

现场/  
众信旅游“一家一团”主题系列  
直击家庭出境游消费痛点



栏目/  
在线度假：将达千亿  
六大关键词盘点新格局

资讯/  
境外旅游投资将成为外  
交战略资源



TRAVEL LINK DAILY 微信...

p2

p3

p4

# Travelink 旅业链接 Daily

Be part of our newsletter evolution. 12/12/2016 P1  
信息发布/info@tlmchina.com  
Be part of china tourism evolution. 广告合作/ad@tldchina.com



## 荷兰围绕城市概念展现资源 明年推家庭深度游线路



荷兰国家旅游会议促进局 (NBTC) 日前于北京正式启动 2017 年推广主题“荷兰假期 最好的礼物”，持续重点推广“乐游乐学乐翻天 享骑享住享海鲜”亲子游主题线路。围绕“荷兰城”概念，NBTC 并设计了多条主题线路，期望旅游业合作伙伴带领游客一同发掘荷兰丰富的旅游资源。

2017 年，NBTC 并专为中国家庭亲子游全新设计了荷兰深度旅游线路。“乐游乐学乐翻天 享骑享住享海鲜”线路依托于“荷兰假期，送给孩子最好的礼物”主题系列产品，融入了丰富的互动环节并增进了参与性和趣味性，更以“水的故事”贯穿行程，寓教于乐。

## 中国三大航空集团领导职务调整 组建董事会



依据国有企业改革的政策，近日三大航空集团公司相继公布了领导职务调整，组建董事会。据中国航空集团公司官网发布，2016 年 12 月 5 日集团召开会议公布领导职务调整决定：中国航空集团公司建立董事会。蔡剑江任董事长、党组书记，免去其总经理职务；宋志勇任总经理，免去其党组书记职务。同时宋志勇任中国航空集团公司董事、党组副书记。

中国东方航空集团公司官网也公布了 12 月 7 日集团大会上最新领导职务调整：刘绍勇任东

航集团董事长、党组书记，免去其总经理职务；马须伦任东航集团总经理，免去其党组书记职务。马须伦同时被任命为东航集团董事、党组副书记。

据中国南方航空集团公司 12 月 8 日官网公布，宣布了中层以上管理人员大会上关于集团主要领导调整的决定：中国南方航空集团公司建立董事会。王昌顺任董事长、党组书记，免去其总经理职务；谭万庚任总经理，免去其党组书记职务。同时谭万庚任中国南方航空集团公司董事、党组副书记。

## 蚂蚁短租投放首轮户外广告 两周内砸 5000 万

2016 年 12 月 12 日，中国领先的短租民宿预订平台蚂蚁短租宣布斥资 5000 万人民币投放首轮户外广告。蚂蚁短租 CEO 申志强表示：“我们将 2017 年定位为蚂蚁短租的‘品牌年’，此次北京范围的户外广告投放只是试水，为接下来全国性的广告投放做好准备，明年蚂蚁在品牌营销上的花费不会低于 6000 万美金。”

此次蚂蚁短租广告投放的主要渠道是分众传媒的电梯视频广告，平均每 45 秒就有一次蚂蚁短租的广告。通过两周密集、饱和的广告轰炸，预计北京地区至少有 2000 万人会对蚂蚁短租“家庭出游新选择”的品牌定位有了一定认知与了解。

## 凯撒旅游携手 MSC 地中海 邮轮打造首个“环中国海” 循环航线

凯撒旅游与 MSC 地中海邮轮共同宣布推出国内首条“环中国海”邮轮航线。该航线将于 2017 年 2 月正式启航，由地中海抒情号 (MSC Lirica) 围绕“天津—釜山—长崎—舟山—香港—厦门—那霸—济州—天津—釜山—下关—舟山—那霸—香港—厦门—鹿儿岛—天津”进行循环航行。

“环中国海”航线借鉴了地中海邮轮环地中海航线的“循环”理念，将覆盖渤海、黄海、东海及南海在内的中国四海，有效衔接天津、舟山、厦门、香港四大母港，实现南、北游客联动，可灵活选择上、下船港口及航线，对目前市场上常规日韩邮轮短线是极大的突破。

## 途易公布最新财年报告 线下已向线上转型

在截止到 2016 年 9 月 16 日的财年中，集团 43% 的订单都是在线上完成，较上一财年比重有 2% 的增长。

具体看来，线上订单占英国市场总业务的 58%，同比增长 4%。在数字化发展成熟的北欧市场，线上订单占总订单的 75%，同比增长 2%。途易集团最大的市场德国是唯一线上业务发展缓慢的市场，其在线订单仅占到总订单的 14%，落后于其他市场。但较上一财年有 1 个百分点的增长。

malaysia airlines  
HERE THERE EVERYWHERE  
优惠无处不在

**YES!**  
年终大促销  
高达  
**75%**  
特惠折扣

查看详情 ▶

须遵守法规。

NORDIC SURPRISES 为北欧拼惊喜  
挪威·瑞典·芬兰·丹麦

手壮还能拼到惊喜红包立刻扫码

北欧 每平方米更多惊喜

VisitDenmark NORWAY Visit Sweden Visit Finland

现场

# 众信旅游“一家一团”主题系列 直击家庭出境游消费痛点

为了更好地满足出境游市场消费升级中的新需求，作为国内领先的出境综合服务运营商，众信旅游近日正式发布了“众信制造——‘一家一团’主题系列产品”。“一家一团”充分考虑家庭小团组出游的刚性需求和关注点，出品了包括“不用倒时差、超值公务舱、享受好酒店”等系列产品，“两人成行、管家级服务、专车专导、行程灵活、惊喜价格”的贴心设计，能够让一个或几个家庭的旅程轻轻松松就能收获满足。



众信旅游集团总裁曹建出席发布会，并与现场嘉宾分享了关于消费升级的思考和观点。来自旅游局、航空公司、媒体以及家庭生活服务领域知名企业的近百名人士参加活动，并在现场临时组队、大开脑洞“制造”出多条新鲜有趣的家庭出游线路，为未来的家庭旅游开启了充满无限可能的想象空间。



## 众信旅游一家一团：自我革命把握消费升级

田女士是一家大型企业的中层管理人员，平时工作忙碌经常加班，然而作为一个5岁孩子的母亲，年末带全家老小一起出国旅行是早就定好的计划。她没有时间自己查攻略、订机票酒店，常规旅游团几十人一起走马观花也不自在，而大家庭5口人如果选择私人定制又沟通繁琐、费用高昂。最近两年，怎么让全家人在旅行中都舒适一直困扰着她。田女士遇到的问题是目前许多中国家庭在出境游消费升级中的典型痛点。

作为全球经济增长最重要的贡献力量，越来越多的中国家庭出境游消费者愿意为优质服务带来的愉悦享受买单，这样的消费升级正引领着旅游产业的发展方向。众信旅游凭借多年积累起来的行业领先优势，已经敏锐地

捕捉到了这一点，并开启了一场史无前例的自我革命——从传统的观光游到度假游产品制造者的转变。经过一年潜心研发，众信旅游2016年初提出的“众信制造”已经从概念变成有质感、可操作的实用产品。“一家一团”便是其中专为家庭出境游设计的解决方案，能够让中国家庭用户通过标准化、可定制的旅游产品去全世界享受更好的服务，为个人及家庭增加幸福感。

据悉，“一家一团”主题产品涵盖日本、泰国、美国等家庭出境游热门目的地，包括三大系列：“不用倒时差”，针对希望孩子和老人出行尽量减少时差的刚性需求，主推日本、东南亚海岛以及台湾地区；“超值公务舱”，面向对大交通要求较高的客群，提供更舒适便捷的选择；“享受好酒店”，针对对住宿条件要求较高的客群，突出酒店度假感受。“一家一团”打破了常规旅游团对人数的限制，两人即可成行，且均能享受众信旅游标准化的专车专导接待以及多年来不断精进的管家级服务；行程轻松自由，可以根据老人孩子的需求和承受能力灵活调整；享受众信旅游资源集体采购带来的超高性价比。

## 搭建跨界资源整合平台 引领行业创新风向

近年来，众信旅游坚持由旅游服务向旅行服务的战略拓展，围绕用户、资源、渠道三要素，实现产品服务的场景化、生态化，打造全方位出境综合服务大生态。“一家一团”既是旅游产品形态的升级，也是众信旅游推动“旅游+”资源优化升级的新探索。



“一家一团”主题产品发布会上，众信旅游邀请了华谊兄弟、美吉姆、瑞尔齿科等多家跨界合作伙伴，并与境外旅游局、航空公司、旅游媒体代表一起现场组队，发挥各自优势即兴设计家庭游主题产品。各小组的奇思妙想突破了家庭游的传统界限，令现场观众大呼惊喜。众信旅游集团市场品牌管理中心总经理段红娟表示，“我们非常高兴地看到，众信旅游来自不同领域的合作伙伴通过这样一次组合产生了奇妙的‘化学反应’，这不仅为未来的家庭游产品设计提供了新灵感，同时也能够让大家的资源有更多机会实现优化升级。众信旅游不仅仅是专业的旅行服务运营机构，我们更愿意为业内业外的合作伙伴搭建一个资源合作平台，以旅行为链条，顺应消费升级的大趋势，实现产品升级、服务升级，进而实现多方共赢。”

据悉，众信旅游将会以更多主题产品为载体，引入多方跨界资源，培育新的商业动能和创新力量，以满足用户新型消费需求，培育更庞大且细分的消费客群。

## 希尔顿花园酒店首次亮相活力之都香港

希尔顿(NYSE: HLT)和希尔顿花园酒店近日宣布，香港旺角希尔顿花园酒店在中国香港特别行政区(SAR)正式开业。香港旺角希尔顿花园酒店由希尔顿管理经营并由港中发展集团有限公司投资兴建，设有258间客房，是繁华大都市香港的首家希尔顿花园酒店。它也是自从1990年香港港丽酒店开业以来在特别行政区开设的首家希尔顿酒店。

香港旺角希尔顿花园酒店位于旺角黄金地段。酒店周围有旅游景点环绕，包括大型购物中心、多姿多彩的街头集市和时尚夜店，都市观光非常方便。

## 国内受理首个不合理低价出境游案



近日，被媒体称为国内首个关于境外低价游的诉讼案件在朝阳法院进行举证质证，对低价游中消费者权益的维护，覆盖到出境游领域，案件审理将对出境游中的不合理低价行为起到警示。

六十多岁的案件原告薛女士今年5月与中旅体育旅行社签订《团队出境旅游合同》，根据原告律师提供的案情，薛女士姐妹随队乘机出国后，导游要求游客参加自费游，由于薛女士二人没有参加，原告方认为“这导致旅行社工作人员在旅行过程中对其服务非常恶劣”。

薛女士回国后一直在维权交涉，找旅行社投诉，经消费者协会调解，再向国家旅游局投诉，一直没有得到满意的解决。目前原告方的诉讼请求是旅行社赔偿薛女士二人共1万元，要求赔礼道歉，以及精神损失费1元。举证期限没有设定，开庭时间将延后。

FROM THE HEART OF EURASIA

北京—莫斯科

新联程航班，每周往返2次  
(2520元起)

air astana

行程	班期	航班号	出发/到达时间	总时长
北京—阿斯塔纳/阿拉木图—莫斯科	周四	KC228 KC893	02:55 - 07:00 08:20 - 09:15	11小时20分钟
	周六	KC888 KC275	05:55 - 09:10 10:35 - 12:35	11小时40分钟
莫斯科—阿斯塔纳/阿拉木图—北京	周一	KC894 KC227	10:20 - 16:50 18:40 - 01:55+1	10小时35分钟
	周日	KC276 KC887	13:40 - 21:15 22:25 - 04:55+1	10小时15分钟

哈萨克斯坦阿斯塔纳航空公司 北京代表处: 010-64651030

# 在线度假：将达千亿 六大关键词盘点新格局

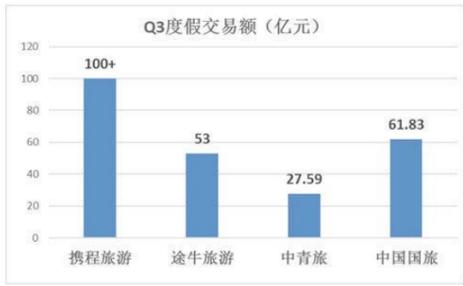
随着多家在线旅游公司 (OTA) 最近发布第三季度财报, 2016 年在线休闲度假市场格局浮出水面。规模达千亿的市场, 为什么有的公司能够盈利, 有的不断巨亏? 未来将出现怎样的发展趋势? 以下是 6 大关键词: 规模、毛利、增速、支出、盈利、投资。

## 规模

规模和市场份额决定了影响力。根据劲旅、艾瑞等机构发布的报告, 2015 年在线度假市场规模超过 700 亿。从今年各家表现看, 如果按照 40% 左右的增速, 那么 2016 年全年的市场交易规模可达 1000 亿元左右, 在我国旅行社市场中在线渗透率预计达 25%。线下旅游向在线转移的趋势并没有改变, 各大 OTA 依然可以享受这一红利。



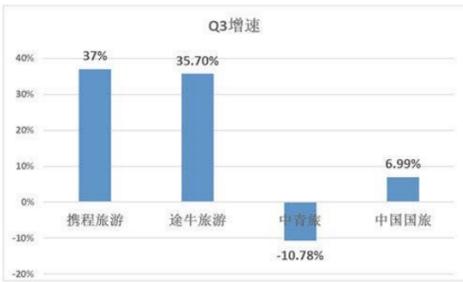
但几大在线旅行社的规模拉开了差距。携程旅行网的第三季度财报显示, 旅游度假业务营业收入为 8.13 亿元。如果按 8% 的毛利率, 本季度的交易规模将超过 100 亿元。途牛的第三季度跟团游和自助游的交易额为 53 亿元。这意味着从交易规模和市场份额看, 途牛的是携程旅游的一半左右。携程在休闲度假市场的领先优势加大。



相比在线 OTA 单季度百亿规模, 传统旅行社相对逊色。中青旅 Q3 净营收 27.59 亿元, 众信旅游 2016 年前三季度营业收入 83.39 亿元, 中国国旅 Q3 净营收 61.83 亿元。

## 增速

从 2016 年的增长速度看, 在线旅行社业务依然处于高速增长中, 普遍达到 30%-50% 的同比增长。但部分企业出现增速放缓的趋势。途牛 Q3 净收入同比增长 35.7%; 跟团游和自助游的交易额增长 34.8%, 创下了近两年的最低。第四季度预期增长只有 10% 至 15%。携程旅游业务营业收入 Q3 增长 37%, 在增长速度上实现对途牛的反超。

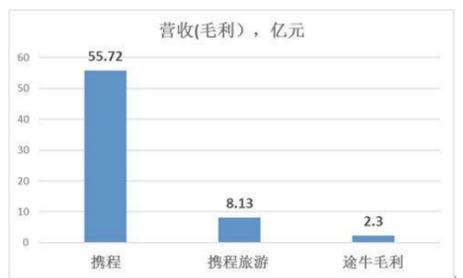


但在旅行社的增长率依然大幅超过旅行社市场。第三季度, 中青旅净营收同比下降 10.78%。中国国旅增长 6.99%。

## 毛利

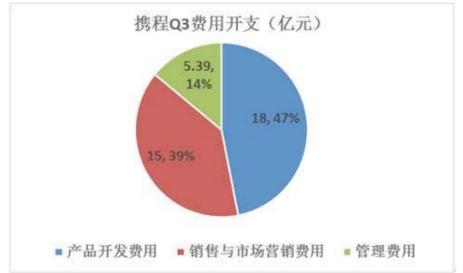
度假业务的毛利率偏低, 但 2016 年有提升的趋势。财报显示, 第三季度途牛毛利率为 5.8%, 净收入为 40 亿元, 那么季度毛利为 2.3 亿元。对比

看, 携程旅游度假业务营业收入为 8.13 亿元, 是途牛毛利的 3.5 倍。携程整个公司 Q3 净营收 55.72 亿元, 是途牛毛利的 24 倍, 毛利率为 78%。



## 支出

钱花在哪里, 公司就向什么方向发展。携程依然把主要的钱投在产品开发上, 第三季度这部分费用在支出中是最高的, 占总费用的 47%, 达到 18 亿元, 占净营业额的 27%。其次是销售与市场营销费用 15 亿元、管理费用 5.39 亿元。可见产品、技术与服务的创新研发, 依然是巨头最为投入的领域, 以确保竞争优势和用户体验。



从另一家上市公司途牛的支出看, 第三季度, 在 16.6 亿元的总支出中, 花钱最多的是运营费用 8.3 亿、销售与市场营销费用为 4.9 亿元, 占比近八成。途牛的快速成长主要得益于在电视广告、明星代言等砸钱投入。研究与产品开发费用只有 1.68 亿元, 只占总费用的 10%。这可能导致在新产品、技术创新特别是移动端等方面缺乏投入。

## 盈利

盈利仍是检验企业是否成功的唯一标准。从最新财报看, 携程是唯一盈利的 OTA, 2016 年第三季度净利润为 5.81 亿元, 是上季度净利润的 10 倍。携程营业利润率为 18%, 这是携程合并所投资公司财务业绩两个季度后重新实现净盈利。去哪儿网也实现季度盈利。

但也有公司今年的亏损持续扩大。途牛第三季度净亏损为 5.7 亿元, 去年同期净亏损为 4.3 亿元。从公开财报数据算来, 最近四个季度, 途牛总共亏损额度达到 24.5 亿元。不过值得安慰的是, 比上个季度的净亏损确实收窄了不少。

## 投资

财大气粗的携程大手笔投资上下游企业, 并向海外扩张。包括与众信旅游、东航的投资合作, 与去哪儿度假合并, 在采购、服务、技术研发等方面充分协同; 战略投资旅游百事通, 获得旅游百事通拥有的 5000 多家门店; 战略投资“海鸥旅游”和“纵横集团”两家最大的美国华人旅行社, 进一步强化出境游和国际布局。

电商分析人士认为, 在线旅游市场已经分道扬镳, 呈现不同的发展道路, 烧钱模式实际上已经破灭, 行业已经面临转折点。携程这类一站式巨头公司已开启对度假市场的全面整合, 效率、创新、盈利将成为 2017 年市场的关键词。



## 栏目

### 游遍纽约州

纽约, 大家都非常熟悉, 但纽约州有哪些旅游资源, 相信很少有同行特别清楚。《游遍纽约州》本期将带您了解——纽约州最大规模的农场精酿啤酒。



# 纽约州最大规模的农场精酿啤酒将把 获得I LOVE NEW YORK许可的啤酒 推广至中国



纽约州州长安德鲁 M. 库默 (Andrew M. Cuomo) 日前宣布, 通过与纽约规模最大的农场啤酒厂的合作, 将首款正式获得“我爱纽约”(I LOVE NEW YORK) Logo 许可的啤酒推广至中国各地。坐落于雪城 (Syracuse) 的帝国精酿公司 (Empire Brewing Company) 旗下的“双龙牌”(Two Dragons) 啤酒现已冠上全球认可的经典“我爱纽约”旅游标识, 并将作为纽约州境内蓬勃发展的精酿啤酒业和农业旅游景点的推介产品。

“纽约州欣欣向荣、蓬勃发展的世界一流精酿饮料业在全州境内创造了新的就业机会, 促进了经济增长。这次独特的合作将有机会把纽约最优质的产品推介给全球消费者,” 库默州长表示: “经典 Logo 标识‘我爱纽约’将用于推广纽约州的优质食品和饮品, 帮助吸引更多游客造访精酿饮料生产厂, 推动该行业的持续发展, 并在全州境内提高旅游收益。”

此次率先进入中国市场的“双龙牌”啤酒是一种麦芽类啤酒, 使用纽约州的啤酒花和中国红茶一起酿制而成。帝国精酿公司所有人戴维·卡特斯基先生 (David Katleski) 在一次访华期间受到启发, 想到将美国精酿技术与历史悠久、工艺精准的中国制茶融合起来。这款啤酒最初旨在面向中国市场, 后因需求高而被配送到帝国精酿公司在纽约州、新泽西州和特拉华州的分销网络。帝国精酿公司计划在啤酒厂不断发展和扩张的过程中提高产量。

该啤酒由位于卡泽诺维亚 (Cazenovia) 的新建酿酒厂生产, 并通过纽约州上州振兴计划 (Upstate Revitalization Initiative) 获得了州政府拨款。帝国精酿新建的农场式啤酒厂占地 42,000 平方英尺 (约合 4000 平方米), 是纽约州境内规模最大的农场啤酒厂, 并将创造近 80 个新工作机会。新酒厂使得该公司将产量从每年 4,500 桶提升至第一年的 17,000 桶, 并持续增加直至第三年达到 20,000 桶。

这间于 2016 年新落成的农场式啤酒厂也为纽约州旅游增添了一个新的去处。想要了解纽约州上州地区酿造啤酒工艺, 以及深入了解美食美酒体验的游客们, 可以在每周六和周日, 到访这座农场。在这里, 游客们可以通过参观了解精酿啤酒的制造工艺, 一窥纽约州的精酿饮料行业, 并且亲自品尝到不同风味的精酿美酒。

“我爱纽约双龙牌”(I LOVE NEW YORK Two Dragons) 啤酒将于 2017 年 2 月登陆中国市场。

## 纽约州欣欣向荣的精酿饮料业

这项合作是基于纽约州在过去五年间取得的成就, 包括颁布《纽约州工艺法》(Craft New York Act)、为生产商减少负担性要求、缓解工艺产品在营销上的限制等。

自 2011 年起, 纽约州执行了多项重大变革, 并扩大了多项计划的范围以发展精酿饮料业, 具体包括: 斥资 6,000 万美元进行全州推广, 并在纽约州各地举办葡萄酒、啤酒与烈酒峰会。从五指湖地区到萨拉托加首府地区, 随处可见纽约州投资于精酿饮料业所取得的成就:

纽约州拥有超过 900 家葡萄酒庄、啤酒厂、酿酒厂和苹果酒庄; 纽约州的农场葡萄酒厂的数量增长了 60% 以上, 从 2010 年的 195 家发展到如今的 316 家;

此外, 小型啤酒厂的数量增长了 285%, 从 2010 年的 40 家发展到如今的 15 家, 农场蒸馏酒庄的数量从 2010 年的区区 10 家发展到如今的 98 家;

自 2011 年以来, 州政府设立了两项新许可证: 2013 年设立的农场啤酒厂许可证和 2014 年设立的农场苹果酒庄许可证; 纽约州现拥有 132 家农场啤酒厂和 24 家农场苹果酒庄。❤



纽约州旅游局中国代表处  
trade@iloveny.com.cn  
www.iloveny.com

北京: 010-64301893  
上海: 021-63858501  
广州: 020-87300366  
成都: 028-61326792

Beijing@iloveny.com.cn  
Shanghai@iloveny.com.cn  
Guangzhou@iloveny.com.cn

## 境外旅游投资将成为外交战略资源

“中国现已成为世界上最大出境旅游国、最大出境旅游消费国。出境旅游和旅游投资可以作为重要的外交战略资源，对于南海不同国家采取不同措施”，12月11日，北京第二外国语学院院长助理邹统钜在“三亚·财经国际论坛”上如此表示。

邹统钜建议，对于与已有冲突的国家，可以利用出境旅游战略资源来促进和解；对于与己相对较友善合作的国家，可以通过“客流”和“投资”引导，让游客到合作较友好的国家去，此举对这些国家会有很大的促进作用。

## Hotelsoft推出酒店智能实时价格功能

### ——Liveshop

Hotelsoft Inc. 是一家旧金山湾区的创业公司，致力于为酒店业开发最新技术的创新性和集成性的软件，它最近推出了名为Liveshop的市场智能价格商店功能。

Liveshop 将提供各大 OTA 和元搜索的实时价格，如 Expedia、Booking、Trivago 和 TripAdvisor。此功能还将强化该公司的旗舰产品 Hotelsoft One 平台，该尖端平台融合了酒店的有机需求，以及如酒店定价、机票、城市活动、TripAdvisor 评级和其他第三方数据的外部需求影响因素，为酒店做出更明智的定价决策。

## MSC 90亿欧元打造Bellissima 已正式开始建造

MSC 地中海邮轮与全球邮轮制造业领军者法国大西洋船厂 (STX France) 于 2016 年 11 月 30 日在法国圣纳泽尔共同为 MSC Bellissima 举办了传统的钢板切割仪式。这标志着地中海邮轮传奇级的第二艘邮轮正式开始建造，并将于 2019 年正式下水服役。

地中海邮轮斥资 90 亿欧元打造的未来邮轮计划将使其运力在未来十年内增长两倍。作为未来邮轮计划的一部分，MSC Bellissima 将成为 11 艘新一代邮轮中第 4 艘下水的邮轮。

**你又不是超人，  
哪有空，记住所有  
注册名密码啊？**

SO EASY  
一次简单注册 享受多门课程

**67,000** 旅行社学员 **CTOA**  
China Travel Online Academy  
中国旅游业在线培训学院

中国旅游业在线培训学院 China Travel Online Academy (C.T.O.A) 是由 Travel Link Daily《旅业链接》独家出品，中国目前旅业领先旅业在线培训平台，课程涵盖境外目的地、邮轮、航空等多门中文课程，已累计旅行社学员超过 50,000 名。

## Expedia TAAP亿客行旅行社联盟计划 登陆中国



Expedia 亿客行旅行社联盟计划 TAAP 本月 6 日已正式登陆中国，其上线发布会于 8 日及 12 日分别在北京及上海举行。TAAP 作为 Expedia 亿客行全球化的推广项目，庞大的资源和价格优势为其核心竞争力。

据介绍，亿客行旅行社联盟计划隶属于Expedia集团下，是一个致力于服务旅行社销售需求的项目。该计划最初开始于欧洲和北美地区，启动至今已有15年的良好运营历史，并与全球超过5万家旅行社建立了长期合作关系。其最大优势是为旅行社代理人提供具有竞争力的佣金：酒店基本佣金从9%起，套餐、租车和活动的佣金也十分可观，并且，TAAP还会每月向代理人支付市场推广费。

## 定位中端 宜家要在华跨界酒店业务



根据业内最新消息，宜家计划在国内修建首个购物、家具、办公、公寓和酒店综合体，预计在 2019 年年底开业。宜家在国内外跨界酒店，原因在于拓展品牌外延。

据报道，宜家此次推出的综合体位于长沙，总投资约 36 亿元，总建筑面积约 40 万平方米。其中酒店定位为中档精品酒店，目前宜家正计划与国际酒店品牌运营团队进行合作。此前，宜家曾在欧洲与万豪合作，共同推出了 Moxy 酒店。而公寓也同样打出了“精品”的口号。

## 众荟信息定增募资4476万元 携程持股67%

近日，众荟信息技术股份有限公司(以下简称“众荟信息”)发布股票发行报告书称，其以定向发行的方式完成发行人民币普通股 259.07 万股，募集资金 4476.73 万元，本次定向发行对象为 7 名机构投资者及 1 名资管计划。

公告显示，本次定向发行股票价格为每股人民币 17.28 元。众荟信息 2015 年 12 月 31 日经审计的净资产为 4.24 亿元，净利亏损 6206.89 万元，每股净资产为 7.15 元。据众荟上半年公告数据，2015 年 1-9 月、2014 年、2013 年，众荟信息净利润分别为 -3079.29 万元、540.58 万元和 876.38 万元。



*Mauritius: It's a pleasure.*

**乐在毛里求斯**

