

成都信息工程大学银杏酒店管理学院

酒  
店  
旅  
游  
信  
息  
采  
编



总第 92 期

3-2 期

2017.3.15



# 目 录

<b>业界动态</b> .....	<b>3</b>
2017-2021年中国酒店业整体发展预测分析.....	3
“限韩令”全面升级 国内旅游业影响几何.....	7
2017女性用户旅游消费趋势分析报告：三亚、日本最受欢迎.....	13
全国星级酒店经营数据分析之四川省篇.....	19
<b>要闻精粹</b> .....	<b>26</b>
行业要闻.....	26
两会聚焦的在线短租 到底能拉动多少就业.....	43
不止是旅游咨询场所 旅行社门店有何新价值.....	45
强调租赁属性 美国公寓力求“简单点”.....	48
<b>行家之音</b> .....	<b>51</b>
途家罗军：两会热词“分享经济”究竟如何落地.....	51
洲际 CEO：假日酒店已饱和 新品牌才是出路.....	54
<b>走进全球酒店</b> .....	<b>56</b>
2017年“旅行者之选”中国最佳酒店 TOP10.....	56



## 2017-2021年中国酒店业整体发展预测分析

信息来源：中国投资咨询网

预计，2017年我国星级酒店总数将达到10680家，未来五年(2017-2021)年均复合增长率约为-1.25%，2021年星级酒店总数将达到10157家。

### 一、有利因素

#### 营改增

2016年5月1日起，酒店业将被纳入营改增范畴，这意味着酒店业不再征收5%的营业税，而是改征6%的增值税。营改增后，过去由酒店承担的部分税负将转嫁给客人，对酒店业实为利好消息。

营改增对酒店来说是内外兼修的过程，对企业的运营和管理是很大的挑战。一方面，企业必须内部修炼，比如审视收入和成本发生的变化，进行定价策略调整；制定增值税申报和发票管理的流程，进行相关财务和税务人员的培训；对企业系统进行调整，适应增值税的核算和申报要求等。另一方面，酒店也须进行外部调整，比如判断自身业务上下游企业在营改增中收到的影响，调整产品业务链，以及复核供应链安排、与供应商和客户进行充分沟通等。

#### 互联网+

**服务智能化：**互联网+带给酒店的一个重要变化就是服务更加智能化。如把酒店的一些服务前置到移动屏幕上，使客人可以通过酒店提供的服务界面实现在线选房、支付和咨询。如此，可节省不少的人力、物力和财力。

**运营数据化：**即酒店通过“大数据”可抓取到客人的预订周期、习惯等。这样酒店可以更精确地了解供求关系，做好收益管理，同时还能发掘客人入住之外的需求，并尽可能通过增值服务加以满足。

**管理云端化：**酒店管理的云端化，即通过信息直联、渠道直联、会员系统直联等，让酒店管理更高效和人性化。



营销社群化：有人说互联网+是酒店营销3.0时代，酒店要从对传统会员的关注转变为对酒店社群粉丝的关注。正如移动互联网时代，人们的连接关系发生转变，对营销提出了新的诉求。

### **VR 技术带来新机遇**

虚拟现实(VR)产业的快速发展也为酒店业带来新机遇。在此背景下，相关酒店企业纷纷布局VR旅游领域。

VR旅游在酒店领域将带来三项利好：VR互动展示方便消费者选择，有利于个性化服务的实施；VR模拟场景可以吸引住客的消费欲望，拓展酒店消费项目；此外，酒店可以与旅游产品供应商合作，在客房展示虚拟旅游场景，以赚取广告费或与旅游产品供应商分成。

### **旅游饭店业向住宿业过渡，饭店业态趋向多元化**

行业新常态下，酒店市场需求发生了很大变化。需求结构的调整、消费主体的变化、消费诉求的升级、互联网渗透到消费习惯和消费方式的方方面面等趋势，都使得饭店业态多元化成为新常态下的必然要求。新一代的消费人群对个性化产品和服务的需求，催生了传统星级之外的业态，短租公寓和客栈民宿风头正劲，未来的酒店可能只有一间客房，也可能是酒店+。需求多元化和消费诉求的升级将为分享经济的进一步发展培育了土壤，传统酒店集团也有可能进入这个领域。

## **二、不利因素**

### **酒店业掀并购潮**

近年来酒店业收购案例不胜枚举，万豪收购喜达屋、锦江股份收购卢浮集团、安邦收购美国华尔道夫酒店、黑石收购美国高端酒店StrategicHotels、锦江集团收购铂涛集团、首旅收购如家等等。日前，锦江股份拟以人民币17.488亿元收购维也纳酒店80%股权，成为酒店业又一备受关注的收购案之一。

近年来酒店业收购案一桩接一桩，只为比拼酒店客房数量，意义并不大，没有核心竞争力和资源共享的品牌大杂烩难以形成核心竞争力。

### **酒店业经营压力逐渐增大**



全球经济波动愈演愈烈，市场消费需求疲软，加之劳动力成本、原辅料成本和能源费用持续上升，高端酒店继续面临“寒冬”考验。目前中国酒店业总体上仍处于低谷中，国内酒店局部过剩，然而新酒店依然层出不穷，持续面临转型磨合、客源分流、渠道之争等竞争困局。国际酒店集团大量签约中国高星级酒店，导致民族品牌酒店生存空间受到严重挤压。国内酒店寻求合作、进行资源整合的趋势将进一步增强，连锁酒店抱团合作将成为新常态。

### 中投顾问对 2017-2021 年中国星级酒店运营数预测

截至 2015 年底，我国星级酒店总数达到 10,956 家；截至 2016 年第二季度，我国星级酒店总数达到 10,741 家。综合以上因素，我们预计，2017 年我国星级酒店总数将达到 10,680 家，未来五年 (2017-2021) 年均复合增长率约为 -1.25%，2021 年星级酒店总数将达到 10,157 家。

图表 中投顾问对 2017-2021 年中国星级酒店总数预测



数据来源：中投顾问产业研究中心

2015 年，我国星级酒店营业收入总额达到 2,112.78 亿元；2016 年上半年，我国星级酒店营业收入总额达到 996.88 亿元。综合以上因素，我们预计，2017 年我国星级酒店营业收入总额将达到 2,018 亿元，未来五年 (2017-2021) 年均复合增长率约为 -1.04%，2021 年星级酒店营业收入总额将达到 1,936 亿元。



图表 中投顾问对 2017-2021 年中国星级酒店营业收入总额预测



数据来源：中投顾问产业研究中心

截至 2014 年底，我国经济型酒店的酒店数为 15,439 家；截至 2015 年底，我国经济型酒店的酒店数为 19,732 家。综合以上因素，我们预计，2017 年我国经济型酒店总数将达到 23,760 家，未来五年 (2017-2021) 年均复合增长率约为 12.24%，2021 年经济型酒店总数将达到 37,714 家。

图表 中投顾问对 2017-2021 年中国经济型酒店总数预测



数据来源：中投顾问产业研究中心



## “限韩令”全面升级，国内旅游业影响几何？

信息来源：中信证券

“萨德”的辐射半径可达2000公里，中国大部分国土面积将暴露在其视野下，严重损害了包括中国在内的本地区有关国家的战略安全利益！

中韩紧张关系在乐天集团与韩国国防部换地协议签署后全面升级，上周五国家旅游局对赴韩旅游发出官方提示，提醒中国公民认识出境旅行风险，慎重选择韩国作为旅游目的地，中韩旅游贸易预计将陷入停摆。

图：国家旅游局《赴韩旅游提示》



相关文章

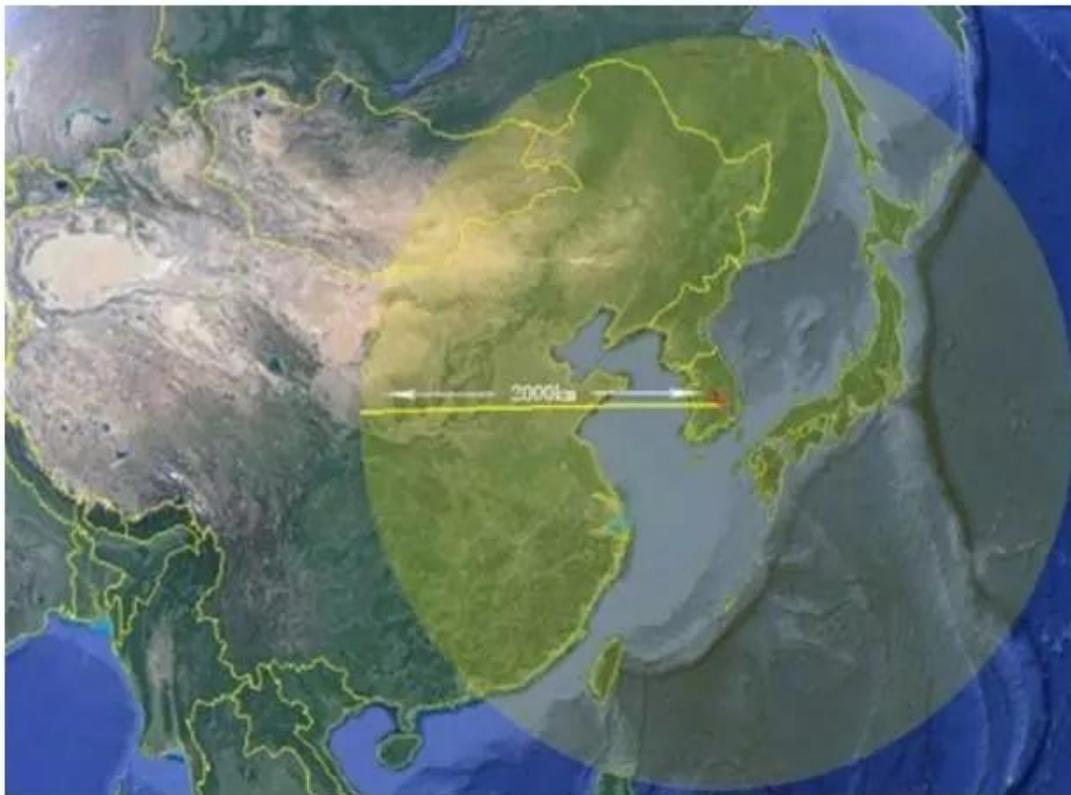
资料来源：国家旅游局，中信证券研究部

(小背景：“萨德”的辐射半径可达2000公里，中国大部分国土面积将暴露在其



视野下，严重损害了包括中国在内的本地区有关国家的战略安全利益。)

**图：萨德辐射半径达 2000 公里**



资料来源：媒体报道，中信证券研究部

### 中国赴韩游客减少对韩国本土旅游业影响大

2016年韩国入境游客约1720万人，其中中国游客约为806万人(占比47%)，为最大入境游客源地。业界预测“限韩令”将导致中国游客在未来一年内锐减60%以上；若按照首尔研究所统计的中国游客人均花费1813美元计算，韩国旅游业将面临至少87.7亿美元(约合570亿人民币)的损失。同时根据中国游客花费产生的经济连锁反应来看，韩国本国直接&间接就业人数影响达30万人以上。



表：2010-2013 中国游客花费的经济连锁反应

经济连锁效应		2010	2010 占比 (%)	2011	2011 占比 (%)	2012	2012 占比 (%)	2013	2013 占比 (%)
游客总数 (人)	总数	8,797,658	100	9,794,796	100	11,140,028	100	12,175,550	100
	中国	1,875,157	21.3	2,220,196	22.7	2,836,892	25.5	4,326,869	35.5
旅游收入 (亿韩元)	总数	119,342	100	137,371	100	151,544	100	156,624	100
	中国	32,247	27	42,843	31.2	54,341	35.9	76,722	49
产出 (亿韩元)	总数	205,198	100	237,083	100	261,857	100	272,217	100
	中国	55,812	27.2	74,594	31.5	94,655	36.1	133,717	49.1
增值 (亿韩元)	总数	100,760	100	115,364	100	127,771	100	132,209	100
	中国	27,451	27.2	36,279	31.4	64,300	36.2	65,425	49.5
间接就业 (人)	总数	349,678	100	404,364	100	451,916	100	471,857	100
	中国	99,769	28.5	133,711	33.1	172,026	38.1	240,798	51
直接就业 (人)	总数	187,785	100	216,346	100	241,842	100	251,153	100
	中国	52,803	28.2	70,150	32.4	89,727	37.1	126,456	50.4

资料来源：Korea Institute for Industrial Economics and Trade 中信证券研究部整理

可以肯定的是，此次限制中国游客赴韩旅游对在韩国本土(含济州岛)投资布局旅游资源的企业影响最为直接。(目前上市公司中新华联在济州岛投资酒店及旅游地产项目。)需要明确的是，虽然旅游局官方提示谨慎赴韩出游上周五才发出，但中韩关系紧张对赴韩旅游产生影响从2016年9月开始就已经显现，只是事件升级发酵将使赴韩游市场进一步恶化。

图：2015年至今中国赴韩游客人数及增长率



资料来源：韩国旅游局 中信证券研究部整理

### 限制赴韩旅游对综合旅行社企业影响短期

除对在韩国本地有直接投资的旅游企业影响最为直接外，其次影响较大是开通包机业务的出境旅行社及包机商。国家旅游局已于2017年3月2日召集北京多家旅行社，以口头方式下令禁止在线上销售所有韩国游产品，各大OTA旗下韩国线路产品也相继下架。目前赴韩中国游客团散比约为4:6，自由行游客中也有约一半以上通过旅行社预订产品访韩。而绝大部分出境旅行社及包机商需提前半年甚至一年向航司预付保证金，固定成本高且需承受较多风险因素。但



总体来说，由于2016年9月中韩关系紧张就已经出现，各旅行社对赴韩市场均有一定的提前预判和安排，加之旅行社大多是综合经营，未来可以通过目的地转移维持业务量，因此，负面影响将较为短期。

邮轮日韩线将受较大冲击，但考虑到中国旅游企业大多是渠道商、2016年中韩关系紧张已经显现，因此2017年包舱量预计已有控制，因此影响有限。数据显示，目前中国游客占韩国邮轮吞吐量超70%，韩国游产品的下架将直接导致赴韩邮轮航次减少，同时邮轮线路丰富度大打折扣。自2016年年底，公主邮轮“盛世公主”及地中海航运“喜悦号”已陆续消减了2-3班赴韩航线。对于出港地来说，上海、大连、天津等以日、韩线路为主的母港将受明显影响。但对于广州、厦门、三亚、香港等以越南、台湾、泰国等线路为主的邮轮母港有望受益于分流带来的客流增量。

东南亚市场预计将受益于客流挤出。2015年韩国爆发MERS疫情期间，中国赴韩游客量出现负增长，但并未对整体出境游市场产生重大影响，日本、泰国等国家接待中国游客量呈现大幅增长，挤出效应明显。目前东北亚地区局势紧张，不管是供给端还是需求都将向政治局势较为宽松的东南亚转移。考虑东南亚国家签证的便利性，同时其出行半径、产品客单价与韩国相匹配，因此除医疗观光游等高端产品之外，东南亚线路作为理想的短线出境游替代品有望承接大量游客。

图：2015年韩国MERS疫情期间日本游需求旺盛。



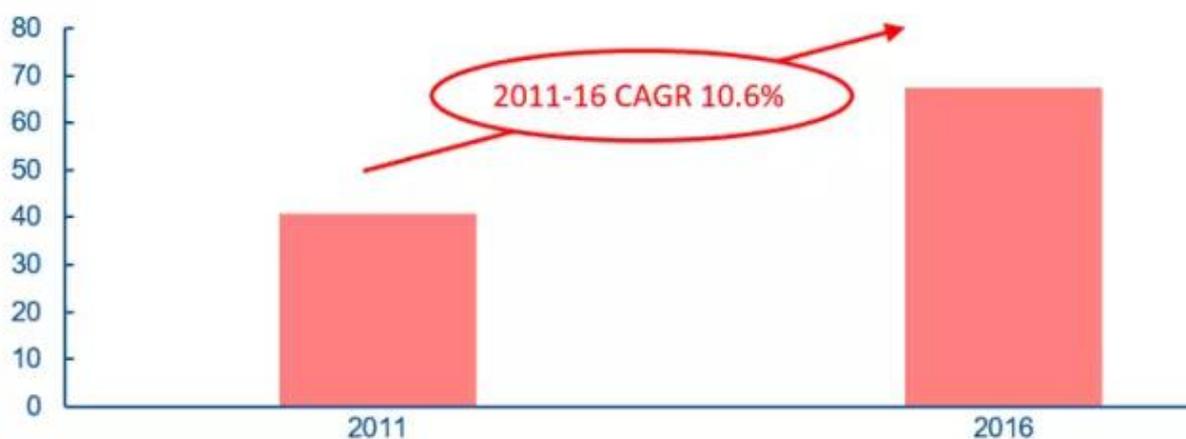
数据来源：日本旅游观光厅 中信证券研究部。



### 入境韩国游客预期也将减少，但对国内旅游企业影响有限

韩国游客是中国一些景区最大的境外游客客源国，中韩关系紧张预计也将使得韩国来华游客减少。上市公司中，张家界和黄山景区接待韩国游客比例相对较高。根据张家界武陵源景区统计，近10年来韩国一直是其最大的境外客源国，每年前往武陵源核心景区的游客量约为30万人，占境外游客数量的70%、占总游客比例近9%。《2016年黄山市旅游大数据报告》显示，韩国为黄山市最大入境旅游市场，达67.43万人次(占入境游客总数的31%)。假设其中1/3前往黄山风景区，则黄山景区接待韩国游客占比约7%(黄山风景区16年接待330万人，海外游客约50万人、占比约15%)。我们预计限韩令的持续也将使得韩国来华游客减少，但对国内旅游企业而言，入境游客在业务贡献占比中还一直较低，通过引导国内游客消费预计即可抵消掉负面影响，因此总体来说对国内旅游经营企业影响非常有限。

图：黄山市2011年、2016年韩国游客接待量



数据来源：黄山市旅游委员会 中信证券研究部

### 消费回流或将利好国内免税业务

韩国免税店行业数据显示，2015年中国游客在韩免税店消费总额为44.7亿美元(占韩国免税销售总额比重高达52%)；中国游客免税店人均花费213万韩元，远高于其他国家水平(东南亚79万韩元，美国66万韩元，日本33万韩元)。赴韩游减少转移至其他目的地或回流国内，对应的免税消费预计也将转移及回流。A股唯一免税经营商中免预计将受益。



表：中国游客访韩目的

中国游客访韩目的（单位：%）							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	外国游客平均
休闲/娱乐/度假	37.1	46.8	53.8	48.0	49.0	59.5	48.2
商务或专业活动	39.2	36.2	24.0	18.6	15.4	13.4	23.4
探访亲友	13.1	9.6	12.0	18.3	11.7	8.5	9.7
购物	-	-	-	9.7	9.8	8.7	10.6
教育	-	-	-	6.5	12.8	8.0	5.9
宗教活动	0.2	0.2	0.2	1.4	0.6	1.1	1.0
医疗健康	0.2	0.2	0.2	0.5	0.5	0.9	1.0
其他	10.2	7.0	9.8	0.4	0.1	0.0	0.1

资料来源：Korea Tourism Organization，中信证券研究部整理

备注：1) 外国游客平均水平基于2013年数据；2) 购物和教育是2011年新增调查项目。

图：2015年韩国免税店人均花费前五（单位：万韩元）



资料来源：韩国旅游发展局，中信证券研究部

总体来说，限韩令对国内旅游企业影响总体有限，但将重塑2017出境市场格局，东南亚市场将直接受益客流挤出，欧美长线市场也有望承接部分客流。



## 2017 女性用户旅游消费趋势分析报告：三亚、日本最受欢迎

信息来源：途牛旅游网

过去一年，途牛服务的女性用户占比为 52%，是出游的主力军；移动 APP 对女性用户的渗透率更高，女性移动端下单比例高达 85%。

随着女性用户经济实力和社会地位的日益提高，其所呈现的旺盛消费需求与消费能力正在催生多个新的经济增长点。继“口红经济”、“裙长理论”之后，“她经济”概念的提出，也让女性用户的市场潜力越发受到关注。对于旅游市场而言，同样如此。

在 3.8 女神节到来前夕，途牛对外发布了《2017 年女性用户旅游消费趋势分析报告》，基于平台过去一年女性用户旅游消费情况，系统分析了当前女性用户旅游消费趋势特点。

《报告》显示，过去一年，途牛服务的女性用户占比为 52%，是出游的主力军；移动 APP 对女性用户的渗透率更高，女性移动端下单比例高达 85%；67% 的女性客户更爱结伴出游，并且偏爱短途行程；天秤座、天蝎座、处女座女性最爱玩，三亚、丽江、大理和日本、泰国、印度尼西亚分别上榜女性出游国内、出境热门目的地前三甲。

### 旅游“她”说了算 单次旅游消费最高达 63 万

在现代生活中，女性对生活品质的要求逐渐提高，通过旅游来放松心情、缓解压力已经成为女性生活中不可或缺的一部分，且在旅游消费决策中，女性用户的喜好占到了“举足轻重”的地位。

中国素有“男主外，女主内”的传统，受女性细腻、周到等天性因素的影响，途牛用户调研数据显示，在团队出游和家庭出游中，多数的出行决策由女性做出，包括出游目的地、日程安排、游玩项目、消费额度等。与此同时，过去一年，途



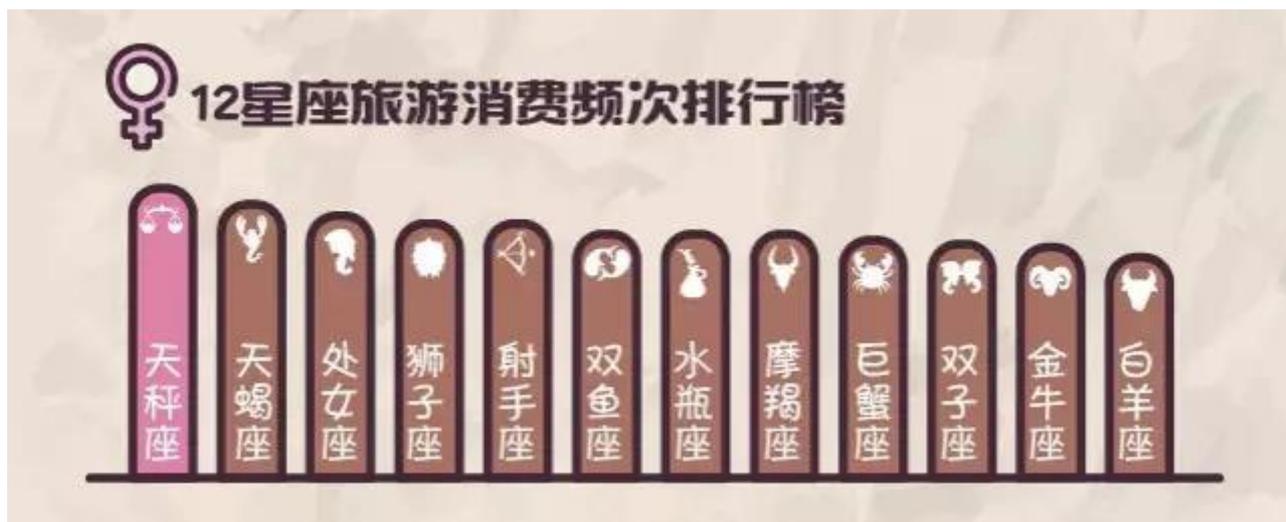
途牛服务的女性用户占比超过“半边天”，达到52%。女性不仅是旅游决策的主导者，更扮演着重要的出行角色。

在出游数量持续上升的同时，女性用户旅游消费也很惊人。《报告》显示，过去一年，女性客户年平均出游次数超过2次，单次旅游消费最高达63万元。值得一提的是，63万元的旅游消费是途牛第一个南极点签约订单，创造了最高客单价新纪录，下单的女性客户也成为了史上最短时间内到达两极极点的人。



#### 天秤座最爱玩 00后女学生青睐自助游

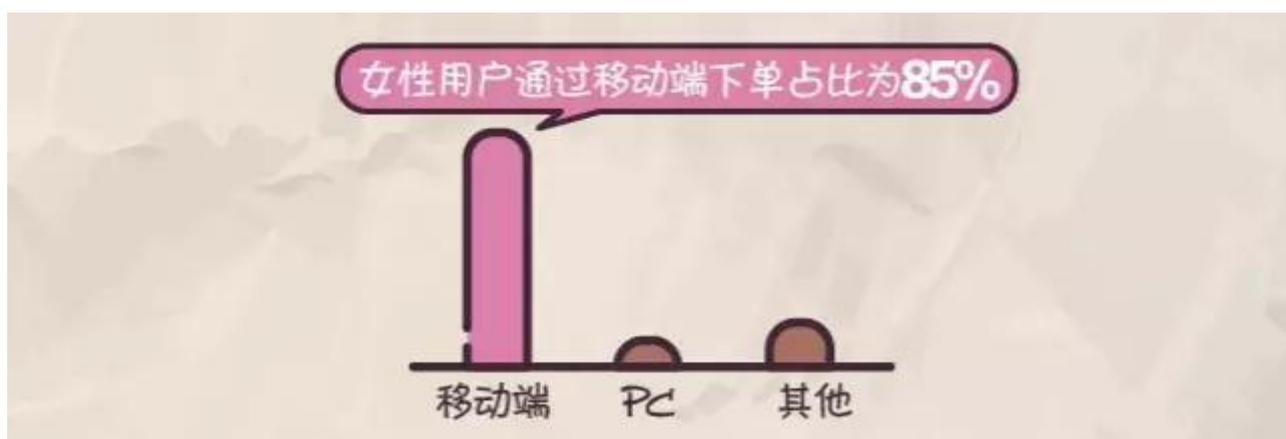
《报告》显示，按星座划分，天秤座、天蝎座、处女座的女性旅游消费频次最高，紧随其后的分别是狮子座和射手座。



从年龄段来看，70后、60后女性旅游消费更多，其次为80、90后白领女性。值得注意的是，00后女性的消费占比正在逐渐提高，出游人次比例增长至7%，成为了休闲游市场上新的经济增长点。

具体到跟团游和自助游，00后女学生更爱时间自由、行程舒适的自助游，出游人次占比17%，超过了90后。

此外，移动APP对女性客户的渗透率更高。女性用户通过移动端下单占比为85%。移动下单随时随地，更便捷、灵活是女性客户爱用移动端预订旅游产品的主要因素。



### 京沪女性最爱出游 热门旅游目的地三亚、日本上榜

《报告》显示，女性出游的十大客源地分别为上海、北京、南京、深圳、广州、杭州、天津、苏州、武汉、成都，基本为国内经济发达城市。旅游在一定程度上是一种消费性活动，过程中的交通、住宿、餐饮等都需要相应的开支，因此，女性客户的旅游消费行为会受到收入水平的影响，呈现出一定的地域特色。



女性通常喜欢以轻松的节奏展开旅行，因而风光旖旎的旅行圣地、可以“买买买”的购物天堂和休闲舒适的海岛游更受她们的青睐。在最受女性欢迎的热门目的地中，三亚、丽江、大理、杭州、厦门俘获了较多女性的芳心，位列国内游热门目的地榜单 TOP5；日本、泰国、印度尼西亚、法国、意大利是最受女性用户追捧的热门出境游目的地国家。以日本为例，购物是大部分女性出游的重要因素之一。近几年大行其道的日本护肤品、化妆品、服饰等等都会对女性有着很大的吸引力，进而影响她们出游目的地的选择。另外，日本、泰国、印度尼西亚等国签证手续的简化、交通便利等因素也为女性的出游提供了便利的条件。

具体到出境热门目的地，大阪、京都、芭提雅、福冈、巴黎等地人气较旺。此外，普吉岛、巴厘岛、长滩岛、塞班岛、冲绳是女性出游最多的境外海岛。



#### 女性更爱结伴游 较短出游行程受欢迎

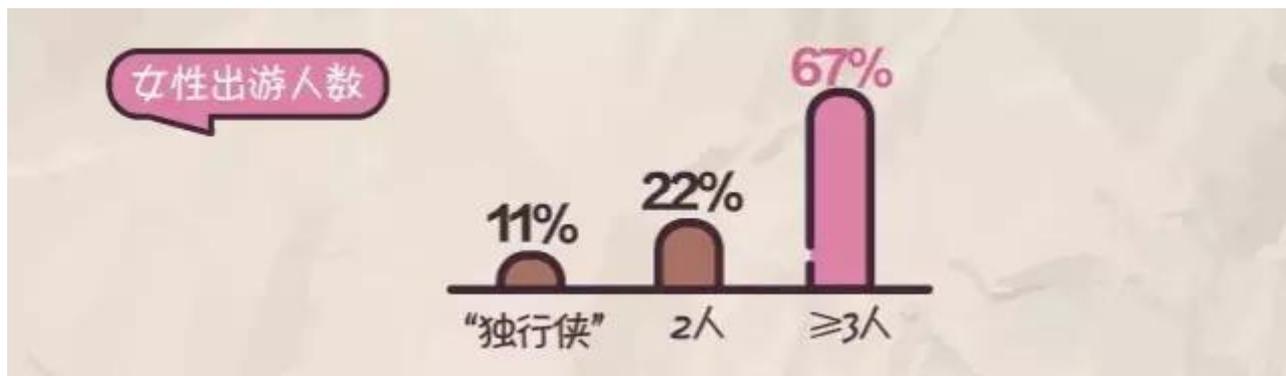
从出游方向看，较多女性偏爱国内游，同时出境游增长显著。

由于女性在旅游过程中对安全的重视程度较高，为了保证旅游过程中的安全，她们大多跟团游，出游人次超自助游 13 个百分点。

怕孤单的女性用户最爱结伴游，或者三五好友成群游玩。《报告》显示，出游人数为 2 人的订单占比达 22%，3 人及以上的订单占比 67%。此外，也有 11%



的女性选择做“独行侠”，享受自由自在的旅游时光。



在出游时间安排上，行程为3天及以下的国内游占比为87%，4-6天占比为11%，6天以上的仅为2%；这表明以赏花、戏水、登山为主的短途周边游更受女性用户青睐。在出境游方面，4-6天的行程最受女性用户欢迎，占比为33%，主要以日本、东南亚短途出境游为主。同时，行程在4天以下的当地参团及当地玩乐产品也深受女性用户喜爱，销售情况较为火爆。不管是国内游还是出境游，出游时间较短的行程安排更受女性欢迎。



## 全国星级酒店经营数据分析之 四川省篇

信息来源：合纵酒店顾问

2010-2016年第3季度，四川省五星酒店平均房价为733元，最高为2013年的824元；平均出租率为55.9%，最高为2010年的62.6%。

### 一、2010年-2015年度四川省GDP、旅游收入、旅游人次变动趋势





**数据点评：**从四川省 GDP、旅游收入和旅游人次变动趋势的分析来看，历年数据呈现增长趋势状态。增长率方面，GDP 在 2010 年后呈逐年下降趋势；旅游收入 2010-2012 年处于逐年增长状态，2013 年增长率下降较达，2014-2015 年增长率呈上升趋势；旅游人次方面的增长率，2010-2011 年上升状态，2012-2015 年处于逐年下降状态。

## 二、2010 年-2016 年第 3 季度四川省星级酒店经营数据分析

### (一) 五星级酒店经营数据分析





#### 数据点评：

五星级酒店2010年-2016年第3季度的平均房价为733元，其中最高为2013年的824元，最低为2016年的579元。从增长率变动分析来看，2010-2011年上升趋势，2012-2013年上升趋势逐步放缓，2014-2015年受国家政策影响，平均房价下降幅度较大，2016年增长率下降趋势略有增大，平均房价处于近年最低值水平。

五星级酒店出租率方面，2010年-2016年第3季度的平均出租率为55.9%，其中最高为2010年的62.6%，最低为2014年的50%。从增长率变动分析来看，2010-2012年处于逐年下降状态，2013年受国家政策影响，增长率大幅度下降，2014年增长率下降趋势略有放缓，2015-2016年止跌上升。



五星级酒店 REVPAR 方面，2010 年-2016 年第 3 季度的平均 REVPAR 为 410 元，其中最高为 2012 年的 490 元，最低为 2016 年的 316 元。从增长率分析来看，2010-2011 年处于上升状态，增幅较大，2012 年增长率放缓，2013 年受国家政策影响，增长率下降较大，2014-2016 年下降趋势逐步放缓。

### (二) 四星级酒店经营数据分析





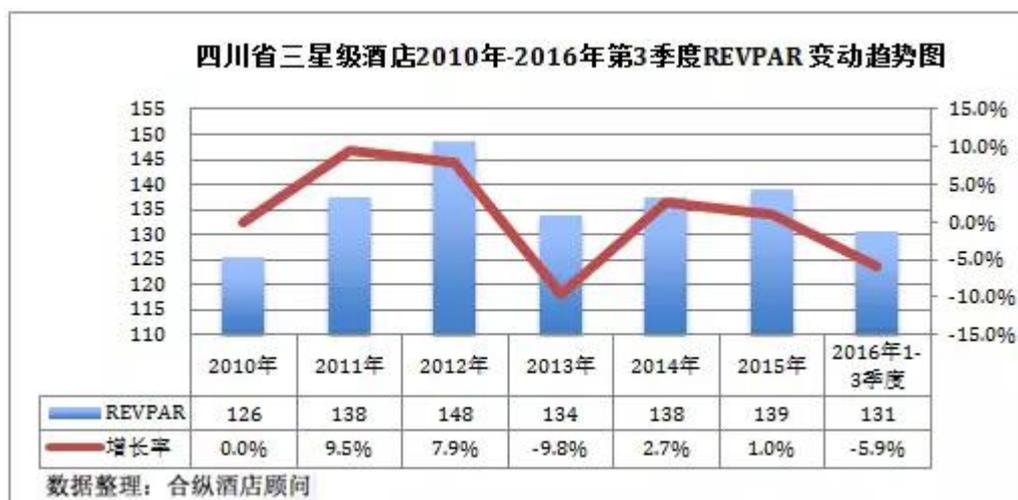
### 数据点评：

四星级酒店 2010 年-2016 年第 3 季度的平均房价为 352 元，其中最高为 2012 年的 397 元，最低为 2016 年的 316 元。从增长率变动分析来看，2010-2012 年增长状态，2013-2014 年增长率受国家政策影响，处于逐年下降状态，2015-2016 年下降趋势逐步放缓。

四星级酒店出租率方面，2010 年-2016 年第 3 季度的平均出租率为 62.3%，其中最高为 2010 年的 69.7%，最低为 2016 年的 56.2%。从增长率变动分析来看，2010-2012 年处于下降状态，2013 年受国家政策影响，增长率下降较大，2014 年下降趋势放缓，2015 年止跌上升，但 2016 年增长率有较大的降幅。

四星级酒店 REVPAR 方面，2010-2016 年第 3 季度的平均 REVPAR 为 219 元，其中最高为 2012 年的 272 元，最低为 2016 年的 178 元。从增长率分析来看，2010-2012 年处于上升状态，2013 年受国家政策影响，下降幅度较大，2014-2015 年 REVPAR 下降趋势逐步放缓，但到 2016 年增长率下降幅度增大。

### (三)三星级酒店经营数据分析



数据点评：



三星级酒店 2010 年-2016 年第 3 季度的平均房价为 225 元，其中最高为 2014-2015 年的 240 元，最低为 2010 年的 191 元。从增长率变动分析来看，2010-2011 年上升趋势，2012 年上升趋势略放缓，2013 年增长率呈下降状态，2014 年止跌上升，但 2015-2016 年的增长率，下降趋势逐步加大。

三星级酒店出租率方面，2010 年-2016 年第 3 季度的平均出租率为 60.5%，其中最高为 2010 年的 65.7%，最低为 2016 年的 55.7%。从增长率变动分析来看，2010-2012 年处于下降趋势，2013 年受国家政策影响，增长率下降较大，2014-2015 年下降趋势减弱，2016 年出租率下降趋势明显，降幅较大。

三星级酒店 REVPAR 方面，2010 年-2016 年第 3 季度的平均 REVPAR 为 136 元，其中最高为 2012 年的 148 元，最低为 2010 年的 126 元。从增长率分析来看，2010-2012 年增长状态，2013 年受国家政策影响，增长率下降较大，2014-2015 年止跌上升，2016 年的增长率下降趋势明显，降幅较大。



## 行业要闻

整理编辑：何筱寒

### 1、上海虹桥绿地世界中心酒店群任命 2 位高管

信息来源：迈点网

罗尔夫先生出任上海虹桥绿地世界中心酒店群综合体行政总厨，许雪梅女士出任铂骊酒店及铂瑞公寓行政助理经理。

近日，上海虹桥绿地世界中心酒店群任命 Mr. Rolf Wieser 罗尔夫先生为综合体行政总厨，他将负责上海虹桥绿地铂瑞酒店、上海虹桥绿地铂瑞公寓及上海虹桥绿地铂骊酒店厨房的整体运作。

来自瑞士的 Mr. Rolf Wieser 爱好摄影，从业多年的他拥有丰富的酒店厨房管理经验，曾任职于洲际、凯宾斯基、希尔顿、喜达屋及雅高等知名国际酒店管理集团。在此任命之前，他于重庆申基索菲特大酒店任行政总厨一职。

“尝试新的挑战永远不嫌太晚” Mr. Rolf Wieser 说。“绿地国际酒店集团致力于为每一位宾客打造一个融贯中西的截然不同的入住体验，而饮食文化作为中国文化的精粹，是个性化体验中相当重要的环节。”

近日，上海虹桥绿地世界中心酒店群任命许雪梅女士为行政助理经理，她将协助综合体酒店总经理管理上海虹桥绿地铂骊酒店及上海虹桥绿地铂瑞公寓的运作。

许雪梅平时爱好旅行和阅读，从业 20 余年的她拥有丰富的酒店管理经验，曾任职于洲际酒店管理集团旗下皇冠假日以及假日品牌酒店。在此任命之前，她于漳州皇冠假日酒店任房务总监一职。

“‘一带一路’的经济大环境无疑又给酒店业提供了经济上升的空间，因此具有前瞻性的针对酒店人力与物料的科学调控与管理就成为了需要首要落实的工作，进而建立在人与物基础之上的服务才能得以提高。相信在综合体酒店总经理倪可思先生的带领下，酒店必将迎来一个成功的开业。”许雪梅女士如是说，“这三家绿地品牌酒店的加入，也必将为上海这个繁华的大都市带来一丝新的活力。”



## 2、华大酒店 2016 净利 1.33 亿 同比减少 7.52%

来源：新旅界 作者：jenny

截至 2016 年 12 月 31 日，公司持续经营业务实现收入约 4.76 亿港元，同比增加 7.16%；毛利约 1.60 亿港元，同比增加 9.37%。

3 月 13 日，华大酒店（00201.HK）发布业绩报告称，截至 2016 年 12 月 31 日，公司持续经营业务实现收入约 4.76 亿港元，同比增加 7.16%，其中酒店服务收入 4.44 亿港元，物业投资 2.07 千万港元，证券投资 1.16 千万港元；毛利约 1.60 亿港元，同比增加 9.37%。此外，公司拥有人应占年度净利约 1.33 亿港元，同比减少 7.52%；每股基本盈利为 1.49 港仙（一港仙相当于人民币一分），拟派末期息每股 0.563 港仙。

集团目前拥有 8 酒店并经营 7 间酒店。所经营的 7 间酒店，共有 2037 间酒店客房，为香港最大酒店集团之一。而位于伦敦的 Royal Scot Hotel 并已租予一间酒店管理公司(Travelodge)经营。

展望未来，集团管理层继续寻求适当时机通过收购酒店物业或服务式住宅进一步增加经营溢利，若成功收购的话，将由内部现金资源或银行贷款以做融资；集团已成立合营公司已收购位于加拿大温哥华之一酒店楼宇，收购价为 8.58 亿港元，初始回报率达 4%。

## 3、国企结构认购 2.31 亿股 成中国国航第七大股东

来源：新旅界 作者：jenny

本次参与中国国航非公开发行股票 of 的申购金额为 18 亿元，最终获配金额约 18 亿元，国企结构调整基金持有中国国航 1.59% 的总股本。

3 月 14 日，中国国航公布非公开发行 A 股股票结果，发行对象中，中国国有企业结构调整基金股份有限公司（简称“国企结构调整基金”）以 7.79 元/股的价格认购 2.31 亿股，限售期 12 个月。本次发行后，截至 3 月 10 日，国企结构调整基金成为中国国航第七大股东。

根据公告，国企结构调整基金本次参与中国国航非公开发行股票 of 的申购金额为 18 亿元，最终获配金额约为 18 亿元。本次发行完成后，国企结构调整基金持有中国国航的股票数量占公司总股本的 1.59%。



资料显示，国企结构调整基金于2016年9月在北京成立，是经国务院批准设立的“国家级”基金。基金总规模为人民币3500亿元，首期募集资金1310亿元，是目前国内规模最大的股权投资基金。

#### 4、中旅总社旗下中旅外服关停 原因有待公布

来源：北京商报 作者：钱瑜 白帆

两大股东希望能够低调处理此事，以后此事只会走工商的登报流程，不便接受媒体采访。而对于究竟何时发布公告，该工作人员表示不清楚。

拥有强大“靠山”并非企业立于不败之地的法宝。3月14日，记者独家获悉，中旅总社旗下中旅外服（北京）国际旅游有限公司（以下简称“中旅外服”）确认关停，目前，该公司正在进行清算工作。对于关停的原因，有员工向记者报料称是中旅总社方面撤资，但上述中旅外服工作人员则表示，目前股东方面并未出现问题，具体原因公司会在之后发布公告。

3月14日，记者在中旅外服办公地点调查采访了解到，关停的消息已经在数天前确认，并在3月13日公司向内部员工下发了清算方案，目前相关工作正在进行。中旅外服清算组相关工作人员对记者表示，目前中旅总社和北京外交人员服务局两大股东正在就相关事宜进行商讨。

对于关停的原因，有员工向记者报料称是中旅总社方面撤资，但上述中旅外服工作人员则表示，目前股东方面并未出现问题，具体原因公司会在之后发布公告。

对于更多的细节，上述工作人员表示无法透露，均要以之后的公告为主，并明确表示，两大股东希望能够低调处理此事，以后此事只会走工商的登报流程，不便接受媒体采访。而对于究竟何时发布公告，该工作人员表示不清楚。

中旅外服是由中旅总社和北京外交人员服务局共同出资设立的公司，业务包括出入境旅游服务、国内及国际商务会议活动、国内及国际公司年会及奖励旅游服务、各型公司独立设展及参展服务、国内外签证及机票等单项代理服务等。

公开信息显示，该公司的注册资金为1000万元人民币，其中中旅总社出资510万元人民币，北京外交人员服务局出资490万元人民币，对应的股权比例分别为51%和49%。同时，工商登记注册基本信息显示，该公司的法定代表人为薛晓岗，薛晓岗同时为中旅总社的法定代表人。



实际上,就在2016年7月至2017年3月之间,中旅外服还向外发布招聘信息,对于该公司的停业,有业内人士表示相当突然。该业内人士向记者表示,中旅总社的服务对象很明确,应该与市场化布局关系并不密切,而是出于服务机构以及政策原因设立的,停业或许也与此有关系。然而,中旅总社作为港中旅旗下企业,目前也处于港中旅与中国国旅合并整合期间,此前就有消息指出,集团整合中也在梳理各个分支机构,包括盈利状态不佳的企业。中旅外服的关停是否与这一现象有关,目前尚无官方回应。

此外,记者还发现,中旅外服旗下还包括北京港中旅国际旅行社有限公司西单门市部和双井门市部,但西单门市部的工商状态显示为“已注销”。对此事件进展,我们将继续关注。

## 5、台湾开设亚洲首创潜水酒店 水深最深达21米

来源: 旅游力报

酒店主要是以潜水为卖点,以经济装胶囊客房为特色。投资方斥资2亿新台币,并特意邀请意大利建筑团队精心打造这座潜水酒店。

台湾台中西屯区开设了一家亚洲首座潜水酒店,拥有深度排行第三的潜水池。这家名为“潜立方”(Divecube Hotel)的潜水酒店楼高四层,于四楼设有潜水池,整个潜水池贯穿四层楼,以及直达地下负三层合共深21米,让客户可按程度选择水深,分别为:1.3米、3米、7米及专业级别21米。

酒店方为了让民众在城市里有座想潜水就可随时潜水的好地方,投资方斥资2亿新台币(约澳门币5,147万元),并特意邀请意大利建筑团队精心打造这座潜水酒店。酒店的潜水池内还特别设计沉船及洞穴这些特色潜水设施。

据悉,酒店主要是以潜水为卖点,因此住客的大部分活动都以潜水为主,所以酒店以经济装胶囊客房为特色,价格亦相对比较平实。

## 6、纽约滑雪场计划到2030年使用100%可再生能资源

来源: 迈点网 作者: Beverly 编译

滑雪胜地加入了纽约应对气候变化的行动中,减少碳足迹,促进可再生资源的开发,有助于确保这些度假村世代保持持续活力。

纽约的国有滑雪胜地全面投入可再生能源的开发使用中。



根据 Lake Placid News 报道, Belleayre, 戈尔和怀特沃特滑雪场承诺到 2030 年完全依赖可再生资源。

美国三个度假村, 美国卡茨基尔山 Belleayre 滑雪场, 阿迪朗达克戈尔山滑雪场和 Whiteface Mountain 已承诺加入气候项目 “I Am Pro Snow” 活动中。该计划也是纽约州长 Andrew Cuomo 力推的更广泛的清洁能源标准工作的一部分, 该计划旨在到 2030 年一半的国家电力由可再生资源产生。

Cuomo 指出 2018 年国家预算滑雪胜地升级部分建议为 2800 万美元。其中 2000 万美元将被分配给戈尔和 Whiteface Mountain, 余下的 800 万美元分配给 Belleayre。

此前 Cuomo 在一份新闻稿中表示: “凭借这一承诺, 滑雪胜地也加入了纽约应对气候变化的行动中, 减少碳足迹, 促进可再生资源的开发。这是对纽约未来的承诺, 这些设施在新的国家投资中具有里程碑意义, 有助于确保这些度假村世代代保持持续活力。”

纽约州奥林匹克区域发展局 (ORDA) 临时总裁 Mike Pratt 表示: “作为滑雪业的领导者, 我们有责任成为环境管理者。在过去的几年里, ORDA 的管理型滑雪胜地都采取措施, 使环境更加友好和高效。”

据 ORDA 的 2015 至 2016 年度报告, Belleayre 在 2015 至 2016 赛季的客流量只有 75250 次, 产生了超过 360 万美元的收入, 明显低于 2014 至 2015 年度的表现, 主要是由于不合时宜的温暖天气和缺乏自然降雪。

## 7、Airbnb CEO 暗示公司或于 2018 年上市

来源: 新浪科技

“我们正努力确保公司为 IPO 做好准备, 我曾说这是个为期 2 年的项目。现在项目可能已经执行了一半, 也就是上市准备工作已经完成一半。”

北京时间 3 月 14 日消息, Airbnb CEO 布莱恩·切斯基 (Brian Chesky) 周一在纽约参加经济俱乐部 (Economic Club of New York) 举办的午宴上表示, Airbnb 一直都在考虑上市事宜, 整个流程的周期约为 2 年, 现在大约完成了一半。言下之意, Airbnb 可能会在 2018 年 IPO, 切斯基说投资者很有耐心, 所以公司没有上市的压力。



“我们正在努力，要确保公司为 IPO 做好准备，我曾经说过这是一个为期 2 年的项目。现在项目可能已经执行了一半，也就是说上市的准备工作已经完成了一半。”切斯基告诉听众，“谈到上市问题，我们的投资者非常有耐心。没有一个投资者着急。”

上周，Airbnb 宣布新一轮融资已经结束，融资规模超过 10 亿美元，公司估值高达 310 亿美元。知情人士称，2016 年下半年，按 EBITDA(未计利息、税项、折旧及摊销前的利润)标准 Airbnb 已经盈利。

切斯基还表示，就目前而言，Airbnb 的目标是成为一家“强健”的公司。他说：“当有人打倒你时，你必须有能力站起来。”他还说曾经看到许多公司因为急于上市栽了跟着。

一些私营企业渴望上市，切斯基认为 Airbnb 不同，它现在不缺钱，Airbnb 曾经收购一些小企业，完成收购时拥有足够的资金，不需要融资。切斯基还说，公司之所以谋求上市，主要是让股东获益。

## 8、每天限客 2000 人 “中国天眼”景区对公众开放

来源：人民网

为减少人流密集对望远镜的干扰，每天景区接待游客限量 2000 人，只需 100 元就可实地参观世界最大口径球面射电望远镜和天文体验馆。

据贵州省平塘县发展和改革局消息，平塘县正式出台文件规定，进入“中国天眼”景区不收取门票费、只收取 50 元/人的景区摆渡车票，参观天文体验馆每人也只收 50 元门票，100 元就可畅游“中国天眼”景区。

据悉，2016 年 9 月 25 日，“中国天眼”正式落成启用以来，为加强景区管理，规范好景区收费行为，合理制定“中国天眼”景区摆渡车、天文体验馆票价，平塘县发改局按照《中华人民共和国价格法》和国家发改委《政府制定价格听证办法》规定及时启动定价程序，对“中国天眼”景区摆渡车运营价格及国际天文体验馆门票价格进行了定价成本监审，并按程序组织召开“中国天眼”景区摆渡车运营价格及国际天文体验馆门票价格制定听证会，经报请平塘县人民政府同意后，正式出台文件，对“中国天眼”景区摆渡车、天文体验馆票价进行了明确规定。



此次“中国天眼”景区摆渡车、天文体验馆票价出台后，每位游客只需100元就可实地参观世界最大口径球面射电望远镜和天文体验馆，近距离亲身体验感受“大国工程”带来的震撼和天文旅游的奇妙旅程。据新华社报道，目前，景区内已设置多个有线电话亭，游客可免费拨打国内电话。为减少人流密集对望远镜的干扰，每天景区接待游客限量2000人。

## 9、中国第一家凯悦尚萃酒店落户海南博鳌

来源：人民网

酒店拥有220余间客房，拥有宴会厅、全日制餐厅、主题酒吧、池畔吧、SPA、泳池、水上乐园、健身中心、凯悦营地等奢华配套设施。

3月10日，融创·博鳌金湾&凯悦尚萃酒店签约盛典盛大举行，这标志着凯悦酒店集团旗下的高端核心品牌“凯悦尚萃”正式进入中国。此次，凯悦尚萃酒店与融创·博鳌金湾强强联手，将为客户带来美好的滨海度假生活体验。凯悦尚萃酒店的进驻不仅是融创·博鳌金湾度假生活配套的再度升华，更填补了琼海国际品牌酒店的空白。

琼海市副市长潘艳红、琼海市旅游委副主任张玉、凯悦酒店集团中国区地产及发展资深副总裁严庆光、凯悦酒店集团中国区地产及发展副总裁吴灏、三亚太阳湾柏悦酒店总经理 Mr. Nicholas Lacy、融创海南区域总经理钟连胜、融创·博鳌金湾董事长蒋信山、融创·博鳌金湾总经理李雅娟、融创海南区域文旅事业部总经理杨帆等领导应邀出席了盛典。

融创海南区域总经理钟连胜表示，凯悦尚萃酒店进驻融创·博鳌金湾是落实臻生活度假服务体系的重要一环，将使融创·博鳌金湾度假生活体验更上一层楼。

凯悦酒店集团中国区地产及发展资深副总裁严庆光先生称，凯悦尚萃酒店选择进驻融创·博鳌金湾，正是因为看好博鳌的发展前景，并且认同融创·博鳌金湾度假服务理念。

签约仪式上，凯悦酒店集团中国区地产及发展资深副总裁严庆光先生和融创·博鳌金湾董事长蒋信山先生签署了此次战略合作文件。随后，琼海市副市长潘艳红、琼海市旅游委副主任张玉、凯悦酒店集团中国区地产及发展资深副总裁严庆光、凯悦酒店集团中国区地产及发展副总裁吴灏、融创海南区域总经理钟连胜、融创·博鳌金湾董事长蒋信山一起拿起海螺，向启动台注入蓝色海水，意味



着凯悦尚萃酒店的进驻,将为宾客提供同步国际的度假生活体验;寓意在融创·博鳌金湾这个大美天地里,畅享滨海度假生活。

据了解,融创中国是中国地产TOP10、千亿名企,作为中国高端精品生活的创领者,融创中国专注于高端物业的开发和管理,以“至臻,致远”为品牌方向,布局北京、天津、重庆、无锡、苏州等多个一、二线城市,领衔中国高端精品人居。融创·博鳌金湾,是融创进军海南的标杆项目,致力于打造中国人海洋生活范本。

凯悦酒店集团总部位于美国芝加哥,是世界知名的酒店集团。2015年,凯悦宣布推出凯悦尚萃品牌,作为全新的生活方式概念品牌,凯悦尚萃将在旅游胜地的核心地带,为宾客提供高端的国际化酒店体验,融创·博鳌金湾的凯悦尚萃酒店有220余间客房,近瞰一线海景,拥有宴会厅、全日制餐厅、主题酒吧、池畔吧、SPA、泳池、水上乐园、健身中心、凯悦营地等奢华配套,全方位满足宾客度假生活所需。

融创·博鳌金湾和凯悦尚萃酒店将以此次签约盛典为起点,携手同行,为宾客提供更为美好的度假生活体验,提升琼海旅游的国际化水平,共同谱写博鳌乃至琼海度假旅游新篇章。届时,凯悦尚萃酒店的入驻增添了融创·博鳌金湾的影响力,整体提升了客户对金湾未来生活的期待。很多客户纷纷表示:“选择融创·博鳌金湾看中的就是其完善的生活配套与升值能力。”

## 10、东胜中国附属 705 万港元购日本酒店物业 78%股权

来源:财华社

该酒店为9层高(包括两层地下室)的温泉酒店,总建筑面积为约5000平方米,并有约60个客房及停车场设施。

东胜中国(00265-HK)周日晚间发布公告称,于2017年3月10日(于交易时段后),买方日通投资有限公司(公司之全资附属公司)、卖方北园一波及卖方担保人张杰先生及许云生先生订立该协议,据此买方有条件购买而卖方有条件出售销售股份(占目标公司已发行股本78%),股份代价为约1.03亿日元(相当于约705.32万港元)。

于完成后,卖方(作为转让人)、卖方担保人(作为转让人之担保人)、买方(作为受让人)及目标公司将签署股东贷款转让契据,据此,卖方将目标公司



欠付其之部分股东贷款转让予买方，金额为2142.55万日元，而代价为2142.55万日元。

根据该协议，卖方及卖方担保人应共同及个别地向买方担保目标公司达到以下综合除税前及除非经常项目前净利润截至2018年6月30日止财政年度，NPBT不应少于4100万日元；倘2018年管理账目所示实际NPBT低于4100万日元，卖方及卖方担保人应于向买方支付相当于2018年实际NPBT与2018年保证NPBT之差额2.5倍之款项；倘目标公司录得净亏损（或零利润），卖方及卖方担保人将以现金向买方支付2018年管理账目所示之目标公司经营亏损加4100万日元总和之2.5倍之款项。应付买方之有关金额上限应为2亿日元。

据悉，目标公司Nibou Company Limited为卖方根据日本法律于2014年7月14日成立之有限公司。目标公司主要从事在日本的酒店所有权及管理。于本公告日期，有关物业（包括Sankeien酒店）为目标公司之主要资产。该酒店为9层高（包括两层地下室）的温泉酒店，总建筑面积为约5000平方米，并有约60个客房及停车场设施。其位于日本北海道割幌市南区定山溪温泉，该地为旅游胜地，可通过日本铁路网络及公路系统到达。

## 11、日本内阁通过民宿法案 违法房东最高罚6万

来源：中国新闻网

对于违反法令的房东，地方政府可责令其停业整顿甚至撤销其资质，若不服从，将处以6个月以下有期徒刑或处以100万日元以下罚金。

据日本媒体报道，日本政府10日在内阁会议上通过了规定普通民宅作为住宿设施的“民宿”营业标准的“住宅住宿事业法案”。其中除了规定提供民宿服务的房东必须向都道府县等地方政府进行备案的制度外，还规定可待客的营业天数每年控制在180天以内，在担忧生活环境恶化的地区，还可由地方政府制定地方条例加以缩短。政府力争在本届国会期间使法案获得通过。

据报道，为确保住宿设施应对急剧增加的外国游客，日本政府将民宿相关申请手续加以简化以促进更多人加入进来，同时通过由地方政府掌握并监督房东情况来避免与邻居造成纠纷。但担忧环境恶化以及对现有住宿设施造成冲击的呼声仍然很强，国会审议中可能会引起一番讨论。



新法案规定,若房东向都道府县或政令指定城市进行备案,可允许在酒店或旅馆原则上不许经营的“住宅专用地区”提供民宿服务。法案规定房东有贴上标明“民宿住宅”的标识、制作住客的名单及定期清扫等义务,并要求处理应对邻居的投诉并采取防止噪音的措施。

对于违反法令的房东,地方政府可责令其停业整顿甚至撤销其资质,若不服从,将处以6个月以下有期徒刑或处以100万日元(约合人民币6万元)以下罚金。

报道称,新法案还对房东不同住的情况进行了规定,要求房东指定民宿设施的管理人并向政府登记在册,该管理人负有等同于房东的义务。互联网等中介则采取必须在观光厅登记的制度。

据悉,日本政府已向国会提交的《旅馆业法》修正案中写道,无证经营的处罚金额上限将从目前的3万日元提升至100万日元。新法实施后,若不进行备案开展经营,将被视为“无证经营”并追究违反《旅馆业法》的责任。

## 12、南京三部门联合发文 严禁写字楼改公寓

来源:南报网 作者:许琴

如确需设置带独卫套间,每单元的套内建筑面积应不小于150平方米,面积不得超过本层建筑面积的20%,不得分割销售。

3月10日,南京市规划局官网发布了一则关于加强商业办公等非住宅类建筑项目管理的通知,通知规定,为防止商业办公等非住宅类建筑变相建成公寓类建筑,商业办公类非住宅类建筑不得按单元式或住宅套型设计。

酒店式公寓是一种自住、投资两相宜的小户型住宅。从近期的几组数据发现,总价低、不限购的酒店式公寓这半年来成了投资客眼中“新欢”。一名业内人士告诉记者,目前南京市场上的一些酒店式公寓不少就是“商改住”。

当天发布的通知提出,商业办公类非住宅类建筑(不包括酒店、公寓和宿舍等具有居住功能的建筑)不得按单元式或住宅套型设计,一般应采取公共走廊、公共卫生间式布局,除食堂外不得设置厨房,开水间或者饮水供应点、卫生间应当集中设置;其中办公、工业、科技研发等建筑如确需设置带独立卫生间的套间,其每一分隔单元的套内建筑面积应不小于150平方米,此类套间面积不得超过本层建筑面积的20%,且不得分割销售;不得利用层高进行潜伏设计。商业办公类



非住宅类建筑，其室内建筑功能除土地出让合同约定可配建酒店式公寓外，其余一律不得标注酒店式公寓功能。

通知还指出，房地产开发企业在销售商业办公等非住宅类建筑前应向购房人明示房屋的规划用途、土地使用年限、契税、物业服务费、水电费以及配套建设指标等情况，告知购房人应严格按照规划用途经营使用，不得擅自改变用途、不得利用层高加建隔层，并在认购书和购房合同中与购房人明确约定。对规划核实后擅自在内部分加层、增加建筑面积等违法建设行为一经举报查实，各职能部门需按照相关规定严肃查处。

### 13、游够股份挂牌新三板 中东非线路每年卖出 2.3 亿

来源：新旅界 作者：王薪宇

北京游够天下国际旅行社股份有限公司 2014 年度、2015 年度、2016 年 1-7 月营业收入分别为 2.34 亿元、3.73 亿元、2.75 亿元。

又一家出境旅游批发企业挂牌新三板。

3 月 10 日，北京游够天下国际旅行社股份有限公司正式挂牌新三板，证券简称游够股份，证券代码 871146.0C。

游够股份成立于 2010 年，主要业务为出境游批发，目的地包括阿联酋、南非、埃及、土耳其、斯里兰卡、肯尼亚、日本、韩国等。公告显示，游够股份 2014 年度、2015 年度、2016 年 1-7 月营业收入分别为 2.34 亿元、3.73 亿元、2.75 亿元；净利润分别为-220.82 万元、484.85 万元、383.50 万元。

中东非线路是游够股份最核心的产品，2015 年，2016 年 1-7 月，该线路销售收入分别为 2.32 亿元、1.42 亿元，占总销售收入的 62.43%、51.7%。

华北、华东、西南是游够股份排名前三的客源地，2015 年前三客源地销售收入分别为 1.68 亿、1.11 亿元、0.38 亿元，分别占总销售收入 45.31%、29.88%、10.2%。

途牛、携程、同程、重庆海外旅业集团、北京匹匹扣，是游够股份前 5 大客户，2015 年分别贡献营收 14.82%、5.93%、3.36%、2.83%、2.06%。

### 14、南京都喜天丽湿地公园度假酒店将于 2017 年内开业

来源：迈点网



酒店拥有 110 间豪华别墅和客房， 300 平方米多功能会议室，设有全日制餐厅，中餐厅和屋顶花园餐厅，健身中心，游泳池和儿童俱乐部齐备。

近日，都喜国际宣布都喜富都酒店集团与南京上秦淮建设发展有限公司共同签署管理咨询合约，管理位于江苏省会城市南京的豪华国际度假酒店—南京都喜天丽湿地公园度假酒店。

计划于 2017 年内开业的南京都喜天丽湿地公园度假酒店坐落于风景如画、碧波荡漾的上秦淮生态湿地公园内，依托阳山河、云台山河，修复生态环境、重建山水格局，在保护自然生态的同时，打造了新的旅游景点。酒店距离南京市中心半小时车程，南京高铁南站和国际机场驱车仅需 20 分钟即可到达。南京至上海的高铁也仅需 1 小时。

南京都喜天丽湿地公园度假酒店拥有 110 间豪华别墅和客房， 300 平方米的多功能会议室配备了先进的视听影音设备适合各种私人宴会和商务会议。独具泰式风情的水疗，一系列健康理疗体验，使人倍感舒畅，精神百倍。酒店还设有全日制餐厅，中餐厅和屋顶花园餐厅为客人提供餐饮服务，除此之外，客人还能在酒店内享用健身中心，游泳池和儿童俱乐部。

“我们非常荣幸将都喜天丽品牌和都喜独一无二的泰式礼遇带入南京这个充满活力的历史文化名城，”都喜国际首席运营官，林汶贵先生说道：“南京都喜天丽湿地公园度假酒店将是都喜在中国长期发展的一座重要的里程碑，标志着我们在中国以及华东区的进一步发展，我们热切地期盼今年内酒店的开业，欢迎八方宾客。”

南京上秦淮建设发展有限公司代表穆闽先生也表示：“南京都喜天丽湿地公园度假酒店将通过高品质的营运管理充分展现泰式独特而优雅的待客之道，我们也力求在这个自然生态湿地公园中打造一个完美的度假胜地，为国内外宾客创造远离世俗喧嚣，让身心重获新生的世外桃源。”

## 15、Airbnb 再融资 10 亿美元 估值达 310 亿美元

来源：虎嗅网 作者：水原瓜子

虽然目前还不清楚 Airbnb 将如何利用这笔资金，但很可能用于拓展国际业务。这笔新融资会继续投入中国市场，改变 Airbnb 在国内的状况吗？



CNBC 援引知情人士的消息称，旅行房屋租赁平台 Airbnb 宣布，刚刚完成新一轮逾 10 亿美元的融资，公司估值约 310 亿美元。另有消息称，Airbnb 短期没有上市计划(“anytime soon”)。

消息人士指出，Airbnb 去年通过过发售 F 类别股票集资 5.55 亿美元，而周四的公布显示，该公司的 F 类别股票发售安排已停止，额外集资 4.47 亿美元，总集资额逾 10 亿美元，几乎为去年 9 月融资额的 2 倍。

《华尔街日报》报道显示，去年 F 轮融资第一部分的 5.55 亿美元，由 Google Capital 和 TCV 领投。而 SEC 文件显示，红杉资本合伙人 Alfred Lin 和 Andreessen Horowitz 的普通合伙人 Jeff Jordan 参与了本轮融资。

虽然目前还不清楚 Airbnb 将如何利用这笔资金，但很可能用于拓展国际业务。

Airbnb 成立于 2008 年 8 月，总部设在美国加州旧金山市。Airbnb 以 C2C 模式，鼓励全球的房东将自己独立的房屋或房间通过日租的方式出租给陌生人，而平台方 Airbnb 则收取交易费用 6%至 12%作为佣金。Airbnb 目前在全球可供租赁的房屋超过 200 万间，分布于全世界 3.4 万个城市之中。

据彭博社报道，2016 年下半年，Airbnb 就已实现盈利，且全年营收增幅超过 80%。公司预计，2017 年将继续保持盈利。

去年 9 月融资后，Airbnb 估值 300 亿美元，成为美国估值第二高的私有公司，位列第一的是同属共享经济的 Uber，不过 Uber 的估值是 Airbnb 的 2 倍，为 625 亿美元。

彭博社报道，Airbnb 最近正在考虑打入长期租屋市场，希望取代现在在美国常用的服务 Craigslist，Airbnb 已经找来麦肯锡制作市场分析报告，未来可能会基于此分析报告，推出能打动寻求租屋用户的服务。

但在中国市场的 Airbnb 并不如在国际上那样顺风水顺水，自 2015 年 8 月进入中国市场以来，Airbnb 在国内开拓了 3 万套左右的房源，这个数量远低于本土短租平台。同时，在政策和运营层面，Airbnb 在国内也遭遇了水土不服的问题。

不过此前有消息称，Airbnb 正在不断扩大中国的市场营销和服务团队。那么这笔新融资会继续投入中国市场，改变 Airbnb 在国内的状况吗？



## 16、总投资 15 亿 德州齐河水上世界项目将于 7 月建成

来源：德州旅游局

项目建成后，预计年可接待游客 200 万人次，实现旅游收入 1.1 亿元，解决就业岗位 200 余人。

3 月 1 日，德州齐河水上世界项目举行开工仪式，预计 7 月份建成营业，项目建成后，预计年可接待游客 200 万人次，实现旅游收入 1.1 亿元，解决就业岗位 200 余人。

3 月 1 日，德州齐河水上世界项目举行开工仪式，预计 7 月份建成营业，这是继泉城海洋极地世界、泉城欧乐堡梦幻世界项目后，山东坤河旅游开发有限公司投资建设的又一扛鼎之作。建成后将与泉城海洋极地世界、泉城欧乐堡梦幻世界、欧乐堡骑士度假酒店形成优质产品组合，满足到齐河旅游的游客各项需求。

齐河水上项目总投资 15 亿元，占地 200 亩，建筑面积 8 万平方米，以水上运动项目为特色，主要建设室内冰雪世界、水上乐园、超级水寨、容纳 5000 人的造浪、冲浪池、漂流河谷、大冲刺、超级 5 道太空冲浪、水上大喇叭、儿童专属体验区等，以及高品位的养生水疗区和国际标准的游泳馆等休闲娱乐区。

项目建成后，预计年可接待游客 200 万人次，实现旅游收入 1.1 亿元，解决就业岗位 200 余人，进一步提升德州齐河旅游品位和档次，进一步完善旅游休闲度假产品，为打造济南“后花园”，建设全域旅游目的地城市提升核心竞争力。

## 17、万达酒店发展 2016 年度亏损 6066.3 万港元

来源：智通财经网

收益大幅减少主要是由于中国分部的物业销售收益大幅减少约 17.74 亿港元所致。

万达酒店发展(00169)发布 2016 年业绩，实现收益约 3.74 亿港元，同比减少 82.8%；母公司拥有人应占亏损约 6066.3 万港元，同比减少 76.9%；基本每股亏损 1.3 港仙，不派息。

公告称，收益大幅减少主要是由于中国分部的物业销售收益大幅减少约 17.74 亿港元所致。由于桂林项目已于 2015 年竣工，故该项目的大部分物业销售收益已于 2015 年确认。于 2016 年，该集团收益主要来自销售少量桂林项目及恒力城的剩余单位。



此外，亏损减少主要是由于投资物业的一次性估值收益净额约 2.26 亿港元；马德里项目存货的非经常性减值亏损拨回约 1.61 亿港元；所得税开支减少约 3.97 亿港元；销售开支减少约 2930 万港元；融资成本减少约 3260 万港元。

值得注意的是，由于物业销售收益的显著降低导致分占一间合营企业的亏损减少约 2670 万港元，部分被毛利减少约 10.72 亿港元所抵销所致。倘不计及存货的一次性及非经常性减值亏损拨回及投资物业估值收益净额，则预期该集团公司权益持有人应占亏损水平与去年相若。

### 18、旅游局：取消 4 家出境游业务 注销 3 家旅行社

来源：国家旅游局

据国家旅游局官网公告，国家旅游局取消了宜春航通旅行社等 4 家旅行社出境旅游业务，注销了大连北良国际旅行社等 3 家旅行社旅游业务。

3 月 8 日，国家旅游局官网公告显示，根据《旅行社条例》和《中国公民出国旅游管理办法》，国家旅游局取消了 4 家旅行社出境旅游业务以及注销了 3 家旅行社旅游业务。

被取消的 4 家旅行社为宜春航通旅行社有限公司、吉林市腾飞国际旅行社有限公司、内蒙古海外国际旅行社有限公司、吉林省旅游集团天马国际商务旅行社有限公司。

被注销旅行社旅游业务的有大连北良国际旅行社有限公司、北京鲲鹏国际旅行社有限公司、贵州天马国际旅行社。

### 19、棠果旅居获 1 亿元 A 轮融资 加快全球化布局

来源：亿欧网 作者：周慧婷

在海外业务方面，棠果旅居布局了意大利、塞尔维亚、荷兰、澳大利亚等 30 个城市与地区，现已在泰国、香港、韩国、欧洲设立了运营中心。

3 月 7 日消息，棠果旅居宣布已获得 1 亿元 A 轮融资，由天九幸福集团领投。未来，棠果旅居将以非标民宿为入口，往旅行、定制游、导游、签证、租车等多元化业务方向进行延伸，意在打造一站式旅居共享平台。在本轮融资完成后，棠果旅居的估值已达 20 亿人民币。

棠果旅居成立于 2016 年初，它是一个好玩的一站式旅行居住共享平台，隶属于北京棠果科技有限公司，创始人为金东哲。自成立之初，棠果就瞄准了非标



民宿市场，它希望通过打通线下房屋闲置资源与规模巨大的旅行、住宿需求，进一步实现资源的有效配置。

目前，棠果覆盖了别墅、民宿、公寓等多样化房源，专注于为人们提供人文旅居生态圈服务，平台具备线上预定、交易、社交等核心功能，并配备了线下服务体系，现阶段主要通过收取佣金实现盈利。棠果旅居旨在通过产业互联网的方式，强化住宿与旅行的天然融合，并实现资源的有效整合，进而为用户提供一站式旅居服务。

棠果旅居方面透露，棠果的团队人数为120人，其核心团队拥有十多年的酒店管理产业背景。它聚焦于人们的旅居体验式需求，通过整合闲置房屋资源为人们提供高性价比及多元化的住宿选择，主要面向25-35岁的年轻群体提供服务。创始人金东哲曾表示，棠果旅居采用全面的在线注册运营管理模式，能够有效地整合闲置资源，而不仅仅只是线上预订平台。这是它与Airbnb、小猪等短租企业在业务上的主要差异。

此外，记者从棠果旅居有关负责人处获悉，在获得本轮融资后，棠果旅居的业务重心会放在非标民宿领域，它将作为共享旅居的一站式服务平台，而本轮融资的资金将主要用于加快全球产业布局、棠果生态产业链布局及产品研发等方面。

目前，棠果旅居平台上共接入了13万套房源，拥有300万用户，共覆盖了218座城市，在海外业务方面，棠果旅居布局了意大利、塞尔维亚、荷兰、澳大利亚等30个城市与地区。据了解，棠果旅居现已在泰国、香港、韩国、欧洲设立了运营中心。

## 20、德国 NOVUM 酒店集团推出中档酒店品牌 niu

来源：迈点网 作者：Beverly 编译

niu 酒店将拥有一个生活大堂，提供复杂的餐饮概念和美味选择，现代化的客房以及一个特殊的浴室概念，针对的是中档消费人群。

niu 作为一个现代酒店品牌，即将加入 NOVUM 酒店集团品牌组合，niu 针对中档消费者，旨在满足个人的舒适需求和旅行需求。

通过英语单词“new”（[nju]）和后面的名称 NOVUM（no • vum = sth new），创建了严格和谐的品牌形象：niu。



niu 作为一个品牌名称，通过不同的语言的相同的发音，反映 NOVUM 的国际化追求。

niu 酒店将拥有一个生活大堂，提供复杂的餐饮概念和美味选择，现代化的客房以及一个特殊的浴室概念。“创造一个充满活力的大堂对我们而言不是空话，而是借此表达我们对客人需求的理解。通过 niu，我们将满足客人的标准，尤其是 Y 和 Z 一代。在活动大堂里几代人在一起，通过精选和现代的餐饮概念从而创造一个生动的地方。” NOVUM 酒店集团首席执行官 David Etmenan 表示。

新的 niu 酒店品牌计划将在德国及欧洲开设 27 个酒店项目。

据悉，Novum 诺福姆酒店集团为德国 5 大酒店集团之一，在欧洲 25 个城市和地区拥有近 80 家分店和 7500 间客房。



## 两会聚焦的在线短租 到底能拉动多少就业？

信息来源：Techsir 作者：天涯路且长

综合来说，在线短租参与者约 3500 万，其中从业者超过为 200 多万人，重塑了当前的就业市场，抗衡了现在经济下调带来的就业压力。

自从滴滴打车出现以后，人们纷纷开起私家车上了路，加入了兼职司机的浩荡大军。如今，短租作为分享经济另外一大领域，热度自 2015 年之后，就从未减少过。民宿平台从业者越来越多，打造二手房东和个人房东数量日益递增，整个民宿就业市场也迎来了从内而外的换血。

近两年，民宿在全国的发展势如破竹，尤其是在中国热门旅游城市。2017 年 1 月中国旅游局和木鸟短租发布《2017 年春节旅行民宿数据报告》显示，在 2017 年春节民宿热门旅游地中，厦门、成都、杭州排名前三，同时最新调查显示，截止目前，杭州民宿床位已经从 2014 年底的 1.1 万张增长到 2017 年的逾 5 万张，且保持着每年 30% 以上的增长速度。厦门现有民宿 2600 多家，总床数超过 1.6 万张。

而实际上，民宿快速发展的背后是就业市场的变革和发展。分享经济改变了传统的就业模式，进一步匹配就业岗位的创新能力和就业市场的匹配能力，为社会创造了更多、更便捷的就业机会。在线短租平台作为分享经济的平台承载者，让社会上组织、机构或者个人拥有更多就业机会和选择，他们可以根据时间、兴趣、资源分配等因素，把自家或者社会上闲置的房子分享到相关网络平台，进行新一轮的价值创造，自身也变成兼职或者全职的房东。

和以往相比，分享经济下的短租给当前的就业市场带来翻天覆地的变化，表现有三：

### 1、短租就业人员：从以二手房东为主逐步过渡到以个人房东为主

放眼现在的短租经营者，无非两种，一种是 B 端职业房东，又被称为二手房东，他们手里握有 5-10 套房源，出租给有住宿需求的房客；另一种是 C 端兼职房东，他们一般是将数量不多的自有房产，经过一些改造，再出租给房客。



随着分享经济的发展和渗透，短租就业市场也发生了比较明显的变化，越来越多的人了解并参与分享经济，主动成为C端房东的一员。而随着C端房东的增多，占比稳步攀升，传统二手房东占比逐步减少。之所以出现这种比例的转换，是因为当今自由行成趋势，新一代80后、90后消费者对个性化、多样化的民宿短租房情有独钟，而个人房东恰好能满足其需要。个人房东扮演的是个性建设者的角色，未经过全商业化思想影响，房源及服务更“另类”，做事风格相对更淳朴，待客服务更个性、多变，自家住房在视觉效果和心理感受也更能给背井离乡的房客“家”的温暖和归属感，这是二手房东不具备的优势。

## 2、短租就业模式：从雇佣式走向平台协同式

以往就业市场是由企业主导的模式，企业根据自身需要，在劳动市场雇佣相关的劳动人才，因此公司掌握了劳动者的生存之道。然而，在线短租的兴起，让人们拥有了第二职业身份——兼职房东，也给人们创造了越来越多的收入来源。这种兼职模式减轻了人们对原有雇佣就业模式的依赖，他们可以相对自由地选择进入或者退出公司，也进入了更加灵活的创业环境。

与此同时，房东和在线短租平台之间属于协同发展模式。房东作为商家，可以自主选择符合自身定位的短租平台，和平台协同发展壮大。

## 3、短租就业目标：从单纯赚钱到更好实现个人价值

最重要的是，人们从机械的流水线工作走向灵活自由的创业环境，在工作中不受其他人或者机构的约束，具有更多的自主性，能最大限度地发挥个人价值，取得更丰厚的收入。比如房东为了赢得房客的认可，会花费更多地心血去提升房屋品质和服务质量，在设计风格上更有创意，更注重床品的卫生程度，同时会帮助房客制定当地旅行计划，提供租车、订票服务，更或者为房客提供餐饮服务等等。

实际上，在分享经济中，房东这种完全自主性、创新性的行动，才是在线短租实现可持续发展的根基。

综合来说，在线短租参与者约3500万，其中从业者超过为200多万人，重塑了当前的就业市场，抗衡了现在经济下调带来的就业压力。除了在线短租外，网约车、知识分享、金融分享平台都带动了就业，据统计实现了6000万人新就业，为人们生活再创新生机，带着中国经济走向新的明天。



## 不止是旅游咨询场所 旅行社门店有何新价值

信息来源：中国旅游报 作者：郭旗

旅行社门店需要创新，坚持旅游“+”，尤其要强化社交属性，有的门店可以开成咖啡店，有的门店可以卖房子，不是单纯收客，更重要的是聚客。

近年来，关于旅行社门店，业内一直存在两种观点：一种是“门店唱衰论”，认为在互联网高速发展的今天，传统的“夫妻店”式的门店已经失去了存在的意义；另一种则认为，正是缘于互联网的发展，门店面对面的服务才更加有针对性，只不过，门店也到了必须转型求发展的时期。今年，行业大咖们对于门店的价值有哪些新看法？门店将唱衰，还是更繁荣？我们将持续关注旅行社门店这件事——

### 花大力气开门店

前不久，有旅行社老总在微信圈里晒出一条消息，3月份，盈科旅游的门店已经超过7000家。而在去年年底这一数字还只是3000家。

2月底，山东旅游有限公司召开招商加盟会，计划今年实现省内门店翻一番，达到250家左右。山东旅游有限公司门市中心总监周闻立表示，要花大力气开门店，“线上线下都讲究服务，线上主要是产品展示，信息透明度较强，服务较弱。线下最大的优势是面对面服务，门店作为销售终端，人与人之间的沟通、信任更重要。”

无独有偶，嘉华旅游计划将门店数量从目前的200家增至1000家。总经理张明认为，唱衰门店是不对的，门店比电商、微商更能精准营销。合伙人、直营店和加盟商对于门店的管理，盈科旅游采取了与律师事务所相仿的事业合伙人经营模式，营业部的业绩集成到公司总价值，盈科旅游采取股权激励等措施与门店分享收益。其中，日常经营过程中的利润大部分归分公司和营业部合伙人，总公司基本不参与这部分利润分成，另一部分则是股权激励，即所有分公司和营业部负责人都是盈科旅游的管理合伙人，每年只要达到一定的业绩指标，就可以获



得原始股份的股权激励，享有盈科旅游未来上市主体的原始股份，其本人享受与公司大股东同等待遇。

山东国信国际旅行社已成为盈科旅游的合伙人。该旅行社创始人张晓国认为，股份多少由营业额决定，这是共享模式，比较公平，大家平等，都能根据贡献大小分享发展红利，而不是所有收益都归总部。

今后，山东旅游有限公司新增的门店都将以加盟店为主。周闻立表示，“直营店的房租与人员薪资成本比较高，而且加盟店与直营店容易产生矛盾，譬如资源倾斜。所以，今后山东旅游有限公司都做加盟店。“我们会为加盟商设置营业额门槛，达到目标可免管理费，还会有相应奖励和补贴。关于质量管控，我们在门市中心下面设立了品保部、督导组，确保每开一家盈利一家。”

嘉华旅游济南门店都是直营店面。而有一些区域则采取联合当地中小旅行社的形式。在这些区域，直营店的主要任务不是销售，而是提供服务。旅行社不仅不收加盟费，还会对加盟店进行补贴。因为旅行社要靠卖产品赚取利润。

同程旅游的旅游体验店均为公司自主经营。同程旅游高级公关经理樊常亚说，门店选址会考量当地市场、人流、旅游人群分布、地段区位、开店成本等因素，总之看重性价比，不断加大对当地市场的渗透和服务。

中国国旅（青岛）国际旅行社坚持直营。公司副总经理邵华表示，“要稳扎稳打，因为加盟店可能不好管控，进而导致投诉上升。”

### 强化社交属性

邵华说，青岛国旅近期开了一家“咖啡门店”，“门店很小，只有7名员工，店内一张张小桌，样式比较新颖，适合年轻人，可以搞聚会、办讲座，有点社交属性。”

张明也认为，门店需要创新，要坚持旅游“+”，尤其要强化社交属性，有的门店可以开成咖啡店，有的门店可以卖房子，“总之，门店不是单纯收客，更重要的是聚客。”

同程旅游联合旅游卫视精心打造了一档选拔全国中老年人才艺表演的比赛类节目——中国中老年旅游春晚，今年已经进入第二届。同程旅游的线下旅游体验店在其中充当了全国海选、供中老年人交流切磋的平台作用，丰富了老年人的业余生活，也提升了用户黏性。



《酒店旅游信息采编》2017年3期下月刊 总第92期

樊常亚说，未来，同程线下体验店不只是一个旅游咨询场所，更重要的是要成为游客聚合、社交的中心。



## 强调租赁属性 美国公寓力求“简单点”

信息来源：公寓最前线 作者：叶子

目前国内公寓模式相对国外更加复杂，植入了更多的本土化创新。当然某种意义上来说，过于复杂的商业模式本身也反映了市场的不成熟。

这几年中国房地产行业，长租公寓饱受热议。有看好行业，认为这是万亿级市场的；也不乏抱以怀疑的，认为野蛮生长将面临很大的阻力。

观点无对错，但姿势很关键。那么，公寓到底是一门什么样的生意？该怎样赚到更多的钱？怎么把竞争对手甩开几条街？怎么获取差异化的竞争优势？

### 规模增长：美国注重资产组合质量

针对规模增长，理想的情况是综合比较，比如房间数量、盈利指标、成本指标、可复制性、是否规模不经济等等，应该从综合维度全面考量。当然，这与目前市场阶段是相称的，在市场成长期，先快速扩大规模，占据领先优势是非常关键的。

与国内长租公寓品牌疯狂增长不同的是，美国巨头则是从规模扩张转为追求资产管理质量，甚至有意识的减少管理规模，优化资产组合。以美国EQR为例，从2015年年底的109652套减少到2016年季报的72229套，减少了将近30%，一增一减显示出发展模式和发展阶段的巨大差异。

这种差异鲜明的反映了中美两国公寓行业不同的市场特征和不同的发展阶段。在我国，目前品牌公寓刚刚起步，行业不成熟，品牌公寓市场占有率仅为2%，正处于市场快速发展的阶段，而美国租赁市场已经步入成熟阶段。

美国“重视效益型增长，不再强调规模扩张，而是强调资产组合质量”的两个主要举措分别为：一、卖出很多二线城市资产，进军租房需求旺盛的市场；二、专注如波士顿，纽约，华盛顿特区，南加州大学，旧金山和西雅图等美国核心城市。这些核心沿海城市具有以下特点：一、进入门槛高，因为土地稀缺和政府监管；二、是高置业成本，购房难度大，催生租赁需求；三、是经济发展好，导致对公寓有更多的需求；四、是优质城市核心位置，容易出租且租金收益高。



当然，在行业的发展初期，企业通过快速规模扩张和跑马圈地的方式可以占据更多的市场份额，树立行业领袖地位，从而获得更多的品牌效应、资本支持和资源。但当行业进入成熟期后，公寓企业打下一片江山后，针对目标客群的细分以及精细化服务，则更有助于坐稳江山。

### **商业模式：美国看做“简单租赁生意”**

在商业模式上，美国公寓品牌往往更加强调公寓租赁的租赁属性，核心要点就是如何低价收购公寓，优化资产组合，获得最大的资产增值收益，同时，通过运营提升租金收益和续租率，都是围绕公寓的持有运营在做文章。

从商业模式来看，美国公寓品牌多为资产管理模式，采取收购、持有并运营的策略，投资目标市场中具有升值潜力和高品质的公寓社区，以便最大限度地提高物业的收入和资本增值。这里面的关键在于对目标物业的投资能力，以及通过运营能力提升续租率，以及更多侧重于降低成本，提升租金，本质上还是基于公寓的生意，相对来说比较简单。

目前国内公寓模式相对国外更加复杂，植入了更多的本土化创新。当然某种意义上来说，过于复杂的商业模式本身也反映了市场的不成熟。

### **盈利模式：美国是“资产增值+租金”**

生意明确了，我们来看看各自都怎么赚钱。从盈利模式来看，美国公寓的利润来源非常简单和清晰，第一，资产升值收益。这特别依赖投资组合的优化，需要将持有房源更多集中于经济发展好、区域好、需求旺盛的地段，获取更多的资产增值收益，另外也可以在市场上寻找低价收购的机会，通过资产的不断置换提升资产质量。第二，租金。一方面要优化布局，以获得持有房源更高租金收益的增长，另外，持续降低运营成本，提升租金利润空间。

所以美国公寓品牌收入来源主要是资产增值+租金收益+高出租率+低成本。其经营重点是通过出租率的平衡，来实现租金收入最大化，同时严格控制成本，追求最大回报。通过保持租户满意度，提升续租率。

美国既有成熟的 REITs 市场，又有较高的资产货币化率。而反观国内，目前包租的重资产模式仍是主流，短期 REITs 也无法破局。因此，国内企业针对赢利点的探索既是无奈也是一种伟大的创新，当然这个过程中，不同的做法在最终的结果上都会不同。



### 竞争策略：美国侧重管理运营

在商业模式和赢利点搞清楚以后，来看如何在市场中竞争，以获得竞争优势。整体概况而言，国内巨头更侧重于资源整合层面，而美国巨头则更侧重内部管理运营。

美国的企业强调专业化分工和专业化能力，所以特别重视团队和技术，以改善租赁运营管理效率，提升收益。而国内则更加强调资源整合来获取竞争优势，这是市场发展期给予企业的发展红利。当然国内品牌在管理规模扩大后，对内部运营的管理也是非常重视的。在系统建设、标准化管理体系方面都花了很多功夫，在物业选址、装修成本、出租率预估等方面都有一套完整的测算体系，从而尽可能降低投资风险。

另外托管加盟只有在品牌形成系统化标准以及具备了强大的消费者粘性后才会对资产增值带来作用，业主才会信任托付给品牌运营商。

总之，通过对国外公寓品牌的认识，中国公寓的发展环境并不算优渥，在很多配套设施缺失的情况下，依旧在逆境中顽强成长，并且结合自身情况给予了很多创新。中国房地产存量市场刚刚拉开序幕，对于长租公寓这一日出行业来说，趋势成型的竞争还没开始，还有的是机会。



## 行家之音

### 途家罗军：两会热词“分享经济”究竟如何落地？

信息来源：政事儿

罗军说：“我们注意到政府工作报告在提到‘分享经济’时，使用了‘鼓励创新、包容审慎原则’，这是令分享经济的创业者特别欢欣鼓舞的。”

今年全国两会，“分享经济”再次出现在了政府工作报告中，并一跃成为两会代表委员们热议的“焦点话题”。

李克强总理表示，要“支持和引导分享经济发展，提高社会资源利用效率，便利人民群众生活。本着鼓励创新、包容审慎原则，制定新兴产业监管规则。深化统计管理体制变革，健全新兴产业统计。”

在分享经济领域，交通出行和住宿是全球最成熟的两个领域。业内人途家网联合创始人兼CEO罗军，从途家在住宿市场的实践为案例来解读分享经济在中国市场落地的具体做法，供政府监督部门和其他分享经济从业者参考。

作为分享经济实践者，罗军说：“我们注意到政府工作报告在提到‘分享经济’时，使用了‘鼓励创新、包容审慎原则’，这是令分享经济的创业者特别欢欣鼓舞的，政府以鼓励和包容的方式进行培育，将极大推动分享经济和新经济的蓬勃发展。”

罗军表示，对途家所在的共享住宿行业而言，政府已出台了一系列鼓励性引导性政策，共享住宿盘活了大量闲置房屋，并成为房地产市场去库存的创新模式。对于消费者而言，公寓民宿也是国民经济发展到新阶段，国民旅游休闲消费升级的需求体现。作为分享经济的代表企业，途家更一直与政府主管部门保持密切沟通，包括完善相应法律法规和日常监管的反馈，一起推动行业健康有序发展。

那么，途家在推进行业规范化发展方面，进行了哪些探索？

罗军介绍说，途家创立五年来，为推进行业规范化发展，做了多方面的探索和实践。途家一直保持着与政府部门的密切沟通与合作，目前我们与217个地方政府完成了签约，帮助地方政府推动房地产去库存，推动旅游产业升级，规范当地民宿市场秩序，拉动当地就业等；在公寓民宿的管理上，我们与公安、消防、



工商等部门密切配合,推动行业从业者完善公安系统的对接或报备,消防设施配备及演练,工商登记纳税及消费者权益保护;我们在各地与政府主管部门携手成立行业协会,并积极培训商户进行合法合规的经营;在消费者权益保护方面,途家一方面是持续进行房屋的实地验真,进行房源描述信息及照片所载信息的真实匹配,确保虚假房源、不真实信息被及时发现并处理;另一方面,途家为房客提供高达1000万元人民币的“安心租”先行赔付保障基金,房客在无责情况下可申请先行赔付,确保消费者安心入住。

全国政协委员、上海市经济和信息化委员会副主任傅新华表示:“允许分享经济在发展中试错。”那么,途家怎样看在发展中试错?

罗军表示,新经济的创业,必然有探索,共享住宿也有很多在发展中试错。举一个特别小的示例,客人退房的时候不会查房。仅这一点创新,不仅提升了用户满意度,而且也提升了服务效率。所以,我们SOP(标准作业程序)是不断地在试错中优化,然后变成指导整个行业从业者的SOP。

去年,途家在资本市场披荆斩棘,先后收购蚂蚁短租、并购携程和去哪儿旗下的民宿公寓业务,这是出于怎样的考虑?

罗军说,首先是市场的培育,目前民宿客栈处在发展初期,需要更多消费者养成消费习惯。我们并购蚂蚁短租、携程民宿、去哪儿民宿的逻辑也是通过四大平台导入更多精准游客,推动市场更快发展。

收购蚂蚁短租、并购携程和去哪儿旗下的民宿公寓业务,也是基于各方对市场的持续看好及持续提升用户体验的考虑。更多库存、流量、产品、服务的接入,将使用户能更好地享受到途家致力打造的“多人、多天、个性化、高覆盖”的优质住宿体验;房东、商户将使用统一平台标准,从而更好地提升经营效率,获得更多订单。途家、蚂蚁短租、携程、去哪儿四大平台协同,对房源库存进行深度挖掘,形成整合优势,让住宿分享行业“充分信任、高性价比、更多选择、更好服务”的承诺得以加强和完善。

今后,途家旗下的四大平台会持续围绕“用户体验”这一个中心来进行品质管理,通过自营的斯维登公寓、欢墅做好标杆示范,带动整个行业更注重品质和口碑。



近日正式出台的《“十三五”全国旅游信息化规划》，将“民宿客栈信息化工程”、“旅游电子商务平台工程”列为重点，在此背景下，途家又肩负怎样的使命和责任？

罗军表示，途家将积极响应规划方向，为民宿客栈信息化提供更多创新解决方案，包括智能门锁、房态管理系统、节能系统等，还将通过定期培训使从业者更熟练掌握信息化相关工具，使民宿客栈的信息化水平逐年稳步提升。

目前，使用途家商户管理系统的商户和个人房东已超过5万个，这个数字还在快速增长。我们定期会给商户和房东进行专业指导和培训，比如从2月底到3月中下旬，途家在全国24个城市召集重点商户进行服务品质提升的培训或小型沙龙活动，提升平台商户的服务意识和水平。

作为平台，我们会开发更多实用工具和功能提供给商户和房东，也将集中力量打通四个平台，形成整合效应，方便商户和房东管理房态，实现更多收益。



## 洲际 CEO: 假日酒店已饱和 新品牌才是出路

信息来源: 蓝豆 作者: 蓝小豆编译

Solomons 表示现在洲际重点在皇冠假日在美洲的改造计划、假日酒店公共空间和客房的全新设计、以及数字化改造。

2017 IHIF (国际酒店投资论坛) 于 3 月 6 日至 8 日在柏林举行, 本次会议齐聚 80 个国家的酒店业代表, 各大酒店集团龙头老大都出席了盛会。

在为期两天的 IHIF 论坛上, 洲际也宣布了各种好消息。洲际酒店集团在会议上也宣布了在德国将开业 8 家假日酒店及智选假日。德国是洲际酒店集团在欧洲第二大主场, 洲际在德国有 69 家已开业酒店以及 38 个筹备酒店。

洲际酒店集团 CEO 苏荣琛 (Richard Solomons) 会议上的大咖之一, 被外媒成为很 “cool” 的领导。2014 年洲际集团被传收购, 但他一直不为所动, 而且也没有公布过他的任何计划。然而到现在, 洲际酒店集团不但没有被任何公司收购, 而且还收购了精品酒店 Kimpton, 然后又推出了一个新的自有品牌 Even。业内专家预测洲际还会继续做大规模的并购。

### 洲际要出新品牌?

本周一在会议上, Solomons 稍微透露了他的计划。IHIF 上, 其中一个环节是 Solomons 与 Whitbread (英国酒店和咖啡店连锁巨头惠特贝瑞公司 CEO) 的讨论, Solomons 提到: “作为旗舰的假日酒店已经饱和, 我们在寻找机会增加中端品牌。”

至于被问到会不会通过收购的方式去增加品牌, Solomons 风趣的说 “我们已经买过了”。洲际酒店集团曾以 4.3 亿美元收购美国金普顿酒店管理公司 (Kimpton Hotels & Restaurants), 来扩充精品酒店的品牌。

目前, 假日酒店现在作为全球最大的连锁酒店之一。

“我们看到了市场的空隙, 我们会增加我们的品牌” Solomons 说, “不管对于我们还是业主, 品牌的重点是客人。如果消费者在变化, 那么他有可能会转移去选择其他新的品牌。”



Solomons 表示现在洲际重点在皇冠假日在美洲的改造计划、假日酒店公共空间和客房的全新设计、以及数字化改造，包括客人移动退房、洲际内部连接、客人网络解决方案”

### **轻资产是核心**

Solomons 担任洲际酒店集团 CEO 已经是第六年了，他开创了轻资产的模式，现在大部分上市的酒店管理公司都是采取这种模式。Solomons 说轻资产是公司三大核心之一，“这关乎投资回报，我们的专长是品牌管理，当你拥有房地产的时候，就意味着你与自己的第三方业主在竞争，这是没有好处的。我们的重点是支持第三方业主，而不是与他们竞争”

### **技术是第二关键**

Solomons 认为技术是第二个驱动发展的因素，他说：“**我们是酒店公司，而非软件公司**，所以洲际的合作伙伴一定会有技术支持的合作伙伴。移动领域的应用也是最令他感兴趣的。”

“我们必须要让我们的品牌留住客人。” Solomons 认为留住客人的其中一个关键是客源细分。



## 2017年“旅行者之选”中国最佳酒店 Top10

来源：品橙旅游

1. 北京怡亨酒店 — 位于北京中心商业区域，坐落于侨福芳草地的绿色智能建筑中。北京怡亨酒店将当代奢华艺术与当代艺术的奢华完美融合，呈现博物馆级别的艺术收藏。同时也是具有超凡格调的社交场所。在 TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约每晚 1512 元起。



2. 博舍 — 位于成都的博舍是第三家 The House Collective 品牌酒店，英文名 The Temple House，以毗邻的大慈寺命名。酒店的设计别具一格，虽采用当代建筑风格，但同样尊重成都的历史建筑物并从中得到启发，重新修葺笔帖式街老宅院，并在设计之中融入清代庭院元素。在 TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约 1544 元/晚。



3. 奕居 — 位于香港，由建筑师 Andre Fu（傅厚民）设计。奕居富有时代气息，环境恬静和谐，是繁华闹市中一处宁谧的空间。英文名 The Upper House 意指宾客步行至太古广场，从繁嚣闹市登上宁静的空间。在现代迷人的奢华中俯瞰香港充满活力的街头巷尾。在 TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约 4341 元/晚。



4. 唯港荟酒店 — 坐落在香港九龙尖沙咀中心，附近是琳琅满目的购物和饮食场所。从唯港荟的每一间客房都可以看到美丽的海港景色，兼具时尚、舒适和典雅。屋顶泳池可以尽情饱览香港瑰丽的天际线景观。TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约 1871 元/晚。



5. 喜林苑 — 坐落在云南大理的喜洲小镇，喜林苑目前拥有三座建筑，均是国家级文物保护单位，分别是‘杨品相宅’、‘严宝成府’、和‘杨卓然院’。喜林苑团队在保留历史原貌和氛围的前提下，对这些白族古建筑做了修复，并同时兼顾顾客入住的舒适度。喜林苑不仅提供住宿，还有各种深入接触和探索大理当地社区的文化的的项目。在 TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约 1045 元/晚。



6. 香港丽思卡尔顿酒店 — 位于香港环球贸易广场的 102 层至 118 层，是全香港最高的酒店，维多利亚港两岸的景致一览无遗，并拥有五星级的水疗中心、全城最高的酒吧、米其林星级意大利餐厅 Tosca 和天龙轩中餐厅。在 TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约 3399 元每晚。



7. 西安豪享来温德姆至尊酒店 — 坐落在西安曲江新区大唐不夜城的核心位置，大雁塔及众多购物中心近在咫尺。酒店将现代建筑艺术与中国传统建筑和文化元素有机结合，是温德姆酒店集团在中国直属管理的第一家奢华酒店。在 TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约 837 元每晚。



8. 北京瑰丽酒店 — 位于北京繁华的商业中心区域，是中国首家 Rosewood Hotels & Resorts 品牌酒店。秉承打造独一无二的奢华，融合当地历史文化和地理特色的理念，北京瑰丽酒店充分彰显了中国首都的历史、文化与地理特色，将现代与经典、活力与宁静巧妙融入酒店的设计及氛围中。在 TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约 1877 元/晚。



9. 成都富力丽思卡尔顿酒店 — 位于成都市中心天府广场旁，设计灵感源自成都传统老街院巷，将东方韵味巧妙融入摩登奢华当中。细节中无不透出对古典文化的敬意，同时又满足现代旅客的需求。在 TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约 1265 元/晚。



10. 和平饭店 — 位于上海繁华的外滩和南京路交汇处，是领略上海迷人风情的绝佳地点。这座备受尊崇的地标性建筑曾是上海著名的娱乐场所和饭店，历经 3 年大规模整修，重现旧上海时代的魅力、传统和奢华。在 TripAdvisor（猫途鹰）预订均价约 1834 元/晚。





成都信息工程大学银杏酒店管理学院  
Yinxing Hospitality Management College of CUIT



主办单位：成都信息工程大学银杏酒店管理学院图书馆

出版发行：内部刊物

责任编辑：何筱寒

出版期号：2017年第3期下月刊（总第92期）

投稿方式：[yihmstsg@163.com](mailto:yihmstsg@163.com)

联系电话：028-87979509