

携程腾讯竞抢同程 旅游入口之争火爆上演

■ 本报记者 彭涵

5月8日,同程旅游在京宣布联合微信推出的系列“1元门票”活动。然而,这场貌似“常规”的发布会却并不简单。

“各位肯定对近期中国在线旅游业发生的一些事情兴趣浓厚,甚至超过我们这个发布会本身的内容。”同程旅游CEO吴志祥刚一登台,便略带调侃地说道。

这是同程遭携程“火线参股”后,其高层的首次公开亮相——在“昔日死敌一朝结盟”后,所有人都希望从吴志祥这里得到更多的信息:一切是如何发生的?

“双程艳遇”的细节

携程到底是何时伸出的橄榄枝?吴志祥的答案是4月16日——也就是同程、艺龙宣布结为战略同盟,并在京开了声势浩大的新闻发布会的当天晚上。

经过简单的短信沟通,吴志祥与携程某高层达成了“见面谈一谈”的意向。3天后,携程董事长兼CEO梁建章与另外两位高管一起,来到了苏州维景国际大酒店,等在这里的是吴志祥与同程的另外4位高管。

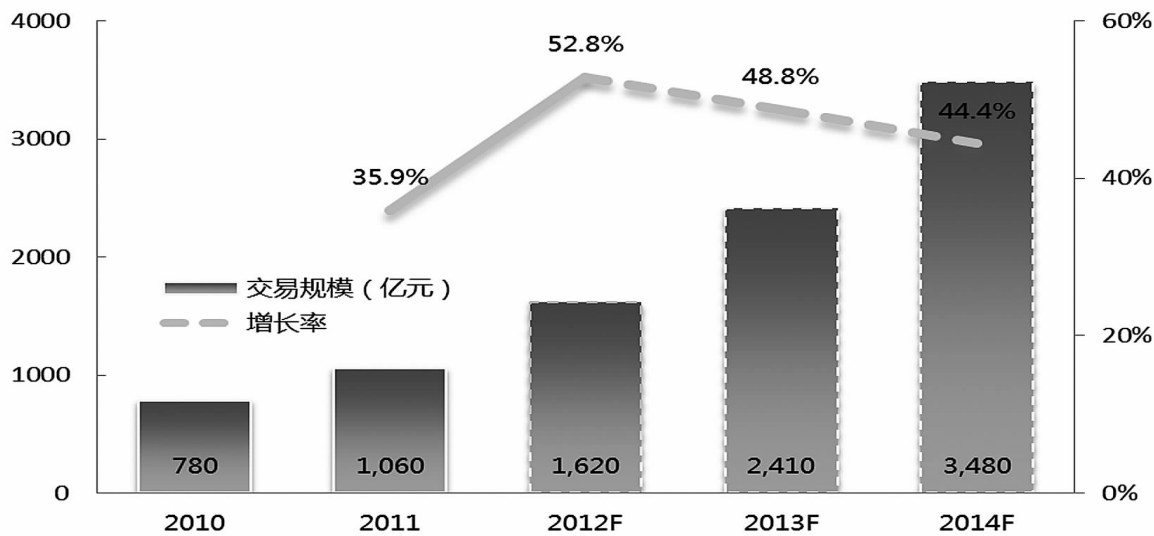
“你们五个人天天在一起?”这是梁建章对吴志祥说的第一句话——之所以对此印象深刻,是因为彼时的吴志祥颇感尴尬。正处于门票价格战打得“你死我活”的特殊时期,双方团队突然要“谈合作”,不适应感是共同的。

然而故事的结局还是令同程喜出望外。携程决定战略投资同程2.2亿美元,获得其30%的股份,同程将自己的现付门票提供给携程售卖——据吴志祥透露,这让同程的估值从获得腾讯5亿元投资后的20亿元,直接上跳到50亿元。由于本次交易以现金方式完成,同程也一跃成为手持20亿元现金的“土豪”。

在这个故事的讲述中,令中国旅游研究院行业分析师杨彦峰印象最为深刻的,是梁建章主动告诉吴志祥“可以将部分门票交给同程做”,也就是后来官方口径的“将景点门票的现付业务接入同程”。“这是为了战略性目的,做出的战术性牺牲。”杨彦峰评价道,“可以看出携程目前投资的思路相当开阔。”

在杨彦峰看来,这意味着携程决定放弃地面服务事业部已经取得的相当“战果”。该部门2013年第四季度以来在门票预订量上实现了6到10倍的高速增长,单日预订票量最高超过10万——据劲旅咨询数据显

2010-2014年中国在线旅行预订市场交易规模



注:在线交易规模指通过呼叫中心和网站预订的机票、酒店、度假产品、景区门票的成交金额的总和。

来源:易观国际·易观智库

示,携程4月现付门票预订占到整体预订的30.8%。

“资本的联系是最高等级的联系。”杨彦峰告诉《中国企业家》记者,“携程这种不求控股、支持投资对象独立发展,甚至在局部市场做出让步的风格,应该是希望昔日的对手跟自己达到战略上的协同。”他认为携程一方面巩固了自己的老大地位,同时也逐步成为中国旅游产业链真正的整合者。

“门票寡头”隐现

竞争并非不复存在。吴志祥与携程地面事业部CEO周舟都曾表示,要以景点门票作为休闲旅游的人口,把景点门票加周围的酒店、餐饮、机票等整个休闲旅游的产业链做起来——是否双方在未来仍将爆发“局部战争”?

“这个市场在去年是4000亿的市场份额,第一名携程也只占了100亿。”吴志祥告诉记者,休闲市场的潜力很大,目前携程还属于各显神通的时期。“我是不会跟携程谦让一下的,谁能抢得多谁就牛。”他半开玩笑地表示,如果同程做得足够好,说不定携程还会将某些休闲旅游业务“交给我做”。

吴志祥将携程定位为“战略竞合伙伴”。在当前这是一个略显模糊的定义,却也是一个最为精准的定义。因为哪些业务要竞争,哪些业务要合作尚无定论,一切都还有待于同程新董事会的组建与决议——吴志祥告诉记者,他已经打算将现付酒店业务接入携程,但新董事会同意与否尚不可知。“双程的博弈,才刚刚开始。”杨彦

峰表示。

无论怎样,三个月前大规模价格战的压力烟消云散,与主要对手建立资本血脉的同程,开始腾出手来做谋划已久的事情。在景区票务在线分销领域,众多企业因此突然感觉到心无旁骛的同程变得“杀气腾腾”。

在5月8日的发布会上,同程发布其自主研发的智慧票务:这是一套景区门票终端售票、取票系统。吴志祥表示,该系统是为了缓解游客在线订票后现场取票长时间排队的问题,并且节约了景区的运营成本。据了解,智慧票务系统的签约景区已经超过2000家,全国的5A景区有近一半已经或计划接入该系统。

值得一提的是,所有门票的分销商缴纳“过路费”后,就可以接入“智慧票务”。某种程度上,同程是在为信息化程度参差不齐的景区群体搭建一种基础设施类的开放平台;同时因为实时结算等特性,算是“搅和”了中票盟等门票批发平台的生意。

“有做票务的老总告诉我,他现在已经在和吴志祥无话可说了,因为他做了我的生意。”一位接近同程的业内人士说道。

旅游业的“滴滴打车”?

会上发布的“1元门票”促销活动,也引起了观察者的注意。除了有进一步挤压同行利润的价格战倾向之外,更重要的是这一活动的背后有着腾讯的影子。

同程旅游COO吴剑表示,投入1亿元的“1元门票”特惠活动每周都会有,不限量、不秒杀,将成为同程的一项常规产品。在此次发布会上,有

来自全国的近200个知名旅游景区现场与同程签订了“1元门票”活动合作协议。值得注意的是,只有通过微信支付消费者才能享受1元的特惠。

“这次活动是三方出力。景区会出力,因为他得到更多宣传;同程旅游会出力,因为提升了我们用户的市场占有率;微信也会出力,因为这拓展了微信的新用户。”吴志祥告诉记者,此次营销的成本之于同程并无压力。

4月,同程机票预订服务正式上线。虽然目前该机票服务仅在广州、深圳两地上线,但吴志祥透露其业绩可期:“每周的增长大概接近50%。”——这或多或少推进了同程与腾讯在“1元门票”上的合作。

也许作为微信支付的又一消费场景,腾讯对同程的支持力度还将加大;据腾讯副总裁彭志坚透露,在腾讯投资的两百多家公司中,马化腾亲自关心的项目不超过五个——同程即是其中的一个。同程此时的角色,类似于前段时间风靡全国的补贴大战中的“滴滴打车”,而旅游业与之叫板的“快的打车”还未出现。

值得注意的是,携程与腾讯之间的暧昧关系,在吴志祥的描述中有了进一步的确认:据其透露,此前携程收购同程是增发股份。“腾讯不同意的话携程投不进来。所以第一他知道,第二他同意。”吴志祥说道,尽管他否认腾讯在此次投资中起到了推手作用,但腾讯与携程达成某种协议的可能性,愈发清晰。

左右逢源的携程,最终将在在线旅游业翻出多大水花?这已经成了一个越来越有趣的问题。

需求直线下滑 千万吨级炼油石化项目减速

■ 本报记者 江丞华

从2014年初至今,已经有超过5个千万吨级以上的大型炼厂、石化厂因各种理由推迟启动时间,这些推迟项目的年产能总数将超过7000万吨。

业内普遍认为,国内经济放缓、环保倒逼及外国竞争等冲击全面发酵,导致了这些千万吨级大型炼油、石化项目的取消或推迟。

公开数据显示,目前中国的原油加工产能大约为1250万桶/天,2014年预计增至1310万桶/天,而问题在于,中国2014年第一季度石油需求量仅为996万桶/天。

两桶油推迟启动炼厂、石化项目

最先停下来的中国的炼油项目来自于中国石油天然气集团公司(以下简称“中石油”)。

2014年1月下旬,中石油一位官员对媒体表示,该公司已经推迟启动两座新炼厂并推迟扩建另一座炼厂,以应对产能过剩威胁,因中国石油需求放缓。

“我们确实已决定放缓炼厂产能建设,以应对中国成品油需求放缓的压力。过去10年中国国内产能增速太快。”一位中石油内部人士透露。

据了解,推迟启动的两座新炼厂分别是准备在2016年启动日产20万桶的云南昆明炼厂,原计划2013年启动的日产40万桶的广东揭阳合资炼厂。上述两家炼厂启动日期分别推迟到了2018年和2017年。此外,中石油还将扩建华北炼厂的时间从今年推迟到了2015年。

推迟启动两座新炼厂和推迟扩建计划只是中石油缩减计划的开始。

公开资料显示,中石油、卡塔尔石油国际公司及壳牌集团等三方联手在浙江台州打造的,总投资800亿元、炼油能力高达2000万吨/年的炼化一体化化工厂计划已被搁置。

中国石油集团和委内瑞拉国有石油公司Petroleos de Venezuela SA在广东揭阳成立合资的年处理能力为2000万吨炼油厂较原计划推后3年。

当中石油的炼油厂纷纷决定推迟启动之后,中国石油化工集团公司(以下简称“中石化”)旗下的石化厂也选择了推迟启动。

2014年4月28日,有消息人士透露,中石化暂停了年产能400万吨的青岛乙烯工厂建设计划。

“两桶油分别推迟了自己炼厂、石化厂的启动是很聪明的做法。虽然影响炼厂和石化厂的因素不一样,但整体传达的讯息都是一个,那就是项目要由经济效益决定,唯具有竞争力的项目才能前行。”一位不愿具名的业内人士告诉记者。

产能过剩加剧项目减速

炼油方面,中国能源需求增速不符合预期成为业内人士认为炼厂启动推迟最主要的原因。

来自路透社的公开数据显示,中国2013年石油需求创下逾20年以来最慢增速,因经济成长趋软削减了对柴油等交通运输和工业燃料的需求。

然而,近几年国内炼厂产能增幅则是增长明显。从2002年到2013年,10年多的时间,国内炼厂炼油能力增长翻倍,成为世界上增速最快的国家。

“2013年,国内主营炼厂原油加工量仅为4.8亿吨,地方炼厂开工率基本维持在40%上下,闲置炼能数量巨大,产能过剩问题愈来愈明显。若后期计划投产的广东省揭阳和云南昆明等地的大型炼油项目陆续启动的话,国内炼厂产能过剩问题将进一步加剧。”金银岛市场分析师王延婷告诉记者。

中国炼厂的推迟是因为产能过剩,而石化厂的推迟则是在产能过剩的基础上添加了美国公司的低廉价格攻击。

“页岩气产出大增,尚未带动美国液化天然气出口增加,但是却改善了美国石化厂境况,他们从天然气中生产乙烯,成本只有以石脑油为原料的中国石化厂的一半左右。成本的降低让美国石化厂在全球更具有竞争力。”上述业内人士告诉记者。

市场或迎来短期平衡

“这么多炼厂、石化厂推迟启动时间,只能说明,中国国内能源需求增速已经不再符合预期了,也能说明中国经济增速开始放缓,消耗大量能源的制造业增长也在放缓。”上述业内人士如是说。

事实上,过去3年,在汽车业、交通运输业迅猛发展的推动下,我国新建、改扩建炼油项目陆续投产,炼油能力持续增长较快,炼油能力从2011年的5.59亿吨/年增至2013年的6.27亿吨/年,年均增速达5.9%。同期,我国经济进入转型期,经济增速放缓,成品油年消费量增速从2011年的7.6%下滑至3.5%。

这一升一降使我国炼厂年均开工率连年下滑,从2011年的86.9%下降至2013年的83.2%。这种情况下,如果继续保持原来炼油项目投产的增长速度,那我国炼油能力将走向严重过剩。

“由于两桶油延缓了多个大型炼油项目的建设,因此市场上将迎来短期的平衡态势,这对国内炼油商来说无疑是重大利好。去年,国内成品油都处于供大于求态势,因此,炼油商和一些一级批发商利润都很薄,一旦两桶油再重新上马几个大型炼厂,无疑将使一些炼厂不得不停工、破产。”一位民营成品油公司负责人感叹道。

国际能源署中国合作办主任涂建军认为,“世界炼油产能过剩将长期存在,虽然中国有着巨大的国内消费市场,但看来国内炼油产能快速扩张的步伐也到了不得不放缓的节点。”

“大菜鸟”牵手“小菜鸟” 物流平台整合模式试水

■ 本报记者 宋笛

5月4日,菜鸟网络科技有限公司正式入股上海卡行天下供应链管理公司,成为卡行天下的第二大股东。

巧合的是,在业界卡行天下有着“小菜鸟”之称,其所建立的公路物流整合平台与菜鸟所希望建立的“物流智能骨干网络”有着诸多的相似之处,这一物流整合平台的兴起,对于小型物流企业又将是一次机遇和挑战。

卡行天下沉默应对入股

5月4日,在卡行天下的官网上公布了菜鸟网络正式入股的消息,按照以往的惯例,凡是被菜鸟网络“点金指”点过的地方,总是能享受一段在聚光灯下的日子,而卡行天下对这次入股却保持了高度的沉默。

不仅入股的具体金额不详,就连

入股后双方合作的方向也只是给出了一些样板书一样的官方语言。卡行天下品牌部对此的回应是,公司近期不接受任何采访,也不会对菜鸟入股一事透露更多信息。

虽然卡行天下这件事情上保持了高度的沉默,然而业界却对卡行天下接受入股的动机做了一些猜测。

“卡行天下在资金流量上很充足,卡行天下接受菜鸟网络入股除了对物流整合平台的一些长远考虑外,最直接的动机就是看好了阿里电商上的巨大货流量。”相关人士告诉记者。

该人士也向记者表示,对于卡行天下物流平台上的众多会员而言,入会的最大动力就在于能获得更多的发货量。而依据卡行天下的收费模式,会员新增发货量与卡行天下的盈利直接挂钩,接受菜鸟的入股无疑让卡行天下离阿里的巨大货流量又更进了一步,也创造了更多的盈利机会。

卡行天下接下来动作也似乎印

证了业界对于这次入股动机的一些猜测。

仅在接受入股后两天,卡行天下就高调参加了阿里物流节的活动,并带领其平台内物流公司给出了5.6折、最低一票收费不超过35元的高额优惠。

赢利点深度挖掘可期待

卡行天下的身份难以界定。作为与货主直接对接的企业,卡行天下似乎应该被界定为第三方物流企业,而从盈利方式来看,卡行天下更接近第四方物流企业。

目前,卡行天下的收入主要来源于两个方面,管理费用——卡行天下向会员会后新增的业务收取1%的管理费;增值服务——卡行天下与银行合作向企业提供金融服务以及园区集约化的分拨操作等费用。

从盈利角度看,卡行天下并没有向第三方物流企业一样在运输过程

中直接获得收益,而是通过中介服务和增值服务获得收益。

与卡行天下同样受到关注的还有其所倡导的“物流整合平台”理念。

在小型企业数量占绝大多数的国内物流市场,实现物流资源的整合似乎是一条必行之路。从早期小型物流企业自发式联盟到如今已经颇具规模又各有特色的传化、林安、普洛斯等,物流人寻求整合之路从未停歇。

广州汉威信息科技有限公司的相关负责人陈豪也是其中的一员。在陈豪看来,这种“物流整合”的理念在经历了诸多尝试后,已经开始趋于成熟。而这种成熟的机制对于小型物流企业来说不仅意味着机遇,更是隐含了淘汰机制。

而同样的,在卡行天下的会员纳入中,也有类似的筛选机制。

卡行天下的新入会员会经过一个试运营期,在持续几个月的试运营期内只有KPI考核要达到90%以上,才能够被允许成为正式成员。