

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 94 期

4-2 期

2017.4.15



目 录

业界动态	3
2017 泰国泼水节中国游客消费分析.....	3
分析——雄安新区为白洋淀旅游带来哪些机遇.....	10
2017 年 4 月出境旅游价格指数分析.....	14
从“洱海保卫战”看民宿业态新发展.....	22
要闻精粹	26
行业要闻.....	26
途家押宝的新物种 Vashare 到底是什么.....	41
保护洱海和规范市场 时间将证明这是对的.....	46
酒店经营者是否应该继续向客人提供报刊.....	50
行家之音	52
乐乎 CEO 罗意：公区的意义在于吸引.....	52
王志：新常态下酒店业的转向与突破.....	54
走进全球酒店	58
盘点：全球 5 大高科技水下酒店.....	58



2017 泰国泼水节中国游客消费分析

信息来源：途牛旅游网

今年泼水节期间，前往泰国的人次同比去年上升明显；26-35岁的中青年群体占比近6成，是出游的主力军；上海、北京、南京成为客源地前三甲。

去泰国，最不能错过的就是泼水节。4月13日，泰国再次迎来一年一度的泼水节，大街小巷都沉浸在狂欢的气氛里，其中不乏大批中国游客的身影。泼水节成为清明节之后，游客赴泰游的又一出游小高峰。

泼水节开幕当天，途牛对外发布的《2017 泰国泼水节中国游客消费分析》显示，今年泼水节期间，前往泰国的途牛客户人次同比去年上升明显；26-35岁的中青年群体占比近6成，是出游的主力军；上海、北京、南京成为客源地前三甲；中国游客最喜爱的“泼水”目的地有普吉岛、芭提雅、曼谷、清迈、甲米；在出游方式上，越来越多的游客选择自助游，人次占比达到43%，相比去年同期上升10个百分点。作为傣族的传统节日，泼水节也带热了国内的云南游以及泰国周边的缅甸、老挝、柬埔寨旅游。

中国游客泼水节掀赴泰游小高峰 出游人次同比去年上升明显

泰国素有“黄袍佛国”的美誉，迷人的海岛、独具魅力的佛教文化以及多姿多彩的民俗风情，加上基础设施完善、旅游服务周到，使其成为很多中国游客第一次出境游的首选目的地以及中国游客最喜爱的出境游国家之一。

统计数据显示，2016年中国游客赴泰旅游人数约880万人次，再创新纪录。今年春节期间，共有31.1万人次中国游客到泰国旅游度假。

日前，泰国旅游局局长育塔萨表示，估计宋干节(泼水节)期间将有47万名外籍游客赴泰旅游，为泰国带来80亿铢的收入。这些外籍游客包括蜂拥而至的中国游客。尽管今年泰国仍处于悼念先王普密蓬的国丧期，但是，泼水节活动并未受到影响。

途牛旅游网监测数据显示，2017年泼水节期间，途牛服务的赴泰游客户人次同比去年增长显著，中国游客再掀赴泰游小高峰。



中青年游客难抵“湿身诱惑” 女性游客泼水节“攻击力”不可小觑

泼水节作为举国欢庆的泰国新年，除了布施，泰国人还以泼水的形式表达对亲朋好友的祝福，用水洗掉过去一年的不顺利，重新出发迈向新的一年。

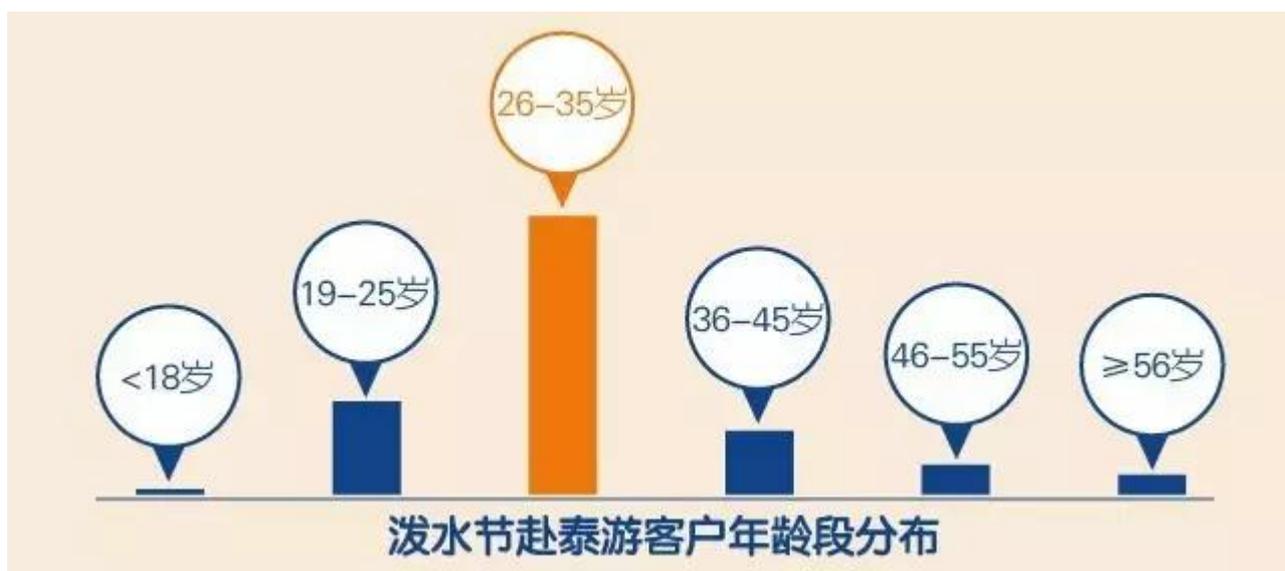
近几年，伴随着“旅游+节庆”的发展以及出境游频次的增加，中国游客越来越倾向于深入体验当地文化，其中包括泼水节。

途牛旅游网监测数据显示，上海、北京、南京、成都、深圳、广州、天津、大连、杭州、苏州等城市消费者，是2017年泼水节期间赴泰游的主力军，其中上海一地的出游人次占比就超过16%。



(图片来源：途牛旅游网)

从客户年龄段角度而言，26-35岁的中青年游客最难抵挡“湿身诱惑”，占比近6成，其次是19-25岁的游客，占比近两成。为了吸引中国年轻游客赴泰国旅游，在中国旅游市场路演方面，泰国将继续邀请马利奥担当形象大使。



(图片来源：途牛旅游网)



从客户性别角度来看，泼水节期间前往泰国旅游的女性游客占比达到63%，高出男性游客26个百分点。在热闹非凡的人群中，女性游客泼水大战的“攻击力”不容小觑。



(图片来源：途牛旅游网)

除了深入当地体验泼水节，中国游客对品尝泰国菜、水疗和泰式按摩等旅游活动也情有独钟，泼水节期间，“清迈 The Oasis Spa 绿洲水疗 SPA”、“巴厘岛情人崖+Alila/艾吉酒店/悦榕庄海景下午茶+金巴兰海鲜 BBQ”、“美功铁路市场+安帕瓦水上市场半日游”等当地玩乐产品受到游客青睐。

普吉岛、曼谷等“主战场”人气爆棚 自助游日益受到中国游客青睐

为迎接2017年泼水节，泰国旅游局在曼谷以及13个府展开了“惊喜宋干节2017”系列活动，其中包括在曼谷举行的“惊喜宋干节2017快乐花车游行”、“曼谷五纪公园泰国各地泼水节文化集中展示”、“2017曼谷艾县无酒精宋干节-浴十三寺佛活动”，以及“2017年清迈宋干节活动”、“素攀府宋干节”、“普吉府海滩宋干节”等。

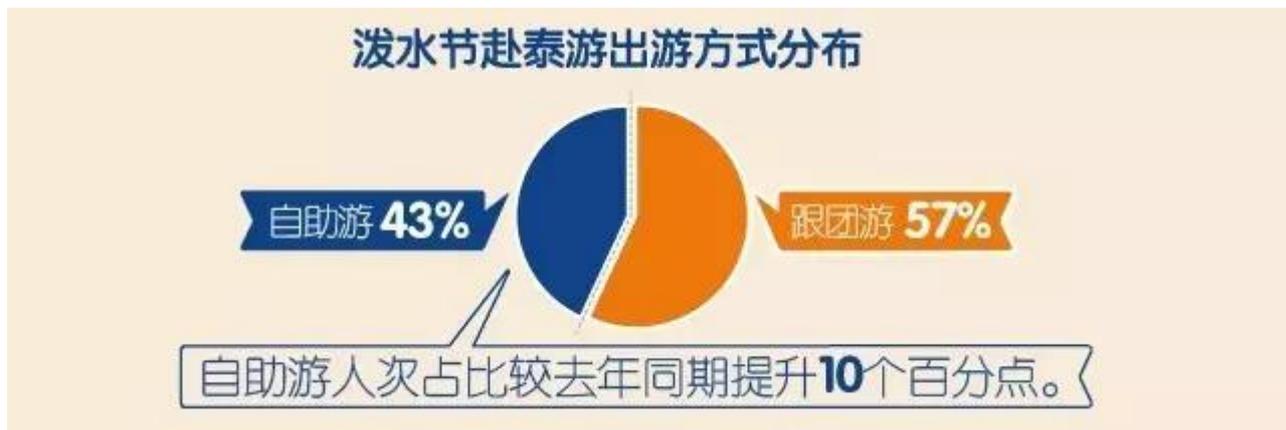
从出游人气来看，途牛旅游网监测数据显示，2017年泼水节期间，中国游客最喜爱的泰国泼水节“主战场”有普吉岛、芭提雅、曼谷、清迈、甲米等。3月底，泰国航空公司新开通北京至泰国普吉岛的直飞航线，泰国旅游部门表示，目前已有23个从中国直飞普吉的航线以及1个包机航线。这些直飞及包机航线，将有利于吸引更多中国游客到普吉旅游。





(图片来源:途牛旅游网)

在出游方式上,泼水节期间,中国游客自助游人次占比43%,人次占比较去年同期提升10个百分点,自助游日益受到赴泰游客青睐。自助游更加自由随性,可以让游客更好地享受泼水大战、水枪大战的酣畅淋漓。



(图片来源:途牛旅游网)

泼水节带热我国云南、老挝、缅甸、柬埔寨旅游市场

作为傣族的传统节日,泼水节也带热了清明小长假后的云南游。途牛旅游网监测数据显示,泼水节期间,云南西双版纳人气高涨,“西双版纳-昆大丽4飞8日游”、“版纳-香格里拉-昆大丽4飞一卧8日游”、“昆明-西双版纳3飞6日游”等涉及西双版纳的旅游线路受到游客青睐。



(图片来源:途牛旅游网)



除了泰国以及我国云南，泼水节也是老挝、柬埔寨、缅甸等国的新年。每年4月13日至15日，这些国家的民众会互相泼水以示祝福。此外，传统庆祝活动还包括礼佛、堆沙塔等。以柬埔寨为例，途牛旅游网监测数据显示，今年泼水节期间，柬埔寨出游人次同比增长超过6成，柬埔寨热门目的地有暹粒、西哈努克市、金边，人气景点有吴哥窟、斗象台、塔普伦寺、巴肯山、女王宫。



2017 泰国泼水节 中国游客消费分析

中国游客泼水节掀赴泰游小高峰



2016年，中国游客赴泰游人次约880万

2017年春节，赴泰游人次31.1万

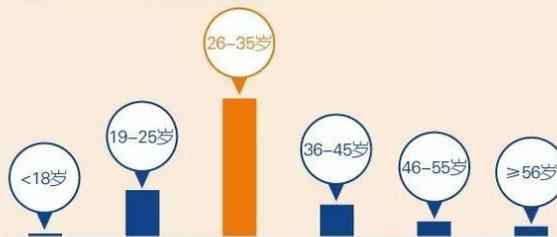
2017年泼水节期间，途牛客户赴泰游人次同比增长显著。

泼水节赴泰游主力军上海游客位居榜首

泼水节赴泰游客源地TOP10



中青年游客难抵“湿身诱惑”



泼水节赴泰游客年龄分布

女性游客泼水节“攻击力”不可小觑

泼水节赴泰游客性别分布



普吉岛、曼谷等“主战场”人气爆棚



2017年泼水节，泰国旅游局在曼谷以及13个府展开“惊喜宋干节2017”系列活动。

泼水节泰国人气目的地TOP5





自助游日益受到赴泰游客青睐

泼水节赴泰游出游方式分布



自助游人次占比较去年同期提升10个百分点。

泼水节带热我国云南、老挝、缅甸、柬埔寨旅游市场



泼水节是傣族传统节日，泰国、老挝、缅甸、柬埔寨、我国云南均将泼水节作为傣历新年。



泼水节云南方向西双版纳人气高涨。

泼水节西双版纳人气线路TOP3

- 西双版纳-昆大丽4飞8日游
- 版纳-香格里拉-昆大丽4飞一卧8日游
- 昆明-西双版纳3飞6日游

2017年泼水节期间，途牛服务的赴柬埔寨旅游人次同比增长60%。

泼水节柬埔寨人气目的地TOP3

- 暹粒
- 西哈努克市
- 金边

泼水节柬埔寨热门景点TOP5

- 吴哥窟
- 大象台
- 塔普伦寺
- 巴肯山
- 女王宫

(图片来源：途牛旅游网)



分析：雄安新区为白洋淀旅游带来哪些新机遇

信息来源：中国旅游报 作者：邓昭明

雄安新区有望帮助白洋淀景区突破现有掣肘与瓶颈，完成世界一流景区的升级任务，并从根本上改变整个白洋淀地区的旅游发展格局。

雄安新区的设立有望帮助白洋淀景区突破现有掣肘与瓶颈，完成世界一流景区的升级任务，并从根本上改变整个白洋淀地区的旅游发展格局。具体而言，雄安新区将为白洋淀旅游带来三个“一”——一个世界级的旅游品牌，一个千万级的客源市场，一系列的优质资源。

4月1日，中央决定设立河北雄安新区。作为“继深圳经济特区和上海浦东新区之后又一具有全国意义的新区”，雄安新区的横空出世，刷遍了各大媒体头条及微信朋友圈。新华社通稿中“历史性战略选择”“千年大计、国家大事”等罕见措辞，无一不彰显着雄安新区的重要地位。随后，所涉三县房价的突然飙涨以及史上最强“限购令”的推出，更使得雄安新区备受瞩目。

在公布的雄安新区区划图中，位于中心位置的“华北明珠”白洋淀极为抢眼。白洋淀是河北省最大的湖泊和国家5A级旅游景区，其在安新境内的面积约占总面积的85%，因此常被称为“安新白洋淀”，其他淀区则分布在周边的任丘市和雄县。旅游业是安新县的支柱产业。在国家旅游局公布的第一批全域旅游示范区中，安新县名列其中，属于典型的龙头景区带动型全域旅游发展模式。而对于雄安新区，白洋淀也将是其最重要的旅游区。

白洋淀自然资源与文化资源丰富，旅游开发禀赋上佳，在河北乃至华北地区都具有较强的不可替代优势。根据中国社会科学院财经战略研究院于2016年发布的《白洋淀旅游资源统筹与管理体制改革研究报告集》，白洋淀旅游自1988年发展至今，经历了萌芽、起步、探索、“初次创业”、“二次创业”及全域整合六个阶段。经过近30年的发展，白洋淀旅游业成绩斐然，但同时也存在着一些顽疾和瓶颈，集中体现在多头多地管理、产品档次偏低、文化挖掘不深、资源利用不够、品牌宣传乏力、信息化水平不足等方面。虽然是国家首批5A级旅游



景区，白洋淀却一直没有真正完成景区升级的使命。原因主要有三：一是管理难度大。淀区水域宽广，涉及“两市三县”，安新、任丘、雄县均设有景区入口，来自三地的船工引客入淀，其素质参差不齐，彼此时有摩擦。此外，淀区内景点多为私人承包，短视逐利行为时有发生。二是落后的体制机制和管理模式不能满足旅游全域化发展的客观要求，导致管理效率偏低。三是各项资源投入不足，客源市场有限，产品粗放，投资吸引力不强，由此进入了一个发展缓慢的怪圈。

雄安新区的设立为白洋淀旅游带来了历史性的发展机遇。它有望帮助白洋淀景区突破现有掣肘与瓶颈，完成世界一流景区的升级任务，并从根本上改变整个白洋淀地区的旅游发展格局。具体而言，雄安新区将为白洋淀旅游带来三个“一”。



首先是一个世界级的旅游品牌。

白洋淀素有“华北之肺”的美誉，具有良好的自然环境和强大的生态净化功能。而当白洋淀成为雄安新区的区位中心、核心景区和不可或缺的生态屏障，其旅游品牌与雄安新区的城市品牌便紧紧联系在了一起。在未来，提起雄安新区，自然会让人想到白洋淀；来到雄安新区，也不能不去一趟白洋淀。

作为“首都副中心”，雄安新区的定位无疑剑指一线城市。习近平总书记指示，雄安新区的规划建设要“坚持世界眼光、国际标准、中国特色、高点定位，坚持生态优先、绿色发展”，同时还要“坚持保护弘扬中华优秀传统文化、延续历史文脉”，并提出“建设绿色智慧城市”“打造生态城市”“创建城市管理新样板”等建设任务。可以预见，雄安新区必将建成一个世界级的城市品牌。现代



旅游业综合性强，边界模糊，白洋淀的旅游开发将与雄安新区的城市建设互相融合。换言之，当国人常谈的“北上广深”变成了“北上广深雄”，白洋淀的地位自然也可向北京的长城故宫看齐，成为海内外皆知的世界级旅游品牌。

其次是一个千万级的客源市场。

雄安新区设立之前，白洋淀的旅游营销主要依靠安新县旅游局及淀区内文化苑、荷花大观园等私营景点的自主营销，力度有限。目前，白洋淀的年游客量不到200万人次，以京津冀游客为主。在此格局下，安新白洋淀所确定的发展思路是，将“大淀观光游”等生态观光产品与周边乡村游相结合，以景区发展带动美丽乡村建设，实现景区产品与游客体验的多元化，同时建立协调机制，处理好与隔壁县市的利益关系。

有了雄安新区，格局瞬息改变。安新县不用再去纠结与雄县任丘的利益纠葛，白洋淀成了雄安新区的生态“绿心”。作为雄安新区的核心景区与旅游招牌，白洋淀能获得的营销投入可想而知。在雄安新区初步建成后，白洋淀的客源市场将扩增为三个部分。第一部分是现有的京津冀为主的游客，预计将持续稳定增长；第二部分为京津冀以外的国内国际游客，其中，商务旅游、会议会展旅游等产品将占到较大份额；第三部分是雄安新区本地居民及北京雄安两地往返职工及其亲友的休闲度假游。这一部分休闲旅游者，未来会成为造访白洋淀的主力军。这三部分客源的加总，将是一个千万量级的客源市场，提升的不仅是数量，还有质量。

市场规模与结构会倒逼产品转型。作为“首都副中心”的核心景区，未来的白洋淀不仅仅将服务于外来游客，它还将成为雄安新区这个国际化创新型都市最重要的休闲公园。核心区的淀区美景、周边建设已颇有成效的美丽乡村、特色小镇、温泉酒店以及未来城市CBD的有机组合，会让白洋淀蝶变为一个一流水准的旅游休闲度假综合体。

最后是一系列的优质资源。

雄安新区设立，带来最大的变化就是资源的注入。可以预见，将会有空前的财力支撑和行政资源为其保驾护航，而首先需要面对的便是积习和旧体制的掣肘。在这个转型过程中，白洋淀的旅游管理体制的改革可以起到“发令枪”与“催化剂”的作用。习总书记提出雄安新区建设的七个方面的重点任务，即建设智慧城市、打造生态城市、发展高端高新产业、提供优质公共服务、打造绿色交通体



系以及推进体制机制改革，虽然并未直接提及旅游，但七大任务的完成再搭配一个产品升级、业态融合的白洋淀，便可自然造就一个“国际标准、中国特色”的全域旅游示范区。在雄安新区崛起的过程中，旅游业所能发挥的作用是不可替代的。旅游的大发展可能并非中央设立雄安新区的初衷，但一定是它发展的结果。

相比行政资源的支持和各方资金的注入，人才资源的聚集才是实现跨越式发展的核心与关键。如今的白洋淀，年轻人极少，中老年人居多，景区缺乏活力。雄安新区的设立将会使更多的本地年轻人回到家乡，建设家乡，也会吸引更多的外地人加入旅游开发的行列。国家发改委学术委员会研究员张燕生认为，雄安新区的使命是“创新”，未来将成为中国的“硅谷”。当越来越多的高端产业、新兴产业以及配套的高校、医院、研究机构甚至政府部门从北京迁往雄安新区时，它们也将带来优秀的创新人才。这些人可能是旅游者、设计师、投资人，也有可能是工程师、乡村创客……虽然角色不同，但他们都是能给白洋淀旅游带来动力与活力的“新鲜血液”。他们的存在，赋予白洋淀旅游无限的想象空间。

蓝图已然绘就，机遇已经到来。然而，雄安新区的规划建设，从全世界范围来看都是一个全新的命题。这片土地为梦想留足了发展的空间，但对标宏伟蓝图，目前还近乎白纸一张。前途光明，道路曲折，要实现梦想，需要一代代人的不懈努力。万众瞩目的雄安新区白洋淀，格外让人期待。



2017年4月出境旅游价格指数报告

信息来源：华泰餐饮旅游

2017年4月出境旅游价格综合指数(OPI)为100.5，与3月份相比环比上升了0.7%，与2016年4月份相比同比下降了2.3%。

2017年4月出境旅游价格综合指数(OPI)100.5，环比微涨0.7%，同比下降2.3%，具体地：

1) 近程亚洲游产品价格指数环比下降0.3%，同比下降0.85%，受地缘政治影响，韩国旅游产品基本全部下架。

2) 中远程，欧洲、中东非洲价格指数环比上涨，美洲、大洋洲价格指数环比小幅下降。从同比看，欧洲价格指数同比下降9.77%，主因欧洲游整体降价促销。

3) 海岛游产品价格环比下降10.32%，主因受东南亚地区海岛淡季影响。但从同比看，海岛游产品价格上升26.82%，主因价格相对便宜的韩国游产品下架，泰国游价格更高，同时表明海岛游愈受青睐。

我们认为，随着德法恐袭影响逐步弱化，欧洲游产品价格有望同比回升；4-10月是东南亚海岛游淡季，未来海岛游产品或将继续回调。在大众旅游消费稳增、消费升级背景下，出境游仍将是旅游板块重点子领域。

出境旅游价格综合指数(OPI)是反映中国公民赴全球各目的地旅游产品及其价格变化的指标体系，通过对全国主要客源城市的众多有代表性的出境旅游运营商及其旅游产品进行月度检测，以大数据采集和分析为基础，按照出境旅游客流的目的地空间流向、产品类型和客源地进行分类比较研究，通过研发和设计反映市场变化的数学模型，以抽象化的指数系统反映出境旅游市场价格的总体情况。该研究项目是由艾威联合旅游顾问机构、华泰证券和众信旅游共同实施。

一、2017年4月出境旅游价格综合指数

§ 2017年4月出境旅游价格综合指数(OPI)为100.5，与3月份相比环比微涨0.7%，与2016年4月份相比同比下降2.3%。



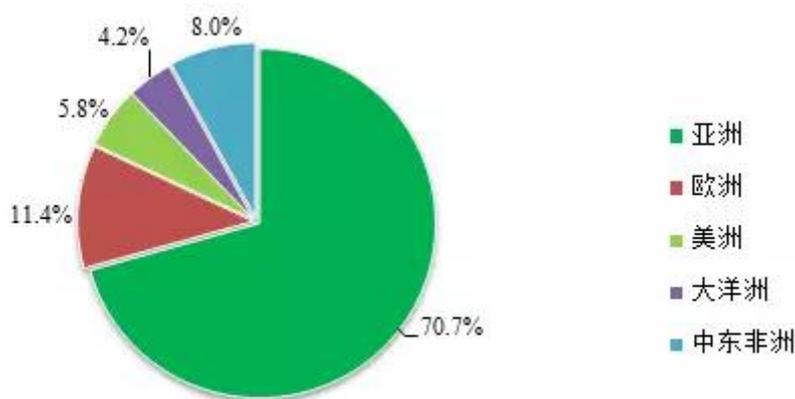
出境旅游价格指数					
	2017年 3月	2017年 4月	地区	2017年 3月	2017年 4月
综合价格指数(OPI)	99.8	100.5	亚洲价格指数	101.6	101.2
			欧洲价格指数	80.6	87.1
			美洲价格指数	121.4	117.1
			大洋洲价格指数	111.6	110.0
			中东非洲价格指数	90.5	94.0
			海岛产品价格指数	136.6	122.5

2017年4月份，欧洲游产品价格上升，海岛游产品价格回调。与2017年3月份相比，亚洲目的地旅游产品价格指数下降0.3%，与上月基本持平；美洲游产品价格指数环比下降3.6%，降幅最大；欧洲游产品价格指数为87.1，环比上涨8.1%，涨幅最大。整体来看，4月份出境旅游价格综合指数(OPI)为100.5，与2017年3月份相比微涨0.7%，与2016年同期相比下降2.3%。

产品数量结构

2017年4月份共采集了23万多条出境旅游产品，其中亚洲游产品占比为70.7%；欧洲游产品占比为11.4%；大洋洲产品占比为4.2%；中东非洲游产品占比为8.0%。与上月相比可以看出亚洲游产品数量占比小幅下降，欧洲游产品占比略有增加，各目的地占比变化幅度与上月相比没有发生很大变化。

图1 2017年4月采集各目的地旅游产品数量结构



§ 主要目的地出境旅游产品日均价格



2017年4月份，团队包价旅游产品(含大交通)中，日均价格最高的目的地是马尔代夫，日均价格达2541元，其次为法国游产品，日均价格为2502元。自由行产品中，日均价格最高的也是马尔代夫产品，日均价格达2762元。

备注：1. 出境游产品说明：报告中团队游产品是指旅行社提供的包含大交通、酒店和当地旅游行程安排等费用的全包价产品；自由行产品指旅行社提供的包含大交通以及酒店住宿、由客人自行安排游览或其他活动的自助或半自助旅游产品。2. 报告中产品价格均为人

2017年4月主要目的地出境旅游产品日均价格(单位:元)		
地区	团队游产品	自由行产品
韩国*	——*	——*
日本	1114	929
新加坡	1080	829
马来西亚	809	743
泰国	635	802
法国	2502	1181
德国	1943	962
英国	1871	1181
俄罗斯	992	1010
美国	1735	1094
加拿大	2283	1309
澳大利亚	1882	1042
新西兰	2498	1585
南非	1272	——
阿联酋	1661	1557
埃及	1056	——
巴厘岛	968	1138
普吉岛	781	812
马尔代夫	2541	2762
夏威夷	2076	1603
斐济	1880	2432
关岛	1431	1159
塞班岛	1198	1164
毛里求斯	1838	1816

(*备注：4月份韩国游产品几乎全部下线)

二. 近程目的地价格指数



2017年4月份，近程亚洲游产品价格指数为101.2，与3月份相比环比下降0.3%。4月份近程各主要目的地国家团队游产品中，价格指数最高的为泰国游产品，价格指数为105.9；指数最低的为日本游产品，4月份价格指数为91.6。从增长率来看，马来西亚团队游产品价格指数降幅最大，与3月份相比下降5.0%，马来西亚旅游产品多为吉隆坡等地的一地游产品，价格普遍较低，本月价格下降幅度较大。4月份韩国游产品几乎全部下线，韩国团队游产品指数和自由行指数已不能反映市场的真实水平。

近程自由行产品中，泰国游产品价格指数同样最高，为96.0，环比下降2.6%，最低为新加坡旅游产品，价格指数为63.4，与3月份价格指数相比下降8.0%。

2017年4月主要近程目的地出境旅游价格指数					
地区	团队游产品			自由行产品	
	价格指数	环比	同比	价格指数	环比
韩国	--	--	--	--	--
日本	91.6	-0.4%	1.1%	82.9	4.0%
新加坡	103.1	-2.5%	18.7%	63.4	-8.0%
马来西亚	94.3	-5.0%	-20.4%	65.4	-5.7%
泰国	105.9	-4.2%	-2.1%	96.0	-2.6%

图2 主要近程目的地团队游产品均价比较





从旅游产品价格分析，2017年4月份主要近程目的地团队游产品均价出现不同程度的下降。其中，日本游产品价格最高，均价为6780元，与3月份相比下降了0.8%；泰国游产品价格最低，产品均价为4121元，与3月份相比下降3.2%。自由行产品中，均价最高的为日本游产品，4月份均价为5226元，其次为泰国游产品，均价为5098元。

图3 主要近程目的地自由行产品均价比较



三. 中远程目的地价格指数

2017年4月份，欧洲、中东非洲目的地价格指数出现上涨，美洲、大洋洲目的地价格指数出现小幅下降。与2017年3月相比，欧洲旅游产品价格指数上涨幅度最大，环比上涨8.1%；美洲和大洋洲旅游产品价格指数分别下降3.6%和1.4%。

4月份，中远程目的地团队游产品中，德国游产品价格指数最高，为134.2；俄罗斯旅游产品价格指数最低，为80.9。从增长率来看，德国团队游产品价格指数涨幅最大，与3月份相比上涨9.3%，与去年同期相比增长1.4%；其次是法国游产品，价格指数环比上涨7.4%。自由行产品中，加拿大自由行产品价格指数降幅最大，环比下降8.6%；阿联酋自由行产品涨幅最大，环比上涨8.0%。



2017年4月主要中远程目的地出境旅游价格指数					
地区	团队游产品			自由行产品	
	价格指数	环比	同比	价格指数	环比
法国	90.4	7.4%	16.7%	87.8	-3.4%
德国	134.2	9.3%	1.4%	86.3	-3.4%
英国	93.7	4.6%	--	84.8	3.0%
俄罗斯	80.9	7.2%	-12.4%	80.3	-0.8%
美国	120.5	-1.8%	13.1%	76.3	-6.6%
加拿大	104.1	1.6%	7.0%	86.9	-8.6%
澳大利亚	116.8	-3.9%	7.0%	86.2	-8.6%
新西兰	125.1	4.9%	15.2%	92.4	-7.1%
南非	81.7	0.8%	11.2%	--	--
阿联酋	91.8	2.8%	-5.2%	99.9	8.0%
埃及	104.3	3.3%	8.9%	--	--

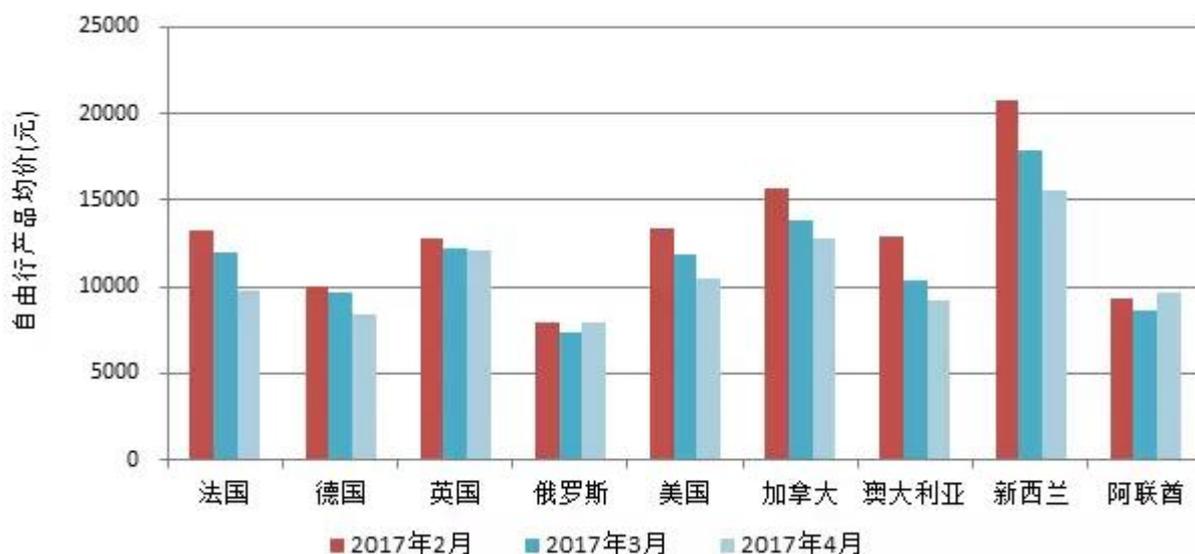
图4 主要中远程目的地团队游产品均价比较



从旅游产品价格分析,与上月相比,团队游产品价格最高的为新西兰旅游产品,均价达26915元,环比上涨2.5%;价格最低的为俄罗斯旅游产品,均价为7857元。自由行产品中,价格最高的同样为新西兰旅游产品,4月份均价为15519元;价格最低的为俄罗斯产品,均价为7930元。



图5 主要中远程目的地自由行产品均价比较



四. 海岛目的地产品价格指数

2017年4月份,海岛游产品价格指数为122.5,与3月份相比下降了10.3%。海岛团队游产品中,价格指数最高的是夏威夷旅游产品,为163.4,环比上涨3.7%,其次为毛里求斯旅游产品,4月份价格指数为120.0,与3月份相比下降2.8%,最低为关岛旅游产品,价格指数为84.2,环比上涨1.6%。

海岛自由行产品中,普吉岛自由行价格指数降幅最大,环比下降7.1%;斐济自由产品价格指数涨幅最大,与3月份相比上涨6.6%。

地区	团队游产品			自由行产品	
	价格指数	环比	同比	价格指数	环比
巴厘岛	89.3	-2.8%	-10.1%	96.5	2.7%
普吉岛	97.7	-0.6%	2.9%	89.2	-7.1%
马尔代夫	116.9	-5.1%	7.2%	109.4	-1.7%
夏威夷	163.4	3.7%	-11.4%	100.0	5.1%
斐济	105.0	-9.1%	—	105.6	6.6%
关岛	84.2	1.6%	—	81.4	1.8%
塞班岛	106.6	7.6%	-1.0%	102.8	-2.1%
毛里求斯	120.0	-2.8%	9.9%	118.1	4.3%



从旅游产品价格分析,4月份海岛团队游产品中,均价最高的为夏威夷产品,均价为15811元,与3月份相比上升6.0%;价格最低的为普吉岛产品,均价为4939元,环比下降2.4%。海岛自由行产品中,价格最高的为斐济产品,均价为19472元;价格最低的为普吉岛产品,均价为5248元。

图6 主要海岛目的地团队游产品均价比较



图7 主要海岛目的地自由行产品均价比较





从“洱海保卫战”看民宿业态新发展

信息来源：迈点网 作者：胡文杰

望这次洱海事件能反映出民宿业现有的问题，能给这个新生业态带来社会各界的关注和重视，同时为民宿未来的新发展打下更坚实的基础。

伴随着近几年国内旅游市场的蓬勃发展，各种旅游形态也应运而生，民宿客栈旅游就是其中的一类。根据不完全统计，截止到去年，全国共有客栈民宿大约超过了3万家，分布在全国31个省市自治区(不含港澳台)300多个城市，民宿旅游还在迅猛地发展。但这背后隐藏着各种问题：一面是各种民间资本的蜂拥而入，不断在全国无序地扩张；另一面，各级行政监管层面的政策空白，良莠不齐的质量水平，让民宿旅游新形态游走在灰色地带。



就在近期云南省大理市人民政府发布了《关于开展洱海流域水生态保护区核心区餐饮客栈服务业专项整治的通告》(以下简称《公告》)。据《通告》内容，为了认真贯彻落实习近平总书记对于洱海保护的重要指示精神 and 省委、省政府“采取断然措施，开启抢救模式，保护好洱海流域水环境”的部署要求，根据《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水法》《中华人民共和国水污染防治法》《云南省大理白族自治州洱海保护管理条例》《云南省大理白族自治州水



资源保护管理条例》《云南省大理白族自治州村庄规划建设管理条例》以及国务院《无照经营查处取缔办法》等相关法律法规，结合当地政府工作实际，要求整治范围内所有餐饮、民宿客栈经营户一律自行暂停营业，接受核查。核查内容包括房屋建设手续合法、法定必备证照齐全(包含营业执照、排污许可证、消防安全检查合格证、卫生许可证、特种行业许可证)。待环湖截污工程投入使用后，由相关职能部门按照相关法律法规及餐饮、民宿客栈管理规范标准和要求进行核查，符合条件后方可继续营业。

《通告》的发布引起了多领域的关注和重视，一时间形成了热点话题。与此同时也引起了民宿领域专业性协会组织——亚洲民宿产业发展促进会的高度关注和重视。

协会领导就大理市政府发布的《通告》涉及到的民宿领域发表了行业组织就此次话题的重要观点：

首先表示充分领会习近平总书记对于洱海的保护的重要指示精神，充分响应云南省委、省政府“采取断然措施，开启抢救模式，保护好洱海流域水环境”的部署要求，充分支持大理市人民政府《关于开展洱海流域水生态保护区核心区餐饮客栈服务业专项整治的通告》。

熟知大理的人都知道，大理是座依托苍山洱海、白族文化以及大理古城为背景的历史旅游文化名城。如果没有了苍山，大理就缺失了威严，如果没有了洱海的点缀，大理就失去了它的灵性。大理之所以受到了来自世界各地游客的青睐和喜爱，绝大部分都是源自它得天独厚的自然环境。但随着大理旅游业的高速发展，随之出现的环境问题就越来越突出，因此摆在大理人民面前最严峻的问题就是洱海污染问题，并且无论在国家层面还是各级地方政府层面，站在长远发展的角度上，大力治理环境问题这是人类发展史上的百年大计。

所以，协会希望当地政府能够站在当地长久发展的基础上进行科学理性的规划和引导，既管理好围绕洱海沿岸民宿客栈、餐饮等业态的污物处理工作，同时也应该看到，这些行业的存在其实也是当地旅游业发展的基础和必要载体，因此希望当地政府能够早日制定好管理制度，走出这个过渡期，既能稳定社会和市场秩序，也能更好地让大理旅游进入良性循环发展。在此过程中，作为在大理旅游中占重要旅游份额的民宿客栈业协会组织，亚洲民宿产业发展促进会表示将积极



主动地配合好当地政府，协助政府做好环湖截污工程投入使用后民宿经营者的管理规范工作，并且愿意承担起因此受影响的民宿客栈经营者，把他们的诉求更合理地反映到各行政管理部门，最终在当地政府和各类经营主体齐心协力的基础上，把大理依托生态为基础的旅游环境做到可持续性发展。

其次，协会负责人就近几年民宿行业发展中的各类问题做了详细的阐述和分析，并就该业态下一步的发展方向作出了指示。

由于近些年旅游市场的迅猛发展，以往传统模式的旅游形态已经不能满足人们日益增长的物质和精神文化的需求，随着市场的发展和需求在传统住宿业领域出现了一种新型的住宿商业形态——民宿。它的出现打破了以往传统标准化酒店业的模式，为消费者提供了一种新的体验和服务方式，因此备受市场的青睐。近些年在全国各地以爆发式的方式快速发展，但爆发式的增长背后带来了各种各样的社会和行业问题。首先，正是由于民宿这种旅游新业态成长周期比较短，处在初级阶段，所以它有很多的不健全、不完善、不专业性；同时体现在市场上，其表现出小、散、乱的特点。民宿经营者基本都是个体工商户，规模比较小，由于当时是随着市场需求而形成的商业习惯，在这样的背景下逐步形成的民宿业，至今还游走在政策监管下的灰色地带。由于市场的需求量越来越大，在没有法律法规规范下爆发性增长是必然的结果，一时间各地的民宿蜂拥而起，并且非常分散，从而导致各类的社会问题。到今天为止，各地仍有大部分民宿经营者不具备最基本的经营条件。

俗话说：“无规矩不成方圆”，民宿虽然是体现市场服务表现形式的开放、个性、自住化的特色，但是需要建立在遵守国家法律以及地方政府的法律法规的基础上。同样，特色化的发展不能离开最基本标准规范的制约，包含安全、消防、环保、卫生、工商，这几方面缺一不可。亚洲民宿产业发展促进会将充分做好行业内规范的倡导和宣传工作，并积极配合各级行政主管部门尽快出台各地有关民宿业态的规范化标准。最终在各级行政主管部门和行业协会以及民宿经营者的齐心协力下把民宿业态更健康有序地发展起来。

据悉，亚洲民宿产业发展促进会是外交主管，是由关心亚洲各国之间经济文化交流、民宿产业发展的各界人士和从事经济文化交流、民宿产业的社会团体、企事业单位以及在各级领导的关怀和支持下组建起来的。其职能在于打造围



绕民宿业态的全产业链服务集成的理念，这个理念将为民宿产业发展树立标准、规则，让产业发展规范化、系统化、专业化，同时把与民宿产业发展相配套的各种服务资源进行融会贯通有利于民宿产业更好的发展。下一步，他们将计划沿着国家战略高度的发展思维，将民宿业态内容分为几大板块，分别涉及外交、民生、文化等相关领域。

民宿业态不仅仅是传统意义上的旅游服务板块，同时它也是在《国务院关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》的背景下承担着带动提高人民生活经济水平方面的责任，它更承载着中华民族传统文化的沉淀和传播的义务。希望通过这次洱海热点事件反映出现有民宿业态的相关问题，能够给这个新业态带来社会各界足够的关注和重视，同时为民宿未来的新发展打下更坚实的基础。



行业要闻

整理编辑：何筱寒

1、广州康辉等多家旅行社违法违规经营被处罚

信息来源：北京商报 作者：钱瑜 赵超越

多家旅行社和旅游从业人员涉及未签订旅游合同、违规经营赴台游业务、令未取得导游证人员提供导游服务、未经许可经营旅行社业务等。

近日，广东省旅游局发布2017年第一季度旅游经营服务不良信息公示，涉及6家经营旅游业务的企业和4名旅游从业人员。其中，广州市康辉国际旅行社等因违法违规经营被罚。

具体来看，广州市康辉国际旅行社未与旅游者签订旅游合同，被广州市旅游局责令改正，罚款6.1万元；广东粤侨国际旅行社花都分公司违规经营大陆居民赴台旅游业务，被广州市旅游局责令改正，没收违法所得345元，罚款1.2万元，责令停业整顿1个月；深圳市腾飞旅行社组织游客参加高危性漂流活动，没有采取防止危害发生的必要措施，造成游客淹溺死亡的较大生产安全责任事故，被深圳文体旅游局罚款50万元。

据了解，广州康辉旅行社有限责任公司是中国康辉集团直属企业。主要提供出境旅游、国内旅游、入境旅游等综合旅游服务。作为国家特许经营中国公民出境旅游组团社之一，广州康辉旅行社在国际旅游方面有成功的经验，擅长组团观摩大型国际体育竞赛、音乐盛事和国际商务会展等旅游形式。

而其它被罚旅行社和旅游从业人员违法违规事由涉及安排未取得导游证人员提供导游服务、未经许可经营旅行社业务等。

2、杭州凯悦酒店任命黎佳帅为酒店总经理

来源：迈点网

来自澳大利亚的黎佳帅先生在凯悦集团拥有超过20年工作经验，足迹遍布阿德莱德、珀斯和墨尔本、首尔、新加坡、曼谷和中国等地区。



近日，杭州凯悦酒店任命黎佳帅为酒店总经理，他将全面负责酒店的管理与运营，并继续带领酒店保持作为杭城高端商务酒店的标杆，服务于更多的各界宾客。

来自澳大利亚的黎佳帅先生在凯悦集团拥有超过20年工作经验，自大阪凯悦酒店开启酒店职业生涯，对他而言这是一段非常宝贵的经历。随后他回到澳大利亚，就职于凯悦集团在阿德莱德、珀斯和墨尔本的多家酒店。此后，他再次回到亚洲工作，在首尔、新加坡、曼谷和三亚等地凯悦旗下的多个品牌酒店任职。在续程杭州之前，黎佳帅先生担任三亚太阳湾柏悦酒店总经理一职。

“我很高兴出任新的职务，并接受新的挑战，G20杭州峰会让世人目睹了杭州的自然美景，领略了杭州的人文关怀，作为中国最具魅力和发展力的城市之一，这不仅彰显了杭州这座创新活力之城的魅力，更为坐落于西子湖畔的杭州凯悦酒店增添了令人印象深刻的荣耀。能在这里与团队共同奋斗，是我的荣幸。”黎佳帅先生说道。

黎佳帅先生将他的丰富经验和满腔热情带到了杭州凯悦酒店，也带到了这座文化之城，犹如注入了新的灵魂，将引领整个团队进一步提升，秉持凯悦关爱的信念，为客人打造独具匠心的个性化体验。工作之余，黎佳帅先生是一个狂热的音乐爱好者和收藏家——在东京狩猎黑胶唱片的经历让他意犹未尽。此外，威猛的科林伍德喜鹊队是他最爱的澳大利亚橄榄球队。

3、马来西亚吉隆坡市中心首个美居品牌酒店开业

来源：迈点网

吉隆坡邵氏广场美居酒店设有213间现代客房、一个全天候餐厅Chorak、一个大堂酒廊、顶楼泳池酒吧和健身中心。

近日，雅高酒店集团对外宣布吉隆坡首个美居品牌酒店隆重开业。吉隆坡邵氏广场美居酒店坐落于富都，位于吉隆坡武吉免登购物区边缘，设有213间现代客房、一个全天候餐厅Chorak、一个大堂酒廊、顶楼泳池酒吧和健身中心。酒店共设三个会议室，从地板到天花板通体采用自然采光，最多可容纳60位宾客，适合举办各类活动、会议、婚宴或企业团队活动。

“吉隆坡首个美居酒店品牌的开业令我们感到十分激动。吉隆坡邵氏广场美居酒店独具个性并融合当地特色，为休闲和商务旅客提供不同寻常的现代住宿体



验。酒店地理位置优越，方便宾客游览吉隆坡充满活力的武吉免登购物娱乐区，”雅高酒店集团马来西亚、印度尼西亚和新加坡地区首席运营官 Garth Simmons 说道。

吉隆坡邵氏广场美居酒店各处的现代艺术作品展现了都市居住者的多彩生活，Chorak 餐厅的地砖、陈列品和娘惹咖喱叻沙汤米粉、椰浆饭、印尼炒饭、冬阴功汤等菜式蕴含丰富的峇峇文化元素。

“吉隆坡邵氏广场美居酒店为旅客提供温馨舒适的现代住宿环境。酒店采用独特的设计和装潢风格，无论是出差、度假或周末小憩的宾客都能在酒店获得个性化体验，”吉隆坡邵氏广场美居酒店总经理 Cindy Yeoh 表示。

美居品牌遍布 56 个国家和地区，酒店总数超过 730 家。每家酒店的设计和装潢都植根于当地文化，在地道典型的环境中融入现代设计元素，呈现独具特色的风格。酒店往往位于城市中心地带，或依山傍水，地理位置优越。

4、快速增长 铂涛一季度营收同比增 5.36 亿元

来源：中国旅游报 作者：郭光明

铂涛旗下酒店开业与签约速度也创下新高。据了解，铂涛新开业酒店同比增加了 600 家。其中，中高端酒店开业数量翻番。

日前，铂涛集团公布了 2017 年第一季度财报。财报显示，各项经营指标均有所增长，并超额完成经营目标。其中，营业收入增长尤为明显，比去年同期增加了 5.36 亿元、增长 19%。

虽然铂涛没有公布总体的营收额，但是从公布的增长值及增长速度可以测算，第一季度铂涛总营收约为 33.57 亿元。据了解，目前铂涛拥有 20 多个品牌，以 7 天、麗枫等酒店品牌为主。

据统计，第一季度铂涛旗下所有酒店 RevPAR(每间可供租出客房产生的平均实际营收)同比增长 12.1%。其中，麗枫、喆·啡、希岸、潮漫、非繁·城品、欢朋等中端品牌酒店表现抢眼，RevPAR 同比增长接近 30%。

除了各项营收数据快速增长之外，铂涛旗下酒店开业与签约速度也创下新高。据了解，铂涛新开业酒店同比增加了 600 家。其中，中高端酒店开业数量翻番。此外，铂涛第一季度签约了 193 家酒店项目、客房量近 2 万间。这意味着，第一季度铂涛每天能签下 2 家酒店，速度惊人。截止今年 3 月 31 日，铂涛运营



酒店数量达到3000多家；加入锦江集团“WeHotel”平台后，铂涛会员人数超过1亿。

5、远洲旅业庐境度假酒店品牌首家酒店即将开业

来源：远洲集团

“庐境”取自陶渊明“结庐在人境 而无车马喧”的千古名句，其英文名 LUCID 一词意为“清澈明朗”，共同诠释了庐境的品牌思维。

庐境，作为全新概念的文化创意度假酒店品牌，从中国文化最具灵性之美的时代汲取灵感，以升华独特地理环境中的属地元素为美学追求，打破酒店传统居住空间的边界，开创了“36小时”生活圈的全新主张。

“庐境”取自陶渊明“结庐在人境 而无车马喧”的千古名句，其英文名 LUCID 一词意为“清澈明朗”，共同诠释了庐境的品牌思维：一个真正值得现代都市人抽身忙碌而前往的地方，不应是避世之所，而是能够清澈心境的智慧空间，带给人们“出世”和“入世”间的无限能量。庐境的品牌标识设计中突出兰青色“U”的元素，传递了“为你，在青山绿水觅一处庐境”的美好愿望。

“庐境”品牌由深耕中国酒店业行业20年的远洲旅业，携手国内外知名酒店精英倾力打造。该品牌在贯穿远洲享誉业内的人文服务体验外，根据度假人群在目的地36小时里共性趋势，将呈现一系列全新产品体验。

庐境品牌首次体验选址浙江天台山。天台山拥有以天台宗为代表的佛教文化，自唐宋以来的隋唐文化，深深地影响了日本、韩国以及东南亚等国家，自古是儒道双修的圣地。同时也是最精华的“唐诗之路终点”，享有圣名的云锦杜鹃，便出自这块美丽的土壤，天台山获评为国家5A级景区。

庐境天台度假酒店，邻天台山千年古刹国清寺而建，酒店中庭仍保留了从隋唐时期生长至今的古槐树；室内以“杜鹃”为设计语言对话空间，让庐境之美与天台之美遥相辉映；作为陶渊明的精神原乡，“归田园居”的创意空间将成为客人36小时的微目的地。

“晨夕看山川，悠然见庐境”，庐境天台将于2017年春季原力绽放，并陆续推出庐境九华山、庐境庐山等系列作品。

6、雅高酒店集团大中华区管理团队全新亮相

来源：迈点网



柯瑞文出任大中华区餐饮副总裁及区域营运副总裁；柏泰莱出任大中华区中端及美爵品牌营运副总裁。

雅高酒店集团近日宣布两项最新任命，提升柯瑞文（Cory Winter）为大中华区餐饮副总裁及区域营运副总裁；柏泰莱（Thierry Brinte）升任为大中华区中端及美爵品牌营运副总裁。

柯瑞文有着30年的酒店管理及餐饮行业的专业经验。他于2011年加入雅高担任索菲特大中华区餐饮区域总监，随后于2015年成为雅高大中华区餐饮总监及山东区域营运总监。随着最新的任命，他将负责集团餐饮战略的制定以及职责划分地区内酒店的运营。同时，他也是雅高大中华区企业社会责任委员会的主席，未来将继续领导并实施集团可持续发展项目“21世纪地球”（PLANET 21）和多个公益项目。

柏泰莱在雅高的职业生涯始于30年前，他曾在法国、俄罗斯、古巴、越南、中国和阿联酋等地的酒店担任管理职位。在2015年迁任至上海之前，他曾是雅高集团莫斯科帕维列茨（Bakhrushina）酒店集群总经理。升任为雅高大中华区中端及美爵品牌营运副总裁后，他将负责实施酒店运营战略以及诺富特和美居的品牌发展。

雅高酒店集团大中华区首席运营官莫力（Michel Molliet）表示：“这些新的人事任命正逢我们在大中华区大力拓展战略增长之时。雅高大中华区的整个运营管理团队将有力地推动集团实现发展，在未来的五年中将有80家新酒店加入我们的网络。目前，我们在大中华区55个主要城市运营超过135家酒店，覆盖从奢华型到经济型的各个细分市场。”

雅高大中华区运营管理团队的其他成员包括：

富爱德（Foued El Mabrouk）于2016年7月随着雅高收购FRHI酒店集团（包括莱佛士、费尔蒙和瑞士酒店）加入雅高酒店集团。他在奢华酒店管理方面有着丰富的知识和经验。目前富爱德为雅高大中华区营运副总裁，着重管理莱佛士、费尔蒙和瑞士酒店品牌旗下酒店，以及部分索菲特和铂尔曼品牌酒店。

艾慷睿（Goran Aleks）为奢华及高端品牌酒店华南区营运副总裁，同时也是澳门十六浦索菲特酒店的总经理。他拥有20多年在雅高集团不同地区酒店的管理经验，在推动索菲特酒店的品牌管理和发展中发挥着重要的作用。



乐睿思 (Christophe Lauras) 是负责上海、华中和北方地区高端及奢华品牌酒店的营运副总裁，同时他也重点管理铂尔曼的战略发展和品牌规范。

去年，雅高酒店集团旗下在大中华区共有 15 家酒店开业，包括费尔蒙、索菲特、铂尔曼、诺富特和美居品牌。今年集团将继续拓展在大中华区的酒店网络并开业 12 至 15 家新酒店，其中包括贵阳亨特索菲特酒店、佛山罗浮宫索菲特酒店、水月周庄铂尔曼温泉酒店、包头铂尔曼酒店以及郑州新田美爵酒店。

7、Airbnb 或迎最强对手 美团点评布局分享住宿

来源：酒店评论

据透露，陈亮亲自选拔美团点评酒旅事业群早期成员、90 后员工冯威赫负责榛果民宿，冯威赫直接向陈亮汇报。美团点评进一步布局住宿业。

4 月 12 日，美团点评宣布，美团点评旗下住宿分享平台榛果民宿 app 正式上线。由此，美团点评正式切入住宿分享经济。榛果民宿首批房源覆盖北京、上海、广州、深圳等一线城市，以及杭州、成都等重要热门旅游城市，预计今年年底覆盖房源达 15 万。

团队搭建方面，美团点评高级副总裁、美团平台及酒旅事业群总裁陈亮选拔美团点评酒旅事业群早期成员、90 后员工冯威赫负责榛果民宿，冯威赫直接向陈亮汇报。在住宿的布局上，美团点评也由此呈现出标品和非标品同时发力的局面。对此，陈亮表示，美团点评的使命是让每个人吃得更好、活得更好，美团点评酒旅业务围绕整个旅游场景，为用户不断优化和完善旅游体验。在住宿方面，品质化和个性化是未来的重要趋势，除了酒店领域，美团点评也开始在非标方面进行更精细的运营。

“榛果民宿的特点是房源个性化、多样化，住宿年轻化、有趣化。我们正在吸引具有闲置房源的个人房东在榛果民宿进行房屋分享，房源将以整租为主。”冯威赫表示，相比于分租，整租的分享效率更高，房源更优质。此外，国内个人征信体系在短期内还无法与欧美比肩，整租房源避免了房东房客之间的信任难题。冯威赫表示，榛果民宿目前在上海推出保洁服务，后续还会上线智能门锁功能。

8、上海虹桥绿地铂骊酒店及上海虹桥绿地铂瑞公寓总经理任命

来源：迈点网



来自德国的欧思克拥有丰富的酒店管理经验，曾任职于卓美亚、希尔顿、雅高等国际酒店管理集团，履新前于厦门瑞颐大酒店担任总经理。

近日，上海虹桥绿地铂骊酒店及上海虹桥绿地铂瑞公寓任命欧思克先生为总经理，他将协助上海虹桥绿地世界中心酒店群综合体酒店总经理管理铂骊酒店及铂瑞公寓的运作。

来自德国的欧思克爱好骑行和滑雪，从业多年的他拥有丰富的酒店管理经验，曾任职于卓美亚、希尔顿、雅高等国际酒店管理集团。在此任命之前，他于厦门瑞颐大酒店任总经理一职。

“在绿地国际酒店管理集团，我们的共同目标便是通过不断的努力，优化产品和服务，为我们的宾客营造一个温暖且有个性化的服务体验。上海虹桥绿地铂骊酒店将于4月15日迎来它第一个客人，这也意味着其正式开业。相信在综合体酒店总经理倪可思先生的带领下，我们一定能为客人的商旅及人生旅途营造一个完美的停靠点。”欧思克如是说，“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。”

9、苏州凯悦酒店任命邓志明为总经理

来源：迈点网

来自香港的邓志明先生在加入凯悦酒店集团之前，曾在万豪、希尔顿等大陆地区多家酒店担任不同职位。

近日，苏州凯悦酒店任命邓志明为酒店总经理。

来自香港的邓志明先生毕业于加拿大安大略省圭尔夫大学，在加入凯悦酒店集团之前，邓志明先生曾在万豪国际、希尔顿等大陆地区多家酒店担任不同职位。邓志明先生在酒店管理方面是经验丰富的专才，资深的市场销售管理经验渗透在他做事的方方面面，他极富进取精神且以顾客为导向。

邓先生表示：“很高兴能够加入凯悦集团，希望接下来能与苏州凯悦酒店的同事一起，带领大家共同发展。”邓先生掌握多种语言，精通英文、中文、粤语。

10、放心游有了“保护伞”福建景区设立12个法庭

来源：中国旅游报 作者：魏欣悦

目前福建旅游景区已设立12个人民法庭，进一步将“放心游福建”旅游服务承诺落到实处，也是“巡回法庭”直接进入景区的新尝试。



从福建省旅游局和省法院近日举行的新闻发布会获悉,目前福建旅游景区已设立12个人民法庭,进一步将“放心游福建”旅游服务承诺落到实处,也是“巡回法庭”直接进入景区的新尝试。

据介绍,2016年12月,福建省旅游局和省法院联合下发《关于构建旅游纠纷多元化解机制的指导意见》,提出要推进“放心游福建”旅游服务承诺、保障旅游业健康快速发展作原则性的规定。福建省旅游局副局长吴立官表示,设立旅游巡回法庭有利于“放心游福建”旅游服务承诺落到实处,体现福建法院和旅游系统以人民为中心的司法和执政理念,也是依法治国的生动实践。

福建省法院副院长谢开红指出,2014年以来,全省法院共审结旅游合同纠纷案件290件,旅游纠纷案件呈逐年增多趋势。根据旅游纠纷具有发生地点异地化、涉案价值小额化、涉及关系复杂化以及纠纷主体群体化的特点,建立“快立、快审、快执”绿色通道,贯彻“全面、全程、全员”的调解工作机制,畅通诉调衔接渠道,完善大调解工作格局。

11、瓜分成都市场 海航组建神鸟航空获工商局批准

来源:北京商报 作者:肖玮

神鸟航空由海南航空控股子公司云南祥鹏航空、云南祥鹏投资有限公司以及成都交通投资集团有限公司三家企业共同出资设立。

4月10日记者获悉,国家工商总局发布的企业名称核准公告中显示,海航新组建的神鸟航空有限公司已在工商局获得批准。目前,在成都这一热门市场上,国航、川航占据优势地位,而海航通过神鸟航空瓜分成都市场意图明显,但竞争压力也十分巨大。

公开资料显示,拟申请组建的神鸟航空由海南航空控股子公司云南祥鹏航空、云南祥鹏投资有限公司以及成都交通投资集团有限公司三家企业共同出资设立,各自出资金额分别为10.5亿元、13.5亿元、6亿元,占比分别为35%、45%、20%。神鸟航空的经营范围为国内国际航空客货邮运输业务以及其他与航空运输有关的服务、维修保险等业务。

海航在公告中将上述合作的目的阐述为两大方面,一方面是对四川航空市场的重视,海南航空希望利用航空领域的运营经验,深入挖掘四川航空市场资源;另一方面,能够借此扩大公司在四川省的市场份额,提高公司未来的盈利能力。



业内分析师告诉记者，海航集团此次拟成立的新航空公司，自筹划开始就面临不小难题。一方面是四川地区作为国航及四川航空的优势区域，并不是轻易就能够挤进去；另一方面，针对客运航空公司的牌照目前受到中国民用航空局的严格控制，因此海航拟成立的神鸟航空虽然通过了工商批准，短期内落地的可能性并不大。

12、微信售票黄牛党猖獗 澳洲旅游业损失千万

来源：精旅传媒 作者：Rachel Zheng 编译

想在微信上查任交易的真伪性很难，尤其是在平台上用户看不出来任何商品评论，微信支付提供了一种新骗局的方式。

根据 ABC News Australia 的报告，微信作假使得澳洲旅游业损失千万元。假冒团伙是以黄牛党的方式利用几个渠道达成骗局：在网上预售票，盗窃信用卡信息，微信支付。澳洲旅游局在报告中称，有 13% 的通过线上渠道买的票都是假的。

自从微信支付问世以来，其快捷的方式受大众喜爱，也提供了一种新骗局的方式。

想在微信上查任交易的真伪性很难，尤其是在平台上用户看不出来任何商品评论。澳洲旅游局所面临的困境比微信上卖假票更严重。骗子的骗术非常高：他们网站上登出折扣票的帖子，用别处偷来的信用卡从旅游局官方买票，把票给游客的同时也拿到挣到折扣票的钱。当银行追究信用卡记录的时候会要求旅游局还钱，由于骗子与游客的交易都在微信支付上完成，没办法抓到证据。游客也被瞒在鼓里，丝毫不知道自己拿的其实是骗来的折扣票。

维多利亚商务局的 CEO Mark Stone 告诉 ABC 这类犯罪事件在两个月之前查到，犯罪团伙继续猖獗。不知道这种情况是不是澳洲旅游局的特例，还是已经蔓延到了全球整体的出境旅游市场。

“我们和 9 个代理商谈过，这种诈骗已经造成 40 万澳元(约合人民币 208 万)的损失，还有很多旅游代理商毫不知情。” Stone 和 ABC 的记者说。

Jeremy Johnson，维多利亚旅游协会的前任主席说中国线上买票市场太大了，这类诈骗很难调查出来。



对旅游局而言他们只能退还被骗信用卡的用户钱，如果取消游客的旅行会给生意带来不好的影响。在澳大利亚，中国游客是第二大旅游市场，今年年初即将超过新西兰成为第一。这也使得微信支付骗局成为当地旅游局一个烫手的山芋。

13、最高 20 万 昆明多家旅行社因违规低价游被罚

来源：北京商报 作者：肖玮

20 余家旅行社因以不合理低价组织旅游活动被罚，3 家旅行社被吊销旅行社业务经营许可证。

根据昆明市旅游发展委员会发布消息，去年 11 月 21 日-29 日，国家旅游联合检查组在昆明进行“不合理低价游”专项督查时移交超过 20 个案件线索，目前已处理完毕。经过立案调查，20 余家旅行社因以不合理低价组织旅游活动被罚，3 家旅行社被吊销旅行社业务经营许可证。

据悉，包括昆明翠宝旅行社、昆明新思路旅行社、昆明成冠旅行社 3 家旅行社，因不合理低价、接待不支付或不足额支付费用的旅游团队，被吊销旅行社业务经营许可证；云南天循国际旅行社、云南美伦旅行社、昆明乐途旅行社、昆明恒亚旅行社、云南义云天国际旅行社有限公司等 19 家旅行社，被处以责令停业整顿、责令改正、罚款等不同形式处罚。责令停业整顿时间最长达三个月，罚款最高达 20 万元。

云南省省长阮成发曾分析，云南旅游出现问题的根源，一是市场没有规范，垄断经营、虚假宣传、强迫消费屡禁不止；二是业态落后，依赖门票，不能有效满足游客的多元需求；三是管理水平不高。除此之外，他认为更深层问题在于，领导干部热衷于追求旅游人数增加，不重视旅游者的感受需求。事实上，针对“不合理低价游”及其引发的强迫消费、欺诈消费等一系列突出问题，4 月 15 日起，云南将实施“史上最严厉”的 22 条旅游市场整治措施。

14、首旅如家合并后首份年报出炉 营收大增 389%

来源：北京商报 作者：关子辰

2016 年首旅酒店实现利润总额 5.28 亿元，其中如家酒店集团 4-12 月实现利润总额 5.57 亿元。

4 月 9 日下午，首旅酒店（600258）公布了 2016 年年报，该年报为首旅酒店合并如家后的首份全年年报。据年报显示，2016 年首旅酒店营收为 65.2 亿元，



同比增长 389.4%，实现利润总额 5.28 亿元，同比增长 259.97%。据悉，此次首旅酒店业绩因合并如家报表而大增。

值得注意的是，前不久首旅酒店发布的更名大会上，还宣布未来中高端酒店板块将成为首旅酒店未来主要发展方向。业内人士认为，合并如家后，首旅酒店涵盖高、中、低档酒店，且酒店数量和会员数量都大幅增加。

根据年报显示，2016 年首旅酒店实现利润总额 5.28 亿元，其中如家酒店集团 4-12 月实现利润总额 5.57 亿元。实际上，早在一年前，首旅酒店就发布公告，如家与首旅酒店(开曼)完成合并，如家成为首旅酒店控股子公司，如家将从美国退市，首旅酒店从 2016 年 4 月将如家纳入合并报表范围。

如今在收购如家一年后，首旅酒店也在逐渐整合如家，前不久宣布正式更名为“首旅如家”，同时，还宣布新成立高端、中高端、经济型商旅三个酒店事业部。值得一提的是，中高端品牌将是未来几年的发展重点。

对于中高端酒店业务的发展，业内人士分析指出，未来虽然将是中高端酒店品牌崛起的时代，但当前国际酒店集团纷纷加码中端品牌进军中国市场，国内经济型酒店也集体向中高端酒店领域转型，包括华住、锦江、铂涛等，未来国内中高端市场将面临更为激烈的竞争。

15、土豪金酒店停业变出租屋 因欠款已停业两年

来源：中国青年网

两年前，该酒店门口张贴的公告称，因酒店长期拖欠房地产租赁公司房租、物业等费用，房地产租赁公司已采取法律手段将房屋收回。

山西太原柳巷商业街，曾经被誉为“土豪金”的五星级酒店——盘古一号国际酒店，因欠款停业已经两年，至今无人整体接盘。物业无奈将部分房间以日租房、小型主题酒店的形式对外出租，但入住率不高。

4月6日晚，当地警方组织多警联动集中整治外来人口出租房清查行动，在“土豪金”酒店内的出租屋清查中，民警逐一敲门入户登记，但大多数房间处于无人居住状态。

两年前，该酒店门口张贴的公告称，因酒店长期拖欠房地产租赁公司房租、物业等费用，房地产租赁公司已采取法律手段将房屋收回。



由于该五星酒店外墙呈香槟金色，在建筑群中最为抢眼，酒店内消费档次较高，故民众称其为“土豪金”酒店。

16、新三板公司沃阁酒店 2016 净利润下滑逾 3 成

来源：证券时报

公司新签项目 2 家，截至 2016 年 12 月 31 日，公司受托管理和服务酒店达到 9 家，其中营业中酒店 5 家，已在建和筹建的酒店项目共 4 家。

沃阁酒店 4 月 7 日发布年报，2016 年公司实现营业收入 1767.4 万元，同比下滑 29.72%；净利润 569.95 万元，同比下滑 31.55%；基本每股收益 0.41 元。

2016 年是公司发展阶段中里程碑式的一年，本报告期内，公司顺利完成了股份制变更，并在完善法人治理道路上不断进取，同时，公司股票成功在全国股转系统挂牌公开转让。这一系列的成果，为公司未来稳健发展奠定了基础。

报告期内，公司新签项目 2 家，截至 2016 年 12 月 31 日，公司受托管理和服务酒店达到 9 家，其中营业中酒店 5 家，已在建和筹建的酒店项目共 4 家。

因 2015 年新签项目技术服务基本结束，安徽黟县沃阁驿墅酒店和无锡龙寺沃阁驿墅酒店计划于 2017 年年底开业，本期新增项目的技术支持服务于本期第三季度末开始，导致本期技术支持服务收入较上年同期减少。

2016 年，公司主营业务毛利率保持了小幅稳定增长，由上年的 61.13% 增长至本期 61.69%，由于公司在内控管理制度上不断完善，营业成本小幅下降，本期应收账款净额 4605838.79 元，较上年同期大幅下降 68.20%，公司抵抗风险的能力大幅增强。

公司在采取积极的拓展推广计划后，管理费用和销售费用较 2015 年分别增长 114.19% 和 53.39%，同时，公司本期对单一客户依赖度大幅下降，由 2015 年合计占比 52.69% 下降至 21%。

17、Airbnb 否认与小猪短租平台洽谈合作事宜

来源：pingwest 品玩

据此前报道，Airbnb 正与中国短租平台小猪洽谈在日韩等市场展开合作事宜，还在初步磋商。而 Airbnb 发言人称二者没有进行“任何商谈”。

4 月 6 日，据路透社报道，短租平台 Airbnb 否认了正在与中国短租平台小猪进行相关合作事宜的消息。



据中国日报此前的报道，Airbnb 正在与中国短租平台小猪洽谈在日韩等市场展开合作事宜，磋商还处在初步阶段。而 Airbnb 发言人 Nick Papas 通过邮件向路透社否认了这一消息，称二者没有进行“任何商谈”。

Airbnb 曾在今年 3 月表示，将在华投资增加一倍，扩增中国员工数量为原来的三倍，并推出中文名“爱彼迎”。Airbnb 估值 300 亿美元，仅次于网约车平台 Uber，是估值第二高的硅谷非上市公司。根据金融时报此前的消息，Airbnb 已经与上海、深圳、重庆和广州政府签订了协议。

18、无锡巧克力开心乐园于 2017 上半年启动建设

来源：无锡商报

项目占地面积约 50 亩，包含 3 个主题乐园，分别为巧克力乐园、海洋水族馆和动漫游乐馆，是国内第二家以巧克力为主题的乐园。

记者近日获悉，近日锡东新城商务区管委会组织召开巧克力乐园项目规划设计方案论证会。会议邀请了有关专家及部分行政主管部门代表对设计成果进行评审，由江苏博森建筑设计有限公司主创的方案总体布局合理、交通组织顺畅、立面造型生动，符合游乐园区的功能定位和国家相关设计规范要求，与会代表经审议一致通过。

据介绍，无锡巧克力开心乐园是继上海巧克力开心乐园之后，国内第二家以巧克力为主题的乐园。该项目地处轨道 2 号线映月湖公园站和查桥站中央，占地面积约 50 亩，包含 3 个主题乐园，分别为巧克力乐园、海洋水族馆和动漫游乐馆，旨在打造以巧克力乐园为核心的综合文化旅游娱乐中心。

项目计划于 2017 年上半年启动建设，预计乐园建成开业后将进一步完善锡东新城的城市综合功能，成为无锡和周边区域旅游娱乐的热点和新地标。

19、喜来登计划至 2020 年新增近 100 家酒店

来源：迈点网 作者：Beverly 编译

其中亚太地区计划新建 64 家酒店及度假村，共及 17,989 间新客房，93 家酒店中有 28 家酒店预计将在 2017 年开业。

作为万豪最重要和最认可品牌之一，喜来登酒店及度假村在全球拥有 400 多家酒店，客房数量接近 15.3 万，该品牌计划开设 93 家新酒店，将为品牌增加 25,240 间/套客房，即将开业的酒店将为品牌投资组合添加浓墨重彩的一笔，



从国际化大都市到诗般的海滨地区，喜来登酒店及度假村的身影无处不在，为高端商务旅客提供提供卓越服务。此次扩张计划将提升喜来登酒店品牌的国际影响力，项目旨在覆盖行业的主要市场。公司的投资集中在不断增长的亚太地区，喜来登计划新建64家酒店及度假村，共及17,989间新客房。非洲、欧洲和北美平均每个地区将新建8个项目，中东和拉丁美洲将分别有3个及2个新酒店开幕。

这93个项目中有一半以上的目前正在建设中，2家与2016年建设完毕，28家预计将在2017年开业，2018年将有23家酒店开放，2019年为25家，其余15家预计在2020年及其后开放。喜来登酒店及度假村按照其既定计划稳步前进，近四分之一的新酒店将在未来几年进入规划和前期规划阶段。

20、航班准点率不合格 民航局处罚4家航企3座机场

来源：北京商报 作者：肖玮

民航局将对达不到航班正常工作要求的单位，综合利用取消时刻、限制增加航班、削减飞行小时等手段进行处罚，甚至追究相关责任人的责任。

根据民航局运输司最新发布的《关于落实航班正常管理措施有关情况的通告》，自5月1日起，给予红土航空、福州航空、昆明航空通报批评；三亚机场、海口机场、浦东机场因2月数据不达标，给予警告并通报批评。同时，自4月1日起，恢复受理乌鲁木齐机场、浦东机场和虹桥机场的加班、包机和新增航线航班申请。

近几年来，在旅客人数不断上升之时，航班准点率作为民航一大核心竞争力就显得格外重要。目前，民航局已建立常态化的航班正常督查和处罚机制。

据民航局相关负责人介绍，对达不到航班正常工作要求的单位，综合利用取消时刻、限制增加航班、削减飞行小时等手段进行处罚，甚至追究相关责任人的责任。向社会定期发布航班正常数据，形成航班正常工作倒逼机制。

但民航局局长冯正霖也坦言，当下来看，航空运输量增长已经触及保障能力的“天花板”，有的甚至已经突破保障能力的“天花板”，直接带来航班正常率下降、旅客出行体验变差等一系列问题，甚至引发诸多安全风险。接下来，化解航延问题，仍需多点发力。

事实上，为解决这一行业顽疾，民航局宣布，自4月1日开始，开展为期9个月的2017年“民航服务质量规范”专项行动，其中规范航班正常保障和航班



《酒店旅游信息采编》2017年4期上月刊 总第94期

延误处置工作被列为严查重点。民航局要求各运行单位要完善配套的内部管理制度，在持续推进航班正常考核、信息通告、延误取消原因判定、投诉反馈四个机制建设的基础上，建立、健全航班正常管理体系。



途家押宝的新物种 VaShare 到底是什么？

信息来源：劲旅网 作者：陈杰

VaShare 的确是一套全新的商业系统。但归根到底，它的基础依然是在国际上有成熟实践经验的分时度假以及后来衍生出来分权度假。

新物种“VaShare”

“VaShare 致力于打造共享 2.0 模式，建立基于所有权共享的预付费会员度假服务及交换体系，将改变传统的度假住宿方式。”

4月13日，酒仙桥，途家总部。

当途家控股机构总裁庄海首次向媒体描述什么是 VaShare 时，大部分人都对这一复杂而又绕口的定义一时间没回过神。这让庄海更加确信，未来恐怕要对自己的新身份，VaShare CEO 也要进行更多解释。

根据庄海的描述，VaShare 是通过旗下的“全球住”会员俱乐部，在全球适合国人的度假点选择优质房源，将所有权分成 52 份以此实现房源所有权共享并引入途家斯维登酒店管理体系。通过交换平台将用户与全球的房源连接，实现用户可在平台内 800 多个遍布全球度假点中选择入住。

通过所有权的共享，用户实际上是住在自己的房子里，免去了住宿行业中的租金成本及日常营销成本，并避免了用户自购旅游地产投入成本高、入住成本高、目的地单一等问题。会籍期满后，“全球住”将处置所持房源并将所得收益全部返还用户。

新物种 VaShare 听起来是一个颇为复杂和前卫的系统，为了能够更加简单明了的快速了解这一新物种，举例解释更清晰：

例如，在 VaShare 上，一套价值 52 万元的热门旅游目的地度假公寓市场出租价格为 200 元/晚。这套公寓的所有权和使用权被平台分成了 52 份，分别由 52 个人以 2 万元/份的价格各购买了时间长达 10 年的使用权，那么每个人都能够拥有该公寓每年 1 周的使用权。



那么如此计算，每个人购买这一份公寓使用权的价格(2万元)远远低于购买整套公寓的价格(52万元)，也低于10年单独租赁该公寓1周的价格(200*7*10=1.4万元)。

更为重要的是，每位购买该公寓使用权的用户不仅可以获得该公寓的相关使用权，也可以在平台上，交换其他热门旅游目的地公寓的使用权。例如，用户可以用自己在三亚的公寓的使用权换回东京某套公寓的使用权，如此一来，用户可以在10年间通过这种模式在多个地方免费换住公寓。

分时度假的“中国化改造”

VaShare的确算是一套全新的商业系统。但是归根到底，VaShare的基础依然是在国际上有成熟实践经验的分时度假以及后来衍生出来分权度假。

所谓分时度假，是指“把酒店或度假村的一间客房或一套旅游公寓，将其使用权分成若干个周次，按10至40年甚至更长的期限，以会员制的方式一次性出售给客户，会员获得每年到酒店或度假村住宿若干天的一种休闲度假方式。并且通过交换服务系统会员把自己的客房使用权与其他会员异地客房使用权进行交换，以此实现低成本的到各地旅游度假的目的。”

在分时度假的基础上，后来又出现分权度假，后者与前者最大的不同在于，房源的实际产权也被切分，用户实际上持有比例房源产权。

VaShare实际上是在上述基础上做了更为中国化的改造，以符合中国用户的认识和习惯。

在房源产权上，VaShare的主打产品强调用户同时拥有使用权和产权，对于很多中国用户而言，房子本身是跑不掉的，即便使用权丧失，还有实实在在的房子存在，可以最大限度的保障投入资金的安全性。

在购买期限上，国外普遍在10年以上，甚至长达40年。VaShare则主打10年期限的房源，与此同时也会有5年和20年的房源配合销售。较短的时限也意味着风险被压缩，价格更为低廉，中国用户也更能够接受。

在退出机制上，VaShare特别强调用户购买到期后能够及时退出以及获得更多红利，VaShare会将到期的房源全部处置掉，由此获得的溢出收入也将归用户所有。简单说，当初一套公寓价值10万元，10年价值100万元。那么10年后



卖出这套房源获得的100万元，将由当初购买公园的所有用户按照购买比例分配。在目前中国房地产市场一路高走的态势下，这一点格外受中国用户青睐。

在资金保障上，VaShare会引入信托体系来保障用户的资金安全，这对于敏感的中国用户有一定吸引力。而且VaShare还有途家和携程的品牌背书，这使得其在国内市场上的信誉起点较竞争对手有一定优势。

真正的痛点其实是“交换”

作为分时度假的一种本土化形式，VaShare真正的价值，或者说痛点还在于房源异地使用权的“交换”。也就是说，作为一种旅游度假类产品，用户真正在意的并非是某个公寓的使用权或者拥有权，而且能够交换到多少异地房源使用权，从而能够满足用户走遍全国乃至世界的需求。

记者了解到，国内分时度假市场上关注度最高的事件，大多和用户无法按需兑换异地房源有关。这里不得不提及的两个案例是，美尔旅居和RCI。

美尔旅居是国内较早涉足分时度假和分权度假的创业企业，2013年推出了相关产品，销售状况一度火爆，然而据当时媒体报道，美尔旅居最大的痛点在于，自有和能够实现交换的房源数量有限。为了快速拓展可交换房源，美尔旅居一方面花费大量资金建设、购买自有房源；另一方面不断需求更多合作方。但是2014年和2015年，有关美尔旅居资金链断裂的新闻频发，此外关于美尔旅居用户购买相关权益后无法兑现的新闻也不断传出。

RCI是国际上最知名的分时度假巨头之一，在全世界150多个国家有3800多个度假村与RCI结盟，共拥有600多个金冠级度假村，比其他任何交换假日服务公司的都多。世界上每10个分时度假村中7个与RCI结盟。每交换10次假日，就有8次是通过RCI完成的。不过进入中国市场10余年的RCI在中国却始终发展缓慢，最大的一个原因在于，其在华合作度假村数量始终未出现规模化增长，截止到2016年2月，RCI在中国的加盟度假村数量才接近60家。而且由于本土化不够等原因，在华拓展进展缓慢。

由此可见，拥有一张在全国乃至全球房源资源覆盖范围广的网络，是此类平台能够持续发展的基础。庄海向记者介绍，VaShare为了能够整合更多房源资源，配套开发了“全球住”平台，该平台背靠携程和途家的全球资源，会在国内、日本、东南亚、澳洲等对于中国用户更倾向的度假点进行布局。



“可以说全球住是 VaShare 交换平台上其他度假俱乐部的一个代表。”庄海同时表示, VaShare 平台上可交换的度假村房源也在不断扩大, 目前已经达到 800 多家, 计划两年内增至 6000 家, 以保证用户可以交换到。

交易规则的稳定性

相较于简单明了的短租模式, VaShare 的交易规则和交易系统更为复杂, 如果想要顺利开拓这一新兴市场, 一套稳定的交易规则尤为重要。

记者了解到, 用户最常碰到的就是异地房源交换时的计算法则问题。例如, 用户拥有一套秦皇岛的度假村房源使用权, 当他想要交换更为优质的美国拉斯维加斯的房源资源时, 无法实现等价交换, 那么这就涉及到一套完整的、能够被用户和平台均为认可的计算法则, 否则很容易引发争议。

由于很多房源并非平台自有房源, 因此平衡不同用户、不同房源拥有方和平台三者之间的利益关系显得尤为重要。

在这里经常被提及的一个案例就是今典集团旗下的红树林模式。红树林度假村在全国多个城市布局, 今典集团在国内较早试水分时度假和分权度假。不过红树林很多度假村的房源只在自己集团旗下分布在全国的度假村相互兑换和使用。由于所有房源都由自己把控, 所以拥有很强的自主性和可调节性, 能够做到让用户及时、合理的兑换到自己想要的资源。

庄海对于 VaShare 的交易规则也做出了解释, 一方面, 途家本身就在全国拥有很多自持物业, 例如途家在海南万宁就有这样的项目, 依托于途家斯维登做管理, 此外还有途家欢墅等自有项目, 这样能够保证交易规则的稳定性; 另一方面, VaShare 也建立并不断在完善一套“会员分值”计算体系。

例如在巴厘岛有一栋别墅, 青岛有一间小公寓, 这两者肯定是不等价的。平台如何判断两者的价值高低和交换原则, 这就要看用户需求量。用户需求量高价值就更高, 用户需求量低价值就低。每个房源都有一个分值, 比如青岛小公寓两周才能换巴厘岛别墅一周, 这也会根据淡旺季不断调整, 这就是我们打造的交换体系。“就像两个国家的汇率计算一样, 我们会保证公平和公正, 这是我们未来要不断完善的地方。”

依靠什么获得盈利



VaShare 是一个商业化平台，它的盈利点又在哪儿？记者发现，目前国内从事分时度假创业的企业盈利点多有不同。

以分时度假领域另一家知名创业公司我享科技为例，不久前我享科技发布的年报中表示，公司的获取盈利的主要渠道为：对于拥有度假屋资源和酒店资源的B端客户，在每新获取一个客户并选择使用我享度假平台，须支付“我享度假”相应的平台加盟费。C端则是主要通过吸引付费会员获得一定收益。

庄海向记者介绍，VaShare 的主要盈利将来源于几个方面；很多销售的项目本身对于 VaShare 而言是低成本的，拥有一定的盈利空间；未来在整套服务流程中，会出现很多增值服务的项目，这些将是平台的又一大营收渠道；B端房地产开放商也会有一定的佣金。“不过我们希望来自前两项的收入能够成为我们的主要营收来源。”

记者了解到，目前 VaShare 销售的产品主要分两类：包含房源产权的项目和不包含房源产权的类似于会员卡的项目。前者目前已经推出两款产品“全球住·保利半岛一号经典型”，售价 31800 元（含房源共享权益一份；含 10 年 10 周度假交换权益；可入住 2 人）；“全球住·保利半岛一号尊享型”，售价 39800 元（同上，可入住 4 人）。

此外，VaShare 推出的类似于会员卡的项目包括“5 周/5 年”、“10 周/10 年”、“20 周/20 年”三款产品，售价从 10000-40000 万不等。值得注意的是，这类产品不包含房源产权，仅仅包含房源使用权，目前也处于市场探索阶段。

“我们初步设定的目标是能够发展 1 万+会员和 1 千+度假点，并在这一过程中完善会员制和交换平台，真正实现共享经济 2.0。”庄海最后表示。



保护洱海和规范市场 时间终将证明这是对的

信息来源：周城白族生活 作者：周城白子

这次的洱海治理和旅游市场的规范整治，政府走到了企业的前面。说明我们的政府已经改变了唯GDP为发展指标的模式。

声明：这篇文章不偏向文中所写的任何一方，从这次政府部门的洱海保护和旅游市场规范整治中，我看到的是政府一改过去的GDP至上，更加注重地方和行业的长远健康和可持续发展，改革肯定会触动利益，不然也不叫改革了。希望通过这次的洱海保护和旅游市场规范整治，形成保护洱海和旅游市场健康有序发展的长效机制，相信最终受益的，将会是一直生活在苍山洱海间的人们。我将从保护洱海和规范整治旅游市场对大理旅游发展所产生的影响来讨论问题。如有不当之处，欢迎大家指正。

现目前，关系到每一个生活在大理人的有两件事情，一是洱海保护，二是旅游市场的规范整治。洱海保护主要是大理州范围内的事件，而旅游市场的规范整治则是整个云南省范围内的事件。大理是一个旅游城市，是依靠苍山洱海来发展旅游的城市，因此，洱海保护和旅游市场的规范整治这两个事件产生的叠加效应，对整个大理旅游（主要是相关从业者）的影响就特别明显。

今天主要说的就是洱海保护和旅游市场的规范整治对大理旅游和经济发展的长期影响。在说这个问题之前，我们先要了解大理经济结构构成和对大理经济的发展趋势进行分析，以及大理旅游业发展靠的是什么？

首先，**大理的经济结构构成**。大理是一个以旅游为主的滇西旅游城市，旅游业是大理的支柱产业之一，对大理的经济发展和当地人员就业方面做出了很大的贡献，大理未来的发展重点无疑会是旅游业。旅游业相对于工业来说，对环境的污染较少，大理市虽是坝子，但是不适合发展大规模的农业，普通农民的收入相对较低，所以，大理地区的农业现在也是逐渐转向旅游观光的新型农业发展。

其次是**大理经济发展趋势**的分析。大理虽是滇西交通枢纽，但是农业发展条件有限，工业基础薄弱，绿色健康的旅游产业则成为大理发展经济的最佳选项。



大理依托苍山和高原明珠洱海，成为一个人人向往的旅游目的地，得天独厚的自然环境和气候优势与文化底蕴成就了大理的旅游。大理不用像其他旅游城市那样刻意去营销造势，大理的苍山洱海就是一张天然的名片。随着国家经济的发展和广大人民出行旅游需求的大量增长，加上国家对发展旅游业等绿色内需型产业的政策扶持，未来大理旅游业的前景是很美好的，当然，前提是我们的苍山依旧绿，洱海依旧清。

第三点说的是**大理旅游业是靠什么来发展的**。任何一个地方的产业发展，无论是工业、农业还是旅游服务业，政府在其中占据着主导作用。从大理而言，政府的政策引导和发展规划的持续性都会对大理的旅游业发展产生极大的影响。无论是政府、企业、其他旅游行业从业者、或是旅游行业的相关就业人员，都是在大理的苍山洱海这个独有的自然环境载体上进行的，如果没有苍山洱海这个大自然的载体，大理旅游很难得到进一步的发展。苍山洱海这个载体中，因其自然属性的原因，苍山的保护相比较洱海要容易得多，洱海作为高原湖泊，其保护和治理的难度很大，具体的例子大家可以参考滇池。很多游客来大理看的不仅仅是蓝天白云和苍山，更是因为有了洱海，才使得整个大理旅游增添了蓝色的魅力而显得与众不同。大理就目前而言，苍山的保护已取得一定的成果，并有一系列成熟的措施。洱海的保护正在开启，而洱海保护是否能取得成功并形成长效机制，则关系到大理以后旅游业可持续发展的大局。

以上三点都是说明大理人民和大理经济发展对于旅游行业的依赖程度很高，而大理的旅游业则依赖于苍山洱海这个大理独有的大自然载体。相信这是从政府部门，到旅游相关企业和旅游相关行业的就业者都已经形成的共识。现在我们就来分析下洱海保护和旅游市场的规范整治对大理旅游市场的影响，其中主要还是分析**洱海保护对大理旅游的影响**。

洱海保护我们提了N多年了，但是今年的洱海保护措施之严，范围之广，政府部门对于洱海保护措施的执行不打一丝一毫的折扣，超乎所有人的预料。沿洱海核心区范围内的所有客栈餐饮等停业整治，洱海核心区范围内封禁水井，禁止盖房。于是乎，很多人就说，这还让不让人活了，这是要搞垮大理的旅游业吗？试想一下，政府如果不作为，任由现在这种趋势发展，才是真正毁掉大理的旅游业。记得以前政府为了拉动GDP而造成污染的时候，会遭大家骂；现在政府下大



决心保护洱海了，还是遭大家骂。为何？其实主要是因为保护洱海真正触动到了大部分人的眼前利益。如果我们把时间的尺度拉长到5到十年，不用更长时间，你会发现，现在的洱海保护是为了更好的促进大理的旅游业和经济良性发展。要是现在任由大家围洱海建设各种客栈餐馆等，后面的治理难度会更大，大理本地人和在大理生活或是投资的人付出的会更多，真正等到洱海变成第二个滇池了，还会有游客吗？还会有大理的旅游业的未来吗？那时候真正付出代价的，恐怕就是洱海周边的各种业主和旅游业的从业者了。

洱海保护本身就是惠及子孙后代的工程，政府部门现在的政策着眼点是从长远来考虑的。至于现在我们说的餐饮客栈停业整顿，这本身也是一个规范洱海周边旅游设施的契机，有多少是怀着投机的心态在洱海边开设客栈餐馆的，一个良好的旅游环境，需要的是良性的投资，而不是投机。至于因洱海保护而导致的一些就业岗位的流失，洱海周边经济作物的禁种，甚至于洱源县为洱海保护所付出的代价，相信政府会从就业引导，引导新型农业发展等各种措施来保护最广大人民群众的利益。但任何事情都有先后之分，现目前洱海保护已经到了刻不容缓的程度，网上有些人，洱海被污染了骂政府，政府保护洱海，进行强力整治也骂政府。总归而言，是因为触动到了个人的利益，而且还只是眼前的利益。但是在保护洱海这件事上，确实要给政府一个赞，因为这是一个长远的举措，虽然这个措施影响了很多，但是我们若干年后回过头来看我们现在的洱海保护措施，相信我们会很欣慰我们及时用强力措施保护了洱海。

旅游市场的规范整治是今年云南的大事，也是大理旅游的大事，其主要针对旅游购物场所和低价不合理旅游团。大理旅游城市的特殊地位，无论是洱海保护还是旅游市场的规范整治，都对大理的旅游业产生了很大的影响，包括旅游业的从业者以及与之相关的各行业就业者。云南的旅游市场很火，诟病也很多，要让云南的旅游业进行产业升级转型，实现云南旅游健康可持续发展，就要进行大刀阔斧的改革，因为云南旅游行业的病属于顽疾，需下猛药，但涉及到的企业、从业者及庞大的就业人数，政府在施行措施的时候就要有相应配套的就业引导，企业转型升级扶持，新的游客消费点的调研等一系列的后续措施，否则将对维稳产生一定的影响。



对旅游市场规范整治的同时也是一个对云南旅游行业进行升级转型的契机，希望政府能够根除云南旅游的顽疾，让云南旅游在一个健康持续的环境中良性发展。

大理的旅游业在洱海保护和旅游市场的规范整治中，很多人感觉岌岌可危。其实洱海保护和旅游市场的规范整治都不会让大理旅游陷入困境，只要我们苍山绿、洱海清，旅游环境和氛围好了，大理的旅游就会更加健康发展，而且会越来越好。至于现在很多人感觉这2个措施不好，是因为短期影响了眼前的利益，很多人因为旅游环境的改变和调整感到极不适应，但作为一个企业也好，行业也好，一尘不变总归是会被淘汰的。

这次的洱海治理和旅游市场的规范整治，政府走到了企业的前面，说明我们的政府已经改变了唯GDP为发展指标的模式，更加注重发展的可持续性和发展的质量，这是在现目前全国经济发展改革的大背景下进行的，这是历史的洪流和趋势。改革开放30多年，我们的社会都在剧烈的变革中前进，从改革初期到现在，我们经历了很多，一切都在慢慢向好的方向转变，历史的滚滚车轮终将不会停止。



酒店经营者是否应该继续向客人提供报刊？

信息来源：迈点网 作者：Beverly 编译

媒介似乎没那么重要，尽管印刷品在走下滑路，但人们在高质量的内容和使用新闻 APP 上花费的时间为平均每天 50 分钟。

在 1927 年，美国波士顿的 Statler 酒店成为率先为客人提供免费报纸的酒店之一。

从那时起，奢华旅游行业从酒店、航空公司以及游轮的大部分其他垂直行业都纷纷效仿。

据福布斯旅游指南（Forbes Travel Guide）和“数字报刊亭”Pressreader 的最新研究发现，这么做的理由不尽相同。

一些酒店经营者要区分和提升自己的品牌，其他企业的目的是丰富客户体验，还有一些企业希望帮助他们的商业客户能够时刻获得重要的商业消息。

新闻和其他信息的传播方式在过去的 90 年里已经有了很大的变化。

但也许令人惊讶的是，福布斯旅游指南研究发现酒店经营者的目标存在一些常数（不变的事物），各种媒体在实现这些目标方面起了一定的作用。

流行语已经改变，技术也经历了蜕变，但酒店经营者未来三年的首要任务就是改善对客人的个性化服务（70%），提高服务质量（65%）。

而有 67% 的被调查的酒店经营者表示，他们提供给客人的杂志和报纸的质量是一个区别因素。

与此同时，因为大多数信息向数字化的环境转移，酒店经营者也发生了一些态度上的转变。

例如，客房技术升级对于酒店经营者来说比提升忠诚度计划更重要（53%对 40%）；改善 Wi-Fi 功能比升级房间更重要（49%对 38%）。

酒店经营者是否应该继续向客人提供报刊？

福布斯旅游指南研究表明，酒店经营者应该注意一点：尽管看起来似乎印刷品存在巨大的鸿沟，但媒介似乎没那么重要。



酒店客人喜欢选择至少两种免费报纸，无论是印刷的还是数字的。

研究报告表示：“我们都知道，今天的媒体业务前途未卜，广告收入和印刷发行量都在下降，但事实表明，所有人口统计数据都显示出一点，人们在高质量的内容和使用新闻 APP 上花费的时间为平均每天 50 分钟。

他们只是不愿意为此付出代价。”



乐乎 CEO 罗意：公区的意义在于吸引

信息来源：中国网

公区的价值在于吸引。公寓内的房间一般都不大，超过3人的聚会就会显得比较拥挤，而在公区聚会，则能获得更舒适的聚会体验。

“社交”是如今各家长租公寓都在主打的服务之一，如乐乎城市青年社区(乐乎公寓)、YOU+、未来域、湾流等等。目前各家公寓的社交，主要包括了租户间的社交活动、提供社交空间、营造公寓社交氛围。不过，也有很多长租公寓品牌表示不会设置公区，而是提倡租户走出房间，让社交活动在户外进行。

照这么看来，是否意味着公区其实是可有可无?乐乎城市青年社区 CEO 罗意的答案是斩钉截铁的：必不可少。在其看来，公区是最容易被使用的空间，是公寓的核心价值之一。在长租公寓，公寓的定义涵盖了阅读办公区、影音娱乐区、健身区、休闲区等等。除此这些基础，乐乎城市青年社区也会根据每家门店的不同设置具有特色的区域。这些区域为租户提供了工作和生活的空间，在提升租户生活品质的同时，也进一步丰富了租户的业余生活。

在乐乎城市青年社区的眼里，公区的价值在于吸引。设置影音娱乐区和休闲区，是为租户提供游戏娱乐服务。考虑到公寓内的房间一般都不大，超过3人的聚会就会显得比较拥挤，而在公区聚会，则能获得更舒适的聚会体验。设置阅读区和健身区，则是为相同兴趣和爱好的用户提供交流空间，既拓展了租户的社交圈，也方便相同爱好的租户相互交流经验。

同时，乐乎城市青年社区看来，公区还可以提升公寓的综合竞争力。近一年来，长租公寓的高速发展吸引了大量开发商和资本进入，在为行业注入活力的同时，也给品牌公寓运营企业带来了不小的压。做好服务就成为了争得一席之地的重要手段，毕竟长租公寓属于服务行业，服务当先。

对于在公区的社交，乐乎城市青年社区也是有想法的。在其 CEO 罗意看来，不管做公司、做管理、做生意、做产品，都要说人话、做人事，对正确的人用正确的语言。做社交不是一群多牛的人策划，今天搞咖啡培训、明天搞茶培训、后



《酒店旅游信息采编》2017年4期上月刊 总第94期

天搞金融培训，坐在一起打麻将也是社交。用户需要什么就做什么，服务好用户，能让他们觉得快乐，这就是做公寓最应该在乎的事。



王志：新常态下酒店业的转向与突破

信息来源：中国酒店 作者：王志

真正的酒店或许更像是金融机构，客户和业主在这里购买服务，享受服务，将自己作为本金的一部分存储在这里，期待升值与盈利。

近两年，中国酒店业与餐饮业的“马太效应”逐渐加剧，国际化高档酒店依旧保持着以服务与品质至上的强大竞争力，而国内中档酒店则面临着巨大的行业竞争压力，经济型酒店开始迈向三四线城市扩张版图。此外，民族产业与国际产业的跨境对接与合作呈现出积极的发展趋向，“国内-国内”的合作模式集中在对中小型企业的收购、吞并与挤压。总体而言，在产业规模、产业模式、市场需求、品牌宣传、资源管理等方面，中国酒店业正在寻求新的发展模式与发展目标，在复杂交错的新形势下寻求转型与突破，在瞬息万变的经济环境下稳定生存状态、确立发展方向。

新“世纪之问”：生存与发展

2015年至今，国内大型酒店基本放缓了领土扩张与品牌改造，开始走向内部的结构调整与秩序改编。明确服务定位，细化市场需求，以“规模先导型”转入以需求为重点的“用户优先型”，表现出向国际化企业看齐、走向高端品牌定位的勇气与决心，但面临着单位运营力度不强、人力资源调整缓慢、受制地方政策偏向、地域结构不平衡、资本运作步伐迟钝等重重桎梏。

在这种环境下，我们面临的不仅是如何生存的问题，更是如何发展的问题，因此如何探索新的市场渠道，提升企业创新能力成为新的“世纪之问”。应当充分认识到，当今是一个挑战与机遇并存的年代。一方面，在持续变幻的经济形态和供需失衡的市场状态下，旅游酒店行业面临着行业政策风险、宏观经济风险、市场竞争风险、关联产业风险、技术研发风险等，可谓“内忧外患”；另一方面，应当意识到，在“互联网+”、“PPP模式”新概念的出现与“双创”背景下的旅游饭店行业也存在许多“空白点”，通过对自身盈利模式、进入壁垒、产业链投资机遇、行业细分规划、市场趋势预测、投资贸易前景、上下游议价能力、投



资兼并与重组案例、竞争优势、行业格局、关键资源能力、现金流结构等要素的阐释和解析,对“SWOT”即行业优势(Strength)、行业劣势(Weakness)、行业机会(Opportunity)与行业威胁(Threaten)的分析和整理,充分实现对未来酒店产业的发展趋向与投资规划的矢量预测。这就对我们提出了更高的要求,即酒店行业自身应具备丰富的专家资源与信息资源,强大的良性合作支持力与独立运营能力,行业管理层应具备深入的洞察力与远瞻力,充满创造力的发展策略与危机处理能力。

机遇与挑战

对比舆情数据,通过对与中国酒店相关的信息进行分析后可看出,与其核心词酒店关联度最高的词语为中国(100.00%)、绿色(34.48%)和商务(33.62%)。2015年11月,国务院发布了《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》,明确提出积极发展绿色饭店、主题饭店、客栈民宿、短租公寓、长租公寓、有机餐饮等满足广大人民群众消费需求的细分业态。根据国家商务部和统计局发布的数据,下一阶段公寓和传统住宿业之间的进一步融合将成为趋势。“人文化”、“亲情化”“时尚化”的“绿色”生态商业模式将成为未来酒店的发展模式,而品牌效益带来利润的增长点将成为利润核心。从热度变化趋势来看,中国饭店的热度在12月08日13时达到了5.43的峰值,随后逐渐减退,这表明国内品牌处于非稳态、未成熟的规模之中,仍具较大的发展空间。

与此同时,我们应当看到,国际高端酒店在国内仍将保持强大的竞争力,这在京、浙、沪、广、陕等地表现明显,国内消费水平的提高促使人们开始追逐“品味型”的生活方式,不断上升的年轻化的中产阶级成为了主要的消费人群。国际品牌的媒体曝光度不断增强,加上投入大量资金用于品牌建设与软件提升,受制区域政策限制较少,国际酒店将持续着其稳定的资源持有率与市场占有率,呈现出“逆市”增长现象。而国内高端酒店经过新一轮洗牌后,准入门槛会有所提高。因此,“国内-国际”的强强联合成为有效的发展之道,这也与中州国际一直贯彻的发展策略相符合:于外,与国际化管理集团实行“联姻”,增加先进经验值,优化产业结构;于内,加速对中小型酒店的兼并与收购,扩大市场规模。面对当今复杂的形势,除了继续贯彻这一战略之外,我们会将重点放在自身结构的梳理与同周围环境的协调中,并加强网络运营体系的建设与管理,将关注度放归“品



质升级”、“社会责任”与“本土运营”，深化推进产业改革与产品创新，在转向中实现突破。

核心软实力建设

目前国内中高端酒店的主要盈利来源于餐饮、客房及会议收入。必须承认，酒店行业的生产线生产出不同的产品，但中心是围绕着“服务”二字，即软件要比硬件重要。如何让餐饮、会务、客房等的“补贴”转换为客户自觉的服务购买和投资人主动的接近趋向，酒店未来的发展重点核心围绕着一个“人”字，这是我们这一行业的立足根本与核心，这就要求企业管理层重新调整发展策略和经营意识。像万达、建业这样的国内大业主普遍开始实现“单飞”，即不再依托专业的国际国内酒店管理集团，转而成立自己的管理集团，并开始持续开展国外酒店收购的计划，因此专业的酒店经营团队、国际议价团队和酒店管理培训机构将会成为市场所需。在我国，很多中高端酒店的合作资源侧重于外资银行、金融机构以及商务企业，这样看似安全的利益链，却存在着潜在的隐患，这也是管理者亟需重视的一点。

内外部环境的动态平衡

除了提升软实力，对于产业疆域的“扩展”与产业规模的壮大，最重要的一点是，必须平衡酒店发展和扩张速度，如何让企业在纵向时间轴上延续更久而非在横向聚合轴上病态地急速扩张，以充满先验性的眼光预测行业外环境与企业内循环可能出现的种种问题。另外，国内的酒店业要维持这样的“动态平衡”必须要考虑到自身区位的特色，即依托城市自身优势，发挥地域优势，慎重考虑布局方向，制立经营指标。

在全国的市场和经济背景下，除了与行业内的竞争以外，与其他管理企业实现合作，不仅有利于“共赢”的良性生态圈的形成，而且也体现着企业的商业智慧，在采购谈判中，以“和”为贵，博取众长，最终达到一致性的目标。

而对于自身的内环境系统而言，管理者也应当充分认识到，真正的酒店或许更像是金融机构，客户和业主在这里购买服务，享受服务，将自己作为本金的一部分存储在这里，期待升值与盈利，有时候，酒店甚至可以向客户推荐自家的金融产品，通过沟通与交流以及预期评估告诉他们即将获得的利益，所有来此的人



目的或有不同，风险与利益同在，但最终酒店会在这种频繁的“实验”中成为一个活跃的交易场所。

必须清醒地认识到，在当前的经济体系下，真正的平衡或许并不存在，而酒店正是在寻求平衡、创造平衡的过程中将自己构建起来，并获取成长经验的。

充满责任感的人文“回归”：

面对全球化时代和部落化的“互联网”时代，除了应对瞬息万变的社会环境，增强企业的“内功”，还需要有适度的人文“回归”。在确认企业核心价值观、提升企业的公益意识、尊重地域文化、深入消费关怀与承担社会责任等方面，我们扮演了重要的社会角色，在实现突破与发展的同时，我们必须承担起国家和社会赋予的这份责任与使命。



盘点：全球5大高科技水下酒店

来源：迈点网 作者：Sissi

今天，酒店发展的可持续性，已成为酒店开发主要推动力。为了抵御气候变化和极端天气，保护自然环境，酒店开发商开始在水下建造豪华酒店。下面，就请跟随小编领略一下全球5大高科技水下酒店。

(迈点网 潘佩佩)今天，酒店发展的可持续性，已成为酒店开发主要推动力。为了抵御气候变化和极端天气，保护自然环境，酒店开发商开始在水下建造豪华酒店。下面，就请跟随小编领略一下全球5大高科技水下酒店。

1. 马尔代夫水饼酒店



马尔代夫水饼酒店于2013年6月宣布筹建。酒店的水上圆盘部分设有娱乐功能区，酒店客房位于水下圆盘部分；两块圆盘由中心轴柱连接，电梯及楼梯也位于中心轴柱里面；整个酒店由海底5根圆柱支撑。

据波兰深海技术公司透露，酒店结构异常坚固，即使在发生海啸时也非常安全，水下圆盘在必要时可以立即浮出水面。



由于酒店采用的是模块设计，圆盘还可在必要时转移到任何地方。建筑师帕维尔 (Pawel Podwojewski) 表示：水饼酒店的设计更像一只船，而不是一栋建筑。

水饼酒店的另外一个亮点是酒店建有水下跳水中心，配有气塞、减压舱、多功能休息室、游泳池、微型水下潜艇，客人可以近距离的观赏水下微生物。





酒店外观非常抢眼且设计极具现代感，看起来就像一个UFO；酒店项目融合了可再生能源和系统，旨在抵御未来极端气候变化的影响，如海平面上升、地震海啸等。

2. 上海未来水世界



酒店主体部分“挂”在废弃的采石坑岩壁上、世界海拔最低，将于2015年对外试营业。据悉，酒店将打造一个“水下童话”世界，酒店370间客房都设有观景露台，能直接看到对面坑壁落差近百米、宽数十米的瀑布。



其中，“浸没”在水面下的两层最受关注。酒店突破性地运用水族馆技术，在外围设置2米纵深的水族缸，让游客近距离体验水下风情。



3. 马尔代夫伦格里群岛康莱德酒店



伦格里群岛康莱德酒店为印度洋六星级豪华酒店，横跨两个岛屿，岛屿之间由 500 米的桥梁连接。



客人可在海底餐厅 Ithaa 用餐，该餐厅位于希尔顿康莱德度假酒店内，海平面以下 6 米处。外层是透明的有机玻璃，可容纳 12 人同时就餐。



4. 斐济波塞冬海底度假酒店



波塞冬海下度假村被面积 5000 英亩(约合 3.035 万亩)的礁湖环绕，五星豪华套房的面积达到 550 平方英尺(约合 51 平方米)。所有宾客将搭乘潜艇入住这家海下酒店，但这种海下之旅的费用可是相当昂贵，每人的入住费高达 1.5 万美元，其中包含搭乘私人飞机从斐济机场到达“波塞冬”的费用。



除了过一把坐潜艇的瘾外，游客还可以体验帆伞、深礁远足、洞穴探险、戴上自携式水下呼吸器潜水、在海床上跋涉以及各种水上运动。





5. 美国佛罗里达朱尔斯海底旅馆



酒店建于1970年,是世界上首个商业水下酒店,该酒店1980年进行了改建。酒店位于佛罗里达 Key Largo 波多黎各海岸水下21英尺的地方。



为了住进酒店，客人要获取初级潜水员证书并完成3个小时的急训课程。客人都配备了潜水设备和氧气管，只有在必要时才能回到水面。





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4期下月刊（总第94期）

投稿方式：yihmstsg@163.com

联系电话：028-87979509