务管理方面，针对集团投资主体多元化、股权结构多样化的发展变化，财务融资中心牢牢把握公司战略方向，紧紧围绕经营计划和考核目标，以利润管理、投资回报和资金管理为重点，推进业务流程合理化、过程管理可控化、监督考核系统化；强化计划、预算管理，细化管理手段，严控“三费”支出，确保上半年各公司费用支出均控制在预算范围之内；此外，狠抓传统项目资金回流，跟踪新产业发展，及时调配内部资源，较好的保证了资金供应和财务安全。

在人力行政方面，根据集团战略构想，人力行政中心加快观念转变，强化执行力建设。上半年对集团本部

和各业务板块的组织架构进行了较大力度的调整，成立五大中心和九大事业部。同时完善部门管理职能，制定绩效考核方案，形成人力资源纵向管理体系；狠抓目标管理责任，各中心、各事业部从负责人到员工，层层签订目标责任状，做到人人肩上扛指标；按照人力资源垂直管理原则，对中心的员工实行人员委派和业务下放，加大对各项目公司运营管理支持力度。行政部通过强化行政监管、后勤服务、信息服务和宣传工作，对集团日常运行管控发挥了有效保障作用。

上半年，集团经营收入较去年同期明显增长，在各方努力下，集团获取、优化外部融资，为全年的经营运转提供了有力的资金支持。

过去的半年，是国奥集团蓄势变革、管理转型的半年，是跨界布局、深耕市场的半年，也是创新发展、砥砺奋进的半年。我们在传统地产、全域旅游和在足球产业等方面取得了卓有成效的进展，特别是旅游和足球事业，发展局面已经打开，得到了北京市各级政府的支持和认可。俗话说：“事非经过不知难”，这些成绩的取得来之不易。这是经营管理层全面落实集团战略理念，勇于担当、真抓实干的结果；也是全体员工上下一心、闻鸡起舞、只争朝夕、奋勇拼搏的结果。在此，我谨代表集团董事会向大家表示衷心的感谢！



北京市政府副秘书长姜帆一行视察国奥金冠国奥村足球营

在取得成绩的同时，我们也应该清醒地认识到，集团发展还面临许多困难和挑战。一是新兴业态“自我造血”问题。新兴产业固然需要培育期，但盈利之路要加快缩短。二是人才的问题。人力资源配置不足仍是制约公司推进工作的一大“瓶颈”。一些重要管理岗位人员的空缺和流失，已对公司运营效率造成影响，需要我们在用人、留人机制和创造良好工作氛围等方面多想办法。三是管理优化问题。集团目前的管理架构、人员配置相对于经营业务的快速发展来讲，有必要做适应性调整。这要求我们对现有的管理机制继续深入研究和优化。

“事不避难，知难不难”。跨界转型之路是逆袭之路，始于勇克难题，还将以迎难而上而续写辉煌。所以，我们要坚定信心，围绕年初提出的10大工作目标基础上，下半年重点实现“四个突破”：

第一，置地板块经营回款要突破。其中，北京国韵村项目要进一步丰富营销手段，加快销售进程，降低市场风险，努力实现年度经营回款目标。怀柔影都一期安置房要加快建设，力争实现居民早日回迁入住。国奥乡邻雅居要与合作方进一步就项目运作达成共识，尽快回收投资及收益。

第二，新项目落地要有新突破。其中，桂林国韵村项目要加快启动规划设计工作。战略投资中心要重点加快签署实施协议，年内力争2-3个新项目落地。国奥乡邻雅居东区规划方案要尽快完成，并实现报批。

第三、旅游板块经

营要有大突破。国奥资产公司年内要完成经营收入、院落收储、融资流入各项指标，实现全域旅游产业基金募集落地，实现中旅交易中心开业，北京体育交易中心获得有关部门批准。

第四、建设和体育板块要有高质量突破。其中，国奥建设、国奥经计、国奥金冠、国安金冠年度净资产收益率有突破，在场地收储、建设、运营、融资等方面都要实现较大的突破。

同时，集团本部要全面优化管理环境，健全管控功能，提升服务水平，全力助推各个板块业务顺利向前开展。

2017年是国奥集团跨界转型、走出徘徊的转折之年。“行得春风，才有秋雨”。上半年我们有了一个好的开局，下半年，我们将继续坚持“创新型城市全域运营商”这一战略定位，继续强化“四个意识”、提高“八种能力”，按照全年经营计划指标，努力推动企业效益再上新台阶，努力促进转型发展实现新跨越，为国奥集团早日实现“十三五”“两个一千”的目标作出更大贡献。

谢谢大家！

二〇一七年七月



中国旅游资源资产交易中心开启筹备

创新产业 如何实现超常规发展

什么是城市运营商？

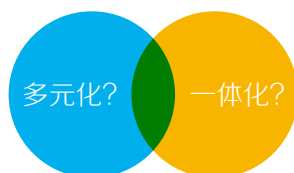
所谓的城市运营商，就是指那些自觉围绕政府的城市总体发展目标和建设规划，以优化城乡布局、完善城市功能、增进民生福祉为己任，集开发建设、运营管理、服务保障功能于一身，充分运用市场化机制和信息化手段，通过整合公共资源和市场资源，搭建产业链平台，实现城乡结合、产城融合、需求对接，成为城乡一体化的推动者，新生活方式的引领者，城市运行保障的服务者。

做好城市运营商的五个能力

- 一 必须要有很强的前瞻力。
- 二 必须要有很强的社会责任感。
- 三 必须要有全方位的统筹能力。
- 四 必须要有很强的资源整合能力。
- 五 必须要有很强的政府公关能力。

06

置业+旅游+体育+互联网+金融+教育+建设+营销+物业



坚持创新，跨界，分工，协同，整合，叠加的思路，打造平台经济+共享经济+互联网思维+资本运作+创业组织，凭借资本市场和互联网为集团跨界转型、集群式发展插上翅膀。

商场如战场

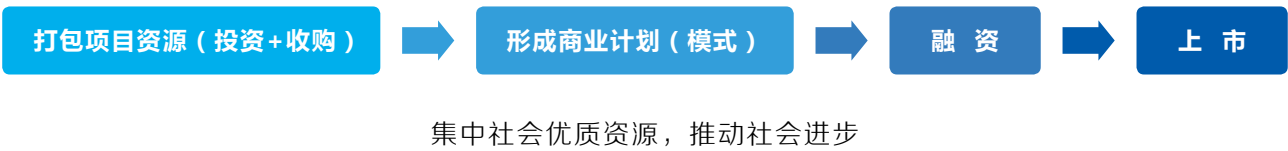
创新产业机遇与挑战并存，如何抢战先机

形势并不乐观，甚至背水一战，落后就会被淘汰

对接资本

- 行动目标：创新产业对接资本市场，做大规模，实现腾飞
- 关键词：资本运作，规模
- 实现途径：找项目+找资金+找资源（人和合作方）+找模式

体育+旅游+互联网



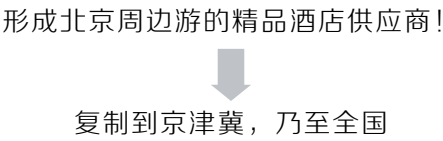
足球+橄榄球+冰雪



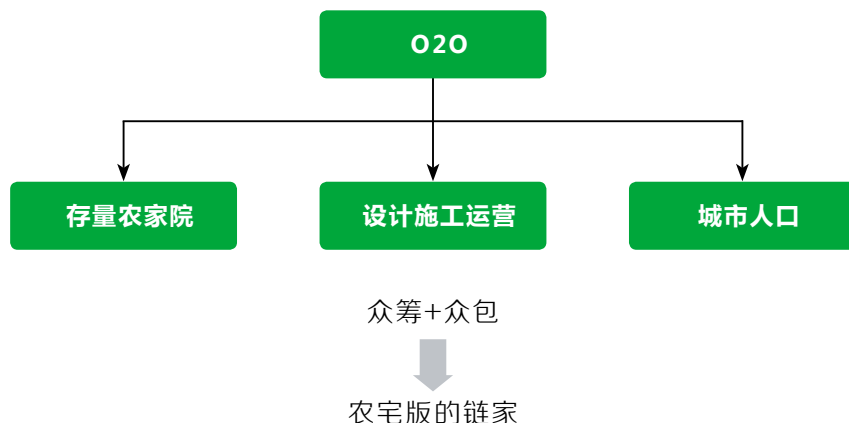
针对痛点提出解决方案，思考如何引爆。围绕供给侧改革和消费升级，国奥集团创新性提出了三园足球模式——校园、公园、田园。形成规模涵盖场地规模和运动人口规模。以场地+赛事+培训+医疗康复+商品+餐饮+媒体广告+旅游+会员金融+互联网联动发展，从足球产业运营为突破口开始模式复制，未来将成立北京体育交易中心及体育产业基金。力争在后奥运时代，成为中国体育产业的领军企业之一。靠规模实现估值，靠管理实现单体项目的盈利。以十二大行业医食住行、游购娱养、文体财教为运营架构，以“住”为入口，逐步发展大城市周边全域旅游。实现集体建设用地+乡村民宿+全域旅游基金+中国旅游资源资产交易中心等多措并举，最终发生一体两翼的链式反应和裂变效应。国奥集团作为农村存量盘活的试点企业，要对试点项目进行详细分析，实现破局！

集体建设用地是价值洼地

- A.政策研究 B.市场定位策划 C.合法依规办理手续 D.开发建设 E.运营销售



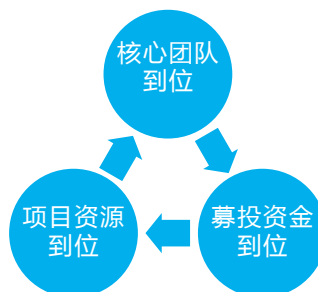
以乡村民宿O2O形式为发展方向，从重资产向轻资产的平台经济转变。



全域旅游基金

全域旅游：处处是景点，人人是游客

基金目标：成为旅游行业的龙头基金



尽快形成，体系化运作能力！

中国旅游资源资产交易中心

全域旅游全要素流通的交易平台

- ★ 核心团队组建
- ★ 规范透明全方位服务
- ★ 形成股权、产权、债权，经营收益权，资产证券化，大宗商品、旅游产品、农产品
- ★ 旅游人才的教育培训等全要素的交易平台

内部资源

- ★ 九大板块
- ★ 五大中心

外部资源

- ★ 优秀供应商和服务商（投行，会计师，律师，策划，设计，建设，运营……）

以制造，服务，流程三个标准化，在点、线、面多层次推行。

深化改革

实现腾飞需要的条件：**人，财，商业模式**

人是最关键因素，集团急需跟上未来事业发展的步伐。

- 一 行动目标：打造与创新产业发展匹配的核心竞争力
- 二 关键词：体系，人才，文化
- 三 实现途径：深化改革，与时俱进
- 四 体系+激励+企业文化+品牌+方法

置业+旅游+体育+互联网+金融+教育+建设+营销+物业

★ 人力行政中心 ★ 财务融资中心 ★ 战略投资中心 ★ 协同运营中心 ★ 风险控制中心

资源共享+HRBP+FCBP

五大手册，依法治企，PDCA

股权+期权+经营收益分配权

物质层面+精神层面

以国安金冠为股权激励试点，进行复制。推进旅游、体育、互联网板块的上市，形成管理团队的期权。2017年推进净资产收益率超额累进的分配模式，探索对创新企业的公司与个人之间的分配体制改革。

国奥是国奥人的命运共同体

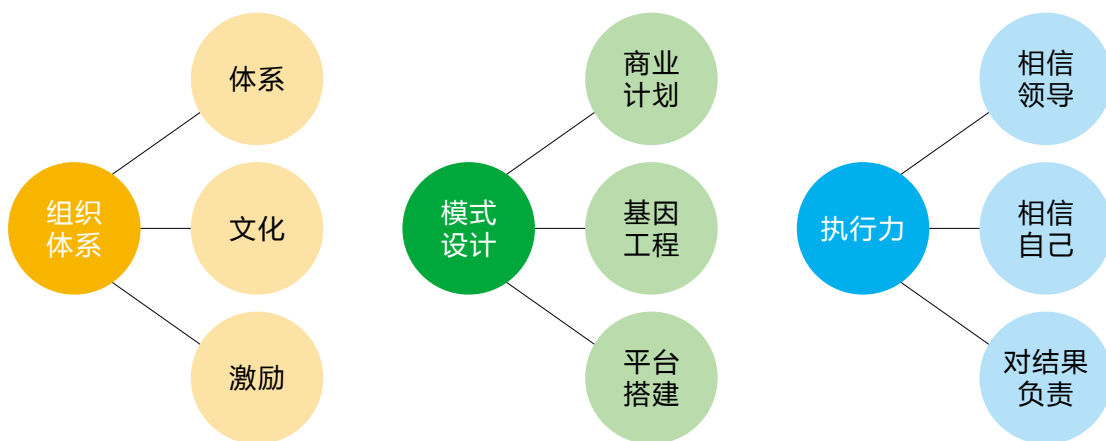
- ★ 创业者组织：创业汇
- ★ 创业者文化：忠诚、问题、担当、进取
 - 拿事当事，说话算话，讲情讲义，有礼有节
 - 强调知行合一，大家手拉手齐头并进，打造学习型组织



破三个思维

破除传统思维、国企思维、点式思维，形成平台思维、共享经济思维，形成高度团结的凝聚力，顾全大局的全局观。

三项措施



提倡想干、会干、真干、善干、促干。打造以目标结果为导向的、自我激励的创业态狼性群体。形成自组织，打破科层制，建立赋能制，形成倒金字塔的管理模式，使每一项事业都成为充满活力的战斗单元。坚持能者上，平者让，庸者下，坚决淘汰不合格，坚决改革，深化改革，专业的事让专业的人来做。

主责单位：人力行政中心

人力资源管理与各层级领导共同践行创新型管理模式，形成人人拉车的局面，淘汰搭车人。积极推进目标管理和指标管理，打造专业化、标准化、系统化、国际化的员工团队。

互联互通

- 一 行动目标：创新产业大协同，旅游+体育O2O
- 二 关键词：互联网，协同
- 三 实现途径：线上平台，串联体育（足球，橄榄球，冰雪，共享），旅游：乡村民宿的链家
- 四 细分市场，最小化可行性产品，快速迭代

主责部门：互联科技事业部，协同运营中心

谋：不谋万世者，不足某一时，不谋全局者，不足谋一域

理想、情怀、坚定的信念。

执行层面：理解了要执行，不理解也要执行。不执行坚决淘汰

时不我待，只争朝夕，实现国奥梦想。

国奥置地板块介绍

前言

根据集团战略发展的需要，于2017年7月成立国奥置地、国奥旅游、国奥体育、国奥建设、国奥教育、国奥互联、国奥物业、国奥金融、国奥营销等九大事业部。国奥置地下属企业由国奥（北京）文化产业投资有限责任公司、桂林国奥凤凰国际投资有限公司、国奥韵兴置地有限公司等多家地产公司组成。作为首次亮相的国奥置地，将以集团实现创新型全域城市运营商这一战略目标为己任，在未来与各事业部协同发展，坚决树立“国奥是国奥人的命运共同体”的企业文化，遵循“独行快、众行远”的理念，携手全体国奥人共进！



国奥置地上半年工作总结

国奥文化

国奥（北京）文化产业投资有限责任公司成立于2013年，主要负责怀柔新城08街区A、C地块土地一级开发及安置房项目一二级开发工作。在完成年初工作任务的基础上，上半年紧锣密鼓地开展入市前各类手续办理工作。



工程建设方面：上半年完成安置房一期主体结构封顶、屋面工程、二次结构砌筑施工，启动安置房一期小区市政施工。

规划招商方面：完成08街区A地块项目招商方案，签订与德国AC集团的战略合作协议，整合招商合作意向单位并重点对接多家运营商资源及产业基金，为后续项目资本需求做准备。

桂林凤凰

桂林国奥凤凰国际投资有限公司成立于2013年，主要负责桂林凤凰体育休闲运动旅游区（凤凰谷）项目的土地一级整理、开发、招商、运营及管理；负责桂林国韵村项目开发工作。

上半年桂林国韵村项目已完成可研论证，一期土地置换进入最终审批流程，二期土地入市方案正加紧推进，为年内启动二级开发建设铺平道路。

韵兴置地

国奥韵兴置地有限公司成立于2011年，主要

负责北京国韵村二级开发建设、销售、招商及物业管理工作。在严峻的市场环境下，韵兴公司适时调整营销策略，控制推盘节奏，加大销售力度，以最高限价完成售价申报，争取了项目利润最大化。随着产品的价值传播，国奥品牌在市场中的影响力得到快速提升。招商运营方面，公司加强对签约及开业商户的监督管理，公司按照成本领先原则，将全项目目标成本作为控制的“天花板”，前后期及工程合同结算均产生结余。小区物业管理步入正轨，房屋到访交付率100%，物业维保完结率96%，进一步维护了国奥品牌的美誉度。

乡邻雅居

截至2017年6月，一期工程基本已竣工交

付；一期综合服务中心已基本完成室外装修及室内水电施工；二期室内外装修已基本完成，目前正处于收尾整改阶段，各项工作正逐项有序开展，将按项目公司要求完工交付。



国奥置地下半年工作计划

国奥文化

下半年重点工作：怀柔影都一期安置房要加快建设，力争实现居民早日回迁入住。

C地块一级开发回收成本，完成A地块入市方案并与1-2家产业基金和国内外高端影视机构签署合作协议。

完成资源整合与对接，每种业态筛选匹配3家以上重点合作资源；落实企业合作模式，以实现1到2家大型知名品牌企业落户为目标完成重点产业资源的对接工作。

桂林凤凰

完成凤凰大厦土地置换等各类方案并报集团审批，组建项目管理团队。通过自有资金或融资，解决开发建设资金来源。

办理山地运动培训基地一期建设用地上市前手续和新城风情小镇建设用地手续的报批。



桂林国韵村

完成土地置换工作并办理相关手续，完成国韵村项目前期发展策划报告，组建桂林国韵村项目营销团队；做好项目核准备案，积极推进前期报建审批工作。根据国韵村项目已有条件及开发模式，通过自有资金和融资，解决项目开发建设资金来源；开源节流，严格控制预算范围内三费支出。

凤凰谷项目

完成新城凤凰风情小镇和山地运动培训基地一期建设用地各类相关手续。制作凤凰谷招商手册并参加中国-东盟博览会旅游展。

韵兴置地

下半年重点工作：完成房屋销售回款、底商租金收入以及严格控制三费支出。调整销售思路，开拓销售渠道，创新销售方法，采取多种手段并举，积极开展剩余房源及车位销售，在现阶段恶劣的销售环境下，全力以赴冲刺年度销售指标。跟进北京国际足球小镇，落实南街地区代拆绿地球场，积极推进足球场收储工作，完成集团年度工作要求。

国奥置地之思考

一、明确方向



发展文旅小镇——“包括”旅游小镇”在内的特色小镇是近几年的热词，并得到中央至地方大力扶持。而随着交通、互联网不断发展，使得人们对常见的景观、建筑、山水的传统旅游目的地早已“免疫”。当代人的生活追求正在由一般的物质层面，向精神及人文层次演进，休闲、养生、探险、游历、摄影、写作、交友、亲子等特色需求，使“文化旅游”这一市场逐渐火热。“文旅小镇”概念诞生于斯，逐渐得到资本市场的追捧。



二、明确目标

两年内打造10个特色文旅小镇！争取开工5个，完成产品研发及确定选址5个。

三、明确区域

立足京城、布局津冀——随着国家关于京津冀一体化协同发展战略的深入实施，为增强国奥在京津冀区域的整体竞争力，实现区域内多产业统筹管理、协同发展，形成产业链价值联动，将重点选择有大城市购买力溢出效应、有产业导入支撑的京津冀都市圈重点城市远郊及周边，投资启动特色小镇项目。

- ★ 特色小镇建设有望改变京津冀区域中小城市重工业主导现状，其发展第三产业份额、吸纳人口、提升城市影响力等特质得到地方政府普遍追捧；
- ★ 津冀市县美丽乡村建设融资平台对相关特色小镇的美丽乡村建设均予以倾斜支持；
- ★ 北京土地价格持续高企，房企拿地难度加大，规模化土地难以获得；
- ★ 国奥国企资源优势和资源整合能力集中于京城。



四、明确规模

每个特色小镇规模控制在1000-3000亩地——特色小镇不是搞高大上、大而全，“小鸟依人”、“小巧玲珑”是特色小镇非常重要的一个特征，要的是从数量到质量的提升，是从外延向内涵的转变。做的是小而特、小而优、小而精、小而美，是集约发展的概念。



可售物业规模过大，易形成产品积压

大于3000亩

小于1000亩

低于1000亩，规模过小，难以实现盈亏平衡



五、明确组织

1.研发团队：创新产品 + 创新盈利模式

文旅小镇的发展眼下时机大好，但只有推出特色、创意的创新型、差异化产品，才能形成市场优势，创造更大的吸引力和竞争力。

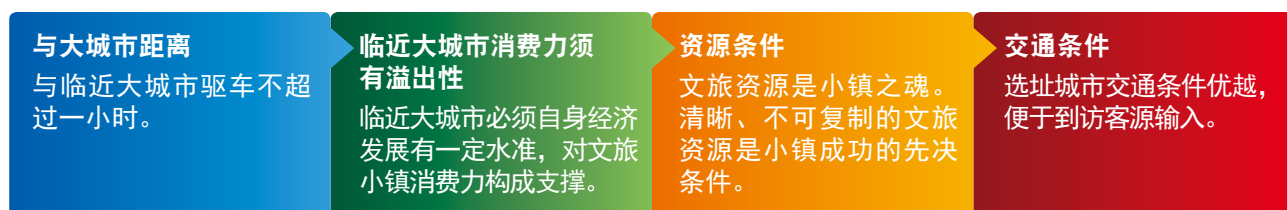
关键词：避免扎堆 内容与营销创新 强排他性

专项范畴清晰 高认知度 自主IP

e.g.非遗小镇、宁河潘庄亲子魔法小镇、中国网红小镇



2.拓展团队：寻找可供项目落地的土地资源、寻找可以合作的社会资源。



六、资源整合



e.g.中国网红小镇



产业资源整合

整合知名网络直播平台、网红孵化器等资源。

政府资源整合

寻找支持文旅产业发展的地方政府与之洽谈合作。

品牌资源整合

洽谈知名网红进驻，利用网红的人气进行各种商品定向营销。

七、开发模式

- ★ 自主开发——自有资金、操盘、运营
- ★ 合作开发——投资合作+自身操盘、运营
- ★ 平台开发——投资合伙人+合作操盘+自主运营
寻找具备当地政府资源、产业资源、产业运营经验、特色小镇建设经验的实力房企合作开发
- ★ 与政府合作的PPP模式

八、资本整合

特色小镇的投资建设，呈现投入高、周期长的特点，纯市场化运作难度较大。因此需要打通政府政策资金、社会资本、金融机构资金等三方融资渠道，三方发挥各自优势，进行利益捆绑，在特色小镇平台上共同运行，最终实现特色小镇的整体推进和运营。

特色小镇融资模式

股权融资	债权融资	政府补贴
基金资金 私募资金 企业合作 PPP开发资金	商业银行信贷资金 ABS资产证券化	开发性银行政策资金 相关政策补贴 政府贴息



第一部分 公司布局体育产业的必要性和可行性

未来的朝阳产业——体育产业



发达国家（例如美国）体育产业的今天，就是中国体育产业的明天，中国体育产业前景好！

体育产业到了窗口期——机会多，市场潜力大



到2025年中国的体育产业要达到5万亿，经常参加体育锻炼的人数达到5亿！



增加足球人口、增加足球场地、足协脱钩并市场化！



到2020年，最终消费对经济发展的贡献率达到70%左右。力争到2020年足球场地数量不少于1610块。

国家、北京市各项政策陆续发布，为体育产业腾飞打下政策基础！



通过特许经营、公建民营、民办公助等模式，支持社会力量举办非营利性医养结合机构。



到2020年，人人享有基本医疗卫生服务和基本体育健身服务。到2030年，在城镇社区实现15分钟健身圈全覆盖。

健康服务业市场规模，2020年超8万亿元，2030年超16万亿。体育将是健康服务业市场的一个重要组成部分！

赛事	俱乐部	传媒	场地	体育衍生品
万达集团	IRONMAN	infront	乐视体育	经营方法 泰山山鹰营销
乐视	CSL, NBA, MLB	乐视体育	乐视体育	冠名 乐视体育
乐视体育	NFL, 世界杯	乐视体育	乐视体育	冠名 乐视体育
乐视体育	NBA, 世界杯	ESPN	乐视体育	冠名 乐视体育
乐视体育	NBA, 世界杯	乐视体育	乐视体育	冠名 乐视体育

众多上市公司开始布局体育产业，抢占各类体育资源！体育产业进入资源整合的窗口期！

布局体育是公司业务的延伸、融合、升级的需要

国奥因奥运而生，具备体育基因，布局体育产业能够有效盘活现有地产业务和资源，并将体育、旅游、地产等产业整合，推动集团整体发展。

五大产品线



公司布局体育产业发展的SWOT分析

优势	机会	挑战
1. 熟悉整个行业，对产业有认识、有理解； 2. 有强大的资源整合能力； 3. 有一定的资金实力，股东支持。	1. 体育改革的深入和体育资源的市场化； 2. 全民健身休闲消费市场需求的快速增长； 3. 资本市场和互联网的推动。	1. 获取资源有较大的难度； 2. 实现快速规模发展需要资金和团队的支撑； 3. 同行业的竞争对手。

第二部分 公司向体育产业布局的战略设想

布局体育资源



布局上游体育资源（赛事、培训）， 汇聚体育人口！有人、就有流量、有流量就有生意！

布局体育场地



发挥国奥的地产开发与运营的优势，布局场地资源和场地运营，有地，才够硬气！

借势互联网和社会资本

未来体育产业的龙头老大一定会具备三个条件：
1. 懂中国的体育；2. 具备资本运营的能力；3. 会有效的运用“互联网+”。
通过借助资本和互联网力量，为国奥集团的体育业务的发展，插上腾飞的两只翅膀！

发展愿景

以资本运营为中心，以足球场地运营和优质的体育资源的整合为两个点，用毛主席的话 “抓两头带中央”，体育资源属于上游，场地设施属于体育事业、体育产业发展的末端，抓住两头带动体育培训、全民健身、体育赛事、文化活动，做流量经济！
我们将要把公司打造成资源性、综合性、资本化、国际化、一流的新型体育产业投资管理集团。公司未来是个以轻资产为主的体育产业投资管理公司，通过3-5年时间的经营和运作，努力实现上市。

第三部分 公司发展战略的主要措施

利用政策机会，重点发展足球项目

上有政策，国家最高领导人高度关注，以足球为试点的体育改革也在不断深入，各地都积极响应和发展足球，遇到好的发展时期，要抓住机遇。

下有需求，全国各类足球场地仅有1万多块，人均面积0.03%平方米，万人平均0.08个足球场，场地极为缺乏。北京计划到2020年，要达到1610块足球场，预计新建或改建超过500片足球场。

以三园足球为理念，整合和运营足球场地

三园足球项目，通过在北京与市体育局、市园林局、市教委、足协、职业足球俱乐部，以及与地方政府合作投资建设，快速复制推广三园足球模式（以足球公园为主）。

足球彩票，积极关注中国足球职业联赛彩票。



校园 盘活存量场地



公园 利用公园绿地，增设足球场地



田园 打通田园通道，拓展场地范围

搭建资本平台，为规模化发展作支撑

资本运作是公司的核心，要通过整合资本资源，搭建一个资本平台，为公司的快速规模化发展提供资本支持。

寻找资本合作，成立体育文化产业发展投资基金，募集资金，为我们获取资源、快速的规模化、投资项目作支撑。

搭建场地设施运营平台，打造全国最大足球场地运营商

以体育设施运营（包括全民健身中心、足球公园、体育公园、社区体育设施等）为核心，搭建围绕体育场地的“全民健身、体育赛事文化活动、体育培训、商业运营、无形资产开发、以及配套的相关的休闲娱乐业态”为主要内容的体育场地设施运营平台，努力发展成为中国最大的足球场地设施运营商。



在足球场地运营方面，要加强资源整合能力



第四部分 公司布局体育产业的实施保障



资金与资本运作的保障

资金是前提，需要公司和股东的支持，保障公司在创业初期的正常运转。

资本是手段，要搭建平台，通过整合投资体育的资本，借助资本的力量加速发展、快速规模化。



合作伙伴的资源和渠道保障

与拥有优质资源和渠道的企业与机构达成战略合作，整合双方优势，弥补我们自身发展中的不足，搭建平台，实现我们的发展目标。



工作团队的保障

现在公司属于投资+运营类公司，在公司体育产业发展战略明确后，根据业务需要，我们来考虑组织架构和人员需求，尽快招聘狠抓落实的人员。在人力资源、薪酬体系、绩效考核方面给予政策，可以考虑合伙人、股权激励、企业年金等方式，引进人才。



运行机制保障——创新机制和创业文化

在资本和互联网浪潮冲击下，我们必须创新公司运行模式，要在内部鼓励创新，建立一些机制。此外，还要有创业精神，有面对困难迎难而上的勇气和决心，敢于开拓市场。

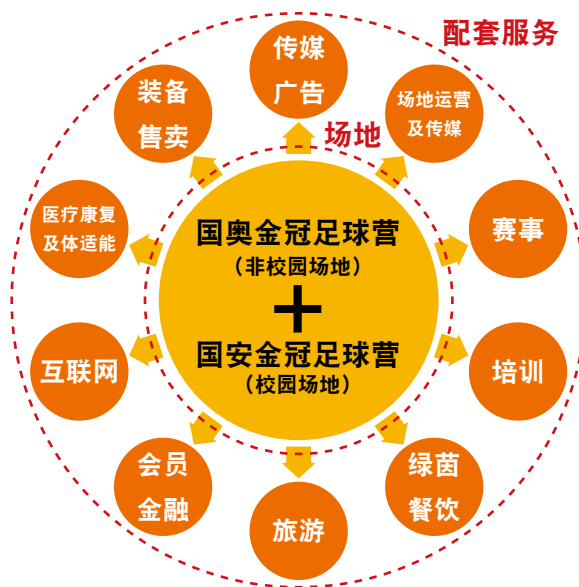
口号：为足球奋斗四千天！

商业模式的保障

核心产品



输入标准体系



目标

实现足球人口的增加

一个足球营
十大运营商
助力足球场地的服务升级！

上半年的答卷

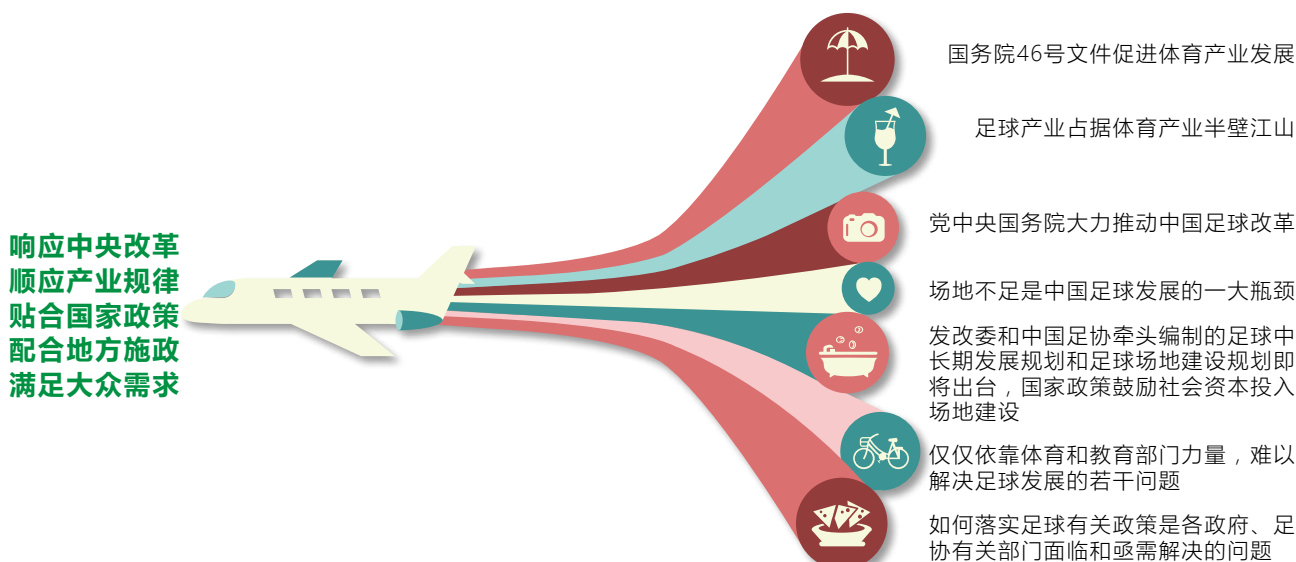
- 一、合作网点：15个
- 二、会员数量：约400人
- 三、体系建设：初步完成
- 四、十大运营商：
 - 嘉和一品（餐饮类）
 - YOYO体育（体育用品零售商）
 - 格易美（康复与体适能）
 - 国奥互联（互联网）
 - 易思普（场地管理系统）



第五部分 国奥金冠足球营（公园版）推介手册

1. 国奥金冠足球营战略定位

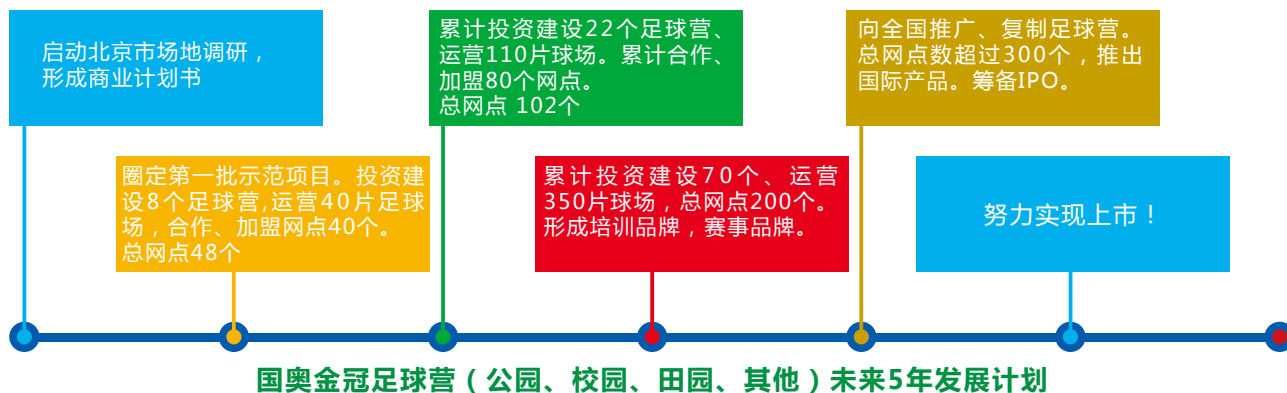
国奥金冠足球营集服务性、公益性、经营性、市场化于一体，对于改善城市区域环境、完善区域配套、提升城市品牌、发展本地体育事业和产业都有着重要的意义。



协助北京等城市以足球场地为载体，用专业运营来发展城市校园和社会足球，国奥金冠足球营将成为



- 城市全民健身的物质基础，弥补足球场地不足
- 城市足球运动推广普及的阵地，培养青少年人才
- 城市校园足球的有益、必要补充
- 城市球迷交流、足球产业发展的阵地



国奥金冠足球营 将成为以市场化方式 解决场地建设和足球发展的典范

2. 国奥金冠足球营产品设计

国奥金冠足球营建设在大中型城市，以足球场地设施为主，集“足球健身、赛事、活动、青少年培训、社交、球迷服务”等功能为一体，打造成为城市“青少年足球培训中心、业余赛事中心、全民健身中心、球迷交流活动中心”，成为城市球迷的乐园！

中型营地 硬件设施

- ★ 足球公园由足球场地、培训中心及停车场等设施组成；
- ★ 6-10片5人制、2片7人制及1片11人制场地，其中2片配少量活动看台；
- ★ 建设1000-2000平方米培训中心1个，配套服务中心、培训教室、简餐、体适能、康复、VIP休息室、商品零售、办公用房、更衣淋浴、卫生间等服务设施；
- ★ 建设停车场，满足120个以上停车位。

足球公园功能

- ★ 业余足球赛事中心
- ★ 青少年足球训练中心
- ★ 城市全民健身中心
- ★ 球迷交流活动中心

足球公园=赛事中心

- ★ 组织“地方+区域+全国”性校园足球赛事，完善地方校园竞赛体系，形成区域性、全国性校园足球赛事中心。
- ★ 组织“地方+区域+全国”性社会足球赛事，打造城市业余足球品牌赛事，形成区域性、全国性业余足球赛事中心。



足球公园=培训中心

- ★ 引进国际品牌培训课程体系，组织国际国内训练营，开展青少年足球兴趣培训。
- ★ 组织足球教师等从业人员培训，开展青少年足球后备人才培养，直通职业足球俱乐部。



足球公园=健身中心



场地

经国际足联认证，草皮安全舒适、夜间照明充足。



配套

完善的配套设施为足球运动人群提供丰富而便利的健身消费。



团队

专业教练、裁判组成服务团队，为客户提供足球活动组织服务。



服务

全天对外开放

足球公园=球迷中心



活动

组织球迷交友会、球星见面会、欧冠嘉年华等活动



文化

组织球迷论坛、促进本地球迷组织文化建设



服务

组织球迷国际国内观赛，提供相关球迷产品

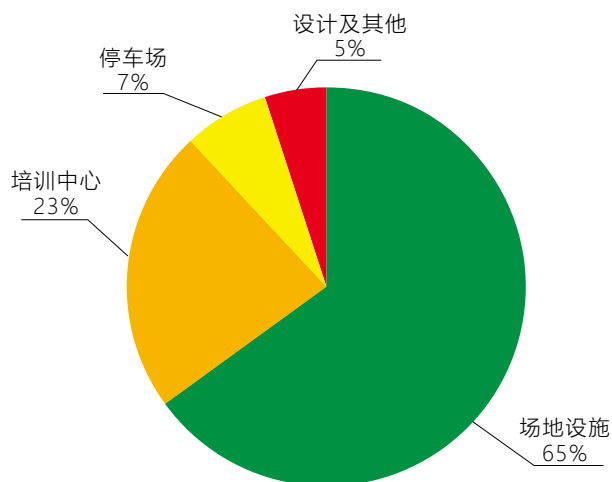
3. 国奥金冠足球营建设运营

国奥金冠足球营的建设运营将遵循国际化的硬件标准、人性化的软件配套、专业化的管理体系等原则，为足球运动的爱好者和参与者提供细致周到便捷的服务。

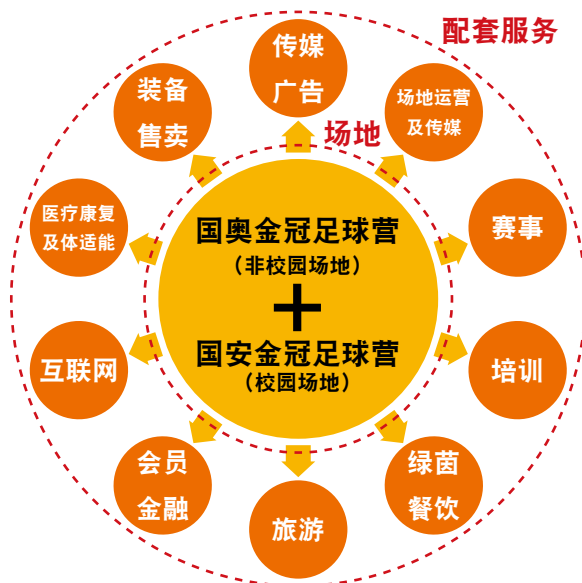
自建营 选址条件

- ★ 城市具备良好的足球群众基础
- ★ 市场较成熟，单场不低于500元
- ★ 可用地块面积不少于50亩
- ★ 储备体育用地、闲置土地、公共绿地
- ★ 地块靠近城区具有一定人口规模
- ★ 地块交通便利，公共交通可到达
- ★ 地块周边环境良好，无安全隐患
- ★ 5KM范围内未规划建设足球场地
- ★ 城市政府有相应的配套政策支持

总投资1100万元（中型营地）建设周期3-6个月

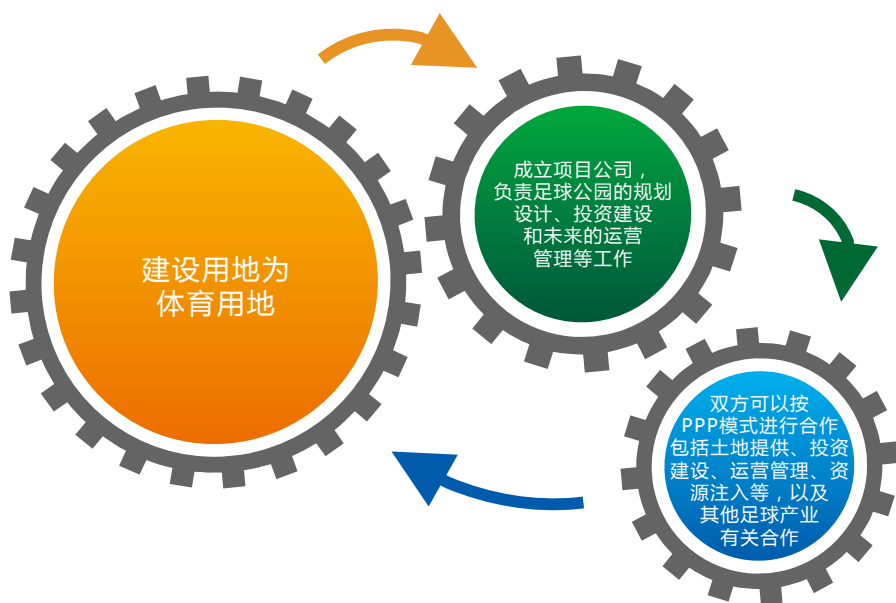


盈利方式



合作方式

租金减免20年保底项目公司PPP模式





4. 国奥金冠足球营效益评估

未来5-10年，国奥金冠足球营将结合用户需求和城市特点，分为单体运营（1.0版）、规模发展（2.0版）、互联互通（3.0版）三个阶段。

1.0版 单个足球营每年社会效益

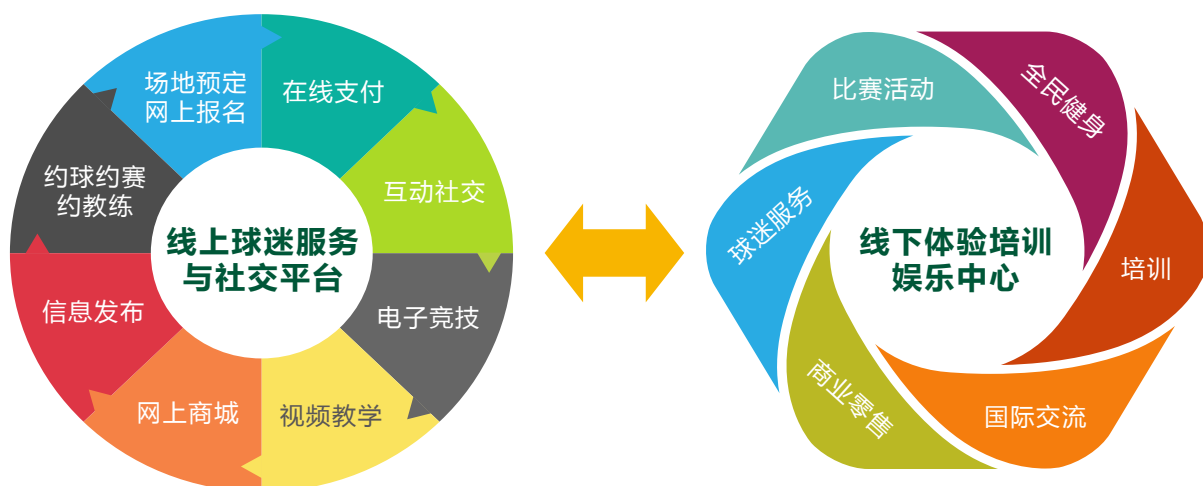
- ★ 年接待服务50万人次
- ★ 年组织举办业余比赛活动100项
- ★ 年培训青少年、教师10000人次
- ★ 年免费对外开放不少于12天
- ★ 部分收入用于支持地方青少年足球

足球营2.0版 收入渠道拓展成本控制加强规模效应显现

- ★ 足球营冠名、广告等无形资产开发收入实现显著提升
- ★ 全国足球公园形成规模，赛事活动开发收入将不断提高
- ★ 一定区域范围内的足球营不断增加，管理费用持续降低
- ★ 供应链统一的广度深度不断加强，产服务采购成本降低

足球营3.0版 线上线下一体化

进入3.0阶段，国奥金冠足球营将借助互联网工具，为用户创造更加丰富、更加有趣、更有价值的足球运动消费体验，培养和带动更多人成为足球运动的爱好者和参与者。



国奥旅游版块介绍

旅游产业市场分析

中国旅游业保持两位数增幅，2016年产业收入占GDP 6.3%

Analysys 易观



2016年旅游产业收入保持两位数增长：2016年旅游产业收入达到4.69万亿元人民币，名义增长达到13.6%。

2016年旅游产业收入占GDP 6.3%：2016年中国旅游产业收入占同期中国国内生产总值（GDP）的6.3%，较2015年（6.0%）提高0.3个百分点，其国民经济支柱性产业地位得以强化。

其中，中国在线周边自助游市场规模达到65.48亿元人民币，增幅远高于市场整体增幅

Analysys 易观



2016年中国在线周边自助游市场：2016年市场规模达到65.48亿元人民币，增幅远高于旅游产业整体。

在线度假旅游市场交易规模中占比8.6%：2016年中国在线周边自助游市场对在线度假旅游市场交易规模贡献率为8.6%。

旅游产业进入黄金发展期，度假及周边游前景广阔

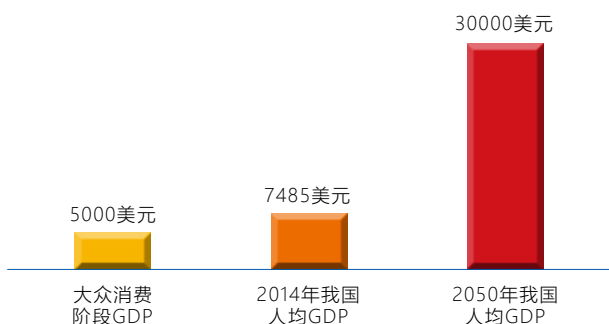
未来20年乃至35年，将是中国旅游业做大做强的黄金发展期，旅游产业价值将会得到大幅提升。

市场层面面临转型，旅游业将从高端旅游市场向大众化转型，由观光旅游逐渐过度到适合国民大众的的旅游休闲度假项目上；

产业层面需要升级，传统业态进一步革命，游客的旅游需求向常态化转型，游客自由体验当地生活的追求越来越高；

政策层面需要协同，政府的支持向综合性政策和法律体系建设转型。

旅游进入大众化日常性普遍消费阶段
到2050年80%以上人群进入中等收入阶层，
居民人均年出游将达到10次以上



广大农村、边远山区、国际国内众多旅游目的地，
旅游将真正成为跨区域、无国界、无障碍的社
会化、普遍化消费行为。

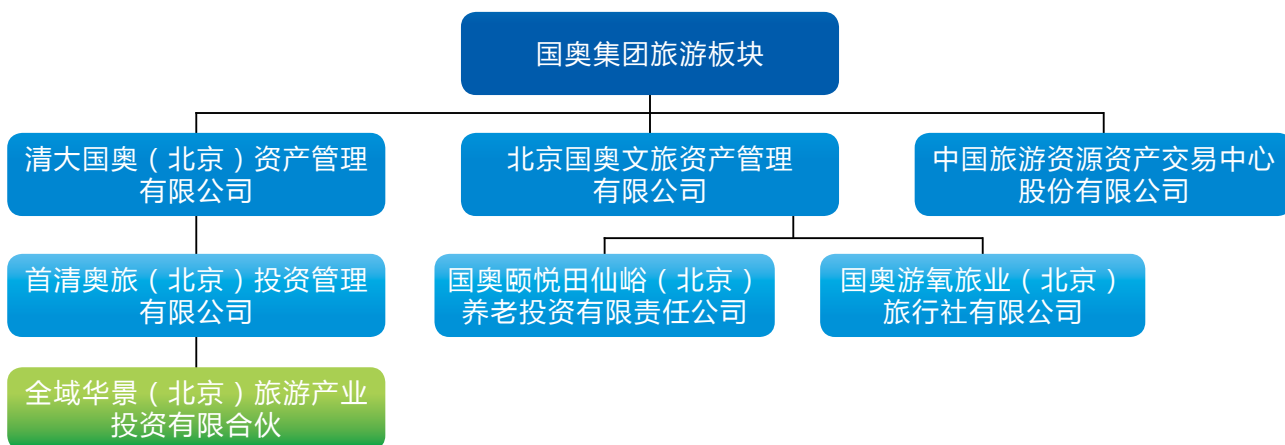


国奥旅游板块概述

- ◎ 国家全域旅游产业发展基金
- ◎ 中国旅游资源资产交易中心
- ◎ 国奥乡居
- ◎ 国奥游氧联盟

基于上述旅游产业未来巨大的市场前景和国奥集团转型战略需要，2016年5月13日，国奥集团在原国奥五环资产公司基础上重组成立了国奥旅游板块，以资产公司为国奥旅游板块的投资主体，以乡村休闲旅游资源和闲置民宅为切入点，打造国奥乡居，并围绕“衣食住行、游购娱养、文体财教”打造游氧产业联盟，同时牵头发起全域旅游产业发展基金和中国旅游资源资产交易中心，初步形成了国奥旅游板块的布局。

27



全域旅游产业基金

全域旅游产业基金是国奥集团牵头，联合首旅集团、中信国安集团、民生银行、河北旅投等大型集团，在国家旅游局支持和指导下，围绕促进“全域旅游”发展设立的基金，该基金总规模达300

亿元，首期规模为30亿元。由首清奥旅投资管理有限公司负责管理，基金将在“全域旅游”战略和《“十三五”旅游业发展规划》的指导下，大力布局和投资全域旅游重点项目，创新旅游发展模式，推动“全域旅游”向广度和深度进军。

战略目标

加速旅游业与金融的深度融合，打造中国乃至世界的优质旅游投资发展基金，为中国旅游产业的优化升级提供源源不断的资金支持，推进“全域旅游”战略全面发展，为国奥集团旅游转型战略提供资本支持。



范围投向

乡村旅游、特色旅游小镇等全域旅游相关项目；新技术新消费趋势推动下的技术创新和消费升级相关旅游消费项目；“全域旅游”机会下相关产业效率提升、产业升级整合、并购和重组。

下步计划

核心管理团队调整和到位、项目到位和资金到位，进入正常运作。

中国旅游资源资产交易中心

中国旅游资源资产交易中心是由国奥集团牵头发起，联合中国旅游集团、中信国安集团、北京产权交易所、未来科学城集团、中央金创公司等企业在国家旅游局的指导和支持下共同组建的，为贯彻落实《国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》（国办发〔2015〕62号）、响应国家关于“推进旅游项目产权与经营权交易平台建设”的要求，建立的全国性的旅游资源交易平台，在国家旅游局的指导下，该平台将进一步发挥市场在资源配置中的决定性作用，立足旅游行业，服务全国。

战略目标

全域旅游全要素流通的交易平台，要用3-5年的时间，形成2000亿交易额，为国奥集团旅游转型战略提供项目和平台支撑。

范围投向

为各类旅游企事业单位提供产权、经营权、股权交易服务；为大宗旅游商品提供交易服务；为各类旅游投资项目提供规划设计、宣传推广、金融咨询、企业并购咨询、企业重组咨询、登记确权等中介服务。

下步计划

核心管理团队组建、未来科学城进驻办公，对接政府资源开展开业筹备，争取早日正式开业。

国奥乡居

国奥集团

企业
投入开发资金
输出运营管理

村合作社

政府
盘活闲置民宅
政策集成导向

当地村民

百姓
收益分红
提供本地就业机会

国奥乡居是国奥集团旅游板块的核心业务，旗下的怀柔田仙峪项目是北京盘活闲置乡村资源，推进美丽乡村建设的唯一试点基因工程项目、北京市政府2015年十七项重点工作项目之一，并因为其摸索出得“三权分置、四位一体”模式，被列为中央深改27个经典示范项目之一。

国奥乡居田仙峪项目运行两年以来，在政府及社会效益上取得了广泛的赞誉，得到了北京市政府和各区县政府一致认可，并在2016年10月关于农村深化改革现场会上要在各区县进行推广和复制，但在经济效益和盈利模式上，尚待总结、摸索和破题。截至2017年6月底，国奥乡居田仙峪项目共计开发院子44个，其中，两年内累计成功长租9个，短租运营收入340万元。



林克庆副市长率北京市深化农村改革现场会参观调研



王宁副市长赴国奥乡居调研乡村养老服务

29

国奥乡居开发运营流程

国奥乡居通过项目实践经验，各环节均与相关企业达成战略合作，同时形成完善的开发运营流程。

开发\合作

规划策划

投融资

设计改造

运营管理

拓展方式：

- 自建自营
- 企业整合
- 品牌输出
- 委托运营
-

服务方：

- 景域集团
- 唐人智库
- 清控人居
-

资金来源：

- 商业银行
- 央企投资公司
- 信托
- 产业基金
-

设计施工方：

- 国奥建设
- 一道伍禾
-

运营团队：

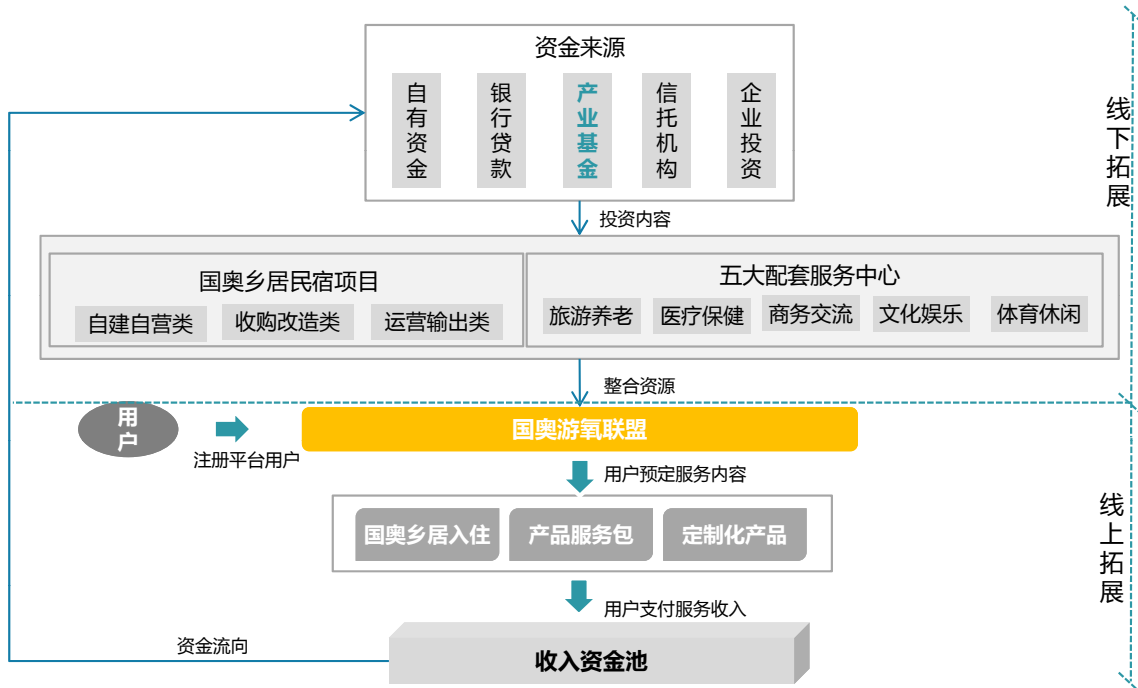
- 首旅集团
- 隐居乡里
- 千宿
-

国奥乡居资源整合

串联“医食住行、游购娱养、文体财教”聚合各类旅游产业资源、提供产业内系统服务，细分市场领域，形成产业平台生态圈，形成规模化的范围经济。

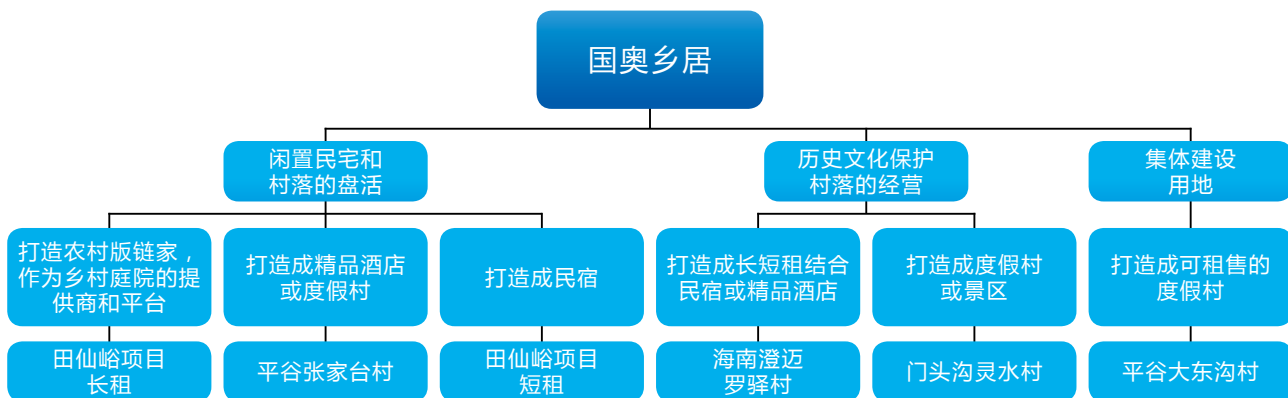


国奥乡居商业模式图



国奥乡居发展模式

通过总结国奥乡居田仙峪项目实践经验教训，结合对旅游和各区府情况分析，为了尽快破题，国奥旅游团队初步摸索出乡居的以下三种发展模式：



国奥乡居短期发展目标

国奥乡居在2-3年内通过自建自营、企业资产包整合、品牌输出、委托运营等多种方式，在北京郊区拓展闲置院落、历史保护村落和集体建设用地三类项目，将国奥乡居打造成为休闲度假的领军品牌。



闲置院落

历史村落

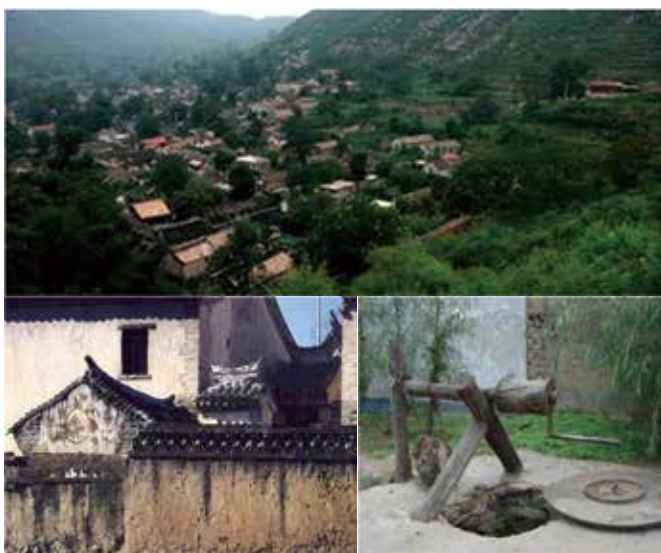
集体
用地

国奥乡居重点拓展项目

平谷区张家台、大东沟



门头沟-灵水村 历史保护村落+景区



门头沟政府
政策支持

京西山水
旅游公司
项目资源

景域集团
规划运营

海南澄迈-罗驿村 历史保护村落



国奥乡居中长期发展目标

从北京市场出发，扩展至京津冀地区，最终将覆盖全国市场。

拓展区域：
北京郊县地区



拓展区域：
京津冀地区



拓展区域：
全国重点城市群

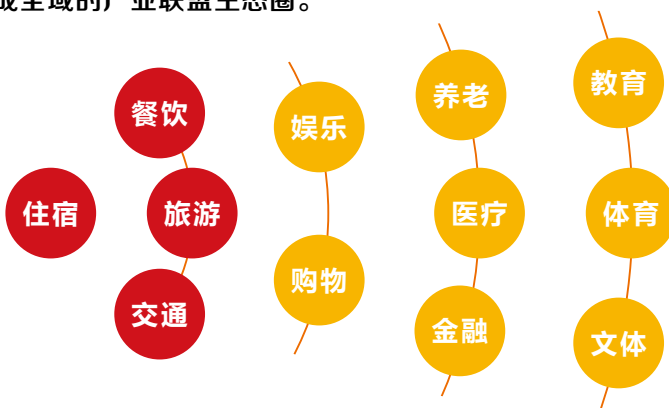


国奥游氧联盟

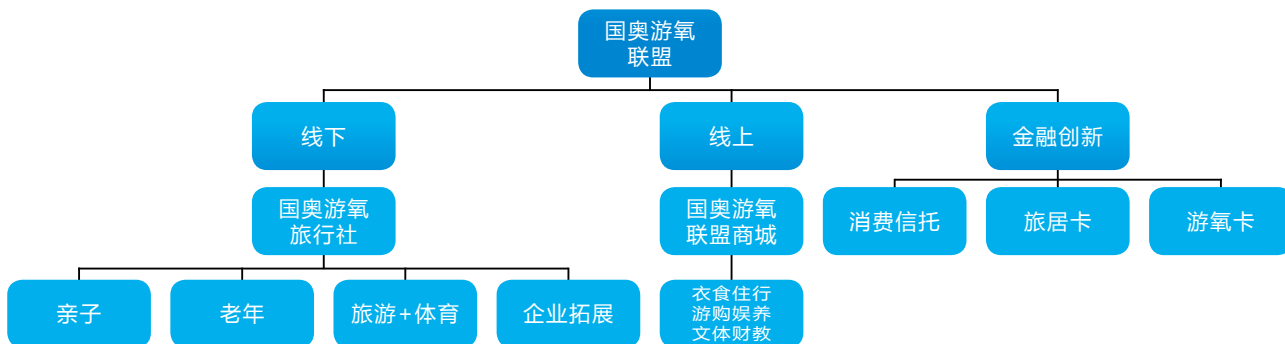
旅游版块将以国奥乡居为核心，逐步拓展形成全域的产业联盟生态圈。

基于旅游业务，嫁接相关产业形成联盟

- A. 盘点国奥相关产业资源，
实现内部产业融合
- B. 融合外部产业资源，
形成联盟生态圈



国奥游氧联盟发展方向



国奥游氧联盟——游氧旅行社

亲 子

与北京158家幼教机构达成共识，成为亲子活动、冬令营、夏令营的供货商

“田妈妈”亲子活动课程

4s体育课程等机构签订战略合作

北控凤凰女足公司达成一致，组织观赛、亲子体验等活动。

老 年

与瑞龄旅居合作开发了国奥游氧旅居卡，提供旅游、旅居服务

与北京失孤老人基金会达成合作意向，为其提供旅游产品。

旅游+体育

依托国家体育总局资源，取得大型赛事票务资源，组织客户异地观赛等活动，推出以观赛为主题的旅游项目。

深层次挖掘越野跑项目的资源及赛事痛点，积极寻求合作，为赛事公司提供全方位的服务支持，并组织承接部分赛事。

企业拓展

拥有部分团建器材及优秀的拓展老师，策划开发了耳目一新的团建项目，通过企业团建把景区及周边资源与目的地相结合，资源开发最大化；

依托怀柔国奥乡居及周边景区资源及乡村特色，为企事业单位提供包括住宿、用餐、会议、棋牌、卡拉ok、用车、拓展、团建、采摘、春耕、现场制作等内容；

扩大国奥乡居等目的地的知名度；

与市总工会对接，就奖励先进个人项目提供内容及住宿。

国奥游氧联盟——线上推广与线下体验相结合

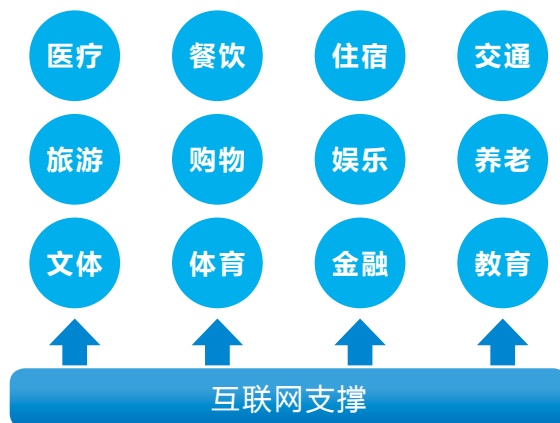
收储 将大量的优秀民宿、酒店、亲子活动、课程、境内外旅游路线、美食、景点等多元化资源收储纳入国奥游氧线上平台，同时，将这些优秀的项目资源整合全力线上推广，进一步丰富国奥游氧联盟平台的收储内容；

旅游消费卡 将国奥游氧联盟收储的优秀资源进行全方面整合，以更优惠的价格，更优质的内容吸引更多客群，进一步进行线下推广。



国奥游氧联盟发展目标

- ★ 国奥游氧联盟是聚合国内外优质旅游、养老等资源，为国人提供最优质的游养产品和服务。
- ★ 打造旅游+养老+金融+互联网+合伙人的开放式全域旅游新平台，构建绿色交通、餐饮住宿、购物娱乐、商务社交、养生医疗和文体教育一体的创新型旅游养老产业联盟生态圈。



国奥联合教育

推动优质民办教育发展

一、与电影学院合作办学



二、响应政府号召，开办高品质艺术类普惠性幼儿园

北京电影学院落户北京市怀柔区，国奥集团亲历打造北影新校址，教育公司承接前置教育配套服务；为怀柔区的教育奉献一份力量。

34

三、组建教育管理团队



四、与北京师范大学共同发展



五、组建北影专家团队

邀请北京电影学院资深教授组建专家团队

伍振国：北京电影学院表演专业教授，中国电影表演学会会员、中国电影电视经济管理研究会会员。著有《实用影视制片》，是我国制片界第一部专著。曾担任中央直属机关首届艺术节文艺汇演导演，多次应邀出席的嘉宾到国外演讲，开创引导动画表演艺术教学学科建设先河。

周登富：北京电影学院现代创意媒体学院美术系主任。北京市高等艺术院校高级职称评审员会评委，国家电视剧“金鹰奖”评委，中国电影美术学会副会长。著有《电影美术概论》、《银幕世界的空间造型》等著作。

指导研发全面发展课程，做到因材施教

六、依托电影学院培训中心艺术资源



孩子的天性就是喜欢玩，
以自我为中心，
喜欢交流，喜欢展示。

北影附属学校独特的
复合型艺术训练，
配合智能剧本，
结合电影学院全国培训中心的
社会资源，彻底激活孩子的
创造力。

七、艺术与教育的结合

艺术从娃娃抓起
与香港国际星娱乐集团合作
——中国小童星



八、多地优秀企业合作办学

国奥联合教育
与山东、河南、湖
南等地优秀企业初
步完成合作办学框
架协议，具体实施
方案正在落实中。



与电影学院的影业动态

国奥集团与北京电影学院共同打造电影产业



跟紧集团“三园足球”理念

一、推进足球进校园项目

丰台十八中

王府学校



二、品牌引进进校园的效果



三、签约知名足球教练



创建可复制易操作的
合作模式

四、让教练更懂孩子

精英团队 Team Jork 团队 - C/Wim Jork (维姆·约克) 为首的教练团队。曾带领阿贾克斯青训营，其教练团队包括：



五、开展暑期足球夏令营



打造国奥特色的 互联生态

国奥互联生态

国奥+升维降维

中国未来产业分为三种

1. 维的传统产业 2. 维的互联网产业 3. 维的智能科技产业



37

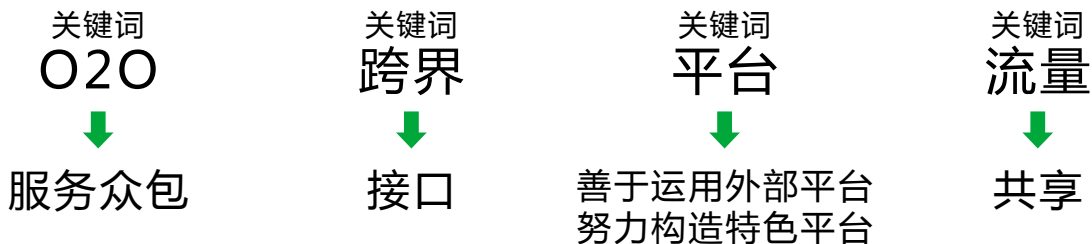
国奥+互联思维





国奥互联核心点

基于国奥集团的定位及战略规划，国奥互联体系设计的基础维度：



38

国奥互联之体育

总体规划

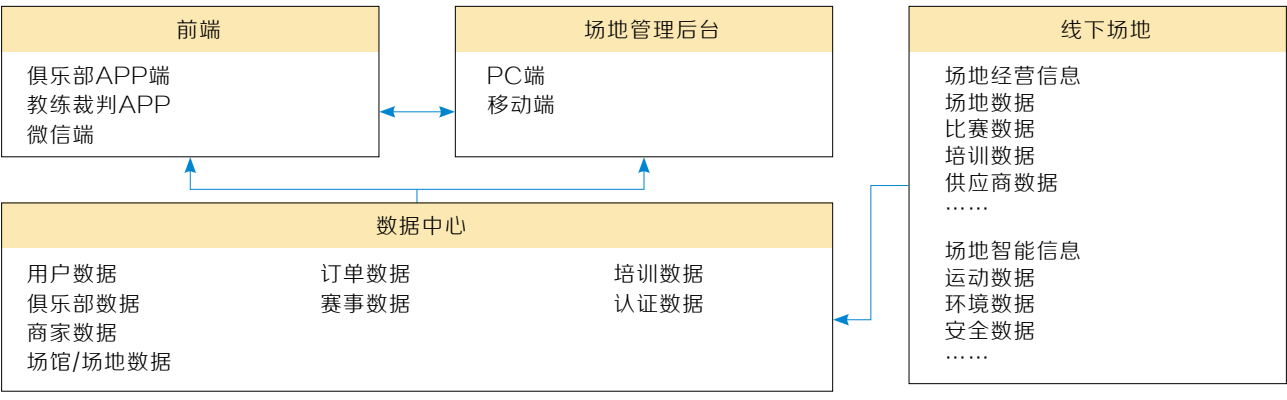
O2O	服务众包	内部资源（场地、裁判、教练）+外部资源
平台	外部平台	场地智能系统，经销存管理系统等
	特色平台	教练服务、裁判服务、足球宝贝服务
流量	共享	内部平台之间的共享，外部
跨界	接口	足球+其他运动，足球+旅游等接口预留

基于“三园”场地，

聚合10大运营商，

打造“滴滴”模式的足球资源共享平台

三端对接场地，实现场馆、赛事、培训、俱乐部的业务互联互通



根据总体规划，策略的落地实施。

总体策略

- ★ 线上先2B后2C
- ★ 不烧钱，线下获取流量为主
- ★ 自营场地优先
- ★ 先北京，后拓展其他城市
- ★ 兼顾多种运动兼容

节奏策略

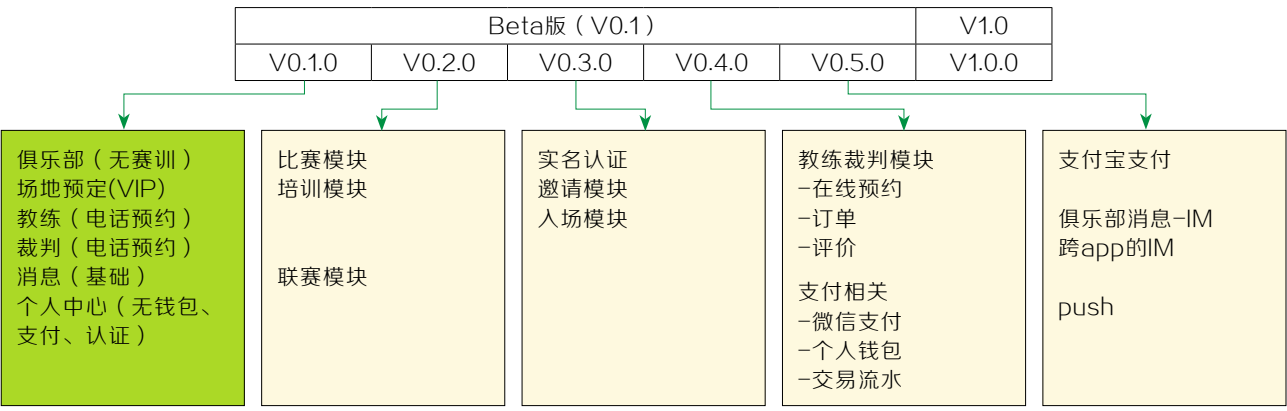
- ★ 线上以“约”为核心
- ★ 先管控型，后开放
- ★ APP先行，后微信端
- ★ 先工具化，后社区化，在商业化
- ★ 供应商过程中逐步完善线上支撑

阶段成果

俱乐部APP端的V1.0.0



俱乐部APP端V1.0.0的迭代规划



场地管理后台V1.0.0



数据中心V1.0.0



半年目标

体育板块互联网业务将紧跟线下团队的推进状态，设置相关目标

研发目标

7月底

- APP上线V0.2.0
- 场地后台支持现有业务

12月份

- 实现V1.0.0全部规划功能
- APP端（安卓、ios）
- 场地管理后台
- 数据中心

12月份，启动微信端聚合

运营目标

7月底，支撑自有场馆发布

8月底，支撑自有教练，裁判的服务发布

9月份，支持地产杯赛事的发布及管理

用户量基于金冠团队线下导流（进入线上线下对接阶段，共同确定目标）

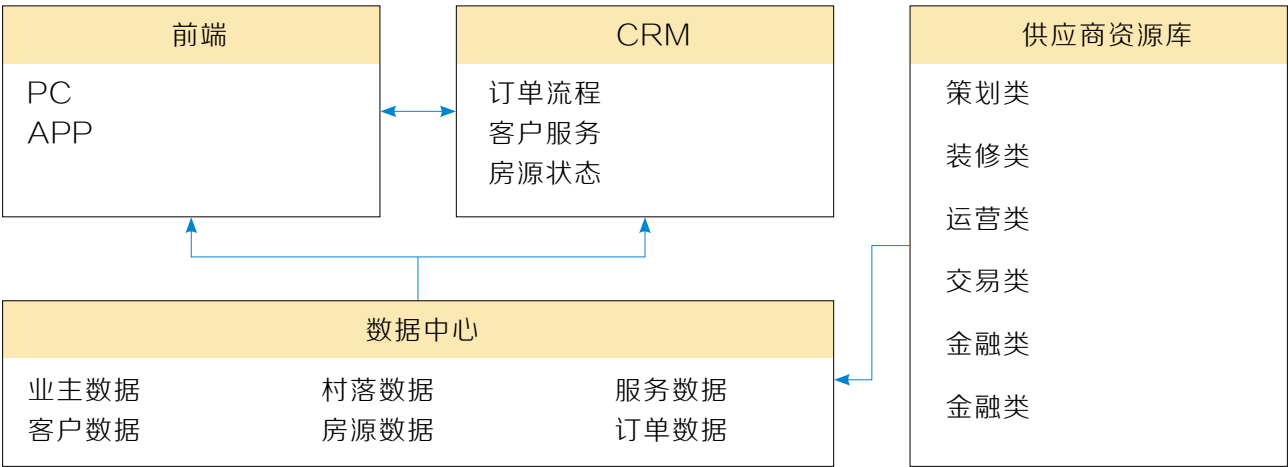
国奥互联之旅游

总体规划

O2O	服务众包	围绕乡居的一系列服务，实现众包。（策划、装修改造、经营等）
平台	外部平台借力	类似airbnb，途家，途牛等平台的合作
	特色平台打造	内容最全面，最真实，最丰富的乡居信息平台
流量	共享	类似airbnb模式，实现2C的共享服务，形成流量增长
跨界	接口	支持嫁接周边游、农产品等等

基于国奥乡居理念，
形成乡村版链家线上平台（facebook），
打造乡居综合服务的撮合平台

线上交易撮合，实现需求端，服务端，资源端的对接。



半年目标

结合国奥互联资源，及旅游板块业务模式的细化，计划下半年目标如下：

- 8月底
实现文旅
官网上线
- 如果借助外部房产平台，年底实现
 - ★ 实现年底，四级内容展现于检索（城市、区、镇村、房源）
 - ★ 后台CRM系统对接
 - ★ 数据中心建构。



国奥集团
Guoao Group

地址：北京市朝阳区安翔北里11号北京创业大厦B座9层
网址：www.guoao.com.cn



扫描下方二维码
关注国奥集团