

聚焦旅游业

旅游业从业者自述：一边在线“劝退”一边直播“种草”

■本报记者 李乔宇

近期,国内旅游业有回暖之势,不过,部分OTA平台一边在线“劝退”旅客,一边直播“揽客”,对于不同产品,采取了不同的方式。

“目前我们已经下架了相关中转航线的组合票,避免出现旅客因无法中转出现滞留问题。同时一些航司推出的联程票目前也难以被消费者搜索到。”某OTA平台从业者告诉《证券日报》记者,当下时点,部分国家陆续推出“禁航令”,但禁航期限只是短期的,消费者原则上仍然可以购买期限之外的机票,对于此类情况,平台会在用户购票页面上做出风险提示。

“现在我们在对部分取消率高的国际航班和无法中转的国际航线进行限售,以避免给消费者造成更大的损失;同时,对于已经出现无法全额退款、只能退还金券的航司,部分平台也做出消费提示,请消费者慎重购买。”上述从业者告诉记者。

这并非OTA平台首次劝退旅客。据OTA平台去哪儿网告诉《证券日报》记者,疫情期间,去哪儿网一方面积极帮助用户挽回取消行程的损失;另一方面也在帮助合作伙伴减少因退订带来的损失。

“但是有不断增加的新订单,哪怕是1月23日取消高峰时,仍有源源不断地用户没有意识到疫情的风险,下单预订酒店。”去哪儿网方面告诉《证券日报》记者,面对当时的情况,去哪儿网采取的方法是,强行增加消费提示,阻止用户下单。

去哪儿网方面透露,自1月23日起,用户在去哪儿网预订酒店跳转支付前,就会自动弹出疫情时期的特殊公告,提醒用户谨慎制定出行计划、减少外出和旅游。同时,酒店预订界面的首页、公告栏等APP酒店产品预订的各个入口,去哪儿网也上线了疫情公告,最大限度减少用户损失。

疫情期间,另一家OTA平台也悄然制定了独特的KPI考核方式。据马蜂窝方面告诉《证券日报》记者,疫情暴发以来,百万级的订单在不到20天的时间涌入平台。马蜂窝把消费者退订需求的完成率作为最高KPI,目前马蜂窝疫情期间



退改订单的完成比例在96%以上。

去哪儿网方面透露,疫情暴发之初,去哪儿网压力陡增,1月21日开始,用户咨询量一路攀升,在1月24日(除夕)达到25倍的峰值,其中非自愿退款(因疫情、航班取消等原因的免费退款)是日常的10余倍。

“整个行业都没有准备好。”去哪儿网方面告诉《证券日报》记者,“旅游行业的产业链条很长,疫情发展得太快,导致退订量大、话务量高。事情急、电话打不进来。很多合作伙伴也处于艰难的时刻。”

“困难确实有,但我们挺过来了。”去哪儿网方面告诉《证券日报》记者,“一些上游资源方的汇款已经陆续到账。整个行业都不容易,我们也非常理解合作伙伴。”

旅游行业也在积极自救。一个信号或许能够更好地证明这个行业的潜在活力。

“现在线下的旅游消费因疫情受到抑制,但大家想出去玩的心情是很迫切的。我们发现用户虽然无法出行,但很愿意在线上搜索或者观看梦想目的地的视频和直播。”马蜂窝方面告诉《证券日报》记者。

《证券日报》记者围观多个“云旅游”直播发现,除了介绍目的地,OTA平台上也正在出现相关园区的购票链接。

在马蜂窝看来,“云旅游”是“在线种草”的升级版,直播带货也是为了让观众“种草一体”。

“现在因疫情产生退订业务基本完成,公司要提供更好的旅行玩乐产品,更有互动感的旅游攻略,迎接周边游、国内游的复苏。”马蜂窝方面表示。

飞猪方面也正在为旅游商家回暖复苏积蓄力量。据飞猪方面表示,2月份以来,阿里巴巴旗下旅游平台飞猪已连续推出约7500场直播,观看人次超3000万,直播内容覆盖全球30多个国家和地区。

“我们相信现在是等待黎明的阶段,随着疫情的逐渐被控制,所有的困难都将被战胜,旅游业也会逐渐复苏,我们有信心在疫情之后与所有合作伙伴再创旅游业的辉煌。”去哪儿网方面如是说。

复苏似乎渐行渐近。有网站统计数据显示,本周“五一”假期搜索量环比上周增长76%,4月30日发出的航班搜索量是4月29日的近3倍。

途牛6年累计亏损近60亿元 股价最大跌幅超九成

■本报记者 谢若琳

4月9日,途牛披露了截至2019年12月31日未经审计的2019年第四季度及全年业绩报告。

财报显示,2019年全年,公司实现净收入23亿元,同比增长1.8%;净亏损为7.29亿元,上年同期净亏损为1.99亿元。

同时,财报显示,公司打包旅游产品收入为19亿元,同比增长3.1%,这一增长主要源于跟团游收入的增长。其他收入为3.94亿元,同比下降3.7%。这一下降主要源于金融和保险服务收入的下降。2019年,途牛营业成本为12亿元,较2018年同期上升12.7%;营业成本占公司净收入的52.6%,2018年同期为47.5%。

其中,2019年第四季度,途牛表现也不理想,公司实现净收入4.51亿元,同比下降4.2%;归属于普通股股东的净亏损为3.67亿元,上年同期净亏损为6470万元。

资料显示,途牛成立于2006年,作为OTA第一梯队于2014年登陆美股,对标携程。但是,自上市以来,途牛连年亏损。根据wind数据统计,截至2019年,公司累计亏损59.82亿元。而截至4月9日,公司总市值仅余1.12亿美元,约合7.88亿元。

对于途牛而言,2020年无疑是最为关键的一年,有旅游行业分析师接受《证券日报》记者采访时表示,受疫情影响,全球旅游业整体处于“半瘫痪”的状态,作为OTA平台,途牛也受到较大冲击。

途牛方面亦表示,目前市场环境不稳定,公司无法合理估计新冠疫情对途牛业务造成的影响程度,但预计这将会

对公司2020年的业务运营、财务状况、经营业绩和现金流产生重大不利影响。

因此途牛预计,“2020年第一季度,净收入为1.142亿元至1.599亿元,同比下降65%至75%。这一预期反映了在行业和公司运营基础上途牛旅游网当前的初步看法,未来可能进行调整。”

途牛股价应声下滑。4月9日,公司股价盘中跌幅一度超过10%,当日报收0.91美元,跌7.14%。上市近6年,股价(前复权)较上市首日收盘价跌幅超过90.96%,与最高点24.99美元相比跌幅达到96.36%。

在这样的背景下,途牛首席财务官辛怡表示:“去年四季度开始,我们进一步梳理了公司的业务和组织结构。今年疫情暴发后,我们加强了费用控制,其效果将在2020年下半年开始显现。尽管由

于疫情的影响,公司暂停了主营打包旅游产品预订业务,但是作为国内领先的休闲旅游公司,我们将承担起企业的社会责任,积极保障客户利益。”

然而,辛怡即将离任了。途牛方面的知情人士对《证券日报》记者核实了这一消息,并表示,“CFO辛怡是因个人原因离职,但其会留任至2020年5月31日”。其同时表示,“公司正在寻找首席财务官继任者”。

事实上,2020年以来,途牛已经有过核心高管离职的先例。今年1月份,陈世宏卸任途牛CTO,不久后便离职。

上述分析师认为,在行业寒冬的背景下,途牛高管人员的变动,令外界担忧。(文中除明确美元单位外,其余均人民币计价)

长城汽车一季度销量超15万辆 3月份环比增长499%

■本报见习记者 张晓玉

4月10日,长城汽车发布2020年3月产销快报。3月份长城汽车生产新车59219辆,同比减少43.3%,环比增长492%;销售新车60048辆,同比减少41.8%,环比增长499%。国内销量54106辆,环比增长671%,海外销量5942辆,环比增长98%。据统计,2020年一季度,长城汽车累计销售新车15.03万辆。

对于销量的改善,长城汽车董秘徐辉在接受《证券日报》记者采访时称:“一方面受疫情影响以及企业复工复产好转的影响,公司产能逐渐增加,经销商也逐步复工,销量有所增加;另一方面受终端库存水平的影响,2019年底,公司库存数量不高,但经销商有进货需求,虽然2月销

售数量不高,但终端库存水平使得渠道有批发需求,从而带动3月份销量的增长。”

太平洋汽车行业研究员赵水平在接受《证券日报》记者采访时称:“2020年,汽车行业受新冠疫情影响较大,上游开工率不足及下游汽车消费端压力持续,导致2月份汽车销量骤减。3月疫情缓解但并没有消除,私家车的必要性提升,部分消费者也愿意外出买车,所以环比有大幅改善。”

此外,赵水平还提到:“3月份每家车企环比改善都很明显,自主品牌改善更为明显,主要是首购用户对价格敏感。预计4月份环比可能继续改善,同比估计还有压力并有可能还是负增长,但趋势是向好的。”

根据长城汽车披露的3月份产销快

报,从各大品牌来看,哈弗系列产量40741辆,环比增长467%,销量40337辆,环比增长464%;WEY系列产量30377辆,环比增长659%,销量30555辆,环比增长577%。1月份-3月份,WEY品牌累计销售新车9901辆。欧拉品牌销量11477辆,一季度累计销量2703辆。

值得一提的是,3月份长城皮卡销量15354辆,环比出现正增长,同比增长2.3%,环比增长622%,一季度累计销量突破3万辆,出口同比增长33%,市场占有率达到近50%。

对此,赵水平在采访中告诉记者:“长城汽车皮卡近50%的占比在行业内属于绝对霸主地位,前三款车型都是长城汽车包揽。一般来说,乘用车车企最高市占率也就10%左右。而伴随着开放皮卡

进城限制,这将对长城汽车是很大的利好,皮卡原本市场很小,年销只有40多万辆,如果市场扩容,龙头企业优势很大。”

受疫情影响,线上直播+网红带货成为新的消费潮流,其中不乏星期六等上市公司纷纷加入与网红合作的阵营。

对此,徐辉对记者称:“视频直播主要是针对疫情推出的一种新的销售模式,让消费者线上直观、立体地了解具体车型以及动力参数等。由于消费者还有一个现场看车的环节,通过线上直播的形式了解之后,消费者可能更有针对性的去体验具体的车型,提高看车效率,也能够更有效的提高成交率。”

此外,徐辉认为,“未来的销售模式将是多样性的,在传统4s店看车模式的基础上,未来的电商模式将会是一种新模式。”

云会议,主要目的是为了在投票前解答债权人的疑问,这将在最终投票前贾跃亭债务重组与全体债权人最后一次会议。

据悉,美国当地时间3月30日,贾跃亭破产重组案正式开启债权人投票流程。贾跃亭债务处理小组已通过邮寄和电子邮件两种方式向全体债权人寄出投票卡,并有望在4月底之前完成投票流程。

值得一提的是,自去年10月份贾跃亭在美国提交破产重组申请以来,在过去的6个月里经历了个别债权人反对,案件从特拉华州法院转移到加州中区法院等多项波折,如今正式进入投票、加州法院确认并批准的最后阶段。如果一切顺利并得到绝大多数债权人的投票支持,伴随着贾跃亭个人破产重组完成,或将为FF全面融资带来利好曙光。

有接近FF的消息人士对记者表示:“几个潜在合作方都在等待这一结果,如果贾跃亭破产重组最终获得通过,对FF公司的融资和FF 91尽快量产交付将是很大的利好,甚至可以直接促成融资成功。”

FF推出B2B业务被质疑 贾跃亭回应否认放弃造车

■本报记者 龚梦泽

继贾跃亭个人破产重组取得新进展后, Faraday Future(法拉第未来,以下简称FF)宣布全面开展B2B业务,再次引发外界关注。业内普遍将FF推出B2B业务,解读为“FF将放弃整车业务”并“转型为平台供应商”。

对此,4月10日,FF贾跃亭方面立即发布声明否认了相关传言,并称B2B业务只是新增的业务板块,FF打造的智能平台和互联网空间两大体系比B2B业务有着十分广阔的前景,而FF 91的量产工作仍在计划运行中。

此外,对于外界普遍关心的FF 91量产问题,FF方面也在声明中提及。FF在声明中表示,目前FF 91量产和大规模放量准备工作还在进行中,FF 91中国项目落地问题也在推进。

另据《证券日报》记者了解,目前贾跃亭个人破产重组已进入关键的债权人投票流程,并将在月底前结束投票。其本人将于本月14日举行债权人云会议,

建议并敦促全体债权人投出赞成票。

贾跃亭否认放弃造车 称B2B业务为商业模式创新

贾跃亭在声明中称,B2B业务一直是FF商业模式创新的重要组成部分,B2B业务和B2C业务的有机结合也打造共享智能出行生态系统的公司愿景形成了开放的闭环,而FF 91的造车量产工作仍在按计划运行。

FF方面告诉记者,公司致力于成为一家全方位工程解决方案的供应商,让用户能够把自己家中、办公室里或者手机上的体验带入车内,同样的技术也可适用于增强全套物流解决方案。这个互联网生活空间生态是一个开放的系统,可用于媒体娱乐内容、社交网络应用、广告以及由供应商通过合作关系提供或开发的其他服务。

事实上,关于“第三互联网生活空间”,FF现任CEO毕福康在公开渠道多次有提及,其描述的系统场景类似一个车

内娱乐系统,互联网特点显著,然而并非业内首次提出。

在B2B业务方面,FF早在上个月就与美国混合动力公司(US Hybrid)达成了合作,协同开发的电动汽车解决方案将支持加州实现商用车零排放的目标,据此FF也首度扩展到商用车运用领域。消息一经公布,消息公布后,作为US Hybrid的股东以及国内分支Faraday Future概念股,江苏德威新材应声涨停,并在一周内一度出现了4次涨停。

下周召开债权人大会 FF 91中国项目进行中

此外,对于距离量产始终处于“临门一脚”状态的FF91,FF表示,新车量产和大规模放量的相关准备工作正在正常推进中,目前有关FF 91项目中国落地的谈判也在顺利推进,并已经取得了非常积极的进展。

FF还称,创始人兼CEO贾跃亭将在4月14日召开其个人破产重组的债权人

公募基金谨慎看后市 4月份以来 282只基金已暂停大额申购

■本报记者 王明山

从3月底基金年报披露开始,众多基金经理在展望后市时均提到,外围市场对A股的负面冲击仍在,对二季度投资机会持谨慎乐观态度,数十家基金公司在二季度投资策略中也提到,短期市场或仍将持续震荡,提醒投资者入市需谨慎。

进入4月份以来,A股市场虽有所回暖,但基金经理的避险情绪依然较高。《证券日报》记者注意到,截至4月10日,4月份以来先后有282只基金暂停大额申购及基金转换转入业务的通道,相关权益基金的整体持仓仓位也出现下调,与基金经理在年报中提及的操作思路相吻合。

4月10日,泰达宏利基金发布公告称,将在近日对旗下基金泰达宏利启富灵活配置暂停接受大额申购、大额转换转入及大额定期定额投资业务,上述业务的恢复时间将另行公告。相关公告显示,自2020年4月13日起,该基金暂停接受单日单个基金账户单笔或累计超过10万元(不含10万元)的申购、转换转入及定期定额投资业务的申请。

《证券日报》记者注意到,在同一天,选择暂停大额申购业务的基金共有30只,而在4月份以来,暂停大额申购业务的基金已多达282只,其中包括泰达宏利创益混合、光大保德信量化股票、博时新兴消费主题混合等权益基金。基金公告所显示的原因均为“为保证基金的稳定运作,保护基金份额持有人利益”。

有业内人士对记者分析称,保护基金份额持有人利益其实是考虑到,一旦有资金快速涌入该基金产品,原有基金持有人的收益便可能被快速摊薄,这部分资金如果快速撤出,产生的申购赎回费用也会对基金净值产生较大影响,十分影响基金份额持有人的投资体验。

除此之外,在A股股市处在低位之时,基金经理人限制大额申购的行为也能有效限制投资者对权益资产的配置比例,不至于“把所

有鸡蛋都放在同一个篮子里”。帮助持有人分散投资风险,基金管理人也在有所行动。《证券日报》记者注意到,4月份以来权益基金持仓仓位有所下降,部分权益资产已换成固收资产。

近日,由明星基金经理萧楠掌舵的易方达消费精选基金80亿元的限额一日售罄,引发市场关注,有投资者称爆款基金的出现表明投资者入市热情的快速回升。但《证券日报》记者注意到,易方达消费精选基金销售的火爆仅是个例,该基金也是时隔近一个月后再次出现的爆款基金,此外,80亿元的规模比萧楠管理的易方达消费行业205亿元的规模,仅占四成。

从4月份以来的公募基金市场数据也不难发现,基金经理在短期对后市的投资态度仍比较谨慎。国金证券日前发布的公募仓位测算结果显示,股票型基金和混合型基金的整体持仓仓位均较4月初有所下滑,除此之外,在今年成立的次新基金建仓速度也有所放缓,在股市大幅波动时,农银汇理策略趋势、广发优质生活混合等次新基金净值几乎未发生变化。

恒生前海基金发布二季度投资策略显示,全球流动性恐慌告一段落,未来外围股市仍将维持较高的波动率,不排除二次探底的可能性。A股仍将受到外围风险偏好的影响呈现一定波动性,但波动率有望小于港股和美股。从基本面上来看,外需冲击的负面影响仍未完全反映到上市公司盈利预测,在资本市场的定价完全明朗之前,难言反转确立。

万安基金也表示,受新冠疫情影响,大部分企业的盈利预期有可能进一步下调;“目前A股市场潜在的风险,在于全球疫情的最高点可能还未到来,国内也有可能面临输入型病例带来的二次疫情风险;与此同时,新冠疫情对上市公司盈利的负面影响尚未完全显现出来,上市公司的一季报营收数据可能会有所体现,投资者需要充分考虑。”

3月份上市券商 实现净利近百亿元 业绩分化明显

■本报记者 李文

3月份,上市券商业绩出现环比下降。受国内外疫情扩散和证券市场波动影响,3月份股指有所下滑,IPO规模缩量,再加上2月份受市场交易量大幅上涨和再融资政策落地影响,导致高基数。综合各方原因整体来看,多位非银行分析师认为,3月上市券商业绩整体符合预期。

昨日,37家上市券商3月份业绩数据已经发布完毕(母子合并,下同),37家上市券商合计实现净利润99.6亿元,实现营收233亿元,分别环比减少19%、18%。净利润方面依旧是中信证券居首,达到13.6亿元。

3月份业绩突出券商既有大型券商又有中小券商,同时头部券商净利润增速分化。国泰君安研究认为,头部券商表现分化,其中部分原因是券商自营的配置结构导致分化。此外,由于上海地区券商获得政府补贴计入营业外收入,也有部分影响。另外,目前来看3月份有26家上市券商净利润环比下滑,4家净利润环比减少超过100%,最大降幅达到183%,这4家券商在3月份出现亏损。

营收方面,中信证券实现31.9亿元居首。另外还有国信证券、广发证券等8家券商3月份营收超过11亿元。11家券商营收环比增长,申万宏源环比增长54%,在上市券商中增幅最大。

华泰证券分析师沈娟认为,3月份股市波动回落,市场活跃度、风险偏好均略有下滑,上市券商业绩环比下滑,预计投资业绩相对承压,部分大型券商业绩表现相对稳健。

从部分主营业务来看,投行方面,3月份IPO承销规模降至100亿元,环比减少63%。但同期再融资承销规模和债券承销规模大幅增长,分别环比提升48%

和287%,整体看3月份投行业务收入环比改善;自营业务方面,3月份境内市场股债熊牛,利好自营资产中固定收益资产配置比例较高,权益资产仓位较低的券商。

透过上市券商前3个月的月报数据,一季度的整体业绩轮廓得以显现。一季度,37家上市券商实现营收712.3亿元(剔除新上市的中银证券数据,下同),实现净利润301.3亿元。回顾去年同期,35家上市券商一季度实现营收710.5亿元,净利润320.5亿元。

今年一季度营收方面,6家券商营收超过40亿元,中信证券以85亿元居首。17家上市券商营收同比增长,增幅最大的是浙商证券,达到62%;另有2家上市券商营收同比降幅超过50%。

申万宏源研究认为,在波动率高的市场环境下,凭借业务结构均衡、方向性风险敞口更小,头部券商业绩韧性彰显,预计一季度龙头券商业绩仍能实现双位数正增长。从行业业绩来看,预计一季度行业经纪和两融利息收入增速同比增速超过20%;预计行业投行收入增速超20%,其中主要是IPO和公司债发行规模同比大增。