

Airbnb的首个盈利年

后疫情时代,出行需求回暖,民宿平台巨头Airbnb(爱彼迎)实现了首次年度盈利,更让全球旅游业看到了强势复苏的信号。但咸鱼翻身的背后,是三年来不少人的喜好和习惯已在潜移默化中改变,房东和房源更是重新洗牌。市场瞬息万变,爱彼迎的挑战,不仅来自对手,也来自本身。



冷暖

当地时间周二美股收盘后,爱彼迎公布了2022年第四季度及全年财务业绩报告。财务数据显示,2022年第四季度,爱彼迎营收19.02亿美元,同比增长24%;净利润达3.19亿美元,同比增长82.76%。两项数据创下公司史上营收最佳第四季度及盈利最强第四季度。

全年来看,爱彼迎2022年营收达83.99亿美元,同比增长40%;净利润18.93亿美元,创下爱彼迎首个盈利财年。2021年同期,爱彼迎净亏损3.52亿美元。

爱彼迎的收入主要来源于平台上房屋出租总额的佣金,因此,平台上房屋出租预订总额以及平均间夜单价都对营收有着直接的影响。财报显示,房源预订的平均价格远高于疫情之前,排除外汇影响,爱彼迎的ADR(已售客房平均房价)同比上涨5%至153美元。与2019年第四季度疫情前的价格相比,ADR上涨了35%。

兴业证券海外TMT首席分析师洪嘉骏认为,欧美出行需求的恢复带动爱彼迎订单量和ADR双升。“此外,此前在欧美居家隔离措施下,远程办公模式带动长租增长迅速,未来相关业务或将放缓。而爱彼迎致力扩张旅

行产品矩阵及优质房东房源,也是订单数量和ADR的重要驱动。”

同时,亚太地区的出境游在全球范围内增长最为强劲,与2021年同期相比,该地区在2022年第四季度预订的住宿晚数增加了40%。

房源供给方面,截至2022年年底,爱彼迎在全球平台拥有660万套活跃房源,创历史新高。与2021年相比,2022年活跃房源数量增加90余万套,同比增长16%。

爱彼迎表示,随着世界各地的房客大幅增加跨境旅行,疫情后前往大城市的需求也不断增加。强劲需求推动供给持续增加,吸引了海量新房东的加入。

受此消息影响,爱彼迎美股盘前涨9%,今年以来上涨了超过42%,收复了去年的部分失地。该公司的股票在2022年下跌了约50%。

去留

事实上,爱彼迎的回血是一条渐进的路线。去年第二季度财报显示,爱彼迎开始扭亏为盈。而在财报发布的三天前,爱彼迎宣布业务调整,暂停支持中国境内游房源、体验及相关预订,将全面服务于出境游。

这是爱彼迎和中国市场的“七年之痒”。2015年,面对中国游客群体的吸引力,爱彼迎雄心勃勃地进驻中国市场。但水土不服叠加疫情突袭,爱彼迎的独特体验丧失了优势。彼时,有知情人士消息称,爱彼迎中国区的住宿和体验预订通常只占总收入的1%左右。

与之对比的是,来自市场研究机构AirDNA数据显示,截至2022年4月底,爱彼迎在中国(内地)的活跃房源有50多万套,而全球活跃房源则有超过600万套。即爱彼迎在中国的房源套数一度占到全球的近10%。

某种程度上,爱彼迎和中国内地市场做切割也是让亚太区营收数字更好看的稳市值之举。有分析师表示,2022年的股价暴跌更多是爱彼迎在之前的市值过高“还债”。

在上市前,爱彼迎长期处在亏损状态,高估值上市几乎是明着在缓解紧张的资金链。2020年,新冠疫情重创下,爱彼迎亏损46亿美元。

2020年底,爱彼迎头顶着“美股年度最大IPO”的荣光上市。上市当日,爱彼迎的股价涨幅高达113%,市值突破800亿美元,远超融资期300亿-500亿美元的估值。

2021年,跟着美股大盘的走高,爱彼迎市值更是一度达到1316亿美元的高点。作为非必需消费品,市盈率达到近20倍一度成为分析人士对其攻击的重点。

不过,虽放弃了中国民宿市场,但爱彼迎没有放弃中国游客。“尽管历史上十分依赖跨境旅行的亚太地区尚未恢复到2019年的水平,但近期中国进一步优化疫情防控和出入

境政策,将会是该地区进一步复苏的利好信号。”该公司表示。

对于公司首次盈利,以及未来在中国和全球市场的发展计划,北京商报记者联系了爱彼迎方面,但截至发稿还未收到回复。

痛痒

眼下,一切重回正轨,旅游业正在加速复苏。世界旅游及旅行理事会(WTTC)最新发布的报告显示,近三分之一的消费者表示将增加国际旅游支出。正如WTTC总裁兼首席执行官朱莉娅·辛普森(Julia Simpson)表示:“当前旅行需求呈现出前所未有的强劲复苏,2023年旅游业将迎来强劲反弹,旅游业的表现将十分令人期待。”

在致股东的信中,爱彼迎联合创始人兼首席执行官Brian Chesky表示,本季度需求持续强劲,预计季度收入在17.5亿美元至18.2亿美元之间,高于华尔街预期。

但行业不得不面对的是,三年来,不少人的喜好和习惯已在潜移默化中改变了。资深旅游专家王兴斌对北京商报记者表示,随着全球各国旅行限制的放宽,未来长途旅行、跨境旅行、商务旅行等将得到改善,而爱彼迎平台以休闲旅行的用户居多,而商务旅行者则更多选择酒店居住,简单地说,爱彼迎最直接的竞争对手是酒店。

与此同时,受疫情影响,消费者对安全、卫生等要求比以往更加严苛。“愿意在第一时间出国玩耍,但是选择民宿居住的意愿很可能大幅度降低,卫生和服务更为规范的酒店或许更满足需求。”有游客如此说道。

此外,房源作为民宿产业的重要一环,是短租平台吸引用户的主要手段。虽有新房东的加入,但疫情三年,许多全职房东已经转行,许多房源也已经流向了长租市场。

不过,爱彼迎也不是没有优势。业内普遍认为,爱彼迎的用户更“纯粹”,吸引的大部分是真正推崇民宿旅行方式的房东和房客。不少游客也表示,如果有出境旅游租住民宿的需求,爱彼迎依然是优先选择。

北京商报记者 方彬楠 赵天舒

Focus

印度签下史上最大客机订单

印度航展火热举办的同时,印度航空公司也签署了商业航空史上最大飞机订单。当地时间14日,印度航空公司宣布将向欧洲空中客车公司和美国波音公司订购合计470架飞机,总数超过以往任何单家航企一次性采购飞机数量。

根据公布的交易数据显示,该航空公司将购买250架空客喷气式飞机,包括210架A320neo系列飞机和40架A350,按照2018年的价格计算,价值接近850亿美元。同时,该航空公司计划购买220架波音机型,包括190架737Max、20架787和10架777X,波音表示按照标价计算价值约为340亿美元。

在这个基础上,印度航空还有25架空客飞机的租赁,加在一起购买总数将达到495架。这个订单量已经超过了美国航空公司十多年前购买460架空客和波音飞机的订单总和,是商用航空史上最大的一笔交易。

据悉,印度航空为印度规模最大的航空公司,由印度传奇人物J.R.D.塔塔创立,在经过69年的国营历史后,去年被塔塔集团斥资152亿美元完成了私有化,使印度航空重回塔塔家族的怀抱。

在被国内第一财团塔塔集团接管后,印度航空不仅卸下了数十年来的亏损和负债,同时还获得了坚实的经济支撑。媒体分析指出,

在塔塔集团领导下的印度航空,正试图从阿联酋航空公司和卡塔尔航空手上“分一杯羹”,让印度人转变以往需要在迪拜和多哈转机的出行习惯,使印度成为未来的大型航空枢纽。

目前,印度航空是印度最大的国际航空公司,但其国内航空市场份额去年只占不到9%。印度航空的目标是在2027年年底之前占有30%的国内份额。

业内分析认为,现阶段印度航空面临的挑战将是修复其受损的国际声誉,多年来“管理不善和准点率低”已成为了印度航空公司的标签。印度廉价航空公司IndiGo正一步步占领越来越多的市场份额,如果再不改变,印度航空或只能处于连年亏损的状态。

印度总理莫迪在新闻发布会上表示,印度航空的这笔“史上最大交易”是推动印度航空业发展的重要一步。印度航空公司新任CEO Campbell Wilson表示,他们现在正在努力恢复印度航空的国际声誉,摆脱以往延迟、破败、机队老化和不佳的形象。

媒体称,在这笔巨额订单之前,塔塔董事长Natarajan Chandrasekaran就已经着手对印度航空公司进行改造,从机组人员的新制服到飞机的座椅和机上娱乐系统,共投资超过4亿美元翻新其宽体机队的内饰。

Chandrasekaran表示,此次购入的A350飞机将用于“全球所有超长距离的飞行”,单通道的A320飞机将用于短途航线。

按照路透社说法,人口大国印度的民航市场需求巨大,为通常是“赢家通吃”的航空产业提供了“罕见富矿”。在空客总部所在地法国,法国总统马克龙和莫迪在视频通话中将这笔交易称作法印两国加深合作的一项“成就”。在与莫迪的通话中,美国总统拜登也称赞这笔交易为“历史性交易”。

从空客、波音等主机制造商以及一系列国际媒体的视角来看,印度地区正在成为新的民航领域高增长市场。波音公司表示,未来20年,印度客运量预计每年增长7%,需要2210架新飞机。波音亚太区商业营销董事总经理Dave Schulte在一份声明中表示,印度市场正在迅速复苏,其国内运力已超过2019年的水平,预计到本十年末,国内客运量将翻一番。

数据显示,2013年印度大约拥有400架飞机;到2021和2022年度,这个数字增加到了约700架。目前,印度的多个航空公司正在大规模扩张机队,如印度航空、Akasa航空和IndiGo都已经下了大笔订单,预计到2027年,印度或将拥有约1200架飞机。

北京商报综合报道

· 图片新闻 ·

英国1月CPI仍处40年高位



顾客在英国伦敦购买蔬菜水果。新华社/图

北京商报讯(记者 方彬楠 赵天舒)在2022年10月份触及41年高点11.1%后,英国1月CPI连续第三个月放缓,但仍接近40年高位,比英国央行的目标水平高出5倍。

周三,英国国家统计局(Office for National Statistics,ONS)公布,1月英国CPI同比上涨10.1%,低于前值10.5%和经济学家预期的10.3%。核心CPI同比上涨5.8%,低于前值6.3%和预期6.2%。

ONS表示,通胀下跌的主要原因是运输部门的价格下降,特别是客运和汽车燃料。餐馆和酒店的价格压力也有所减轻,但最大的部分抵消影响来自酒精饮料和烟草。

英国央行预计,在能源价格回落之后,2023年的通货膨胀率将迅速下降,在今年年底到达4%,仍高于2%的目标。

英国国家统计局首席经济学家Grant Fitzner表示,最新数据显示,有迹象表明企业面临的成本“上涨速度正在放缓”,但警告称“企业价格总体上

仍处于高位,尤其是钢铁和食品”。

财政部长杰里米·亨特(Jeremy Hunt)表示:“尽管通胀有所下降都是值得欢迎的,但斗争远未结束。”他还称:“高通胀扼杀了经济增长,给家庭和企业带来痛苦。”

为了控制通胀,此前的2月2日,英国央行宣布加息50个基点,将基准利率从3.5%提高至4%。同时,英国央行预计,英国将进入温和但漫长的衰退,从今年第一季度开始,并持续五个季度。上周五公布的数据显示,英国经济进入负增长,2022年12月份GDP环比下降0.5%,弱于此前预测的-0.3%,前值为0.1%。

Mazars会计师事务所的首席经济学家乔治·拉加里阿斯(George Lagarias)认为,1月份的通胀数字与过去六个月零售业的疲软情况一致。这意味着企业没有更多的空间将成本增加转嫁给消费者,在其他条件相同的情况下,通胀放缓意味着未来经济将进一步疲软,可能还会导致失业率上升。