



疫情改变旅游消费习惯：

# 旅客从“价格敏感”转向“安全敏感”

信息时报讯(记者 叶佳茵) 根据去哪儿网数据显示,在刚过去的3月,旅客密度较小的公务舱、头等舱预定量环比2月增长46%,远高于经济舱34%的增速,而拥有更高入住标准的“安心住”产品占据了酒店订单量的八成。“在疫情影响下,许多“价格敏感性”的旅客正在向“安全敏感性”转变,出游安全成为当下旅客最关注的问题。”去哪儿网副总裁勾志鹏表示。

## 公务舱预定量增速高于经济舱

数据显示,受疫情影响,今年第一季度民航客座率大幅下降,但两舱客座

率的下降幅度远低于经济舱的下架幅度。据去哪儿网数据显示,疫情最严重的2月,选择公务舱、头等舱出行的旅客占比相较1月逆势上升,远高于2019年、2018年的占比。此外,从旅客群体来看,亲子、偕老出行的旅客搭乘公务舱出行的意愿更高,80后用户占比31%,是所有年龄段里搭乘两舱比例最高的。

## 高星酒店回暖速度超经济型酒店

不仅仅是出行,从酒店数据也能反映这个变化。根据去哪儿网数据显示,自2月份上线“安心住”酒店以来,迅速成为了酒店的预订主力,不仅占据了8

成的订单量,而且连续6周实现两位数增长。此外,3月份以来,围绕“安全”标签的搜索量增长25倍,而往年热门的延迟退房、价格便宜等标签热度则不断下降。

另外,值得注意的是,酒店服务相对完善、安全标准相对较高的高星级酒店(四星级及以上)在3月以来回暖明显。据去哪儿网数据显示,在疫情最严重的2月,四星级以上酒店入住人数下降87%,但随着3月份酒店业回暖,3月份四星级以上酒店入住人数较2月份增长2.16倍。其中深圳3月份环比2月份增速2.33倍,广州增长1.53倍,回暖速度远超经济型酒店。

旅客对出游安全的关注提升并不

意外,但为了关注“安全”而愿意牺牲低价的行为转变,正在改变着当下的旅游业。谁能推出更多满足旅客出行需要的“安心”产品,谁将在旅游业的复苏过程中占得先机。

## 非中央空调房成热门房型

据了解,去哪儿网近期上线的“非中央空调”酒店,就是根据用户近期的咨询和反馈而推出的新服务,从而满足许多用户对于独立空调的需求。据去哪儿网数据显示,全国有超5000家酒店推出了“非中央空调房”,上线一周以来,相关搜索量上涨17倍,成为去哪儿网平台上最热门的房型之一。

美团外卖回应佣金问题称

## 每单外卖利润不到2毛钱

信息时报讯(记者 卢云龙) 针对近期引发关注的佣金话题,美团外卖方面昨日首次发出公告回应,对外透露平台部分数据:美团外卖从诞生以来,持续亏损5年,即便在刚刚盈亏平衡的2019年,第四季度外卖平均每单利润不到2毛钱,平台的绝大部分收入需要投入在帮助商户提供专业配送、获取订单和数字化建设中。

美团外卖在公告中表示,2019年美团外卖八成以上商户佣金在10%~20%,真实的数字远低于各种传言和想象。2019年,300余万商家从美团外卖获得了订单,近400万骑手从美团外卖获得了收入。商家、骑手、平台从来就是一个唇齿相依的命运共同体。“今年美团外

卖的首要任务,是要通过平台切实帮扶300万餐饮商户通过外卖生存下来,并活得更好”。

美团方面透露,疫情期间,美团外卖启动了“春风行动”,推出每月5亿元流量红包、4亿元商户补贴,针对受疫情影响较大的优质商户,按不低于3%~5%的比例返还外卖佣金,覆盖全国商户数量超过60万家,对于武汉商家在2~3月全面免除佣金直至封城结束。相比疫前,七成商户外卖单量已恢复60%以上,还有三成实现反超。以广东为例,目前返佣和活动补贴累计金额已超过1亿,经平台帮扶及商户自救,广深两地餐饮外卖商家订单恢复近九成,超五成商家订单超过疫前。

4月10日,广东省餐饮服务行业协会(以下简称“广东餐协”)联合33个广东各地协(商)会向美团外卖发出《广东省餐饮服务致美团外卖联名交涉函》(以下简称《交涉函》),受到大众关注。交涉函称,美团外卖在广东餐饮外卖的市场份额高达60~90%,新开餐饮商户的佣金最高达26%,已大大超过了广大餐饮商家忍受的临界点。广东省餐饮服务行业组织呼吁美团直接减免整个疫情期间广东省内所有餐饮商户外卖服务佣金5%或以上,并重点扶持广东百强餐饮企业、钻石酒家企业、米其林餐厅及广东省省、市、区餐饮协会会员企业;同时立即取消独家合作限制等其他垄断条款。

王廷科调任

人保集团副书记

信息时报讯(记者 李晶晶) 近日,中国人保发布公告称,根据中共中央决定,王廷科任中国人民保险集团股份有限公司委员会副书记。

据了解,王廷科曾先后任职于中国光大集团、中国太平集团、中国出口信用保险公司。2018年6月起,王廷科出任中国信保董事长、总经理和党委副书记。

根据中国人保发布的年报,2019年,中国人保实现保险业务收入5552.71亿元,同比2018年增加11.4%;同年实现归母净利润224.01亿元,同比增加66.6%。

上投摩根举办

业内首场云端发布会

上投摩根基金公司旗下上投摩根MSCI中国A股ETF于昨日起正式发行,上投摩根总经理王大智领衔与投资者以云端形式进行产品交流。本次发布会邀请了众多上投摩根战略合作伙伴出场,包括摩根资产管理亚太区首席执行官、亚太区ETF业务负责人、MSCI亚太区负责人、以及各大券商的首席分析师等共同参与。

上投摩根基金总经理王大智在云端发布会上表示,看好未来中国投资趋势,尤其是新兴与成长行业。根据摩根资产管理的预测,未来10~15年,中国的GDP增速将保持在4.4%,增长速度大幅超越全球其他主要经济体。在未来5年,中国将贡献全球超1/3的增长。在当前全球经济环境正在从增长走向衰退,除了中国,找不到一个经济体量如此之大,同时增长还这么快的市场。这样的机会,是在全球其他任何一个国家或地区都难以发现的。众所周知,ETF产品具备流动性高、运作透明和交易费率低廉等优势。上投摩根MSCI中国A股ETF的管理费和托管费合计仅0.2%/年,具有费率更低的优势。

新华基金王奕蕾：

## FOF要做到在合适的时机选到合适的人

受海外市场动荡影响,近期A股迎来调整。面对基金净值回撤,不少投资者不知是该继续持有还是赎回离场。新华基金基金投资部总监、新华精选成长主题FOF拟任基金经理王奕蕾表示,当前是权益类资产较好的布局时点,买一些较好的权益资产,有助长期财富增值。给基金经理足够的时间表现,长期回报都会不错。如果投资者选择基金经理比较困难,买FOF产品是最简单的方式。

## 公募FOF具有三大优势

王奕蕾表示,目前市场风险还未释放完毕,一是不能确定疫情什么时候能够得到控制,二是经济下行的预期还没有充分反映到市场之中,但未来下跌空间有限。经过近期大幅调整,目前股债比处于历史高位,是布局权益类资产的较好时点。后续主要看好成长板块,比如5G相关应用领域,新能源汽车相关行业,以及医疗行业。

据了解,正在发行的新华精选成长主题3个月持有期FOF,主要精选具有

成长风格的金牛基金以及其他优质基金。

那么,FOF产品有哪些优势?王奕蕾表示,公募FOF最大的优势是多资产的配置。拉长时间来看,不同类别的资产在不同时间段收益和波动并不相同。公募FOF可在不同时间点增配不同资产以提高组合收益、降低波动。其次是专业筛选的功能。投资者想要从市面上众多基金中挑选优质基金比较困难,FOF产品通过基金优选可解决投资者择基难题。最后是分散风险。通过多资产配置,FOF可分散单一市场(即资产类别)和单一风格风险,帮助投资者减少资产配置失误。

## 在合适的时机,选到合适的人

公募FOF在筛选基金方面有何不同?王奕蕾分析,FOF的业绩来源主要有三层,一是大类资产配置所带来的收益,二是细分资产,包括细分风格的选择带来的收益,三是具体基金标的筛选。“作为专业机构投资者,公募FOF在

进行资产配置时一定是从大类资产出发,再去做细分资产的选择,做具体标的的筛选,最后一步就是组合的动态平衡,也就是风险管理。”在王奕蕾看来,FOF最重要的就是要做到合适的时机,选到合适的人。专业的机构投资者做FOF的时候,会对基金经理建立非常多的基金经理库,明确划分出基金经理的投资风格,在此基础上,再去进行风格性价比的筛选,最后在每一个风格上优选最优的基金经理来进行投资。

具体来看,在选基金经理时,王奕蕾会关注历史业绩、绝对收益、风险调整收益等指标,对其选股能力、择时能力给出综合评判。同时,她还会关注基金经理的投资风格,以及是否有完整的投资框架去支持其风格的稳定。此外,基金公司对基金产品的提升也非常重要,产品线、整体业绩、管理规模等等都是她关注的指标。王奕蕾表示,如果投资者选基金经理比较困难,买FOF产品是最简单的方式,交由专业机构既做资产配置,又做基金优选,选对基金经理长期回报一定会不错。