

· 声音 ·

携程旅行网COO孙茂华：
目前不是旅游业资本寒冬

旅游业目前没处在资本寒冬。2015年之前，携程需要和很多我们认为比较缺乏理性的机构打交道，而这一年来，大家已趋于理性。携程也在非常热心地寻找一些机会，除投资外，还可以利用携程现有的资源进行孵化，把原来的一个像中央集权式的大脑，变成分布式的各地的小企业、小公司，来为携程提供更好的生态环境。其中，一类是虚拟化大数据的公司，比如回家吃饭，把产能信息放到巨大的数据库里，促进信息流动。第二类是基于大数据、AR的公司，我认为非常有前途，携程集团非常关注。我们也有一些下属公司做这些项目。对于一些大公司来说，巨大流量和技术怎么应用在新公司是值得考虑的。

魔方生活服务集团副总裁陈驰：
开发商与长租公寓需找共赢点

开发商进入公寓市场，对专业的长租公寓企业不会构成威胁，因为他们与长租公寓企业的主营方向是不一样的。开发商是为了盘活自己的资产，长租公寓企业是做运营。像魔方这样的大型长租企业，铺设的产品线比较丰富，因而可以均衡成本和盈利。同时，魔方公寓会通过集团采购来降低成本、建造成本，另外利用系统化的优势，来提高运营效率，降低门店运营、人工管理等各类成本，凭借品牌影响力来提高溢价，最后通过增值服务，围绕租客衣食住行搭建整个服务体系。这套管理系统，即后台操作平台，可视为魔方公寓的核心竞争优势。

美国旅游推广局全球旅业推广经理柯安娜：
中国赴美旅游市场仍具较大潜力

美国旅游推广局和美国旅游业者对中国市场非常重视，并且充满信心。截至去年8月，中国游客同比增长15%，在所有国际客源市场中位列第一。相比其他国际市场，中国市场非常特别，语言、文化等和美国都有很大差别，基于这种独特性，我们有专门的项目和团队来研究中国游客的喜好是什么、中国游客需要什么，从而更有针对性地提供服务，让中国游客了解美国，在需要长途旅行时想起美国。另外，从目前全球来讲，数字化市场在中国的表现尤其明显。所以随着中国游客通过OTA预订目的地以及相关产品的趋势，我们也会加强和网上旅游平台的合作。

栏目主持：左靖远

人物专访

蚂蚁短租CEO申志强：

民宿房源将向品质化拓展



3月22日，短租“老大”Airbnb发布中文名称“爱彼迎”以来冲击中国市场，随后国内企业途家也发布了2017年战略，3月27日，国内短租企业蚂蚁短租在宣布启动品牌宣传计划的同时，还同步上线了新版App，一时间国内短租市场风起云涌。实际上，短租市场是近年来国内兴起的新兴行业，随着旅游频次的增多，短租市场被寄予厚望。本期北京商报记者采访了蚂蚁短租CEO申志强，随着民宿业态的发展，未来民宿平台将不仅仅是单纯的C2C交易平台，更多的当地服务和文化特色将被纳入进来。

续的一些本土化措施，蚂蚁短租在市场上还是具备优势的。

非标住宿需要分类

北京商报：此前曾有一系列房客不文明行为发生，导致客房一定程度上被损，这种行为也成为当前C2C平台的一个痛点，对于这种行为如何监管？

申志强：对房客、房东，我们是双向的认证机制。信用体系包括身份证信息、手机号码以及我们跟芝麻信用合作的信用分数，此外我们与公安的系统有对接，会看是否有犯罪记录。首先房客在预订房源时，房客的身份证信息会传到公安局做认证，认证系统跟公安局对接。第二个是信息系统，因为房东也能评价反馈房客，房客的差评信息会呈现给以后的房东，所以其他的房东有可能会拒绝评价不好的房客。而这种有缘由的拒绝订单，系统也不会惩罚房东。所以信用体系是双向的，房东、房客的评论双方是公开的。

北京商报：针对不同的消费人群是否会房源进行划分？

申志强：我们从去年就在做蚂蚁优选。一是我们各地的运营人员会对房子进行实际勘测和拍摄；二是通过入住房客的评价；另外我们还制定了一些配套设施的标准，比如能否洗衣晾晒、做饭用餐或者聚会等，针对房源贴上标签。此外，我们现在也在慢慢建立一个房源的高中低档标准，比如说北京的橡树湾属于高档的，在装修、设计等方面都比较高端，还有一些普通社区属于中档的。对于房源，我们会按

照舒适型、经济型和豪华型进行划分，就类似于酒店的星级。未来非标行业的行业标准需要很详细的措施。

“跑马圈地”将向品质化发展

北京商报：现在蚂蚁短租的房源主要覆盖哪些城市？未来是否有计划拓展海外房源？

申志强：目前主要是北上广以及成都等传统旅游城市，其他还有青岛、三亚、杭州、苏州这些热点旅游城市。我们基本上在全国300个城市都有房源。由于中国的出境游市场很热也很大，我们预计将在下半年开始考虑开拓境外房源，开发境外房东，提供一些境外服务。目前国内还没有这样的平台走出海外。中国的客人在国外面临很多问题，比如语言问题、本地的文化问题。我们要找到一些能够为中国客人解决语言问题并且能提供一些有价值的建议和参考。

北京商报：短租市场未来是否会吸引更多的酒店客源？是否还将继续大规模扩张房源？

申志强：当前我们主要关注的是家庭出游这部分休闲度假人群，这部分人群本身既会住民宿短租，也会住酒店。民宿短租是一个新兴业态，还需要大家有接受的过程。其实我们从2016年就将短租市场从早期的粗放式向品质化发展，2016年做优质住宿计划其实是追求服务品质，2017年我们做成长计划是为了让整个行业更规范，未来整个行业需要向高质量发展。

北京商报记者 关子辰

3月嘉实第四只基金提前结募

嘉实沪港深回报发售两日募集成功

嘉实沪港深回报仅发行两天便提前结束募集，首募成功。3月23日，嘉实基金发布公告，于2017年3月22日起开始募集的嘉实沪港深回报，由于投资者认购踊跃，募集份额总额和认购户数均已达到相关规定的开放式基金合同生效条件，为做好投资管理和风险控制工作，根据相关文件规定，决定提前结束募集，募集截止日提前至2017年3月23日。

根据Wind数据显示，截至3月23日，目前正在发行的新基金总数超过100只，竞争激烈程度不减。而根据嘉实基金公告显示，3月以来，嘉实旗下已经有4只基金提前结束募集，在基金市场上已经形成“嘉实现象”。

今年以来，在港股行情带领下，市场上

近70只沪港深主题基金业绩齐涨，沪港深基金成为市场上备受瞩目的基金产品。根据证监会公布的文件显示，加上目前正在审批的沪港深主题基金，年内市场上的沪港深主题基金数量有望突破百只，一个新的竞技场迅速搭建起来。

据嘉实基金相关人士介绍，嘉实沪港深回报能够在首发第二日便提前结束募集，首先是嘉实主动布局的“沪港深”投资价值已经得到市场认可，在港股市场估值洼地、“沪港深”互联互通、A股与港股行情轮动切换等因素驱动下，沪港深主题基金的投资价值愈发显著。

此外，嘉实启用的沪港深基金3.0版投资研究系统，已经得到了投资者的高度

认可。目前，嘉实在内地有8名港股研究员、香港子公司有10位研究员，此外还拥有70名A股研究员，形成了港股、A股两个市场以及众多重要行业的联动研究，并将“沪港深”作为统一整体考虑，整个管理团队形成了互联互通的工作机制。

在此系统驱动下，沪港深基金3.0版的首只产品——嘉实沪港深精选已经取得亮丽成绩。根据Wind数据显示，截至3月21日，嘉实沪港深精选今年来业绩为17.35%，在195只普通股票型基金中排在首位，同时在沪港深主题基金中也是名列前茅；嘉实沪港深精选成立不到10个月，收益率已达35.3%。

发行两日便提前结束募集的嘉实沪

港深回报，依旧由嘉实沪港深精选的基金经理张金涛掌舵，继续搭载沪港深3.0版投资研究系统，产品设计更为灵活，股票仓位为50%—95%。

根据嘉实基金公告显示，截至3月23日，3月以来，嘉实已经有4只基金提前结束募集，包括嘉实新能源新材料股票型基金、嘉实新添华定期开放混合基金、嘉实定期宝6个月理财、嘉实沪港深回报等基金。

首募规模为13.14亿元的嘉实新能源新材料，延续了嘉实深入布局代表新经济发展趋势的行业基金思路。目前，嘉实已经打造了一条专业、齐全的行业基金产品线，包括嘉实环保低碳、嘉实智能汽车、嘉实文体娱乐、嘉实物流产业、嘉实农业产业等产品。