

# 10亿美元融资逆市突至 Airbnb松口气

在全球旅游业备受冲击之时, Airbnb(爱彼迎)赢得了一次喘息之机。北京时间4月7日, Airbnb官方宣布获得10亿美元融资, 该项融资也是疫情期间住宿业企业拿到的首笔巨额融资。今年以来, 受到全球疫情影响, Airbnb也受到重创, 不仅预订量大幅下滑, 资金吃紧, 甚至还可能影响到IPO进程。在业内人士看来, 虽然赢得了“输血”, 不过想要摆脱困局并非易事, 短时间来看, 可以试试瞄准中国国内短途游复苏机遇, 而长期发展, 则还要视全球疫情阴云何时散去, 以及后续能否实现加速跑。

## 雪中送炭

在全球疫情蔓延之时, 10亿美元融资对于Airbnb来说可谓是“雪中送炭”。根据Airbnb发布的声明称, 私募股权投资公司银湖(Silver Lake)和Sixth Street Partners将通过债券和股权的形式向Airbnb投资10亿美元, 这将在长期内对Airbnb正在进行的投资工作提供支持。

据了解, 在Silver Lake和Sixth Street Partners投资中的500万美元, 将被Airbnb用于专为房东和房客提供资金支持的超赞房东基金, 该基金目前总额达到1500万美元。

实际上, 这是自疫情发生以来, 全球住宿业获得的首笔巨额融资。受到疫情影响, Airbnb今年的种种发展扩张计划已全部被打乱, 为此该企业还推进了一系列“节流”措施。今年3月底, Airbnb方面还表示, 决定暂停招聘新人和缩减市场营销费用, 以应对新冠肺炎疫情对其业务带来的影响。有被广泛引用的报道指出, Airbnb今年已经暂停所有市场营销活动, 以此节省8亿美元。同时, Airbnb的创始人将在接下来的6个月不拿薪水, 高管

人员也将减薪50%。

今年3月25日, Airbnb还与银行方面举行了电话会议, 讨论延长现有的10亿美元债务融资, 试图筹措更多资金以应对新冠病毒引起的增长放缓。

华美顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱表示, 虽然此次融资的10亿美元将缓解Airbnb所处的困境, 尤其是可减轻一些资金压力, 不过眼下, Airbnb仍有许多亟待解决的难题。

## 眼前之困

“新冠肺炎疫情给我们带来了前所未有的挑战, 尤其是1、2月大量订单被退掉。” Airbnb爱彼迎中国区总裁彭韬在最近的线上发布会上坦言。根据Airbnb分析公司AirDNA最新发布报告显示, 今年3月第一周(3月1日-7日), 北京地区的Airbnb预订量仅为1655单, 相比1月5日-11日一周4万多个订单的预订量, 下降了96%。

眼前的困境还不止于国内市场。放眼国际, Airbnb损失更加惨重。据公开报道指出, 同样出现大量新冠肺炎疫情确诊病例的首

## Airbnb融资历程

2011年7月

成功完成B轮融资, 金额达1.12亿美元, 公司估值达13亿美元

2012年11月

完成2亿美元的C轮融资, 估值高达25亿美元

2014年8月

完成新一轮8亿美元的融资

2015年12月

完成E轮融资15亿美元, 公司估值达到255亿美元

2016年9月

获得多家机构5.5亿美元的融资(F轮)

2017年3月

继续获得F轮融资4.5亿美元的融资

## Airbnb当前困境

●2月5日, Airbnb中国(爱彼迎)宣布投入7000万元对房东提供经济补偿。  
●Airbnb的创始人将在接下来的6个月不拿薪水, 高管人员也将减薪50%。  
●有接近Airbnb的消息人士指出, Airbnb已于3月初将内部估值从2017年筹资时的310亿美元下调到了260亿美元。



尔、罗马, 订单量比去年同期下降了40%, 此外纽约地区的预订量也下降了21%。上述报告还显示, 欧洲地区由于疫情暴发, 游客开始延迟或取消旅行计划, 在2月的最后两周内, 欧洲的预订量均出现了大幅下降。

除了预订量的下降, Airbnb还被迫拿出不少资金用于缓解房东的资金压力。Airbnb联合创始人、首席执行官兼社区负责人Brian Chesky在3月底向Airbnb房东发布公开信称, 将拿出2.5亿美元帮助因新冠疫情而被取消订单的房东。

北京商报记者还了解到, 在中国市场, 今年2月5日, Airbnb中国(爱彼迎)也宣布投入7000万人民币成立专项基金, 对房客延长免费取消时间, 对房东提供经济补偿。此外,

Airbnb还将在近期推出的民宿预售预付活动中, 将实际应付金额的50%预付给房东, 以此来缓解房东的现金流压力。在业内人士看来, 这些开销也加剧了Airbnb的支出。

有接近Airbnb的消息人士指出, 受疫情影响, 目前Airbnb已于3月初将内部估值从2017年筹资时的310亿美元下调到了260亿美元, 甚至不排除有可能会影响到Airbnb的上市计划。不过, 对于上市计划, Airbnb方面依然维持去年9月的表态, 维持在2020年上市不变。

## 阴云何时散

Airbnb的处境也折射出当前整个行业之

北京商报记者 关子辰

# 清明出游回温超预期 旅游业严阵备战“五一”

刚刚结束的清明小长假成为了旅游市场全面复苏前的首场“测试赛”。4月7日, 中国旅游研究院发布的《2020年清明节假日旅游市场研究报告》(以下简称《报告》)显示, 今年清明假期期间国内旅游接待总人数4325.4万人次, 新疆、吉林等地旅游市场复苏较快, 旅游景区热度回升明显。但与此同时, 部分景区也出现了现场导流、疏散工作不完善等情况, 因此, 如何在景区开放的同时, 做好导流等防疫工作, 为“五一”黄金周备战, 成为了旅游从业者们面对的新课题。

## 客流量环比增1.9倍

“满街杨柳绿丝烟, 画出清明二月中。”在经历了清明小长假这一场复工期首场“测试赛”后, 不少业内人士认为, 作为“五一”旅游高峰前的小高潮, 清明出游意愿回暖超出预期。

《报告》显示, 今年清明假期期间全国国内旅游接待总人数达4325.4万人次, 同比减少61.4%; 实现旅游收入82.6亿元, 同比减少80.7%。但《报告》指出, 国内游客满意度指数为88.8, 达到历史高位水平。

而去哪儿网统计数据也显示, 清明期间, 国内各大景点客流量环比增长1.9倍, 达到去年同期四成水平。在长三角、珠三角城市群的带动下, 部分国内景区客流已出现反弹, 个别景区甚至看齐了去年清明小长假客流量水平。“去哪儿网相关负责人表示。”

整体来看, 《报告》显示, 清明节假日期间, 新疆、吉林、云南、西藏、安徽、四川等地旅游市场复苏较快, 游客量恢复至去年清明假期的五成以上, 南岳衡山等自然景区恢复到往年同期水准, 周庄古镇、千岛湖景区游客达到正常水平的一半左右, 旅游景区热度回升明显。

值得注意的是, 疫情对人们的出游偏好产生了一定的影响。驴妈妈统计数据表明, 清明期间, 都市休闲一日游、近郊周边游回暖复苏。其中, 62%用户选择本地景区半日游, 28%用户选择了本地一日游。

住宿方面, 酒店业迎来疫情后的首个人住小高峰。据小猪短租数据显示, 乡村民宿率先回暖, 平台清明节假期订单中乡村民宿占比超七成, 其客单价在人均300元以上; 携程酒店订单量环比增长近六成。

航空市场作为旅游业的晴雨表, 清明期

间的表现也备受关注。据了解, 清明假期期间, 国内城市之间往来机票价格继续走低, 其中4月4日京沪单程经济舱票价低至1.1折, 单程仅需170元。广州-北京、北京-西安等许多航线价格仅300元上下。不过, 有专家表示, 目前执飞率、客座率、机票价格均较低, 短期内恐难以根本改变, 中远程旅游市场回暖尚需时日。

## 铺垫“五一”战局

如果说清明的3天假期只是一场热身“测试赛”的话, 那么“五一”黄金周才是国内旅游市场最期待的“重头戏”。

“从清明小长假的出行情况看, 旅游行业的复苏正在加速。预计‘五一’还会出现新的出行高峰。”携程旅游相关负责人表示。

虽然距离“五一”假期尚有时日, 但是从小猪短租平台的浏览量和预订量上看: “五一”期间, 三亚、厦门、青岛等海滨旅游城市搜索量及订单已有明显增幅。截至目前, 小猪平台上单笔订单交易最大数来自三亚, 订单金额高达53340元。去哪儿网相关负责人也告诉北京商报记者, 近期该平台上有关“五一”出行的预售产品正进一步走俏, 就在刚刚过去的周末, 劳动节假期期间的酒店预售产品订单量环比增长1倍。

携程旅游大数据实验室首席研究员彭亮表示, 疫情给旅游行业带来了较大的冲击, 不过这种影响是阶段性的, 随着疫情的好转, 人们对于旅游出行需求不但没有消失, 反而会变得愈发强烈, 旅游消费也将迎来反弹。

根据中国旅游研究院、携程共同发布的疫情后旅游调查数据显示, 如果疫情能够完全控制, 有近一半(43%)被调查者表示, 会在

2020年3-6月上半月选择出行旅游, 而选择在5月旅游的比例高达16%, 位居全年各月之首, 预计“五一”假期开始, 国内旅游市场将迎来今年首个小高峰, 其次是6、7、8三个月, 各有15%的选择率。

## 提醒与警示

客流量回升虽唤醒了沉睡的国内旅游业, 但同时也让旅游市场中潜在的安全管理问题被摆上台面。

4月6日“黄山回应景区游客聚集”事件一度引起热议。

在浙江工商大学旅游与城乡规划学院副教授乔光辉看来, 景区内的健康及分流管理等问题一直存在, 疫情进一步“放大”了这一现象。游客的旅游意愿逐渐恢复, 再叠加假期及优惠活动, 很可能出现客流量高峰。因此, 对于景区来说, 进一步加强相关管理成为关键。”他进一步表示, 特殊时期景区在恢复开放前、旅游企业在恢复团队等业务前都必须做好接待大量游客的准备及应急预案。

还有专家提出, 目前, 国内旅游市场仍不能放松对疫情的防控, 建议旅游企业继续做好相关防范, 依法与旅游者签订书面的旅游合同, 并增加特殊时期的合同条款, 确保旅游者的合法权益和企业的正当利益。

尚游汇文旅董事长钟晖也表示, 对于旅行社来说, 除了针对新的消费热点推出产品, 更应该注重安全等方面的措施。目前相关部门也陆续出台了一些标准, 如企业需及时对导游及司机进行健康检查, 实施测温上岗、保证车辆的空座率在合理空间内、餐食的卫生及分餐模式等。这些措施不仅为游客出行提供了安全保障, 还进一步规范了跟团游市场。”

值得注意的是, 在乔光辉看来, 疫情的出现无疑加快了国内智慧景区的建设步伐, 但智慧景区包括多个方面, 目前较急需的主要是实行线上分时预约、实时监管人流量、线下安排专门工作人员进行更精细化的管理。这对于大多数景区来说, 还是比较容易实现的, 也是近期必须要加强的内容。做好这些, 景区才能更好地迎接即将到来的“五一”假期或是其他旅游高峰时段。”

北京商报记者 蒋梦惟 杨卉

# 在线教育平台首推“高三免费” 品牌营销大于实际转化

北京商报讯(记者 程铭劼 刘斯文)在高考延期的背景下, 4月7日起, 学而思网校、猿辅导和作业帮等部分在线教育机构相继推出了针对高三学生的在线免费课程。有业内人士指出, 疫情使得在线教育普及度大增, 培养了用户线上使用习惯。对高考考生打出免费牌, 无疑是营销战建立品牌知名度和美誉度的另一种策略。高考成绩的效果导向决定了哪家能掌握“出成绩”的学生也必然掌握话语权, 进而为暑期营销博眼球。

猿辅导率先宣布面向全国高三考生, 免费推出90天冲刺备考直播课, 将于4月13日开始。紧接着, 作业帮发布“高考加油站”免费直播课, 同样于4月13日开始。

而作为行业巨头好未来旗下的学而思网校则做了差异化打法。把开课时间提前到4月7日, 总时长延长到120天。同时还在考试结束后针对高考改革推出的“强基计划”开展线上训练营。

此外, 北京商报记者发现, 跟谁学旗下的高途课堂、网易有道精品课的主页均能看到针对高三学生的单课时免费体验课, 但体验的免费课时比较短。

其实, 网课并不是高三学生的首选, 疫情让教培市场变得特殊。这是机构品牌营销方法, 在体现社会责任感的同时, 把握高考延期的热点。”赛伯乐投资集团教育产业基金合伙人程子婴指出, 高三学生已进入非常紧张的倒计时状态, 此时推免费网课顺应刚性需求, 品牌效应大于实际转化。

与以往免费课主要针对低年龄段的K12用户不同的是, 这次的免费网课是首次面向高三群体开放, 但也仅有几位在线教育的头部平台深度参与其中。

爱培优创始人、CEO张金荣谈到, 高考阶段辅导对机构的准入门槛, 相较其他年龄段门槛更高。因为课程更难, 对老师、对教研的要求更高; 同时高考阶段的辅导能更快地检验教学成果, 用户的口碑反馈更快更直接; 用户的个性化需求更明显, 需要机构付出较大的研发投入。

尽管机构们把免费课当作卖点, 但免费与否并不是高三学生在乎的点。我在疫情

期间, 如何摆脱阴霾也成为Airbnb必须要思考的问题。纵观整个住宿行业, 关店、裁员、减薪已然成为绕不开的话题。业内有消息称, 全球最大酒店集团万豪此前就宣布关闭全球多家门店, 并对数万名酒店员工实行无薪休假制度; 印度新晋酒店企业OYO, 也被曝出将在全球范围内裁员约5000人; 作为国内共享住宿“头把交椅”的途家, 也不得不采取“断臂求生”的方式, 砍掉自营业务, 以求自保。

赵焕焱表示, 面对疫情的冲击, 整个住宿业的处境都不容乐观, 不过从目前恢复情况看, 国内市场有望率先恢复。

“鉴于目前国内疫情形势, 国内周边游、短途游肯定会最先迎来反弹, 而这也给民宿市场的复苏提供了机遇。”中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会会长张晓军表示。他还进一步指出, 在一些低风险地区, 民宿预订已经开始放开, 而游客也迫不及待想要去郊区踏青。

根据小猪短租平台清明假期数据显示, 一些南方城市复苏明显, 个别地区环比增幅近4倍, 例如, 成都、杭州等市场均出现了反弹, 重庆、广州、南京、西安等地民宿搜索量也在提升。除了小猪短租, 北京商报记者还了解到, 包括途家等平台“五一”期间民宿预订均开始反弹, 三亚、厦门、青岛等海滨旅游城市搜索量及订单已有明显增幅。

业内专家还表示, 在国内市场, Airbnb可以抓住“五一”、暑期等假期, 进一步布局乡村民宿来促使预订量逐渐恢复, 不过在国际市场, 依然要等待疫情的阴云散去。就现阶段全球疫情形势看, 美国、日本、西班牙等主要民宿目的地都存在较为严重的疫情, 可见整个共享住宿市场的反弹还需时日。

北京商报记者 关子辰