

同程艺龙、途牛、携程、美团发布的第三季度财报显示：

“环比增长”成在线旅游企业关键词

□ 本报记者 王玮

日前，同程艺龙、途牛、携程、美团纷纷公布第三季度财报，在线旅游市场加快复苏的信号“跃然纸上”。一季度，受新冠肺炎疫情影响，旅游企业业务几乎停摆，携程、途牛、同程艺龙等在线旅游企业相继出现亏损；二季度，旅游业在疫情防控常态化下重启，在线旅游企业的业绩出现了“回血”迹象；到三季度，在国内游迅速回暖的大环境下，在线旅企的业绩也水涨船高，显示出明显复苏态势。

市场逐渐复苏

今年三季度，旅游旺季的到来叠加恢复跨省团队游和机酒业务等政策利好，国内旅游市场加快复苏。翻看同程艺龙、途牛、携程、美团第三季度的财报发现，“环比增长”成为关键词。

同程艺龙的财务报告显示，2020年第三季度，同程艺龙实现营收19.15亿元，环比增长59.5%；经调整净利润为3.73亿元，环比增长89.9%；经调整净利润率为19.5%，恢复至去年同期水平。

第三季度，途牛旅游网净收入环比增加263%，净亏损较上季度大幅收窄，经营现金流转正，GMV（电商平台成交额）环比增长超200%，国内旅游业务复苏明显，定制游GMV环比增长超800%。

携程集团第三季度净营业收入为55亿元，环比增长73%。归属于携程集团股东的净利润达到16亿元，实现新冠肺炎疫情暴发以来的首季度盈利。

美团第三季度财报显示，美团的到店、酒店及旅游业务收入达65亿元，同比增加4.8%。不仅如此，到店、酒店及旅游业务的经营溢利由2019年第三季度的23亿元增至2020年第三季度的28亿元，经营利润率由37.7%增至43%。

酒旅业务恢复最快

从这几家在线旅游企业财报中不难发现，酒旅业务成为几家在线旅企恢复最迅速的板块。

今年第三季度，携程主营业务环比实现全面增长。其中，住宿预订业务实现营业收入25亿元，环比增长98%。其中，中高端酒店预订量同比增长达两位数。十一假期，携程住宿预订整体GMV同比增长10%以上，本地酒店GMV同比增长50%以上。而美团的到店、酒店及旅游业务收入的上漲缘于活跃商家数量上升推动在线营销服务收入增长。美团方面称，第三季度，与美团合作的高星级酒店数量季度环比大幅增长，高端酒店的贡献同比进一步增长。

第三季度，多家在线旅游企业深耕的下沉市场业绩表现不俗。相关数据显示，在疫情防控常态化下，三线以下城市4月以来产生生活快速重启，旅游业回暖速度明显快于一二线城市。截至2020年9月30日，同程艺龙的总注册用户中，非一线城市的注册用户约占86.1%。第三季度，同程艺龙微信平台上的新增付费用户中，约67.2%来自三线以下城市，而去年同期

这一数据为63.3%。在交易层面，第三季度，同程艺龙的酒店间夜量在三线以下城市同比增长近30%。据了解，通过技术和服务下沉，同程艺龙进一步为三线以下城市消费者提供更加便捷的旅行消费体验。以交通业务为例，同程艺龙实现了从机票、火车票的“主动脉”，到汽车票、船票等“毛细血管”的无缝对接，满足了三线以下城市消费者的出行需求。

受海外疫情持续蔓延影响，大量旅游消费需求回流国内市场，也为在线旅游企业创造了新机遇。与去年相比，一些OTA平台的国内主题游、私家团等个性化产品销售实现快速增长。途牛财报显示，在用户私人化、个性化、高品质的出游需求下，定制游产品成为度假产品中最有力的增长点，GMV三季度环比增长超过800%。

积极化危为机

尽管业绩环比增长数据亮眼，但是，多家在线旅游企业的财报显示，其营收和利润同比依然是下降的。比如，第三季度，携程的净营业收入同比下降48%，途牛净营收同比下滑85.5%……面对全球旅游业短时间内尚无全面复苏的现实，在线旅游企业纷纷拿出应对策略。

多家在线旅游企业通过提供高质量的产品与服务，来提升品牌附加值与客户复购率。7月22日，“牛人专线”上线10周年之际，途牛再度对高品质跟团游产品和服务进行迭代升级。10月，牛人专线陆续上线“超级周末”系列产品，通过融合网红元素等目的地特色资源，让用户在旅途中玩出新意，收获别样体验。

同程艺龙聚焦全旅行服务场景的打造和互通，通过线上线下全渠道触达，实现了旅行消费的多场景覆盖。

近期，本报刊登的一个老年游客在游览过程中突发疾病死亡，组团社被二审法院判决承担70%责任的案例，引发业内强烈反响。法院做出裁决的其中一个理由是由旅行社未按照行业标准《老年旅游服务规范》操作，没有为死亡游客参加的老年旅游团队配备随团医生。很多业者质疑——

行业“推荐性标准”能否作为司法裁定的依据？

□ 李广

自1987年原国家旅游局推出《旅游涉外饭店的星级划分和评定》开始，我国旅游业大力实施旅游标准化引领战略，在旅游标准体系建立、旅游标准制定实施以及旅游标准化运行机制创新等方面进行了很多有益尝试。回顾旅游标准化工作，无论是作为主管部门管理的抓手，还是承担填补监管法规空白的工具，抑或作为指导企业改进服务、引导消费选择的依据，均发挥着独特的作用。

但是，在现行的旅游行业相关标准中，绝大多数标准为推荐性标准。笔者查询行业标准信息服务平台发现，现有的77部旅游行业标准均为推荐性标准。另据不完全统计，目前，涉旅国家标准约30余个，其中只有一个为强制性标准，即《宗教活动场所和旅游场所燃香安全规范》。

标准能否顺利贯彻实施，起到治理与引导作用，需要主管部门的积极宣贯，企业的主动实施。而现行的这种宣贯体系，在一定程度上也导致大多数旅游企业形成“旅游相关标准都是推荐性的，可以执行也可以不执行”的认识。

这种认识具有一定的合理性。因为《标准化法》规定，“国家标准分为强制性标准、推荐性标准，行业标准、地方标准是推荐性标准。强制性标准必须执行。国家鼓励采用推荐性标准。”从字面理解，推荐性标准当然不具有强制性。但是，如果从《合同法》《旅游法》的相关条款，以及结合旅游合同的实践以及司法裁判结果来看，对于“推荐性标准”的实际效用可能就要重新认识了。另外，今年颁布的《民法典》对《合同法》关于合同履行约定不明的补救条款进行了修正，更加精准地确定了各类标准在合同实践中的应用。对此，有必要结合旅游活动对其进行分析和探讨。

《合同法》中关于“标准”适用的规定

《合同法》第六十二条规定，“当事人就有关合同内容约定不明确，依照本法第六十一条的规定仍不能确定的，适用下列规定：（一）质量要求不明确的，按照国家标准、行业标准履行；没有国家标准、行业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准履行”。即在合同当事人对合同约定不明时，可以先以《合同法》第六十一条“合同生效后，当事人就质量、价款或者报酬、履行地点等内容没有约定或者约定不明确的，可以协议补充；不能达成补充协议的，按照合同有关条款或者交易习惯确

定”，来确定合同相关内容，无法确定的，按照六十二条的规定履行。

从以上规定来看，并没有说明要适用的“国家标准”“行业标准”是“推荐性标准”还是“强制性标准”，因此，当合同双方就合同履行的质量问题存在分歧，且无法达成补充协议时，双方可选用最为相关的国家标准和行业标准来进行判定。

比如，某单位和某旅行社签署了旅游合同组织本单位员工出游，合同约定“旅行社提供优秀的导游服务，如导游服务有问题，可扣减旅游费用。”旅游结束后，该单位提出对旅行社委派的导游服务不满意，要求减少旅游费用。如合同对导游的服务标准无具体约定，在双方未能达成补充协议、双方也无类似交易习惯的情况下，可按国家标准《导游服务规范》的规定来进行判断；如果双方争议的事项是导游未有效地对游客进行文明旅游引导，则可依据行业标准《导游领队引导文明旅游服务规范》来进行判定。

如果合同双方争议的质量问题，没有国家标准和行业标准可参考的，则可以按照“通常标准”或者“符合合同目的”的特定标准”履行。

关于通常标准，应当为正常人所理解的，或特定行业、领域内的常规标准，此处的“标准”是与“惯例”“习惯”类似的概念，并非一定是某个标准文件。而“符合合同目的的特定标准”中的“标准”，则可以理解为某项标准文件，如“地方标准”“团体标准”或“企业标准”。如旅行社组织游客到南京旅游，其中一项安排为品尝“秦淮八绝小吃”，如果对该餐饮标准产生争议，且双方无合同约定或达成补充协议的，则可以参照地方标准《秦淮八绝小吃》来进行判定。

需要特别说明的是，2017年《标准化法》修订后，在法定标准类别中，增加了“团体标准”。因此，在合同争议中，如无国家标准、行业标准参考，但有相应的团体标准，则可以团体标准作为合同履行质量事项的判定依据。如在研学旅行活动中，如果研学旅行组织方（学校）与研学旅行的承办方（旅行社），就研学旅行活动的“研学导师”服务标准存在分歧，由于在该领域并无国家标准和行业标准，就可以中国旅行社协会出台的团体标准《研学旅行导师（中小学）专业标准》作为研学导师的业务操作是否符合质量要求的依据。

《民法典》中关于“标准”适用的新表述

《民法典》在第五百一十一条中，对《合同法》关于标准适用的内容，进行了进一步优化和完善。规定“当事人就有关合同内容约定不明确，依据前条规定仍不能确定的，适用下列规定：（一）质量要求不明确的，按照强制性国家标准履行；没有强制性国家标准的，按照推荐性国家标准履行；没有推荐性国家标准的，按照行业标准履行；没有国家标准、行业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准履行。”

《民法典》的这一条款对标准适用的顺位进行了界定，优先适用强制性国家标准，其次是推荐性国家标准，再次为行业标准；以上标准都没有的，则按照通常标准和特定标准履行，使标准适用的规定更为精细，解决了《合同法》中未区分强制性标准和推荐性标准的问题，也解决了在国家标准和行业标准均有相关规定时的适用顺位问题。

但《民法典》整体上还是延续了《合同法》对于标准在合同争议中适用的规则，尤其是明确指出推荐性标准在特定条件下具有作为判定产品或服务质量的依据。

《旅游法》中关于“标准”的表述

《旅游法》主要从三个方面对“标准”进行了规定。

其一，规定了国家、依法成立的旅游行业组织在健全建立旅游服务标准方面的责任。如第六条规定，“国家建立健全旅游服务标准和市场规则”；第九十条规定，“依法成立的旅游行业组织依照法律、行政法规和章程的规定，制定行业经营规范和服务标准，对其会员的经营行为和服务质量进行自律管理……”这两条规定在部门立法中强调了标准对于行业治理的重要性，并规定了国家和旅游行业组织在标准化工作中的责任，尤其强调了旅游行业组织要制定行业经营规范和服务标准的责任。

而《标准化法》规定，“国家鼓励学会、协会、商会、联合会、产业技术联盟等社会团体协调相关市场主体共同制定满足市场和创新需要的团体标准，由本团体成员约定采用或者按照本团体的规定供社会自愿采用”。两部法律在鼓励引导社会团体依法制定团体标准方面，有机协调、前后呼应。

比如，进一步加强与汽车运营商、旅游景区合作，通过在车站、景区设置自助售票机及其他售票设备，打造更多线下服务场景。财报显示，第三季度，酒店、汽车票售票机及景区门票售票机等线下场景服务，为同程艺龙带来了11%的月付费用户。“从OTA向ITA（智能出行管家）转型”是同程艺龙的战略，为此，同程艺龙将用户从大众消费者拓展到旅行产业链上数以万计的中小商家，并积极探索运用领先科技创新产品，持续提升服务能力。

“流量”是各在线旅游企业最为看中的。8月，携程与京东达成战略合作，获得了来自京东的4亿用户流量背书。同程艺龙则在与微信合作的的基础上加大新流量渠道的拓展。

不仅如此，几家在线旅游企业不约而同地选择通过直播实现一部分流量转化。携程直播持续超过半年，最新数据显示，携程直播矩阵GMV累计超过24亿元，观看人数超过1.7亿人次。途牛则通过“产品日”直播、打造社群营销平台等方式发力，其中，苔客App是途牛发力社群营销的重点，三季度苔客App的GMV环比增长超过20倍。

尽管有机构判断，接下来，国内旅游市场强劲复苏的势头依然会持续，但短期来看，国际业务受疫情影响仍将继续承压。携程集团联合创始人、董事局主席梁建章表示，短期内，携程会以深耕国内作为战略基础，确保产品服务能抓住复苏的机会。同时，携程也将密切关注全球市场动态，确保携程的技术架构能灵活快速地应对市场变化。“长期来看，国际市场仍然是我们增长的动力，这一点并没有改变。”梁建章的这句话也道出了多位在线旅游平台经营者的心声。

其二，强调了取得相关质量等级标准的旅游经营者，设施和服务不得低于相应标准。

《旅游法》第五十条规定，“旅游经营者取得相关质量标准等级的，其设施和服务不得低于相应标准。”这一规定对于旅游经营企业而言，具有非常强的现实意义。依据标准对旅游经营主体进行等级评定认定，已成为旅游行业治理的一大特色和亮点。无论是A级景区、星级酒店，抑或是近几年推出的民宿等级，都已成为金字招牌，但取得相应质量等级认定，就必须符合相应的标准。

其三，要求旅游经营者要严格执行安全生产和消防安全管理的相关标准。《旅游法》第七十九条规定，“旅游经营者应当严格执行安全生产管理和消防安全管理的法律、法规和国家标准。”第一百零七条规定，“旅游经营者违反有关安全生产管理和消防安全管理的法律、法规或者国家标准、行业标准的，由有关主管部门依照有关法律、法规的规定处罚。”因此，即使是推荐性的国家标准或行业标准，只要涉及安全生产和消防安全管理，旅游经营者均应当严格执行，否则就有可能承担法律责任。

近期发生的一起游客与旅行社之间的人身损害赔偿案例就很有代表性。72岁的游客沈某参加一家旅行社组织的井冈山4日游，游览过程中突发疾病死亡，医院诊断为“不明原因猝死”。家属起诉旅行社，经法院审理，二审法院做出判决要求旅行社承担70%责任。其中一个理由就是旅行社未按照行业标准《老年旅游服务规范》操作，没有为沈某参加的老年旅游团队配备随团医生。该案件在业内引起较大反响，很多旅游企业认为判决过重，或者认为法院用一部推荐性行业标准作为判决依据，是不合理的。如果不去争论该行业标准要求旅行社为老年旅游团队配备随团医生是否合理，而仅从《旅游法》和《合同法》对于标准适用的规定来看，法院的判决并无不妥：从《合同法》的规定来看，在没有具体的服务质量标准时，国家标准和行业标准可以成为双方确定质量标准的依据，司法机关更可以依据该规定依法裁量。《旅游法》也明文规定，旅游经营者必须遵守安全生产的国家标准和行业标准，无论该标准是强制性标准还是推荐性标准。《老年旅

□ 新华社记者 王炳坤 春拉

在新冠肺炎疫情让全球旅游行业深陷寒冬之际，地处“世界屋脊”的西藏却率先嗅到了春的气息。今年前三季度，西藏自治区共接待国内外游客3201万人次，实现旅游总收入334.9亿元，显示出强劲的复苏势头。

11月8日，林芝市第二届南迦巴瓦山地马拉松赛开跑，186名运动员参与高原竞技，吸引了众多游客观看。映衬着波涛汹涌的雅鲁藏布大峡谷与高耸入云的南迦巴瓦峰，来自广东的游客苏齐感慨地说：“看着雪域高原的山山水水，感受独特的民族文化、欣赏和体验祖国边疆的独特魅力，怎能不叫人心情舒畅！”

西藏自治区旅游资源丰富，从巍峨挺立的喜马拉雅山，到一望无际的藏北大草原，从千沟万壑的藏东乡村，到遥远壮阔的“天上阿里”，许多地方都令海内外游客魂牵梦绕。今年新冠肺炎疫情肆虐全球，许多中国人的海外游计划受阻，国内旅游业也一度受到影响。国内疫情防控形势好转后，西藏凭借丰富而独特的旅游资源，迅速成为游客们青睐的出行目的地。

数据显示，2020年上半年，西藏旅游市场复苏率在全国各省份中排名第一。7月中旬，文化和旅游部放开全国跨省游限制，仅半个多月后，拉萨布达拉宫每日



西藏布达拉宫
蒲东峰 摄

产生争议，或者在协议中排除某项推荐性标准的适用，以规避风险。

二、对于标准化主管部门或标准起草方而言，更应注意以上法律规定。即使在制定推荐性标准的过程中，也应关注标准制定推出后，无论其是否为强制性标准，也无论标准的层级，都有可能

建议和提醒

旅游行业开展标准化工作较早，行业内标准众多，无论是景区、酒店、旅行社，还是民宿、车船、餐饮业、抑或购物场所、旅游厕所、旅游集散中心，以及导游、领队、景区讲解员等旅游从业人员，绝大多数均有相应的国家标准、行业标准、地方标准、团体标准。旅游行业已基本实现了标准全覆盖，同时标准化工作还在持续深入渗透到文化和旅游以及相关行业的方方面面。

综合以上分析，无论是《合同法》中对于质量约定不明确时标准适用的规定，还是《旅游法》中对于安全、消防类标准的强制性适用，抑或《民法典》中对《合同法》相关条款的重申和细化，均赋予标准在特定条件下的法律效力。这就意味着一方面，“标准”可以作为行业管理部门的工作抓手，成为引导和帮助旅游企业提升管理水平、提高服务质量的工具；另一方面，则会成为旅游企业和旅游从业人员直接承担法律责任的依据。因此，业界必须关注以下问题：

一、旅游企业和从业人员应当清醒认识《旅游法》《合同法》《民法典》中关于标准适用的相关规定。对标准这一规范性文件要像对待法律法规一样，认真学习和贯彻执行。尤其是对于推荐性标准，绝不能因其“推荐性”而忽视。对于涉及安全生产、消防安全的标准以及标准中有条款，必须严格执行。对于其他推荐性标准，也应当高度关注，不能掉以轻心。

如果在生产经营过程中，认为无法达到某项推荐性标准的要求，并且认为该标准可能会在后续的质量争议中被作为裁判依据的，则应在相关合同中明确有关质量问题的表述，避免

本报常年法律顾问：
北京市岳成律师事务所
网址：www.yuecheng.com
电话：010-84417799
微信：beijingyuecheng
地址：北京市东三环北路丙2号天元港中心A座7层

客流就达到预定峰值。今年国庆长假前7天，西藏自治区共接待国内外游客177.46万人次，同比增长11.45%；实现旅游收入9.35亿元，同比增长14%。高峰期，一些地方宾馆、民宿“一房难求”。

正是在快速复苏中看到未来发展的巨大潜力，西藏努力拓展雪域旅游的宽度和长度。近期，西藏自治区旅游发展厅联合行业协会及市场主体，规划推出“天湖之旅”线路，并将其作为带动藏北地区旅游开发的龙头产品，着力改变西藏旅游“东南热、西北冷”的局面。

“西藏不再遥远，今年进藏自驾游比例明显增长。”西藏自治区旅游发展厅厅长王松平说，“截至2019年底，西藏建成公路里程超过十万公里，以拉萨为中心的高等级公路网正在加速形成；阿里、昌都等地机场正在改扩建；11月初，川藏铁路已正式动工建设，青藏铁路未来也将进行电气化改造。”10月15日起，西藏自治区开始延续第三轮“冬游西藏”政策，采取部分景点免票、酒店半价等举措，力求打破西藏旅游“夏季旺、冬季淡”的格局。

王松平说，未来西藏将大力发展智慧旅游，切实降低游客进藏成本，提高出游便利性，深化文旅融合，培育绿色、康养旅游新业态，在让“世界屋脊”更好成为广大游客的“诗和远方”的同时，进一步带动当地产业发展和百姓增收。



西藏布达拉宫
蒲东峰 摄

产生争议，或者在协议中排除某项推荐性标准的适用，以规避风险。

二、对于标准化主管部门或标准起草方而言，更应注意以上法律规定。即使在制定推荐性标准的过程中，也应关注标准制定推出后，无论其是否为强制性标准，也无论标准的层级，都有可能

在特定情况下成为市场主体交易的基础和司法机关裁量的依据。因而，标准化主管部门或标准起草方必须进行认真全面地调查研究，审慎地推进起草制订工作，使标准具有普遍适用性。否则制定出来的标准不仅不会被市场主体采纳，反而会扰乱行业正常秩序，无益行业高质量发展。

总之，标准尤其是推荐性标准，看似不具有强制效力，但在特定条件下，都可能成为衡量是非对错的尺度和依据。高度重视标准、审慎制定标准、认真学习标准、切实贯彻标准，是推进旅游治理体系和治理能力现代化过程中的一项重要课题，需要行业管理部门、旅游企业和从业人员认真对待。（插图 邢子琦 绘）



劳动关系解除声明

曾祥益（男，身份证号110103196305290350），原为港中旅酒店有限公司员工，任职期间存在严重违反公司制度情形，且自2019年12月14日起与我司失联至今，我可根据《劳动合同法》等法律法规及相关公司制度规定，公告如下：

1. 我司与曾祥益于2020年5月15日正式解除劳动关系。
2. 曾祥益失联期间及劳动关系解除后，其所有行为均为个人行为，与我司无关。

特此声明。

港中旅酒店有限公司
2020年12月7日