

OTA“三剑客”三季度财报告诉我们什么？

□ 本报首席记者 王玮

在线旅游上市公司携程、同程旅行(12月15日,同程艺龙宣布更名为同程旅行)、途牛日前发布了2021年第三季度财务报告。利润方面,除了同程旅行实现连续7个季度盈利外,其他两家企业均处于亏损状态。

对于旅游行业来说,今年三季度依然步履维艰。本该属于旺季的市场,因疫情在多地反复受到影响,这也让不少期盼在三季度打“翻身仗”的旅游企业计划落空。从目前情况看,三季度,国内有三分之二以上的旅游企业出现了业绩明显下滑的情况。但是,仔细研读这三家OTA的财报不难发现,“三剑客”依然有表现“稳健”的方面,值得业界关注。

尽管旅游行业的复苏受到疫情影响,但这三家OTA在三季度的表现依然有可圈可点之处,而这些方面也正是这几家企业在“跌宕起伏”的市场中继续前行的关键。

每年1到7月,王女士都要帮在福建生活的父母预订北方避暑行程。今年,她却并没有接到父母的“求助电话”。“我们已经通过微信订好了去哈尔滨的机票和酒店,不用你操心啦。”王女士的父亲说,身边的同伴教会了他们如何在同程旅行微信小程序查票、订票、改签。小程序操作起来很方便,一学就会。

如果问同程旅行三季度的业绩亮点是什么?MPU(平均月付费用户)及APU(年付费用户)数量再创新高榜上有名。财报数据显示,三季度,同程旅行平均月活达2.77亿人,同比增长12.7%;平均月付费用户达3360万人,同比增长12.8%。截至今年9月30日,同程旅行付费用户已增至1.96亿人。

在疫情防控常态化下,旅游企业做好了长期作战的准备。如何在处于波动的市场中把握旅游业发展的脉搏,是这三家OTA反复思考和不断尝试的事情,相信其成果很快将体现在接下来的业绩数据中。

发挥科技公司的出身优势,途牛选择在数字化、智能化方面进行提升。现阶段,途牛已建成较为完备的信息化系统,实现了从产品研发到生产,从用户预订、接待到出游归来的一体化闭环服务。随着用户需求越来越多元化和个性化,途牛将不断加快高质量产品、服务、技术在旅游目的地地的聚合,优化升级用户体验。比如,依托本土疫情动态监测网络,途牛可以在第一时间为预订待出游用户、出游中用户以及出游归来用户提供有针对性的服务。

智能化、数字化让消费端的应用变得更便捷、更有吸引力,与此同时也在供给端搭建了一座桥梁,让新技术不断延伸至更多旅行场景,也让科技

从携程、同程旅行、途牛的财报表现上看,三季度营收,除同程旅行维持正增长外,其他两家均存在不同程度的下滑。其中,同程旅行实现营收19.39亿元,同比增长1.3%;途牛营业收入为1.15亿元,同比下降7.2%;携程净营收为53亿元,同比下降2%,环比下降9%。

虽然受疫情影响营收反弹乏力,但是,三家OTA的主营业务仍有“向好”趋势。比如,受益于自营产品收入增加,途牛打包旅游产品收入为9070万元,较去年同期增长5%。

携程的主营业务分别为住宿、交通票务、旅游度假、商旅管理。其中,由于度假需求的增长以及公司客户基础的扩大和产品组合逐渐优化,旅游度假业务营业收入和商旅管理业务营业收入均实现同比20%的增长,为稳

疫情影响反弹乏力

固集团整体业绩做出贡献。

尽管携程三季度住宿预订营业收入和交通票务营业收入同比分别下降了11%和5%,但是,携程集团首席执行官孙洁表示,携程国内酒店预订量和国内机票预订量同比去年均实现正增长。随着本地游继续为国内旅游恢复提供动力,三季度,携程平台上本地用户对本地酒店的预订量和2019年同期相比增长了60%以上。

值得关注的是,国际旅游市场成为携程稳固基本盘的第二条增长曲线。由于欧洲和美国商旅市场的恢复,携程平台上,国际航班预订量第三季度环比上升近40%,其中,欧洲机票预订量环比增长170%。另外,携程海外“宅酒店”套餐的订单量较今年初增长超10倍。

报告期内,同程旅行的收入主要

来自住宿预订业务及交通票务业务。三季度,住宿预订服务收入较2020年同期减少5.8%,但是,同程旅行继续深耕下沉市场,截至今年9月30日,微信平台新付费用户中约62.7%来自我国三线及以下城市。相比2019年同期,同程旅行三季度国内住宿预订间夜量增长25%,其中,低线城市增长率近45%。此外,随着用户对于交通票务服务相关增值产品需求的增加,同程旅行交通票务服务收入在三季度同比增长6.6%。

由此可见,三家OTA在主营业务上的持续合理布局,让其有了较强的“抗压”能力。在市场频繁波动时,没有出现营业收入及利润的断崖式下滑,其中,良好的用户基础、较高的自然增速及持续性的投入都是关键因素。

业绩背后亮点突出

交易总额)同比增长超过30%。“这充分体现了消费者对途牛高质量产品的信任度与满意度。”途牛旅游网CEO于敦德表示,途牛将继续提升用户体验度,巩固核心竞争力,实现差异化发展。

目前,途牛正聚力打造“大众精品”,在产品细分领域,根据用户的个性偏好,打造定制游、私家团、小包团等产品,用高质量产品解码城市“微旅游”市场,“露营”成为今年的度假热词。三季度,途牛相继推出了森林露营、沙漠露营、房车帐篷露营等多种产品。不仅如此,途牛的旅游产品设计师还将手作、咖啡、电影等元素融入露营套餐,顺应年轻人追求精致露营的潮流趋势。

在出境游业务尚未恢复的情况下,今年前三季度,携程总营收恢复

至2019年同期的56%,由此可见,其“深耕国内”战略已有成效。

对于平台型公司而言,评判内容生态成功与否的标准往往是流量的价值增长,衡量流量价值的重要指标通常是从内容到交易的转化。目前看来,携程的交易转化链路愈发清晰。今年旅游旺季,30%的携程内容用户会在一个月内下单。今年4月,携程星球号旗舰店上线。在过去的7个月内,星球号旗舰店商家内容发布量、曝光量、粉丝量以及粉丝成交GMV均保持着月均50%的增速。如今,携程直播已吸引超3000家旅业商家入驻,商家开播场次超过1万场。此外,在产品层面,今年前三季度,携程酒店套餐所覆盖的高星酒店数量超过6000家,实现10倍以上增长,酒店套餐日均交易额增加150万元。

因势而谋持续创新

配程度。

携程高管团队对于四季度的业绩表现,持谨慎乐观态度。今年国庆节假期,携程的国内酒店预订量与2019年同期相比实现两位数增长,国内交通预订量接近疫情前水平。孙洁表示,携程将进一步深耕国内旅游市场,为用户搭建更庞大的消费场景,为平台合作者提供长效赋能计划。

同时,虽然新冠肺炎变异毒株德尔塔的出现影响了国际旅游市场恢复的脚步,但是三季度携程在国际市场的发展,也让其看到了更多机遇。在携程集团联合创始人、董事局主席梁建章看来,亚太和欧洲市场仍将是携程布局的重点。事实上,携程已经将“深耕国内”的经验,即“把稳内容、产品、质量、供应链四个方向基本盘”复制到国际市场。以新加坡为例,截至

今年8月,通过携程平台预订新加坡本地旅游的订单较去年同期增长434%,交易额增长270%;携程平台新加坡籍用户数增长超10倍。携程方面认为,国内国际旅游市场双循环的融会贯通,将会释放出更大的市场红利,基本盘保持优势的公司也将迎来前所未有的机遇。

与此同时,“企业责任”也出现在携程和同程旅行的企业财报中。有业者注意到,国内企业越来越重视履行社会责任,助力乡村振兴。通过线上线下结合的方式,输出专业技能、助力农民增收成为这两家企业不约而同的选择。

同程旅行CEO马和平表示,企业的发展离不开与社会的发展,具备强烈社会责任感和使命感,能让企业拥有更长远的未来。

旅游投诉典型案例解析

老年游客如何选择适宜的旅游产品

案由

老年游客徐某报名参加某旅行社组织的山西八日游。旅途中,某日,该旅行团上午参观了壶口瀑布,下午乘车前往王家大院参观,后乘车前往平遥古城,计划夜游平遥古城。当天18点30分,徐某用晚饭后在返回酒店的途中倒地,经医院抢救无效死亡。

徐某家属认为,该旅行社未按照原国家旅游局发布的《旅行社老年旅游服务规范》所要求的、安排随团医生和具备紧急物理救护等业务技能的导游,亦未要求75岁以上老年旅游者由成年直系家属签字、陪同等,且旅行社安排的行程已超出正常人所能承受的活动范围,旅行社对徐某的途中结果存在过错,因此应承担全部赔偿责任。

旅行社认为,旅游合同中约定游客应将自身不适合旅游的疾病在本合同中书面告知旅行社,同时将自己的旅游去向、出游时间告知直系亲属,而徐某在“甲方不适应旅游活动的健康状况说明”处填写了“健康”二字,且未将出游情况告知亲属,自身存在过错,故应由徐某自行承担全部责任。

接到投诉后,旅游投诉处理机构工作人员分析认为,旅行社明知徐某为高龄旅游者,却未谨慎了解其身体状况,并根据老年旅行团特殊状况采取必要的保障措施,具有一定过错;徐某作为完全行为能力人,在旅游时应对自身健康状况尽到注意义务,双方均存在过错,均应承担部分责任。徐某家属拒不接受,终止调解后提起诉讼。

法院认为,被告作为组团社,虽在《旅游合同》中提醒旅游者将自身不适合旅游的疾病及旅游去向、出游时间告知直系亲属,但实际接受报名时,明知徐某已75周岁,却未谨慎了解徐某的身体状况,且旅行社未根据老年旅行团特殊状况采取必要的保障措施,对徐某的死亡后果负有一定过错,依法应承担相应的赔偿责任。徐某作为超75周岁的老年旅行者,未选择适宜自身身体状况的旅游团,且未告知成年家属,自身未尽到应有的注意义务,应承担主要责任。

因此,法院判决旅行社对损害结果承担30%的责任,徐某自身承担70%的责任。因徐某已购买旅游意外伤害保险,另由保险公司向徐某家属支付

意外身故保险金。

《中华人民共和国旅游法》第七十九条第三款规定:“旅游经营者组织、接待老年人、未成年人、残疾人等旅游者,应当采取相应的安全保障措施。”第八十一条:“突发事件或者旅游安全事故发生后,旅游经营者应当立即采取必要的救助和处置措施,依法履行报告义务,并对旅游者作出妥善安排。”《最高人民法院关于审理旅游纠纷案件适用法律若干问题的规定》第七条规定:“旅游经营者、旅游辅助服务者未尽到安全保障义务,造成旅游者人身损害、财产损失,旅游者请求旅游经营者、旅游辅助服务者承担责任的,人民法院应予支持。”第八条规定:“旅游经营者、旅游辅助服务者对可能危及旅游者人身、财产安全的旅游项目未履行告知、警示义务,造成旅游者人身损害、财产损失,旅游者请求旅游经营者、旅游辅助服务者承担责任的,人民法院应予支持。”

本案中,旅行社作为专业的旅游经营者,未能谨慎了解徐某的身体状况,且未根据老年旅行团的特殊状况采取必要的保障措施,对徐某的死亡后果具有一定过错,依法应承担相应的赔偿责任。

●聚焦助企纾困 推动高质量发展

广东多部门联合 为旅行社打通“突围”之路

□ 陈熠瑶

日前,广东省文化和旅游厅与省直机关工委、教育厅、财政厅、人力资源和社会保障厅、市场监管局、地方金融监管局、中国人民银行广州分行、广东省税务局、广东银保监局、广东省总工会共计11个部门联合印发了《关于进一步支持旅行社纾困发展有关措施的通知》(以下简称《通知》),从旅游质量保证金改革、协调解决融资困难、加大财政资金保障力度、强化旅行社人才培训及稳岗就业、优化营商环境等8个方面帮助旅行社纾困解难,促进旅游市场复苏发展。

广东省旅行社行业协会会长、广之旅国际旅行社总裁朱少东表示,《通知》对于两年多来深受新冠肺炎疫情影响的广东旅行社而言,是一场“及时雨”。尤其是当下部分跨省游仍处于“暂停”状态,《通知》提振了企业士气和行业发展信心,为旅行社稳步复苏疏通了“突围”之路,为旅游高质量发展指明了方向。

出台关键措施

事实上,作为全国较大的旅游客源地、也是拥有旅行社数量最多的省份,虽然受疫情影响严重,但广东的旅行社企业一直在积极想办法主动作为,“只要给我们市场,我们就可以活下去。”不少业者表示。此时,多部门的帮扶对行业的发展有着至关重要的作用。广东省旅行社行业协会秘书长郑文丽表示,《通知》提及的多项措施是广东各地市根据实际情况出台落地措施、帮扶旅行社发展的重要依据。

《通知》中提及,“推进旅行社质量保证金改革、协调解决旅行社融资困难、支持用好国家普惠性纾困政策”。为纾解旅行社经营困难,广东将按照国家有关扶持政策措施,鼓励金融机构按照市场化、法治化原则办理阶段性延期还本付息,继续运用再贷款、再贴现、普惠小微企业贷款延期还本付息和信用贷款支持政策等,对符合条件的旅行社给予支持,帮助企业降低融资成本。同时,广东将阶段性降低失业保险和工伤保险费率政策执行期限延长至2022年4月30日,暂时退还的旅游服务质量保证金延长至2022年12月31日前返还。

业内人士普遍认为,以上措施能够缓解旅行社的资金压力,切实降低企业经营负担,在帮助企业恢复业务的同时,为行业的未来发展创造条件。

突破市场限制

值得一提的是,《通知》明确,鼓励广东各级党政机关、企事业单位、社会团体组织的党建活动和公务活动,委托旅行社代理安排交通、住宿、餐饮、会务等服务事项,鼓励具备相应资质的旅行社积极参与相关政府采购活动。支持各地教育部门将研学实践纳入中小学教育教学计划,指导学校结合年度教学安排,选择具备相应资质且管理规范、信誉良好的旅行社开展研学实践、社会实践等校外拓展活动。

有业者表示,长期以来,由于旅行社不能开具代理服务发票,能够开具的发票事项又不符合服务需求单

位的要求,导致旅行社在开拓公务服务、研学旅行等细分市场时受阻。

上述措施的推出,“为旅行社提供了指南。”广东中旅(深圳)总经理、深圳市旅行社行业协会会长邹锋表示,发挥旅行社集中采购的价格优势和综合服务优势,不仅能帮助行业走出困境,亦能提振消费拉动经济。

在深圳旅游协会副会长、深圳国旅新景界集团副董事长吴斌看来,旅行社实施的“有组织的旅游”更能对游客负责。无论是疫情防控、还是在遭遇突发情况时,有组织的旅游都更有保障、更有效率、更能快速应变,更大程度上保障游客个人权益,避免不必要的经济损失和时间损失。

有业者表示,《通知》为旅行社参与党建、公务活动的服务工作,以及开展研学实践,提供了政策支持,有针对性的税务措施有利于将相关扶持和鼓励政策落到实处。《通知》从需求导向入手,帮助旅行社拓展新市场,为行业长远发展创造新动能。”

推动企业转型

作为旅游客源地,一直以来,地接都不是广东旅行社企业的主要业务。但随着疫情的影响,出境游市场暂未恢复,国内游面临随时暂停风险,广东旅行社纷纷“转型”,深挖省内文化和旅游资源,积极布局国内旅游市场。

《通知》明确,“鼓励旅行社积极‘引客入粤’”,“鼓励各地以中共三次全国代表大会会址、广州农民运动讲习所旧址、南粤雄关与古道、林则徐销烟池与虎门炮台旧址、孙中山故居等革命历史旧址、岭南文化代表地,以及改革开放先行地等为依托,加大广东旅游宣传推广力度,开拓省外客源”。

朱少东认为,这一措施为省内旅游高质量发展注入了“强心针”。在相关政策的支持和保障下,旅行社将继续深挖省内旅游资源,加快产品创新、迭代,进一步激发广东本地市场的潜力。

《通知》要求,广东各地要进一步优化旅游营商环境,统筹推进涉企业经营许可事项分类改革、证明事项告知承诺等工作,实施综合监管、智慧监管和信用监管相结合。以包容审慎监管促进旅游新兴业态安全、有序、健康发展,加大对非法经营旅行社业务、虚假宣传等扰乱旅游市场秩序行为的查处力度。鼓励各地结合实际,积极探索、大胆创新,切实加大对旅行社的扶持力度,努力营造共建共享的旅游环境,进一步提升人民群众的获得感、幸福感。

积极布局国内旅游市场,事实上,广东旅行社业界一直在行动。不久前,粤港澳大湾区内地9个地市旅行社行业协会共同签署了《珠三角旅行社行业组织诚信经营联盟合作协议书》,掀开了大湾区城市旅行社协同发展的新篇章。广州地区旅行社行业协会会长李协居表示:“‘联合营销、互送互换、制定规则以及强化协会作用、以诚信为基础’是旅游行业高质量发展的五大重要因素。相信政府、相信市场、相信自己,携手营造旅游业良好的发展环境,共创美好的明天。”

成都出台多项“帮扶”举措

本报讯(陈俊成 记者 白骅)近日,成都市文化广电旅游局印发《加强文旅企业帮扶促进行业恢复的工作措施》(以下简称《措施》),从加快旅游业恢复发展、优化文化和旅游产品供给、加强企业帮扶等方面提出多项具体措施,帮助文化和旅游企业纾困解难。

根据《措施》,成都将支持旅行社开拓客源,对2021年接待外地来蓉游客人次总量排名前30位且接待外地游

2021年青岛市导游大赛圆满收官

本报讯(记者 肖相波)12月20日,山东青岛市举办2021年青岛市导游大赛决赛及颁奖典礼。17名入围决赛的选手经自选景点讲解、现场导游词创作讲解、知识问答及应变能力3个环节的激烈角逐,最终决出一等

奖2名、二等奖4名、三等奖6名。本次大赛由青岛市文化和旅游局、市人力资源和社会保障局、市文明办、市总工会、团市委、市妇联联合举办,并被纳入市级二类职业技能竞赛管理。