

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 100 期

8 期

2017.8.15



目 录

业界动态	3
途牛《2017 暑期在线邮轮消费分析》：二孩家庭组团海上度假	3
国家旅游局发布《2017 全域旅游发展报告》.....	9
大数据显示：再不计划国庆出行 就来不及了.....	25
半年突破千万 东南亚承接中国赴日韩流失客源.....	31
要闻精粹	36
行业要闻.....	36
人民日报：全新的租房时代或许正在加速到来.....	53
杜绝挂羊头卖狗肉 香港规管 Airbnb 需与时俱进.....	55
民宿走到“十字路口”爆发式增长面临盈利困局.....	58
行家之音	61
潘石屹：毛大庆说我们走偏了 可我们还没开始走.....	61
窝趣 CEO 刘辉：公寓初心依旧 伟大的走下去.....	64
走进全球酒店	69
英媒：租住一晚近万元 十大海边短租度假豪宅盘点.....	69



途牛《2017 暑期在线邮轮游消费分析》：二孩家庭组团海上度假

信息来源：途牛旅游网

从暑期整体预订情况来看，福冈、长崎、熊本、鹿儿岛、北九州、下关、冲绳、宫崎、大阪、东京是最受欢迎的暑期邮轮出游目的地。

今年暑期，邮轮出境游市场表现强劲。途牛旅游网监测数据显示，截至目前，2017年暑期选择邮轮出游的人数同比增长超过60%，出游高峰集中在7月下旬及8月上旬，但也有不少游客选择8月底出游，赶一趟“暑邮”的末班车。



8月24日，途牛旅游网对外发布的《2017 暑期在线邮轮游消费分析》显示，今年更多的父母选择带着孩子在海上过暑假，邮轮精准的亲子服务成为获得客户青睐的关键原因。与此同时，内陆城市贵阳等展现出巨大的邮轮市场发展潜力，进入最高客单价TOP10榜单。

邮轮旅游成老客“收割机”

随着国内邮轮母港建设的不断加速，我国邮轮旅游市场渗透率持续提升。全球邮轮市场掀起“东移”之风，中国交通运输协会邮轮游艇分会预计，今年中国乘邮轮出境游客总数有望攀升至260万人，邮轮旅游成为“海上黄金产业”。



在这一趋势下，6月以来，诺唯真喜悦号、盛世公主号等新船近期陆续进入中国市场，成为今夏暑期海上度假新选择。

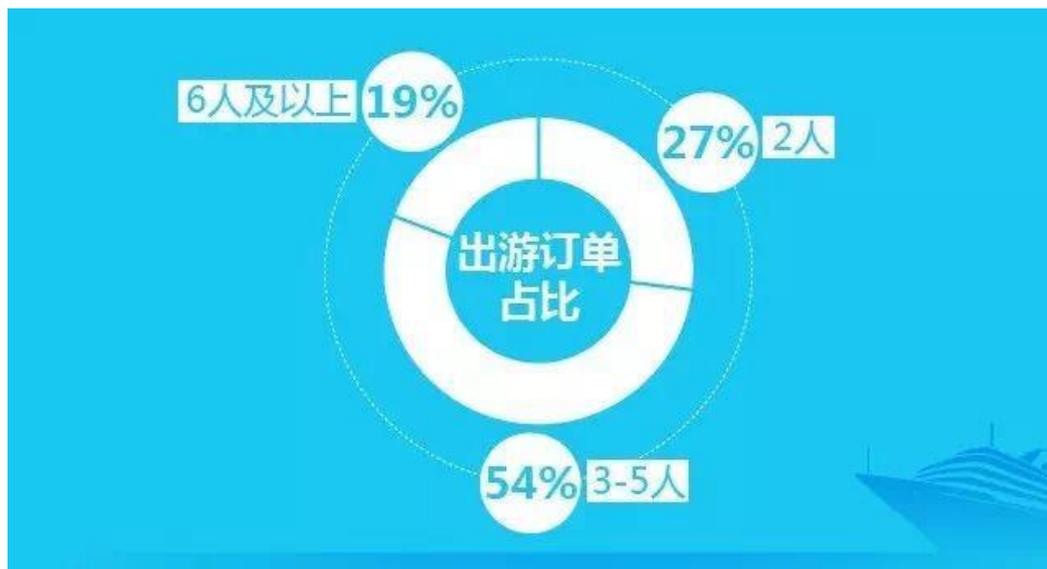
值得一提的是，邮轮旅游成为名副其实的老客“收割机”。途牛旅游网监测数据显示，今年暑期下单邮轮旅游的老客户比例超过50%。



二孩时代 家庭结伴邮轮游成新潮流

在今年暑期邮轮出游人群中，家庭亲子组合方式仍然是主流。除了传统的“2大1小”外，带着二孩一同出游也成为新风尚。

带着两个孩子一起出游，需要携带的生活必需品会增多，邮轮出游可以免去带着行李辗转多地的麻烦。另外，二孩家庭中年龄较小的孩子，大部分需要成人实时看护，如今很多邮轮的儿童娱乐区域都设有专人陪同，让家长可以更加放心。船上固定的活动区域，也在一定程度上保障了孩子的安全，家长可以随时定点找到自己的孩子。因此，邮轮出游对于二孩家庭来说，是省心省力的最佳选择之一。”途牛旅游网邮轮事业部总经理刘建斌表示，“此外，几组家庭结伴出游，也成为越来越流行的方式。从邮轮用户出游数据来看，3-5人出游订单占比达到54%，6人及以上出游订单占比19%。”



哪些地方的家庭最爱邮轮游呢?途牛旅游网监测数据显示,今年暑期,上海、北京、天津、南京、深圳、杭州、武汉、苏州、重庆、西安等为邮轮出游的主要客源地。

“邮轮+”产品人气高 诺唯真喜悦号受宠

暑假是亲子客群集中出游的高峰期,今年暑假,更多父母选择带着孩子玩邮轮,这一比例相比去年提升了近四成。



此外,从暑期邮轮预订情况来看,诺唯真喜悦号成为最受游客喜爱的邮轮。其次是海洋赞礼号、海洋量子号、盛世公主号、海洋水手号、新世纪号、赛琳娜号、幸运号、云顶梦号和大西洋号。



作为专为中国游客打造的游轮，诺唯真喜悦号为中国客人定制了多达28种国际餐饮，每日提供6-8道中式菜肴，独家推出铁板烧、中式茶室等符合中国游客饮食习惯的特色服务，受到国内游客的青睐。此外，喜悦号游轮特别为3至12岁的青少年儿童打造了活动中心，细分各年龄段孩子的不同需求，另外配备团体看护服务人员，为亲子游客群提供精准服务。

长线远洋、极地邮轮圆满收官 短线出境游市场持续升温

进入8月中下旬，火热的暑期邮轮旅游市场进入后半程，长线远洋、极地邮轮游圆满收官，短线邮轮出境游市场持续火爆。途牛旅游网用户预订数据显示，选择暑期长线航程的用户大部分提前3个月左右的时间就已经下单，最长预订周期达到120天以上。

“今年暑期最热销的长线邮轮行程是海洋极光号‘南美+南极’深度游，历时33天。这与近年掀起的极地游热潮相关。”刘建斌表示，“邮轮旅游已经成为一种愈发普遍的出游方式，与以往相比，国内游客不再满足于传统的‘上船休息，下船看景’出游模式，特色化的岸上行程和个性化的船上服务成为吸引游客



的重要内容。以极地游行程为例，能否登陆长城站、近距离接触企鹅等受到众多游客的关注。”

从暑期整体预订情况来看，福冈、长崎、熊本、鹿儿岛、北九州、下关、冲绳、宫崎、大阪、东京是最受欢迎的暑期邮轮出游目的地。这些目的地均位于日本。



“由于日本的日用品、化妆品、零食等深受用户喜爱，且行程时间比较适宜家庭出游。再加上，我们推出了熊本人吉温泉、长崎企鹅水族馆、福冈油山牧场等特别适合亲子和老年客群的个性化岸上行程，因此，也提升了日本航线的热度。”刘建斌表示，“而游客最青睐的航线则是8月1日从上海出发的‘皇家水手号上海-熊本-长崎-上海5晚6日游’。‘海洋水手号’即将暂别中国邮轮母港，使得不少游客趁着暑假前往乘坐以一睹它的风采。”



从价格上看，今年暑期邮轮游人均消费超过4500元，比去年同期增长超过13%，表明了游客越来越追求更高品质的邮轮出游体验。青岛、温州、北京、太



《酒店旅游信息采编》2017年8期月刊 总第100期

原、长沙、湖州、福州、厦门、苏州、贵阳进入今年暑期邮轮客单价最高的前十名。



国家旅游局发布《2017 全域旅游发展报告》

信息来源：国家旅游局

最近几年，我国休闲农业接待人次和经营收入年均增长 15%以上，到 2018 年，我国休闲农业市场规模将接近 5900 亿元。

一、应运而生

(一) 诞生背景

1. 大众化需求呼唤全域旅游

全面建成小康社会进入决胜阶段，全面小康社会必然伴随着大众旅游的兴起。2016 年，我国国内游达 44.4 亿人次，人均出游率达 3 次，旅游成为中国老百姓的必需品。全域旅游是应对全面小康社会大众旅游规模化需求的新理念、新模式和新战略。



2. 经济新常态需要全域旅游

经济新常态下，全域旅游贯通消费与生产领域，促进中国经济脱虚入实，发挥了“稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险”重要功能，成为中国经济一抹亮丽的风景线。2016 年，我国国内、入境和出境旅游三大市场旅游人数达 47 亿人次，旅游消费规模 5.5 万亿元。2016 年全国旅游业实际完成投资 12997 亿元，同比增长 29%，比第三产业和固定资产投资增速分别高 18 个百分点和 21 个百分点，比房地产投资增速高 22 个百分点。



3. 对接和服务国家战略体系

全域旅游与“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念高度契合，发展全域旅游“因之缘起、为之落实、以之为遵循”。全域旅游具有天然的与“四化战略、美丽中国、健康中国、生态文明建设、中国工业 2025”等重大国家战略对接和融合发展的优势。最近几年，我国休闲农业接待人次和经营收入年均增长 15%以上，到 2018 年，我国休闲农业市场规模将接近 5900 亿元；住建部公布的首批 200 家特色小镇中有 70%与旅游业发展相关；旅游电商成为增长最快的电商领域，在线旅游消费占旅游总消费的 20%。

4. 旅游业深度调整和深刻变革

我国旅游业将继续处于黄金发展期，同时也是结构调整期、游客文明素质逐步提升期、旅游市场秩序逐渐规范期及各类矛盾凸显期，呈现“五期叠加”的特征。旅游产业也进入了一个深度调整和深刻变革期：一是景点旅游的边际效益下降，旅游产业在新的时期急需拓展全域发展空间，形成新的产能。二是出游方式上散客化趋势显著，游客自助游超过 85%，自驾游超过 60%，旅游空间行为出现全域化特征，导致旅游供给的全域化。三是游客散客化趋势导致了旅行社和导游核心业务被削弱，旅游主营业务发生了质的变化。四是旅游核心竞争力由景点竞争转向旅游目的地的综合竞争。

(二) 重大意义

1. 中国旅游发展新道路



全域旅游为旅游资源数量和品质一般,甚至缺乏旅游资源的地区提供了一种旅游发展的可能,“青山绿水、蓝天白云”和“特色文化、生活方式”等全域旅游资源成为旅游业发展的重要基础条件。

2. 区域统筹发展新方案

全域旅游是以旅游为动力产业的区域统筹发展和协调的新方案。全域旅游已经成为中西部地区县域经济和市域经济发展的重要模式;成为东北地区老工业基地转型升级重要选择;成为东部地区统筹城市空间、生产空间和生态空间的重要抓手,成为重要的民生工程。

3. 生态环保新格局

通过持续推进全域旅游的发展,有望把全域旅游区划定作为一种新的国土功能区划方式,构建科学、适度、有序的国土空间布局体系,绿色循环低碳发展的产业体系,形成新的生态保护格局。

4. 脱贫致富新出路

旅游扶贫又是“造血式”扶贫,是物质和精神“双扶贫”。发展全域旅游扩大了对贫困人口的覆盖率和扶贫的有效性。与此同时,发展全域旅游也成为东部地区乡村和城郊老百姓的致富快车。

5. 百姓幸福生活新方式

发展全域旅游是建设“幸福中国”的重要源泉,它扩大了老百姓的出游空间,为老百姓提供了多元化的旅游选择,大幅提升了老百姓的出游意愿、出游频率,全面提高了国民旅游福利,提高百姓生活的幸福指数。2016~2017年度旅游幸福指数为93.6。

二、备受关注

(一)领导重视与指导

2016年7月18日-21日,习近平总书记到宁夏视察时明确指出:“发展全域旅游,路子是对的,要坚持走下去”。

2016年5月19日,李克强总理在首届世界旅游发展大会开幕式上的致辞《让旅游成为世界和平发展之舟》中指出“中国还将推进全域旅游和‘旅游+’行动,大力发展乡村旅游、工业旅游、文化旅游、养老养生游,并与‘互联网+’相结



合，在促进旅游中实现一、二、三产业融合发展，以旅游业的升级换代促进国民经济的提质增效。”

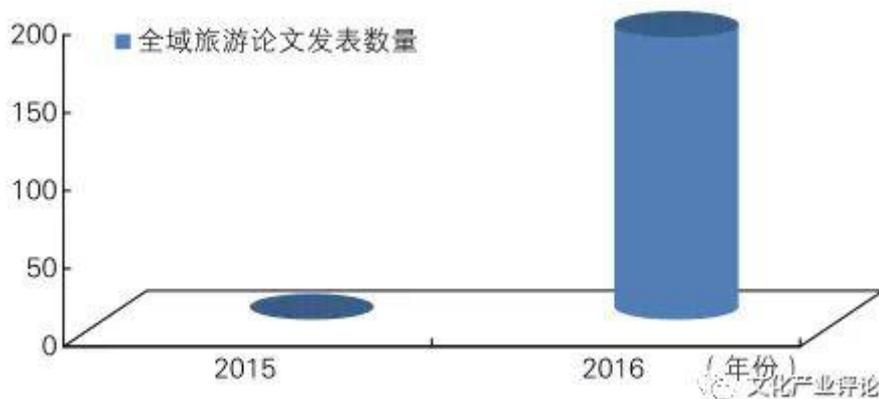
2017年3月李克强总理在政府工作报告中指出：“完善旅游设施和服务，大力发展乡村、休闲、全域旅游”。

国务院发布的《“十三五”旅游业发展规划》明确了“以转型升级、提质增效为主题，以推动全域旅游发展为主线”。

领导的关怀与重视为全域旅游提供重要的领导保障，并快速推动全域旅游成为我国旅游业发展的一项中长期战略，并上升为国家战略，成为一项国策，形成了社会参与、全民关注的良好格局。

（二）成为关注和研究热点

2015年以前，少数专家提出并初步对全域旅游这一概念进行了理论阐释，但并没有引起学界的过多关注。2016年，大量学者在短短不到1年的时间内发表了数百篇论文，全域旅游从提出到迅速成为旅游研究热点，这是我国现代旅游研究中的一种极为重要且独特的现象，将是中国本土理论研究模式的有益探索。



三、行动迅速

（一）各地积极响应

各地国家全域旅游示范区创建工作积极踊跃。2016年3月国家旅游局启动首批262家国家全域旅游示范区创建工作，并于同年5月召开首届全域旅游推进工作会议。随后，各地创建意愿和热情持续高涨，促使国家旅游局在还未启动首批验收的情况下又推出第二批238家创建工作，并于9月在宁夏召开第二次全域旅游推进工作会议。一些未进入名单的地方也积极践行全域旅游发展理念，全域

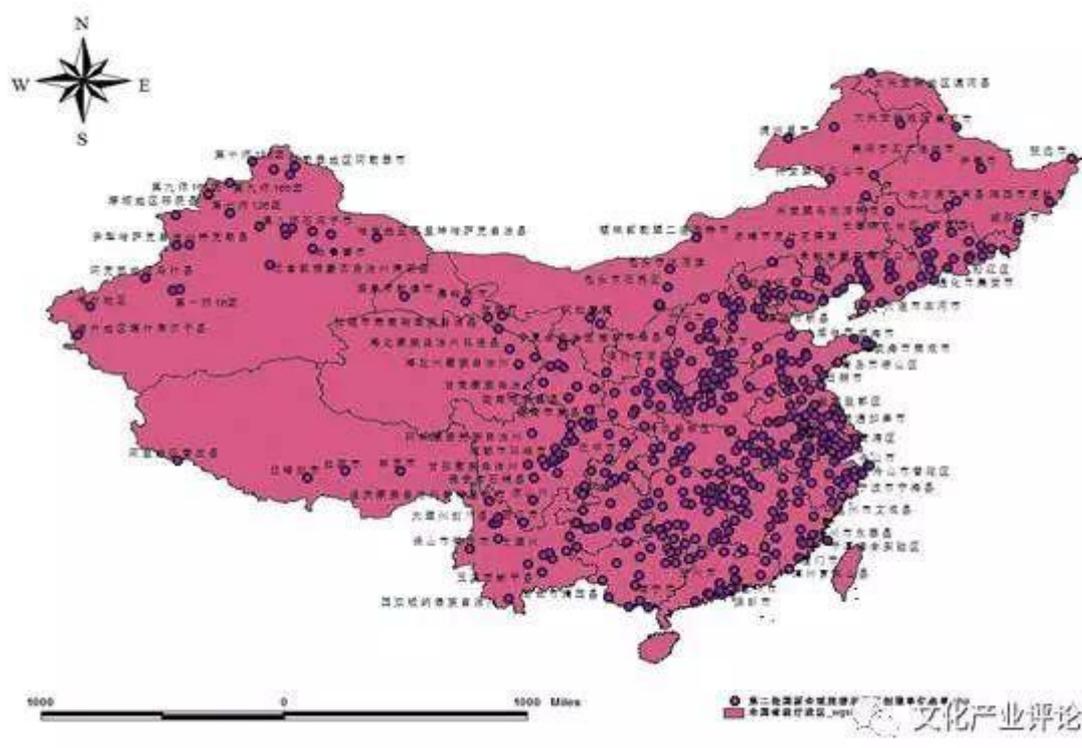


旅游实现了从创建工作到试点示范和推广普及的阶段。山东、陕西、贵州等省正积极申报全域旅游省。一些省已经推出了省市级全域旅游示范区创建单位，部分地区还积极探索跨区域全域旅游示范区的建设和发展。全域旅游成为中国最为广泛的经济社会发展实践活动，对我国经济社会的发展发挥着积极而重要的作用。

(二) 踊跃参与创建

国家全域旅游示范区 500 家创建单位中，包括海南、宁夏 2 省(区)，91 个市(州)，407 个县(市)，覆盖全国 31 个省、区、市和新疆生产建设兵团。

全国 500 个全域旅游示范区创建单位的总面积为 180 万平方公里，占全国国土面积的 19%；



总人口 2.56 亿，占全国总人口的 20%。从空间上来看，主要集中分布在东部沿海地区、中部地区和西部的四川、云南、新疆等地区，与我国旅游热点区域基本吻合。其中，东部地区 132 家，平均每省约 13 家，总面积 19.4 万平方公里，总人口 9341 万。中部地区 142 家，平均每省约 12 家，总面积 27.6 万平方公里，总人口 7727 万；西部部地区 170 家，平均每省约 14 家，总面积 107 万平方公里，总人口 7082 万；东北地区 56 家，平均每省约 9 家，总面积 30 万平方公里，总人口 2708 万。



表 1-1 全域旅游示范区的地域分布情况

	总数(个)	省平均数(个)	总面积(万平方公里)	总人口(万人)
东部地区	132	13	19.4	9341
中部地区	142	12	27.6	7727
西部地区	170	14	107	7082
东北地区	56	9	30	2708

文化产业评论

四、精彩纷呈

(一) 创建亮点不断

1. 大力推动旅游体制改革

2016年,海南省级层面成立了省推动旅游业发展工作联席会议制度,市县层面,18个市县相继成立了全域旅游领导机构,12个市县成立了旅游发展委员会。

贵州省建立了全省旅游发展和改革领导小组,各地政府也建立领导小组,同时,贵州省旅游局更名为旅游发展委员会,9个市(州)中至少有7个成立了旅游发展委员会。

2. 促进部门联动,共建全域旅游

山东省财政厅设立了旅游发展专项资金,设立了滨海旅游基金、旅游发展引导基金,促进了社会投资。

苏州市政府专门制定了参与旅游市场秩序综合监管工作地区、部门和企业的“责任清单”,将其纳入苏州市级机关绩效考核体系。

3. 涉旅项目土地供应与会商机制

苏州市建立旅游产业土地供给的综合协调机制,建立涉旅城市规划的工作联席会议制度,市服务业发展引导资金涉旅项目的会商制度达成共识。

4. “1+3”体制向乡镇和景区延伸

黄山风景区、贵州青岩古镇、湖南醴陵等设乡镇旅游分管领导和旅游干事,把旅游警察、旅游工商和旅游巡回法庭办到了景区和乡镇。

5. 游客旅游目的地评价机制



苏州利用“大数据+互联网”手段，参与旅游文明诚信体系建设。旅游电商平台型企业通过“差评倒逼”机制，实施“出境最优”、“周边自由行最差”双向评价机制，把同程、携程、百度等对项目和产品的在线好评、差评排名循环播放，实施差评“100%处理回复、100%回溯问责”制度，构建旅游产品和服务优胜劣汰的机制，建立品质经营“生态圈”。

此外，各县市还出现了以下亮点：一是全域旅游领导小组由党政一把手任双组长；二是成立旅游发展委员会，并且位列发改委之前；三是旅游局进入规划委员会，成为副主任单位；四是政府成立旅游产业发展基金，建立财政对旅游的长期投入机制；五是政府成立全域旅游平台公司，引入PPP模式；六是建立以公安、海关、电信、银行等为卡口的全域旅游发展指数；七是建立股权多元化的居民参与旅游机制；八是在农业、工业、商务、文化、教育、体育、卫生等领域打造一批多业融合旅游示范基地和可向公众开放的社会资源访问点。

（二）新模式不断涌现

1. 省市经验与模式

浙江省实行以建设特色小镇推动全域旅游的发展模式。山东省全域旅游实行“挂图作战”。湖南全省打造全域旅游基地。福建打造全域旅游生态旅游省旅游目的地。贵州打造全域旅游山地旅游目的地。海南实施“点-线-面”全域旅游发展战略。

2. 地市经验与模式

桂林实行“两江四湖”全域旅游创建模式。阿坝州用全域旅游理念重建家园。苏州实行全域旅游生活目的地创建模式。泰州实行全域节事驱动示范区创建模式。张家界以全域旅游理念建设旅游强市。敦化市以“5A级景区引领一区多基地模式”创建国家全域旅游示范区。

3. 县区经验与模式

阳朔实行“全域生态+高新业态”全域旅游创建模式。琼海实行“共享田园”全域旅游创建模式。丽水以“两山”理论统领全域旅游建设。济源推动全域旅游“一体化”发展。都江堰以创建国际旅游名城为导向发展全域旅游。长白山以“统筹融合发展，加快转型升级”创建全域旅游示范区。五大连池“以药泉产业为支撑、药泉文化为内涵”创建全域旅游示范区。长沙市望城区以“三大工程”统领



全域旅游示范区创建。醴陵推行“瓷文化主题旅游目的地”创建模式。腾冲推出全域旅游创建的“1+7”实践。

五、成效初现

(一) 体制机制创新

1. “1+3+N” 综合体制改革效果显著

到2017年5月陕西省成立旅游发展委员会,目前,全国已有23个省(区、市)、155个地(市)成立了旅游发展委员会,已设立旅游警察机构131家、旅游工商分局机构77家、旅游巡回法庭机构221家,旅游市场综合监管体制机制建设取得较大进展。其中,国家全域旅游示范区创建单位都成立了全域旅游发展领导小组,91个地市中,有60家成立了旅委和旅游警察、旅游巡回法庭、工商旅游分局等管理机构;407个县中有80家成立了旅委,

70家成立了旅游警察、旅游巡回法庭、工商旅游分局等管理机构;逐步建立起旅游业综合管理体制机制。旅游部门与各地工商、交通、公安等部门联合执法,共同维护旅游市场秩序和旅游治安环境。许多地方为推动全域旅游的发展,建立科学的考核体制与机制,即不考核GDP,而把全域旅游发展纳入部门考核内容和作为干部晋升的重要依据。

2. “多规合一” 有突破

所有的创建单位都在积极推进旅游规划创新和规划管理创新,大力推行多规合一,在体制机制与技术层面实现突破。一些好的做法有:一是把旅游局作为规委会的副主任单位或成员单位。二是把旅游纳入国民经济和社会规划和其他产业规划之中,要求相关规划(如城市总体规划、农业规划、林业规划、交通道路规划、水利规划、村镇规划等)将旅游元素融入进去。三是建立“多规合一”的大数据库,以信息化为手段,纳入的信息涉及发改、规划、国土、环保、旅游等多部门的空间规划数据及业务数据。四是各部门之间空间信息共享、业务协同办理及审批流程优化,通过“多规合一”平台进行业务协同和审批管理。五是规范和完善旅游主管部门参与项目会审制度。全域旅游将推动国民权利制度、产业制度、产权制度、部门法等改革,从而引发整个社会的变化,成为中国经济社会改革的破冰产业。

3. 统计改革亮点不断



目前,86%的创建单位对旅游统计制度进行了改革创新。湖南、黑龙江、吉林、山东等地积极探索有效的全域旅游统计指数和统计方法,出现了一些亮点和突破性工作。湖南省旅游发展委员会针对全域旅游发展“大口径”与部门统计“小范围”不相适应、旅游统计软硬件平台建设与旅游统计发展不相适应、“全口径”的统计数据与“小行业”的管理职能不相适应等诸多问题,积极探索创新旅游统计的方式方法,使旅游统计更好的服务全域旅游发展。黑龙江省建立旅游统计工作联席会议制度,由副省长任总召集人,全面统筹全省旅游统计工作,有效整合部门统计资源,建立健全涉旅统计数据信息共享机制,利用部门大数据完善旅游统计数据收集、整理、评估、分析工作,真实、准确反映全省旅游市场状况,为黑龙江省委、省政府判断形势、科学决策提供依据。天台县建立1725家产业测算的单位名录,并实施了网上统一报送。

各地的做法总结起来,旅游统计工作的亮点:一是要有统计制度;二是要有统计队伍;三是要有统计经费;四是要有反映旅游运行的关键统计指标体系;五是要与旅游大数据融合;六是能够可视化展示和辅助旅游决策。

4. 区域统筹发展机制正在形成

在全域旅游创建过程中,各地党委、政府都非常重视创新区域统筹发展机制,发挥旅游业的全域综合带动效应。首先是产业统筹,打通规划、部门和产业之间的关系,形成“多规合一、部门联动、产业融合”的一体化实施机制。一些地方创新规划的编制组织形式,旅游规划由政府牵头,多部门共同编制。其次是城乡统筹,地方政府通过发展城乡旅游公共交通、城乡旅游标识标牌系统,促进城乡旅游公共服务均等化。最后是区域统筹,各地积极促进区内各行政区之间的合作,同时加强区域内和区域外的合作。如黑龙江五大连池市就建立了五大连池市、五大连池景区、农垦集团、森工集团等多区域合作创建区,发挥了良好的效果;云南香格里拉市召开了香格里拉地区11市县区域旅游合作大会,并成立了区域旅游合作联盟。

5. 形成了全域旅游政策体系

国家旅游局加强顶层设计,与发改委、农业部、交通运输部、公安部、国土资源部、教育部、体育总局、中医药局等多个部门合作,先后发布了《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》《关于大力发展体育旅游的指导意见》《关



于实施旅游休闲重大工程的通知》《关于组织开展国家现代农业庄园创建工作的通知》等指导文件，以及《山地户外运动产业发展规划》《水上运动产业发展规划》《航空运动产业发展规划》等具有针对性的规划文件，对此类新兴旅游方式进行规划和指导。国家旅游局积极对接相关部门，多措并举、全面发力，全域旅游在全国范围内掀起了一场从“点上发力”到“系统推进”的政策革命。

98%的创建单位出台了《创建实施方案》《创建实施意见》《加快旅游业发展的若干政策》《全域旅游发展奖励办法》《关于促进旅游业改革发展的实施意见》或《促进旅游投资和消费的实施方案》等政策性文件。

全域旅游政策框架

1. 将全域旅游发展纳入经济社会发展工作的全局予以定位和强化，建立国家全域旅游示范区创建工作领导小组，具体负责各项工作的组织实施与督查考核。
2. 每年财政投入旅游发展资金不低于3000万元，并根据财政收入状况逐年递增。
3. 积极争取上级政策支持，加大对乡村旅游和特色民宿的扶持力度，整合交通、发改、林业、农业、水利、城建、环保、文化等部门扶持资金，向全域旅游示范区创建项目倾斜。
4. 实行旅游土地优惠政策，优先安排旅游产业用地，逐年增加旅游产业发展用地，对重点旅游项目优先进行土地利用规划调整，优先供地。
5. 加大旅游招商力度和政策扶持，大力引进社会资本参与全域旅游建设，对新办旅游项目、开发生产旅游商品、旅游纪念品的重点企业，给予一定的政策优惠。
6. 落实免税政策，积极争取宾馆饭店与一般工业企业同等用电、用水、用气价格的政策。
7. 推进落实旅游中小企业“走出去”享受国家相关扶持政策，小微企业减免税政策，对投资、就业、入境旅游贡献大的旅游企业实施政策性激励。
8. 支持金融企业开展旅游景区经营权和门票收入质押、旅游饭店经营性物业抵押、旅游装备服务企业知识产权质押等多种贷款抵质押模式，加大对中小型旅游企业和乡村旅游企业的信贷支持。
9. 配合发改部门景区制定门票价格，鼓励景区出售门票年卡，推动旅游景区门票年卡发行。
10. 奖励旅游企业在产品和服务上提档次、创品牌。
11. 建立督查反馈和通报考核制度，将全域旅游工作纳入各乡镇和部门年度责任目标考核内容，定期检查评比，采取单项和综合检查相结合的办法，推动全域旅游示范区创建工作。
12. 把单位职能与全域旅游工作紧密挂钩。

文化产业评论

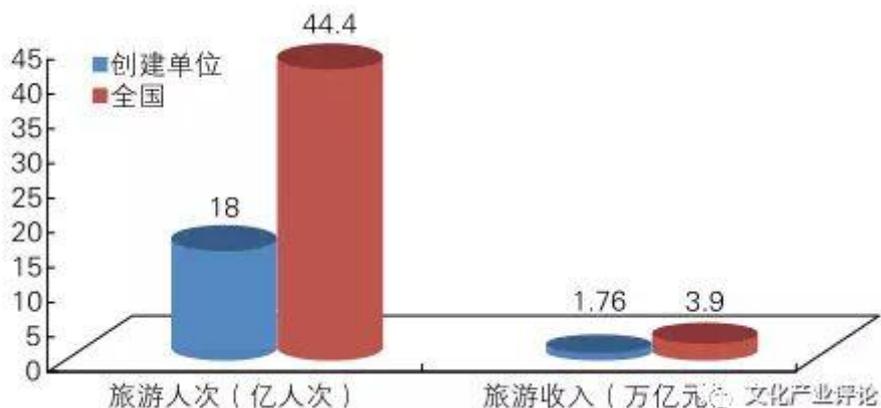
(二) 产业融合发展

1. 旅游优势产业开始形成

创建单位中旅游优势产业开始形成。2016年，500家国家全域旅游示范区创建单位共接待国内外游客18亿人次，约占全国旅游人数的40.5%，同比增长20%，旅游总收入1.76万亿元人民币，同比增长28%。接待过夜的国内外游客7.3亿



人次，占接待总人数的40%，同比增长21%。旅游业增加值占GDP比重均值为21.5%，一些旅游业发达的创建单位甚至高达40%以上。



2. “旅游+”深入推进，全域旅游产品和业态不断创新升级

在全域旅游发展过程中，坚持融合发展、创新发展，各地深入挖掘地域文化，塑造文化个性，提升产品科技含量，提升旅游产品品质，旅游产品和业态不断涌现，受到了游客和资本的双重追逐。主要表现在三个方面：

一是推动“旅游+城镇化、工业化和商贸”，形成美丽乡村、旅游小镇、森林小镇、风情县城、文化街区、宜游名城以及城市绿道、骑行公园、慢行系统，支持旅游综合体、主题功能区、中央游憩区等新型城乡旅游产品。形成旅游用品、户外休闲用品和旅游装备等新型旅游制造业态。比如，浙江省政府首批公布的60个特色产业小镇中，有15个旅游小镇全部按照5A级旅游景区标准创建。

二是“旅游+农业、林业和水利”，形成现代农业庄园，共享农庄、田园综合体、家庭农场、家庭牧场、精品民宿、森林人家、森林公园、湿地公园、沙漠公园、国家水利风景区等新兴旅游产品，形成了定制农业、会展农业、众筹农业等新型农业业态。比如，山东省要在全省打造100个乡村旅游集群片区、200个乡村旅游园区。大力实施精品培育工程，在全省着力打造50个国家级精品乡村旅游园区。



三是“**旅游+科技、教育、文化、卫生和体育**”，形成科技旅游、研学旅游、医疗健康旅游、中医药旅游、养生养老旅游等健康旅游产品与业态，形成了大型演艺、主题公园、文创园、音乐公园、艺术中心等文创产业和冰雪运动、山地户外、水上运动、汽车摩托车运动等体育旅游。

四是“**旅游+交通、环保和国土**”，形成了自由行旅游产品，包括自驾车房车营地、公路旅游区、特色交通旅游邮轮游艇旅游、低空旅游、航空旅游小镇、低空旅游飞行器、海洋海岛旅游等新型旅游产品与业态。

五是“**旅游+互联网**”，形成了在线旅游产品，如旅游互联网金融、内容创造性产品、分享型旅游产品等；旅游大数据与智慧旅游产品，如各地旅游大数据中心、旅游大数据应用、智慧旅游交通、智慧旅游政务、未来景区、未来酒店等。

3. 投融资活力十足，全域旅游成为社会投资热点

在发展全域旅游过程中，政府作为旅游投融资的主导部门，制定相应的投融资优惠政策，保持相关政策的长期稳定性，活跃旅游投融资市场，同时建立健全关于旅游投资方面的法律法规，以抑制旅游投融资活动中的非理性行为和短期行为。65%的创建单位利用财政资金纷纷设立了旅游产业发展基金，或利用财政资金引导社会资金成立旅游产业发展基金，或鼓励大型旅游企业成立旅游产业发展基金，旅游产业固定投资机制基本形成。43%的创建单位成立国有“投融资平台”，发挥地方性金融机构的作用。87%的创建单位积极争取国债项目、国债贴息、扶贫基金项目、生态保护项目、文物保护单位、国家产业结构调整和发展基金的支持，统筹利用财政资金，提高资金的使用效能。在东部发达地区或旅游发达地区，各地政府鼓励和奖励旅游企业上市融资，积极培育旅游业上市公司。

全域旅游投资逆势增长，成为社会投资的热点领域。2016年各创建单位新增项目7043个，实际完成投资3249亿元，占旅游投资总额的25%；全年民营资本投资全域旅游1118亿元，占34.4%，充分显示了旅游产业的活力。从投向的领域来看，主要投向旅游基础设施、旅游公共服务设施，旅游景区、酒店等。从



投向的业态来看，休闲度假类投资明显增长，以商务旅游、亲子旅游、农业旅游（乡村旅游）、工业旅游类投资为主，增长比率大幅超越传统观光类旅游投资，表明全域旅游开始改变传统观光型旅游模式，呈现出多元化、复合型的旅游发展新动向。

4. 全域旅游成为脱贫致富的生力军

全域旅游对于促进农民创业增收、实现脱贫致富具有重要意义。旅游行业属劳动力密集型，产业链长，对西部地区扶贫效果良好。全域旅游是一条富民之路，是打赢脱贫攻坚战的有力武器，是实现“绿水青山换来金山银山”的必由之路。泰宁县以旅游为主的第三产业超全县GDP的1/3，旅游收入在农民纯收入构成中占1/4，旅游从业人员占全县总劳动力的1/5，其中，旅游带动脱贫人口占脱贫人口总数的35%。河北省涞水县计鹿村2015年人均年收入为2000多元，2016年县旅游部门引导村民借助冰雪旅游发展农家乐，全村年人均纯收入增长3500元，实现了整村脱贫。宁夏西吉县龙王坝村、四川绵阳南华村等地的农民“摇身一变”成为导游、服务员，大大提高了收入水平。

东部地区旅游需求旺盛，各地发展全域旅游注重扩大旅游惠民覆盖面，不断增强广大群众的获得感，推动旅游与社会资源、民生资源的深度融合，旅游成为东部地区服务业的龙头产业，致富一大批郊区和乡村地区的老百姓。以苏州为例，全域旅游成为苏州撬动服务业，提质增效的新杠杆，在苏州全力打造全域联动的大旅游发展格局的过程中，旅游业还成为城乡一体化发展的新引擎。位于苏州南端的震泽镇，凭借优质的生态和丰富多元的江南文化体验项目，平均每天都吸引千余名游客到来。这个凭借农业起家、工业发家、旅游旺家建设起来的新农村，每年的旅游收入已突破2000万元，村民年人均收入达到3.5万元以上，“村美民富”成了这里真实的写照。

(三) 基础配套改善

1. 厕所革命由景区向乡村延伸，基础设施不断升级



全域旅游是一条改革之路，厕所革命在解决了游客如厕难问题的同时，已经成为我国旅游全面改革发展的一面旗帜。国家开发银行、光大银行等金融机构通过PPP模式与创建单位合作建设一批旅游厕所，注重生态环保、智能管理、以商养厕，成为业界的亮点。据不完全统计，2016年创建单位共改建和新建厕所25769座，越来越多的厕所配备了第三卫生间，各地也基本实现了临街和临景厕所对社会和游客开放，创建单位旅游厕所建设基本达到了“数量充足、干净无味、管理有效、实用免费”的目标。以旅游厕所革命为驱动，创建单位实现了涉旅基础设施升级、配套系统更新、服务水平升级。许多创建单位依托航空、高铁和高速公路，基本构建了“快进慢游”的交通设施网络，实现了旅游主干道，通村通景公路的贯通，以及形成自驾车道、骑行道、徒步道所组成的慢游系统。围绕交通网络配套了停车场、汽车营地、充电桩等旅游设施，配套了供水、供电、消防、环保、垃圾处理场(站)、垃圾箱等环卫设施等基础设施建设，改善和配套了金融、通信、电视和Wi-Fi网络等旅游信息化基础设施。

2. 全面改善和提升区域内公共服务水平

各地建设旅游停车场4000个，旅游集散中心2500个，数千个旅游咨询服务点，形成了多级旅游服务体系，为游客提供旅游咨询和投诉受理、年卡办理、票务预订、特产销售等服务，并在传统业务的基础上整合了城市候机楼、落地自驾、旅行社地接、旅游专线等多项新功能，为全域旅游全面升级做好保障。依托旅游集散服务体系、交通网络，注重全域范围内旅游交通和智慧旅游等服务体系的互联互通，强化“互联网+旅游”信息化建设，打造“无线畅游”目的地，大力发展电商，构建布局合理、功能完善、对接有效的旅游集散中心、转乘中心和旅游消费支付体系，形成以“导游、导览、导购”为特征的智慧旅游系统。建设客情监测与分析、在线行为分析、舆情监测平台等，构建旅游监管体系。建设乡村旅游营销服务平台及政务管理云等，保障数据实时共享，实现旅游产业运行全数据化管理。会同交通运输部门，推动各类交通间的相互衔接，实现零换乘，提供良好的旅游交通服务。在此基础上，促进城市公共服务设施与旅游服务设施相对接，探索社区旅游、旅游风景道、环城旅游休闲游憩带的建设，促进核心区与外围县



市乡村、度假区的旅游公共服务的均等化。通过国家全域旅游示范区的创建，一方面提高旅游公共服务的水平，通过旅游公共服务与城市公共服务和乡村公共服务的融合发展，最终促进区域整体公共服务标准的提高和水平的提升。

3. 全域旅游营销全面推进

所有的创建单位对全域旅游营销进行了大胆的创新和探索，积累了丰富的经验：一是82%的创建单位成立营销专项基金或切块资金；二是形成多主体营销机制，实行政企协作、景区联合、区域合作、旅行社结对等，构建一个常态化、立体化、全覆盖的推广体系。三是借助已有的广告资源，成立全域推广联盟，共建平台，形成宣传合力。四是营销方式多元化，事件营销、节会营销、主题营销、电影营销等，如湖南醴陵市就利用瓷博览会和乡村节庆进行营销。五是注重四季营销，如吉林省推出“夏季避暑，冬季冰雪，四季融合”的营销战略。六是注重整体形象推广。七是注重营销队伍建设。八是充分利用网络及新媒体营销，并通过大数据分析，进行精准营销。九是注重针对不同的细分市场采取针对性的营销策略。十是加强对外旅游交流合作。从仅是景点景区接待国内外游客向全域接待国内外游客演进，加强地区间交流合作，根据地区实际开展全方位、多层次国际的交流合作。

六、前景广阔

全域旅游战略的意义和影响将远远超越旅游领域。全域旅游将成为促进经济发展新常态下“稳增长、调结构、增就业、惠民生”的新引擎。这是历史赋予当代旅游人和中国旅游业的巨大机遇。立足当前，展望未来，我们有理由期待和相信，全域旅游将带来许多方面变革。

从旅游业来看，全域旅游将成为旅游自身提质增效、可持续发展的新抓手。全域旅游将成为一项中长期国家战略和国策，将得到进一步强化和巩固，国家各部委将加大对全域旅游的政策和资金支持力度。



从生态建设来看，通过5年的创建期，全域旅游将成为区域统筹协调发展的重要模式，届时会塑造一批全域旅游目的地品牌，形成一批国家旅游功能区，成为生产、生活和生态之后的又一重要国土空间形态。

从全域综合效应来看，全域旅游将成为促进社会变革的新动力。全域旅游将成为新型城镇化和社会主义新农村建设的新载体。全域旅游成为老百姓的旅游生活新方式，成为老百姓幸福的重要源泉和全面小康社会建设的主要指标之一。全域旅游将更加有效地促进社会结构优化、人民素质提高、各民族融合、社会治理能力提升。

从理论研究与示范价值来看，对全域旅游的研究将会保持较高的热度，将形成全域旅游的本土理论体系，为中国旅游理论做贡献，并为世界提供借鉴价值。全域旅游将成为促进中国融入世界旅游大潮、增强国际竞争力的新举措，并为世界贡献中国旅游经验。



大数据显示：再不计划国庆出行，就来不及了

信息来源：福建百纳在线

去年国内旅游 44.4 亿人次，同比增长 11%。百度平台上的旅游相关检索量已经达到日均 491 万，增长了 27%，其中境外游剧增 96%，境内游增长了 25%。

《旅游行业洞察报告》通过对旅行者的心理分析，用图文+数据的形式带你了解八种常见的旅行情感需求，帮你更快地找到心仪的旅行目的地，减少纠结。



以下是 12 个报告看点，先来一睹为快吧。

1、出行决策，居然要花近 50 天

根据百度的数据，人们对于境内游或境外游的决策周期分别为 42 天或 51 天，因此对于很多想要在十一小长假出行的人来说，需马上开始策划，不然就来不及了。



2、理性的旅行者数量更多

报告将旅行者的情感归属为以下八大种类，近四分之一的人在做旅行搜索时呈现出“理性和控制”的情感需求。通过情感图谱，我们可以更了解自己内心的需求，做出适合自己的旅游决定。



3、选择焦虑症?旅游者陷入了选择死结

通过对互联网用户的搜索行为进行分析,报告显示在目的地的选择上不少人都经历了求推荐初步锁定目标—深度评估—重新搜索—重新求推荐的多次循环,陷入选择死结。



4、比起堵车，更头疼的还是取悦全家人

在旅途中，让一家老小都开心才是考虑的核心问题。然而取悦全家并非易事，全家老小众口难调，决策者因此要考虑到主题活动、配套服务、景区环境等多个因素，也常常使旅行计划难产。

5、境外游的搜索量多了一倍

去年国内旅游 44.4 亿人次，同比增长 11%。百度平台上的旅游相关检索量已经达到日均 491 万，增长了 27%，其中境外游剧增 96%，境内游增长了 25%。在做“功课”时，旅游网站和社交媒体是获取信息的主要来源。

6、极地探险受热捧，想坐游轮旅行的人多了 63%

数据显示，人们越来越不满足于简单的观光游，而像游轮、潜水、极地探险、蹦极这些小众的主题旅游活动开始受到青睐，主题游的相关搜索量增长远高于旅游的平均搜索量(27%)。

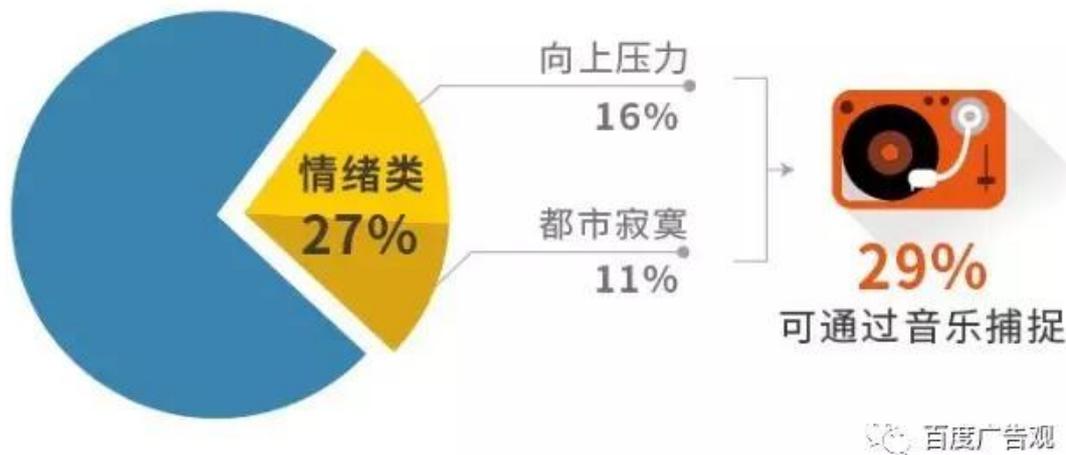


7、说走就走的旅行占到了4成还多

报告按照时间随机程度和驱动旅游的内外因素，将旅游情景分为四大类。情绪类和热点事件类的出行被归为即兴的旅行，占有所有旅行搜索的41%。看来，“说走就走”不再只是个口号。

8、都市寂寞：情绪引发的旅游冲动

数据显示，最能引发人们旅游冲动的情绪仍是爱情。对于都市男女，与爱相关的情绪多为求不得的单相思、孤单的别离和相伴时的甜蜜情意，报告将这些情绪归类到“都市寂寞”，报告发现，说走就走的旅行中超过40%是由都市寂寞而引发。



9、当生蚝成为旅游爆点

几个月前，丹麦生蚝泛滥、澳洲三文鱼贱卖的微博成为了热搜，同时也引爆了生蚝游和三文鱼游。仅仅因为生蚝和鱼片就能来一场境外旅行，我国经济水平和消费能力实在不容小视。

10、点击 app 或网站 121 次后，我们才能做出旅游决定

报告显示，我们在做出旅行的决定前平均访问旅游网站或 APP 多达 121 次。这些 APP 带来更多选择，但同时也让我们变得更加迷茫。

11、说好的诗和远方，还是败给了安稳和睦

报告把理性与控制、舒适与安全、融合与沟通、顺从与归属等情感需求归纳到了“安稳和睦”中，占比达到近七成，远超“诗和远方”的 19%。这也和东方主流价值观有关，追求中庸内敛，不鼓励张扬自由，父母在，不远游。

12、毕业旅行：这是告别青春的仪式，目的地不再重要

毕业旅行越来越流行，它成为了告别青春的一场仪式，去哪往往不重要，重要的是和谁去、走不走心。非热门景区如草原、沙漠、雪山反而更受青睐，群体活动如徒步、单车、骑马、爬山更受欢迎。



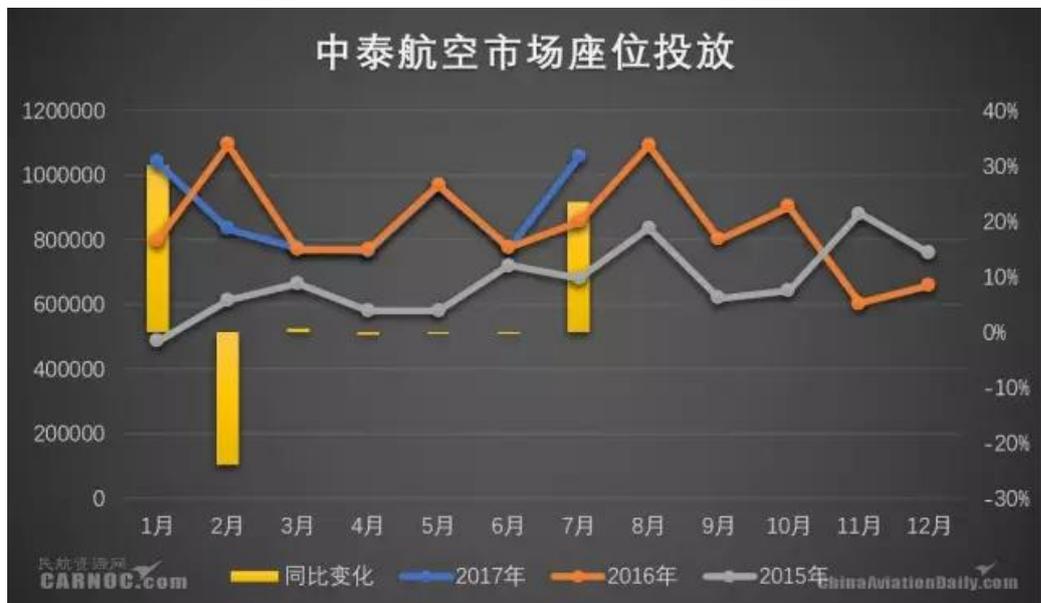
报告 | 半年突破千万 东南亚承接中国赴日韩流失客源

信息来源：民航资源网 作者：罗之瑜

2017年上半年我国赴东南亚各国旅客人数总量攀升，半年突破千万人次。因此，可以认为部分赴日韩需求转移至东南亚各国。

日前，笔者在半年观察系列文章中指出，2017年上半年我国赴日本人数超过328.17万人次，同比增长6.67%。相较过去两年动辄超过20%的增速，明显放缓。2017年上半年我国赴韩国旅客人数锐减40.97%至225.3万人次。但我国赴东南亚各国旅客人数总量攀升，半年突破千万人次。因此，可以认为部分赴日韩需求转移至东南亚各国。

作为中国赴东南亚的最大目的国家。2016年9月泰国方面整顿“零负团费”，随后泰国国王逝世，都对我国赴泰国的旅游市场带来冲击。2017年上半年中国赴泰市场已有所恢复，2017年上半年中国赴泰国471.2万人次，同比微降3.8%。从中泰航空市场运力投放观察，不考虑春节因素的影响，2017年1-7月运力投放已超2016年同期。展望2017年下半年，除了2017年10月或受到已故国王葬礼影响有一定波动外，2017年中国赴泰国人数极有可能超过去年，全年突破900万人次。



近年中国至柬埔寨旅客稳步增长。2016年中国赴柬埔寨83万人次，同比增长19.47%。2017年上半年，柬埔寨接待266万国际游客，同比增长12.8%，其中中国游客超过53万人次，同比增长39.9%。从目前趋势观察，2017年中国赴柬埔寨有望超过百万人次。值得一提的是，随着中柬关系的持续升温，赴柬商务旅客人数亦快速增长。



2017年1-7月，中国赴越南221.68万人次，同比大幅增长51%，成为中国至东南亚国家增长最快的目的国家。2017年下半年，若中越关系稳定，2017年全年中国赴越南有望突破400万人次。



目前新加坡方面仅发布了2017年1-5月数据，前5个月中国赴新加坡133.48万人次，同比增长6.67%。随着新加坡航空旗下酷航与虎航完成整合，计划继续拓展中国航线，详见《再见虎航！虎航与酷航今日正式合并》。从目前趋势观察，2017年中国赴新加坡有望超过300万人次。



目前马来西亚方面仅发布 2017 年 1-5 月数据，前 5 个月中国赴马来西亚 90.53 万人次，同比增长 7.79%。从目前市场形势观察，中国赴马人数已恢复到“马航事件”前水平。



笔者曾在《2017 年中菲航空市场高增长系大概率事件》一文中指出，随着中菲关系的缓和与菲律宾对我国签证制度逐步便利化，两国航空公司积极布局中菲航线。笔者认为伴随着新航线的开通，2017 年我国至菲律宾旅游的居民仍有



望进一步增长。目前菲律宾方面仅发布2017年1-5月数据，前5个月中国赴菲律宾38.9万人次，同比增长36.3%。全年有望突破百万。



得益于中国与东盟开放天空的政策与低成本航空发展，中国与东盟之间航空市场规模不断增长。且有不断向小国家(如文莱)向小城市(如泰国合艾、乌塔堡；柬埔寨西哈努克；马来西亚沙巴)发展的趋势。市场规模扩大的同时，竞争日趋激烈，甚至包括小型包机公司也试图“掘金中国航线”，在开放的市场体系中，如何促使航空市场健康发展与有序竞争仍需各方不断努力。



行业要闻

整理编辑：何筱寒

1、提高旅游收入 朝鲜计划改变旅游模式

信息来源：南洋网

朝鲜政府希望改变它的旅游模式，从当前组团游览被视为“斯大林风格主题公园”的平壤转变为享受西班牙贝尼多姆岛风格的阳光和沙滩。

元山被称为朝鲜东海岸的明珠。元山距离平壤约 200 公里，拥有美丽的沙滩、湖泊和瀑布，甚至在郊区还有一个滑雪场。2014 年元山被朝鲜政府划批为国际旅游区，允许接收外国投资。元山的旅游开发计划雄心勃勃。未来的宏图包括：开通国际航班、高铁连接城市、修建娱乐区和更多的酒店。

一个朝鲜官员代表团最近访问了西班牙，游览贝尼多姆、冒险港等地中海沿岸的旅游城市，这些地方或可为孤立封闭的朝鲜旅游业的发展提供灵感。

虽然关于游客数量并没有官方数字，但估计每年有 4000 至 5000 名西方游客到朝鲜旅游，大部分是美国、英国和德国游客。据韩国海洋水产开发院估计，这些游客每年为朝鲜带来约 3000 万至 4300 万美元的收入。

但专营朝鲜旅游的科克雷尔认为，元山的旅游开发计划应更多，尤其是平壤日益壮大的中产阶级，他们已经有条件去旅游并在海边度假。

科克雷尔说：“虽然朝鲜希望吸引外国游客，但是西方游客寻找的是朝鲜的原味，是一个陌生和被孤立的国家的真实状态，而不是去那里的海边度假。”

旅游业受到了当前因为朝鲜核试验而日益紧张的半岛局势的影响。科克雷尔说：“这种紧张气氛一直都存在，但是从未像现在这样影响旅游业，这一次的危机正在产生巨大影响。”

2、Wework 获日本软银视野基金 44 亿美元投资

来源：网易科技 作者：木秀林

8 月 25 日消息，据美国媒体报道，软银和 Vision Fund 联合向共享办公提供商 WeWork 投资 44 亿美元，这也是迄今对未上市公司最大的单笔投资之一。



其中 Vision Fund 将投资 30 亿美元购买 WeWork 的股票，对其估值约为 200 亿美元。软银将向 WeWork 新设立的亚洲合资公司投资 14 亿美元，支持其在中国、韩国、日本和东南亚的扩张。

但 WeWork 的交易似乎违背了 Vision Fund 所宣布的使命，软银成立该基金本意是对未来科技和物联网进行投资。WeWork 成立于 2010 年，其业务是从业主租赁房地产，然后给会员提供灵活的办公空间，其会员包括新创公司和大企业。由于迎合了全球 15 万家联合办公会员的需求，该公司发展迅速。

WeWork 未公布财务数据，据去年泄露的文件显示，该公司将 2016 年利润预期从 6500 万美元下调至 1400 万美元，预计今年营收为 10 亿美元。该公司联合创始人和 CEO 亚当·纽曼 (Adam Neumann) 称，新的融资将“为创业者提供更多机会，我们将努力使人们工作和生活方式人性化。”

软银 CEO 孙正义称：“WeWork 利用最新科技和自己的房地产数据系统，从根本上改变了人们工作的方式。”软银的 Vision Fund 基金是全球最大的科技基金，今年 5 月曾向滴滴出行投资 50 亿美元。WeWork 的租户包括微软和美银等。

3、首创长短租结合 CAS 系统 城家公寓发布 2.0 新产品

来源：迈点网

8 月 23 日下午，城家公寓宣布推出全新研发的 2.0 产品，以消费升级下的年轻人需求，倡导“陪伴 | 美好的独居时代”，通过“独享的居住空间”+“共享的社交空间”，让年轻人独居、不孤独，打开房门和朋友开心社交，关上房门享受一个人的精彩。

独居时代崛起，城家 2.0 产品专为都市年轻人打造

在美国每 7 个成年人中，就有 1 个选择了独居，独居人口占到美国户籍总数的 28%；在挪威与芬兰，独居比例独居人口达 40%，瑞典更达到 47%；在中国台湾，每 5 人就有 1 人独居，占台湾户籍总数的 22%；在中国，独居人口从 1990 年的 6% 上升到 2013 年的 14.6%，超过 5800 万人一个人生活；

独居成为一种潮流，在这种趋势下，城市需要对年轻人释放更多的善意，而对于年轻人栖居的空间，我们需要有更人性化和灵活的考量，城家认为：一个年轻人是否“独居”，选择什么样的生活方式，不应该变成年轻人无可奈何的唯一选择，而应该是他们生活态度的表达。



城家 2.0 产品，核心是通过“独享的私密空间”+“共享的社交空间”，将年轻人从合租中解放出来，用同样的租金可以享受独居的私密性，并拥有大量的社交生活，“独居，不孤独”就是城家 2.0 产品打造的核心理念。

城家的产品设计负责人宋玉闯表示，从 23 平米的套房设计到 14 平米的空间实验，模组化的家具打造、智能化的系统、社交空间的实用性，每一步都为了让更多的年轻人从起步开始就可以享受独居的美好生活，而不必付出高昂的代价。

“城家自诞生起就是一家技术驱动型的创业公司，以技术驱动给 B 端和 C 端赋能，让他们产生更多的连接，做更多的服务，我们坚信，做好自己最核心的优势，就是做好服务、做好管理”，金辉透露，未来，城家 CAS 系统还将不断迭代、叠加智能化功能，包括通过大数据监控实现动态定价、根据供需预测智能匹配长短租占比、实现公寓管理上的全面移动化等等。

4、上海宝华万豪酒店任命章敏为副总经理

来源：迈点网

近日，章敏女士正式被任命为上海宝华万豪酒店副总经理。

章敏女士曾留学法国且获得工商管理硕士学位，而她在酒店业拥有超过 10 年的工作经验。加入上海宝华万豪酒店之前，她就职于上海证大丽笙酒店，担任副总经理一职。

章敏女士会站在客人的角度，理解他们对豪华住宿体验的需求。同时她善于激励并发展员工的潜力，她是一个具有凝聚力，会带领员工取得最佳结果的领导者。同时，她讲求卓越，拥有敏锐的商业洞察力。

“上海宝华万豪酒店热忱欢迎章敏的加盟，她对工作的热忱和远见会带领其团队为客人提供更个性化的服务及更优质的体验，”上海宝华万豪酒店总经理林国雄先生如是说，“我们期待她能引领酒店成为上海最顶尖的酒店之一。”

章敏女士不仅拥有一个幸福家庭，而且在工作之余热衷于旅游，在每一次旅行中寻找工作灵感及感悟生活。

5、远洲集团“万书公益行”活动圆满落幕

来源：远洲集团

2017 年 8 月，远洲集团及旗下十几家分子公司陆续举行了名为“一本书的旅行”——远洲集团“万书公益行”的公益捐书活动。经过半个月的筹备，首期



捐书活动，远洲集团捐赠近万册约价值10万多元的图书，包括工具辅导类、历史故事类、科普类、报刊杂志等方面内容的书籍，后续这些图书经过整理、清洁、归类和补充后，将捐给云南双江拉祜族佤族布朗族傣族自治县勐库中心完小作为新建图书馆的第一批图书。

此次活动的想法，来自于远洲集团与“阿基米德”、第一财经慈善基金会的合作沟通，远洲集团从中得知作为北回归线上的绿色明珠，双江是中国勐库大叶种茶原生地，是中国多元民族文化之乡，在云南双江共有各级各类学校135所，但是作为全国贫困县，这里教育基础薄弱，身处大山的孩子对知识充满渴望，在这些学校，最为紧缺的是可供阅读的课外读本！

一本书的价钱，对于云南双江的孩子们来说，可能是他们一个月的早餐钱，也可能是一个学期的书杂费。因为没有足够的读本，这群孩子只能一起分享一本可能已经翻烂的课外书，去反复看一本可能已经翻阅好几遍的书籍。他们渴望能够像城市里的孩子那样拥有一座像书中描述的那样神圣安静的图书馆，里面各种各样的书籍应有尽有，可以自由地选择、尽情的沉浸在知识的海洋中。

为了满足孩子们对书的渴望，让孩子们在最美好的年龄能够获得本该享有的知识，远洲集团故发起了此次万书公益行的捐赠活动，号召集团及各产业分子公司员工和社会爱心人士聚力为孩子们建立一座属于他们的图书馆，此倡议得到了全体员工及广大爱心人士的积极响应。9月份，爱心图书馆将在云南双江拉祜族佤族布朗族傣族自治县勐库中心完小建成，而大家捐赠的每一本书，都在扉页上写上了祝福和励志的语言，让这些书籍在爱心图书馆里，圆孩子们的阅读梦想。

今年是远洲集团创立30周年，30年来，远洲集团在不断发展壮大的同时，始终坚持“提高生活品质，创造社会价值”的理念，积极主动承担企业的社会责任，热心公益事业。据悉，后续远洲集团还将持续开展类似的活动，将爱心活动一直传递下去，并与学校建立点对点的帮扶活动。

6、Trinity 与 Oaktree 成立合资公司拟 30 亿投资增值酒店

来源：迈点网 作者：Beverly 编译

Trinity Investments LLC 和 Oaktree Capital Management, L.P. 管理的基金公司 8 月 21 日宣布成立一家合资企业，为 Trinity 的核心市场：夏威夷、



加利福尼亚、墨西哥和日本投资高达30亿美元的高品质、增值的酒店。该合资企业将在这些市场寻求全球机构和高净值的合作伙伴一起投资。

这一战略合作伙伴关系遵循Trinity和Oaktree近期从喜达屋附属公司收购毛伊岛威斯汀度假村的长期租赁权益。在有选择的基础上，合资公司也会选择在美国特定的市场进行酒店投资。Trinity将负责监督合资企业，负责公司的收购和资产管理。

Trinity 总裁兼首席执行官 Sean Hehir 表示：“扩大与 Oaktree 的关系将为我们提供额外的资本以增加我们在核心市场的规模。Oaktree 是精明的投资者，我们期待共同携手在这些市场抓住机遇赢得成功。”

Oaktree 的 Ben Bianchi 表示：“这一合作伙伴关系符合我们 Oaktree 与经验丰富的合作伙伴投资关键战略市场的战略。我们相信，Trinity 的投资敏锐度和市场知识与我们的专业知识相结合，将会带来非常有吸引力的酒店投资组合。”

Trinity Investments, LLC 是一家私人房地产投资公司，拥有 20 年的增值回报投资经验。自成立以来，凭借其深厚的制度知识和与地方建立起的长期关系，在夏威夷、墨西哥和日本完成了价值超过 50 亿美元的住宿交易。

Oaktree 是专门从事替代投资的全球投资管理领导者，截至 2017 年 6 月 30 日，管理资产达 990 亿美元。

7、梅杰夫四季酒店将于 12 月 15 日盛大开业

来源：迈点网

全新梅杰夫四季酒店将于 2017 至 2018 年滑雪季在法国阿尔卑斯山盛大开幕，现已开始接受预定。这个冬季，酒店将以非凡礼遇翘首期待首批宾客的到来。

这家建于山野的全新酒店被认为是传统阿尔卑斯山间奢华度假酒店的全新演绎。无论是预想度过一段永生难忘的滑雪假日时光，还是期待漫步于夏日山花烂漫的阿尔卑斯山草场，梅杰夫四季酒店都将成为宾客的理想度假之所；不管是家庭出游，还是情侣度假或是朋友结伴，酒店都能满足宾客的所有期冀：白天，宾客可在完胜其他滑雪道的 136 条优质雪道上尽享急速之愉，或是坐着皮艇在峡谷随波漂流；夜晚，则可置身于美不胜收的阿尔卑斯山滑雪风光中，在火炉边享用风味独特的鸡尾酒、品尝热巧克力以及纵享更多绝佳体验。



“梅杰夫一直是极受滑雪爱好者及户外运动爱好者欢迎的旅游目的地。如今，随着全新四季酒店在这里的盛大开幕，梅杰夫四季酒店不仅将为宾客带来便利的奢华酒店设施，还将把当地客制化服务推向全新高度，相信这一切都将赋予下榻这里的所有宾客更多期待。”总经理弗朗索瓦·阿瑞吉 (François Arrighi) 说道。

梅杰夫四季酒店在 2017 年 12 月 15 日的盛大开业也标志着久负盛名的 Le 1920 餐厅将在酒店隆重曜现。这家米其林二星餐厅广受当地居民以及慕名而来的奢华旅行者的喜爱和追捧。主厨朱利安·加提仑 (Julien Gatillon) 将带领团队，为四季宾客带来顶级的时令佳肴。

酒店内还设有四个带有大露台的餐厅及酒吧，尤其适合在晴朗冬日或浪漫夏夜在此享受美好时光；同时，还有奢华水疗中心、健身中心和全年开放的室内外恒温泳池等服务，并有独立的儿童及青少年专用设施。除了在全球每家四季酒店都能享受到的专属服务及各类贴心设施之外，宾客可以在梅杰夫四季酒店享受酒店冬季的滑雪礼宾服务和综合滑雪管家服务，夏季还有优先进入毗邻酒店的艾尔布瓦山高尔夫俱乐部的四季专属服务，宾客可以尽享该地区最好的高尔夫球场。

8、万达酒店发展 2017 年上半年财报：净亏损 2.995 亿港元

来源：21 世纪经济报道

8 月 23 日午间，万达酒店发展发布 2017 年上半年财报。根据公告，截至 2017 年 6 月 30 日，万达酒店发展的收益约为 1 亿港元，而 2016 年同期则为 2.58 亿港元，下降超过 6 成。

公告指出，该减少主要是由于中国分部的物业销售收益减少约 7410 万港元，以及悉尼项目租金收入减少约 6360 万港元所致。据悉，上半年万达酒店发展的销售收益主要来自福州恒力城项目。

公告还显示，截至 2017 年 6 月 30 日，收益之中约 1400 万港元，7450 万港元及 1180 万港元分别来自物业销售，物业租赁及物业管理服务。

根据公告，今年上半年，万达酒店发展权益持有人应占集团亏损约为 2.99 亿港元。亏损主要来自于：（1）出售马德里项目的非经常性亏损约 3.30 亿港元；（2）投资物业估值收益净额减少约 1.417 亿港元；（3）上述收益减少导致毛利减少约 8250 万港元；（4）所得税开支增加约 1720 万港元。



万达酒店发展是万达集团旗下的主要海外收购平台。2014年，万达酒店发展以2.65亿欧元的代价收购西班牙大厦项目，今年上半年又以2.72亿欧元的代价出售。表面看似乎有所盈利，但由于近两年来欧元汇率一直处于下跌态势，若以人民币为计算单位，此次出售实则亏损。

但经过此次出售后，万达酒店发展的现金和银行结余总额约为52.6亿元，比去年年末提高了几乎一倍。

据悉，出售马德里项目后，万达酒店发展旗下共有四个海外项目，分别位于英国伦敦、美国芝加哥、澳大利亚（两个），以及位于桂林和福州的两个国内项目。

但今年8月初，万达集团将旗下两大轻资产公司——万达酒店管理公司和万达文旅集团，注入万达酒店发展，分别作价7.5亿和63亿人民币。万达酒店发展则将持有的上述4个海外项目的股权售予万达商业——该公司正谋求在A股上市。

万达酒店发展指出，上述交易的具体条款和实施情况有待落实，且有可能构成重大资产重组。

9、重庆万豪酒店宣布2位高管任命

来源：迈点网

近日，黄屹先生被任命为重庆万豪酒店驻店经理。

黄屹先生从事酒店行业长达27年之久，他拥有专业的国际视野，对酒店房务、营运、收益有着敏锐的触角。黄屹先生拥有广泛的实践管理经验，对追求卓越服务拥有极高的热情。他在酒店的事业开始于1990年，分别在丽笙和洲际等国际品牌酒店担任重要职位，负责酒店运营及管理，在酒店运营管理方面有着丰富的经验和独到的见解。

多年丰富的酒店管理经验，赋予黄屹先生非凡的洞察力以及对酒店行业的独到见解，他注重宾客关怀，将更加致力于酒店产品质量以及宾客体验度的提升。黄屹先生将全面协助重庆万豪酒店总经理负责酒店的运营管理工作，他们将共同带领全体员工继续打造个性化的优质服务，进一步巩固重庆万豪酒店在市场上的卓越地位。

近日，杨思新先生正式被任命为重庆万豪酒店行政总厨。



杨师傅是一位拥有近二十年餐饮行业从业经验、丰富的烹饪与厨房管理知识、专业且热情的酒店行业从业人员，先后任职于万豪、洲际和香格里拉等多个国际酒店管理集团。在全新职位中，他将负责整个厨师团队的运作，确保宾客可以享受到最出色的地道佳肴。

杨师傅非常关注菜肴创新和问题的解决，使之烹饪技巧得到不断地提升，并向厨师团队传递他对制作美食的热情。相信杨师傅将凭借其酒店行业的专业技能带领重庆万豪酒店厨师团队开拓新的辉煌。

10、文华东方进军加勒比地区 接管卡诺安岛奢华酒店

来源：迈点网

文华东方酒店集团宣布将于2017年11月1日起，管理位于圣文森特(Saint Vincent)和格林纳丁斯(The Grenadines)卡诺安岛上的豪华酒店，并将其纳入品牌旗下。卡诺安岛文华东方酒店将成为集团在加勒比地区的第一间酒店。

幽静私密的偌大度假酒店坐落于卡诺安岛的幼白沙滩上，整个岛屿总面积只有五平方英里，设有各式休闲活动，包括航海、划橡皮艇、潜水、钓鱼、网球及行山，另外还有Jim Fazio所设计的18洞高尔夫球场。度假酒店坐拥26间套房和12间设有三至四间睡房的别墅。所有套房和别墅均设有宽阔私人游泳池，距离大海仅数步之遥，一望无际的海景尽入眼帘。度假酒店设有各种类型的餐厅及酒吧，为宾客提供一系列美食和户外用餐体验。除了餐厅以外，度假酒店还设有室外游泳池、水疗及健身中心，及两间建于水上的水疗护理小木屋，宾客可搭乘酒店准备的船只抵达。

文华东方酒店集团亦将在度假酒店附近打造及管理其品牌的全新酒店式住宅，预计于2020年推出。

文华东方酒店集团总裁詹伟理(James Riley)表示：“我们很高兴将文华东方品牌引入加勒比地区，并将集团完善的服务和质量标准带到美丽的卡诺安岛。我们期待为宾客呈献此加勒比最独一无二的豪华度假酒店。”

另外，Canouan Development Corporation 行政总裁 John Dwyer 亦补充：“我们很高兴与文华东方酒店集团合作，为加勒比地区和我们奢华的酒店及住宅带来最极致豪华款待。”



卡诺安是加勒比海群岛中最美丽的岛屿之一，四周环绕着浑然天成的海滩，坐拥湖水蓝的温暖海水及翠绿的山丘。度假酒店位于岛上的东海岸，卡诺安岛的 Godahl 海滩水清沙幼。除了海滩外，距离酒店只有 30 分钟船程的多巴哥海洋公园中乃受保护水域，拥有多个全球重要的海洋栖息地，包括珊瑚礁和海龟筑巢区域。

度假酒店从巴巴多斯、圣卢西亚、圣文森特、格林纳丁斯和其他加勒比海关口只需乘 20 分钟的私人喷射机即可轻松抵达。度假酒店更提供定期航班和游艇租赁。

11、泰禾集团拟 8.14 亿收购天津盛捷友谊服务公寓

来源：每日经济新闻 作者：冯颖祎

8 月 22 日，泰禾集团（000732.SZ）发布公告称，以 8.14 亿元的价格收购天津盛捷友谊服务公寓项目。

记者了解到，这是继 11.83 亿元购买北京辉盛庭公寓和 10.11 亿元购买济南东都项目后，泰禾在国内第三次收购存量房项目，也是泰禾首次进入天津市场。

易居研究院智库中心研究总监严跃进接受记者采访时表示，现在政策带来利好，大城市租赁市场比较旺盛，带来了投资机会。8 亿也就相当于在省会市场拿地地的成本，这样的成本用在租赁市场有助于开辟业务。

公告显示，泰禾集团全资下属公司天津泰禾锦辉置业有限公司（简称锦辉置业）与天津大通融汇租赁有限公司、盛捷友谊（天津）置业有限公司（简称盛捷友谊）、天津大通投资集团有限公司签署了合作协议。锦辉置业根据评估值以人民币 8.14 亿元购买盛捷友谊服务公寓项目。

该公寓项目由盛捷友谊开发建设，于 2008 年 12 月建成，位于天津市河西区友谊路 35 号的君谊大厦，包括 297 套房产的所有权、15 个地下车位的使用权及设于商业部分 4 楼屋顶的游泳池等资产。

根据协议约定，受让方锦辉置业享有永久免费使用物业用房、避难层、一层大堂前至少 8 个临时停车位等的权利。

天津市国土房管局发布的《天津市 2016 年房屋租赁市场租金水平》数据显示，河西区人民公园、梅江、体院北、小海地等板块多层住宅租金水平全部达到或超过 30 元/月·建筑平方米。



12、韩国乐天集团将在缅甸推出酒店及服务式公寓

来源：迈点网 作者：Beverly 编译

韩国乐天集团将于9月1日在缅甸仰光推出度假酒店及服务式公寓，毗邻风景如画的茵雅湖。

乐天集团为韩国商人辛格浩(Shin Kyuk-ho)，于1948年在日本东京创立，1967年扩展业务至韩国，事业遍布食品饮料、零售、物流、观光旅游、酒店、金融、制造、建设及重工化学等多个领域。目前发展为韩国第五大商业集团之一。

乐天集团在缅甸设有办事处。

乐天营销总监 Mikon 表示：“缅甸是一个新兴市场，我们在这个市场还有很大的成长空间。我们的酒店及服务式公寓面向所有来仰光旅游的游客。”

项目位于大金塔附近，茵雅湖以西，入住酒店的客人将能享受美丽的风景。

区域分析师 Subir Bhaumik 表示：“该项目是近几年来缅甸酒店业最大的投资之一，仰光这座城市潜力无限。”

演员及电视台主播 Tay Zar Kyaw 表示赞同，“物业的位置非常好，酒店的大堂也非常的宽敞。”

343间客房的酒店拥有5种房型和多种类型的套房以及315间服务式公寓，一居室到四居室皆有，并提供从健身中心到室内和室外游泳池以及按摩浴缸，蒸汽浴和桑拿浴等各种设施。

酒店还提供一系列不同规格的宴会及各式各样的餐厅。

Mikon 表示：“入住服务式公寓的客人也可以免费使用健身中心和游泳池等酒店设施。”

随着缅甸旅游的蓬勃发展和外资投资的增加，类似乐天酒店及服务式公寓的项目将会越来越多。

13、超 12,000 个工位 全球最大联合办公空间 GoWork 落户印度

来源：迈点网 作者：Beverly 编译

作为印度创业者的首选城市之一，印度千年古城古尔冈每年的创业公司数量都在稳步攀升，而这座城市也将迎来全球工位数量最多的最大联合办公空间。

面积超过8万平方英尺，拥有超过12,000个工位的GoWork将成为全球首个以技术为导向的大型协同园区。截至目前，最大的联合办公空间为伦敦的



WeWork, 只有 3000 个工位。在印度市场, 最大的联合办公空间运营商为 WeWork, 其在孟买拥有 22.5 万平方英尺的联合办公空间。

古尔冈的 GoWork 由商业房地产开发商 Nimitya 集团开发, 将于 8 月 23 日正式上线。

对于建设联合办公空间及背后的想法, Nimitya 集团市场营销总监 Sanjeev Mahajan 在接受印度泰晤士报采访时表示, 公司经过市场调研发现, 联合办公领域正保持高速增长, 潜力巨大, 为了抢占先机, Nimitya 集团决定先建立一个基于协作的完整的生态系统, 拥有超多的工位和占地面积巨大的配套设施, 如娱乐区、会议室、健身房、冥想中心等。据 Mahajan 介绍, GoWork 已准备好为那些寻求办公空间的公司提供完善的设施。

联合办公空间已经成为印度商业地产增长最快的领域之一。到 2020 年, 该国预计将拥有超过 11,500 家技术创业公司。大部分的创业者在创业之初通常愿意把钱花在开发自己的产品和服务上, 办公室虽然是刚需, 但创业者显然不愿意花费过多的金钱, 联合办公则成为了他们的最佳选择。事实上, 据 Collier International 数据显示, 2016 年, 联合办公服务商在印度提供了 120 万平方英尺的办公空间。

Cox & Kings 将成为入驻这个 LEED 铂金级认证的绿色建筑园区的首家公司。该公司将占用 1000 个席位和 50,000 平方英尺的办公空间。

GoWork 联合办公空间是亚洲第一个网速高达 1 GHz 的合作园区, 园区设施完善, 每个区域均拥有 500 个停车位, 一个技术合作伙伴区和一个 VC / 投资者区, 园区毗邻地铁站, 距离国际机场仅有 10 分钟的车程。此外还配有咖啡厅、健身房、水疗中心、美食广场、游戏区、冥想区等配套设施。

Go Work 首席布道者 Douping Singh 表示, 今天的印度不仅需要共享办公空间, 更需要共同合作的工作空间, 引发当下及新一代创业者的共鸣, 而 GoWork 正朝着这个方向努力。

据悉, GoWork 的起步价仅为 350 卢比/天每工位, 与其他印度联合办公公司的价格差不多。

14、雅高将于马尔代夫开设首家奢华度假酒店

来源: 迈点网



雅高酒店集团宣布，2017年9月1日将开设其在马尔代夫的首家奢华酒店——**马尔代夫德瓦纳芙希奢华度假酒店（由雅高酒店集团管理）（Dhevanafushi Maldives Luxury Resort, Managed by AccorHotels）**。该度假酒店位于梅拉德（Meradhoo）私人岛屿，周围环绕着迷人的自然美景，2018年底酒店经过进一步改造之后，将重新定位并纳入莱佛士酒店品牌网络。

马尔代夫德瓦纳芙希奢华度假酒店（由雅高酒店集团管理）目前设有21间岛上别墅和16间海上别墅，提供私人泳池，三间餐厅，一间坐拥秀美风景的鸡尾酒吧以及一系列设施和活动，让宾客可以尽情放松身心，重新焕发活力。这些设施包括备受赞誉的奢华水疗中心、水上健身中心、瑜伽课程、水上运动设施、私人就餐设施、24小时管家和私人厨师服务，当然还有最棒的浮潜和潜水体验，酒店的潜水中心已获得PADI认证，宾客们可以畅游在全球最为惊艳的珊瑚礁中，展开精彩冒险之旅。

雅高酒店集团东南亚偏北地区和东北亚地区首席运营官 Patrick Basset表示：“我们很兴奋能够在马尔代夫运营首家奢华度假酒店，这里的发展态势非常好，尤其是有很多来自亚太地区的游客。雅高酒店集团将在这间度假酒店中传递我们在酒店管理方面的经验——集结自莱佛士、费尔蒙和索菲特等品牌的无与伦比的优质酒店服务，同时还提供广受好评的全球客户忠诚计划 Le Club AccorHotels 雅高乐雅会的礼遇。”

城市发展酒店服务信托（CDL Hospitality Trusts）首席执行官 Vincent Yeo补充道：“在我们的管理策略中灵活主动的资产管理是我们的核心支柱之一。我们相信，委任雅高酒店集团来管理该度假酒店有助于我们在2018年完成酒店重新定位后，优化这一资产的潜能，将其重新定位，成为马尔代夫最顶级的奢华度假酒店。”

酒店为品味非凡的个人旅客、蜜月情侣和家庭提供优质服务，这里将成为印度洋中的静谧绿洲，为宾客带来幽静安宁之感。前往度假酒店需从马累机场搭乘55分钟的航班，然后换乘15分钟的快艇。**马尔代夫德瓦纳芙希奢华度假酒店（由雅高酒店集团管理）**位于马尔代夫，加弗阿利夫环礁20219号，梅拉德岛（Meradhoo Island, 20219 Gaafu Alifu Atoll, Maldives）。

15、三亚亚龙湾瑞吉度假酒店任命张宾为行政总厨



来源：迈点网

三亚亚龙湾瑞吉度假酒店宣布任命晋升张宾先生为行政总厨，于2017年8月21日正式生效。

张宾先生是全球瑞吉品牌的第一位中国籍行政总厨，拥有长达20年的酒店经验，自1997年加入酒店行业以来，先后任职于洲际、希尔顿、万豪国际等知名酒店集团旗下的酒店和度假村。

张宾先生自2014年加入三亚亚龙湾瑞吉度假酒店担任行政副总厨，对于晋升行政总厨一职，张宾先生表示，“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”，他将带领三亚亚龙湾瑞吉度假酒店的精英厨师团队为全球食客们展现美食的创新与传统的完美融合，为三亚亚龙湾瑞吉度假酒店的客人提供美好的瑞吉美食体验之旅！

张宾先生的丰富经验及怀着一颗热爱美食的初心，曾接受中央电视台财经频道美食电视节目“2017厨王争霸赛”担任资深专业评委。张宾先生在业余时间喜欢摄影，更喜欢在旅行中探索体验当地丰富的食材，保持提炼融合全球各地的美食呈现到三亚亚龙湾瑞吉度假酒店的客人的餐桌上。

16、总投资215亿 2020年南京将建成内陆海洋公园及温泉公园

来源：扬子晚报

8月20日，一个总投资215亿面向全国市场的文化旅游项目落户南京浦口。到2020年，一个涵盖南都古城景区、世界首创会跑的实景演艺《金陵传奇》秀剧场、国内首家内陆城市拥有虎鲸表演的海洋王国、国内首家融入海洋主题元素的温泉公园等等景点的综合度假区将在浦口区汤泉街道落成并面向公众开放。

此次签约的项目名为华夏文旅南京国际旅游度假区，位于浦口汤泉街道老山国家森林公园西南侧，东至小横山，南沿宁合高速，西南沿京沪高铁线路，西至大鱼塘水库西北侧750米处，北临老山国家森林公园核心区，是汤泉温泉小镇的所在地，环境优美，资源丰富，正在创建国家级旅游度假区、世界著名温泉小镇。

项目总投资215亿元，占地规模约3300亩，有南都古城景区、国内首家内陆城市拥有虎鲸表演的海洋王国、国内首家融入海洋主题元素的温泉公园、融入海洋文化特色、生态自然特色的万人主题度假酒店等多种旅游业态，建成后的目标是创建南京江北首家国家5A级景区。



“我们早就计划在华东地区打造一个项目，五年前就开始对华东各城市进行市场调研和走访，最后决定投资在南京浦口区是因为这里的位置、招商力度，对项目的服务上都是最好的。”该集团总裁夏振翔表示，南京是个历史悠久的古城，有很多好的旅游产品，此次项目的目标是打造一个可以让游客留下来多玩两天的地方。

该项目分两期建设，一期将建南都古城景区、《金陵传奇》秀剧场、海洋王国、水乐园、部分主题酒店，建设周期约3年左右，预计2018年上半年开工，2020年上半年试运行。二期将建部分主题酒店、汤泉公园，建设周期约2年左右。据介绍，建成后预计年游客量高峰时将达到1300万人次的规模，年营业收入约60亿元。

17、拉丁美洲最大的 OTA 之一 Despegar 申请 IPO

来源：品橙旅游 作者：Ann 编译

Despegar 刚刚申请纽约证券交易所上市，并提供了支持性文件，让审核者深入了解作为他们拉丁美洲最大的 OTA 之一的财务和运营绩效情况。

Expedia 拥有 16.4% 的股份的 Despegar 在拉丁美洲运营着一家同名的网络公司，通过 decolar.com 在该地区占领了最大的市场——巴西。

纳斯达克网站上 Despegar 描述页面显示了该公司最近的财务数据，这些财务数据在完整的注册声明中被扩展到超过 160 页。

据悉，截至去年年底 12 月 16 日，该公司拥有 400 万客户，总预订量达到 33 亿美元。这产生了 4.11 亿美元的收入，净收益为 1780 万美元。

在 2017 年的前六个月，它服务了 250 万客户；总预订量为 21 亿美元；收入 2.485 亿美元；净收益为 1850 万美元。

这两份文件都引用了 Euromonitor 咨询公司的数据。研究组估计，2016 年该地区的在线旅游预订达到 297 亿美元，这表明 Despegar 的市场份额超过了 10%。

Euromonitor 还认为，该地区的在线预订量将会在未来几年实现 12.5% 的复合年增长率，在 2020 年达到 476 亿美元，届时在线预订将占到整个市场的 36%，高于 2016 年的 31%。



Despegar 表示，它在 1999 年推出的“早期移动优势（early mover advantage）”使其获得了巨大的规模和品牌知名度。在 160 页的文件中的一些数据引人注目——在一个在线旅游市场中，“客户获取成本”通常是一个值得关注的问题。Despegar 表示，在今年前六个月，其平台上 52% 的流量是直接的，65% 来自回头客。

当我们谈到 OTA 时，移动端通常也是另一个关注点。在 2017 年上半年，移动端的访问量占到 55%，达成的交易占总体的 27%。其 App 已经被下载超过 3300 万次。

总体来说，Despegar 有很多的成长有许多驱动因素，但在整体经济中也有潜在困难，特别是在巴西和阿根廷这两个主要的市场。

此外，在这两个地区的 OTA 企业纷纷在业务上遇到了挫折，其中包括一些 OTA 市场龙头企业——欧洲最大的旅游运营商 TUI 艰难地获得了 Malapronto 的成功，而 Priceline 集团被迫取消了对 Urbano 酒店 6000 万美元的投资。

话虽如此，双方都没有完全放弃这一地区。TUI 将巴西作为其“TUI 2022”战略的新区域之一，而 Priceline 在本月早些时候收购了巴西 Mundi 元搜索公司。

18、发力多元化业务 华远地产进军高端酒店业

来源：证券日报 作者：王丽新

近日，由华远地产持有、凯悦酒店集团管理的酒店资产长沙君悦酒店开始运营。据悉，这是华远地产持有的首家国际品牌酒店，其开业运营，意味着华远地产再度深化了多元化战略布局。

事实上，在任志强任职期间，华远地产就对商业地产早有投入。早年间，华远地产曾因参与北京西单商业街的改造而积累了商业地产建造运营经验，可谓是最早进入商业地产领域的开发商之一。近期，华远地产又与大悦城签署战略合作，在商业地产开发、管理、运营等多个层面欲展开深度合作，并有意在京西布局大悦城项目。

此外，近年来，华远地产在北京的多个项目涉及商业业态，包括办公楼、商业街、购物中心等，加上此次布局国际首个高端酒店，可谓补足了持有型物业产品业态链条，开始向“重运营”发力。



更重要的是，在持有物业资本化方面，华远地产存在率先打破资金障碍的可能性。据记者了解，今年年初，华远与金融机构展开合作，成功发行了首笔私募类REITs，涉资7.36亿元，可见其在大力进军商业地产的同时，华远地产还试图让资产变轻。

彼时，有业内人士认为，这是北京市国资委下属企业在国内发行的第一单类REITs产品，同时还是中证机构间报价系统内发行的第一单类REITs产品。这两个“第一”，可显现出公司资本运作能力、资产盘活能力和金融创新能力，同时也意味着国内商业地产资产证券化日臻成熟，利于降低房地产行业金融风险。

而高端酒店业是所有的商业地产业态中建设难度最高，对运营管理能力要求更高的物业。华远地产选择在长沙布局第一个高端酒店，而非大本营北京，则是因华远地产在长沙已深耕10年，该酒店地处长沙核心区中心坡子街，周边是金融产业聚集带，将为酒店带来稳定客源。

值得一提的是，进军高端酒店业后，华远地产将提升整合资源和以房子为中心进行服务的能力。同时，华远地产也完成了商业地产从开发、管理、运营，到资产证券化的全链条运营，为中长期盈利打下了铺垫。

19、未使用电子行程单备案 北京12家旅行社遭通报

来源：北京商报 作者：肖玮

作为打击非法“一日游”的重要举措，8月1日正式颁布实施的《北京市旅游条例》中明确，旅行社需使用电子行程单备案，但部分旅行社却无视新规。北京市旅游委最新通报中显示，天安门地区旅游市场秩序专项整治行动中，包括北京国都之旅国际旅游有限公司、北京四季汇国际旅行社有限公司、北京青年旅行社股份有限公司等多家旅行社存在未按照规定填报、使用电子行程单的违法行为。

北京市旅游委介绍，在此次专项整治行动中检查发现，北京国都之旅国际旅游有限公司、北京四季汇国际旅行社有限公司、北京市遨游天下旅行社有限公司、北京青年旅行社股份有限公司等10家旅行社的17个团组，存在未按照规定填报、使用电子行程单的违法行为。此前，市旅游执法大队已查处了北京珏洋国际旅行社有限公司、北京市彦民国都旅行社有限责任公司两家旅行社未使用电子行程单违法行为。



8月16日下午，北京市旅游委行管处、执法大队联合约谈了部分旅行社负责人，指出了违法行为。市旅游执法大队已对上述违法行为正式立案，并将根据《北京市旅游条例》，按程序依法做出处罚。

今年8月1日起正式实施的《北京市旅游条例》第25条规定：“本市对旅行社组织团队活动实行电子行程单管理。旅行社应当在旅游行程开始前，通过旅游公共信息和咨询平台向旅游行政部门进行团队旅游信息备案。”而针对违法行为，《北京市旅游条例》也明确：旅行社未按规定向旅游行政部门进行团队旅游信息备案的，由旅游行政部门责令改正，处以5000元以上5万元以下罚款，并可以责令停业整顿；情节严重的，吊销旅行社经营许可证。北京市旅游委也再次强调，接下来，市旅游委将会同相关部门，加大对旅行社落实电子行程单情况的检查和处罚力度。

20、投资千亿 亚洲最大电影主题公园落户绍兴诸暨

来源：联商网

8月13日下午，浙江省诸暨市人民政府与嘉视年华影视制作有限公司、华风投资咨询有限公司正式签订框架合作协议，将共同打造白塔湖山海经主题乐园文化旅游项目。

据了解，山海经主题乐园项目包括后电影小镇和山海经主题公园，项目位于诸暨白塔湖，总占地面积1601.2公顷，投资总额达1000亿元，打造覆盖主题游轮航线、特色主题馆、水上表演、花车游行和嘉视年华广场等多元元素的中国乃至亚洲最大的电影主题公园。

其中，后电影小镇深度整合影视产业要素，构建影视专业产业功能与电竞文化娱乐功能有机发展的复合产业体系，打造“电子竞技娱乐中心、影视文化娱乐中心、影视教育制作中心、影视配套服务中心”四大核心功能，创建国家级影视文化特色小镇群。

该项目计划以拍摄以西施、范蠡、勾践、夫差等人物为主要角色的电影中，在此基础上旧址还原越国古城。通过政府引导基金、各金融机构等多方筹集项目专项基金，由华风投资担任基金管理人，嘉视年华投入项目所需IP内容，并负责项目整体开发和运行管理。



人民日报：全新的租房时代或许正在加速到来

信息来源：人民日报

一个全新的租房时代，或许正在加速到来。住建部等九部门印发《关于在人口净流入的大中城市加快发展住房租赁市场的通知》已经满月，广州、成都等9城市先后公布方案。一时间，租购同权成为无数怀揣住有所居梦想的中国人谈论的焦点。

长期以来，国内住宅市场一直行进在“重售轻租”的轨道上。租房市场不规范、房源远低于需求、租屋质量整体不高，承租人选择本就有限，同时，黑中介频频现身，房主和租户都处于信息和交易不对称的弱势。“出租屋内安放不下青春”的故事，每每成为奋斗者前进的羁绊，而房子上附加的各种发展权利，更令很多本意坚持租房者被迫买房。

房子是用来住的，不是用来炒的。从2015年中央经济工作会议提出“建立购租并举的住房制度”，到去年6月国务院办公厅印发《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》，发展住房租赁市场，已经成为深化住房制度改革的各方共识。从理论上说，买房不是刚需，居住才是刚需。但为何“宁买房不租房”会成为很多人的逻辑？这说到底还是权利的逻辑：人们不仅在买“产”，也在买“权”。对物权之上的受教育权、养老保障、医疗等权利的需求，有时比居住本身还强烈。越是人口流动大、业态更新快的城市，这个问题越紧迫。以租购同权为特色的房屋租赁市场改革，正是抓住了这一深层次的需求，尝试实现租屋供给不足和租屋赋权不足的双重解铃。

很多国家都经过类似的发展阶段。不断走高的房价和不断升高的空置率，本质上是市场快速发展的产物。但作为最大的民生关切，尽管经适房、公租房、廉租房政策在各地稳步推行，公众对于“更好发挥政府作用”的期待并没有减弱。缓解租房之痛，不仅可以有效降低购房需求，更可给人民发展带去更多可能性。目前各地的方案大多还在调整，这个期间，倾听民意、直面问题最为关键。从期待国企成为掌握房源的“大房东”，做大总量、优化供给的建议，再到让税收、



金融和土地等一揽子扶持政策措施向租房市场倾斜，政府切实担责、做好服务的方向越来越清晰。

对于改革者来说，提升民众获得感，是最大的目的。广州租购同权政策发布没多久，学位房成交就降了三成，政策影响预期的效果已经显现。但公众的担忧也随之而起，租购同权会不会引发房租暴涨？政府有无控制超出市场预期价格的手段？毕竟，赋权意味着价值提升，竞价者就会纷至沓来，有人甚至已经想到：如果出现一房二租，一方只租房屋居住权，一方只要租屋上的“学位”，问题该如何防范？小区适龄入学儿童如果因为新政短时间快速增加，学校又该如何应对？民众发展阶段不同，获得感也是复杂的，要想取得最大公约数，还需要把政策细节放置在具体的执行情境中仔细审视，不能少了事前的细致模拟和计量，也考验着事后的精准执行。

租购同权其实是一次分蛋糕的改革，如果优质资源的蛋糕尺寸不做大，权利就会被稀释，涨价的浪潮就在所难免。这反过来可能影响到租房市场的发展和壮大。正是在这个意义上，无论是推出共有产权住房还是推行租购同权，保障权利的同时更要进一步做大房屋以外的公共产品。

对于一个对自有住房有着长期偏好的国家而言，购租并举、租购同权正在调整的，不仅仅是住房制度、居住权利，更有全社会的理念。在全面深化改革的语境下，如何把可能出现的“权利冲突”变为“利益共享”，如何因地制宜做大居民公共服务的总蛋糕，都是护航租房美好时代必须付出的努力。开弓没有回头箭，一种更加可持续的住房制度、一种人民共享的居住观念，应该成为社会的共识，成为改革的方向。



杜绝挂羊头卖狗肉 香港规管 Airbnb 需与时俱进

信息来源：路透新闻部

“共享经济”大行其道，惟亦争议不休，最近深井浪翠园及马湾珀丽湾怀疑有人利用单位作为旅馆招待旅客，惹来屋苑业主投诉，再次令人关注到经营 Airbnb 是否违法的问题。就像 Uber 电召汽车服务，Airbnb 同样打着“共享经济”旗号，然而无可否认有些人只是挂羊头卖狗肉，变相经营无牌宾馆，明显偏离共享闲置资源初衷，若不加以管束，甚至有可能令炽热楼市火上加油。政府现有法例必须与时俱进，作出适度规管，一方面容许特色民宿存在，为旅客提供另类选择，另一方面杜绝集团式经营无牌旅馆，阻止唯利是图者走法律罅。

Airbnb 近年广受欢迎，不少港人到外地旅游，都有试过透过 Airbnb 平台，物色民宿短住，至于本港亦有愈来愈多业主出租单位作 Airbnb 用途。本港住宅单位普遍狭小，残旧唐楼环境欠佳，出租公营资助房屋更属刑事罪行，一旦发现须即时补地价或终止租约，随时官非缠身，故此本港 Airbnb 房源主要来自私楼，翻查 Airbnb 网站，随时可见一些十大蓝筹屋苑单位，甚至是贵价新盘单位，有房东甚至列明会给旅客住户证，以便享用会所和健身室等设施。然而批评者质疑，这不过是“无牌宾馆进化版”，邻近住客眼见经常有陌生人出出入入，担心存在保安问题，也是人之常情，如何妥善规管 Airbnb，已成为不能拖延回避的社会民生问题。

根据《旅馆业条例》，经营旅馆必须领牌，条例不容许少于 28 天的无牌短租，一经定罪最高罚款 20 万元和监禁两年。今次深井浪翠园怀疑有人出租单位予旅客，管理公司强调，有关行为可能违反大厦公契，甚至触犯法例。可是由于目前法例存有漏洞，政府就算认为有必要严厉执法，落实起来并不容易。过去无牌旅馆多数是家庭式经营，与旅客即场现金交易，当局较易“放蛇”打击，“人赃并获”，可是现在无牌经营者透过 Airbnb 放租，网上付款难有现金交易物证。政府取证难度增加，现有条例又不接纳宣传和价目表等环境证据，检控成功



率很低，即使偶有入罪，法庭往往只是判处数千元罚款，缺乏阻吓力，间接鼓励业主心存侥幸，低估法律风险。

Airbnb 曾在本港举办工作坊，教授出租单位秘诀，吸引业主加盟，惟对法律争议避而不谈，仅呼吁业主出租单位时要遵守香港法例，如有需要可征询专业人士意见。任何人无牌经营旅馆，租客一旦发生意外，业主必须负上责任，由于 Airbnb 只是提供平台，没有参与租赁过程，就算出事也难以追究。法律风险悉数由业主房东承担，穿针引线从中渔利者却毋须负上责任，并不公道。有学者指出，根据现行法例，房东将单位短租给旅客，原则上没有改变单位用途，并不违反地契土地用途规定。凡此种种均显示本港法例未有与时俱进，政府必须尽快研究，到底应当严厉打击 Airbnb，还是参考其他国家城市，采取合法化和规范法的做法。

全球旅客对 Airbnb 需求甚殷，最近日本政府便通过法例，规定所有 Airbnb 经营者只要向地方政府登记，就可以每年放租不超过 180 天。如果 Airbnb 能提供更多“另类选择”，让外地旅客有机会感受本港一些特色居住文化，诸如村屋生活，本身亦是一件好事。随着本港人口老化，一些独居私楼大单位的退休人士，也可能希望出租长期闲置的房间予旅客，一来帮补收入，二来也可为单位添加“人气”，毋须浪费住屋资源。既然政府希望发展深度旅游，提供多元化旅游体验，Airbnb 在本港无疑有一定发展价值，然而必须提防唯利是图者钻空子。

综观外国经验，不少政府都关注投机者但求谋取更高利润，囤积单位租予短期游客而非长期租客，导致房屋供应更为紧张，推高租金楼价，例如柏林市政府便立法规定，不能将整个单位或房屋租予外地旅客，只准出租房间，违者将重罚。目前本港 Airbnb 平台提供的，很多都不是“闲置”单位，个别集团式无牌旅馆经营者，手上随时可能握有多个放租单位，对他们来说，“共享经济”、“分享闲置资源”等漂亮理念，不过是营销包装策略，挂羊头卖狗肉。对于这类经营者，当局应当严厉打击。

共享经济是国际趋势，政府必须研究立法规管 Airbnb，清晰界定民宿，对于假借“共享经济”之名钻法律漏洞的集团式无牌旅馆，应当从严处理；对于每月只出租单位数天、没有背离“共享闲置资源”初衷的放租者，则应从宽处理，甚至还可引入证书制度，确保民宿质素。针对 Airbnb 问题，不少外国城市都根



《酒店旅游信息采编》2017年8期月刊 总第100期

据全年出租日数，制定监管规则，例如伦敦规定每年只能出租90天、阿姆斯特丹规定只能出租60天。有关做法值得特区政府参考。



民宿走到“十字路口” 爆发式增长面临盈利困局

信息来源：经济日报 作者：冯去予 毕悦

消费升级以及资本大规模介入，使城市民宿发展得如火如荼。然而，在迅速发展的同时，设计定位趋同所带来的利润空间狭窄，使不少专业人士认为城市民宿业正在大幅亏损，难以为继。站在十字路口，城市民宿何去何从？有关专家认为，专业化和特色化是行业发展的助推器。

曾经如火如荼的城市民宿市场，如今走到了十字路口。过去两年资本的大规模介入，使行业迎来了爆发式增长。据不完全统计，从业人员已近百万。在较为乐观的预计中，行业营业收入在2020年有望达到400亿元。

不过，民宿在快速发展的同时也带来诸多非议之声，尤其集中在对行业盈利的质疑。甚至有观点认为，95%的民宿都在亏损、难以为继。

城市民宿真的难以为继，还是正处在迎来曙光前的关键盘整中？记者采访了有关从业者和行业专家。

“民宿业的兴起，与消费升级密切相关”，广西师范大学旅游与服务管理系副主任谢耘在接受采访时指出，民宿针对的主要客群是城市里的繁忙人群，一般会建在客群驱车3小时范围内。

民宿也满足了人们日益增长的社交需求。谢耘告诉记者，开展各项社交活动，民宿是很好的载体。“比如去民宿开展‘分享会’‘摄影展’‘美学交流会’‘瑜伽’等等，满足了城市人群的社交需求。”

在杭州锦舍酒店管理有限公司首席执行官陈卓看来，民宿业的兴起主要是消费升级推动的。“当标准化产品成为基本需求时，人们就会追求个性化，追求标



准化所不能达到的东西。在这种情况下，整个市场消费就面临着需求的推动，民宿也变得火热起来了。”陈卓告诉记者，“这是住宿行业的表现形式，在餐饮行业出现的目标客户相对小众的特色餐馆，也是一种表现形式”。

民宿业带动的延伸消费，成为吸引各方资本进入的重要理由。“做民宿讲的是情感连接，很可能形成一个社群，推动后续延展消费。”谢耘表示，“组成社群的人群是有共同兴趣爱好的，可以组织许多活动，从而推动衍生消费。不少资本看中这一点，进行相应的投资”。

谢耘指出，现在很多风投都看到了民宿行业的潜力，最主要是看到了容易做“分享经济”“粉丝经济”的热点。此外，整个产业上下游供应商的共同参与和推动，也是民宿火热的重要推手之一。

同质化严重导致可替代性强

民宿在大量迅速发展的同时，设计定位日益趋同，可能逐渐丧失其个性化

快速成长的民宿业也面临接踵而来的问题。在专家和行业人士看来，一方面是触碰到了政策和法律的天花板，另一方面则是设计定位趋同所带来的利润空间狭窄。盈利问题，成为越来越多民宿客栈面临的难题。

“很多地方的政策是在市场推动下逐步完善，在地区政策完善之前我们基本不会进入这些市场。”陈卓告诉记者，政策落地过程中会出现一些反复，对民宿企业来说风险较大。

陈卓同时认为，地区政策应该会尽快落地，并越来越详细。“比如杭州对于民宿的审批流程非常完善，多少间房以下要走什么样的审批流程，多少间房以上又怎么审批，都有明确的规定。”陈卓表示，目前市面上存在许多不合法民宿，在卫生、治安、消防方面存在诸多隐患，未来，政策完善是大趋势。

在谢耘看来，目前民宿业面临的最大问题在于同质化趋势。“民宿在大量迅速发展的同时，可能会逐渐丧失其个性化”，谢耘告诉记者，丧失个性化的结果



是产品入门快、生命周期短，很快就会到成熟期，然后逐渐走向衰退期。“很有可能接下来就会出现房价的降低，因为这些产品可替代性非常强。”

从自发成长走向专业发展

民宿行业的未来发展，尽可能地凸显专业和特色成为各方共识

对于民宿业未来的走向，如何尽可能地凸显专业和特色成为各方共识。

“行业化、连锁化、品牌化”，在谢耘看来，这3方面是民宿行业未来发展的趋势。在陈卓眼里，民宿业会朝着专业化方向发展。“最早的民宿，寻求一种比较轻松的生活方式来经营。经营者都是以自己对住宿的需求和理解去做产品。现在民宿得到了各方关注，就一定要往专业化方向发展。”

陈卓指出，民宿业需要更多的专业化人才进入，使行业形成专业化基础。“我们也在引导大学毕业生学酒店等专业，毕业后走进民宿这个行业里来。”

“从本质上讲，民宿客栈重在特色空间打造、优质服务、当地自然资源以及由此形成的特定场景体验，并在此基础上对原有情怀和品牌故事进行延伸。”寒舍（北京）旅游投资管理有限公司副总经理高善萍告诉记者，让场景体验得以凸显，并最终形成民宿客栈的独特优势，也将成为未来民宿业发展的一种趋势。

在管理方面，从业者也有自己的思考。陈卓告诉记者，“我们都是做运营出身，所以未来希望以运营管理输出的形式，服务到更多民宿企业，帮助其形成自己的特色”。



潘石屹：毛大庆说我们走偏了 可我们还没开始走！

信息来源：21世纪经济报道

“走偏了的人总看着别人走偏。”SOHO中国董事长潘石屹带着他惯有的狡黠式微笑说。他回应的是优客工场创始人毛大庆，因为有记者告诉潘石屹，“毛大庆说你们走偏了。”

在调研全国共享办公市场、走访杭州南京等城市后，8月16日，潘石屹召开SOHO 3Q城市拓展招标会，宣布SOHO 3Q全国拓展计划，锁定第一批城市北京、上海、杭州、南京，并且公布了拓展合作的具体标准和条件。按照潘石屹的说法，SOHO 3Q的扩张采用租赁合作模式，用招标方式拓展，像采购土地、钢材一样去采购适合的项目，从而实现快速大规模发展。

同样曾经身为开发商的潘石屹和毛大庆成了共享办公的同行。作为号称同样“做过大生意的人”，潘石屹认为，共享办公处在婴儿期，拿着几万个座位比规模很可笑。

记者将这段话转给毛大庆。毛大庆回应称，“我从来没说过（SOHO 3Q）走偏。”2015年以来，大量小微创业企业迅速成长，短短几年间，共享办公需求得以快速增长。每个新兴领域发展初期，跑马圈地的扩张是获得行业话语权的重要方式，共享办公也不例外。

克而瑞研报显示，截至2016年末，联合办公空间运营商已超3500家，提供超过10万张工位。高力国际统计数据 displays，目前北京有860家共享办公中心，上海235家。

共享办公市场似乎极具想象力。毛大庆预计，共享办公将是一个2000多亿的市场。预计到2020年，中国经济排名前20位的城市，商业和写字楼面积将达到3亿平米，其中30%转化为共享空间，不一定是办公室，也可能是共享教育、医疗、剧场。



在共享办公领域，目前以优客工场和 SOHO 3Q 最引人关注。优客工场规模最大，由毛大庆发起成立于 2015 年 4 月。目前，优客工场宣布完成 PRE-C 轮融资，是中国联合办公首个达到独角兽级别的企业。

截至 2017 年 6 月，优客工场在全球 25 座城市布局了 88 个共享办公空间，包括北京、上海、中国香港、中国台湾、新加坡、纽约、旧金山、伦敦等。其官网显示，目前优客工场已开业 19 个城市，拥有 29886 张桌子，入驻 36584 家企业。

相比之下，同样专注共享办公的 SOHO 中国步伐有些缓慢。SOHO 中国提供的数据显示，SOHO 3Q 经过两年多发展，目前已成为北京、上海最大的共享办公空间，拥有 19 个项目、17000 多个座位。

这是潘石屹上述话语的语境。他认为，共享办公目前还处在婴儿期，只有几万个座位的时候，比谁大（指规模）没有任何意义。“我们都是做过大生意的人。三五年后看，有 50 万、1000 万个座位的时候，这才叫做生意，才谈的上影响中国。今天只是在实验室探讨生活方式。”

对于潘石屹的上述说法，毛大庆表示，“其实我们刚交流过，我同意正在探索期。共享办公对未来的新动能培育意义重大。非常希望与潘总多交流。”

谁在走偏？

虽然毛大庆否认他讲过 SOHO 3Q 走偏这句话。但在发展初期，SOHO 3Q 与市场上绝大部分共享办公模式不同。

共享办公模式公认起源于 2010 年美国最早的众创空间 WeWork。WeWork 起步时，用折扣价格租下整层写字楼，然后进行二次设计，再以工位为单位分租给初创企业。该模式成为国际众多共享办公平台后来相仿的标杆。

然而，与共享办公模式不同的是，作为早早转型持有型物业的开发商，SOHO 3Q 初期的共享办公全部来自自持物业，而非租赁。而毛大庆的优客工场与 Wework 模式相同，这也是毛大庆及业内人士认为潘石屹的 SOHO 3Q “走偏”原因。

对此，潘石屹解释，“共享办公刚刚发展起来，正确的路在什么地方，我们也在探索。SOHO 中国就是沉下心来，用两年时间思考，不要急急忙忙开一个再开一个。你去的都是深思熟虑过的，你的产品、服务都是市场需要的，而不是头脑中想象出来的。这点是我做了 20 多年生意最重要的感受。”



潘石屹还“补刀”说，“很多聪明人是做不了生意的，因为太聪明了，头脑中的东西太多了，只有头脑清零，完全面向市场，一个城市一个城市去看，了解市场变化和发展趋势，人们对办公的要求发生什么变化才可以。”

不过，基于两年探索，SOHO 3Q 决定“走出去”，将共享办公模式扩张到全国。潘石屹表示：“我们将采用整租合作模式，用招标的方式进行拓展，像采购土地、钢材一样去采购适合的项目，这种公开透明的方式也将帮助 SOHO 3Q 实现快速大规模发展。”

在本次招标会现场，SOHO 3Q 公布了拓展合作的具体标准和条件，其中两点特别值得关注：合作项目规模要大，面积要在 4000 平米以上；保持 SOHO 中国的一贯风格，合作项目的位置要好，优先考虑城市黄金地段及地铁周边。

招标会上潘石屹还透露：京沪宁杭四地的拓展只是第一阶段，未来 SOHO 3Q 会开到更多城市，规模上将有数量级的增长。

显然，潘石屹的 SOHO 3Q 与毛大庆的优客工场殊途同归。不过，值得关注的是，靠赚取差价的“二房东”并非想象中的那么好做，共享办公领域目前争议最大的是盈利模式。在共享办公市场，一些企业因为人才缺失、盈利模式不明确、资金、管理等问题，出现了良莠不齐的状况。目前，包括艾可士、地库、Mad Space 等联合办公已经开始停止运营。

潘石屹对盈利模式也没有清晰账本。他表示，“价格随行就市，只要能够赚点钱，多点少点。比起房地产的利润来说，SOHO 3Q 赚的钱都是少的，我们的目标就是让它有一个平衡，再把规模做起来。”



窝趣 CEO 刘辉：公寓初心依旧 伟大地走下去

信息来源：迈点公寓 作者：郭德荣 邱娟

(迈点公寓讯 郭德荣、邱娟)都说做公寓的都会有一点个人情怀，窝趣创始人&CEO刘辉也不例外。在遭遇了黑中介，经历了糟糕的租房体验后，寄托了其最大希望的窝趣在两年前孕育而生。“每个人都应该有自己的初心，而我的初心就是为年轻人提供一种新享乐生活方式”。

在8月10日的“原力·共振——2017窝趣品牌战略发布会”上，一向低调的刘辉分外“高调”。他先是公布获得了58同城领投的pre-A轮战略投资5000万元，随后又首次向外界谈论了窝趣品牌的品牌理念、运营成果以及战略布局。这一切的背后，到底是为什么？

做租房者最满意的公寓品牌

最痛苦的时候，刘辉选择前往西藏，一呆就是二十天，想明白了回来接着干。谈及这两年来窝趣创业史，刘辉感叹其所遇到的困难并不少。然而，在目前的中国，消费者对于租房的满意度仅为20%。房东发布的行业数据显示，品牌公寓的整体客户满意度维持在48%左右。显然，这样的数字并不尽如人意。

在窝趣，客户的感受是第一位的，这已贯穿在这家初创企业的DNA里。在窝趣，员工入职以后，第一阶段是理解和认同价值观。“所有的利益冲突都必须以客户利益为第一原则。”通过一个月的严格培训，“责任”、“乐趣”、“创新”等关键词将被深深烙在每一位员工的心中。第二阶段，窝趣才会让员工熟悉基本的运作标准和岗位操作。通过高强度的培训，不仅能够解决员工思想上、操作上和能力上的问题，最重要的是让整个团队运作变得高效。

而今，在窝趣，客户的满意度已作为品牌的出发点和运作方式在经营。窝趣把非常低频的公寓消费，切分成一个个时间节点，并将服务评价汇总起来进行测算，每一家分店的每一个业务人员服务指数好不好一目了然。“这个对于一线的工作人员有着非常大的作用，他们的奖金高低以及绩效好坏与之密切相关。”



“消费者的核心价值是最重要的。我们依据消费者的价值观去推导他们喜欢什么，在产品和服务上要什么。”和一般公寓先推出产品看客户喜欢与否、再大批量生产的方式不同，窝趣将所有结果都直接指向客户。“价值观匹配了，他们才会认同你的产品和服务；如果价值观不匹配，那就什么都不会认同。”

正是出于价值观的坚定落实和客户至上的品牌理念，在窝趣现有的几万名会员中，其客户满意度达到88.99%，超越绝大多数品牌公寓。入住率方面，75%的门店月出租率达到95%，50%的门店月出租率为98%，16.6%的门店月出租率甚至是100%。也就是说，除了部分新店，窝趣的房源基本都要靠排队来预订，这已被窝趣内部视为“习惯性现象”。

做投资者最放心的公寓品牌

原来有一个业主，计划拿100-200间房来做公寓项目。经过窝趣方面的专业测算和分析显示，如果业主投资1000万元的话，十年租期内的利润率将达到25%。然而，就是这样一个看起来非常挣钱的机会，几个月后业主却选择了自动放弃，改做了物业承租。“大家都说这个行业不赚钱，我们对公寓又不是很了解，不敢冒险把项目投进去”。

显然，为二房东提供专业的意见和建议，帮助他们一起把公寓市场做大，已是势在必行的出路。“别人在抢物业或者往上加价的时候，我们将整合二房东、加盟商的闲散房，来规范和升级这个市场。”

迈点研究院(MTA)数据显示，中国公寓品牌监测数达到300多家，市场占有率目前仅为5%左右，未来最高将达到15%-20%。也就是说，将来还有80%的市场空间还亟待升级，而这些闲置房大多是分散式的。基于现有的品牌运作能力，窝趣希望跟更多的二房东、业主以及开发商一起来把公寓市场做大。

“选址的时候，我们会就整个项目报告做顾问式的服务，内容涵盖地段有什么优劣势，客源在哪里，未来定价多少，每间房投资多少等；施工过程中，我们会重复跟进，派技术力量现场指导；最后，我们还会派运营团队提供包括现场招租、品牌宣传等在内的运营支持。”换句话说，只要业主看好这个市场，决定干这件事情，其余方面完全可以交由窝趣全权打理。

而在发布会现场，刘辉提出的窝趣三大行动计划中，在谈到“投资人需求深耕”中，其“项目合作保底计划”则让投资者再无后顾之忧。据悉，通过窝趣对



项目的考察、判断和预测能力，在对项目进行测算后，即可与合作方确定项目保本年限。“假如预测该项目4年回本，如4年内不能回收投资，缺100万窝趣就补偿投资人100万，缺200万就补偿200万”。在刘辉看来，这种看似豪放的“赌博”，正是对投资者最好的承诺。

遵循铂涛集团一贯“品牌先行”的理念，发展两年即成为专业品牌公寓运营商的窝趣，目前已拥有两大产品线：针对90后都市白领的“轻社区”以及主打轻奢享的“服务式公寓”。“我们将深挖白领公寓市场的客户服务，提供个性化的家政、无人便利店以及定制化的社交和商品，继续在服务的品类种类方面深挖。我们将加强服务式公寓的服务程度，推出24小时服务，它的价格会比原来更高。”开发商在买楼的时候，一般会承诺3%-4%的保底；而窝趣把他变成服务式公寓后，可以很轻松达到8%。

除了经营优势，在运营品牌方面，窝趣自认技高一筹。第一，体现在**品牌定位**上。通过品牌包装和不断推广以及实践落地，能让品牌的张力更强，让消费者听到这个品牌就能联想到一种舒适、快乐、有趣的生活方式。第二，把管理的项目和品牌要素通过管理、运营去落地，能够让项目的**产效**比别人高一些。

“后台的IT系统、会员管理系统、供应链管理体系，都是窝趣的核心优势”。58集团副总裁、安居客COO叶兵表示，基于58集团的互联网入口优势和新成立的WeHotel超1亿酒店会员体系，加持后的窝趣将在长租赛点上具备足够的“**潜能**”、“**互能**”和“**赋能**”。

刘辉深信，通过接下来的“**深耕一公里**”品牌战略，专注于公寓品牌和运营提升，深度挖掘，通过对关键资源的整合，共振发力，窝趣将实现持续价值和效率的提升。所谓“深耕”，就是精耕细作。在农业方面，耕地耕得更深，其得到的结果就是农作物长得更好，成活率更高，结出的果实更多。而现场发布的窝趣“3+2”战略平台，提供了品牌整合营销、运营、IT系统三大管理方案，以及金融、房屋销售两大解决方案，将一站式地解决公寓投资者、运营者难点。

“58集团2017年年初曾提出‘N+模式’，而窝趣正形象地印证了这一拼图的未来可行性”。在叶兵看来，长租公寓运营的关键点无外乎资金、资源、运营和系统。在资金层面，除了58同城的5000万元领投资金支持，接下来还有恒天财富的10亿产业基金保障。在资源层面，窝趣已与广电地产(集团)达成战略合



作，已经开启资产管理行业合作的序幕。在运营层面，58系房产渠道和铂涛旅行的客源将全部引流到窝趣，前者每天在线找房人员数达到3000万，后者APP的DAU达到60万、微信粉丝也有1500万之多。

“我们在核心管理、IT技术、运营连锁会比别人强那么一点，所以一直以来都在做轻资产，把这块的能力不断增强，然后其他优势就自然而然来了。”刘辉透露，窝趣目前一个门店的营业收入中21%左右来自非房租，主要包括物业管理、商品和社交服务；同时，窝趣的直营项目目前所占比重仅为10%-15%，绝大部分属于加盟店。

“坚持专注在品牌运营管理能力，打造软实力的平台，窝趣会一直坚持下去。”谈及未来，刘辉信心坚定。“‘做中国最优秀的品牌公寓运营商’，不只需要的是初心，还要有服务、感动等这些曾经打动住客的酒店利器。”而这些，或许正是公寓市场差异化竞争下，窝趣与生俱来的优势和品质，也是长治久安的奥妙所在，迈点网副总裁丁晓宇如是总结到。

Q: pre-A轮融资前后花了多长时间，为什么领投的是58同城？

A: 确定意向和投资细则都很快。之所以选58同城，主要是因为战略上匹配。对于窝趣来讲，钱不是问题，我们可以通过和一些基金以及银行来合作。打造核心竞争力，把运营、客源以及服务搞好，这才是最重要的。在这方面，58同城十分匹配。

Q: 这笔5000万元的“巨款”，接下来将具体用在哪些版块？

A: 主要会用在人才的引进、IT技术的进一步升级以及门店规模的进一步扩大上。但是，依然会坚持轻资产的运作模式，通过品牌运营能力的增强，整合市场上闲散的二房东等资源，共同促进公寓行业的发展。拼价格拿房子的事情我们不参与，坚持走自己的差异化竞争发展之路。

Q: 除了现有的白领公寓和中高端服务式公寓，未来会推出新品类吗？

A: 看市场变化。我们会坚持自己的企业价值观，先把已有的两个品牌搞好，两块产品并存、协同发展。白领公寓已有两年的经验，马上到第三年；服务式公寓希望更完善一点，再进入其他的市场。但是，这两个产品将在两个不同的体系内运作，除了BD共用，其他包括运营、服务等团队都是只专注于一个产品的。未来，服务式公寓会尝试接纳半个月到一个月的客户，进行长短租结合发展。



Q: 近日，恺信、寓居、YOU+强强联合，魔方成为V客第一大股东，公寓市场地震频频，对窝趣将有什么影响？

A: 对于窝趣没有影响，我们是差异化发展。魔方和V客之间是魔方用资金去购买了另一家公司，在这个层面上，我们就一直没有大量持有资产。公寓行业未来进入并购的可能性比较大，而且会促进公寓行业发展，大家共同进步。另外，就恺信和寓居而言，目前没有正面的对碰，未来的窝趣服务式公寓将聚焦于二线城市进行发展布局。



英媒：租住一晚近万元！十大海边短租度假豪宅盘点

来源：参考消息



英国《镜报》盘点了全世界度假胜地的十大沿海短租豪宅，从历史悠久的堡垒、洞穴房屋到改造灯塔，这些豪宅充满设计师的创意。当然如果游客想要追随好莱坞一线明星(比如乔治-克鲁尼)的脚步，到意大利著名的阿马尔菲海岸欣赏绝美的风景和有如水晶般的蓝色海面，甚至可以选择海岸边悬崖上的城堡。



推荐榜第一位：英国康沃尔郡 St Ives 小镇的 Black Moon 海滨公寓。游客可以从这间公寓看到 Bamaluz 沙滩的美景，客厅的落地窗让绝美的海景一览无遗，客厅中间还铺设了玻璃地板，透过玻璃能直接看到沙滩。这间公寓租住的价格为每晚 232 英镑(1 英镑约合 8.81 元人民币)。



推荐榜第二位：日本关东地区的 Tokyo Yurt (东京帐篷)。这座舒适的帐篷属于 Reef Break 度假村，坐落在郁郁葱葱的绿色山谷里。游客在这里可以坐



享太平洋无与伦比的景色。同时游客也能在这里享受专业级的按摩和针灸治疗，甚至可以在林间做瑜伽，感受大自然。租住帐篷的价格为每晚116英镑。



推荐榜单第三位：海峡群岛泽西的 Kempe Tower。为防止法国军队入侵，英国人于1834年在岛上建了这栋塔楼(防御堡垒)。如今，这栋塔楼已摇身一变，被设计师改造成海滨别墅，里面电气装修非常现代化，甚至还配备厨房可供住户自行准备菜肴。游客从这里还能看到 St Ouen 海湾，在这么特别的堡垒住一晚上价格也不便宜，约326英镑。



推荐榜第四位：意大利阿马尔菲海岸的 Positano 城堡。这座城堡坐拥地中海有如水晶般璀璨的蓝色大海美景，而它的锻铁楼梯让住户感觉身处《权力的游戏》片场。谁能有幸住在这里，可能要称霸朋友圈。阿马尔菲海岸也是乔治·克鲁尼等超级巨星的度假首选地，这也意味着住在海岸附近价格不菲，比如住在这座城堡每晚的价格高达 1035 英镑。



推荐榜第五位：苏格兰刘易斯岛的 Eagle Bay 度假小屋。这栋小屋建在高



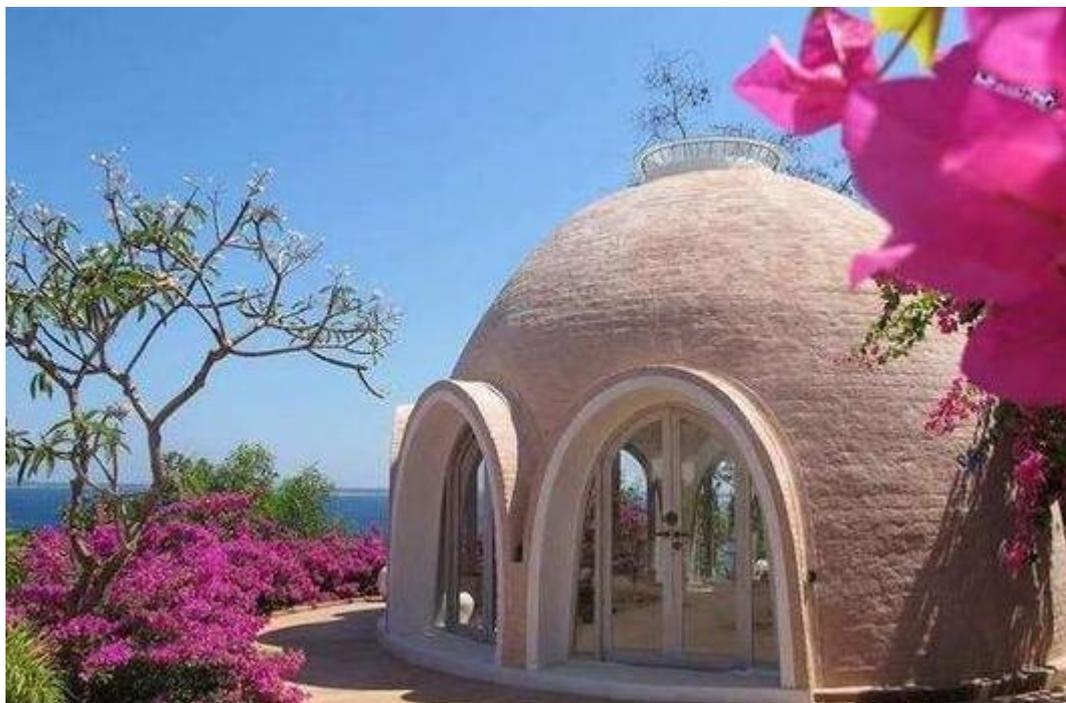
低不平的石头地面上，不远处就是大海。住在这里感觉就像走进了一个未曾被发掘的奇妙世界。“冒险家”们可以骑自行车探索岛上的奇观，也可以到海边钓鱼，而喜欢宅的人可以在图书馆里享受读书或欣赏电影的宁静时光。



推荐榜第六位：克罗地亚 Pula 的 Lighthouse 度假别墅(灯塔度假别墅)。这栋别墅由一座灯塔改造而成，非常适合情侣或新婚夫妻度蜜月。这里很安静，情侣可以不受打扰地欣赏壮美景色，享受浪漫时光。日落时分，他们可以在门廊依偎着欣赏落日，不用担心单身人士充满羡慕嫉妒恨的围观。这里每晚的住宿费为 125 英镑。



推荐榜单第七位：海峡群岛泽西的 Barge Aground (搁浅驳船) 度假别墅。这栋小屋建于 1930 年代，坐落于泽西的 St Quen 海湾，从小屋能直达沙滩。这栋小屋里有两间卧室，最多容纳 6 人。租住小屋的价格为每晚 230 英镑。



推荐榜单第八位：印度尼西亚龙目岛的 WisDome 度假别墅。这栋别墅引人注目的圆顶外形将它和其他度假别墅区分开来，它坐落于龙目岛上的一个小村庄，



非常宁静，景色也是赞赞哒，只不过价格不是特别美丽。住在这里每晚要花461英镑。



推荐榜单第九位：威尔士 Coedkernew 的 West Usk 灯塔别墅。这栋别墅也是由灯塔改造而成，在其屋顶上竟然还修建了一个温泉池。住户可从这里眺望 Bristol 海峡。别墅里有四间卧室，可容纳8人，所有卧室都自带卫生间。住在这里还有一个大福利，就是可以开着已有26年历史的劳斯莱斯(顶级豪车)出去兜风。



推荐榜第十位：希腊圣托里尼的 Oia 洞穴房屋。住在洞穴里可能听起来并不那么令人向往，但这座洞穴房屋有很多套系的元素。洞穴已经被改造得非常现代化，同时也保留着原始建筑特色。同时它就坐落在悬崖边，可以尽享海边美景。洞穴房屋里有两间卧室，能容纳四人，每晚价格为 276 英镑。



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8期月刊（总第100期）

投稿方式：yihmstsg@163.com

联系电话：028-87979509