

סיטריפ הסינית מכוונת אל שוק התיירות העולמי

Posted on 15 בספטמבר 2019 by עירית רוזנבלום



Trip.com Group Ltd בונה על צמיחה בינלאומית כגורם מרכזי בעסקיה, בעיקר באסיה

Categories: תיירות, ראשי

Tag: אקספדיה, Trip.com Group Ltd, בוקינג הולידנגס

בקרב תהפוך Ctrip לסוכנות הנסיעות המקוונת השלישית הגדולה שמשנה את שמה מאז 2018. המותג המוצע החדש עבור החברה שבסיסה בשנגחאי יהיה Trip.com Group Ltd. היא צועדת בעקבות המיתוג מחדש של קבוצת Priceline שהפכה ל- Booking Holdings בשנת 2018, ושל Expedia Inc. והפכה Expedia Group.

כך, המותגים העיקריים של Ctrip, Trip.com, Qunar, הכוללים את Skyscanner ו-Ctrip יתכנסו כולם תחת תחום

פעילותה של החברה-האם Trip.com Group Ltd.

Ctrip הודיעה על המיתוג מחדש במסגרת ההודעה על ההכנסות ברבעון השני בשבוע שעבר בשנחאיי. "השם החדש משקף את השירותים והמוצרים שאנו מספקים, והוא יקל על משתמשים עולמיים לזכור אותו", אמר היו"ר ג'יימס ג'יאנזאנג ליאנג במסגרת ההודעה על רווחי הקבוצה.

אגב, מנוע החיפוש Skyscanner הוא מתחרה ישיר ב-Kayak של בוקינג אחזקות (המחזיקה גם 10% ממניות Ctrip), ושל Trivago של אקספדיה.

המיתוג מחדש כפוף להצבעה של בעלי מניות באסיפה הכללית השנתית של Ctrip ב-25 באוקטובר. באופן אירוני, קבוצת Expedia מסרה בעקיפין את השם ל-Ctrip. הסיבה לכך היא ש-Expedia מכרה את השם Trip.com לגוגובוט, אשר בתורה מכרה אותו ל-Ctrip בשנת 2017 בתור Trip.com.



לדברי מנכ"לית Ctrip ג'יין סאן, במהלך שיחה עם אנליסטים פיננסיים, ההכנסות הבינלאומיות של החברה (הנסחרת בנסד"ק) עשויות להיות 40% עד 50% מסך הכנסותיה בשלוש עד חמש השנים הבאות, המהוות עלייה של 35% לעומת תוצאות הרבעון השני של 2019.

מתיחות פוליטית ומלחמות הסחר משפיעים לרעה

למרות שעסקים בינלאומיים צפויים להיות מניע הצמיחה של סוכנות הנסיעות המקוונת, ההפגנות המתמשכות בהונג קונג, המתיחות הפוליטית עם טיוואן ומלחמת הסחר בארה"ב וסין משפיעים לרעה על התוצאות הכספיות ברבעון השלישי, התריעה סאן.

מטה החברה המרכזי של Ctrip בשנחאיי. צילום

Ctrip.com

בנוסף, על פי דוח, המחיר הממוצע של כרטיס טיסה יוצא ירד בכ-75 נקודות בסיס ביולי השנה לעומת יולי 2018, כתוצאה מירידה מסוימת בביקוש וחוסר וודאות ברמת המאקרו, כך שצפוי גידול של בין 10%-15% ברבעון השלישי בהכנסות בדומה לרבעון השלישי בשנה שעברה שהראה עליה של 15% בהכנסות.

השאיפות הבינלאומיות של Ctrip התבררו באמצעות מהלך שהתרחש לאחרונה בהודו. בימים האחרונים היא השלימה חילופי מניות עם Naspers, שהפכה את Ctrip לבעלת המניות הגדולה ביותר ב-MakeMyTrip בהודו, ומחזיקה ב-49% מכוח ההצבעה בה.

ברבעון השני רשמה Ctrip הפסד נקי של 59 מיליון דולר בהשוואה לרווח הנקי של 360 מיליון דולר בשנה הקודמת. החברה ייחסה את ההפסד ברובו לערך הצולל של השקעות במניות. ההכנסות ברבעון השני עלו ב-19% ל-1.3 מיליארד דולר. את שנת 2018 סיימה עם הכנסות של 4.5 מיליארד דולר.