

# 年底登陆港交所 同程艺龙下一站在哪

## 通过聆讯

北京商报记者获悉，同程艺龙已于上周赴港交所聆讯，这意味着同程艺龙年底在港股挂牌基本已成定局。据香港媒体报道，同程艺龙拟通过IPO募集8-10亿美元，其中摩根士丹利、摩根大通和招银国际担任本次IPO的主承销商。这是继美团点评之后，又一家在线旅游相关的企业，虽然体量并不算很大，但是因其背后拥有腾讯、携程等股东及微信小程序的流量加持，因此让各界对同程艺龙IPO备受关注。

对此，北京商报记者向同程艺龙方面求证，同程艺龙方面回应表示，目前公司尚处在静默期，一切以公告信息为准，如有最新动态，公司也会及时与大家通报。

根据官网显示，同程旅游正式创立于2004年。2018年3月，在双方共同股东的助推下，同程网络与艺龙网完成合并。

实际上，有关同程艺龙上市的计划早在2012年便已露出端倪。2012年5月，同程旅游得到腾讯投资之后，对外表示创业板上市已经在走流程。2014年4月，同程旅游CEO吴志祥又发内部邮件称，将在两年内重启IPO。一边瞄准IPO，另一边，同程旅游马不停蹄开始了一系列融资计划。2015年6月，同程旅游宣布获得万达领投，腾讯、中信跟投60亿元，当时，吴志祥就透露，同程IPO已经进入前期准备，律所和券商

继美团点评之后，同程艺龙终于要登陆港股了。北京商报记者获悉，同程艺龙上市申请预计近期获批，有望于12月正式在香港上市，并拟通过IPO募集8亿-10亿美元。实际上，关于同程IPO早在2012年便有计划。不过，根据同程艺龙已经提交的招股书显示，在2017年盈利前，曾一度亏损，而背靠腾讯流量才让同程艺龙扭亏为盈。未来同程艺龙登陆港交所后，在拥抱资本市场的同时也面临携程、飞猪、美团点评等在线旅游巨头的挑战，能否突破围绕微信流量端口的布局，也成为同程艺龙下一步需要思考的问题。

已经进场。

有关同程艺龙上市的消息不绝于耳，不过，亏损一直是同程艺龙过不去的槛”。

## 摆脱亏损

伴随着同程旅游加紧IPO进程，关于同程旅游亏损的声音也不断涌现。

2017年8月，吴志祥向全体员工发内部信表示，在经历了连续43个月亏损之后，2017年7月，集团终于实现了超过3000万元以上的规模性盈利。此后，2017年12月，同程旅游又与艺龙网完成合并，并于2018年6月21日正式向中国港交所提交了招股书。根据同程艺龙提交的招股书显示，2015年、2016年分别亏损9.63亿元和21.61亿元，2017年扭亏为盈，盈利1.95亿元。

北京商报记者了解到，在扭亏为盈过程中，同程宣布分拆成同程网络以及同程旅行社集团。也正是分拆，让同程

网络剥离了“烧钱”的资产，成为一个轻装上阵的平台，这一资产重组方式显然为盈利扫清了一大障碍。

此外，从2016年下半年开始，同程内部进行了大规模人员调整，一部分人员被分流至未上市资产同程旅行社集团。此外，还有消息指出，之前大手笔布局的线下门店也有部分被关掉，节约了成本支出。

## 难撼格局

除了同程自身的调整，更加值得注意的是，腾讯作为同程艺龙的大股东起到了关键作用。据招股书显示，同程艺龙2017年平均月活用户达到1.2亿，平均月付费用户为1560万。其中，腾讯旗下平台合并平均月活用户为7960万，同程艺龙App与WAP页面的平均月活用户为2790万，同程艺龙网站的平均月活用户为1370万。这意味着，同程艺龙的月活跃用户大部分及月付费用户绝大部分是来自腾讯旗下平台。显然，作为同程艺龙的股东，腾讯带来的流量价值不言而喻。

据了解，同程艺龙在腾讯旗下微信钱包和QQ钱包中占有“火车票机票”和“酒店”两个入口。从同程艺龙的月活用户来源占比可以看出，微信钱包的流量扶持功不可没，甚至可能关系同程艺龙的命脉。

北京商报记者还了解到，在招股书的风险因素中显示，与腾讯关系的变差可能对业务及增长前景，尤其对其在腾讯旗下平台造成重大不利影响。

业内人士指出，当前在线旅游市场格局也越发明晰，携程优势在于“机”、“酒”，占据多半市场份额，美团旅行和飞猪则背靠流量强势平台，驴妈妈获融资有望在港上市，同程艺龙上市后想要分得更大市场蛋糕，必须加强持续的“造血”能力。

北京商报记者 关子辰

## · 资讯 ·

### 西班牙火腿进驻诺富特和平宾馆

近日，随着北京诺富特和平宾馆卡本妮法餐厅“西班牙火腿节”开幕，不少西班牙美食都在诺富特和平宾馆亮相，而其中最有代表的当属西班牙火腿。据了解，美食节开幕日，酒店还邀请了西班牙猪业联盟驻华办事处负和火腿供应商北京国际贸易公司的负责人出席，介绍如何鉴别优质西班牙火腿、饮食文化和火腿风味特色等，使宾客们对西班牙火腿有了更专业的了解。

据介绍，一只完美的西班牙火腿重量在8公斤左右，在干燥的房间里需要成熟18-20个月的时间。成熟的火腿，在适当的环境中可以保存七年。这一因素使得西班牙顶级火腿的产量低、身价高。酒店相关负责人表示，举办“西班牙火腿节”，也意在让更多喜爱美食的客人关注卡本妮餐厅。

北京商报综合报道

### 北京歌华开元大酒店：“鬼计多端”萌趣万圣节等你来

2018年10月31日和11月1日，北京歌华开元大酒店将于壹咖啡西餐厅举办两场“鬼计多端”萌趣万圣节。酒店将邀请专业化妆师为宾客打造多彩“鬼”妆。设置“鬼斧神功”和“糖果兑换银行”游戏环节，发挥孩子们的创作天性。专门制作万圣节主题盛宴，海鲜、大闸蟹、刺身、寿司、牛排、羊排烧烤、万圣节鬼怪蛋糕、巧克力瀑布、鸡尾酒、水果、小吃及中西式精品菜肴等上百款美食等您品鉴。预约/垂询：010-62028888（地址：北京市朝阳区鼓楼外大街19号地铁8号线安华桥站出口）

# 凯撒旅游变阵谋自由行市场

如今传统旅行社也将目光盯上了自由行。10月27日，凯撒旅游正式发布旗下子品牌“凯撒度假”，而该品牌专注于自由行市场。近年来，随着旅游客群的不断年轻化，自由行人群比例不断增加，越来越多的传统旅行社、批发商也开始瞄准自由行市场布局，不过当前OTA占据主要的自由行份额，业内指出，除了进行业务变阵，线下旅行社还需增加“触网”频率。

据介绍，“凯撒度假”围绕中高端自由行客群，覆盖精选自由行、机票、酒店、全球民宿、境外省心游、签证、全球玩乐、租车及欧铁八大业务板块。同时，凯撒旅游还持续加大信息化投入建设，进一步完善度假自由行业务平台，实现在线预订功能，并扩大度假自由行产品在线销售的品类。据了解，凯撒旅游还相继推出诸如马尔代夫菲诺包岛、大溪地包机、新喀里多尼亚包机等众多新鲜自由行产品，国内目的地方面，还包含海南、云南、新疆、东北等国内当红目的地。



当下，旅游消费结构正朝着年轻化、个性化、品质化方向升级。当旅游进入自由行时代，游客虽然摆脱了跟团游的束缚，但良莠不齐的旅游资源与服务缺位，常常会降低消费者的度假体验。凯撒中国创始人、凯撒旅游总裁陈小兵认为，“凯撒度假”提供的自由行产品将依托凯撒旅游专业的服务团队，为游客提供一对一的“专属服务”；“小众而出众”，是自由行客群的重要诉求之一。

此前，凯撒旅游一直主打出境游，其中跟团游为主要业务之一，尤其在赴欧游颇具优势。不过近年来，由于消费人群越来越年轻化，很多OTA抢走了年轻客源。

据携程发布的《2017年国民旅游度假账单》显示，“90后”自由行的比例已经到了87.3%。在采访中，部分年轻自由行游客表示用手机直接下单已经成为一种习惯。除此之外，一些传统旅行社此前也意识到自由行市场的发展，开始布局自由行领域。

业内人士表示，因为有目的地资源，传统旅行社在地接、机票、酒店等方面都具备一定的优势，只是需要思考如何将这种优势转化。同时，由于OTA占据了不少自由行客群，因此如何“触网”也成为线下旅行社接下来需要思考的问题。

北京商报记者 关子辰

