

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 98 期

6-2 期

2017.6.15



# 目 录

<b>业界动态</b> .....	<b>3</b>
国家旅游局发布《全域旅游示范区创建工作导则》.....	3
酒店管理：全球八大热门国家 到底该选谁.....	15
2017 特色旅游小镇消费报告.....	20
TripAdvisor：2016 中国游客出境旅游消费报告.....	28
<b>要闻精粹</b> .....	<b>38</b>
行业要闻.....	38
酒店屡遭“卡片党”伤人恐吓 华住呼吁完善立法严厉打击.....	54
酒店跨界转型之路 可以越走越宽.....	56
多家品牌激战成都 存量公寓产品将是抢手货.....	58
<b>行家之音</b> .....	<b>62</b>
魔方柳佳：公寓融合的是服务商与租客的利益.....	62
Airbnb 中国副总裁：本土化不会放弃基因.....	64
<b>走进全球酒店</b> .....	<b>66</b>
阿丽拉用了 10 年时间 把军事堡垒改建成酒店.....	66



## 国家旅游局发布《全域旅游示范区创建工作导则》

信息来源：中国旅游报 作者：李志刚 冯豪博

国家旅游局将根据《导则》制定《全域旅游示范区考核命名和管理办法》，对符合条件并能够发挥示范作用的予以命名。

6月12日，国家旅游局召开新闻发布会，正式发布《全域旅游示范区创建工作导则》（以下简称《导则》），为全域旅游示范区创建工作提供行动指南。

发展全域旅游是旅游业贯彻落实党中央、国务院决策部署和“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局以及“五大理念”的重要战略决策。全域旅游发展战略得到了全国上下的积极响应，各地纷纷把发展全域旅游作为迎接大众旅游时代旅游消费新要求 and 调整地区经济发展模式、创新经济发展新动能的重要举措，迸发出强大动力。《导则》的出台可以说是恰逢其时。

《导则》指出，创建工作要实现“五个目标”，并起到相应的示范引领作用。一是实现旅游治理规范化，成为体制机制改革创新典范；二是实现旅游发展全域化，成为目的地建设的典范；三是实现旅游供给品质化，成为满足大众旅游消费需求的典范；四是实现旅游参与全民化，成为全民参与共建共享的典范；五是实现旅游效应最大化，成为旅游业惠民生、稳增长、调结构、促协调、扩开放的典范。

《导则》强调，创建工作要突出“六项原则”。一是突出改革创新，始终将改革创新作为创建工作的主线，构建全域旅游发展新局面；二是突出党政统筹，充分发挥地方党委、政府的领导作用，形成推动全域旅游发展新合力；三是突出融合共享，大力推进“旅游+”，形成全域旅游共建共享新格局；四是突出创建特色，形成各具特色、差异化推进的全域旅游发展新方式；五是突出绿色发展，实现经济、社会、生态效益共同提升，开辟全域旅游发展新境界；六是突出示范导向，强化创建单位的示范引领作用，树立全域旅游发展新标杆。

《导则》提出，创建工作要坚持“注重实效、突出示范”“宽进严选、统一认定”“有进有出、动态管理”三大方针，成熟一批、命名一批，并建立相应的



管理和退出机制。创建单位要经过不断改革创新和完善升级，最终达到相应条件和标准并能发挥示范作用才能成为示范区。

《导则》要求，创建单位要按照李金早局长关于“九个转变、十个突破、八个防止”总要求，落实好“八方面任务”。一是创新体制机制，全面构建现代旅游治理体系，促进部门行为向党政统筹推进转变。二是加强规划工作，全面做好全域旅游顶层设计，促进分头规划向区域内“多规合一”转变。三是加强旅游设施建设，全面创造和谐旅游环境。四是提升旅游服务，全面推进服务人性化品质化，促进粗放低效旅游服务向精细高效旅游服务转变。五是丰富旅游产品，坚持融合发展、创新发展，全面丰富旅游产品有效供给。六是实施整体营销，促进传统的旅游产品营销向全域整体营销转变，全面凸显区域旅游品牌形象。七是加强旅游监管，全面强化以法治旅，保障游客权益。八是优化城乡环境，全面营造旅游发展良好社会环境，促进单一景点景区建设管理向综合目的地服务转变。最终努力实现旅游业现代化、集约化、品质化、国际化，最大限度满足大众旅游时代人民群众消费需求。

国家旅游局相关负责人表示，国家旅游局将根据《导则》制定《全域旅游示范区考核命名和管理办法》，对符合条件并能够发挥示范作用的予以命名。同时，将建立全域旅游示范区创建工作管理系统，加强对各创建单位的指导和评估，以确保示范区创建能够有序、有效开展。

### 国家旅游局关于印发《全域旅游示范区创建工作导则》的通知

#### 旅发〔2017〕79号

各省、自治区、直辖市旅游发展委员会、旅游局，新疆生产建设兵团旅游局：  
现将《全域旅游示范区创建工作导则》印发给你们，请各地结合实际，认真抓好示范区创建工作。

国家旅游局

2017年5月17日

### 全域旅游示范区创建工作导则

#### 第一章 总 则

1.1 为深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神和治国理政新理念、新思想、新战略，认真落实党中央、国务院关于全域旅游的决策部署，按照“五位一



体”总体布局、“四个全面”战略布局和创新、协调、绿色、开放、共享发展理念，推动旅游业转型升级、提质增效、科学发展、全面发展，持续增加旅游有效供给，切实满足人民群众不断增长的旅游需求，指导和规范全域旅游示范区（以下简称示范区）创建工作，特制定本导则。

1.2 全域旅游是指将一定区域作为完整旅游目的地，以旅游业为优势产业，进行统一规划布局、公共服务优化、综合统筹管理、整体营销推广，促进旅游业从单一景点景区建设管理向综合目的地服务转变，从门票经济向产业经济转变，从粗放低效方式向精细高效方式转变，从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”转变，从企业单打独享向社会共建共享转变，从围墙内兵团式治安管理向全面依法治理转变，从部门行为向党政统筹推进转变，努力实现旅游业现代化、集约化、品质化、国际化，最大限度满足大众旅游时代人民群众消费需求的发展新模式。

1.3 示范区创建工作坚持“注重实效、突出示范，宽进严选、统一认定，有进有出、动态管理”的方针，成熟一批、命名一批，并建立相应的管理和退出机制。

1.4 示范区创建工作按照地方申报、审核公布、创建实施、评估监测、考核命名、复核督导的程序进行。其中，示范区创建由所在地人民政府提出申请，由省级旅游行政管理部门或省级人民政府向国家旅游局推荐申报，国家旅游局审核公布；创建工作日常指导、评估监测、复核督导由国家旅游局或国家旅游局委托省级旅游行政管理部门负责；考核命名工作由国家旅游局统一组织实施。

1.5 本导则适用于国家旅游局公布的所有全域旅游示范区创建单位，包括相关的省（自治区和直辖市）、市（地州盟）和县（市区旗）。

## 第二章 创建原则

2.1 突出改革创新。将发展全域旅游作为旅游业贯彻落实五大发展理念的主要途径，始终把改革创新作为创建工作的主线，坚持目标导向和问题导向，针对旅游发展中的重大问题，形成适应全域旅游发展的体制机制、政策措施、产业体系等，构建全域旅游发展新局面。

2.2 突出党政统筹。发挥地方党委、政府的领导作用，从区域发展战略全局出发，把推进全域旅游作为地方经济社会发展的重要抓手，统一规划、统筹部署、整合资源、协调行动，形成推动全域旅游发展新合力。



2.3 突出融合共享。大力推进“旅游+”，实现旅游业与其他行业的磨合、组合和融合，促进旅游功能全面增强，使发展成果惠及各方，让游客能满意、居民得实惠、企业有发展、百业添效益、政府增税收，形成全域旅游共建共享新格局。

2.4 突出创建特色。注重产品、设施与项目特色，不同层级、不同地区要确立符合实际的发展规划、主打产品、主题形象等，不搞一个模式，防止千城一面、千村一面、千景一面，形成各具特色、差异化推进的全域旅游发展新方式。

2.5 突出绿色发展。树立“绿水青山就是金山银山”理念，守住生态底线，合理有序开发，防止破坏环境，杜绝竭泽而渔，摒弃运动式盲目开发，实现经济、社会、生态效益共同提升，开辟全域旅游发展新境界。

2.6 突出示范导向。强化创建示范引领作用，打造省、市、县全域旅游示范典型，努力在推进全域旅游、促进城乡建设、产业发展、公共服务、整体营销等方面形成可借鉴可推广的经验和方式，树立全域旅游发展新标杆。

### 第三章 创建目标

3.1 旅游治理规范化。坚持党委、政府对旅游工作的领导，建立各部门联动、全社会参与的旅游综合推进机制。坚持依法治旅，提升治理效能，形成综合产业综合抓的局面，成为体制机制改革创新典范。

3.2 旅游发展全域化。推进全域统筹规划、全域合理布局、全域整体营销、全域服务提升，构建良好自然生态环境、亲善人文社会环境、放心旅游消费环境，实现全域宜居宜业宜游和全域接待海内外游客，成为目的地建设的典范。

3.3 旅游供给品质化。加大旅游产业融合开放力度，提高科技水平、文化内涵、绿色含量，增加创意产品，发展融合业态，提供高质量、精细化的旅游服务，增加有效供给，成为满足大众旅游消费需求的典范。

3.4 旅游参与全民化。增强全社会参与意识，引导居民以主人翁态度共同参与旅游建设，营造文明旅游新风尚，健全旅游发展受益机制，出台旅游惠民政策，切实保证居民、企业参与收益分配，成为全民参与共建共享的典范。

3.5 旅游效应最大化。把旅游业作为经济社会发展的重要支撑，发挥旅游“一业兴百业”的带动作用，促进传统产业提档升级，孵化一批新产业、新业态，旅



游对当地经济和就业的综合贡献达到较高水平，成为惠民生、稳增长、调结构、促协调、扩开放的典范。

#### 第四章 创建任务

##### 4.1 创新体制机制，构建现代旅游治理体系

4.1.1 建立党政主要领导挂帅的全域旅游组织领导机制，加强部门联动，充分发挥宣传、组织、政法等党委部门和发改、公安、财政、国土、环保、住建、交通、水利、农业、文化、体育、统计、林业等政府部门在合力推进全域旅游工作中的积极作用。

4.1.2 探索建立与全域旅游发展相适应的旅游综合管理机构，如旅游发展委员会，有效承担旅游资源整合与统筹协调、旅游规划与产业促进、旅游监督管理与综合执法、旅游营销推广与形象提升、旅游公共服务与专项资金管理、旅游数据统计与综合考核等职能。

4.1.3 积极推动公安、工商、司法等部门构建管理内容覆盖旅游领域的新机制，切实加强旅游警察、旅游市场监督、旅游法庭、旅游质监执法等工作和队伍建设。

4.1.4 积极创新旅游配套机制，建立相应的旅游联席会议、旅游项目联审、旅游投融资、旅游规划公众参与、旅游标准化、文明旅游共创、旅游志愿者组织、旅游人才培养、党政干部培训、旅游工作考核激励等机制。

4.1.5 推动政策创新。出台支持全域旅游发展的综合性政策文件。加大财政支持力度，逐年增加旅游发展专项资金，加大对旅游基础和公共服务设施建设投入力度，鼓励统筹各部门资金支持全域旅游建设。对全域旅游重大建设项目优先纳入旅游投资优选项目名录，优先安排政府贷款贴息。创新旅游投融资机制，推进旅游资产证券化试点，促进旅游资源市场化配置，因地制宜建立旅游资源资产交易的平台，鼓励有条件的地方政府设立旅游产业促进基金，引导各类资金参与全域旅游建设，鼓励开发性金融为全域旅游项目提供支持。强化旅游用地保障，在年度用地指标中优先支持旅游项目，探索实行重点旅游项目点状供地等用地改革，优化旅游项目用地政策。

##### 4.2 加强规划工作，做好全域旅游顶层设计



4.2.1 将旅游发展作为重要内容纳入经济社会发展、城乡建设、土地利用、基础设施建设和生态环境保护等相关规划中。由所在地人民政府编制旅游发展规划，同时依法开展规划环评。在实施“多规合一”中充分体现旅游主体功能区建设的要求。

4.2.2 城乡基础设施、公共服务设施和产业发展中的重大建设项目，在立项、规划设计和竣工验收等环节，可就其旅游影响及相应旅游配套征求旅游部门的意见。

4.2.3 完善旅游规划体系。编制旅游产品指导目录，制定旅游公共服务、营销推广、市场治理、人力资源等专项规划和实施计划或行动方案。形成包含总体规划、控制性详规、重大项目设计规划等层次分明、相互衔接、规范有效的规划体系。

4.2.4 加强旅游规划实施管理。全域旅游发展总体规划及重点项目规划应报请人大或政府批准，提升规划实施的法律效力，并建立旅游规划评估与实施督导机制。

### 4.3 加强旅游设施建设，创造和谐旅游环境

4.3.1 推动“厕所革命”覆盖城乡全域。推进乡村旅游、农家乐厕所整体改造，5A级景区厕所设置第三卫生间，主要旅游景区、旅游度假区、旅游场所、旅游线路和乡村旅游点的厕所要实现数量充足、干净卫生、实用免费、管理有效。鼓励对外服务场所厕所免费对游客开放。推进市场多元供给和以商建厕、以商管厕、以商养厕。通过使用能源、材料、生物、信息等新技术，切实解决旱厕、孤厕及其污物处理、厕所信息服务等难题。引导游客爱护设施、文明如厕，营造健康文明的厕所文化。

4.3.2 构建畅达便捷交通网络。完善综合交通体系，科学安排支线机场新建和扩建，优化旅游旺季和通重点客源市地航班配置，加强覆盖旅游景区的通用机场建设。改善区域公路通达条件，提升区域可进入性，提高乡村旅游道路的建设等级，推进干线公路与景区公路连接线以及相邻区域景区之间公路建设，形成旅游交通网络。提高游客运输组织能力，开通旅游客运班车、旅游公交车和观光巴士等。推进旅游风景道、城市绿道、骑行专线、登山步道、交通驿站等公共休闲



设施建设, 打造具有通达、游憩、体验、运动、健身、文化、教育等复合功能的主题旅游线路。

4.3.3 完善集散咨询服务体系。在建好景区游客中心的基础上, 合理布局建立全域旅游集散中心, 设立多层次旅游集散网络, 因地制宜在商业街区、交通枢纽、景点景区等游客集聚区设立旅游咨询服务中心(点), 有效提供景区、线路、交通、气象、安全、医疗急救等必要信息和咨询服务。

4.3.4 规范完善旅游引导标识系统。在全域建立使用规范、布局合理、指向清晰、内容完整的旅游引导标识体系, 重点涉旅场所规范使用符合国家标准的信息图形符号。

4.3.5 合理配套建设旅游停车场。建设与游客承载力相适应、分布合理、配套完善、管理科学的生态停车场。鼓励在国省干线公路和通景区公路沿线增设旅游服务区、驿站、观景台、自驾车营地等设施, 推动高速公路服务区向交通、生态、旅游等复合型服务区转型升级。

#### 4.4 提升旅游服务, 推进服务人性化品质化

4.4.1 充分发挥标准在全域旅游工作中的服务、指引和规范作用。完善旅游行业标准体系, 扩大旅游标准覆盖范围, 强化标准实施与监督, 加强涉旅行业从业人员培训, 提高从业人员服务意识与服务能力, 树立友善好客旅游服务形象。

4.4.2 按照旅游需求个性化要求, 实施旅游服务质量标杆引领计划, 鼓励企业实行旅游服务规范和承诺, 建立优质旅游服务商目录, 推出优质旅游服务品牌。开展以游客评价为主的旅游目的地评价, 不断提高游客满意度。

4.4.3 推进服务智能化。建立地区旅游服务线上“总入口”和旅游大数据中心, 形成集交通、气象、治安、客流信息等为一体的综合信息服务平台。涉旅场所实现免费Wi-Fi、通信信号、视频监控全覆盖, 主要旅游消费场所实现在线预订、网上支付, 主要旅游区实现智能导游、电子讲解、实时信息推送。开发建设游客行前、行中和行后各类咨询、导览、导游、导购、导航和分享评价等智能化旅游服务系统。

4.4.4 完善旅游志愿服务体系。建立服务工作站, 制定管理激励制度, 开展志愿服务公益行动, 提供文明引导、游览讲解、信息咨询和应急救援等服务, 打造旅游志愿服务品牌。



#### 4.5 坚持融合发展、创新发展，丰富旅游产品，增加有效供给

4.5.1 “旅游+城镇化、工业化和商贸”。突出中国元素、体现区域风格，建设美丽乡村、旅游小镇、风情县城、文化街区、宜游名城以及城市绿道、骑行公园等慢行系统，支持旅游综合体、主题功能区、中央游憩区等建设。利用工业园区、工业展示区、工业历史遗迹等因地制宜开展工业旅游，鼓励发展旅游用品、户外休闲用品和旅游装备制造制造业。完善城市商业区旅游服务功能，开发具有自主知识产权和鲜明地方特色的时尚性、实用性、便携性旅游商品，提高旅游购物在旅游收入中的比重，积极发展商务会展旅游。

4.5.2 “旅游+农业、林业和水利”。大力发展观光农业、休闲农业和现代农业庄园，鼓励发展田园艺术景观、阳台农艺等创意农业和具备旅游功能的定制农业、会展农业、众筹农业、家庭农场、家庭牧场等新型农业业态。因地制宜建设森林公园、湿地公园、沙漠公园，鼓励发展“森林人家”“森林小镇”。鼓励水利设施建设融入旅游元素和标准，充分依托水域和水利工程，开发观光、游憩、休闲度假等水利旅游。

4.5.3 “旅游+科技、教育、文化、卫生和体育”。积极利用科技工程、科普场馆、科研设施等发展科技旅游。以弘扬社会主义核心价值观为主线，发展红色旅游，开发爱国主义和革命传统教育、国情教育、夏（冬）令营等研学旅游产品。依托非物质文化遗产、传统村落、文物遗迹及美术馆、艺术馆等文化场所，推进剧场、演艺、游乐、动漫等产业与旅游业融合，发展文化体验旅游。开发医疗健康旅游、中医药旅游、养生养老旅游等健康旅游业态。积极发展冰雪运动、山地户外、水上运动、汽车摩托车运动等体育旅游新产品。

4.5.4 “旅游+交通、环保和国土”。建设自驾车房车旅游营地，打造旅游风景道和铁路遗产、大型交通工程等特色交通旅游产品，推广精品旅游公路自驾游线路，支持发展邮轮游艇旅游，开发多类型、多功能的低空旅游产品和线路。建设生态旅游区、地质公园、矿山公园以及山地旅游、海洋海岛旅游、避暑旅游等旅游产品。

4.5.5 提升旅游产品品质。深入挖掘历史文化、地域特色文化、民族民俗文化、传统农耕文化等，提升旅游产品文化含量。积极利用新能源、新材料、现代



信息和新科技装备,提高旅游产品的科技含量。大力推广使用资源循环利用、生态修复、无害化处理等生态技术,加强环境综合治理,提高旅游开发的生态含量。

4.5.6 丰富品牌旅游产品。增强要素型旅游产品吸引力,深入挖掘民间传统小吃,建设特色餐饮街区,进一步提升星级饭店和绿色旅游饭店品质,发展精品饭店、文化主题饭店、经济型和度假型酒店、旅游民宿、露营、帐篷酒店等新型住宿业态,打造特色品牌。提升园区型旅游产品品质,强化A级景区、旅游度假区、旅游休闲区、旅游综合体、城市公园、主题乐园、大型实景演出和博物馆、文化馆、科技馆、规划馆、展览馆、纪念馆、动植物园等园区型旅游产品设施配套,实现节约、集成和系统化发展,打造整体品牌。发展目的地型产品,按照村、镇、县、市、省打造具有国际影响力的目的地品牌。

4.5.7 推动主体创新。培育和引进有竞争力的旅游骨干企业和大型旅游集团,促进规模化、品牌化、网络化经营。支持旅游企业通过自主开发、联合开发、并购等方式发展知名旅游品牌。发展旅游电子商务,支持互联网旅游企业整合上下游及平行企业资源。促进中小微旅游企业特色化、专业化发展,建设发展产业创新、服务创新、管理创新、技术创新的特色涉旅企业。构建产学研一体化平台,提升旅游业创新创意水平和科学发展能力。

#### 4.6 实施整体营销,凸显区域旅游品牌形象

4.6.1 制定全域旅游整体营销规划和方案。把营销工作纳入全域旅游发展大局,坚持以需求为导向,树立整体营销和全面营销观念,明确市场开发和营销战略,加强市场推广部门与生产供给部门的协调沟通,实现产品开发与市场开发无缝对接。设立旅游营销专项资金,鼓励制定相应的客源市场开发奖励办法,切实做好入境旅游营销。

4.6.2 拓展营销内容。在做好景点景区、饭店宾馆等传统产品推介的同时,进一步挖掘和展示地区特色,将商贸活动、科技产业、文化节庆、体育赛事、特色企业、知名院校、城乡社区、乡风民俗、优良生态等拓展为目的地宣传推介的重要内容,提升旅游整体吸引力。

4.6.3 实施品牌营销战略。塑造特色鲜明的旅游目的地形象,打造主题突出、传播广泛、社会认可度高的旅游目的地品牌。提升区域内各类品牌资源,建立多层次、全产业链的品牌体系,变旅游产业优势为品牌优势。



4.6.4 建立政府部门、行业、企业、媒体、公众等参与的营销机制，充分发挥企业在推广营销中的作用，整合利用各类宣传营销资源和方式，建立推广联盟合作平台，形成上下结合、横向联动、多方参与的全域旅游营销格局。

4.6.5 创新全域旅游营销方式。有效运用高层营销、公众营销、内部营销、网络营销、互动营销、事件营销、节庆营销、反季营销等多种方式。借助大数据分析，充分利用微博、微信、微电影、APP 客户端等新兴媒体，提高全域旅游宣传营销的精准度、现代感和亲和力。

#### 4.7 加强旅游监管，切实保障游客权益

4.7.1 加强旅游执法。强化旅游质监执法队伍的市场监督管理功能，严肃查处损害游客权益、扰乱旅游市场秩序的违法违规行为，曝光重大违法案件，实现旅游执法检查的常态化。公安、工商、质监、物价等部门按照职责加强对涉旅领域执法检查。建立健全旅游与相关部门的联合执法机制，净化旅游市场环境，维护游客合法权益。

4.7.2 加强旅游投诉举报处理。建立统一受理旅游投诉机制，积极运用12301智慧旅游服务平台、12345政府服务热线以及手机APP、微信公众号、热线电话、咨询中心等多样化手段，形成线上线下联动、高效便捷畅通的旅游投诉受理、处理、反馈机制，做到受理热情友好、处理规范公正、反馈及时有效，不断提高旅游投诉的结案率、满意率。

4.7.3 强化事中事后监管。加快建立旅游领域社会信用体系，依托全国信用信息共享平台，归集旅游企业和从业人员失信行为，并对失信行为开展联合惩戒行动。扩大旅游“红黑榜”应用，将旅游景区点纳入旅游“红黑榜”评价机制。发挥旅游行业协会自律作用。积极应用全国旅游监管服务平台，加强对旅行社、导游人员日常监管，保障导游人员合法劳动权益。

4.7.4 加强旅游文明建设。全面推行国内旅游文明公约和出境旅游文明指南，培育文明旅游典型，建立旅游不文明行为记录制度和部门间信息通报机制。组织开展旅游警察、旅游工商和旅游法庭等工作人员的执法培训，提高旅游执法专业化和人性化水平。

#### 4.8 优化城乡环境，推进共建共享



4.8.1 加强资源环境生态保护。强化对自然生态系统、生物多样性、田园风光、传统村落、历史文化和民族文化等保护,保持生态系统完整性、生物多样性、环境质量优良性、传统村镇原有肌理和建筑元素。注重文化挖掘和传承,构筑具有特色的城乡建筑风格。倡导绿色旅游消费,实施旅游能效提升计划,降低资源消耗,推广节水节能产品、技术和新能源燃料的使用,推进节水节能型景区、酒店和旅游村镇建设。

4.8.2 推进全域环境整治。开展主要旅游线路沿线风貌集中整治,在路边、水边、山边等区域开展洁化、绿化、美化行动,在重点旅游村镇实行“改厨、改厕、改客房、整理院落”和垃圾污水无害化、生态化处理,全面优化旅游环境。

4.8.3 强化旅游安全保障。加强旅游安全制度建设,强化旅游、公安、交通、安监、卫生、食药监等有关部门安全监管责任,由安监部门牵头组织景区开业的安全风险评估。加强景点景区最大承载量警示,加大出游安全风险提示,落实旅行社、饭店、景区安全规范。强化对客运索道、大型游乐设施等特种设备和旅游用车、旅游节庆活动等重点领域及环节的监管。建立政府救助与商业救援相结合的旅游救援体系。完善旅游保险产品,扩大保险覆盖面,提升保险理赔服务水平。

4.8.4 大力促进旅游创业就业。建设旅游就业需求服务平台,加强信息引导,加大技术支持,进一步改善传统旅游企业吸纳就业的政策环境,切实为新型旅游企业招募员工创造便利条件。积极引导科技、艺术、创意设计等各类专业人才跨界参与旅游开发建设。重视发展创业型的个体私营旅游经济和家庭手工业。鼓励高等院校和职业院校发展旅游教育,开设特色旅游专业,提升本地旅游人力资源规模和水平。

4.8.5 大力推进旅游扶贫和旅游富民。通过整合旅游资源,发展旅游产业,从整体增加贫困地区财政收入、村集体收入和农民人均收入。以景区带村、能人带户、“企业+农户”和直接就业、定点采购、输送客源、培训指导、建立农副土特产品销售区和乡村旅游后备箱基地等各类灵活多样的方式,促进贫困地区和贫困人口脱贫致富。大力实施旅游富民工程,通过旅游创业、旅游经营、旅游服务、资产收益等方式促进增收致富。

4.8.6 营造旅游发展良好社会环境。树立“处处都是旅游环境,人人都是旅游形象”的理念,向目的地居民开展旅游相关知识宣传教育,强化目的地居民的



旅游参与意识、旅游形象意识、旅游责任意识。加强旅游惠民便民服务，推动公共博物馆、文化馆、图书馆、科技馆、纪念馆、城市休闲公园、红色旅游景区和爱国主义教育基地免费开放，鼓励旅游场所对特定人群实行价格优惠，加强对老年人、残疾人等特殊群体的旅游服务。

## 第五章 评估管理

5.1 创建工作应由本地区党委政府统筹负责，研究制定全域旅游示范区创建工作方案，建立全域旅游示范区创建工作目标责任考核体系，各级旅游行政管理部门具体负责创建工作考核，确保各项工作务实高效推进。

5.2 省(自治区和直辖市)示范区创建工作由国家旅游局负责年度评估监测。市(地州盟)和县(市区旗)示范区创建工作由省级旅游行政管理部门负责年度评估监测，并向国家旅游局提交评估报告。

5.3 国家旅游局依据本导则制定《全域旅游示范区考核命名和管理办法》，示范区考核命名工作由国家旅游局依照本导则和相关办法进行，对符合条件和标准并能发挥示范作用的，予以命名。

5.4 对已命名的示范区适时组织复核，对于复核不达标或发生重大旅游违法案件、重大旅游生产安全责任事故、严重不文明旅游现象、严重破坏生态环境行为的示范区，视情况予以警告或撤销。

## 第六章 附 则

6.1 本导则自印发之日起施行。

6.2 本导则由国家旅游局负责解释并修订。



## 酒店管理：全球八大热门国家 到底该选谁？

信息来源：南方都市报

瑞士的酒店管理拥有过百年的历史，从各个方面来看都领先于世界，美国课程偏向工商管理，法国酒店管理教育起步非常晚。

高中或大学毕业，如果想出国深造该如何选择国家？今天小编为大家深入分析目前全球备受关注的专业——酒店管理，其专业在全球八大热门国家学校的深入对比。瑞士、美国、法国、英国、澳洲、新加坡、阿联酋、荷兰，哪个最好呢？



	 瑞士	 美国	 法国	 英国
<b>国际声誉</b>	★★★★★ 瑞士的酒店管理在行业的知名度最高，历史最悠久，毕业生遍布世界各地酒店管理层	★★★★☆ 美国名牌专业是工商管理，而酒店管理属于工商管理其中一个分支	★★★★☆ 法国是旅游大国，酒店管理教育发展不错，公立和私立学校都有这个专业	★★★★☆ 英国的酒店管理教育以其学术理论而闻名
<b>酒店管理教学质量</b>	★★★★★ 实践与理论结合，通常是半年理论，半年实习的形式	★★★★★ 综合大学通才教育	★★★★☆ 由于历史原因，餐饮方面比较强	★★★★☆ 传统的英式酒店管理教学，全理论为主
<b>学习环境/教学设备</b>	★★★★★ 有部分学校是由星级酒店改造而成，寓学习于生活，而且瑞士安全系数高	★★★★★ 美国的环境设施跟中国的差不多，学生容易融入环境，但是少点校园枪击案更好	★★★ 法国的学校设施有点古老，整体社会安全令人担忧	★★★★★ 作为教育大国，学习氛围浓厚，但是教学设备还是需要跟上的
<b>学制</b>	本科：三年制/四年制 硕士：一年制/两年制	本科：四年制 硕士：一至两年制	本科：三年制 硕士：一年制/两年制	本科：三年制 硕士：一年制
<b>授课语言</b>	英语为主，辅修法语或德语	英语	英语、法语	英语
<b>留学签证通过率</b>	> 95%	> 85%	> 70%	> 90%
<b>就业机会</b>	绝大多数的国际酒店管理集团或相关企业会直接去瑞士的酒店管理学校招学生	对口的美国本土酒店与学校有合作协议输送人才	由于法国经济持续低迷，还是不要抢法国人的饭碗好	英国最新出台的外国留学生政策深深地挫伤了大家的积极性
<b>认证情况</b>	瑞士的酒店管理教育的文凭全球认证，可以说是酒店行业中的战斗机，全球酒店及相关行业通行	美国几乎所有酒店管理专业的综合大学文凭认可程度高，但不乏存在部分野鸡学校	法国的学制跟其他国家不一样，但是认证情况良好	传统的英国正统大学认证情况不需要怀疑
<b>实习/打工工资</b>	实习最低工资 2172瑞郎/月	时薪6.55美元	相当于当地最低工资的1/3(约400欧元)	时薪6.19英镑



	澳大利亚	新加坡	阿联酋	荷兰
<b>国际声誉</b>	★★★★☆ 酒店管理教育不是澳大利亚政府主推的专业,相应地其教育质量和其他专业还有一定差距	★★★★☆ 新加坡大力发展其旅游业和博彩业,衍生出大批酒店管理学校,但大多数参差不齐	★★★★☆ 迪拜酒店及旅游业发达	★★★★☆ 荷兰名牌专业是商科,酒店管理教育以理论为主
<b>酒店管理教学质量</b>	★★★★★ 可参考澳大利亚的总体教育情况,属于中等	★★★★☆ 很多实践,比起中国的酒店管理教育来说已经好很多了	★★★★☆ 由迪拜酒店旅游业所衍生而来,起步晚,酒店管理学校较少	★★★★☆ 属于工商管理偏酒店管理,较为理论
<b>学习环境/教学设备</b>	★★★★★ 越来越多中国学生去澳洲,所以融入环境绝对不是问题,还有阳光与海滩等着你	★★★ 许多酒店管理学校是新建起来的,学校设施设备比较新,但规模比较小	★★★★★ 旅游大国,周边较多国际五星酒店	★★★★☆ 较少亚洲学生选择
<b>学制</b>	本科: 四年制 硕士: 一至一年半制	本科: 三年制/四年制	本科: 三年制 硕士: 一年制	本科: 四年制 MBA: 一年制
<b>授课语言</b>	英语	英语	英语、阿拉伯语	英语、荷兰语
<b>留学签证通过率</b>	> 95%	> 90%	> 90%	> 90%
<b>就业机会</b>	澳大利亚,要在当地找实习工作的机会还是有的	新加坡人才收紧,当地找工作没以前这么容易了	在中东经济较发达地区有工作机会	市场发展较为迟缓,理工类学生机会更多
<b>认证情况</b>	澳大利亚的学校与中国高中对接越来越多,所以中国教育部认证绝对没问题,但是追求教育部认证没意思,因为教育部连电大都承认	新加坡的大专文凭课程很多,比较混乱,本科学位基本是国外其他大学颁发的,认受性不高	酒店管理教育起步不久,在阿联酋当地行业认证情况良好	传统的酒店管理大学历史悠久,但在行业中名气不大
<b>实习/打工工资</b>	时薪 15.96 澳元	800 新币/月	3000 迪拉姆/月	时薪 15 荷兰盾

## 点评

### 瑞士：一直很优秀，从未被超越

瑞士酒店管理学校除了 EHL 洛桑,还有瑞士最大的酒店管理教育集团 SEG(包括五所大学, SHMS 瑞管, HIM 蒙商, IHTTI 纳管, Cesar Ritz 恺撒里兹, CAA 库林那),以及 Glion 格里昂和 LR 理诺士(被美国集团出售,目前由法国集团收购)。瑞士的酒店管理拥有过百年的历史,无论从名声、环境设施、教育质量、还是就业都领先世界。



### **美国：工商管理，反客为主**

在美国，酒店管理是工商管理的其中一个分支，很少综合大学开设酒店管理专业，而 CORNELL 康奈尔大学是少数有酒店管理专业的名牌大学，但是其毕业生一般不在酒店工作，这说明了其课程偏向工商管理。

### **法国：起步较晚，半路出家**

法国酒店管理教育起步非常晚，公立大学有部分提供酒店管理课程，但需要学生学习法语，学校只提供法语授课。法国的私立的酒店管理学院要收取学费，提供用英语授课。法国酒店管理学院本科生需要读3年，每年十几万人民币，研究生读1年，需要二十五万人民币左右。

### **英国：合纵连横，实力有待增强**

英国之前公投脱欧，这将对其实产生重要影响，对于选择留学的同学亦是，大家可以保持关注。相对于英国的名牌专业会计和传媒，英国的酒店管理相对冷门，而且留学费用相对昂贵，所以，英国许多酒店管理与旅游管理专业排名靠前的学校都有与瑞士的酒店管理学院合作，颁发双学位。

### **澳大利亚：想法很好，但结果未如人意**

酒店管理在澳大利亚属于非移民加分专业。酒店管理专业是要求动手能力较强的商科科目，近年来澳大利亚对于酒店管理教育比较重视，然而非传统的酒店管理教育国家，澳大利亚很想把酒店管理教育提升到较高的水平，还需要走一段很长远的路。昆士兰大学、格里菲斯都是先行者，然而就目前的教学成就来看，成绩还是差强人意。

### **新加坡：衔接海外，可谓狗尾续貂**

毕业后基本上能找到工作，新加坡现在大力发展博彩旅游行业，像澳门那样。新加坡的酒店管理一般需要读3年时间，大概需要30-50万元人民币左右的费用，没有雅思限制。但由于新加坡宽松的办学政策，许多私立酒店管理学校只租用一两层写字楼就开办学，而这些学校都不具备学位颁发资格，学生完成文凭课程后，一般都需要转到其它国家完成学位。

### **阿联酋：酒店高速发展，教育还需跟上**

当地酒店及旅游行业较为发达，因此近年来衍生出了酒店管理专业，发展历史较短，处于起步阶段。实习机会多在当地发达城市的酒店，其他国家机会较少。



《酒店旅游信息采编》2017年6月下月刊 总第98期

### **荷兰：偏商科理论，学费较便宜**

荷兰酒店管理教育发展较早，课程结构以工商管理理论为主，实习时间及机会较少。留在当地工作的可能性较低，较少亚洲学生选择。

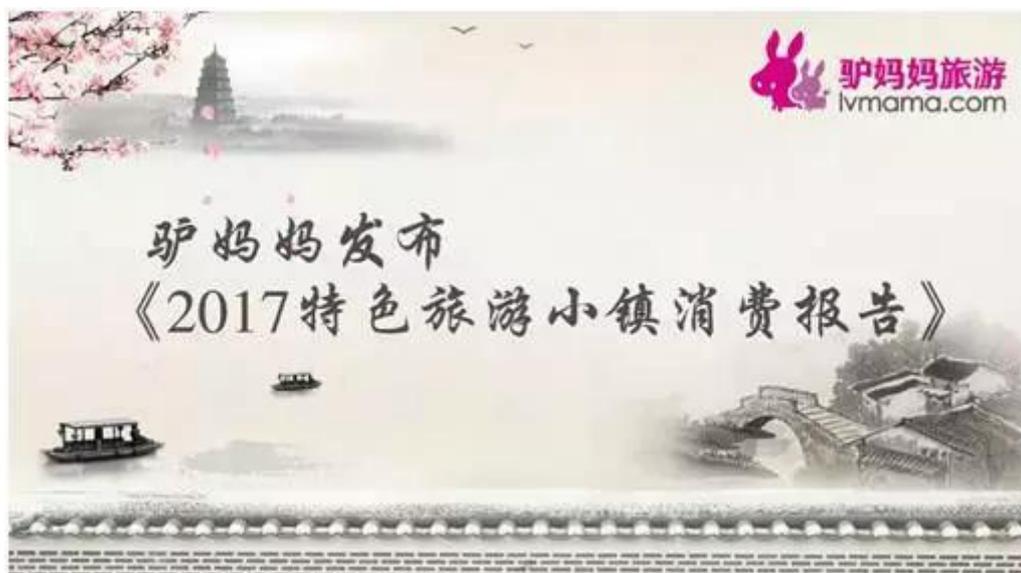


## 2017 特色旅游小镇消费报告

信息来源：驴妈妈旅游网

小镇游的游客涵盖全部年龄层；出游方式上，超过7成游客更愿周边游和自由行。交通工具的选择上，有超过40%的游客倾向自驾出游。

近年来，特色小镇在全国遍地开花，成为国内旅游圈热门时髦的关键词。各地政府及知名企业大规模布局特色小镇，北京百亿重金打造42个特色小镇；河北将投资2000亿建设100个特色小镇；浙江未来3年将投入5000亿培育百个特色小镇；华谊兄弟在14个省份布局20个电影小镇；马云天猫小镇落户北京……特色小镇的建设热潮势不可挡。而每逢节假日期间，以休闲度假为核心属性的特色小镇旅游也在悄然兴起。



日前，驴妈妈旅游网发布《2017特色旅游小镇消费报告》显示，2017年驴妈妈旅游网平台上预订小镇旅游产品的游客人次比去年同期增加了两倍，上海、北京、广州、成都、深圳、杭州、南京、武汉、重庆、长沙等城市游客最爱小镇游。“做一回小镇青年，来一把精神还乡”，古色古香的建筑、民俗特色的小店、当地地道的美食、灯火阑珊的酒吧是游客选择小镇作为旅游目的地的主要因素。平遥古城、西塘、婺源篁岭、上海迪士尼小镇、云水谣、乌镇、古北水镇、宏村、



南浔、周庄成为国内最受欢迎的十大旅游小镇。而灵山小镇·拈花湾、袁家村、哈尔滨俄罗斯风情小镇、宁夏镇北堡和山东水浒影视小镇等成为增速最快的小镇。

驴妈妈旅游网 CEO 王小松表示,自从国家提出要在 2020 年前培育 1000 个左右各具特色、富有活力的特色小镇后,全国各地兴起了建设特色小镇的热潮。但特色小镇并不等同于旅游小镇。特色小镇的范畴非常广阔,其中和文化旅游关系最为密切的才是旅游小镇。这类旅游小镇往往具有独特的自然风貌资源或人文历史景观,拥有丰富的旅游业务形态和完善的公共游览服务,且注重资源保护、生态建设、拥有有效的景区管理机制,能将旅游安全和服务质量纳入综合考量,这种才是真正的旅游小镇。一般来说,各大旅行社售卖的旅游小镇产品都具有成熟旅游业态。大体可以根据景区资源类型的不同,分为历史人文、自然风光、特色景观和主题公园等几个类别。文物古迹、名山大川周边的小镇发展特色旅游具有天然的优势,而像上海迪士尼小镇、杭州宋城这类人造小镇也成为另一种特色旅游小镇打造的典型案例。

### **年轻人偏爱时尚小镇 毕业季迎全年出游高峰**

《报告》数据显示,小镇游的游客涵盖全部年龄层,80、90 后年轻群体更倾向选择具有时尚特色或人造的主题小镇作为目的地,50、60、70 后人群则更偏好以休闲度假为主的文化古镇、养生小镇、温泉小镇。出游方式上,超过 7 成游客更愿意周边游和自由行。在交通工具的选择上,有超过 40% 的游客倾向自驾出游。随着国内高铁网络的完善,不少特色旅游小镇都有高铁直达,因此高铁出游比例也占到了两成左右。

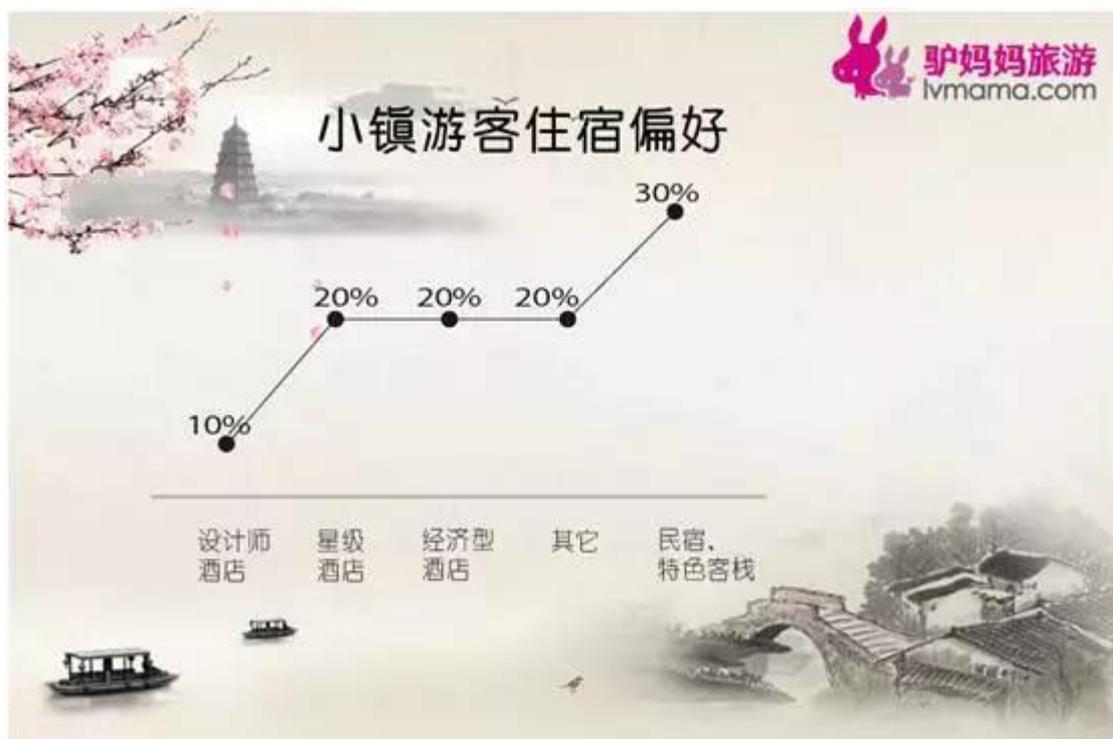


从全年出游时间分布来看，除了春节、清明、五一和端午等节假日，整个6月也是小镇游产品预订的高峰，且以多人团队出游的年轻客群为主。6月正是中考季和高考季，不少毕业学生选择将特色小镇作为毕业旅行目的地来为青春画上一个完整的句号，而在文艺小镇拍出毕业照也相当“拉风”。

在人均消费方面，今年以来游客在驴妈妈预订的小镇游产品人均花费在1000元左右。消费构成上，消费金额排名第一的是住宿，其次为景区特色产品、门票和餐饮等。数据显示，人均消费排行榜前十的城市分别为：上海、北京、广州、成都、深圳、杭州、南京、武汉、重庆和长沙，可见一线、二线城市依然是小镇游的主力消费军。



在消费大头“住宿”的偏好方面，选择星级酒店和经济型酒店的客群分别占到两成，而喜欢民宿和特色客栈的人群占到4成。随着国内一些热门旅游小镇里民宿和客栈的兴起，游客的住宿选择也趋向多样。特别是小镇游的主要客群——自由行游客，都更愿意入住民居外观具有鲜明特色，能融入当地生活并且能与当地人交流的民宿。





## 为一“网红”赴一座镇 美照狂刷朋友圈

《报告》通过平台调查显示，不少选择小镇游的游客出游动机很单纯，也很任性。一家餐厅、一间民宿、一个小店、一场演出都能促成一次说走就走的旅行。同时，小镇游的游客特别容易受到互联网营销的影响去一个小镇目的地“尝鲜”。许多人会因为一篇微信阅读量10万+的文章、一组朋友圈照片、一档综艺节目或者一部电视剧，而赴一座小镇。比如《小时代》系列带火了欧洲风情浓郁的上海松江泰晤士小镇；《奔跑吧兄弟》让古北水镇的大名传遍全国；而最近随着《欢乐颂2》的热播，取景地婺源的热度也持续上升，驴妈妈平台上关于婺源思口镇、篁岭等地的旅游产品的搜索量猛增5倍。一些“网红”客栈也因为朋友圈传播的美照人气爆棚，引得不少人专程开车前往。

对于不少“爱晒”的年轻人来说，旅游最重要的可能不是看到了什么，而是能不能拍出美照，晒在朋友圈。驴妈妈平台上，一些带有“旅拍”和“旅行摄影”关键字的小镇游产品非常受游客青睐。比如在华南地区，一款“【欧洲小镇街拍之旅】住1晚广州九龙湖公主酒店+畅游欧洲小镇、艺术画廊和山顶湖滨公园栈道+含双人自助早餐+无限次使用恒温泡池”产品持续火爆。而在西南地区，云南、贵州和四川等地的一些古镇上的旅行摄影产品也十分畅销。

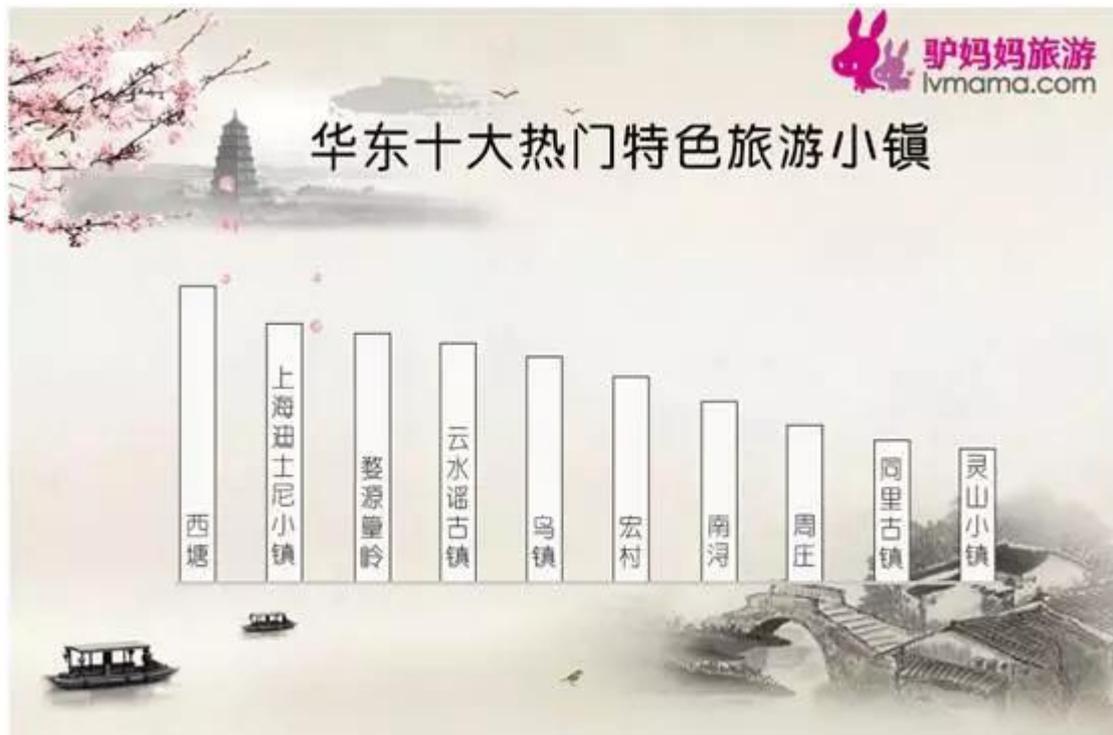
### 国内特色旅游小镇人气榜单出炉 华东地区入榜最多





《报告》数据显示,平遥古城、西塘、上海迪士尼小镇、婺源篁岭、云水谣、乌镇、古北水镇、宏村、南浔、周庄成为国内最受欢迎的十大特色旅游小镇。除了保留着中国古代历史文化和民俗风情浓郁的古镇之外,开园仅一年的上海迪士尼小镇也是榜单上的一大亮点。

从区域来看,华东地区地处江南水乡,拥有旅游业态最为成熟的一批旅游小镇,这些小镇旅游资源经过深度开发、各项旅游基础配套设施趋于完善,深受游客欢迎。而除了具有浓郁历史文化底蕴的水乡古镇之外,一批新建成开放不久的主题小镇也非常热门,包括主打娱乐休闲购物的上海迪士尼小镇和以禅意度假为主题的灵山小镇·拈花湾。华南地区,游客更爱充满浓郁南国特色和深厚文化底蕴的侨乡古镇,黄姚古镇、连南千年瑶寨、赤坎古镇、沙湾古镇都是热门周边旅游目的地;华北地区,旅游设施完善的综合性特色小镇备受追捧,平遥古城、古北水镇、乔家大院均为节假日期间华北游客喜欢的目的地。西南地区则聚集着少数民族风情浓郁的一大批特色小镇:贵州西江千户苗寨、丽江大研镇、丽江束河古镇都成为各地游客探访少数民族风情的绝佳去处。在华中地区,湖南的凤凰古城、芙蓉镇、关山古镇、溪口千年古镇等一批知名的小镇景区持续热门。东北地区,让人不出国门就能体验异国风情的哈尔滨俄罗斯风情小镇也是游客偏好之选。西北地区,全国知名的重点景区镇北堡和关中民俗风情浓郁的袁家村备受游客青睐。





## 华北十大热门特色旅游小镇





## TripAdvisor：2016 中国游客出境旅游消费趋势

信息来源：TripAdvisor

据中国国家旅游研究院数据显示，2016年中国出境游规模达到1.22亿人次。同比2015年的1.17亿人次，增长4.3%。中国再次成为全球最大客源国。

中国北京2017年6月14日——全球领先的旅行网站TripAdvisor(猫途鹰)联合中国银行银行卡中心，基于双方2016年度旅游和境外消费数据，发布了《2016年度中国游客出境旅游消费趋势》。报告包含了过去一年里中国出境游市场的整体状况和趋势；中国游客在境外吃、住、购物等的消费情况和特征；中国游客在境外旅游时的主要需求；以及2017年新兴的热门旅游目的地、旅行趋势、高性价比的目的地等。

TripAdvisor(猫途鹰)中国区首席运营官潘浩栋先生表示：“TripAdvisor(猫途鹰)此次与中国银行联手，是对2016年中国出境游消费者的整体回顾和趋势分析，也是我们深入发掘旅行者消费需求的一次突破。我们看到中国旅行者的消费诉求正在向以体验为主的休闲深度游转型，TripAdvisor(猫途鹰)将持续升级产品和服务，提供更多旅行灵感，做消费者身边真正的“海外吃住玩乐”行家。”

### 出境游市场

据中国国家旅游研究院数据显示，2016年中国出境游规模达到1.22亿人次。同比2015年的1.17亿人次，增长4.3%。中国再次成为全球最大客源国。中国游客的身影愈加频繁地出现在世界上越来越多的角落。

#### 1)北上广出境游人次领跑，二三线城市蕴藏巨大潜力

据TripAdvisor(猫途鹰)2016年网站及APP访问量数据显示，来自北京、上海和广州的用户对境外目的地相关页面的访问量最大，其次是成都、南京、杭州、深圳、郑州、武汉，和济南。

另外，从访问量的年增长率来看，除以上城市之外，南昌、合肥、昆明、长沙、重庆等城市在2016年表现出巨大的潜力。随着城镇化的加速及我国居民护



照持有率的不断提升，以及海外直航的开通加速，二三线城市的出境游市场及消费实力将日益凸显。



## 2) 泰国成为最热门目的地，中美旅游年引广泛关注

TripAdvisor(猫途鹰)网站及APP数据显示，过去一年里，中国用户对泰国相关页面的访问量是所有境外目的地国家里最高的。对中国游客来说，泰国是较早开放落地签的国家之一，也是相对成熟、近距离、且性价比较高的出境游市场。

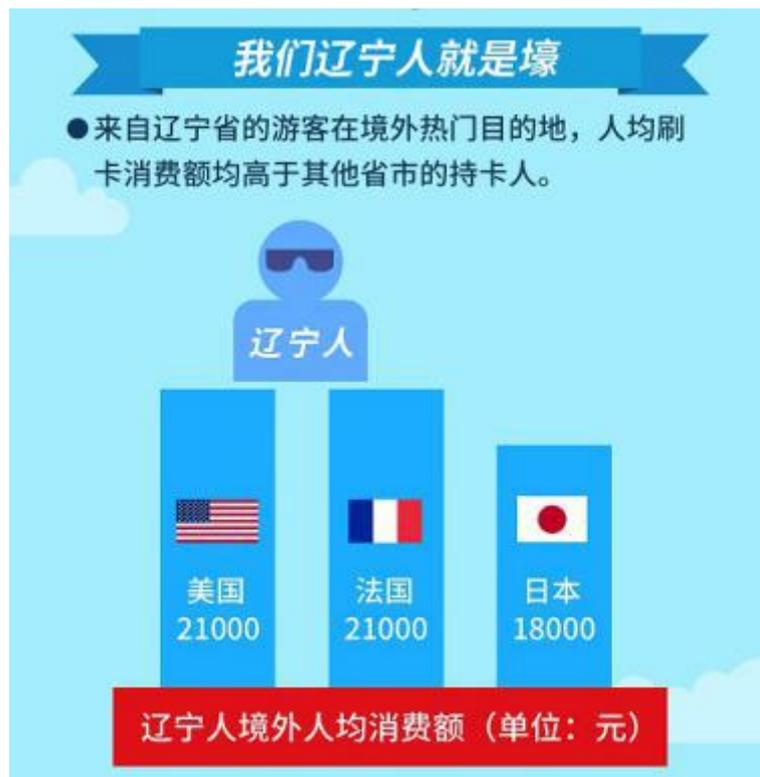
2016年最受中国出境游客关注的目的地Top10包括：泰国、日本、美国、印度尼西亚、意大利、法国、越南、英国、马来西亚，及西班牙。2016年是“中美旅游年”，美国作为旅游目的地，虽相对距离较远、且消费较高，也获得了高度关注，仅次于泰国和日本。



## 旅游与消费

### 3) 辽宁游客消费力领跑其他省市

据中国银行信用卡境外消费数据显示，来自辽宁省的游客在境外热门目的地，如日本、美国、印度尼西亚、法国、越南等，其人均刷卡消费额均高于其他省市的持卡人。辽宁游客在美国和法国的人均刷卡消费额均达到 21,000 人民币以上，在日本的人均消费也达到 18,000 人民币以上。



#### 4) 境外消费以 20-30 岁女性、30-40 岁男性为主

据中国银行信用卡境外消费数据显示，2016 年在境外热门目的地国家消费的持卡人中，女性占比达 55%，男性为 45%。其中女性人群中，人数占比最多的年龄段是 20 至 30 岁 (18%)。而男性人群中，人数占比最多的年龄段是 30 至 40 岁 (13%)。

#### 5) 买：免税店和奢侈品百货

据中国银行境外消费数据显示，中国游客在境外消费额最多的商户集中在机场免税店、大型百货公司和奢侈品店。其中，消费最多的商户分别是：法国巴黎老佛爷百货、英国哈洛德百货、美国 DFS 免税店、日本伊势丹百货。爱马仕、LV、Burberry、Tiffany 等奢侈品牌也收到国人追捧。

#### 6) 追求舒适的中高端酒店住宿体验

据 TripAdvisor (猫途鹰) 网站及 APP2016 年的酒店预订数据，中国游客在预订东南亚热门目的地，如泰国、越南、马来西亚的酒店时，会挑选均价在每晚人民币 800 至 1200 元之间的酒店；而在预订美国、法国、英国等欧美高消费国家的酒店时，则在人民币 1600 元/每晚上下。



### 7) 消费之都：美国

据中国银行境外消费数据显示，中国游客在美国当地的消费数额最高，人均刷卡消费超过人民币 18,000 元。在同为高消费及奢侈品市场占有率很高的英国、法国和意大利，持卡人在当地的人均消费约为人民币 17,000 元。同为热门旅游目的地和国人购物首选的日本(13,000 人民币以上)紧随其后。物价相对便宜的东南亚地区的泰国、印度尼西亚、越南和马来西亚则均在 4,000 人民币左右。



### 8) 出境游客爱刷什么卡

在中国银行目前发行的上百种信用卡中，“全币种国际芯片卡”、“长城环球通自由行卡”、及“长城国际卓隼卡”是最受中国银行出境客户喜欢的信用卡。此外，中国银行信用卡还荣获“2016年猫途鹰中国出境旅行者喜爱的信用卡”称号。

**出境游需求：放松、深入当地、一饱口福**

### 9) 对休闲度假的需求越来越强烈

据 TripAdvisor(猫途鹰)网站及 APP 2016 年访问量数据，在过去的一年里，受中国游客关注度增长最多的热门目的地城市中，绝大部分都是适宜度假的海岛或海边城市。从日常的繁忙生活中寻得一段时间的放松、享受度假的愉悦成为了越来越多中国游客的首要旅行目的。

2016 年访问量增长率最高的前十个城市分别为泰国涛岛、越南芽庄、泰国甲米、摩洛哥卡萨布兰卡、泰国苏梅岛、越南藩切、摩洛哥马拉喀什、菲律宾杜马盖地、俄罗斯伊尔库兹克，和日本大阪。



#### 10) 希望体验不同的文化

据 TripAdvisor(猫途鹰)2016年所做的一次旅行者行为调研报告显示,46%的中国受访者表示,他们选择上一次旅行的目的地的主要原因是希望体验当地特别的文化。随着旅行经验的日渐丰富,越来越多的中国旅行者更加期待深入体验当地的生活和独特文化,而不是走马观花。

另据 TripAdvisor(猫途鹰)2016年网站及APP访问量数据显示,年度关注度最高的热门目的地城市中,泰国清迈,日本的大阪、京都等极具当地特色、文化特征突出的目的地都位列其中。

#### 11) 对美食停不下来的执着追求

在境外旅行时, TripAdvisor(猫途鹰)APP用户使用频次最高的功能便是查找餐厅。数据显示,2016年在上述 Top10 热门及新兴海外目的地旅行时,使用 TripAdvisor(猫途鹰)APP 的用户平均每人每天查看餐厅的数量在 20 家以上。中国游客对美食的执着追求可见一斑。



除了查看餐厅基本信息和点评,参考旅行者上传的餐厅和食物的照片也是对中国游客最有帮助的功能。另外,为了帮助中国旅行者享受更好的美食体验,TripAdvisor(猫途鹰)近期还推出了海外热门餐厅预订和双语菜单功能。

据中国银行境外消费数据显示,2016年中国游客海外餐饮类消费较2015年同比提升18%,每餐开销约350元。2016年最受中国出境游客关注的目的地TOP10中,日本的餐饮消费水平最高。



2017 关键词: 免签、小众、高性价比

在过去一年里,随着更多国家和地区对中国游客实施简化签证的举措,面向中国市场推介旅游资源等原因,一些新兴的热门目的地进入越来越多中国游客的视野。



### 12) 免签推动摩洛哥成为最炙手可热的新兴热门目的地

2016年6月1日,摩洛哥宣布给予中国公民免签待遇,停留期不超过90天。一时间,这个有“北非花园”之称的遥远国度成为热议的话题。

TripAdvisor(猫途鹰)网站及APP访问量数据显示,2016年下半年,中国游客对摩洛哥旅游的关注度显著增长,较上半年环比增长167%;同时来自中国银行的境外消费数据显示,2016年在摩洛哥持中国银行银行卡消费的人数同比2015年增长近3倍。

### 13) 趋势: 追寻相对小众、新颖的旅行体验

除摩洛哥以外,2016年在TripAdvisor(猫途鹰)网站及APP上访问量年增长率最高的目的地前十位有乌克兰、菲律宾、越南、冰岛、北马利亚纳群岛(包括塞班岛等)、捷克共和国、芬兰、泰国,和日本。

随着旅行经验的日渐丰富和对世界的好奇心,中国旅行者们正不断去探索更多相对陌生、小众、且独特的目的地。

### 14) 新兴热门目的地: 当地消费相对较低



据中国银行境外消费数据显示，2016年中国游客在以上这些新兴目的地的人均消费额普遍相对较低，集中在4,000到6,000人民币之间。在摩洛哥当地的人均刷卡消费仅为3,600人民币左右。

相比起一些消费水平较高的目的地，从旅行预算考虑，这些新兴的热门目的地也不失为高性价比的旅行选择。



## 行业要闻

整理编辑：何筱寒

### 1、安全事故频发 北京水魔方乐园财务持续承压

信息来源：北京商报 作者：钱瑜 王胜男

自从2014年开始，水魔方由于经营成本升高，加上门票收入有限，收益开始下滑，公司经营困难。

北京欢乐水魔方经历欠款危机后，又陷入娱乐项目出现安全事故的风波。日前，刘女士和朋友到丰台区小屯路的欢乐水魔方水上乐园游玩，在进行“龙卷风”项目后，刘女士出现昏迷不醒的意外情况。经过两周抢救，刘女士被确诊为脑干损伤，目前在航天中心医院重症监护室治疗，刘女士的家人忧心忡忡，治疗已经花费20余万元。

北京欢乐水魔方相关负责人在接受记者采访时表示，“事发时水魔方总经理及相关人员均在第一时间赶到现场抢救，并及时拨打120急救电话，截止6月14日，已经支付医药费14万多，目前也在关注当事人病情发展及垫付医疗费用。园区目前资金虽然很紧张，但是不会影响后期治疗。至于其他赔偿事宜，等鉴定报告出来再商议。”同时该负责人还称，园区“龙卷风”各项设备运行六年以来，每年都进行年检，设备合格，运行正常，目前项目还在运行。目前游客昏迷的原因还未确诊，欢乐水魔方是出于人道主义和社会责任对伤者的医药费进行垫付。

但是，刘女士的朋友姜先生并不这么认为。姜先生在接受媒体采访时指出，排队时刘女士还活蹦乱跳，从“龙卷风”项目的管道出来后就昏倒在皮筏艇上。刘女士是个健身教练，平时身体状况很好，当时大家都以为她是低血糖或中暑。“工作人员给她按了几下胸口，也没反应。他们用电瓶车把刘女士送去医务室，做了心肺复苏，还是没醒来。”而且让姜先生气愤的是，工作人员并没有马上拨打120。“先后折腾了近20分钟，园方才让我们自己打120。”。

更让姜先生不满的是，园区在购票须知中并未提及安全隐患和其他注意事项。同时，在门口换票进去时，也没有看到任何安全须知。对此，北京欢乐水魔



方相关负责人对记者表示，购票渠道、实体门票以及设备入口处均有提示，入园安全意识广播也不间断进行安全提示。

值得注意的是，自称是北京欢乐水魔方客服经理的工作人员此前在医药费的问题上对伤者家属表示：“我们公司账面上一分钱都没有了，员工的工资都快发不出了。”，“我们已经垫付了8万多元，都是领导凑的钱”。而此前在2017年3月，水魔方曾陷入欠款危机，遭法院强制执行。自2015年11月到2017年2月，北京欢乐水魔方嬉水乐园在5个案件中未履行债务，欠款共计120余万元，多个被欠款方申请强制执行。此外，当时北京欢乐水魔方还因拖欠土地租赁资金200余万元，被债权人用土方将水魔方乐园大门封堵。北京欢乐水魔方的负责人也曾表示，“自从2014年开始，水魔方由于经营成本升高，加上门票收入有限，收益开始下滑，公司经营困难。”。

2017年5月19日，北京欢乐水魔方水上乐园重新开园，此次游客的医药费垫付是否会对公司财务雪上加霜呢？北京欢乐水魔方水上乐园相关负责人表示，目前的医药费会对公司财务造成一定压力，但否认了此前客服经理“工资发不出、账面没有钱”的说法，并表示此前的欠款问题都已经解决。未来对伤者会不间断得进行医药费用的垫付。

## 2、河南经济型酒店转型养老机构 5年内不用办变更手续

来源：郑州晚报 作者：李娜

城市经济型酒店等非民用房转型成养老服务设施的，报相关部门备案。五年内可暂不办理土地和房产功能变更手续。

《河南省关于支持整合改造闲置社会资源发展养老服务的通知》近日印发。到2020年末，河南省将争取每千名老年人拥有养老床位数达到35张，为了达到这样的目标，我省又有新举措。

河南省将充分挖掘闲置社会资源，整合改造成养老机构、社区居家养老设施用房等养老服务设施，提高老年人就近就便获得养老服务的可及性。改造利用现有闲置厂房、社区用房等兴办养老服务设施，符合《划拨用地目录》且连续经营一年以上的，五年内可不增收土地年租金或土地收益差价，土地使用性质也可暂不作变更。在符合规划的前提下，已建成的住宅小区内增加养老服务设施建筑面积的，可不增收土地价款。



同时,城市经济型酒店等非民用房转型成养老服务设施的,报相关部门备案。五年内可暂不办理土地和房产功能变更手续,满五年后继续用于养老服务设施的,可由产权人按有关规定办理使用功能变更手续。

凡通过整合改造闲置社会资源建成的养老服务设施,还可依照有关规定享受水电气热费用优惠等政策扶持。

### 3、广州圣丰索菲特大酒店任命市场销售总监

来源: 迈点网

近日,广州圣丰索菲特大酒店宣布正式任命罗可茹女士为酒店市场销售总监,她将管理客房、会务、宴会的销售以及市场传讯事宜。

罗女士于2008年毕业于香港理工大学,获酒店管理专业学士学位。在过去八年里,罗女士曾于大中华区内多间奢华品牌酒店旗舰店任职,包括香港JW万豪酒店、北京君悦酒店、北京四季酒店及广州圣丰索菲特大酒店。她是一位具有影响力的销售领导者,也是对生活品味、待人处事和酒店事业都有着积极和热情的都市女性。

### 4、惠州凯宾斯基酒店任命马瀛为酒店总经理

来源: 迈点网

凯宾斯基集团正式任命马瀛先生为惠州凯宾斯基酒店总经理,负责这家豪华酒店的总体运营管理及业务发展。马瀛先生拥有23年酒店行业工作经历,包括2年国外工作经验及5年酒店总经理经验。马瀛先生是中国人,除了母语普通话之外,他还讲流利的英文以及南非语言斯瓦希里语的日常交流。

马瀛先生于1994在北京王府饭店开启酒店行业职业生涯,之后曾于洲际集团、锦江集团、中国金茂集团担任房务总监、营运总监及业主代表等职务,工作的城市有北京、上海、苏州等。

2014年至2017年担任北京日出东方凯宾斯基酒店及雁栖岛酒店经理期间,马瀛先生带领团队顺利完成多次国际级政府大型会议及活动的酒店接待及服务工作,包括APEC总统峰会会场的总体接待;“一带一路”国际合作高峰论坛、读懂中国高峰论坛及G20能源及经济部长会议等多项国际重大活动,出色的服务和接待赢得了各国领导人的高度赞扬。

### 5、意大利航空在美申请破产保护



来源：北京商报 作者：肖玮

70岁的意大利航空深陷亏损泥潭，已启动出售程序。6月14日美国当地消息，意大利航空（以下简称“意航”）已在美申请了破产保护，以避免该公司在美国的运营因债务问题而中断，接下来，这家意大利载旗航企只能耐心等待新东家。

据悉，纽约肯尼迪国际机场1号航站楼运营商此前曾通知意航，如果不支付其拖欠的账单费用，将在6月终止其合同。同时意航也因为账单问题面临失去电话及网络服务的窘境。目前，美国破产法院已经授权临时限制令，保证意航在破产保护期间不受债务问题影响。

业内分析师指出，在意大利国内，意航的市场份额不断被竞争对手蚕食。行业统计数据显示，该公司的市场份额从2007年的23%下降至18%，而对手瑞安航空的市场占有率则从十年前的12%上升到23%。

由于居高不下的成本以及来自低成本航企的激烈竞争，意航自2002年以来就年年亏损。虽然也经历过重组，但意航依然无法适应全新的市场格局，仅剩的市场份额迅速被廉价航空公司蚕食。业内普遍认为，意航的定位始终不够清晰，与廉价航空公司相比太大，而与大型航空集团相比又相对弱势，面对各级别的竞争对手都毫无优势可言。

值得注意的是，5月2日，阿提哈德宣布放弃对意航继续注资，这成为压垮意航的最后一根稻草，也是意航十年来第二次启动破产保护程序。5月4日，意大利政府批准向意航提供高达6亿欧元的紧急过桥贷款，以确保其运营至今年11月。

事实上，为了让公司活下去，意航管理层曾提出自救计划，包括解雇1600名员工、降薪8%并且延长工作时间，从而换取股东20亿欧元的投资，但是这个方案被工会否决了。不仅如此，在5月底，意航员工还举行了罢工，要求政府将意航彻底国有化，同时提高他们的待遇、改善工作环境。不过种种迹象都显示，意大利政府已经下定决心，为意航寻找新的买家，在6个月的“接管期”结束后就出手。

与此同时，意大利政府任命3名特派员对意航进行重组或者资本流通的可能性评估。根据特派员签署的文件，单一企业或者由多个企业组成的财团应该在6



月5日之前提交报价。竞标内容可以是购买整个意航、重组或购买资产与合同。可多家潜在买家都对收购意航持观望态度，由此可见，这家老牌航企的出售重生之路困难重重。

## 6、中青旅山水酒店拟出资500万设立全资子公司

来源：北京商报 作者：关子辰 赵超越

6月14日，记者获悉，深圳中青旅山水酒店股份有限公司（以下简称“山水酒店”）发布公告称，拟设立全资子公司北京芍药酒店管理有限公司，注册资金为500万人民币。

公告显示，公司2017年6月9日召开董事会议审议通过了《关于拟对外投资设立北京芍药酒店管理有限公司的议案》，资金来源为公司自有资金，并且通过现金出资的方式投资。

山水酒店表示，本次对外投资旨在优化整合优质资源，逐渐完善公司的酒店布局，更加有效地提高公司的综合竞争能力，实现公司的长期战略发展目标。本次投资是从公司长远利益出发的决策，但仍存在一定的市场风险、经营风险和管理风险。

据了解，深圳中青旅山水酒店股份有限公司是中青旅控股股份有限公司的控股企业，主要从事连锁酒店投资、开发、经营、管理业务。截至6月12日，山水酒店共有全资子公司13家，控股子公司8家。

2016年2月，山水酒店登陆新三板挂牌交易，交易方式为协议交易。2016年年度，山水酒店实现营业收入为3.7亿元，同比下滑0.82%；实现净利润1689万元，同比增长3.11%。

业内人士分析指出，此举意味着中青旅山水酒店有望实现轻资产布局。

## 7、深圳佳兆业万豪酒店任命市场销售总监

来源：迈点网

近日，深圳佳兆业万豪酒店正式任命季肖肖女士为市场销售部总监，她将带领24位市场销售部同事一起为深圳第二家万豪酒店共创佳绩。

季女士对深圳市场非常了解。加入深圳佳兆业万豪酒店之前，她曾就职于深圳欢乐海岸万豪行政公寓，并且同样担任市场销售部负责人。在她的带领下，酒店销售团队获得了收益指数优秀奖的殊荣。



在新的岗位上，季女士的管理工作职责范围包括销售部、宴会及会议销售、预订部和市场传讯部。此外，把控酒店市场营销策略，优化利润收益，最大限度地提高酒店总收入和市场份额。

自2007年在天津泰达万丽酒店开始了她辉煌的酒店职业生涯。此后，季女士在万豪国际旗下一线城市多家酒店工作，并迅速脱颖而出。作为万豪国际的忠诚员工，季女士曾先后供职于北京海航大厦万豪酒店、北京国航万丽酒店、北京华贸丽思卡尔顿和北京 JW 万豪酒店。

“深圳是一个充满机遇、拥有许多新兴国际五星级酒店的都市。作为品牌代表，深圳佳兆业万豪酒店是万豪品牌入驻深圳的第二家酒店，同时也是家门口的度假胜地，作为粤港澳大湾区一站式旅游休闲度假目的地的首家酒店，我非常期待和酒店一同成长。”季女士表示。

## 8、墨尔本香格里拉大酒店预计 2022 年开业

来源：迈点网

马来西亚领先的地产开发商实达集团（S P Setia Berhad Group）和亚洲知名的酒店管理公司香格里拉酒店集团于6月13日共同宣布，香格里拉将成为正在筹划中的墨尔本中央商务区一地标性奢华酒店项目的运营者。

马来西亚实达集团董事长丹斯里万·默罕默德·扎希德（Tan Sri Dato' Seri Dr Wan Mohd Zahid）与香格里拉（亚洲）有限公司首席执行官林明志在墨尔本的发布典礼上正式确立了此合作，在场的国际嘉宾与媒体共同见证了这一时刻。

该项目坐落在墨尔本展览大街308号，由Cox建筑事务所和Fender Katsilide设计的双子塔可俯瞰世界文化遗产——墨尔本卡尔顿花园。项目的筹建审批正在进行中。

该项目计划于2022年完工，届时将成为一座豪华五星级大酒店——墨尔本香格里拉大酒店。酒店预计拥有500间客房，分为三种不同的礼遇等级，客人可在此享受空中大堂、餐厅、水疗、健身中心、泳池以及设施先进的大宴会厅。

第二栋塔楼将包括300间豪华住宅公寓和办公空间。两栋塔楼之间设有空中走廊，塔楼的底层将用于零售空间的开发。

在今天的墨尔本发布式上，马来西亚实达集团董事长丹斯里万·默罕默德·扎希德表示：“香格里拉的加入将有助于我们实现愿景，我们将打造一个标志性



的项目，以提高生产力，创造当地经济发展的机会，并为墨尔本的五星级豪华酒店建立新的基准。”

香格里拉（亚洲）有限公司首席执行官林明志表示：“香格里拉很荣幸能够成为实达集团这一世界级项目的酒店运营者。这一项目不仅将成为又一建筑杰作，同时也将是墨尔本未来的城市新地标。我们很期待将香格里拉发自内心的待客之道带来墨尔本——澳大利亚的会议之都。”

丹斯里万·默罕默德·扎希德补充道：“实达集团很高兴能够与香格里拉集团达成酒店管理合作，香格里拉品牌代表了全球最高的服务品质。经过设计与建设阶段，直到未来几十年，这一集豪华住宅、零售和酒店为一体的综合项目将为墨尔本创造非凡的经济效益。”

## 9、中国与中东欧国家签约 26 个旅游项目 总额近 800 亿

来源：新华网 作者：张敏彦

6月13日消息，记者从在浙江宁波举办的中国（宁波）-中东欧国家旅游合作交流会上获悉，中国与中东欧国家互相推介旅游资源，共签约26个国际化旅游项目，总额近800亿元。

波兰的肖邦钢琴曲、罗马尼亚的“满地的葡萄酒”、斯洛伐克数不胜数的城堡……中国（宁波）-中东欧国家旅游合作交流会上，来自中东欧国家的旅游部门大力推荐各自特色旅游资源。

统计显示，今年前4个月，单是赴欧洲国家旅游的浙江游客人数同比增长15.2%。近年来，浙江以及宁波市旅游产业通过开通直航包机、互送客源、“百团千人游中东欧”以及“走出去”投资等形式，积极开拓中东欧旅游市场，前来浙江旅游的中东欧游客和浙江前往中东欧国家旅游的人数逐年增加。

浙江省副省长梁黎明介绍，浙江重视“一带一路”建设中的人文交流，加强与中东欧国家的旅游合作，协调解决中东欧旅游快捷签证等问题，鼓励航空公司开辟宁波到布拉格、布达佩斯等直航航线。同时，浙江拥有丰富的旅游资源，希望中东欧国家继续为本国游客到浙江等地旅游和投资采取积极措施、提供更多便利。



本次交流会上，慈溪安徒生丹麦童话乐园、港中旅文化小镇等26个项目现场签约，金额近800亿元。除了推出一批重大旅游资源和投资项目，浙江还与相关中东欧国家和旅游企业签订了合作协议。

### 10、佳兆业进军长租公寓和联合办公领域 存量房市场又迎生力军

来源：证券时报 作者：胡飞军

万亿存量房市场迎来又一生力军。6月13日，佳兆业集团在深圳举办创享空间品牌发布会，正式宣布进军长租公寓和联合办公领域。

近年来，中国房地产区域逐渐分化，一线城市尤其是全国重点城市进入存量时代，可以开发的资源越来越少，不少地产商开始寻求新的业务发展和利润来源。

据记者了解，城市中庞大的存量房市场，长短租公寓和创客空间等新的需求成为新业务机会，目前，进军长租公寓业务的地产运营商包括万科、融创地产和龙湖地产等。

发布会上，“佳兆业创享空间 KAISA WEWA SPACE”品牌正式亮相，佳兆业集团控股副总裁兼佳兆业创享空间总裁黄国钧阐释道：We代表城市新移民集体及“夹心”阶层相互交流级及共同进步的圈层，Wa意味着积极乐观的工作及生活态度，阳光并充满趣味。

佳兆业创享空间旗下拥有两大产品线——专注于长租公寓的“寓享空间”以及专注于联合办公的“办享空间”品牌。佳兆业方面表示，创享空间要发扬共享精神，通过有趣的产品，打造有趣的邻舍交流特色空间，致力于解决都市新移民及新创企业租客的痛点。

据了解，佳兆业创新空间目前在深圳、成都、北京多个城市落地，今年将推出深圳佳兆业前海广场、深圳航运综合楼、成都佳兆业广场等多个项目。

佳兆业方面透露，创享空间将实行并购与自建并举的发展策略，布局全国所有一线及主要二线城市，预计三年内打造长租公寓10万间，联合办公卡位5万个，致力于成为运营规模、收入、服务达到行业前列领先的空间运营商。

### 11、携程牵手西班牙最大酒店集团布局欧洲市场

来源：北京商报 作者：肖玮



携程的“国际化战略”又有新动作。6月12日，携程酒店宣布与西班牙最大的酒店集团美利亚（Melia）联手，将进一步在大数据、营销合作、服务、产品互通等方面深化战略合作。公开资料显示，美利亚是西班牙最大的酒店集团，旗下近400家酒店遍布全球40多个国家和地区，进入中国市场后，已在上海、西安、济南开设酒店。业内分析人士指出，此次合作再一次显示出，携程对欧洲市场的野心。

据携程集团副总裁及大住宿事业群酒店业务部总经理张嵘介绍，除了原先的服务保障、产量支持外，创新营销、服务升级、系统直连等将是双方本次合作的重点，这有助于为海内外消费者带来更好的体验。而美利亚方面则表示，“希望借助携程平台，让酒店品牌获得更多露出机会，为更多中国消费者所熟知”。

在业内人士看来，携程与美利亚酒店集团深度战略合作的启动，预示着“出海”步伐再次提速，且紧盯欧洲市场。不久前，携程目的地营销部门还与西班牙马德里大区签署了合作备忘录。事实上，此前携程创始人梁建章就曾提出，国际化战略将聚焦于资源方面的倾斜、人才的培养以及资源整合等方面。携程在亚洲地区侧重于当地的人才培养，在欧美地区则多通过资本整合方式进行布局。

近期多项合作的背后，无不反映出携程对西班牙，乃至欧洲市场的重视。数据显示，伴随中国游客赴欧旅行次数增多，在携程平台上，西班牙正在赶超法国、意大利等传统热门目的地，成为新兴旅游目的地。

## 12、北京最大国有林场成立 未来将建森林公园

来源：北京商报 作者：魏梦佳

记者从北京市园林绿化局了解到，北京京西林场近日正式挂牌成立，面积达17万多亩，成为北京市园林绿化局直属的北京最大国有林场。未来，此林场将建设成为森林公园，满足市民休闲需求。

北京市园林绿化局林场处负责人介绍，京西林场原是北京京煤集团有限责任公司下属的京煤林场，成立于1963年，管理林地总面积达17.46万亩，共有7个分散林区，其中门头沟区5个，面积14.13万亩，房山区2个，面积3.33万亩。

按照《北京市国有林场改革实施方案》，北京市国有林场全部为生态公益型林场，按照公益一类事业单位管理。在全市34个国有林场中，京煤林场是唯一



由企业管理的林场。按国有林场改革要求，京煤林场森林资源应移交北京市园林绿化局建立直属林场管理。

去年以来，北京市园林绿化局及京煤集团就交接工作积极协商，开展了森林资源、房屋设施及有关从业人员等方面的交接，进展顺利，如期完成了移交任务。

据悉，京西林场成立后，将实施专业化管理体系进行生态建设，加强国有森林资源的培育和养护，更好地发挥其生态功能作用。未来，将通过森林多功能开发利用，开展现代林场建设，努力提升森林资源质量、设施设备水平和生态服务能力。

北京市园林绿化局表示，力争用5到10年的时间，将京西林场建设成为森林资源丰富、森林景观优美、生态功能完善、市民喜爱的森林公园。

### 13、香格里拉酒店集团任命总裁兼首席营运官

来源：迈点网

香格里拉酒店集团6月12日宣布，委任Oliver Bonke先生为集团总裁兼首席营运官。Oliver Bonke先生将于2017年9月1日在位于香港的香格里拉酒店集团总部履任新职。他将向香格里拉（亚洲）有限公司首席执行官林明志先生汇报工作。

出任总裁兼首席营运官一职后，Oliver Bonke先生将领导集团旗下负责各区域酒店经营的执行副总裁，以及负责餐饮、销售、市场营销、客房、工程、安保和质量改进等运营工作的各部门主管。

香格里拉（亚洲）有限公司首席执行官林明志先生表示：“我们欢迎且期待新任总裁兼首席营运官Oliver Bonke的加入。凭借他在全球市场卓越的领导才能和丰富的运营经验，我相信Oliver将充分发挥优势，进一步推动和引领香格里拉集团下一阶段战略发展。”

Oliver Bonke先生在酒店行业拥有超过30年的工作经验。在加入香格里拉之前，他任职于Loews酒店集团首席商务官。Loews酒店集团总部位于纽约，在美国和加拿大的主要城市及度假胜地拥有和经营24间奢华酒店。在Loews之前，Oliver Bonke先生还曾在洲际酒店集团担任美洲市场首席商务官，及在喜达屋酒店集团先后担任亚太区、中东区、欧洲及非洲市场营销高级副总裁。



Oliver Bonke 先生表示：“香格里拉是备受全球旅客赞誉的酒店品牌，我很荣幸加入这个充满活力的公司，并助力其战略发展及旗下酒店的未来增长。同时，就我个人而言，我热切期盼能回到亚洲，感觉就像回家一般”。

据悉，总部设在香港的香格里拉酒店集团是全球知名酒店管理公司，目前经营遍布 22 个国家和 73 个目的地的九十多家香格里拉酒店、嘉里酒店、今旅酒店和盛贸饭店。立足亚洲，经过 40 多年的潜心经营，“发自内心的待客之道”已经成为香格里拉酒店集团的品牌标志，享誉亚太、中东、欧洲、北美和环印度洋地区。此外，集团还有众多新酒店项目正在筹措中，主要分布在中国大陆、柬埔寨、印度尼西亚、马来西亚、缅甸、沙特阿拉伯和斯里兰卡。

#### **14、上海滴水湖皇冠假日酒店任命市场销售总监**

来源：迈点网

6月6日，上海滴水湖皇冠假日酒店宣布任命高旺（Andy Gao）先生为市场销售总监。高旺先生将充分运用其专业的酒店销售技能以及敏锐的市场洞察力带领酒店市场销售团队创造出骄人的成绩，为上海酒店行业注入新的活力。

在加入洲际大家庭之前，高旺先生曾效力于希尔顿集团，并担任商务发展总监。任职期间，高旺先生凭借丰富的酒店管理经历，在市场营销战略、客房销售、会议及宴会销售、收入管理、运营协调及公共关系方面都有着丰富的经验和独到的见解。

高旺先生表示：“我非常荣幸能够加入上海滴水湖皇冠假日酒店团队。独居滴水湖南岛的上海滴水湖皇冠假日酒店私密宁静且丰富多彩，无疑是成为上海周边最佳会议场地，及周末度假的理想之所。”

#### **15、未按要求实名登记 绍兴某酒店被罚 10 万元**

来源：绍兴晚报

根据相关法律规定，入住酒店、旅馆必须实名登记，然而一些酒店贪图便利，未能很好地执行法律法规。6月6日，越城区公安分局对辖区内的一家快捷酒店开出了一张 10 万元的罚单，原因就是该酒店未能按照要求对入住旅客进行实名登记。



据越城区公安分局府山派出所民警介绍，今年5月，民警在一次夜间检查中发现，位于越城区戴山街道昌安的某快捷酒店不按规定办理旅客住宿信息，存在登记信息与实际入住人信息不符的情况。

警方在调查时发现，今年上半年，该酒店还曾两次因不按照规定办理旅客住宿信息而被公安机关处罚，并被责令整改。可是两次处罚并未引起酒店管理方的重视，前台工作人员依然我行我素。

对于该酒店屡次触犯法律的行为，越城警方依据《中华人民共和国反恐怖主义法》第八十六条第二款的规定，对该酒店管理公司作出了罚款10万元，并对事件的直接责任人张某罚款1万元的处罚决定。记者了解到，这是今年以来，绍兴警方开出的首张巨额“反恐罚单”。

越城区公安分局相关负责人告诉记者，实名登记包括四实，分别是实名、实时、实数、实情，宾馆、酒店经营者和管理者必须按“四实”要求登记旅客住宿信息，这是经营者必须履行的法定责任。

同时，宾馆负责人、前台工作人员在上岗前及日常管理中还需接受公安机关专门的业务培训。旅客在进行宾馆、酒店登记时，应予以配合，如确实发生未携带身份证件须办理入住的情况，请前往当地派出所进行身份核实，根据派出所开具相应的证明办理入住手续。

据越城区公安分局统计，自今年3月份以来，该局已对数十家旅馆进行了一般程序处罚，拘留10人，吊销了5家旅馆的特种行业许可证。

## 16、雄安新区卓润温泉建国饭店预计2017年9月开业

来源：迈点网

6月9日，首旅建国与保定卓润酒店管理有限公司顺利完成签约，首旅建国成员酒店在雄安新区诞生第二家：卓润温泉建国饭店。

卓润温泉建国饭店位于雄安新区雄县白洋淀温泉城，紧邻国家5A级旅游景区—白洋淀景区，地理位置得天独厚，计划119间（套）客房间，按照五星级标准建造，预计2017年9月开业。

2017年4月1日，中共中央、国务院印发通知，决定设立河北雄安新区。这是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。雄安新区规划范围涉及河北省雄县、容城、安新3县及周边部分区域，地处北京、天津、保



定腹地，区位优势明显、交通便捷通畅、生态环境优良、资源环境承载能力较强，现有开发程度较低，发展空间充裕，具备高起点高标准开发建设的基本条件。雄安新区规划建设以特定区域为起步区先行开发，起步区面积约100平方公里，中期发展区面积约200平方公里，远期控制区面积约2000平方公里。

通过首旅建国专业的管理团队、精细化的管理、品牌化的经营方式将打造一座高品质、优服务的酒店，并为业主创造多方面的价值；在国家建设雄安新区的重大历史性战略背景下，更期待卓润温泉建国的早日开门迎客！

### 17、雅诗阁公寓信托逾1亿收购希尔顿逸林酒店

来源：迈点网 作者：Beverly 编译

雅诗阁公寓信托（Ascott Residence Trust）收购了244间客房的纽约时代广场南希尔顿逸林酒店，报道称这笔交易金额为1.06亿美元，这是继5月收购Hotel Central Fifth Avenue New York之后的又一笔交易。作为雅诗阁在美国的首家馨乐庭服务公寓，在2018年开业之前，物业将接受5000万美元的装修和改造。

事实上，这家逸林酒店是雅诗阁公寓信托在纽约收购的第四家酒店，此前的三家分别是纽约特里贝卡喜来登酒店，纽约时报广场源宿酒店（the Element New York Times Square Hotel）和前面提到的Hotel Central Fifth Avenue New York。

“纽约的住宿需求强劲，每年到美国的游客中商务旅客就占了四分之一，游客消费超过30%。曼哈顿是美国表现最好的酒店市场，RevPAR最高。”雅诗阁董事长Bob Tan表示。

“我们收购的几家酒店在过去两年中的平均入住率高达90%以上。我们预计此次收购将巩固雅诗阁公寓信托的投资组合，因为我们仍然致力于为业主创造稳定和不断增长的回报。”

### 18、丽江委托宾馆、酒店等代征古城维护费 每人80元

来源：新华网 作者：宇强 姚兵

世界文化遗产丽江古城保护管理局发布通报说，10日起对丽江古城维护费查验补征方式进行调整，由在古城口查验补征调整为委托宾馆、酒店、客栈代征，



并强化对代征单位的督促检查。位于丽江古城的29个综合服务点10日起停止查验补征古城维护费。

据介绍，古城维护费查验补征工作停止后，世界文化遗产丽江古城保护管理局仍将继续通过加大宣传、加强委托代征、加强团队征收、加强科技运用等措施促进古城维护费征收。针对团队游客的古城维护费，将由各旅行社代征，由丽江市一卡通旅游结算公司结算征收；对于散客，由丽江城区的宾馆、酒店、客栈和旅行社散客营运中心（网点、门店）代征。游客可通过参加团队游缴纳团费时缴纳古城维护费和在丽江入住宾馆、酒店、客栈时缴费，也可以通过丽江古城旅游服务中心及各旅游综合服务亭（点）和线上缴费等方式缴纳。

丽江古城保护管理局有关负责人表示，停止丽江古城口的古城维护费查验补征只是工作方式上的调整，目的是为了迎接即将到来的暑期旅游高峰，避免拥堵，增强游客到丽江古城旅游的体验感，为广大游客营造更加舒适宽松的游览环境，提升游客和古城内经营户的满意度。

丽江古城维护费是经云南省人民政府批准，向到丽江古城旅游和从事其他活动的人员征收的行政事业性收费，收费标准为每人次80元。

## 19、日本批准 Airbnb 合法化 但它要面临的挑战还很多

来源：环球科技

6月9日，国外媒体报道，对于短期租赁网站爱彼迎（Airbnb）来说有个好消息，日本政府已经批准了该服务在日本的合法化和其他类似服务的立法。日本上议院星期五通过法律，将允许业主出租自己的房产，每年提升至180天。彭博社报道，业主需要向地方当局进行登记，同时地方当局有执行限制的许可证。

爱彼迎表示，日本是全球十大市场之一，在过去12个月内全国有500万人使用其服务，在2016年产生了83亿美元的经济影响。随着日本旅游业在2020年奥运会期间的繁荣发展，在2019年的橄榄球世界杯之前，这一数字只会增加。

爱彼迎在一篇博客文章中表示：“对于成千上万已经使用爱彼迎的日本居民来说，这是一个很好的消息。这也对想通过与世界各地旅行者分享额外空间，而获得额外收入的当地人来说，提供了亟需的清晰度和确定性。”

尽管如此，今天对爱彼迎的欢迎消息，从侧面显示出它在面对其他主要国家，包括经常处于灰色地带的美国，其业务所面临的挑战。例如在纽约，爱彼迎被禁



止提供短期租赁，也曾经在旧金山、西雅图、西班牙的巴塞罗那等海外目的地，面临当地政府的挑战。

## 20、踢断石钟乳、擅爬巨蟒峰 4名不文明游客被列入“黑名单”

来源：国家旅游局

近日，一则游客在贵州省铜仁市松桃县潜龙洞景区野蛮三脚踢断石钟乳的新闻受到社会广泛关注，该游客的不文明行为备受公众指责。目前，国家旅游局根据《旅游不文明行为记录管理暂行办法》的相关规定，将该游客列入旅游不文明行为记录。另外，三名浙江游客因采用钻孔、打钢钉、挂绳索等方式擅自攀爬江西省三清山风景名胜区巨蟒峰，同批被列入旅游不文明行为记录。

今年4月，三名浙江游客在江西省三清山风景名胜区内，采用钻孔、打钢钉、挂绳索等方式擅自攀爬巨蟒峰，且不听工作人员劝阻，导致现场旅游秩序混乱。后经地质专家鉴定，三名游客的攀爬行为造成巨蟒峰岩体严重损毁。三清山公安分局根据《中华人民共和国治安管理处罚法》第二十三条第二款之规定，对张某某作出行政拘留十日的处罚，对毛某某、张某作出行政拘留七日的处罚。根据《国家旅游局关于旅游不文明行为记录管理暂行办法》的相关规定，国家旅游局将三名游客列入旅游不文明行为记录，其中张某某记录年限为三年六个月，毛某某和张某记录年限为三年。

今年5月，游客张某在贵州省铜仁市松桃县潜龙洞景区游玩时，故意将洞内一根三十公分长的石钟乳用脚连踢三次，致使生长上万年的石钟乳断裂损毁。该事件通过新闻媒体报道后，社会影响恶劣，社会公众强烈不满。贵州省铜仁市松桃苗族自治县公安局根据《中华人民共和国治安管理处罚法》第四十九条之规定，对张某作出行政拘留十日的处罚。根据《国家旅游局关于旅游不文明行为记录管理暂行办法》的相关规定，国家旅游局将该游客列入旅游不文明行为记录，记录年限为三年六个月。

旅游领跑中国幸福产业，是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁，是人民生活水平提高的一个重要指标。文明旅游关系到国家形象、行业形象、企业形象、个人形象，也关系到旅游业的可持续发展，国家旅游局始终高度重视，在持续加强文明旅游正面宣传引导的同时，也在加大对不文明行为的惩罚力度。国家旅游局提醒广大游客，在旅游过程中应把“文明旅游”根植于心、外化于行，珍惜和



《酒店旅游信息采编》2017年6月下月刊 总第98期

爱护大自然赋予人类的宝贵资源，自觉遵守文明旅游规则，提升个人文明素养和文明意识，让自己成为文明旅游的践行者，成为幸福旅游中的亮丽风景。



## 酒店屡遭“卡片党”伤人恐吓 华住呼吁完善立法严厉打击

信息来源：华住酒店集团

2017年6月2日傍晚，上海全季酒店的店长和员工前往客房楼层制止外来人员发放黄色小卡片，反遭到对方暴力殴打。戏剧性的是，员工们认出这两人早在2月27日就曾被酒店扭送到警方，才时隔3个多月，就又故伎重演。事件发生仅三天后的6月5日晚，杭州全季酒店的保安报警阻止了在客房楼层散发黄色小卡片的行为，事后竟然遭到“卡片党”的恶意报复，被带到监控盲区蓄意殴打。

短短一周内，便接连发生两起因小卡片引起的暴力事件。纵观整个酒店行业，此类恶性案例实在不胜枚举。众所周知，2015年上海桔子酒店的2名员工因阻止发卡被捅伤的血案，曾上书总理的吴海为此发文痛斥。而早在2011年，北京汉庭酒店的员工也曾因阻挠“卡片党”，被当场捅成重伤。2016年8月，华住对旗下2800家酒店的调研发现，其中467家酒店都发生过因劝阻不良卡片而遭遇伤人或恐吓事件，让人触目惊心。

尽管如此，“流血”事件也并未遏制“卡片党”问题。近年来，为治理小卡片现象，华住也不断尝试通过硬件设施来加以控制，比如：安装酒店电梯的门禁系统，在门缝底下安装密封条，增加楼层监控设施，甚至列入员工考核指标等。但是这些措施的收效仍然是有限的，小卡片依然屡禁不止。酒店员工一次次将“卡片党”扭送警方，并未让卡片数量变少。这让“卡片党”更加有恃无恐，冒充客人、尾随潜入、雇用未成年人等无所不用其极，酒店防不胜防。

事实上，小卡片问题已经对社会造成了严重的危害，严重扰乱了酒店正常的经营秩序，甚至还危及酒店员工及住店客人的人身安全，侵蚀着社会的健康机体，败坏社会风气；不仅酒店客人深受其扰，还让正规经营的酒店人员冒着“血”的代价，并且承受着来自于公众的误解和责难。为什么这些牛皮癣一样的小卡片就是治不了？根本问题还是现有法规被钻了空子。要解决这个问题，单靠酒店的“人治”是无力的，必须靠“法治”控制“小卡片”。为此，华住强烈呼吁有关部门，



能够充分考虑酒店经营的特殊性，针对酒店这一特殊行业、散发小卡片行为对酒店及其客人的危害，对散发小卡片的行为完善立法或增加司法解释，使得执法机关有明确的法律依据，从而彻底铲除这一社会毒瘤、刹住这种歪风邪气。

“散发小卡片”的行为，从表面上看，牵扯到多项法律法规，但由于卡片内容并没有明确的招嫖表示，而且卖淫嫖娼需要抓现行，因此要将散发小卡片行为定性为招嫖、卖淫嫖娼乃至组织、引诱、容留、介绍卖淫罪很困难；散发小卡片的人一般是尾随客人或者悄悄溜进酒店楼层将卡片塞进客房，因此公安机关也不将其定性为扰乱单位、公共场所秩序，难以适用《治安管理处罚法》等有关规定进行处罚；目前在我国，酒店被视作“公共场所”，在酒店发小卡片，不被认定为是非法侵入他人住宅，所以无法定性为我国《刑法》的“非法闯入他人住宅罪”。因此，公安机关对于散发小卡片者，往往只能是批评教育就释放了。只有发小卡片的人和酒店员工发生了肢体冲突、造成了人身伤害，公安机关才能对他们进行处罚。

酒店同仁们，我们应当一同站出来：

1、呼吁公安部出具《关于执行〈中华人民共和国治安管理处罚法〉的有关问题的解释》，对于闯入酒店散发小卡片的行为：

(1) 应当依照《治安管理处罚法》第二十三条第一款第（一）项定性为扰乱企业秩序，并给予处罚。

(2) 小卡片内容隐含招嫖信息的，应当依照《治安管理处罚法》第66条规定定性为在公共场所拉客招嫖，并给予处罚。

2、呼吁公安部修订《旅馆业治安管理办法》，增加如下内容：严禁在旅馆内散发小卡片，并规定处罚措施。

3、呼吁地方机关在国家未出台相关规定之前，先行制定规范性文件，或者修订现行的《〈旅馆业治安管理办法〉实施细则》，增加如下内容：严禁在旅馆内散发小卡片，并规定处罚措施。

一起行动！尊重、保护酒店客房区域的私密性，还客人、还员工、还社会一个干净、美好的居住环境。



## 酒店跨界转型之路 可以越走越宽

信息来源：南方日报 作者：周人果

东莞酒店业不景气似乎已经是旧闻了，但最近东莞一间四星级酒店转型成养老院的案例受到社会广泛关注，这种做法值得肯定，也为限于经营困境的酒店同业而言，带来一定的启示。

和东莞大部分酒店一样，这家酒店曾经以KTV娱乐城为主，热带雨林风格的设计源于老板自己，生意火爆时，酒店营业额每晚可达数十万元。这是在东莞酒店业发展迅猛的时期，2003年至2008年期间，东莞市星级酒店数量稳步上升至99家，数量仅次于北京和上海。随后，随着2008年全球爆发金融危机，世界经济衰退，加之东莞产业经历全面转型，东莞酒店业也遭遇滑铁卢，营业收入出现断崖式下跌。

处在转型的节点，谁也不能坐以待毙。有的酒店选择贩卖物业，有的则改变经营策略。选择改成养老院，是为数不多的特例，一方面由于这家酒店的空间较大，位置安静舒适，另一方面，东莞缺少大型民营养老院。而这一转型之举，也符合东莞城市转型的需要，东莞政府曾提出养老产业将是东莞酒店转型升级的方向之一。2016年，东莞出台了《关于加快发展养老服务业的实施意见》，提出将鼓励和引导社会资本进入养老服务业，大力扶持社会力量兴办养老服务机构，力争到“十三五”末，全市社会办养老服务机构床位数占养老服务机构总床位数的50%以上。一则有政策自上而下的推动，二则有民营企业家自下而上的作为，这条转型之路得以走得更顺畅。

事实上，酒店业的转型之路，需要越走越宽，也能够越走越宽。近年来，“泛酒店”的概念兴起，酒店已经不再局限于住宿、餐饮，而是当作一个空间，可以融合写字楼、现代超市、创客园、综合体、生态区、体验馆、保健美容场所、展示馆、游乐场、社交场所等其他功能，将这些业态与住宿关联起来，实现场所效益的最大化。例如半岛酒店经营了60多年的精品廊，80多个摊位可供出租，租金收入已然非常可观，公开数据显示，上海半岛酒店商场收入能够达到总营收



的20%。当然，出租物业是最为简单的做法，前提是在设计之初，就预留一定的商业空间。

相较之下，酒店业采取的跨界模式，则是另一种技术含量更高，操作难度更大的选择。铂涛在跨界方面走在了行业前列，基于原来庞大的7天会员体系，如今的铂涛正在向互联网企业转型。其旗下的铂涛旅行，旨在打造旅行平台，丰富旅游场景。华住的主业仍然是酒店，但其旗下的技术公司盟广，依靠自身先进的技术，拥有一群忠实的客户。由此可见，今日所言的酒店转型，不仅仅局限于从高端走向低端，或是从低端迈向高端，抑或中端多元化的简单路线，而更多的是跨界转型。

所谓的跨界转型，并不意味着要大而全，丢西瓜捡芝麻，而是拓宽思路，不要固步自封。铂涛集团联席董事长郑南雁在一次演讲中提及到转型的思路，值得深思。他说，一个公司能够走多远，特别是要赢得转变和转型的时候，管理人员的知识结构决定了这家公司能不能活下去。当管理者觉得自己的工作做得得心应手很舒服的时候，那就到了他要开始把自己的业务和公司搞垮的时候，因为这个时候他听不进去别人讲的东西，他只会用自己的传统知识。我想，一些酒店人之所以选择尝试跨界不同领域，或许并不是因为酒店本身的经营有多糟，而是在固有知识下，酒店的路只能越走越窄。



## 多家品牌激战成都 存量公寓产品将是抢手货？

信息来源：房观察 作者：刘敏

房地产行业进入存量阶段以来，在市场需求与政策的催化下，来自各路资本正涉足长租公寓这一行业。自去年开始，成都也开始出现各类长租公寓品牌，其中不仅有外来成熟的企业运营公寓品牌，越来越多的房企也推出了自身运营的长租公寓试图分得市场一杯羹。

### “奶与蜜”的长租公寓市场

记者查阅相关数据显示，仅在2015年，我国流动人口规模就达2.47亿人，占总人口的18%，相当于每六个人中有一个是流动人口。

从数据来看，自2009年至2016年这八年间，我国每一年的流动人口规模呈现出6年连续上涨，到2016年流动人口规模已经达到2.45亿人，这预示着长租公寓的巨大市场红利。这些流动人口对于短期的租房需求量随着流动人口的增长而增加，在长租公寓没有出现之前，市场一直处于需求较为空缺的阶段。

作为深耕长租公寓行业8年之久的魔方公寓对于这一行业也有自身的理解与判断。魔方公寓集团副总裁陈驰进一步分析道，“在美国品牌公寓占租房市场的30%，目前国内市场占比只有1%左右，市场空间很大。”对于国内的公寓市场而言，目前还处于发展的初期阶段，生命周期较长，“市场对于像魔方公寓这一类的产品需求还很大。”

这也从近年来长租公寓品牌的多元化兴起，各路资本的涉足窥探出长租公寓的未来发展前景，同时在政策层面上国家也支持鼓励和规范房屋租赁市场的政策。



就成都市场流动人口分析来看，作为典型的旅游性质城市，成都已成为国内长租公寓品牌布局的主要消费市场。

统计数据显示，成都常住人口现阶段有1466万人，常住户籍人口1167万人，常住外来人口299万人，中高端租房总需求人群123万，人均租房面积在20平方米每人，每月租金24.4元每平方米，成都的年租金在110亿元，而与成都相邻的西安年租金约为34亿元；重庆年租金约67亿元。

在这一数据背后是市场的需求与潜在的商业机会。今年3月，龙湖旗下长租公寓品牌“冠寓”的成都金楠天街店、冠寓时代天街店开业，相关数据显示，两店开业前出租率均超过80%。

鉴于目前的 market 情况，有观点认为目前公寓市场好比是富含“奶与蜜”的行业，2016年12月，链家研究院院长杨现领发布了《租赁崛起》行业研究报告预测，到2030年中国房产租赁市场租金规模预计会超过4万亿元，这也是各大企业进入这一行业的主因。

### TOP30 房企 1/3 进入长租公寓领域

来自克而瑞数据显示，在TOP30房企中，1/3已进入长租公寓领域。万科的长租公寓品牌“泊寓”；龙湖“冠寓”品牌，世茂与凯信亚洲合作，复星与途家合作，阳光城与寓见合作，旭辉与华东师范大学合作等。

以独立运营公寓产品的企业在近年来也如雨后春笋般涌出，资料显示，目前较为主流的长租公寓品牌有：魔方公寓、you+公寓、水滴公寓、青年汇、蘑菇公寓、自如友家等品牌。

尤其是房地产开发企业在长租公寓发力较为明显。

在2016年业绩会上，龙湖地产首席执行官邵明晓表示，长租公寓“冠寓”正成为龙湖的又一个战略性业务；万科在2016年中期业绩发布会上透漏，2017年计划做到长租公寓规模超10万间的规模。



事实上，房地产企业与独立的公寓品牌在做长租公寓上各具优势。

房地产企业与地产代理机构的优势在于可以获取更低成本的房源，同时也可以将自身的公寓产品转化为长租公寓产品；与此同时如万科、龙湖自身有较好的物业服务基础，在一定程度上后期在管理运营上有充足的人才储备，也吻合了租赁市场的需求。

而独立长租公寓品牌则具有更好的管理模式和经验。对此，陈驰表示，“由于做长租公寓的时间比较长了，魔方公寓对产品的理解比较深入，能够打造出适合需求的产品，包括设计工程能力等。其次是目前在全国做了200多家店，八年时间的积累对于行业的理解更深刻。建立起来的服务体系，运营能力，产品定位也更符合市场。”

### 长租公寓盈利运营是关键

与传统房地产开发快周转的开发模式不同，长租公寓需要持有房源并长期运营；同时还要兼顾成本的控制，与各方资源的合理配置，最终长租公寓的盈利点还需要落实到运营上来。

房观察智库专家、易居研究院智库中心研究总监严跃进认为：“长租公寓的盈利主要是两点：第一是传统的物业经营所带来的盈利机会，比如说长租公寓背后的物业租赁、增值服务等；第二是培育粉丝经济效应，比如说长租公寓背后的移动互联网技术的运用，可以聚集较多的粉丝群，创新新的经济，比如说提供一个平台，供租客进行房源对换、社交、二手车买卖等，这都是一些潜在的盈利点。

有业内人士分析称，传统商品住宅的租金收益率只有2%至3%，如果仅靠商品房出租，长租公寓很难建立起盈利模式。如何多元化来运营长租公寓变得更为关键。

深圳市房地产研究中心高级研究员李宇嘉表示，“从我们统计的一线城市房租的回报率来看，房租的投资回报率大概在1.5%到2%之间。现在十年期国债收



益率已经达到3.6了，从投资收益上来现阶段长租公寓并不划算，但是万科以租代售的方式，价值输出点是不一样的。同时有核心房源，长租公寓也可以实现证券化，虽然当前投资回报率不高，但是从资本市场而言长租公寓是个好方向。”

长租公寓主要贴近三类需求，第一是持续增长的租赁需求，第二是移动互联网下的社交需求，第三是粉丝经济效应的释放，后续可以提供各类增值服务。长租公寓产品与服务的有机结合对于后期运营尤为关键。

以魔方公寓的经营为例，陈驰表示：“在未来魔方生活服务集团还会将推出‘公寓+’战略，和公寓相关的生活服务类产品我们放在一个平台上来做，增强C端租客体验的同时也开发C端需求，挖掘更大的市场价值。”

值得一提的是，由于长租公寓在资本运作上依然属于重资产，大量的房源租赁需要充足的资金储备，各类长租公寓品牌通过前期的扩张后，最终会朝着优胜劣汰的品牌化发展。



## 魔方柳佳：公寓融合的是服务商和租户的利益

信息来源：亿欧 作者：王屿珺

公寓租住从市场环境来看已经逐渐演变成在外奋斗人士的居住选择方向，但是从商业角度考量，目前还存在一些关键问题。用户角度主要关心环境、居住体验和价格，而服务商为了争夺市场占有率，产品服务和房屋数量覆盖率则成为核心竞争力。魔方生活集团 CEO 柳佳在接受专访时表示优质的公寓服务是在融合服务商和租户的利益，这是双方在面对各自需求时认知的达成。

### 市场、资本对服务商的考验永远提前一步

毫无疑问，市场和资本对服务商的考验永远提前一步，长租公寓服务商的挑战目前主要集中在房屋数量、产品和服务的业务层，其次还有资本投入和创新能力。

2015年11月，国务院颁发了《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》，其中点名“积极发展客栈民宿、短租公寓、长租公寓”，国家利好政策为非标准住宿行业提供商业契机，公寓服务行业也引起资本瞩目。大量资本涌入时，服务商提供的可住房屋数量在需求层起到一定关键作用，当覆盖面越广，满足需求越多，这也成为公寓服务商主要竞争力所在，所以如何布点成为关键。

柳佳提到租赁住宅的用途是居住，融合服务业的属性，对于服务商来说目前还是要以地段为主要建设条件，魔方公寓在实际情况中会考虑城市的地位、常住人口和变化，包括考量净流入和净流出数据和 GDP 指数，城市的经济总量和消费能力。“服务商当然希望这所城市人口是净流入，这样会增加更多租赁住房的需求”，这是建设回报的依据。

此外，城市内城区位置定位也是关键，靠近地铁一公里范围、在商业 CBD 和创意园区附近则为最佳位置，有医院菜场更是加分项。以魔方生活集团为例，通过建设魔方公寓、魔尔公寓、9 号楼分别针对白领、金领和企业基层员工满足



不同居住需求。总体来说，这是企业战略层的布局，也是一切开始的第一步。当地点建设完成，产品和服务就成为经受市场考验的主要指标。

### 产品与服务互补关系的建立

集中式公寓核心竞争力就是产品和服务，这决定了大部分客户体验，房间设施设备选材、结构设计、采光楼层都是影响用户选择的因素，同时，智能水表电表、智能门锁等家居的投入有助于提升生活便利性以及用户行为分析，产品标准化严格化可以帮助服务效率提升以及减少不必要的麻烦。

柳佳特别提到服务业的服务范围不会一概而论，当相对标准化的服务产出时，为租户需求变化而变化的情况时有发生。通过智能产品的使用可以了解到插座、电视机等家居使用率，甚至是公寓平均停留时间，数据不断优化产品和清晰用户画像，“年轻一代更加需要网速的稳定而不是电视机，更加需要客厅空间而不是厨房，这就将会影响未来房屋的设计。”

服务优化产品，产品升级服务，双方互补构成壁垒。魔方公寓平均一栋楼房屋基本在150间左右，除保洁等外包人员，自有管理人员1-2名，这时要求的不仅是人力服务，更是产品的优化。

### “合理分配”，用户需要转换思维

房屋装修和辅助条件提升，相应成本也会加大，除去对应不同阶层目标人群之外，公寓本来想要“提升租房性价比”的问题是根本价值所在。所以双方利益如何平衡？

柳佳认为集中式公寓利润相对稳定，而且企业侧有集中采购折扣，这都是节约成本和合理定价的方式。“服务商有一定责任，这在于控制，如果一间2800的房屋通过改造可以满足需求，那么3500每套一月的房屋就没有存在必要”。另外，租户需要转换思维，满足必要需求之外，合理分配资源和设置条件是找到合适房源的基础。

魔方生活集团已经多次提到未来想打造“公寓+”生活圈，以公寓为主业和流量入口，线下接通联合办公、咖啡、健身、KTV，线上连通生鲜配送、洗衣、金融、教育、保险，增添服务粘性。柳佳认为当设想提出后，执行和落地是关键，连锁管理标准化是否能持续是目前存在的挑战，创新意识需要继续提高，这也是行业面临的问题。



## Airbnb 中国副总裁：本土化不会放弃基因

信息来源：新浪科技 作者：张俊

6月8日晚间消息，Airbnb 爱彼迎携手中国旅游研究院发布《分享住宿消费趋势报告 2017》。Airbnb 爱彼迎中国副总裁、公共政策负责人安丽在接受采访时表示，本土化并不意味着放弃原来的基因，Airbnb 爱彼迎在中国仍会坚持 C2C 模式。

该报告结合了对北京、上海、广州、成都、西安五个城市的问卷访问调查结果和 Airbnb 爱彼迎平台数据。报告显示，中国游客在 Airbnb 爱彼迎平台上预定境外客房最多的前十位国家或地区是：日本、中国台湾、美国、泰国、韩国、澳大利亚、香港、意大利、新西兰、英国。其中，中国房客对日本和台湾地区的房源的评价最高。

此外，对分享类住宿比较青睐的游客集中在 15-44 岁之间，60 岁以上游客占分享住宿消费比例较小。其中，千禧一代 (80、90 后) 是分享住宿消费的主力军。中国房客的平均年龄为 30 岁，千禧一代用户占用户总量 83%，为全球国家之首。

Airbnb 爱彼迎中国副总裁、公共政策负责人安丽在接受采访时表示，Airbnb 爱彼迎自 2015 年 8 月进入中国市场以来，已经推行了多项本土化措施。

在本地团队的建设方面，继拥有独立的中文名之后，Airbnb 爱彼迎近日刚刚宣布任命葛宏担任全球副总裁，全权负责中国事务。同时，中国也是除美国外唯一一个有独立产品研发团队的国家，目前团队人数已达 70 人左右。

在平台流程的完善方面，已经实现了微博、微信等中国本土化社交平台的登陆、支持支付宝和微信等本土支付、7\*24 小时客服等。

Airbnb 爱彼迎 CEO 莱恩-切斯基 (Brian Chesky) 曾在今年 3 月在中国的一场演讲中表示，中国是 Airbnb 爱彼迎最重要的市场之一，也是增长最快的国家之一。而本土化是 Airbnb 爱彼迎能否在中国获得成功的关键。



安丽也表示，中国市场与其它海外市场相比有着明显的差异化特色，因此需要推进本土化以适应中国用户的使用习惯。不过她同时强调，本土化并不意味着放弃原来的基因。

目前，中国在分享住宿领域大致有着两种模式，以小猪短租为代表的C2C模式和以途家为代表的B2C模式。其中B2C模式依靠供给端的丰富度大规模提高了房源数量，而C2C模式则被认为在房源拓展上有着一定的难度。

安丽表示，Airbnb爱彼迎在中国仍会坚持C2C模式，在房源的拓展上更注重质量而不仅仅是数量。“一千个人喜欢你，不如一百个人爱你”，她说。

分享住宿的发展也引发了酒店业的担忧，被认为会争抢酒店业原有的市场。安丽则不以为然，她认为分享住宿与酒店更多的是互补的关系，分享经济在旅游产业全链条的渗透，使人们旅游出行和旅游消费的方式更加多元化，“这是个增量市场”。

此外，目前中国市场对共享经济的热度非常之高，继共享单车、共享充电宝火爆之后，共享雨伞、共享篮球等层出不穷。安丽则表示目前市场上存在着众多的伪共享，她分享了自己对共享经济的定义：首先是否是平台，能够实现闲置资源的交换；其次是否是C2C，共享经济的核心是人与人；最后则是粘度是否足够大，只有能提供差异化的体验，用户才会重复使用。



## 走进全球酒店

### 阿丽拉用了 10 年时间 把军事堡垒改建成酒店

来源：界面新闻 作者：黎明卉 LMH

这家古老奢华的堡垒酒店将于今年七月份开幕。酒店拥有 59 间豪华套房，每间套房配备了格调典雅的家具，有大浴室和爪足浴缸。



在印度斋普尔地区的 Bishangarh 村的一座花岗岩山上，有一座古老的堡垒，Fort Bishangarh，有着 230 年时间的历史。经过精心修复改造后成为 Alila 旗下的豪华酒店，拥有 360 度拉贾斯坦邦（首府是斋普尔，拥有色彩缤纷的建筑）美景。



### Alila Fort Bishangarh 酒店夜景

Alila Fort Bishangarh 酒店在花岗岩山顶上，高高耸立的俯视下面高低起伏的山坡。酒店所在的花岗岩山属于阿拉瓦利山脉，这也是国际资产管理首次涉及到阿拉瓦利范围内。这家古老奢华的堡垒酒店将于今年七月份开幕。

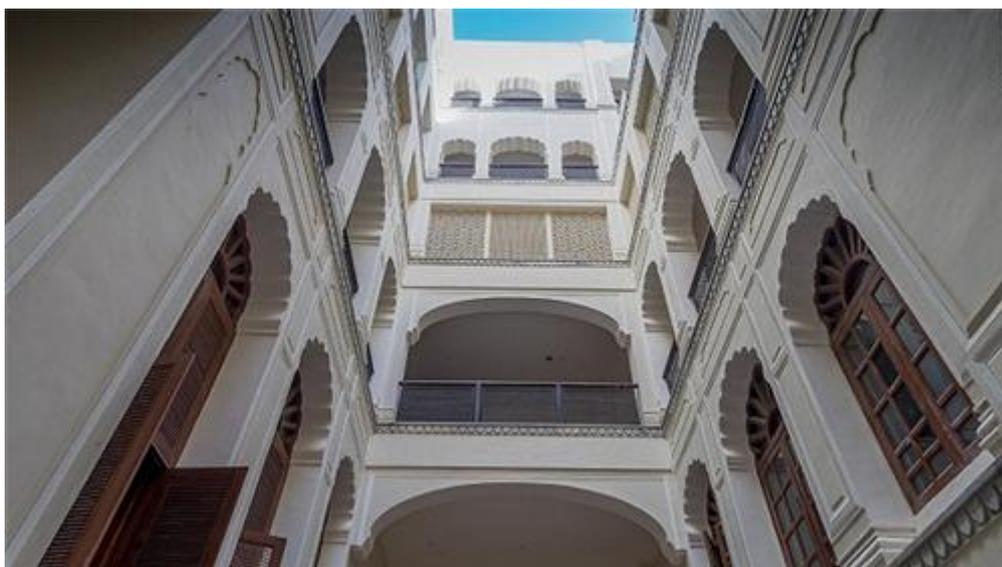
Alila Fort Bishangarh 不但可能是唯一一个由战事要塞改建而成的遗迹度假地，也是一个深受莫卧儿和英国建筑风格影响的斋普尔 Gharana 独特建筑代表。在这里你可以找到隐藏着的活板门，或者是通往神秘巢穴的螺旋式楼梯，混合这原汁原味的历史和神秘未知的探险。



经过翻修后的堡垒高高耸立在花岗岩山上。



斋普尔的一家公司 STHAPATYA Architects 负责堡垒的修复工作，在堡垒开放式的城墙内排列着一间间房间和供电梯轴安放的地方，完好无损的保存了原始的建筑结构。围绕堡垒的古城墙有 2 米厚，设有枪炮和炮塔口(称为 burjs)，是堡垒上的城垛。在堡垒的上方和外围建造了一个全新的建筑物，里面有 5 种风格的皇家套房和宽敞的公共空地。



堡垒内有两间主题餐厅、全天候咖啡厅、酒吧和吸烟室、酒窖、舞厅、图书馆、spa、商店和套房。

STHAPATYA Architects 首席建筑师 Ritu Khandelwal 介绍，每个窗口和入口、拱门和柱子、栅栏和贾阿林人风格的屏风（有着木条纹样式的窗）还有炮塔和围墙，所有这些原始堡垒里的东西都要全部保存下来。在修建堡垒过程中我们要很细心，事实上我们不是在改建堡垒，而是还原历史中的堡垒。

Alila 将这座 230 年历史的 Bishangarh 堡垒遗迹改建为奢华酒店花了将近十年的时间。

Ritu a 和 Sandeep Khandelwal 是这次堡垒修建的建筑师，从 1994 年起就开始着手遗产保护项目和修建豪华住宅的工作了。而 Alila Fort Bishangarh 酒店是他们接受过的时间最长，工作量最大的工作。Khandelwal 说，“这个项目对我们来说就像我们的孩子一样，在九年前开始了这个项目，对堡垒做了全方位调查，小到每一个角落和每一条缝隙都不放过，并进行了堡垒强度、稳定性测试得出可实施性评估。



Alila Fort Bishangarh 拥有 59 间豪华套房，每间套房均坐拥醉人景致，并配备格调典雅的家具，有大浴室、爪足浴缸。



室内空间格外宽敞，有高级床上用品和室内设施，可容纳 4 人家庭。

Khandelwal 说，“堡垒就是一个神秘的迷宫，里面每一个角落都住着很多蝙蝠和猴子，但是我们同时又深深的被这种神秘所吸引，想要踏进去一探究竟，解开谜团。在还未行动之前，我们都感到非常的激动与好奇。这座原始古老的堡垒，孤寂的坐落在小村庄 Bishangarh 的中央，那么多年里都没有人来造访过。

我们从堡垒的历史中获得了灵感，上小心翼翼编排的一砖一瓦在视觉体验上还原它最真实的样子。这意味着要保留斋普尔 Gharana 建筑元素，比如线条错



综的格子图案的石头屏风，一座座英国都铎王朝风混合尖头元素的拱门，石头柱子和植物染料绘成的壁画。

刚开始动工的两年最困难，因为堡垒里的每一间房子和每一寸地板都有着各自独特的和非传统的布局，使得复原工作的步骤极其复杂。

Khandelwal 说，“这是一座很原始的建筑结构，角落几乎都不是 90 度垂直的。每个修建项目的每一处细节都是在没有一个典型例子下进行的，每一个角落的翻修时也都没有图纸指导”。



大型落地飘窗为旅客提供全方位的静谧闲逸体验



躺在焦特布尔（jharokha）风格的窗户下晒太阳



后面的修建工作也出现越来越多的困难,比如没有一条可以运输建筑材料上山的路,还要打穿10英尺厚的墙壁和花岗岩来安装电路和管道装置。在规划电梯轴安放的位置时,建筑师们最终放弃了估测,取而代之的是直接在地板上钻孔,将绳索绑上手电筒伸入孔里来进行探测调查。

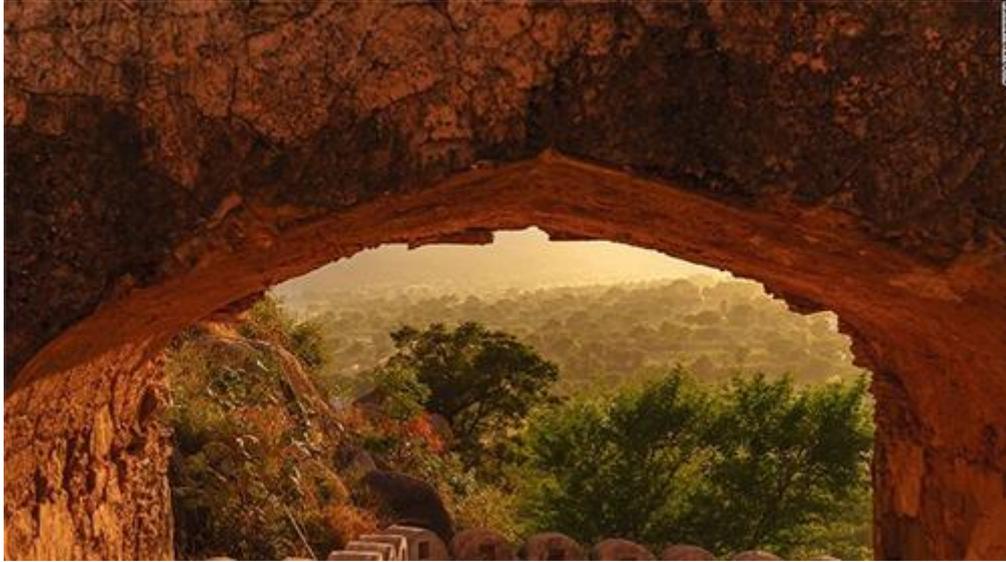
建筑师也未堡垒设计出了许多新元素,一条通往堡垒的车道,同时改变了山坡的原貌,修建了更多的客房,还增加了一扇扇宽大的窗,不仅为堡垒通入更多自然风,还能欣赏到酒店外度独特风景。



具有印度风情的“色彩之邦“,拉贾斯坦邦

Alila Fort Bishangarh所在地离德里斋普尔公路只有6公里路程,因此从德里或斋普尔到堡垒的交通非常便利。而从新德里的英迪拉·甘地国际机场前往堡垒的路程为180公里(车程3小时),从斋普尔机场出发的路程仅55公里(车程1小时)。

下了高速路,通往堡垒的路上可以欣赏到Bishangarh村庄的风景,色彩缤纷的建筑,感受当地村民纯朴的生活方式。Alila Fort Bishangarh坐落在拉贾斯坦邦的两个主要城市附近,方便旅客游玩斋浦尔旅游景点。



堡垒的入口，古老的花岗岩大门

Alila Fort Bishangarh 酒店外则是与荒无人迹的空地，这种高反差也让旅客仿佛置身天堂，难得一方清静。



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6期下月刊（总第98期）

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

联系电话：028-87979509