

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 104 期

10-2 期

2017.10.15



目 录

业界动态	3
2017 国庆中秋旅游消费大数据报告.....	3
途牛《2017 国庆酒店消费报告》：用户愿为高品质买单.....	13
2017 亚洲油轮旅游行业发展报告.....	19
Airbnb 推出 Airbnb Select 着手提升房源质量.....	27
要闻精粹	30
行业要闻.....	30
布局全国打造新标杆 深圳首发特色小镇建设投资基金.....	42
舆论压力下的最大妥协 携程再次公布机票产品调整办法.....	43
明智的酒店不会一味的去迎合千禧一代.....	45
行家之音	47
方世宏：酒店行业需要怎样的业主.....	47
戴斌：破除对大数据的迷思.....	50
走进全球酒店	52
这七间油轮套房 足以媲美顶级奢华酒店.....	52



2017 国庆中秋旅游消费大数据报告

信息来源：中国旅游研究院

统计显示，十一日均旅游消费金额为五一的1.2倍，日均旅游消费人次为五一的1.6倍。其中日均旅游消费人次在今年6个节假日中排名第一。

《2017 国庆中秋旅游消费大数据报告》（下简称报告）基于银联商务大数据平台全量数据解读中国国庆中秋旅游消费特点，依托大数据手段助力国家旅游消费统计的深度研判分析。

报告通过“居民旅游消费”、“旅游消费贡献度”、“旅游先消费人群结构”、“旅游消费新趋势”、“旅游目的地选择”等指标，量化展现了旅游消费与经济发展、城市化进程、居民生活之间的联系。报告数据来源于银联商务目前服务的680多万商户、260多个服务性行业以及全国范围内18亿用户消费信息，涵盖省会、直辖市、计划单列市、二级地市、县域、农村等所有地区。

核心观点：

国庆中秋假日居民出游热情高涨。

在今年六个节假日中，国庆中秋假日日均旅游消费人数最高，为春节的2.5倍，五一的1.6倍。国庆中秋假日时间较长，气温舒适，居民出游意愿较高，带来更多的旅游消费。

中青年人群为旅游消费主力军

中青年人群体力充沛、经济状况良好，出游及消费意愿均较强烈，旅游消费金额占旅游消费总金额的75%以上。其中青年人群消费人数最多，中年人群人均消费最高。

旅游消费变革升级

随着全域旅游理念的深入，人民生活水平的提高，旅游消费加速变革升级。体现为高端酒店需求上涨、民宿客栈等非标准住宿行业消费份额上升、特色餐饮收到追捧。

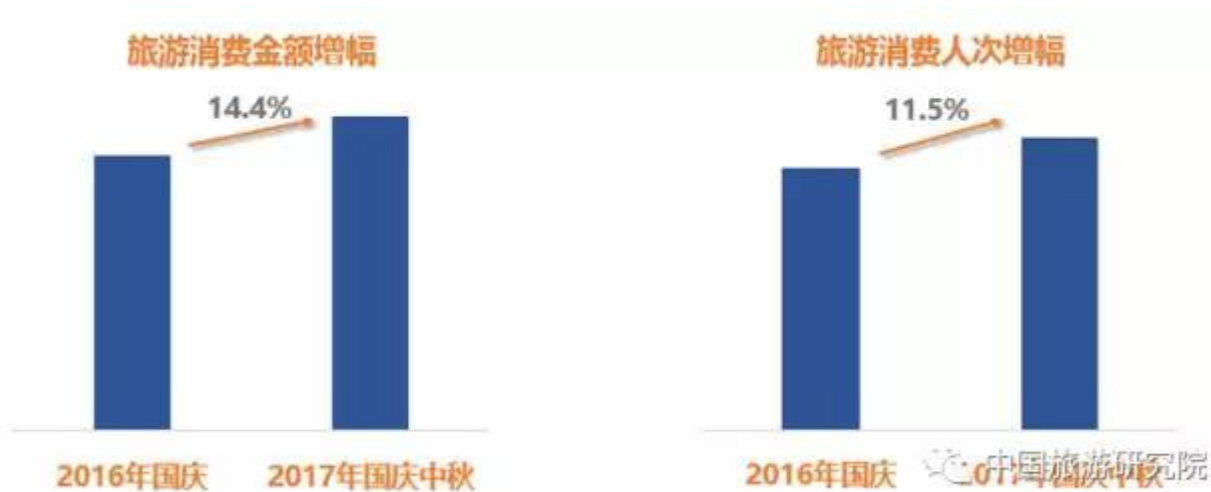
目的地选择趋向多元化。



八天假期让中长线游成为首选，居民旅游目的地辐射较广，各类型景点均受到欢迎。

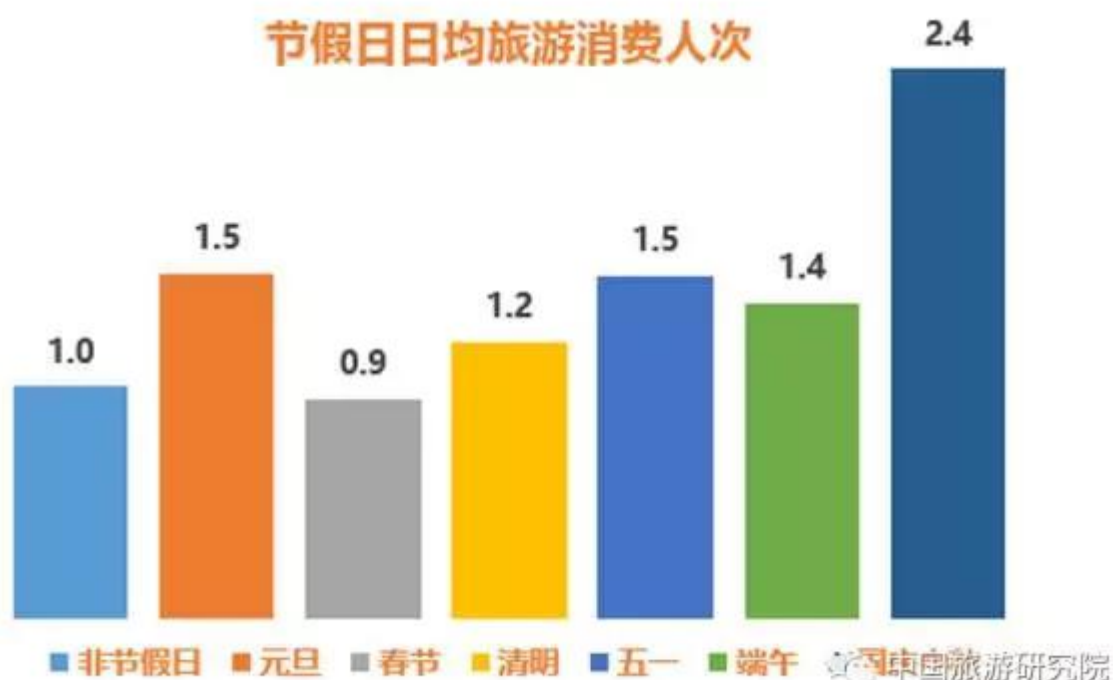
一、旅游大数据——大众旅游消费持续火爆

1、百姓出游热情高涨，假日消费节节攀升



2017年国庆、中秋佳节双节喜相逢，假期叠加形成8天“超级黄金周”，居民出游意愿较高，旅游需求旺盛，旅游消费金额及人次同比增幅均在10%以上。





今年国庆中秋，与五一相比，长假带来的消费热潮更热烈，日均旅游消费金额为五一的1.2倍，日均旅游消费人次为五一的1.6倍。其中日均旅游消费人次在今年6个节假日中排名第一。



旅游消费高峰为假日第三天。从假日前一天开始旅游消费笔数持续增长，于假日第三天达到峰值后逐步下降。

2、东南沿海地区居民消费热情最高



2017国庆中秋居民外出旅游消费热力图



东南沿海地区居民经济基础良好，交通便利，出游意愿较强，其中广东、江苏、山东外出旅游消费人次位于全国 TOP3。

2017年国庆中秋居民外出旅游消费人次 TOP10 城市：上海、北京、郑州、武汉、南京、苏州、广州、深圳、长沙、成都。

2017年国庆中秋居民外出旅游人均消费金额 TOP10 城市：上海、北京、温州、杭州、深圳、广州、上饶、绍兴、三亚、无锡。

二、旅游贡献度——旅游拉动经济

1、综合贡献度



旅游对消费综合贡献度



《“十三五”旅游业发展规划》目标之一，截至2020年，旅游业对餐饮、住宿、民航、铁路客运业的综合贡献率达到85%以上。

分析银联商务大数据，今年国庆中秋假日旅游对泛消费行业综合贡献度已超过70%，在三个重要节假日中，贡献度低于春节，高于五一。

2、分行业贡献度



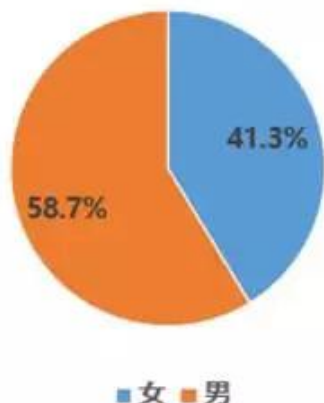
2017年国庆中秋假日旅游消费对餐饮、娱乐、住宿、购物四个行业的贡献度均在5成以上。作为生活性服务业的重要组成部分，旅游消费为拉动相关行业经济做出了重要贡献。

三、旅游消费人群结构

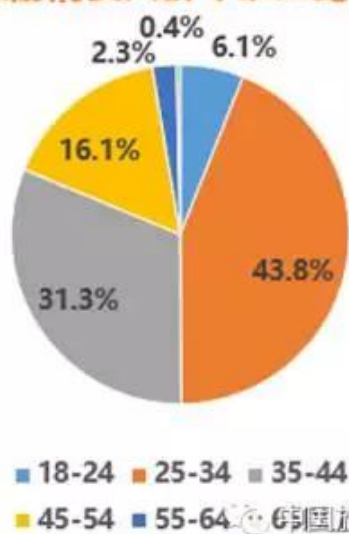
1、中青年人为旅游消费主力军



旅游消费人群性别比例

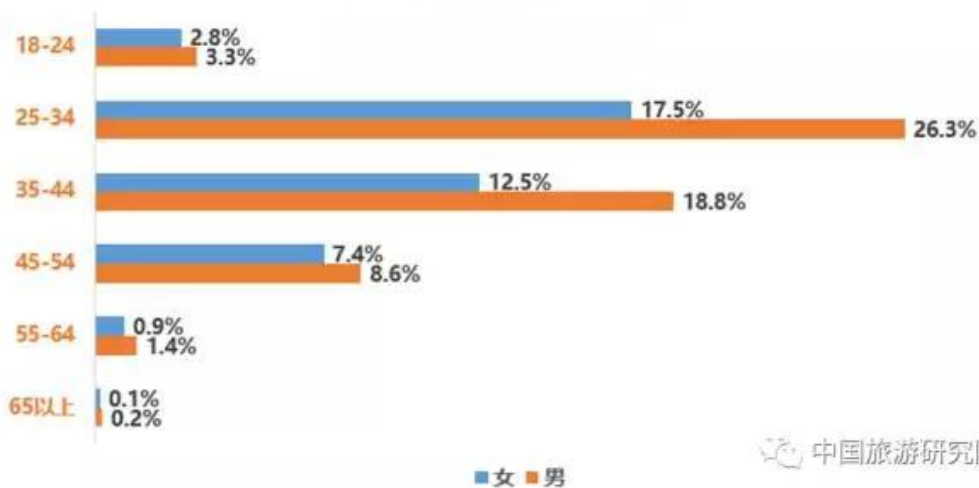


旅游消费人群年龄段比例



旅游消费人群中，买单男性多于女性，其中年龄段在 25-34 岁的人数最多，45-54 岁的人均消费最高。

不同人群旅游消费金额占比



25-34 岁的男性游客贡献了最多的旅游消费金额，超过总金额的四分之一。

四、消费新趋势

1、旅游消费变革升级

- o 高端酒店需求上升



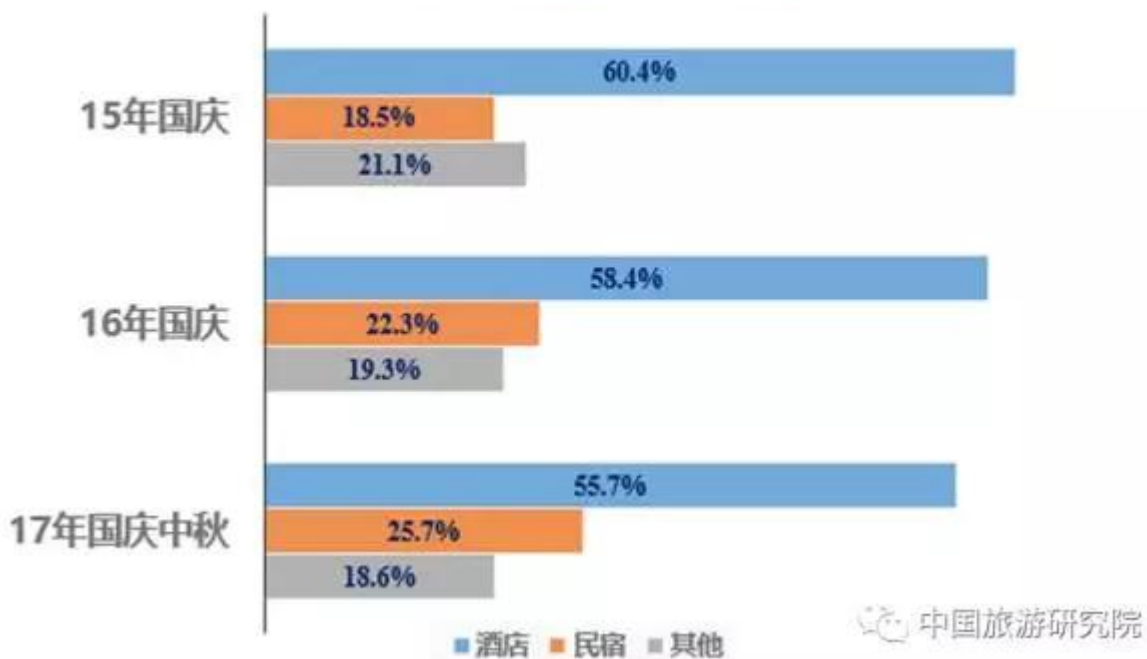
各档次酒店消费人次占比



国庆旅游消费，中高档酒店需求量上升，休闲游、品质游趋势凸显。

o 民宿消费份额提高

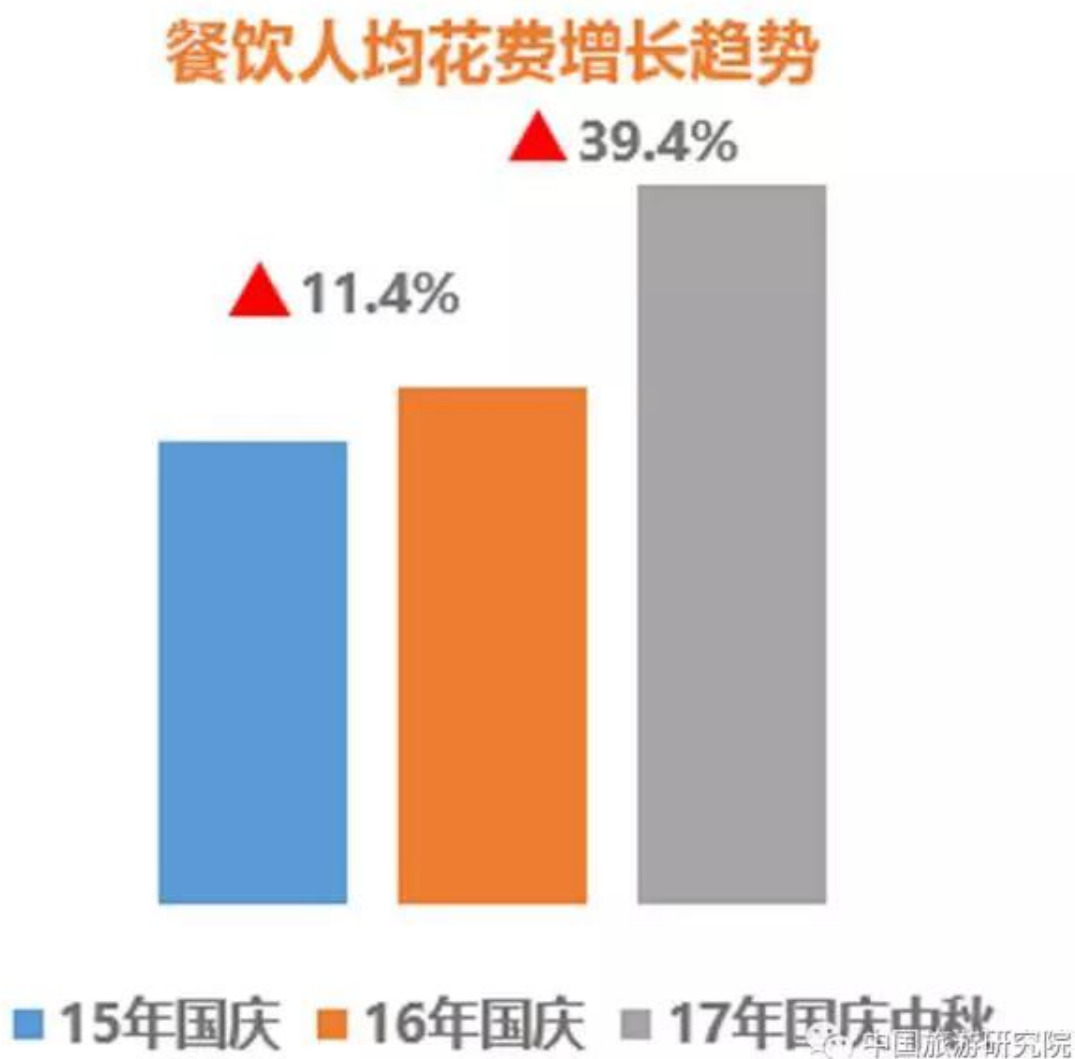
各类住宿业消费人次占比





各地以全域旅游理念促进供给侧结构性改革，民宿、民居、乡居、短租等共享住宿业态受到欢迎。

o 特色餐饮受到追捧

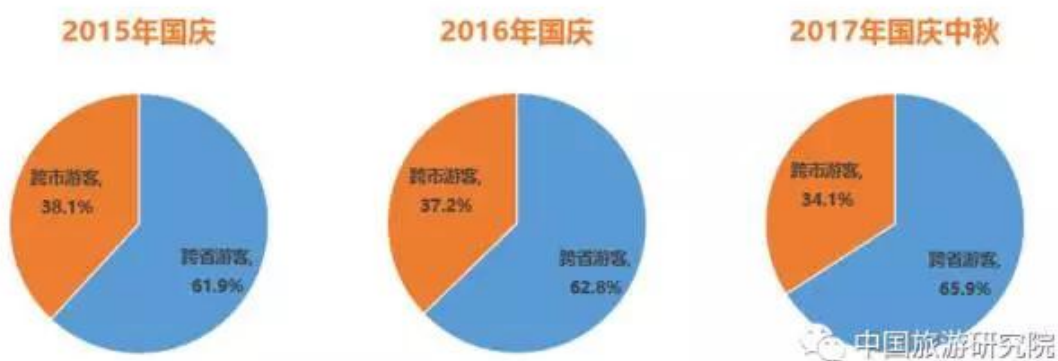


餐饮消费逐年上升，美食成为游客选择旅游目的地的重要因素之一。

餐饮消费热门城市 TOP10：成都、重庆、杭州、厦门、扬州、南京、乌鲁木齐、深圳、青岛、包头。

2、中长线游成主流

o 跨省游客比例逐年增长



今年国庆、中秋连休形成八天超级假期，激发了居民的中长线出游热情，游客中跨省游客人数较前两年呈上升趋势，占比达近三分之二。

3、目的地选择多样

(1) 热门目的地



2017年国庆中秋假日旅游消费热门目的地辐射范围较广，华东、华中、华南、东北地区旅游消费热度均较高，其中热度TOP10城市均为知名旅游城市。

旅游消费热度TOP10城市：上海、北京、深圳、广州、杭州、西安、南京、呼和浩特、厦门、重庆。



(2) 跨省游热门目的地

跨省游，内蒙古、新疆、四川等地自然风光秀丽，虽然景区距离城市路途较远，仍为节假日内消费热度最集中目的地。

跨省游热门目的地城市 TOP10：北京、成都、呼和浩特、贵阳、厦门、三亚、桂林、乌鲁木齐、西安、呼伦贝尔。

(3) 跨市游热门目的地

跨市游，山东、江苏、辽宁等地开发的周边特色主题旅游产品、乡村农家乐等，为消费热度最集中目的地。跨市游热门省份 TOP10：广东、山东、江苏、河南、湖北、福建、浙江、湖南、四川、辽宁。



途牛《2017 国庆酒店消费报告》：用户愿为高品质买单

信息来源：途牛小喇叭

报告显示，今年国庆中秋“超级黄金周”出游，酒店预订高峰较去年提前近半个月，国内和国际高星酒店预订量占比分别高达59%、67%。

10月10日，途牛旅游网对外发布《2017 国庆酒店消费报告》，对国庆期间酒店市场消费情况进行了系统分析。

报告显示，今年国庆中秋“超级黄金周”出游，酒店预订高峰较去年提前近半个月，国内和国际高星酒店预订量占比分别高达59%、67%；江苏、上海、北京等地用户酒店预订热情高；人民币升值带动出境游，泰国成为境外酒店预订最热门目的地；与此同时，国内浙江、江苏、广东等地酒店预订最热门；酒店类型方面，亲子酒店关注度暴增，客房爆满已成常态。

江苏人酒店预订量居首 更多用户愿为高品质买单

今年“十一”黄金周，连续8天的假期让很多人从8月下旬就开始规划出游。与往年相比，今年国庆酒店预订高峰提前了将近半个月，不少酒店在9月初就被早早地预订一空。





在国人消费升级的大背景下，以酒店为核心要素之一的休闲度假产品日益受到消费者青睐。如今，越来越多的用户愿意为高品质的酒店和入住服务买单。途牛旅游网大数据显示，今年“十一”黄金周期间，国内高星酒店的预订量占比为59%，国际高星酒店的预订量占比为67%，较往年均有所提升。在酒店类型的选择上，豪华型酒店最受用户欢迎，约占整体酒店预订量62%。



80后、90后占主导 移动端订单占比高达90%





从酒店预订人群特征看，80后、90后依然是国庆酒店预订大军，预订量占比分别为44%、35%，其中，部分90后对特色民宿和主题酒店等情有独钟，80后更多倾向于度假酒店；从预订用户性别看，女性用户占比与男性基本持平；在预订渠道方面，移动端占比为90%，远超其他预订方式；从入住时间看，1-3晚的酒店订单量占比为65%，4-6晚订单量占比最大，为24%，6晚以上为11%，9月30日至10月5日是国庆酒店入住高峰时段；从酒店预订客源地看，江苏、上海、北京、广东、浙江、湖北、天津、辽宁、四川、山东位居前十强；从酒店入住人群看，亲子家庭用户较多，在家庭游出游热潮催动下，国内亲子酒店关注度也暴增，客房爆满已成常态。



今年8月，为帮助用户避开酒店价格上涨的高峰期，提前抢到心仪的酒店，途牛特别启动了“酒店节狂欢趴”活动，在国庆前给用户带来更多优惠和让利。其中，国内酒店和境外酒店均有早购优惠，同时，“爆款早抢购”、“红包嗨翻天”、“抽奖赢免房”、“连住超省钱”等众多活动，进一步助推了国庆期间酒店的火爆预订。

人民币升值带动出境游 泰国成为酒店预订最热目的地

在我国护照“含金量”持续上升和出境直飞航班日益增多等多重利好因素影响下，选择出境旅游的人数规模逐年上涨。国家旅游局数据显示，2017上半年，中国公民出境旅游人数达6203万人次，比上年同期增长5%。

伴随着出境游的快速发展，境外酒店的预订也逐渐火爆，尤其是节假日期间部分热门目的地酒店更是一房难求。值得注意的是，近三个月以来人民币大幅升值，超市场预期，进一步提升了人们的出境游热情。途牛旅游网大数据显示，今年国庆中秋假期，出境游酒店预订方面，排在前十名的目的地分别为泰国、日本、



马来西亚、新加坡、菲律宾、印度尼西亚、越南、美国、澳大利亚、阿联酋,老牌热门目的地依旧人气爆棚。在境外酒店选择方面,除了度假休闲之外,星级酒店、品牌酒店、海景酒店等也是用户乐于选择的酒店类型。



今年7月份,途牛已与洲际酒店集团等20多家高端酒店集团达成合作,在强强联合的基础之上,途牛全球酒店资源进一步扩充,酒店及度假产品的丰富性也得到大幅度提升。目前,途牛可提供的酒店超过74万间,实现了全球主要旅游目的地的全覆盖,为国庆期间的出游用户提供了丰富的酒店预订选择。

国内南京、杭州等地酒店爆满 亲子酒店大受欢迎

在出游热潮带动下,国庆长假期间国内酒店预订量同比大幅增长,南京、杭州、西安、厦门、青岛等城市知名景区周边的各大酒店几乎爆满。途牛旅游网大数据显示,浙江、江苏、广东、北京、陕西、四川、上海、山东、海南、福建分别位列国内酒店预订热门目的地前十。



从国内酒店预订情况看,度假休闲类的酒店占比最高,特色民宿和主题酒店等也十分受欢迎。此外,家庭用户占据了较大比重,亲子酒店广受家庭用户青睐。



国庆期间，珠海长隆企鹅酒店、珠海长隆马戏酒店、广州长隆酒店、大连发现王国度假酒店、上海玩具总动员酒店、上海迪士尼乐园酒店等均人气爆棚。对于很多用户来说，长假期间举家出游不仅能休闲放松，还有助于培养亲子关系，一举两得。

亲子酒店关注度高 客房爆满成常态

热门亲子酒店

- 珠海长隆企鹅酒店
- 珠海长隆马戏酒店
- 广州长隆酒店
- 大连发现王国度假酒店
- 上海玩具总动员酒店
- 上海迪士尼乐园酒店



2017 亚洲邮轮旅游行业发展报告

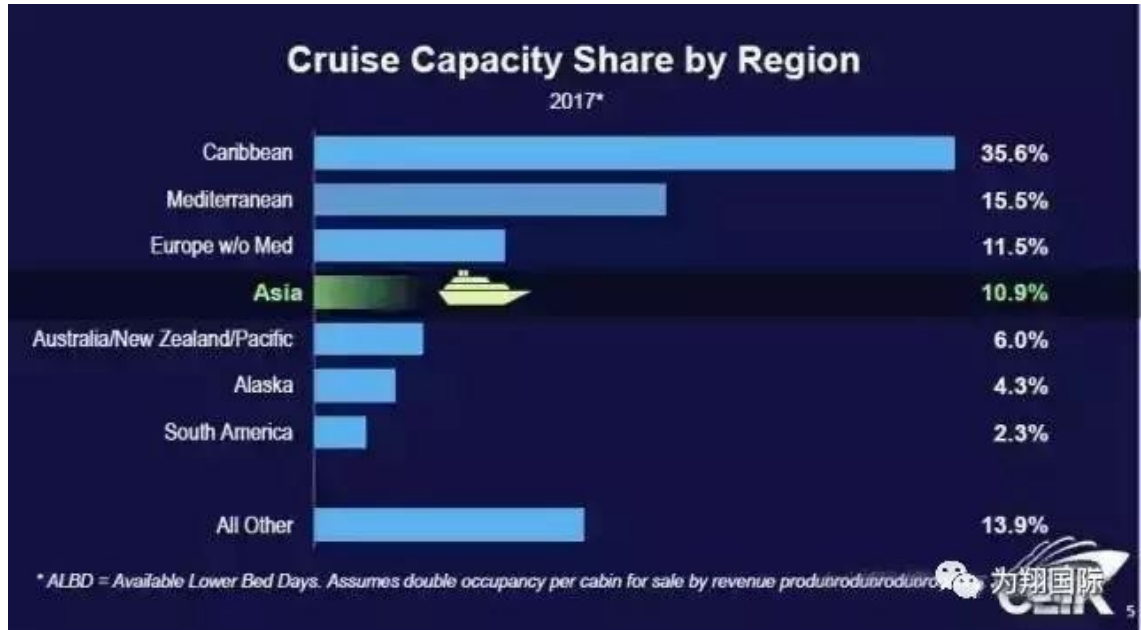
信息来源：邮轮课堂

近几年，邮轮业已成为现代旅游业中最活跃，发展最迅猛的产业之一，被成为“漂浮在黄金水道上的黄金产业”。

纵观邮轮市场，虽然国际邮轮旅游市场主要集中在北美和欧洲。但随着国际邮轮产业将重点转向亚洲尤其是中国内地这一新兴市场，亚太地区邮轮发展迅速，增长速度已高出世界平均水平。



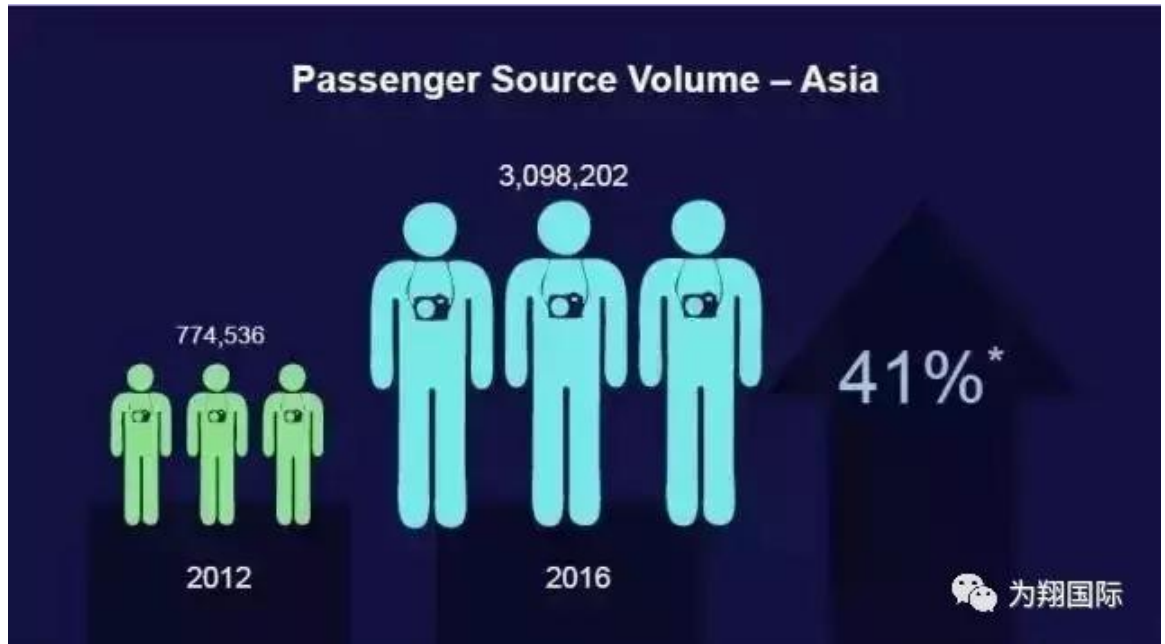
2017年亚洲市场共部署66艘邮轮，共2086航次，累计航海日为10196个，邮轮乘客为424万人次。



亚洲占据全球 10.9 的市场份额



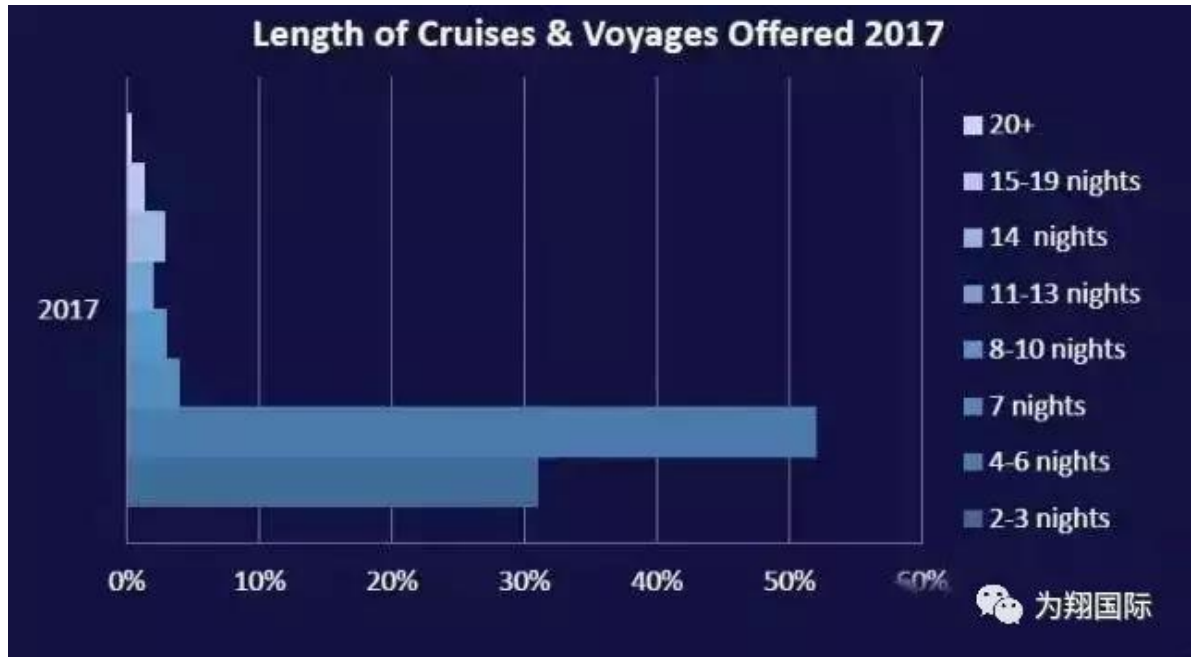
比 2016 年增长 23%



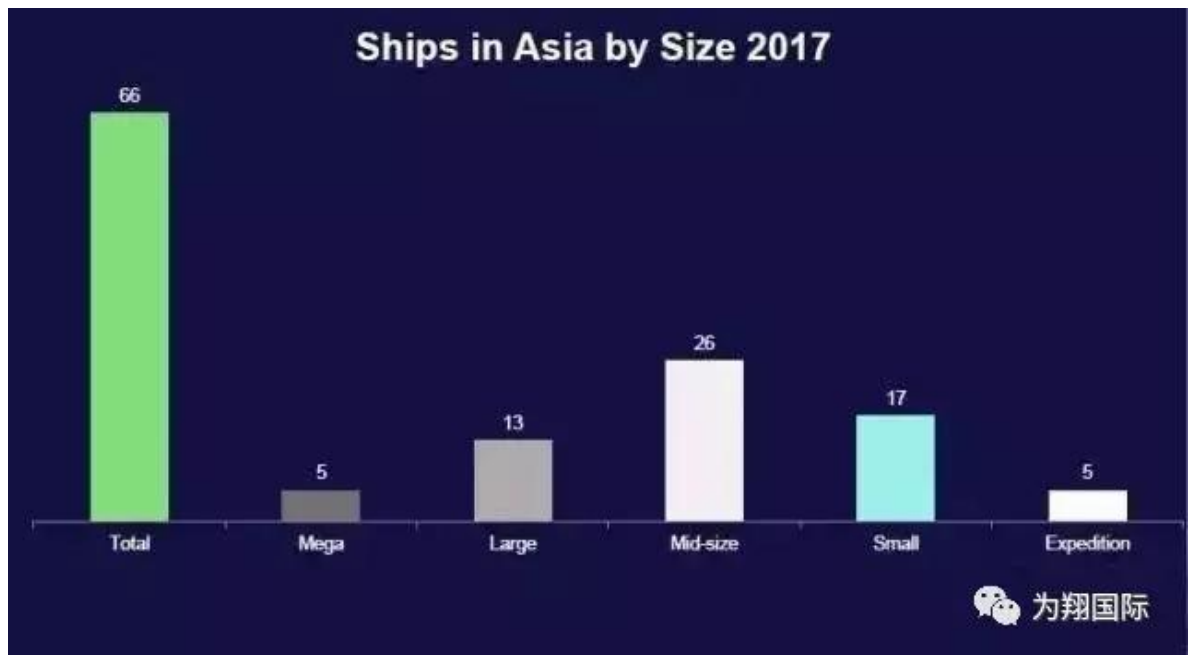
2016 年全年邮轮乘客为 3098202 人次



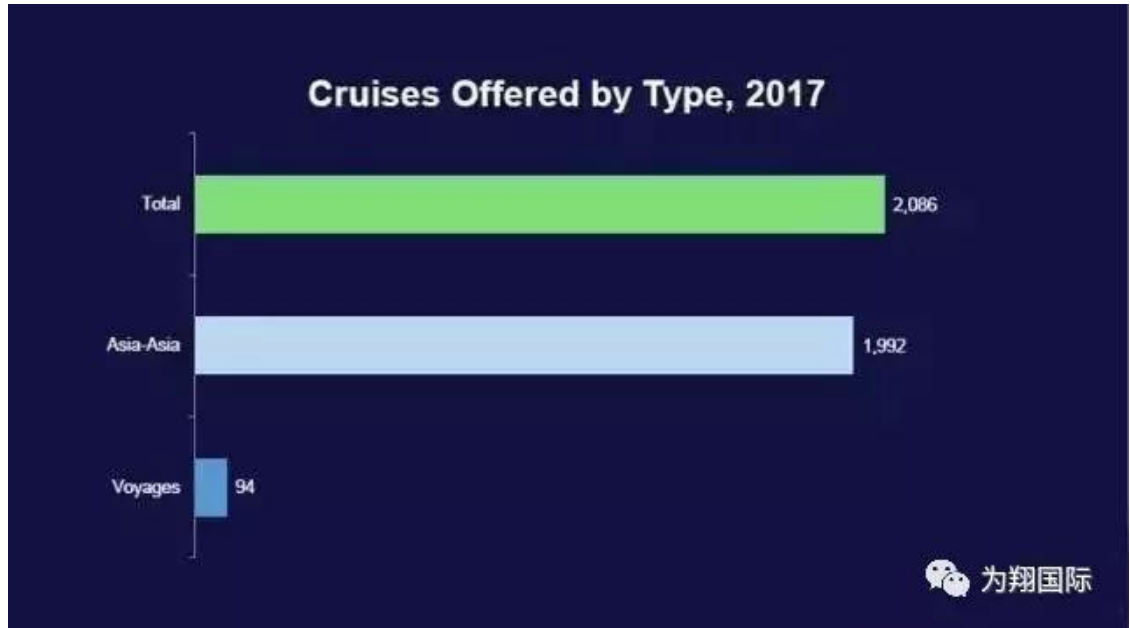
共有 35 个邮轮品牌活跃在亚洲市场，停靠港口 7196 次，共 294 个亚洲港口



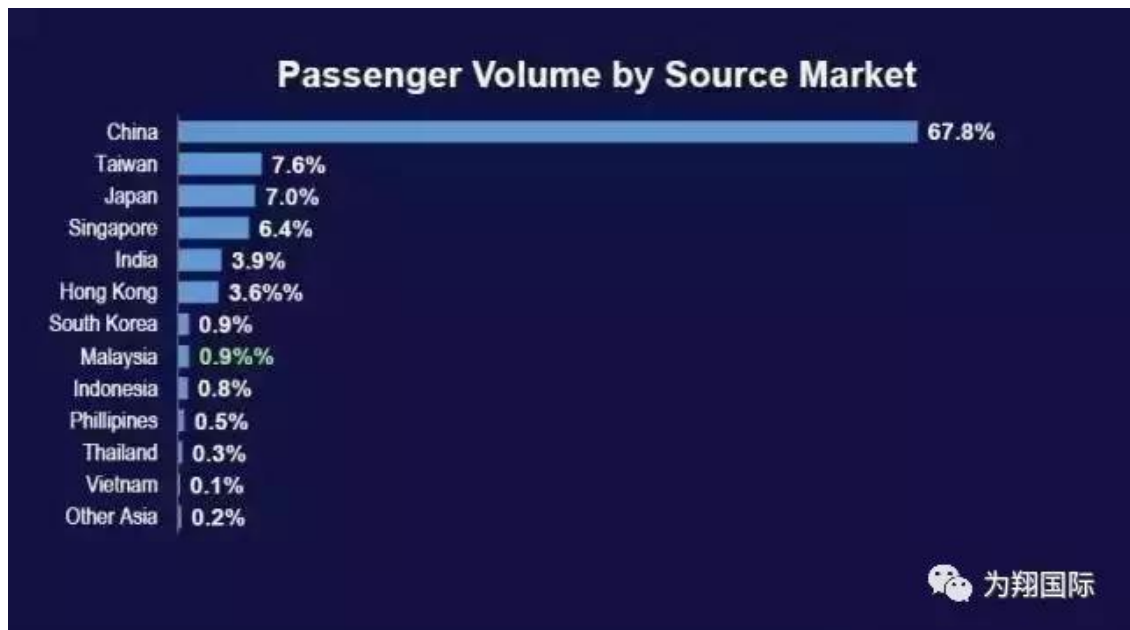
以 4~7 晚的航次为主



按巨型、大型、中型、小型和探险类邮轮分布。



亚洲区域内航次为主



中国市场乘客占据了亚洲 67.8% 的市场份额



90%的乘客是在亚洲内巡航观光



亚洲内的航次和乘客增长幅度



亚洲乘客海外航次分布，55%去了欧洲邮轮航线。



亚洲合计 18 个国家 294 个目的地。



日本的母港停靠占据了最大的份额。



最多的访问港口是上海港。



Airbnb 推出 Airbnb Select 着手提升房源质量

信息来源：环球旅讯

Airbnb 的 CEO Brian Chesky 一直都在表示他的遗憾之一是没有以严格的标准要求房东确保房源的质量。现在，Airbnb 计划推出一个可以专注精选房源的计划，在继续与房东保持密切合作关系的前提下，它正在努力进行风险管理并推出高标准服务。

Airbnb 新推出的产品是 Airbnb Select，该项目将提供经过审查或者由公司改造的租赁房源。秉承颠覆传统酒店业务的初衷，Airbnb Select 是 Airbnb 定位高档租赁蓝图的一部分，也是一个重大的进步。这个项目可以吸引那些不想冒险留在陌生人家中的客户。然而，标准化产品和服务也可能会削弱 Airbnb 的独特个性和入住体验。同时，高端租赁也意味着维护房源需要更高的成本。

重点：

新的 Airbnb 服务注重严格审查房源质量

房东可从 Airbnb 获得预支款改造房源

专注高端房源可能会造成其他定位的房东的流失

The Information 获悉，Airbnb Select 允许房东从 Airbnb 获得预支资金用于房屋改造(例如装修浴室等)，待获得预订收入之后再偿还预支款项。

Airbnb 计划在 2018 年小范围试点推出 Airbnb Select 项目，随后再将其房源扩展到数十万个(Airbnb 目前共有超过 400 万个房源)。知情人士透露，由于目前仍处于试运营阶段，有关 Airbnb Select 项目的许多细节会随时调整。彭博社已经报告过有关的一些细节。

Airbnb 新举措面临的风险之一是对房东的额外要求太多，这可能会造成房东的流失。近几个月来，Airbnb 一直在计划与旧金山、洛杉矶和芝加哥等城市的数百名获得高星评级的“房东”(在平台上出租其整个房屋或房屋空余空间的用户)举行会议并向他们介绍 Airbnb Select 项目。房东需要和摄影师兼质检员检查墙壁上是否掉漆，还需要征询室内设计师推荐不同的抱枕等细节问题。



接受 The Information 采访的四位房东表示，该项目的一些内容已经激怒了受邀的房东。比如：对房东获利的说明模糊不清、与摄影师兼质检员以及设计师关于房屋装饰的交流十分耗时。其中一位房东担心，随着 Airbnb 不断提高对房源质量的要求，客户亦将相应提高预期，从而对房东的评论更加严格。

Airbnb 认为这种担忧不无道理。在招募“全球房东标准和管理经理”时，Airbnb 表示正在寻找能够确保房源质量标准的管理人员，同时要求不得因为品控而造成房源锐减、“避免房东的重大流失”并且“要求房东持续保持房源的质量”。

瞄准新的客户群体

除了面临挑战，Select 项目对 Airbnb 也有明显的好处。制定房源标准可以吸引尚未体验过 Airbnb 服务的客户。目前，Airbnb 的估值已经达到 310 亿美元，部分原因在于其房源价格通常比酒店便宜得多。Airbnb 下一步进行 IPO，需要借助类似 Select 之类的项目，吸引更多愿意在住宿、体验和其他旅游需求方面花钱的旅客。预计 Airbnb 今年将会实现约 25 亿美元的收入。

Airbnb 面临的另一个难题是如何实现 Airbnb Select 项目房源和其他更加高档房源的差异化。今年上半年，Airbnb 投入了约 2 亿美元收购位于加拿大蒙特利尔的豪华度假公司 Luxury Retreats，增加了小部分的高档房源（例如托斯卡纳 2500 美元一晚的别墅）。另外，Airbnb 还在努力扩大发展豪华房源，重组公司架构，使其豪华公寓短租服务“Lux”品牌成为独立部门。

Airbnb Select 项目的房源不一定全是奢侈等级的。一位受邀参与该项目的房东只提供了公寓里的一个备用卧室而并非全套公寓；另一位加利福尼亚州帕萨迪纳省的房东 Van-Martin Rowe 则列出了每晚收费 200-250 美元的两间客房。

Airbnb Select 项目是 Airbnb 加强控制房东运作模式迈出的最大一步。

当然，也有许多房东欢迎 Airbnb Select 项目的实施。今年早些时候，Airbnb 高层邀请 Rowe 与洛杉矶地区大约 15 位房东一起讨论了该项目。Airbnb 高层表示，Select 可以帮助房东增加收入和曝光度。

竞争对手



除去对房源质量的把关，Airbnb在Airbnb Select项目的其他方面很灵活。他们不要求房东将房源标注为“即时预订”，虽然这通常是Airbnb和客户喜欢的(因为这样省去了等待确认的麻烦)。

Airbnb Select项目是Airbnb力求保证房源质量并加强房东管理的最重要的措施。自成立以来，Airbnb一直都在寻找方法促使房东(或是拥有房源的空巢老人、或是房地产专业人士)保证高质量的房源，这些房源可能是最受欢迎的高级房源，也可能是仅需一张桌子和Wi-Fi的商务办公空间。值得一提的是，Airbnb Select项目不再设置在线上平台展示房源的某些标准要求。

多年来，类似亚马逊等其他电商平台一直奖励其线上卖家满足快速发货等标准，同时也惩罚那些不符合标准的卖家。亚马逊也向成千上万平台卖家提供资金支持。和许多企业家一样，Chesky欣赏亚马逊CEO Jeff Bezos，并曾经就如何重组Airbnb的内部组织架构的问题咨询过他的意见。

目前，Airbnb Select项目已不属于Airbnb的“民宿”业务，民宿业务暂时由Chesky和Airbnb的资深产品主管Vlad Loktev管理。一名知情人士透露，Airbnb仍在寻找一个可以经营民宿业务的负责人。现在，民宿业务部门正在着手开展一项近期宣布的计划，该计划将在佛罗里达州开发一个Airbnb品牌公寓。The Information上个月已就此发布过相关报道。

Airbnb Select项目有助于Airbnb将美国和欧洲度假租赁业务拓展到大城市以外的其他地区，例如山区或海滩城镇，这些市场目前由Expedia旗下的HomeAway或Priceline旗下Booking.com主导。据两名消息人士称，Airbnb Select将帮助Airbnb在这些市场实现扩张。(本文编译自The Information Xenia编译)



行业要闻

整理编辑：何筱寒

1、大连金石滩鲁能希尔顿度假酒店任命总经理

信息来源：迈点网

近日，大连金石滩鲁能希尔顿度假酒店正式任命王军女士为酒店总经理。此前，她在万豪国际酒店集团旗下锦州喜来登酒店担任总经理一职。

王军女士拥有29年丰富的国际酒店管理经验，于1988年在洲际酒店集团开启了她的酒店职业生涯。王军女士凭借其丰富的财务知识背景和筹备新开业酒店的管理经验，于2010年6月就担任了丹东皇冠假日酒店经理一职。

几乎不到一年时间，她就被晋升为酒店总经理。在任职期间，曾支援成都皇冠假日酒店担任总经理一职。随后从筹备直至2016年5月酒店正式运营，王军女士均在哈尔滨香坊永泰喜来登酒店担任总经理一职。

相信凭借王军女士多年积累的专业知识和卓越的管理理念将助力大连金石滩鲁能希尔顿酒店创造辉煌的佳绩，让每一位宾客感受到酒店的热情好客与喜出望外的难忘体验。

2、凯悦酒店数据泄露 殃及中国18家酒店

信息来源：雷锋网

最近，全球11个国家的41家凯悦酒店支付系统被黑客入侵，大量数据外泄，而且这是自2016年1月后，凯悦酒店发生的第二次严重数据泄露事件。和中国有关的是，这次受影响最大的凯悦酒店数量位于中国，共有18家，泄露的信息包括持卡人姓名，卡号，到期日期和内部验证码。

凯悦酒店集团总部位于芝加哥，是一家酒店集团。据媒体2016年1月的报道，凯悦酒店集团第一次遭遇支付卡数据等信息泄露事件时波及了全球约50个国家的250间酒店，约占凯悦运营中酒店数量的40%。当时，知情人士向媒体表示，失窃的卡数据已进入黑市，并已经出现欺诈交易。



据 malwarebenchmark 称，这些未经授权访问的客户支付卡数据，是从3月18日至7月2日之间的在一些凯悦管理地点的前台，通过手工方式输入或刷卡的。而这次数据泄露的原因，是由第三方将含有恶意软件代码的卡片插入某些酒店IT系统，通过酒店管理系统的漏洞，获取数据库的访问权限，提取与解密后，获得用户的私人信息。

3、滨江集团正推进杭州300万平城中村改造 积极发展长租公寓

信息来源：观点地产网

10月12日，滨江集团在网上互动平台与投资者交流时表示，目前已和杭州中心14个村达成合作改造意向，或将扩储近300万平方米，同时未来将积极推进长租公寓计划。

据了解，交流会上有投资者问及目前拿地情况及未来扩张计划，滨江集团方面回应称，未来重点围绕杭州、上海、深圳发展，同时关注长三角富裕城市，未来或许也会将珠三角、京津冀以及西部地区纳入重点布局范围。

记者获悉，目前滨江集团货值为2000亿，今年将争取达到3000亿，并争取三年内货值实现4000亿，为2019年达成千亿目标及未来可持续发展做准备。

同时，滨江集团方面透露，其已获取了一宗杭州的村级留用地项目，此外还与杭州市中心14个村达成城中村改造意向，目前正在积极推进中，预计总建设体量接近300万平方米。

未来，滨江集团还计划推进长租公寓业务，力争成为杭州集中式长租公寓的市场龙头。

4、男子拒不实名登记还掌掴酒店服务员？

信息来源：澎湃新闻

一男子到酒店开房时拒绝实名登记，还怒扇女服务员一耳光。10月13日，武汉市公安局治安管理局有关负责人专程到该酒店，对被打的女服务员表示慰问并奖励500元。相关负责人告诉记者，打人的陈某已被行政拘留5日。

10月9日晚上9时40分许，汉口乔希尔加州花园酒店大厅里，一男一女到前台办理入住手续，女子出示了身份证，男子则没有。前台女服务员小陈告知：“按规定几个人入住就要几个人的身份证。”该男子极不情愿的掏出了自己母亲



的身份证。小陈表示：“按规定，酒店必须执行‘一客一登记、谁住谁登记’的实名制登记制度，请出示您本人的身份证。”

闻听此言，该男子开始骂骂咧咧起来。当小陈明确表示“没有本人身份证不能开房”后，该男子一怒之下竟隔着前台扇了小陈一耳光，酒店保安很快赶到制止，但该男子仍多次准备冲回去对小陈动手。酒店报警后，江汉区公安分局民意街派出所民警迅速赶到现场将该男子控制。

经警方调查，该男子陈某，今年32岁，仙桃人，有吸毒前科，因殴打他人被江汉警方依法行政拘留5天。

13日下午，武汉市公安局治安管理局有关负责人专程来到这家酒店，对女服务员小陈表示慰问，对该酒店严格执行实名登记制度予以高度肯定，同时带来了武汉市旅游协会饭店分会给小陈的500元奖励金。

上述负责人表示，按照有关法律法规，酒店旅馆等相关单位必须对住宿人员进行实名登记，住宿者有义务主动出示本人身份证，否则，相关单位有权拒绝提供住宿服务。

5、汉莎与柏林航空正式签订 2.49 亿美元收购协议

信息来源：民航资源网

当地时间周四，汉莎与柏林航空正式签订了一份总额2.1亿欧元(2.49亿美元)收购协议。汉莎将获得柏林航空大部分资产，从而进一步巩固德国第一大航空公司的地位。

柏林航空在一份声明中表示，汉莎收购的资产包括Niki航空以及LGWalter支线航空等，另外还包括20架飞机。

汉莎CEO Carsten Spohr周四早些时候曾对德国媒体透露，汉莎一共将接手柏林航空81架飞机以及3000名员工，这是其15亿欧元(18亿美元)的总体投资计划的一部分。

汉莎打算将这些资产投入到旗下廉航欧洲之翼的运营当中，加速欧洲之翼的业务增长。市场对于汉莎这一收购持积极态度，汉莎股价上涨超过3%，创下近17年最高。



柏林航空 CEO Thomas Winkelmann 表示：“这份协议给我们大部分员工带来了新的工作机会。不过只有在欧洲委员会批准这项收购后，我们才能真的静下心来。”

Carsten Spohr 之前曾表示，他预计这项收购将在 2017 年底前得到政府部门的批准。

不过，瑞安航空此前曾对汉莎和柏林航空的谈判表示不满，称将在“适当时候”就此事寻求欧盟监管部门意见。

德国反垄断机构 Federal Cartel Office 主管 Andreas Mundt 称，欧洲委员会将会仔细审核这项收购，德国有关部门也将密切关注。另外，柏林航空还透露，同易捷航空等其他竞购者就余下资产的谈判将继续进行。(Felix)

6、绿地设立康养产业集团 拟投资 200 亿建“康养居酒店”

信息来源：观点地产网

10 月 13 日，绿地控股发布了康养产业战略规划，旗下绿地康养产业集团于当日正式揭牌。

据了解，绿地康养将全面负责绿地“医康养”大健康核心产业平台建设，参与大健康领域的“医康养”产业项目的开发与运营，承担绿地健康养生示范区“康养居”建设。

根据规划，绿地康养将依托绿地房地产主业优势，致力于医疗产业、养老产业、健康管理产业发展，通过商业创新、管理创新、技术创新，以大数据驱动的全生命周期、全方位健康管理服务为纽带，打通医疗体检、旅居养老、健康保险、智能设备等健康产业上下游，建设一流的大健康产业生态平台。

记者查阅获悉，绿地康养居酒店首期将落子上海、武汉两地，三亚、成都、济南、郑州等地酒店也将于 2018 年内投入运营，两年内在全国一线城市、省会城市及周边、旅游度假区等区域开工 100 家，五年内在国内外形成 500 家连锁，计划总投资 200 亿元。

绿地康养相关负责人介绍，绿地康养的主打产品“康养居”将依托绿地遍布世界的地产主业优势，以社群为纽带，以“医康养游娱学”六大主题内容为特色，借助互联网、人工智能、物联网等先进信息技术和行业领先的高品质服务标准，构建“全托型”一站式旅居养老服务平台。



7、凯悦任命乔根才为成都群光君悦酒店总经理

信息来源：迈点网

近日，凯悦酒店集团任命乔根才先生（Johnny Kiu）出任成都群光君悦酒店总经理一职。

乔先生毕业于澳大利亚黄金海岸格里菲斯大学，于1986年以餐饮实习生开始了他的酒店职业生涯，曾就职于多家国际酒店管理集团，包括丽晶，日航，万豪，香格里拉，索菲特等，其工作足迹遍及香港，澳大利亚，印度尼西亚及中国多个大城市与地区。

在此期间积累了卓越的酒店管理经验以及坚实的酒店运营工作。乔先生于2013年4月加入凯悦酒店集团，就任于贵阳中天凯悦酒店总经理，武汉光谷凯悦酒店总经理，先后为酒店打下坚实的商业基础，创造了优秀的经济效益，并赢得业主信赖。

乔先生表示：“成都群光君悦酒店作为集团于中国四川省地区的首家君悦品牌酒店，在这里我深感振奋。我非常期待与成都群光君悦酒店各位同仁携手，带领酒店稳健提升发展，创造未来的辉煌业绩。”

8、日本星野度假村发布酒店新品牌 OMO 首店明年开业

信息来源：人民网-日本频道 作者：姚妍编译

据日本《Travelvision》报道，近日，日本星野度假村集团宣布将推出全新品牌“OMO”城市度假型酒店，以吸引来城市旅游的目标客户群。

“OMO”是星野集团旗下的第四大酒店品牌，新品牌酒店理念为“旅居只是旅途的开始，让旅途兴奋起来的都市观光酒店”。在品牌发布会上，星野集团虽然没有公布价格细节，但根据宣传人员的透露，新品牌酒店提供合理的价格，并非豪华型酒店。

作为OMO新品牌的第一家店，旗下的“旭川大型酒店”将易名改称“星野度假村OMO7旭川”，将于明年4月28日开业。新建的位于东京大塚的“星野度假村OMO大塚”将于明年5月9日开业，成为OMO第二家店。此外，今年3月份公布的2022年在大阪新今宫站前开业的酒店也将冠以OMO。

本月5日，星野集团已经开通了OMO官网，从11月15日起接受官网预订。



在发布会上，星野集团董事长星野佳路对新品牌“OMO”进行了全面性解读。“OMO”遵循“城市度假型酒店用心考虑游客需求，提供温馨服务”的品牌理念，以易读易懂易记的原则命名，并设计有“温馨暖人”的酒店商标。同时，以后缀数字的方式来表示酒店所提供的设施和服务级别，更明白易懂。“OMO”酒店的魅力还在于与当地合作建设度假村，感受地方的魅力。（编译：姚研

9、ONYX 酒店集团与 YOO 酒店及度假村合作拓展亚洲酒店市场

信息来源：迈点网

ONYX 酒店集团与英国集团 YOO 酒店及度假村 (YOO Hotels & Resorts) 达成协议，于亚洲管理及发展旗下的两个酒店品牌——YOO Collection 以及 Yoo2。

ONYX 酒店集团将于亚太区的主要城市及度假热点扩展此两 YOO 品牌的版图，协助 YOO Collection 以及 Yoo2 品牌进一步发展。首两家落户亚洲的 YOO 酒店分别位于普吉岛及巴厘岛，预计于 2019 年开业。

ONYX 酒店集团主席兼行政总裁马天乐 (Douglas Martell) 表示：“正值 ONYX 酒店集团扩展版图及进军全新市场和目的地之时，我们很荣幸能够与 YOO 酒店及度假村建立合作关系，将业务延伸至时尚酒店市场。我们期待着 YOO 以设计为主导的理念与我们丰富的区域管理专长相结合并擦出火花。”

YOO Group 主席 John Hitchcox 表示：“对于此次 YOO 酒店及度假村与 ONYX 酒店集团的强势合作，为 YOO 品牌于亚太区搭建一个卓越营运及发展的完美平台，我们感到非常兴奋。是次在多个世界上成长最快的酒店市场的拓展机会将把 YOO 与众不同的设计及入住体验带给更多旅客。”

YOO 是一家专门服务以设计为主导的物业及全球酒店发展项目的国际设计集团。YOO 品牌由著名房地产企业家 John Hitchcox 及国际设计师 Philippe Starck 携手创立，以“非凡的起居空间可以丰富生活”为品牌愿景，YOO 酒店及度假村受到此愿景启发，设立了两个时尚品牌：以豪华酒店为主打，融汇国际知名设计师的创意、超卓地理位置及个性化服务于一体的 YOO Collection，以及为本土魅力、地理位置及生活空间带来独特定义的高端酒店品牌 Yoo2。

10、昆明万达文华酒店任命马黎霞为市场销售总监

信息来源：迈点网



昆明万达文华酒店正式任命马黎霞女士为市场销售总监一职，她将全面负责酒店市场销售部的管理运营工作，包括商务市场开拓、宴会销售、会议统筹、市场推广，巩固与战略合作伙伴的关系。

马黎霞女士工作足迹遍布上海、江苏、浙江、昆明等地，对酒店业充满了热情。从事酒店行业15年，拥有丰富工作经验的她同时具备追求经营业绩以及提升团队素质的优秀特质。在加入昆明万达文华酒店之前，曾任职于洲际、喜达屋、万豪等国际知名五星级奢华酒店集团，积累了丰富的销售技能和市场管理经验，并拥有多年国际豪华酒店市场销售总监的工作经验。

马女士专业的销售技能和管理经验以及敏锐的市场洞察力将会是昆明万达文华酒店的宝贵财富；凭借其坚实的市场销售背景以及优秀的领导才华，我们坚信她将带领酒店销售团队不断迎接新的挑战，为酒店在激烈的市场竞争中带来更大的市场收益，创造新的业绩辉煌。

11、完成交割 中弘股份 4.12 亿美元收购高端旅游巨头 A&K

信息来源：晨哨并购

中弘股份宣布，公司境外子公司 Neo Dynasty 以 4.12 亿美元收购高端旅游服务公司 Abercrombie & Kent Group of Companies S.A. 90.5%股权事项已完成交割。

据悉，本次交易的卖方为衍昭公司。去年7月，中弘控股大股东中弘集团透过境外子公司衍昭，向 FORTRESS 投资集团下属主体收购 A&K 公司 90.5%的股权，并支付部分定金。之后受国内对外投资政策的影响，衍昭的股权受让给中国华融子公司 Massive Reward 及私募基金 RRJ Capital 旗下的 Forest Asset。去年9月该项收购完成交割，最终交割价格为 3.86 亿美元。

据了解，A&K 提供全球顶级奢华私人订制式的高端旅游服务。A&K 在全世界高端旅游享有较声誉，2015 年被评为世界旅游公司第二大品牌。

12、MCR 以 2750 万美元收购两家万豪品牌酒店

信息来源：晨哨并购

据《美国商业资讯》10月9日报道，美国酒店运营商 MCR 宣布，公司计划在犹他州李海收购两家万豪酒店（Marriott hotels）（NASDAQ:MAR）。此次的收购对象是李海的万怡酒店（Courtyard Lehi）以及万豪春丘酒店（SpringHill



Suites Lehi)，两家酒店均处于李海的商业休闲中心“感恩角”，收购价格约为2750万美元。

MCR 是美国国内第七大酒店服务运营商，公司旗下拥有10个酒店品牌，投资酒店94家，在24个州约有一万一千家酒店房间投入运营。

13、紧跟支付宝 中国银联加入住房租赁市场

信息来源：经济参考报

据中国银联官网11日消息，中国银联宣布与沈阳市房产局签署住房租赁服务平台合作协议，共同推动住房租赁市场建设，提升老百姓租房、用房综合服务体验。据了解，中国银联住房租赁金融服务体系，一端通过连接政府住房租赁平台对接租赁参与各方，包括房产开发企业、机构运营企业、出租人及承租人等；另一端通过银联标准接口对接各银行及其他各类金融机构的金融产品，让政府住房租赁平台通过一点接入，实现全部银行及各类金融机构的金融服务，达到“一点接入、全面覆盖”效果。

此次与沈阳市房产局签约的同时，银联正在积极加快与其他试点城市的合作进展，今年年内有望在12个试点城市全部实现服务开通。

14、建行向东投投放公租房租赁项目2.5亿元融资租赁款

信息来源：钱江晚报（杭州）

近日，建行浙江省分行营业部成功联动建信租赁，向杭州东部城市建设投资集团(以下简称东投)投放公租房租赁项目2.5亿元融资租赁款，助推住房租赁市场向好发展。

该部下辖杭州经开支行地处杭州经济技术开发区，园区内的外来务工人员、高学历人才人数较多，如何让这批人员安居乐业，是开发区政府一直着力解决的问题。8月底，支行了解到东投对公租房项目后续的建设运营有融资需求，便立即汇报上级行召开专题研究会，在确定相关方案的可行性后，第一时间与建信租赁取得联系。9月1日，在支行陪同下，建信租赁董事长亲自带领专家团队，与开发区财政局和东投进行会晤。随后三方就该笔业务的产品结构、放款金额等细节进行协商并达成一致。9月11日建信租赁正式申报该笔业务，不到10天就成功获得批复。

据悉，该开发区公租房项目届时可以解决1190户家庭的住房问题。



15、不按规定登记旅客身份信息 济宁一酒店被罚20万

信息来源：齐鲁晚报社

山东省济宁市任城区常青路一酒店不按规定登记旅客身份信息，而且在两次检查时均存在这种情况。根据《反恐怖主义法》的规定，任城警方给这家酒店开出20万元的罚单。

常青路派出所副所长蔡厚兵介绍，2016年12月，他带队对辖区酒店检查时发现，辖区一家酒店存在未按规定登记旅客身份信息的违法行为，当时警方依据《治安管理处罚法》规定，对这家酒店的前台工作人员处以200元罚款，并责令该酒店整改。

9月30日，任城警方再次对这家宾馆检查时发现，该酒店还是存在前台不实名登记和一人登记多人住宿的违法行为。当时一个房间住了一男三女，只有一个人登记了身份证。

连续两次检查出现同样的问题，拒不整改，存在安全隐患，任城警方根据《反恐怖主义法》第八十六条第二款规定，对这家酒店依法作出罚款20万元的处罚，并对其主管人员王某作出罚款2万元的处罚。

16、广州拟规定出租屋人均使用面积不得低于5平方米

信息来源：金羊网

正在公开征求意见的《关于广州市租赁住房标准的通知(征求意见稿)》显示，出租用于居住的房屋，承租人人均使用面积不得低于5平方米。

征求意见稿规定承租人人均使用面积不得低于5平方米，但承租人与同住人之间具有赡养、抚养、扶养义务关系及医疗护理等特殊情况的除外。租赁住房应当符合消防、燃气、结构、治安、环保等方面的标准和要求，并具备给排水、供电等必要的生活条件。

征求意见稿规定，不得按照床位等变相分割出租。租赁住房应当以原规划设计或经批准改建为居住空间的房间为最小出租单位，不得违反住宅设计规范对原房屋分割搭建后出租，不得按照床位等变相分割出租。原始设计为过道、厨房、卫生间、阳台、储物间和地下储藏室等原始设计为非居住用的空间，不得出租供人员居住。



《关于广州市租赁住房标准的通知(征求意见稿)》于10月1日至10月12日面向社会各界征求修改意见及建议。

17、挑战迪士尼 南京将建梅西主题乐园 2020年初开业

信息来源：网易体育 作者：张琳

梅西主题乐园将会在2019年建设完成，并且在2020年初正式开业。梅西主题乐园室内面积为46万平方米，室外面积约为12万平方米。除此之外，还有25万平方米的公共空间。

在家乡马德拉岛，C罗早就建立了个人博物馆。如今，梅西主题乐园将会在中国南京开工建设并投入运营。《阿斯报》报道称，梅西主题乐园将会在2020年初开业。

梅西主题乐园将会在2019年建设完成，并且在2020年初正式开业。梅西主题乐园室内面积为4.6万平方米，室外面积约为1.2万平方米。除此之外，还有2.5万平方米的公共空间。

西班牙的Mediapro公司，将与中国的凤凰集团一起运营梅西主题乐园。Mediapro公司是西班牙最著名的视频公司之一，该公司是西甲联赛的转播商。在梅西主题乐园中，虚拟现实和增强现实技术将会用于足球训练、娱乐活动，同时也被用于展示梅西在球场上的精彩表现。

作为主题乐园的标志，梅西给出他的期待：“我想为人们提供前所未有的体验，鼓励大家多参与运动。我希望当大家在主题乐园游玩时，能感觉我就在他们身边。”

Mediapro公司也给出表态：“梅西主题乐园会让热门沉浸于梅西的平行宇宙之中，景点和空间的结合，让人仿佛参与到了顶级赛事中。”凤凰集团则盯上了迪士尼：“梅西主题乐园会向迪士尼乐园发起挑战，我们将提供最前沿的科技，使得游客们沉浸在关于梅西的一切之中。”

18、移动支付兴起 美国酒店用微信支付宝吸引中国消费者

信息来源：参考消息

美国《洛杉矶时报》网站10月4日发表题为《洛杉矶连锁酒店将采用中国移动支付方式以应对旅游热》的报道，随着中国游客数量激增，加利福尼亚州



南部两家酒店宣布,将成为该地区最先使用中国移动支付方式——微信和支付宝——的酒店。

从今年12月开始,帝乐酒店罗迪欧大道店和日落大道店将接受通过微信和支付宝进行支付。这两个支付平台在中国合计拥有超过10亿用户,在中国移动支付市场处于主导地位。

近年来,微信支付和支付宝都寻求开拓海外市场。帝乐酒店罗迪欧大道店和日落大道店位于贝弗利山和洛杉矶。这两家酒店的经营者说,他们是该地区最先接受微信支付和支付宝的酒店。

帝乐酒店是一家总部设在洛杉矶的连锁酒店集团,旗下拥有三家高端酒店。该集团地区总经理亚当·西德纳姆说,接受微信支付和支付宝作为支付方式“将帮助帝乐酒店成为每年到访洛杉矶和贝弗利山的大批中国游客的优先选择”。

根据各自公司的数据,微信支付拥有超过6亿用户,支付宝拥有超过4.5亿用户。

近年来赴美中国游客数量激增,这主要得益于中国中产阶级的壮大。根据业内调查,纽约和洛杉矶是赴美中国游客最主要的目的地,这种状况将至少持续到2023年。

根据美国旅游协会的数据,与其他国家的游客相比,中国游客往往旅行距离更远,停留时间更长,而且人均消费在所有外国游客中最多,达到7200美元。

为更好地服务中国游客,加利福尼亚州南部一些酒店增加了特殊服务,例如,为每个酒店房间配置茶壶,以及在餐厅提供中国传统菜肴等。

19、吸引更多商务旅客 Airbnb 与 WeWork 将展开合作

信息来源:华立志 作者:宋凡夫

酒店可以提供一项大多数 Airbnb 私人短租房屋不能提供的设施:位置便捷的会议室和各种办公设施。为了弥补这一点,世界上估值最高的两家技术型初创公司——Airbnb 与 WeWork 即将展开合作,据知情人士透露,双方于本周四开始了一个试点项目,WeWork 将为 Airbnb 的游客提供传统酒店商务中心常见的设施,包括办公桌、Wi-Fi、打印机和会议室等,希望能够吸引更多年轻的商务游客。



试点项目将会在六个城市率先展开：芝加哥，纽约，洛杉矶，华盛顿，伦敦和悉尼。企业客户在 Airbnb 上租赁房间的同时，能够预订一个距离最近的 WeWork 办公室。Airbnb 和 WeWork 确认了合作伙伴关系，不过拒绝提供具体细节和发布日期或更多未来的计划。

商务旅行对这两家公司，都是一个非常大的市场。Airbnb 于 4 月份推出了一款针对商务旅行的搜索工具“Business Travel Ready”，游客能够通过该工具预订配有书桌和高速互联网的私人房屋，全球约有 25 万家公司与 Airbnb 签订了协议将使用该搜索工具。Airbnb 预计今年企业客户数量会增长 3 倍，但是想要说服企业高管去几个街区以外的公共办公空间似乎有些不现实。

当前估值约 200 亿美元的 WeWork 是世界上最大的共享办公空间供应商，为自由职业者，初创公司和不想签署办公室租赁协议的大型公司提供工作场所。Airbnb 目前的估值约为 310 亿美元，是世界上最大的房屋租赁服务商。两家公司都受到了很多年轻消费者的追捧，尤其是那些欣赏现代设计、愿意在陌生人的住宅居住或工作的年轻人。

20、希尔顿拟投资 5000 万在未来 5 年扩张非洲酒店市场

信息来源：迈点网 作者：Beverly 编译

希尔顿将在未来五年投资 5000 万美元用于“希尔顿非洲增长计划”，以支持继续扩大其在撒哈拉以南的非洲地区投资酒店。

这些资金旨在支持非洲市场约 100 家酒店 20000 间客房转换为希尔顿品牌酒店，主要为希尔顿酒店，希尔顿逸林酒店和希尔顿精选酒店。

“将现有酒店转换为希尔顿品牌酒店的模式在各个市场上取得了成功，我们期望通过将酒店转换为希尔顿品牌的这一举措为我们创造更大的机遇。”欧洲、中东和非洲发展高级副总裁 Patrick Fitzgibbon 在一份声明中表示。“这能使我们的酒店实现快速增长，并通过将业务扩大到更多的市场，满足国际游客尤其是我们 6500 万多会员的需求，为业主提供回报。我们在重点城市和机场看到巨大的潜力，并在度假村和旅游景点开发我们的产品。

我们拥有的品牌能够让业主灵活地选择适合自己的物业。我们已经签署了肯尼亚的首家希尔顿逸林酒店，签署了卢旺达的首家酒店，希望在今年年底之前签约酒店数量能够实现进一步的增加。



布局全国打造新标杆 深圳首发特色小镇建设投资基金

信息来源：深圳商报 作者：陈发清

10月12日，深圳市特色小镇建设开发控股有限公司、中证并购基金管理有限公司、福田金融+创新联盟，在中信证券大厦共同发起500亿特色小镇建设投资基金。同时，中信银行股份有限公司、华润银行股份有限公司，向福田金融+创新联盟给予60亿元的授信额度。

近年来，国家高度重视特色小镇的创建和培育工作，国家发展改革委员会、住房城乡建设部、财政部等多个部委，全国大部分省市自治区纷纷以特色小镇为载体，打造产业发展新平台，培育经济发展新动能，激发城镇发展新活力。

依托深圳这一重要的产业高地和金融中心，福田金融+创新联盟、深圳市特色小镇建设开发控股有限公司、中证并购基金管理有限公司三家单位，共同发起成立500亿特色小镇建设投资资金，并在全国范围内遴选有潜力的重点区域和重点小镇进行重点扶持和培育，实现产业、智力和资金等优势资源的全面对接，促进目标特色小镇的快速发展。记者了解到，目前深圳市特色小镇建设开发控股有限公司，已在广东、内蒙古、北京、安徽等省市选中12个项目进行开发。该基金成立后，将充分扎根于当地经济社会实际，发展当地特色产业，传承优秀传统文化，注重生态环境保护，完善基础设施和公共服务设施。预期通过3~5年，支持建成一批特色鲜明、产业发展、绿色生态、美丽宜居的特色小镇新样板。

记者了解到，福田金融+创新联盟是在响应福田区委、区政府号召下，由国内120多家知名重点金融机构和上市公司共同发起，联盟以金融实体为亮点，整合各方资源，通过项目对接、路演、培训、论坛等多种形式，营造金融与实体经济互利共赢的生态环境。而特色小镇建设投资基金成立后，将在年内举办全国特色小镇高峰论坛，并成立一个专家委员会，打造规划、融资、招商及运营管理的一条龙特色小镇开发平台，树立国内特色小镇新标杆。



舆论压力下的最大妥协 携程再次公布机票产品调整办法

信息来源：腾讯科技 作者：韩依民

10月13日，针对近期捆绑销售风波，携程今日再次发声，公布机票产品调整办法。

携程方面表示，近日，因附加增值产品，携程机票再次受到了消费者和媒体的关注。目前，针对相关情况，携程机票改进如下：

1. 推出“普通预订”按钮。“普通预订”中，用户可以方便快捷地预订无默认勾选的机票产品。

2. 产品信息明细和辅助表达做得更显眼，充分尊重用户的选择权和知情权。选择、取消增值产品的选项做得更简单和明了。

3. 继续强化升级我们的售后服务。为及时听到用户反馈，携程机票已开通专门的售后服务通道，7x24小时为消费者提供与增值产品相关的服务。

携程方面表示，携程机票将继续与用户保持持续的沟通，倾听各方意见和建议，进一步做好产品的升级工作，不断优化机票预订体验，并欢迎广大用户和媒体对我们进行监督。

10月10日，针对近期关于携程在销售机票时默认勾选酒店券、接机券等销售行为引发的用户声讨，携程对外宣布机票产品紧急整改，推出了“普通预订”窗口，客户可随时勾选取消。

对此记者进行了试用，经实测发现普通预订在携程APP、PC官网已陆续上线，暂未覆盖所有航班，据携程方面介绍，新流程需要时间逐步推进。

在新的购买流程下，部分航班已经支持提供“普通预订”选项。在同一个价格下，携程会提供急速预订、普通预订两种选择，急速预订的被设计为标黄，普通预订则没有标黄。



如果用户只需要购买机票,而不需要其他消费券,需要点击普通预订的“订”,随后携程会提示“价格变动频繁,建议您急速订”的页面,等待几秒后即会跳转至普通预订的流程内。

进入普通预订页面,所有的保险产品和接送机券、贵宾休息室均未默认勾选,消费者可以根据自己的需求自行勾选。

尽管对购票流程进行了优化,但现有流程及提示仍显繁琐,而这已经是舆论压力下携程当下做出的最大妥协。

更改购票流程技术难度并不高,钳住携程改变的手,来自其自身对规模的期望、盈利的追求;也来自于行业规则改变下,OTA 售卖机票的获利空间被压缩的现实。

此次网络声讨并非机票捆绑销售为携程带来的第一次舆论危机,事实上,在此之前,携程机票捆绑销售已经多次引发消费者不满,并曾引发监管部门的介入。

尽管在这次的舆论危机中,携程对机票的购买流程进行了调整,但从调整效果而言,实际仍旧不够明显。

与处理此次舆论危机相比更重要的是,对携程而言,此次用户的声讨只是危机暴露的一个信号,根本的挑战在于,如何找到比“捆绑销售”更有效的盈利方式,让一站式旅行服务平台的定位,成为用户主动在携程平台上购买多类产品的真正驱动力,是其需要解决的更为紧要的问题。



明智的酒店不会一味地去迎合千禧一代

信息来源：品橙旅游

在一个长期持续的焦虑状态 (Permanxiety) 的时代，老式、经典和优雅的酒店获得了与世界重塑新的相关性的机会。对于一些人来说高度接触和反数码是新的体验。

考虑到全球旅游的现状，我们将其称之为 Permanxiety，即“世界各地存在的近乎不稳定的焦虑状态”。

Skift 创始人兼 CEO Rafat Ali 表示：“游客们对恐怖主义、安全问题、新孤立主义、种族紧张局势、特朗普主义、技术及其负面作用、经济差距日益扩大，文化大战、气候变化等地缘政治和地方问题持续处于担忧状态。”

酒店业无疑可以帮助游客缓解这种不断增长的担忧状况。有很多方法，但最重要的两点是**庇护与共情**。

庇护的意义不少，但最大和最相关的定义之一是与侵略我们生活中每一个环节的数字化障碍隔离开来。抵制迫切需要更多数字化整合的每个潜在界面的酒店便提供了一种庇护。

作为数字化阻塞的一个例子，纽约公共酒店 (Public Hotel) 的一切都像是集中在一起的千篇一律的“愿望”。一些人类的接触点已经以效率和成本低廉的名义被取代了。

酒店没有正式的前台。客人自己使用平板电脑进行住房登记，或者通过“公共顾问”的协助。登记入住包括在 iPad 亭中激活自己的房间钥匙。

直觉告诉我们，游客想要并正在渴望的酒店恰好是那些没有使用太多技术的酒店。游客想要一个人类接触提高而不是这些因素都被消除的地方。

Ali 称自己的旅游喜好已经从新的、时尚的、最低限度的转变为旧的、舒适的和经典的。对他们来说可以入住过程自信又舒适的酒店。当他在房间里看到一个尴尬的界面，或者被提示下载一个 App 来阅读早报时，会觉得反感。他正在寻找 60 年来一直存在的体验，那里的空间、地点和装饰感依然存在。



在较早的文章中，古老的经典酒店在世界上具有新的相关性。他们需要拥抱这个世界，并用新的活力来运行它。他们应该发挥自己的历史属性和目的以及色彩感。他们应该是刻意反科技和反社交网络的。

这些酒店也起到了在空间和体验中向世界呈现更简单优雅的时光之作用。

愉快的模拟体验

Ali 最近在柬埔寨吴哥窟的莱佛士大酒店的住宿是一次令人愉快的模拟体验。一切都得到了适时的完美保存，这是一个时尚并弥漫这优雅的地方。房间的设备由开关和按钮控制，很明显，其并没有被科技取代。该酒店的服务是符合预期的。眯起眼睛游客仿佛置身在 20 世纪 40 年代。

越南 Metropole 酒店给人的体验与之相似。他们及时保护并同时翻修了必要的房间，酒店精美地保留了其特殊之处的管理好了自己的历史。这完全归功于索菲特酒店总公司，延续了它的魔力与美丽。

多哈的四季酒店也是如此。身处日益拥挤的市场中，它是一家知道其空间和目的的经典酒店。Ali 在与其团队聊天时得知，由于太过现代化的原因，其装修的新设计被拒绝，该酒店专注于深刻的经典模式，没有受到不必要的数字干扰和点击的阻碍。

此外，其庄严的酒吧是世界上最有趣的地方之一，充满了卡塔尔有趣的政治色彩。

一些酒店会有失误

西贡柏悦酒店虽然隶属于大集团，但在重新整修的过程中也出现了失误；一个优雅、永恒的酒店在房间的角落有一个尴尬的发光控制台，会让客人保持清醒。

同时，虽然与酒店体验无关，但是瑰丽酒店广告宣传活动让管家在酒店套房中追逐任性的摇滚小孩儿，体现了酒店推广中糟糕的音乐品味。

广告中闹心的电子音乐也许使瑰丽酒店疏远了其目前的客户，同时对于它试图吸引的千禧一代而言，也是被迫的和不自然的。

没有什么比一个优雅的品牌，试图怂恿和强迫吸引新一代酒店客人更糟糕的事情了。毕竟，最时髦的事情就是具有强烈的自我意识，这是最好的经典酒店应该知道的事情。



方世宏：酒店行业需要怎样的业主

信息来源：酒店评论 作者：方世宏

酒店行业越来越难做了，这是大实话。与十年前相比，市场竞争更加激烈，经过这些年大跃进式的发展，很多城市的酒店数量已经供大于求；与十年前相比，酒店的成本更高，能耗、人力、膳食成本等等都在节节攀升；与十年前相比，酒店的人才发展形势更加严峻，人员荒、人才荒蔓延到整个行业；与十年前相比，大多数酒店售价(刨掉CPI的因素)并没有提升多少。在这个薄利的行业，有一类人对行业的推动、促进和发展起着决定性的作用，但却总是被忽视。这类人有一个统一的名字——“业主”或“投资者”。而且，目前酒店行业与业主相关的一些问题也很严峻，急需引起大家的关注。

酒店行业需要熟悉行业发展规律的业主

了解并熟悉行业发展规律是酒店业主需要掌握的重要一门课，然而很多业主并没有做到。这一点从业主投资酒店心态变化的四个阶段可以窥见一斑。

阶段一，酒店构想阶段。业主一般会请顶级设计师进行设计，希望做一个无比风光或奢华的酒店。部分业主言必声称，“我不指望酒店挣钱”、“我朋友很多，公司内部宴请也很多，客人不用愁，投资这个酒店我主要是为了招待”。在这个阶段，不了解酒店发展规律的业主无比膨胀，对酒店的投资预估不够，对酒店的经营和回报认知也不清晰。

阶段二，酒店建设(筹建)阶段。这个阶段，业主会发现他们所要的高级酒店对资金的要求、对人才的要求、对管理的要求等等都远远超出了自己在阶段一的心理预期。在阶段二的后期，业主的心理期望就是尽量省钱和赶紧开业。从图纸到材料，从管理公司的人员编制到员工餐成本等等，都要进行调整，尽量减少投入。在控制成本的同时，业主希望酒店尽早开业，因为他们觉得酒店只要开业就轻松了，现金流也多了，只要酒店一开业就能马上挣钱。这个阶段一般对管理团队是个考验，因为管理团队并不能让酒店产生直接的经济效益，只是“花钱”。同时，由于业主心态的变化，对于酒店的建设 and 定位，与管理方会有很多的分歧



和冲突，需要进行大量调整。这个阶段是高风险、高调整阶段，业主与管理团队此时分手的居多。

阶段三，酒店试营业阶段。由于前期大量的资金和精力投入，在这个阶段，业主一般对酒店的服务水准抱以高期望，对资金的要求也是高回报。从酒店试营业开始，业主就很期待自己的杰作，相应的，对于酒店的“关心”也就更多。这时他们会发现酒店的问题很多，客人的反馈意见不少，生意也不及预期……于是便产生了很大的心理落差。更为糟糕的是，这个阶段还需要大量的资金投入。所以，第三阶段也是考验业主和管理团队的关键时期，更是双方分手的高风险期。

阶段四，酒店常态运营阶段。经过试运营，一些酒店业主或许已经换了几任总经理，“残酷的酒店现实”告诉业主，酒店有自己的发展规律，他在阶段一的想法特别不符合酒店发展的实际。此阶段，部分业主已经不关心酒店运营，只要酒店能维持运转、自力更生就觉得可以了。

从阶段一到阶段四的变化正反映了目前中国酒店市场很多业主的心态变化。在笔者看来，酒店业主既不能有阶段一的自大、无畏心态，也不能有阶段四的漠不关心心态。业主需要认识到，酒店行业是高投入、低经济回报、高社会效益、高品牌增值、长回报周期的行业，投资一个酒店要有充分的心理准备。中国很多三线城市的高星级酒店经营管理波动，很大一部分原因与业主的心态有关。虽然国内业主方在经营管理方面的素质和能力以及对酒店发展规律的理解相比以前都有所提高，逐步走向成熟，但部分业主的进步似乎还是没有跟上今天酒店行业的发展脚步。

酒店行业需要热爱行业、动机“纯洁”的业主

事实上，在过去的十年里，很多业主投资酒店都是被政策“裹挟”的。他们本身并不想投资一个酒店。可能是为了拿一块地，必须投资一个酒店做配套；可能是为了取悦一些政府领导，给政府招商引资提供一个好的接待场所；可能是为了融资和品牌的需要，没有办法才投资的酒店……，投资酒店存在N种可能，但唯独缺少一个“热爱”。而像这样诞生于意料之外，感受不到爱的“孩子”往往很难获得幸福。

在过去的十到十五年，这样动机不纯的酒店投资在中华大地比比皆是，这也是造成今天中国酒店市场如此混沌的重要原因。也许在过去十年我们做错了，但



未来的十年，亡羊补牢，为时未晚。今天，已经有一部分业主变得越来越成熟，越来越理智了，对于另外一部分，笔者想说，如果不热爱酒店行业、动机和出发点不纯，那么，恳请您不要投资酒店。

酒店行业需要更多与业主相关的培训和活动

今天，互联网形态下的中国酒店业异常活跃，论坛、培训处处开花。但是，大家是否发现了一个现象？为业主准备的培训不多、要求业主参与的行业活动不多、提升业主酒店认知的论坛不多。笔者认为，推动中国酒店业进一步向前发展，提升业主(投资者)的酒店综合素质刻不容缓。业主对于酒店的认知，如果只停留在他的旅行住宿用餐体验上，停留在个人喜好上，停留在与其他行业进行投入产出比上……。那么，这个行业要想提升到新的高度，难度很大。酒店行业虽然需要先进的管理公司或职业经理人，但不可否认的是，中国的国情更迫切需要一批能积极推动酒店行业前行的业主。

或许，这仅仅是一篇隔靴搔痒的文章，并没有解决现实的问题。但是，笔者想呼吁的是，在大家要求行业提质增效大发展的同时，千万不能忘记酒店的投资人、业主这样一个群体。他们是推动酒店行业发展的重要核心力量。行业培训、行业管理、行业监督不能忘了他们。

未来，中国酒店行业的发展，需要有一批熟悉行业发展规律、热爱这个行业并积极参与行业活动的投资人、业主。没有他们的进步与发展，就没有行业更好、更快、更强的明天。



戴斌：破除对大数据的迷思

信息来源：环球时报 作者：戴斌

从数据来看，刚刚过去的国庆中秋8天长假日可谓名符其实的“超级黄金周”。7.05亿旅游人次、5836亿元旅游收入，按可比口径同比分别增长11.9%和13.9%，让我们对大众旅游时代的市场潜力有了更加直观的认识。携程、蚂蜂窝、途牛、微信等企业以及电信、民航、铁路、交通等机构发布的大数据，则让我们对旅游经济微观层面的客源从哪里来、到哪里去、怎么去、消费什么、消费多少、满意不满意有了更加深入的了解。

当旅游还只是少数的消费选项，特别是在团队为主的入境旅游时代，旅游统计主要是调查旅行社外联和接待人天数、旅游创汇、旅游总收入等少量与市场直接相关的数据。今天，旅游已经成为国民大众不可或缺的日常需求，游客不仅从旅行社，还从平面和网络媒体、社交平台等渠道获得信息，并预订产品；到了目的地，不仅要看山看水看历史，还要深度体验目的地的生活方式；国家发展旅游不仅要创汇和促进经济增长，还要保障游客权益、增加就业、引导旅游经济健康平稳运行。

为适应这种变化，实现旅游强国的战略目标，决策者就不能只依靠传统的统计工具和经验判断。比如我们常说的“井喷式增长、排浪式消费、永远的朝阳产业”，一旦进入政策设计、发展规划、宏观调控和投资创新领域，就必须有不同历史时期和不同地区的旅游消费同比、环比、总量、结构等方面的具体数据，并在此基础上做出量化的趋势性研判，否则就会造成有效供给不足或者结构性过剩。

涉旅机构从来没有像今天这样对数据生产提出如此全面、系统和及时性的要求。以国庆、春节这样的节假日旅游统计为例，如果没有基于移动通信和互联网的大数据挖掘技术，没有这些年推进的智慧旅游和公共服务工程，要想及时掌握每天的游客数和消费量是完全不可能的。如果没有这些及时发布的大数据，国家



也不可能对旅游的流向、流量、效率和品质做出精准的引导和有效的调控。短周期如此，年度计划和中长期发展规划同样如此。

现在，包括旅游在内的社会各界都重视大数据、建设大数据，这是好事情，但是也要在理性认识的基础上做好科学规划。大数据是为决策服务的，不能只为赶时髦，更不能盲目崇拜，想当然地认为大数据是万能的。现在有的地方过于强调硬件投入和可视化展示，如追求占地面积和显示屏幕的巨大化，而忽略数据模型构建和人才队伍建设，很可能被数据的汪洋大海所淹没，为噪声数据所误导，从而做出错误的判断和决策。

仍以旅游为例，在一次假日旅游统计中，大数据说长沙和郑州是游客接待量最多的城市，但交叉核验和专业研判的结果表明，很多中转、过界、返乡、回城的旅客信号被不加区别地纳入到了大数据中。

数据是客观的，但是数据使用者是主观的。在大数据的采集、加工、生产、发布和使用的过程中，必须因地制宜、因时制宜、因行业制宜，理性看待，精准分析，才能破除对大数据的迷思。



这七间邮轮套房 足以媲美顶级奢华酒店

来源：界面



1、挪威邮轮 Norwegian Cruise 三卧室花园别墅 公司这套 5750 平方英尺(约 534 平米)的花园别墅比很多豪华酒店的客房都大很多。三间房，可住八人，每间都配备浴缸和淋浴房。客厅和厨房都是整面的落地窗，在这两间屋里的任一角落都能看到大海。别墅配有户外用餐区、露台(一些邮轮上的别墅还有专属通道直达私人庭院)，以及管家和礼宾服务，卧房露台花园里的热水浴池也是个极佳的放松处所。亮点：旅程结束时客人可享码头至机场豪车接送服务，完全不用为叫不到出租而烦恼。



2、世邦邮轮 Seabourn Cruise 豪华冬日花园套房 奥德赛号、旅行者号以及探索号上都有面积达 1189 平方英尺(约 110 平米)的豪华冬日花园套房。两卧，三卫，并配有三个衣橱、两个阳台、两个吧台、三个平面电视和可容纳六人同时用餐的餐厅。套房配有免费 Wi-Fi，咔嚓几张照片就能立刻发朋友圈炫耀了。亮点：封闭的日光玻璃浴室里设有独立浴缸和沙发床，在户外露台上也能面朝大海舒爽地泡澡。



3、大洋邮轮 Oceania Cruise 主人套房 大洋邮轮的玛丽娜号和英锡亚号有三间 2000 平方英尺(约 185 平米)的主人套房，起居室、餐厅、卧房、门厅以及音乐室里随处可见 Ralph Lauren 的家具。室内外都有按摩水疗浴缸，也可以在室内煲电影粥，不得已要处理公事时，房间里还有手提电脑和 iPad 可以用。客人可以去 Canyon Ranch 水疗俱乐部的私人露台做个 Spa 尽情放松，还有皮鞋护理、衣物熨烫等服务，离开时还会送上印有邮轮 Logo 的大手袋作为纪念品。亮点：在房间里就能享用船上任意六间餐厅的送餐服务，不用西装领带，无需长裙高跟，穿着拖鞋披散着头发就能享受到由传奇大厨 Jacques Pepin 烹饪的美味。



4、精致邮轮 Celebrity Cruise 水映套房 精致水映号上 1636 平方英尺(约 152 平米)的水映套房大小正合适，被安排在一个专属区域，需要持有 SeaPass 卡才能进入。房间内配有带着助眠系统的床垫，床铺带有按摩和上升功能，玩累了的身体一躺下就能好好放松。灯是用 iPad 遥控，浴袍是全球历史最悠久的豪华纺织品牌 Frette 出品。能坐在露台上一边吹海风一边小酌白中白起泡酒，早、中、晚餐都可以送到客房，去船上所有餐厅还可以优先选位(若住个六至七晚，可获赠一次双人晚餐，八晚则能免费享用两次双人晚餐)。亮点：套房最经典的地方是水映淋浴间，浴室从 14 层甲板上突伸出来，有雨淋式的喷头和透明玻璃墙，泡在浴缸里，眼前就是惊艳的海景和海港景致。



5、水晶邮轮 Crystal Cruise 水晶顶层露台房 水晶尚宁号 1345 平方英尺(约 125 平米)的顶层露台房墙体和家具都由深棕色实木打造，地上铺就着厚实软绵的地毯，窗帘华丽垂顺，大理石流理台光洁明亮，整间屋子都是优雅温润又舒适的调调。躺在主卧的大浴缸里，壮美大海就在眼前，独立淋浴间和平面电视等设施让人即便足不出卧也能满足放松的需求。穿过阅读室和卧室就是超大海景露台，房内更设有可供六人同时入座的餐厅、带着 Bang & Olufsen 音响系统的起居室、两台平面电视，甚至还有健身区。葡萄酒、烈酒、啤酒等饮料也都全部备齐，只管享受就好。亮点：房间里的一些细小设施也都突显这里的品质，Reidel 的水晶酒杯、望远镜、补充好食物的冰箱、专为客人定制的小物件等应有尽有。住在这里，会被全方位的细心伺候着。



6、皇家加勒比邮轮 Royal Caribbean 皇家阁楼套房 皇家阁楼套房在海洋绿洲号、海洋魅力号以及海洋量子号上都有。1600 平方英尺(约 148 平米)，分布在两层甲板上，八十几平的阳台上设有按摩浴缸和一个露天用餐区(海洋量子号上的带有三个阳台，分别位于两层甲板上)。可住六人，一楼设有儿童钢琴、餐厅、多媒体室、美发沙龙、浴室和沙发床。主卧设在二层，并带有浴室和独立淋浴间，两层高的落地窗让人在房间里的任何角落都不会错过大海美景。亮点：两层楼，颇有身在拉斯维加斯海洋阁楼套房里的既视感。



7、冠达邮轮 Cunard Cruise 豪华复式套房 双层套房不只皇家加勒比邮轮有，冠达邮轮的 Balmoral 和 Sandringham 系列也是两层套房，配有细致的管家服务。面积两百多平，可入住八人，弧形楼梯将上下两层连接，站在阳台上可一眼望到船尾。主卧在二楼，有健身区和男女分开的更衣室，更衣室间由大理石浴室连接，浴室内按摩浴缸和淋浴设施都很齐备。亮点：私人休息室、礼仪周到的午茶服务、行李优先配送等服务专属于豪华复式套房的客人，并且有专享餐厅，可以舒舒服服享用晚餐，不必被迫忍耐嘈杂的用餐环境。呆在船上的这几天，时时刻刻都是碧海蓝天，短暂脱离陆地的这段时日，就像生活在另一个维度的世界，这七间豪华套房更是会让这段海上旅程赞到极致。



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10期下月刊（总第104期）

投稿方式：yihmstsg@163.com

联系电话：028-87979509