

# 爱彼迎暂停中国境内游 共享民宿同行何去何从?



5月24日,共享民宿平台爱彼迎中国宣布进行业务调整,自7月30日起,暂停支持中国境内游房源、体验及相关预订,同时“固本培元,聚焦出境游业务”。作为共享民宿鼻祖,爱彼迎曾是共享经济的代表企业之一,在中国发展出不少效仿者。但国内民宿市场始终面临着诸多问题,随着共享经济退潮,加上疫情影响,爱彼迎退出后,众多效仿者又将何去何从?

现代快报+记者 潘荣 谷伟



## 业务调整,将聚焦出境游业务

爱彼迎中国官网5月24日发布致用户的一封信,宣布将进行业务调整。爱彼迎联合创始人、首席战略官兼中国区主席柏思齐也向房东和体验达人发送电子邮件,信中表示,“面对疫情挑战,我们做出这个艰难决定:爱彼迎中国将固本培元,聚焦出境游业务,即自2022年7月30日起,暂停支持境内游房源、体验及相关预订。”

柏思齐表示,将为房东和体验达人免除自2022年5月24日至2022年7月29日期间所有境内游订单的服务费,并提供一系列支持服务,尽最大可能帮助大家平稳过渡和长效发展。而其官网则给出了一系列业务调整的时间安排:5月24日11点起,用户将不能预订入住体验日期在7月29日之后的中国大陆地区房源;7月25日0时起,用户将不能预订任何中国大陆地区房源和体验;上述日期后已确认的相关预订,平台将自动取消,并提供全额退款、出境游礼金券等服务支持。

成立于2007年的爱彼迎(Airbnb),被认为是共享民宿行业的鼻祖,当初以“充气床垫和互联网在手,人人都能当房东”为口号

号,颠覆了传统的酒店行业。在共享经济的热潮下,爱彼迎飞速发展,2016年正式进入中国,并在2017年正式使用“爱彼迎”的中文名称。2020年12月,爱彼迎在美上市,首日股价大涨1.13倍,市值逾860亿美元,超过万豪和希尔顿之和,并成为当年美股最大的IPO。

为何突然暂停中国境内游业务?爱彼迎中国官方声明表示,“新冠疫情的持续反复,打乱了旅游业原本的发展步伐,也弱化了我们境内游业务与出境游业务的协同效应,境内游业务相应地面临高成本等运营挑战。”

公司官方数据显示,自2016年以来,有超过2500万人次在中国住进爱彼迎民宿。爱彼迎表示,中国团队将继续以产品创新为核,全力支持并推动全球和中国的业务举措。声明同时表示,出境游业务始终是爱彼迎在中国市场谋求长足发展的硬核。疫情前,中国已成为世界上最大的旅游客源国。“我们相信,随着出入境政策逐步放开、全球疫情得到有效控制,这一需求必将全面释放。”

## 城市民宿持续面临监管难题

对很多用户来说,不同于酒店的个性化体验是选择爱彼迎这样的民宿平台的重要原因。南京95后姑娘小陈从2016年就开始使用爱彼迎订民宿,“那时候,Airbnb还没有翻译成中文名字,也没有其他可以订民宿的平台。”

“爱彼迎的很多房源都比较有当地特色,比如苏州就是江南水乡风格的,比较贴近当地居民的生活。”小陈表示,每次民宿入住体验都还不错,商家服务态度也很好。2018年,小陈去欧洲留学,在此期间出游也会通过爱彼迎订民宿,“外国朋友用得蛮多的,他们来中国也会使用爱彼迎预订中国的民宿。”

作为共享经济的代表之一,爱彼迎身后的众多效仿者。中国市场上,包括途家、小猪、木鸟等平台纷纷崛起,携程、去哪儿、美团等在线旅游和O2O平台也纷纷加入竞争。头豹研究院数据显示,中国民宿行业的市场规模从2014年的19亿元增长至2018年的192亿元,年复合增长率高达78.3%,预计到2023年规模可达400亿元。

不过,运营不规范、监管不完善等问题逐渐显现,成为制约行业发展的瓶颈之一。在复旦大学旅游学系副系主任孙云龙看来,爱彼迎暂停中国境内游业务,最主要当

然是从经济角度考量,“但它在中国的业务开展其实始终有很大的瓶颈,监管方面对他们是不太有利的。”

孙云龙介绍,国内民宿行业其实分为两部分,一是乡村民宿,对乡村发展有比较重要的推动作用,管理也相对容易,没有太多的集聚混杂的情况;另一块是城市民宿,总的来说是一个比较灰色的地带,各地的管理政策不统一,公安、文旅、市场监管等部门都可能涉及,很多官方文件中将城市民宿称为“网约房”或“短租房”,管理的边界并不明确。

头豹研究院零售社服行业分析师同雯颢认为,近年各地纷纷出台针对民宿经营业态的经营规范、标准等,行业从此前“野生”状态开始逐渐进入监管范围,对于平台运营来说是个挑战。

另外,国内旅游行业的各类平台本就有扎实的运营基础和客户基础,从订机票、订酒店等业务传导到共享住宿业务上较为有效,在社交内容平台上的传播手段也更加多样,相比之下,爱彼迎显得本土竞争力不足。另外,爱彼迎曾表示,其2020年中国国内的业务收入占比只有1%,因此在国内疫情背景下,对于平台而言,中国市场不再那么有吸引力。

## 同行趁机接收爱彼迎房东

“如果以后疫情放开去其他城市玩,确实少了个可以预定民宿的平台。”南京姑娘小陈表示。

在孙云龙看来,爱彼迎撤出中国境内游业务,对共享民宿行业来说,可能会带来一些负面效应。“国内的共享民宿,不论是城市还是乡村,其实发展潜力都远远没有挖掘出来,主要原因就是管理方面和产业定位方面都存在一些比较暧昧的态度。”

他表示,尽管从经济效益来说,城市民宿只是很小的一块,但它的发展,更多地代表了一个城市的开放度和创新度,“很多来中国商务旅行的客人,他们的公司更愿意让员工去体验爱彼迎,因为他们认为这能帮助这些因公出差的人员更好地融入城市的文化和社区。很多高端的游客需求更加多元化,希望接触到有烟火气的生活。所以它本身就是一个体验型和文化型的产品,是传统的住宿业、酒店所不能替代的。”

不过,对于国内的共享民宿平台而言,爱彼迎退出境内游业务,也意味着它们少了一个重要的竞争对手。5月24日,途家宣布已开通“绿色审核通道”,同时即将推出“一键上线”等多项服务,帮助爱彼迎中国大陆地区的房东在途家平台尽快上线。

南京一家民宿经营者朱先生告诉记者,爱彼迎退出对他的经营影响比较大。他从2019年10月开始经营民宿,先后入驻了四家平台,目前有16套房源。“从爱彼迎上面预定的顾客比较多,大概超过60%。”



朱先生说,在经营过程中,爱彼迎对商家的帮助会更大,同一间民宿上线不同平台的价格都是一样的,但是其他平台会通过折扣让商家

让利,爱彼迎则相对好些。

此前,途家2016年宣布并购携程、去哪儿旗下的公寓、民宿业务,成为国内最大的共享民宿平台。而携程则通过多次入股深度绑定途家。而阿里则通过旗下飞猪旅行投资了小猪短租,美团则推出了共享民宿平台“榛果”。

同雯颢表示,美团等综合平台本身在国内市场运营多年,凭借流量池巨大的优势可以更好发展周边业务,并且背后的资金链更加强大,因此应对疫情这类突发事件更有优势。

孙云龙则认为,携程、美团等大平台的加入,对业态来说正面、积极的效果现在还是强于负面的,因为整个市场还不够规范,政府监管的条件还不清晰,各个平台可以一起想办法推动一些规范化的尝试。“在目前这个阶段,我觉得不论是爱彼迎还是途家、小猪,大家在一起还是需要抱团取暖,市场竞争的激烈还远远没有达到白热化的程度。”孙云龙表示。

## 未来可能恢复中国境内游业务吗?

5月19日盘中,爱彼迎股价创出107.45美元的上市以来新低,较去年2月的高点已经“腰斩”。自上市以来,其股价走出一个大大的“M”走势。其5月4日发布的今年一季度业绩报告显示,当期实现营业收入15.09亿美元,同比增长70.13%,净亏损1900万美元,同比亏损大幅收窄。

此前,由于疫情影响,2020年5月,爱彼迎曾宣布全球裁员1800人,约占员工总数的四分之一。但去年以来,其从疫情中恢复的速度令外界刮目相看。去年三、四季度,爱彼迎连续两季实现盈利,尤其四季度5500万美元的盈利水平,大幅超出市场预期。

在相关专家看来,尽管短期放弃了中国境内游业务,但未来条件允许,并不排除爱彼迎会恢复这一块业务。孙云龙表

示,爱彼迎作为企业,主要围绕商业目的进行布局。“中国整个乡村民宿、城市民宿还有巨大的发展空间,潜力远远没被释放出来,它怎么会放弃这么一大块市场?”今年一季报显示,爱彼迎平台住宿净预订量超出2019年同期的32%,而跨境游的预订量也恢复至接近2019年同期的水平。爱彼迎中国在官方微博中表示,虽然目前亚太地区跨境游业务尚未恢复至2019年水平,

“但我们相信在未来五年内,亚太地区将成长为爱彼迎在全球范围内的最重要蓝海市场之一,而中国必将成为亚太地区跨境游复苏和繁荣的坚强基石。”

同雯颢也认为,疫情完全过去,并且平台升级民宿运营和筛选的标准之后,相信爱彼迎将极有可能继续开始国内相关业务。