



Booking.com

■ 行銷創意總監彭曉璐（右二）指，Booking會發展成科技企業。

譚德潤攝

Booking.com

財經專題

變科企 股價累升逾200倍

相信「超人」李嘉誠投資Priceline時，也不知道2006年以均價35美元沽貨後，股價上周五已收報2,031美元！今年2月改名為Booking Holdings的Priceline，港人未用過都有聽過，李嘉誠更加一度持有超過三成股權，為單一大股東。如今Booking Holdings不再只是一家旅遊平台，而是晉身科技企業。

李嘉誠太早沽貨

Priceline在1999年3月31日以75美元在納斯達克市場上市，2000年科網爆破後曾跌至1.13美元，當年得到長和系多番增持，據悉超人前後入股總成本只不過約10億元，最終在2006年以平均價35美元悉售，套現35億美元，以抵銷當時投資歐洲3G的虧損。假若超人當年堅持一股不賣，今日手持市值已達到達325億美元（2,500億港元），回報超過200倍，而非當年的2.5倍。

如今Priceline改名Booking Holdings，中國地區產品和行銷創意總監彭曉璐表示，今後公司會發展成科技企業。面對其他對手，她指Booking的優勢在於多元化業務加上客戶服務好，現時公司全球有超過17,000名客戶服務員，提供43種語言及24小時提供服務，「Booking不是一家旅遊公司，而是一間科技企業，公司着力投放大數據、人工智能、Chatbot等，改善服務，例如透過大數據為客人提供更多新的旅遊地點建議」。

被問到近年Airbnb的興起會否成其一大對手，區域經理（香港/澳門）盧家輝指，所有網上提供住宿的「都係對手」。如今平台上的民宿、住宅式公寓等特色住宿註冊亦達500萬間，公司有自己的方法提供酒店以外的選擇。至於早前有報道指酒店平台利用不同裝置訂房會出現不同價錢，當中Booking旗下的Agoda的差距更超過兩成，他指不評論其他對手做法，只強調booking.com不同平台價錢均是一致的，不會因「你搵咗十次就調高個價」。

記者：梁偉聰