



向阳而生

助力中国经济

“民宿行业有望在疫情缓解三月后回暖”

爱彼迎中国总裁彭韬：我们正联手房东自救

随着疫情防控进入关键阶段,许多行业、企业相继复工。然而,对与旅游行业密切相关的民宿行业来说,在复工后恢复到正常生产经营状态,还有不短的路程要走。

华西都市报-封面新闻记者 欧阳宏宇



爱彼迎中国总裁彭韬。

现状/ 疫情让旅游业 受到“速冻”打击

“疫情让整个旅游业受到了‘速冻’打击,预计在疫情全面缓解之后的两三个月,整个消费服务业才会逐步恢复。”2月14日,爱彼迎中国总裁彭韬接受了华西都市报、封面新闻记者专访,他在分析当前民宿行业现状时谈到,旅游产业是一个高度环境敏感性行业。突如其来的疫情,不仅对中国,甚至对全球的旅游业带来冲击和损失,这毋庸置疑。他列举了一组数据指出,受疫情影响,74%的受访者取消了旅游相关的消费,17%的受访者减少了旅游相关的支出,这对民宿而言已构成巨大的打击。

和酒店不同,民宿经营者常常是小微创业者,抗风险能力普遍不强。同时,由于不少经营者选择在近一两年入行,时值签约的房租价格在高位,前期投入回流还没有开始,现金流等储备也都在低位。

平台/ 扶持房东 展开自救行动已在进行

贷款、借款、人工费用等压力让民宿经营者几乎承受不起任何波折。

疫情开始后,爱彼迎、小猪短租、途家等民宿平台都出台了特殊保障政策协助游客退订,但退款给房东的压力一直在持续。

虽然受冲击不小,但民宿的发展潜力需求依然存在。随着复工的有序开展,平台扶持房东寻找应对措施自救、施救行动已在进行。

“接下来,最重要的工作是帮助社区中的房东们一起渡过难关。”据彭韬介绍,爱彼迎已在日前推出了“十大承诺”,包括有返还湖北房东服务费,上线房东志愿计划,优先帮扶暖心房东,同时,还将在年内推出房东成长计划。

自救/ 不少民宿老板: 将“短租改为长租”

特殊时期,短租经营备受挑战,将“短租改为长租”则是不少民宿老板想出的自救策略。爱彼迎也顺应趋势,开设“周租月租房源”推广专场,向这部分流量倾斜。对此,彭韬表示,此举意在帮助爱彼迎暖心房东获得更多连住订单,降低空房率。

此外,彭韬还建议,暂时无法正常经营的房东们可以趁着特殊时期加强技能储备,例如,学习民宿经营的相关知识,重新设计房源,或是思考如何创新运营方式,为疫情结束、旅游需求回弹时做准备。

谈及疫情之后民宿行业的发展,彭韬认为,消费者的生活回归往常之后,各消费产业都会迎来一个“报复性消费”时期,届时,近五成消费者会对旅行报以强烈的消费欲望。“参考2003年非典时期的数据可见,市场需求依然是存在的,只是被推迟了。民宿行业即便受到重创,但会非常快地恢复到原来的状态。”

吉利汽车集团副总裁杨学良： 疫情结束后，汽车新零售将迎新机遇

“疫情的影响是阶段性的,不会改变中国汽车产业转型升级的步伐,中国汽车市场发展长期向好。”2月14日,吉利汽车集团副总裁杨学良在接受记者采访时指出,疫情过后,对乘用车的消费需求有望逐步得到释放,届时,自主品牌消费会向头部品牌聚集,中国品牌的市场占有率将进一步提升。

华西都市报-封面新闻记者 欧阳宏宇



吉利汽车集团副总裁杨学良。

谈2020年车市开局 “风险是短期的、局部的、可控的”

就在一天以前,中汽协发布的1月份销量数据显示,中国汽车产销环比分别下降33.5%和27.0%。

杨学良认为,疫情让2020年的车市开局更为艰难,尤其对于一季度车市会造成较大的影响。“不管是生产或销售端,包括零部件供应链上都会受到一定的影响,但风险是短期的、局部的、可控的。”

乘用车市场在2020年开年不顺,其主要受春节回乡高峰,客流下降,以及上一年年末营销活动透支市场,消费者节后购车需求放缓等影响。进入2月,疫情对汽车市场影响凸显,不少经销商在接受采访时表示,2月份销量同比下滑50%以上,环比下滑幅度更多。

如何应对压力? “吉利将提升效率减轻经营成本”

眼下,主机厂逐步复工,除了五菱汽车、比亚迪以及广汽等车企通过做口罩的形式复工复产,重新配置产能,减轻经销商的库存压力是许多车企接下来的重要工作。沃尔沃、捷豹路虎、英菲尼迪、长城、东风等多家车企已先后表态为经销商减压,此外,吉利、宝马、奔驰则选择推出线上卖车模式去库存。

主机厂为应对需求放缓祭出的措施并不会立竿见影。在谈及是否会调整员工待遇时,杨学良表示,吉利目前没有裁员计划,不会通过调整员工待遇来减轻企业经营成本。据介绍,吉利将采用效率提升的方

式来减轻经营成本,例如,对在线下单的汽车“送车上门”,“无接触式”地向客户送车。

虽然疫情延缓了购车意愿,但也可能成为“催化剂”。疫情期间,很多人意识到汽车带来的便利性,或会在疫情过后主动购车,这也刺了主机厂开发新款车型。杨学良透露,吉利目前正在开发一款具备病毒防范功能的消费级乘用车,同时,已在研发N95级车载空调净化技术。“未来,以线上体验为核心的汽车新零售模式将迎来发展机遇,线上线下相结合的方式将为用户提供更多元化的购车体验和售后服务,这将促使车企结合用户需求和场景差异有针对性的开发智能网联汽车产品。”