

证券代码：002707

证券简称：众信旅游

北京众信国际旅行社股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2014-010 总第 10 号

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）</p>																				
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>姓名</th> <th>单位</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>周颖</td> <td>银河证券</td> </tr> <tr> <td>李昂</td> <td>银河证券</td> </tr> <tr> <td>邵欣</td> <td>银河证券</td> </tr> <tr> <td>朱劲松</td> <td>银河证券</td> </tr> <tr> <td>庄楠</td> <td>银河证券</td> </tr> <tr> <td>邵卓</td> <td>建信基金</td> </tr> <tr> <td>张标</td> <td>国寿安保基金</td> </tr> <tr> <td>李泽</td> <td>融德资管</td> </tr> <tr> <td>张琳</td> <td>中国人寿资管</td> </tr> </tbody> </table>	姓名	单位	周颖	银河证券	李昂	银河证券	邵欣	银河证券	朱劲松	银河证券	庄楠	银河证券	邵卓	建信基金	张标	国寿安保基金	李泽	融德资管	张琳	中国人寿资管
姓名	单位																				
周颖	银河证券																				
李昂	银河证券																				
邵欣	银河证券																				
朱劲松	银河证券																				
庄楠	银河证券																				
邵卓	建信基金																				
张标	国寿安保基金																				
李泽	融德资管																				
张琳	中国人寿资管																				
<p>时间</p>	<p>2014 年 12 月 26 日（星期五）下午 2:00-4:30</p>																				
<p>地点</p>	<p>公司总部 C 座 7 层 777 小会议室</p>																				
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>副总经理：王春峰</p>																				
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、如果途牛、携程在线下布局，进行境外酒店自行采购，众信应该如何做？之前个人出境游，自己预订了机票、酒店，就可以完成了，基本不需要其他方面服务。</p> <p>答：众信旅游做的是出境游产品和服务，和单纯的机票、酒店预定是不同的。携程从国内的机票、酒店预定起步，逐步向度假游拓展。途牛为度假产品的 OTA。如果携程、途牛自行采购境外资源实际上携程已经进行了一</p>																				

部分境外直接采购，自行打包产品，这是携程发展的必然，众信也并不害怕，会坚持自身发展，做好出境旅游产品和服务业务。除了酒店、机票外，出境旅游产品和服务还有很多问题需要解决，如：境外订车、境外导游、境外信息等，目前之所以有人觉得机票、酒店就可以搞定出境游自由行，是因为基本没有其他公司能够提供直达中国游客的当地服务。年轻人可以自由行（但需要费时费力查找信息、攻略），但一旦行程中有老人、小孩儿会非常不方便，需要更多的服务。旅游服务企业可以很好地解决这个问题，通过集中采购资源，推出定制小团，既降低出游成本又能够提供个性化服务，解决目前团队游和自由行存在问题。

2、众信旅游在未来旅游行业的上中下游发展的重心和如何布局？

答：众信目前处于中游，链接上游的资源端和下游的渠道端。上中下游我们都会重视。第一，巩固中游，加强中游建设，如与竹园国旅的重组，且除此之外，目前批发业务仍然具有较大的发展空间；二是，尝试进入上游资源，加大资源整合力度；三是，多渠道发展零售业务。

3、目前线上代理和线下代理的比例？或者我们希望做成什么样的结构？

答：根据艾瑞报告，目前线上度假产品的渗透率在 13.9%，总体而言，线上线下游在业务比例上，目前还是线下业务的比重高，因为线上预定主要集中在北上广的年轻人，线下业务量仍旧较大。

2013 年度，公司出境游零售业务接近 30%，未来批发业务仍然是众信的业务基础，但会不断提升零售业务占比。

4、未来旅行社有哪些模式会存在？旅游企业短期热闹、中长期的结构是什么？

答：未来，线上端，是每个有一定体量的旅游企业所必备的。目前旅行社已经形成了批发-代理的模式，大型旅游企业是批发零售一体或大型综合零售商，小旅行社为旅游产品代理商。还有一些中型旅行社，有产品研发、资源采购能力的，向更加专业化的趋势发展，如现在的某一线路产品的专

	<p>线批发商（面向同业），或面向直客的专业领域的如医疗、留学服务等产品提供商。</p> <p>5、旅游特价产品的优惠来源，旅游产品的折扣如何产生？</p> <p>答：根据我们的了解，旅游产品的优惠来自其自身推广费用的补贴（资金来源靠融资），即原来推广费用于打广告，现在改为直接补贴到产品。</p> <p>众信旅游产品的折扣主要还是来自向资源端采购了低价的资源（有些资源端为了推广，主动给予让利，有些境外旅游局为了推广目的地会给予有实力的企业一些好的政策）或与其他企业合作（如银行）取得了产品补贴，否则单靠旅行社让利，因为旅游产品的毛利率本身不高，不可能一下子就有打 5 折等优惠。</p> <p>6、众信旅游与悠哉旅游网进行战略合作后，众信旅游网的作用？</p> <p>答：众信旅游网为公司官网，还会存在。我们一直强调多渠道运营，不会放弃官网建设。如国航，国航机票在携程上有大量的预定，但是国航仍然坚持发展自己的官网和直客。</p> <p>7、众信旅游产品如何运作，是先买后卖，还是卖了再采购？</p> <p>答：根据产品不同，分不同情况，如包价旅游产品（含包船、包机）需要先进行产品研发、资源采购——以取得远期采购和集中采购的成本优势，再进行销售推广。单团、单项产品，有些是可以用到预先采购的资源的，有些则需要根据客人需求再向境外方采购。</p> <p>8、2015 年的看点？</p> <p>答：2014 年我们已经做了一些工作，2015 年在企业内生增长和外延并购上会迈出更多的步伐。完成与竹园国旅的重组（目前待证监会审核）、与悠哉旅游网进行战略合作，开发更多的资源，继续实施公司“批发零售一体，线上线下结合”的发展战略，落实募集资金投资计划。</p>
附件清单	无

(如有)	
日期	2014年12月26日