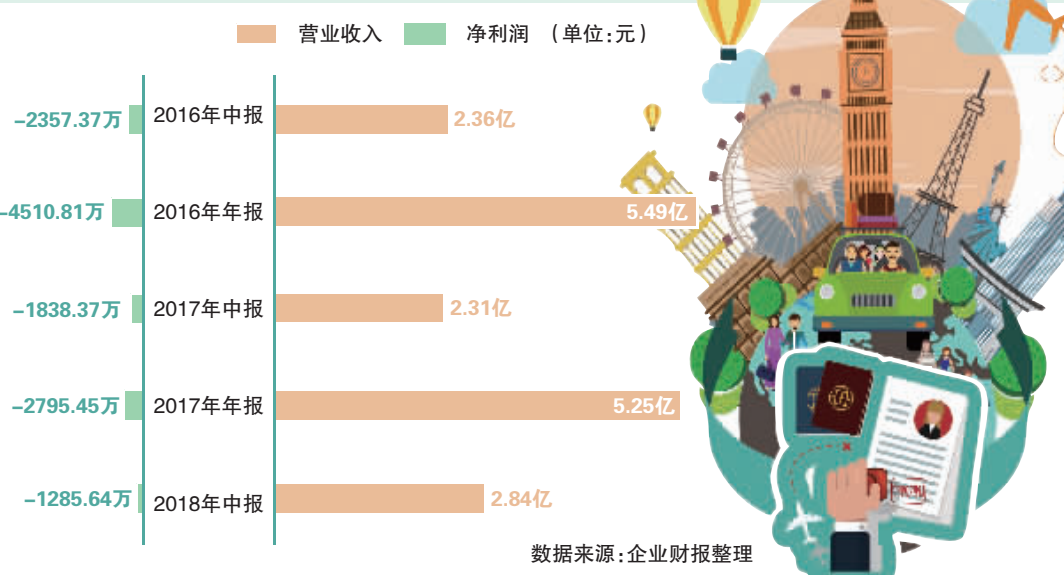


# 昔日签证龙头倒下 百程旅行的停业启示

昔日签证龙头企业北京百程国际旅行社股份有限公司(以下简称“百程旅行”),因资金出现问题而将关闭清算的消息在业内“刷屏”,也引来一片叹息。百程旅行曾以“0元签证服务费”切入战场,奠定了签证市场的龙头地位,但最终还是没能扛过寒冬。停业虽是受疫情影响,却也可从中吸取经验教训。业内专家表示,百程旅行初期抓住了互联网升级过程中的流量红利,但后期随着签证信息逐渐透明、利润压缩,签证业务成为旅企“赔钱赚吆喝”的生意。以此为鉴,停工期间的旅游企业可通过游记、直播、视频等模式吸引潜在消费者,为日后春暖花开做好准备。

### 百程旅行近年营收情况



## 启动清算程序

“百程旅行的关停更像一个讯号,其是目前倒下的首家历史较久的知名旅企,但也不会是最后一家。”北京第二外国语学院教授王兴斌表示。2月29日,业内有消息称,百程旅行已正式宣布公司无法继续运转,开始启动清算程序,一份内部通知文件也同时流出。随后,北京商报记者从知情人士处确认了这一消息,而百程旅行淘宝店客服也表示店铺暂时不做了,恢复营业时间不定。据流出的相关文件显示,由于公司资金紧缺,将于3月10日先行支付员工1月薪资,3月起将不再为员工缴纳五险一金及发放工资。有知情人告诉记者,百程旅行创始人、董事长兼CEO曾松还表示,百程旅行将尽力不欠供应商、消费者、

员工一分钱。

据了解,百程旅行主要从事在线签证办理业务、旅游度假服务、线下旅行社、目的地服务以及企业国际商务旅游业务,在微信公众号、淘宝网等平台均有营业,是国内最大的线上签证服务机构之一。2014年3月,百程旅行获得阿里巴巴、宽带资本2000万美元B轮融资,并于2016年成功挂牌新三板。但挂牌后的经营状况却并不乐观。据其公布的财报显示,2013—2018年上半年,百程旅行净利润均为亏损状态,亏损额分别为1761万元、3663万元、3935万元、4511万元、2795万元以及1286万元,并于去年7月在新三板终止挂牌。

虽然亏损数额在逐年减小,但百程旅行始终未能扭亏为盈,资金压力也随之增加。此外据了解,文化企业为缓解受疫情影响的经营压力,相关部门还启动了“文菁计划”,从2

月24日起,为46家文化企业拨付“文菁计划”奖励支持资金,总金额超过2400万元。但成功上榜“文菁计划”也没能挽救百程旅行,最终走上了关闭公司启动清算之路,曾经显赫一时的龙头企业还是走下了舞台。

## “时代红利”已过期

作为早一批开启签证服务加目的地产品的企业,百程旅行早期也走过“花路”。有业内人士透露,百程旅行在行业发展的早期,抓住了互联网升级过程中的流量红利,在信息效率不够对称、服务体验升级的过程中,获得了迅速成长。但后期在战略选择、团队能力、市场变化等应对方面,没有按节奏取得与新阶段相适应的关键支撑。

王兴斌分析,早前百程旅行能够迅速发

展,也是赶上了“时代红利”。早些年国内游客的出境游经验还比较少,出入境政策相对比较严格,各人申请可能消耗大量时间及精力,因此传统签证服务商还是可以保证收入的。但后来随着出境游的火爆,大量热门目的地国家为吸引游客,推出了各种签证便利及优惠政策,如泰国、日本等国家,以及陆续推出的落地免签等政策。同时随着时代的发展,信息越来越透明、行业利润不断被压缩,即使附带了相关的目的地产品,也很难保证收益,从而出现经营问题。”

浙江工商大学旅游与城乡规划学院副教授乔光耀则表示,如百程旅行这类选择以签证为切入口和吸引点,获取游客关注,从而打包推荐销售目的地旅游产品的企业也有不少。近年来出境游势头越来越猛,一些企业看到了这一商机,但仅靠单一签证模式明显很难做大,价格上难以同淘宝等低成本电商平台、甚至是个人代办商进行竞争,数量和规模也受到限制,大体量的旅企盈利空间将会非常有限。”乔光耀进一步表示,对于这类企业来说,转型是必然。“签证业务可以只是一个开始,其实在掌握游客信息和出境游意向方面,代办签证的企业是极具优势的。利用已有的顾客流量,按照个人倾向推出后续一系列酒店、景区规划等追踪产品服务。比起增开新业务,转化已有资源更加顺理成章,同时也能节约企业成本。”

## 不破不立的出境游

随着疫情形势在韩国、日本等出境游热门城市的不断变化,出境游的恢复预期也随之延迟。旅游市场要复苏,顺序首先是国内一些室外景区,再到国内游,然后才是出境

游。”王兴斌介绍。除了外部环境的压力,出境游服务商还要面临的问题就是产品同质化现象。在他看来,出境游产品的同质化是国内供应商以及境外目的地对接商的双向问题。“境内企业可以在停业期间重新制定一些旅游路线,但同时对接商也要进行创新。”他表示。

与此同时,受疫情影响,日本、韩国等国家旅游业也受打击。据日媒报道,日本老字号旅馆“富士见庄”因受疫情影响而破产。富士见庄创立于1956年,近年来以接待中国团队游客为主,每月房间一直呈满员状态。据东京商工调查公司介绍,旅馆近期向名古屋地方法院申请破产。在此背景下,寻找“出路”成为每家出境游企业必须思考的问题。

“现在看来,单纯的文字图片介绍已很难打动旅游消费者。”乔光耀向北京商报记者介绍。他表示,出境游群体平均年龄也在不断提升,对新事物的接受度也随之提高。企业若依旧按照传统模式推送旅游信息,大量雷同的产品就很难抓住潜在消费者。因此必须破除以往的经营理念,积极尝试新模式。“近期游记、攻略等推送方式逐渐火了起来,尤其是对于出境游游客来说,相对陌生的城市,旅游直播、视频推送显然更能引起注意。企业可将游记与产品相结合,借助或打造一批‘网红’旅游产品,在规划和体验感上多下些功夫。”他进一步表示,停工期间不能提供具体服务,宣传和介绍就更不能少。针对时间预算较少、不愿意花时间来研究攻略的游客来说,旅行社以及服务商就需做好产品整合、推出定制化推荐、私人行程制定等模式。“这个时候最忌麻烦而始终走老路。谁的产品更注重细节、更个性化、更能提供全套服务,谁就越能在业务复苏后守住消费者。”

北京商报记者 肖玮 杨卉

# 上市公司玩“游戏”究竟谁赢了

截至3月1日,包括完美世界、姚记科技、游族网络在内的数十家A股游戏公司相继发布了2019年业绩快报,其中近六成公司实现盈利。与此同时,北京商报记者注意到,文化领域的多家A股上市公司过去一年的业绩表现,也或多或少因投资游戏领域产生显著影响。近些年来,随着影视行业泡沫退去,游戏市场快速接棒成为资本市场的香饽饽,然而伴随着行业发展日趋理性,上市公司的“游戏”赌局终究难成高回报的好生意。

## 近六成游戏公司盈利

纵观数十家游戏类上市公司的业绩,据北京商报记者不完全统计,发现在2019年有近六成上市公司实现盈利。

其中,实现盈利稳定增长的包括三七互娱、电魂网络等12家上市公司。以三七互娱为例,报告期内实现净利润为21.44亿元,较上年同期增长112.58%。而电魂网络则在业绩预增公告中表示,公司改变了运营策略,优化了运营方案,使公司端游产品《梦三国》营业收入同比有所增加,2019年公司净利润同比增长60.15%—71.72%。

实现盈利但增速放缓的包括游族网络、完美世界等6家上市公司。以完美世界为例,在国内市场推出5款产品,其中3款做到了市场头部,公司游戏业务实现净利润约18.8亿元,预计同比增长37.41%,但受到影视行业不景气等影响,影视业务方面亏损约3.1亿元,因此导致整体增速放缓。

除此之外,随着市场形势的变动,游久游戏、天舟文化等7家上市公司实现扭亏为盈。游戏行业分析师梁声表示,大部分游戏上市公司业绩表现较好主要是2019年游戏行业整体形势回暖,随着版号重新开放,游戏发行业务与运营业务陆续进入正常轨道,因此与往年相比,不少游戏上市公司的业绩都有不同程度的涨幅。

## “后来者”的喜与悲

在这数十家游戏上市公司中,不少游戏公司都是通过跨界并购转型而来,其中有许多公司在跨界中尝到了游戏带来的甜头。

姚记科技就是其中最鲜明的代表,曾13次跨界并购的姚记科技在2019年业绩大幅增长,公司实现营业收入17.34亿元,同比增长77.04%;净利润3.52亿元,同比增长156.45%,原因则在于游戏业务已成为姚记科技净利润贡献的主力军。

另一方面,也有转型主营游戏的上市公司业绩不尽如人意。如2015年登陆深交所的金科文化,从主营精细化工新材料到转型成游戏公司,但在2019年业绩报告中,受到商誉减值以及资产减值等情况影响,盈利能力大幅下降。金科文化在业绩预告中称,2019年净利润预计亏损23.95亿—24亿元。无独有偶,中文在线亦表示受游戏行业政策因素影响,报告期内,其子公司上海晨之科信息技术有限公司(以下简称“晨之科”)处于亏损状态,经营情况持续恶化。为进一步减少亏损,维护股东的合法权益,中文在线决定终止经营晨之科现有业务。

伴随影视市场泡沫退去,利益至上的投资人在近两年快速转舵,将目光投向了游戏市场。然而正所谓隔行如隔山,跨界并非只是投钱那么简单,游戏领域相较于影视行业,更需要经验、人才等专业性资源,除此之外,收购过程中,优质的游戏公司向属于稀缺资源,种种原因均会导致后来者所承担的风险进一步加大。

“在这种情况下,后来者则需要考虑自身业务的实际情况,若能与原有主营业务实现协同,可先通过相关具体项目熟悉市场的运行规则,假若原有主营业务的业绩情况还算稳定,能够带来一定收入和盈利,可暂时不要完全剥离原有业务而是保留,使其能够在一定程度上为公司提供较为稳定的收入,作为高风险的担保和后盾。”投资分析师贾毅如是说。

## 两极分化日益凸显

尽管实现盈利的上市公司不少,但这也让整个市场两极分化日益凸显。

以网易于2月27日公布的2019年四季度及全年财报为例,过去一年公司在线游戏净收入为464.2亿元,同比增长16%。尽管腾讯还没有公布相关数据,但是不难猜测,腾讯、网易两家依旧是游戏市场上的最大赢家。”游戏评论人游节说。

据了解,伽马数据在发布的《2019中国游戏产业年度报告》中指出,流水TOP10移动游戏是游戏用户支出高度集中的产品,也代表着中国移动游戏市场中用户的付费偏好。而2019年流水TOP10移动游戏几乎都为腾讯、网易两家出品。

与此同时,尽管版号已经重新开放审批,但从多家上市公司的公告中可以看出,不少公司游戏业务依然受到版号监管趋严的影响。如惠程科技在业绩快报中表示,报告期内公司营业收入和净利润分别下滑42.45%和59.88%,主要原因之一是子公司哆可梦自主研发产品和代理游戏产品的上线时间表有所推迟,导致哆可梦业绩表现低于上年同期。而巨人网络也表示净利下滑的原因之一是新产品上线较晚处于投入期。

“版号监管趋严的影响对于中小游戏企业存在较大打击,很多公司没有实力度过政策调整期。而从版号恢复后的发放情况上看,游戏上市公司获得的游戏版号数量更稳定,且稳定上线的游戏也更多。”游戏从业人士林小迪对此强调。北京商报记者据公开资料统计,2019年累计有1570款游戏通过审批获得了版号,其中腾讯获得游戏版号32款、网易获得31款,在总体版号数量中占比2%。

新元文智创始人刘德良分析称,按照游戏目前的审批监管思路,实际上对大企业是有利的。每年上市新品的数量在减少,这意味着市场份额更为集中。所以对上市公司而言,规模优势明显,能够获得更好的市场竞争的条件。

北京商报记者 卢扬 实习记者 伍碧怡

# 悦宝园连续关店 早教机构淘汰战加速

3月1日,悦宝园草桥中心宣布因资金不足正式闭店。北京商报记者联系该机构工作人员获悉,因过往经营不善加之疫情影响被迫歇业,已无法再维持运营,目前退费困难,给家长提供转课时服务。去年以来,关于“早教机构关门、倒闭”的消息屡见报端,而导致机构关闭的原因有很多,既有盲目扩张导致资金链断裂,也有个体加盟商运营不善。有业内人士指出,现在的“洗牌”过程是早教行业发展必然经历的过程,而洗牌后的早教行业格局也将更加分明。

据家长徐女士反映,2018年6月时,她花费10500元在悦宝园草桥中心购买了48节课,加上赠课共60节,并与北京悦丰苗管理咨询有限公司签署了《悦宝园课程销售协议》。目前,课程仅上了24节机构就宣布关店,徐女士认为这属于单方面终止协议,涉嫌违约。已将该机构诉至法院,要求退还剩余6300元课时费,丰台区法院已受理此案。

根据门店贴出的公告,受疫情影响,展望下半年无法正常营业,因过往经营不良故不能再维持正常运作,3月1日起门店正式关闭。同时,机构提供了剩余课时转换方案给家长。

其市场部张经理告诉北京商报记者:“有不少家长做了退费登记,但鉴于公司实际情况,目前退费基本没有可能实现。也在洽谈多种方案以满足家长需求。由于我们是加盟店,家长的课时无法转到悦宝园旗下其他门店,只能转悦宝园线上早教和皮皮英语,以及其他合作机构,如壹号宝贝、小小地球英语、夏加儿美术教育等。”

北京商报记者在黑猫投诉平台发现,有家长反映草桥中心店从去年“双11”开始连续3个月宣传推广招收新会员,收款二维码为法人代表的个人账号。春节前还在正常营业,突然宣告破产不合情理。记者查询天眼查获悉,该店所属的悦丰苗公司在2月20日发生了法人代表、投资人的变更,原法人退出。

不止丰台区的悦宝园,三河燕郊富力广场的悦宝园也被曝在春节前十天以升级为

名闭店,后在未与家长沟通的情况下关门撤店,并表示无法退费。

据了解,悦宝园近两年在上海、成都、郑州等地的多家门店被曝突然闭店,引发家长维权。去年11月,悦宝园亦庄店还因资金链断裂暂停营业,波及上百位学员。尽管后续复课,但依旧无法抹除家长“一夜关停”的记忆。

疫情下,幼儿园和中小学的开学日期一再延后,早教机构可以正常开门营业的时间更是不可预知。指明灯智库创始人吕森林告诉北京商报记者,早教机构对于环境、人身安全的要求性更高,长期不能开门必将面临巨大的生存难题。

业内有观点认为,早教机构要到4月甚至5月才能开始线下营业,而那时小机构或将消失七成。中国市场学会母婴婴童专业委员会副秘书长张华表示,去年起,早教机构成为跑路的“重灾区”,究其原因,一是租金、人工、场地等成本上涨明显,但业绩没有显著增长,单月能做到百万营收的门店不过5%,大部分都是持平状态。其次,线下早教机构同质化严重,扎堆开店严重,竞争异常激烈。

“疫情下,现金流储备不充足的中小机构存在倒闭风险,但市场还是存在的,所以会被头部机构吃下它们空出的市场份额,加剧强者恒强的局面。”张华补充道。由于不得开展线下培训,所有用户都不得不选择线上,早教也不例外,张华认为,疫情加剧了早教机构开拓线上业务的速度。但从线下发展线上是极具挑战的,对于技术、品质、内容和可变现的运营模式等都提出全新的要求。而未来,对于早教机构来说,也会更加比拼品牌的影响力和课程品质。

有数据显示,预计2020年早教市场规模可突破3000亿元。随着3岁以下婴幼儿照护服务发展指导意见和托育机构设置标准、管理规范等政策的出台,也进一步规范了早教(托育)行业的发展。如今的“洗牌”是早教行业发展必然经历的阶段,而洗牌后的早教行业格局将更加分明:“大鱼吃小鱼,快鱼吃慢鱼”的局面正在逐步形成。

北京商报记者 刘斯文