

aranya

Content

目录

Approaching 走进阿那亚

What Is Aranya ?
什么是阿那亚? p02

Breaking The Border
All The Way
一路破界的阿那亚 p04

1. 独特优势 p06

2. 创造价值 p07

Core Customer
核心用户 p08

核心用户的特点 p09

About Aranya 关于阿那亚

Cultural Tourism Property
Development
文旅度假 p12

海边生活系统 p14

山居生活系统 p16

与全球优秀设计师一起，
打造阿那亚的精神建筑与美好场景 p20

Full Dimensional
Operation
全维运营 p21

商业运营 p24

- a. 整全而精致的生活系统
- b. 邀请业主一起玩，成为「美好事业合伙人」
- c. 选择价值观趋同的品牌

酒店运营 p26

- a. 整全而精致的生活系统
- b. 邀请业主一起玩，成为「美好事业合伙人」
- c. 选择价值观趋同的品牌

民宿运营 p27

- a. 整全而精致的生活系统
- b. 邀请业主一起玩，成为「美好事业合伙人」
- c. 选择价值观趋同的品牌

物业运营 p28

- a. 特色管家服务体系
- b. 数字化管理
- c. 高效率响应机制

线上运营 p30

- a. 特色管家服务体系
- b. 数字化管理

Culture And Art
文化艺术 p32

内容策划
打造多元文化艺术内容 p35

搭建平台
构筑艺术文化生态 p38

影视投资 p40

①

Approaching

What Is “Aranya”?
阿那亚是什么?

01

ARANYA BRAND MANUAL

走进
阿那亚

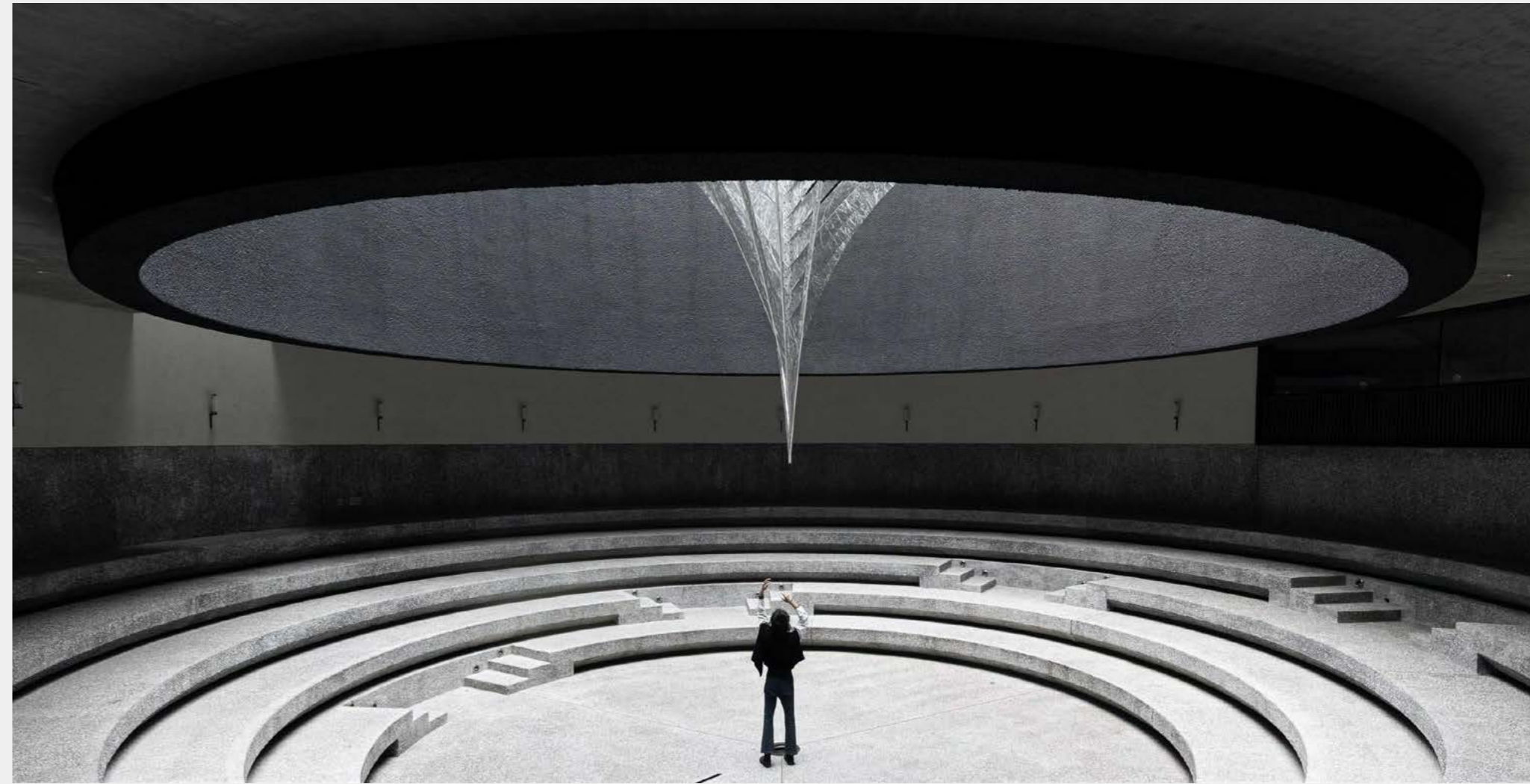
阿那亚 (aranya) 一词，来自梵语阿兰若，意指“人间寂静处”，找回本我的地方。

地处秦皇岛黄金海岸的海边社区阿那亚，成立于 2013 年，是一个有着优美自然环境和人文空间、深厚情感价值和高度精神内涵的生活方式品牌。阿那亚提出了“人生可以更美”的品牌号召，并开展了一系列有关“美好生活”的社区实践。





阿那亚自成立至今，通过品牌引领和价值观引导，凝聚了一大批志同道合的商业合作伙伴、业主、用户，一起探索物质维度、情感维度、精神维度的新时代幸福感。



Breaking The Border All The Way 一路破界的阿那亚



独特优势

· 生活方式的全方位打造

平均一年活动	1500 余场
--------	----------------

真正做到四季有玩，周末有节，假日有聚

· 原生社群

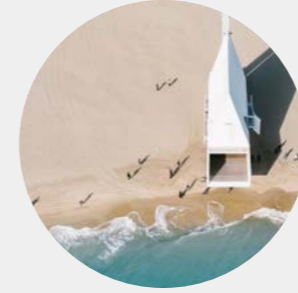
业主社群	63 个
全网粉丝	60 万

形成了以品牌为引领的原生社群文化

a.

ARANYA BRAND MANUAL

创造价值



运营数据

5.8 亿

以优质内容和丰富场景创造更多消费可能性



提供就业岗位

5000 余

间接辐射万余人，企业与社会共同成长

b.



客流量

140 万

全年运营，平衡淡季



就业人数占本地人口

25%



Core Customer 核心用户

“具有强烈自我觉醒的智识精英”是我们的核心用户，他们普遍集中在 20-40 岁，是新文旅消费的主力，也是对生活方式和文化艺术有追求的一代。

· 业主人数	5128 户
· 全网关注人数	130 万人

03 核心用户的特点 具有自我觉醒意识的智识青年

- 年龄集中在 20-35 岁，对文化艺术、新鲜生活方式最敏感、最有消费意愿的人
- 开活的眼界：良好教育水平，物质条件优越，人文素养高
- 深层的自信：自我意识高，敢于质疑，不被潮流裹挟
- 生命的觉醒：善于探索未知，保持情调、重视感受力和创造力



②

About Aranya

阿那亚 业务条线



阿那亚已从最初的一个海边的社区，成为一个以社群为中心的，集文化艺术、影视、体育等多元内容为一体的生活方式品牌。在这个过程中，阿那亚通过9年的探索，发展了三条业务线：文旅度假、全维运营、文化艺术，以满足用户全方位的生活需求，打造整全的、高品质的空间体系、配套服务、以及文化艺术生活，为客户提供一种人生解决方案。

关于 阿那亚



Cultural Tourism Property Development

文旅度假

01

阿那亚的文旅度假，始于对生活的全新理解，忠于对幸福的全方位覆盖，阿那亚以北戴河项目作为起点和主场，以北京周边的金山岭、雾灵山项目，海南的三亚项目作为不同生活状态下场景的延伸，在武汉、宁波等城市，也将有合作项目陆续展开。阿那亚品牌全线以高品质的产品、高审美的空间、人性化的设计，带给人们惬意前卫的居住体验，满足人们多方位需求。



ARANYA BRAND MANUAL

海边生活系统

海边的文化艺术飞地

a.



建构多元的阿那亚生活场

b.



阿那亚·金山岭——山谷中的精神家园

阿那亚·雾灵山——温泉美学生活目的地

阿那亚·三亚——美学生活方式社区



ARANYA BRAND MANUAL

与全球优秀设计师一起， 打造阿那亚的精神建筑与 美好场景

阿那亚在空间设计方面的投入巨大，近年来在建筑设计方面的投入近 10 亿，与全球多个优秀设计师均有合作，致力于打造审美价值、精神价值、情感价值、功能价值都极高的空间体系。

c.



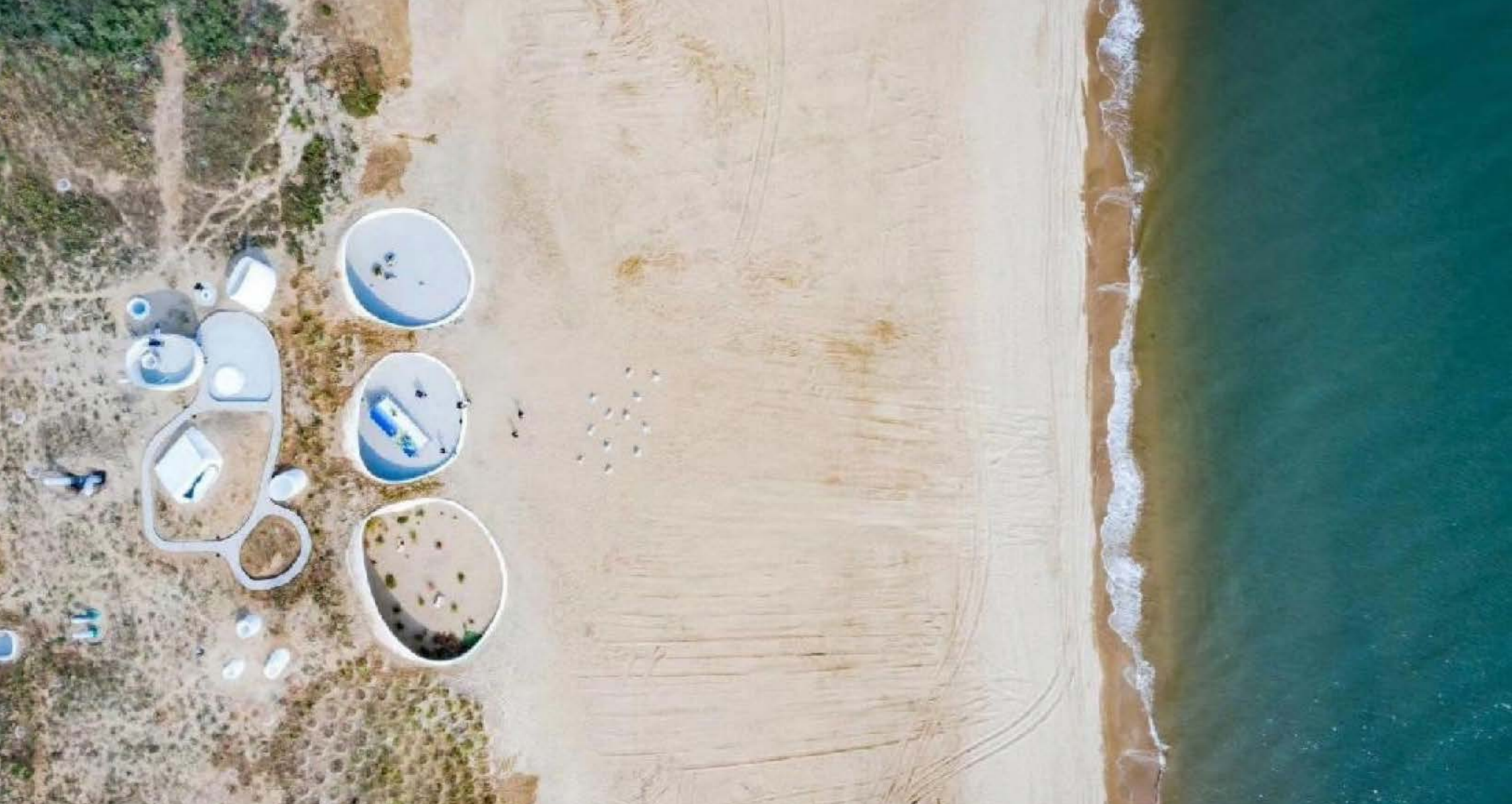
与阿那亚合作过的设计师：原研哉、坂本一成、青山周平、柳亦春、李虎、董功、马岩松、郭锡恩先生和胡如珊女士、水雁飞、刘可南、庄慎、张斌、范蓓蕾、华黎、张佳晶……



孤独图书馆 | 阿那亚·北戴河



阿那亚礼堂 | 阿那亚·北戴河



UCCA 沙丘美术馆 | 阿那亚·北戴河



艺术中心 | 阿那亚·北戴河



上院 | 阿那亚·金山岭

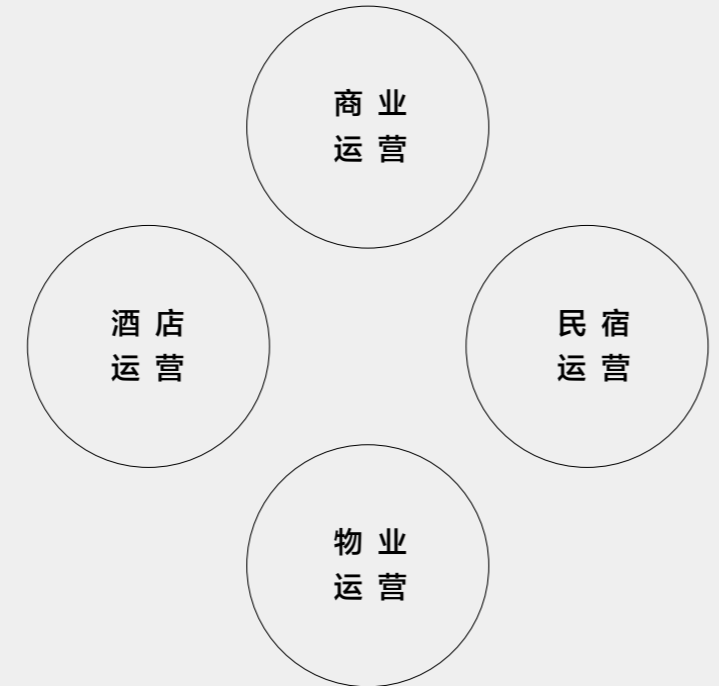


山谷音乐厅 | 阿那亚·金山岭

Full Dimensional Operation

全维运营

02 四个模块让阿那亚的生活主张「有品质的简朴，有节制的丰盛」更具象



全维运营，旨在搭建一整套美好生活方式系统。服务是阿那亚的起点，也是阿那亚的未来。阿那亚的全维运营体系，是以客户为中心展开的服务体系，不同于传统的房地产项目的物业服务或是商业招商，而是品牌、用户、商业合作伙伴，共同结成的情感与利益的共同体，以阿那亚品牌为平台，大家共享收益，共担风险，共创未来。



ARANYA BRAND MANUAL



商业运营

本质是彼此赋能，共同成长，
通过不同的场景打造和丰富业态，激活社区能量。



a.



ARANYA BRAND MANUAL

整全而精致的生活系统

1

阿那亚共拥有 6 家自营食堂，保证园区基础餐饮，另外共 76 家入驻商家，覆盖精品购物、文创娱乐、运动休闲等多种业态，创造更丰富的体验场景，更适宜的居住环境。

邀请业主一起玩， 成为「美好事业合伙人」

2

鼓励业主参与的良性商业生态，让阿那亚品牌的价值观与生活方式延伸到个体，我们鼓励业主在阿那亚开启事业。



选择价值观趋同的品牌

3

商业不止商业，是用户选择生活方式的态度，也是用户展开智力、思想和文化生活的公共空间。





酒店运营

酒店是访客在阿那亚的短程居所。阿那亚有不同形态和主题的酒店，通过不断地服务创新和需求完善，与访客不断传递着阿那亚的价值观和生活方式主张。为客户打造难忘而独特的美好回忆，是阿那亚酒店的重要使命。

b.



ARANYA BRAND MANUAL

有审美的细节，有温度的服务， 可共享的园区生活

从建筑空间设计，酒店用品选择，到每一位员工的亲切问候，给住户一种安然、自在的居住体验。作为阿那亚的一部分，酒店有共享阿那亚园区的生活配套和精彩的文化艺术活动，让每一位住户都能充分沉浸感受阿那亚的文化与艺术氛围。



个性化的居住体验

阿那亚提倡多元化、个性化的生活方式，共有 13 个酒店，包括但不限于犬舍、酒庄客房、风仓游艇主题酒店、安澜酒店式公寓、隐庐精品酒店……满足不同人群的个性化需求，丰富了园区酒店业态。

1

2

多元的酒店合作模式

阿那亚鼓励更多的酒店生态，目前有自营、品牌联盟、托管代运营、品牌输出等。

3



民宿运营是阿那亚一场分享、创造与共生的商业实践。阿那亚民宿是国内最大全自持规划管理运营平台，也是阿那亚分享社区生活，实践业主共创的主要载体。



C.



ARANYA BRAND MANUAL



国内较大规模的民宿

2100 多套
民宿房源

5300 多
间客房数

超 **20%**
业主是民宿主

1.9 亿
2021 年营收额

①



专业化的民宿中心管理

工作职责点

五星级标准打扫，管家式服务接待 ···

②



物业运营

物业服务的核心是人，不是物。阿那亚希望物业服务能够以人为本，陪伴客户、聆听需求、创造价值。

d.



ARANYA BRAND MANUAL

特色管家服务体系

摆脱“不走心”的前台接待，推行管家主动入户服务，让人出门居家都无忧。

①



数字化管理

平台采用数字化管理，记录每一位业主的特殊需求，更周到、更体贴地提供全程保障。

②



高效率响应机制

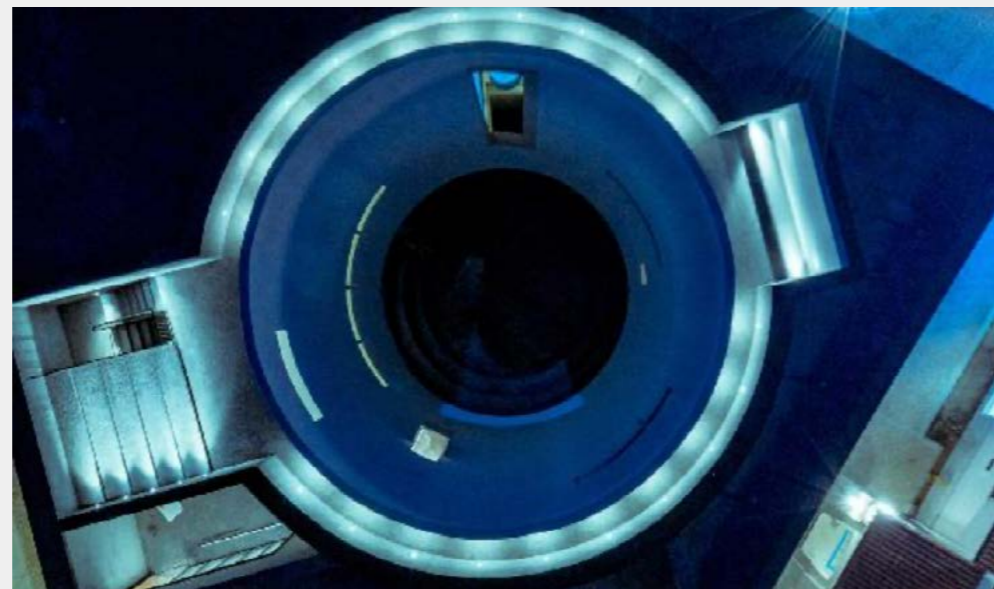
以北戴河项目为例，共63个业主沟通群，及时吸收意见、5分钟处理投诉、公开透明地进行管理制度讨论。

③



线上运营

阿那亚 APP 兼具实用属性与社交属性，是所有访客和业主在园区内通行和消费必不可少的「一卡通」，也是吃喝玩乐一应俱全的生活方式指南，用户可以快速定位自己需要的服务，同时也能够发布内容、共享想法。为阿那亚沉淀了众多信息资产和客户流量。



4

连续 7 年物业缴费率 100%
物业服务软输出

e.

ARANYA BRAND MANUAL



阿那亚 APP： 搭建完善的信息通道整合 和管理会员数据

阿那亚 APP 搭建衣、食、住、行、娱、购、游等完善的功能板块和数据运营分析。通过对会员数据进行系统的管理，可精准掌握客户信息，深入发现客户需求，优化客户体验。

1

会员数据管理

通过对会员数据进行系统的管理，精准掌握客户信息，洞察客户需求，优化客户体验。



2

Culture And Art 文化艺术

03

在阿那亚，文化艺术不仅是一种展示，更是融入生活的重要元素，是人们彼此连接的重要纽带。以文化艺术生活来驱动美感人生，是阿那亚作为生活方式品牌对重要使命。

阿那亚国际文化发展有限公司（简称阿那亚国际文化）承载了阿那亚的文化艺术板块，是基于品牌管理、内容创意和资源整合能力的管理机构。成立于 2020 年，依托阿那亚园区的多元建筑空间和社群环境，自主研发场景化的展演服务、社群服务与公共传播服务，致力于向公众提供最前沿的文化产品和体验。



ARANYA BRAND MANUAL

基本职能介绍



在阿那亚，文化艺术不仅是一种展示，更是融入生活的重要元素，是人们彼此连接的重要纽带。以文化艺术生活来驱动美感人生，是阿那亚作为生活方式品牌对重要使命。



阿那亚国际文化发展有限公司（简称阿那亚国际文化）承载了阿那亚的文化艺术板块，是基于品牌管理、内容创意和资源整合能力的管理机构。成立于 2020 年，依托阿那亚园区的多元建筑空间和社群环境，自主研发场景化的展演服务、社群服务与公共传播服务，致力于向公众提供最前沿的文化产品和体验。

2021 年，阿那亚国际文化在园区落地了千余场活动。

包括但不限于戏剧节、电音节···未来的国际文化公司将继续以共享、创造、互助的精神和国际化的事业，拓展文化新生态的边界。



○戏剧节



○音乐节

ARANYA BRAND MANUAL



○电子音乐节



○阿那亚海报节



○家史计划



○年度业主大戏



○阿那亚 LIVE



○阿那亚风筝冲浪节



○元旦 24 小时跨年之旅



○圣诞童话镇



○阿那亚生活节



○对角巷市集

内容策划
打造多元文化艺术内容

a. 阿那亚自有品牌 IP
——洞察时代、走入人心的 IP 组群

①



○治愈客栈



○深夜食堂



○儿童合唱团



○槐花艺术现场

阿那亚社群活动 IP
——共创共生共享的社群内容生态

②



○长夜之梦

阿那亚艺术展演

——自然与人文的碰撞激发无限灵感



丹尼尔·阿尔轩:
时间之沙 Daniel Arsham:
Sands of Time
2021.7.11 - 2021.10.10



○丹尼尔·阿尔轩: 时间之沙

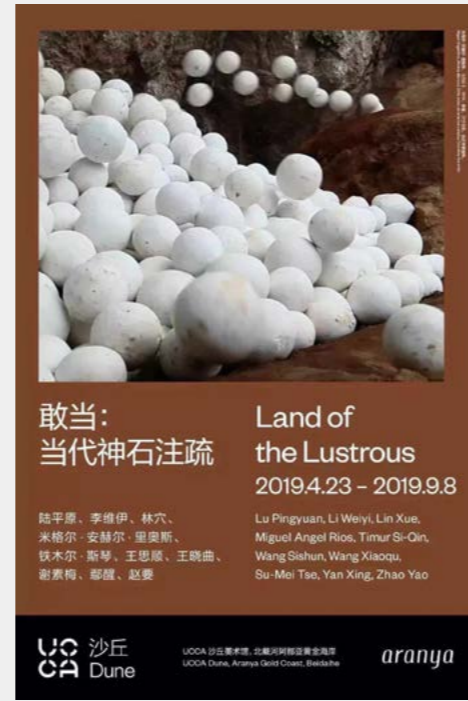


沉睡者的抵抗 Resistance of the Sleepers
2020.4.30 - 2020.9.6

策划: 曹冲宇、李霞
策展: 董树强、王强、胡明杰、沈建强、
孙志军、张可鑫、张劲松、潘斌
Chang Yuchun, Li Xia,
Jia Shiqiang, Wang Peng, Shen Mingjie,
Sun Zhijun, Zhang Kexin, Zhang Jingsong, Pan Bin



○沉睡者的抵抗



敢当: 当代神石注疏 Land of the Lustrous
2019.4.23 - 2019.9.8

陆平原、李维伊、林穴、
米格尔·安赫尔·里奥斯、
铁木尔·斯琴、王思辰、王翊曲、
谢素梅、郝耀、赵雯
Lu Pingyuan, Li Wei Yi, Lin Xue,
Miguel Angel Rios, Timur Si-Qin,
Wang Sishun, Wang Xiaoyu,
Xu Sumei, Hao Yao, Zhao Wen



○敢当 - 当代神石注

ARANYA BRAND MANUAL



○寰宇直下



○赵胤胤专场演出



○陶身体剧场演出

阿那亚艺术中心展演



○水中诗句



○黑夜耀日



○时间根本不存在

阿那亚海边沙滩



○爵士与海



○最美的书



○立体书展

孤独图书馆



○小小书店文学节



○阿那亚建筑论坛



○海边文学之夜



○阿那亚读书会

阿那亚文化沙龙 ——文化与智识的持续涌动



4

阿那亚青少年教育营地 ——亲近自然、锻炼身心的成长营地

5

ARANYA BRAND MANUAL

搭建平台 构筑艺术文化生态



b.



社群维护

阿那亚社群库 / 社群内容策划 / 社群运营管理

阿那亚从一个社群走向公众化品牌，社群远不止社区业主群体，而是一群价值观共同体。

1

阿那亚社群库

2

· 业主人数	1200+ 人
· APP 注册会员	10W+ 人



ARANYA BRAND MANUAL

重度参与文化艺术事件——文化艺术伙伴

探寻商业秘密的伙伴——商业伙伴



热爱生活与文化，终身成长——标志业主





○孤独诗会



○图书漂流计划



○邻里影像展

社群活动策划



○中秋诗会



○好邻好物



○邻里家宴



资源整合

文化艺术资源 / 商业资源 / 媒体资源
与志同道合的伙伴一起打造更美人生

4

ARANYA BRAND MANUAL



文化艺术资源库

持续寻找价值观相同、用户垂直、有内容能力、保持成长性的合作伙伴。



商业资源库

国内最受潮流文化青年喜爱的消费升级品牌，与阿那亚自主孵化的业主创业品牌和当地品牌，共同成为有机共同体。



商业资源库

阿那亚还孵化出业主创业品牌和当地品牌，这些也是阿那亚品牌资产重要补充部分。

官方媒体

中央电视台 央视新闻 人民日报 新华社 北京日报 广州日报 新京报 CGTN 中国青年报 北京青年报 澎湃新闻

视频媒体

腾讯视频 爱奇艺 哔哩哔哩 优酷 搜狐视频 腾讯视频号 抖音 快手

新闻媒体

新周刊 都市快报 北京卫视 旅游卫视 海南卫视 凤凰卫视 第一财经 环球时报 财经杂志 界面新闻 梨视频 中国新闻周刊 腾讯新闻 头条新闻 今日头条 中新网 中青网 凤凰新闻 搜狐新闻 腾讯看点快报 网易新闻 今日头条 中新网 北京青年周刊

时尚媒体

VOUGE VOGUEme 时尚芭莎 时尚 cosmo 时尚先生 ELLE ELLEMEN 睿士 GQ 智族 新视线 BOBOSNAP 男人风尚 费加罗 T magazine KINFOLK 红秀 NOWNESS 时尚旅游 腾讯时尚 凤凰时尚 安邸 AD 罗博报告 YOHO 潮流志 悦游 GLASS

娱乐音乐媒体

腾讯娱乐 新浪娱乐 大水花 耳帝 摇滚地狱 新浪音乐 微博音乐 QQ 音乐 酷狗音乐 网易云音乐

媒体资源库

全国超 100 家官方媒体 / 网络平台 / 新媒体 / 纸媒 / KOL，全资源合作平台



自媒体矩阵

· 阿那亚全网账号

15个平台

· 全平台粉丝

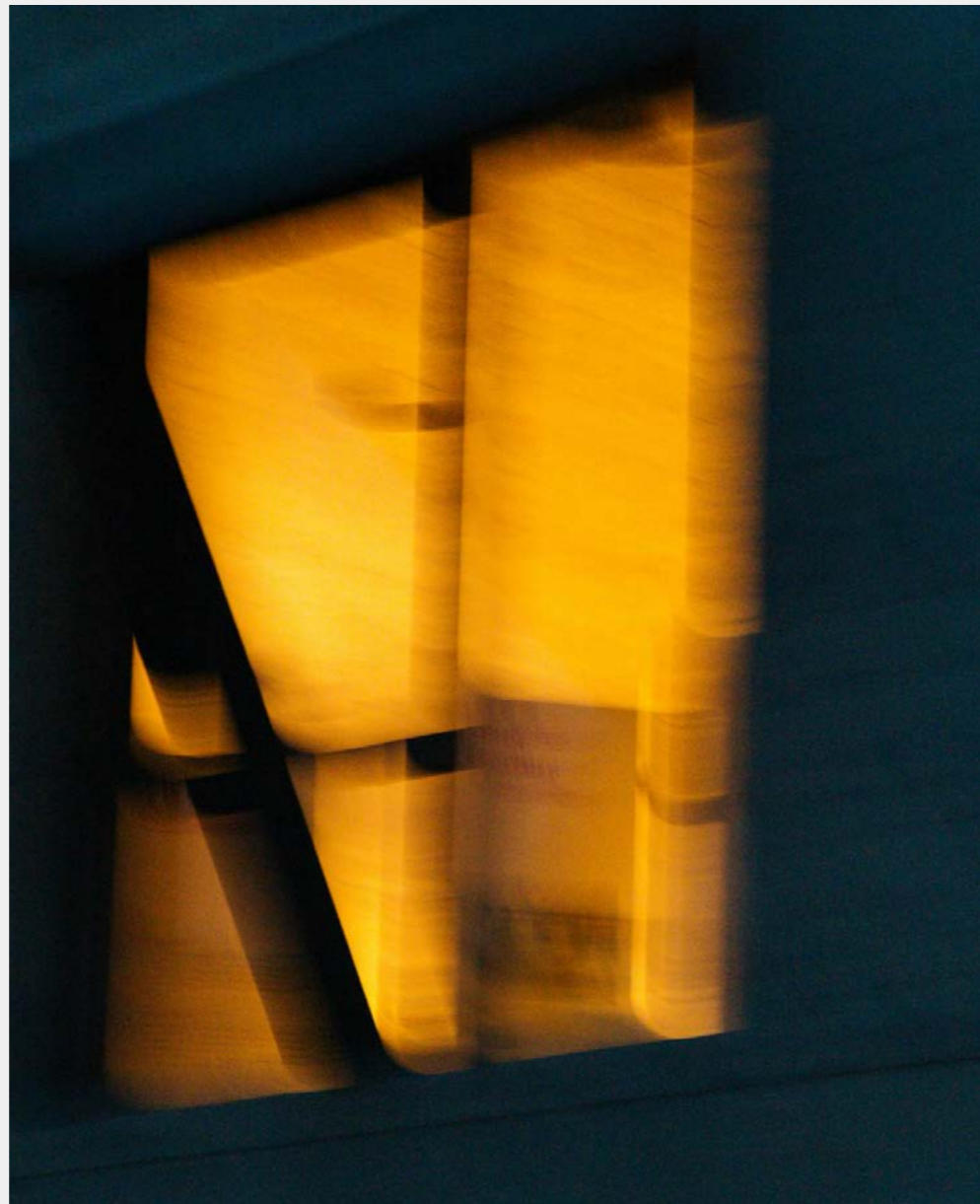
130W人

· 杂志

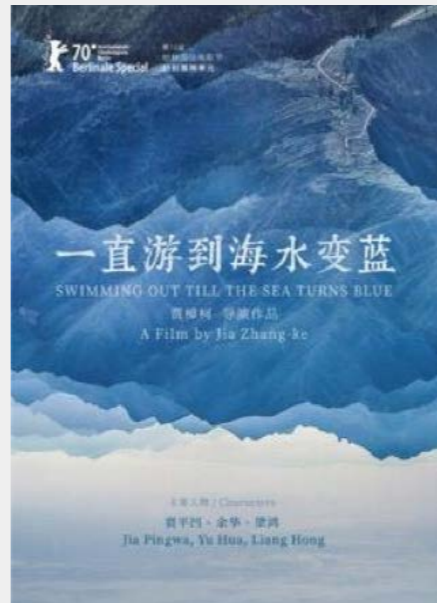
29期



C.



ARANYA BRAND MANUAL



拥抱多元思想
用影像启示未来

参与投资《我和我的祖国》、《一直游到海水变蓝》、《金刚川》、《一点就到家》、《人潮汹涌》等影片，并以市场嘉宾的身份参与 2020 年 First 青年电影展创投会。



阿那亚官方公众号



阿那亚官方公众号

中国-北戴河新区-阿那亚黄金海岸社区

T/ 400-810-9988

中国-承德-阿那亚·金山岭

T/ 400-002-6116