

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 105 期

11-1 期

2017.11.1



目录

业界动态	1
中国旅行服务业发展报告 2017.....	1
2017年下半年中国酒店市场景气调查报告.....	19
要闻精粹	28
行业要闻.....	28
瞩目十九大：解读“房住不炒”的风向标.....	35
房地产新时代：房屋租赁开启蓝海.....	39
行家之音	44
碧桂园高斌：转型做公寓 有压力但也有成就感.....	44
王兴斌：我国旅游业发展中的八个“不平衡不充分”.....	48
走进全球酒店	56
这个起重机改造的酒店客房 住一晚 1.9 万.....	56



中国旅行服务业发展报告 2017

来源：中国旅游研究院

数据显示，2016年全年实现国内旅游44.4亿人次，比上年同期增长11%，出入境旅游2.6亿人次，增长3.9%；全年实现旅游总收入4.69万亿元，增长13.6%。

近日，由中国旅游研究院、河南省旅游局、开封市人民政府、河南大学联合主办的2017年中国旅行服务产业发展峰会暨“一带一路”城市旅游联盟年会在开封市举行。会上，中国旅游研究院国家旅游经济实验室负责人何琼峰博士代表课题组在发布了《中国旅行服务业发展报告2017》，系统梳理并介绍了2016年我国旅行服务业产业运行特征、市场规模和结构、游客消费行为、产业主体发展状况、创新趋势和发展建议，以下为报告原文：





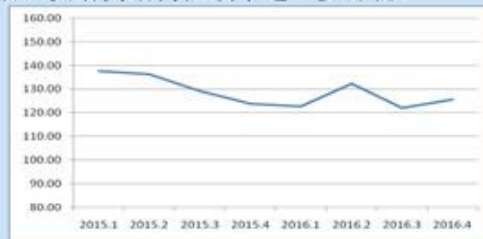
中国旅行服务业发展报告2017

- 一、中国旅行服务业运行特征
- 二、市场面：中国旅行服务业的规模和结构
- 三、消费面：中国旅行服务业的游客消费行为
- 四、产业面：中国旅行服务业的产业主体发展状况
- 五、中国旅行服务业创新趋势和发展建议



一、中国旅行服务业运行特征

- ◆ 2016年中国旅行服务产业在“较为景气”水平运行，旅行服务业在资本、技术双重驱动下，行业结构持续演化。旅游服务企业通过资本重组谋求转型升级，供给侧结构性改革进一步深化。



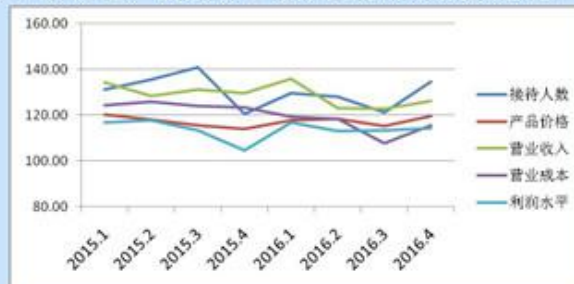
2015—2016年旅行服务业景气指数





一、中国旅行服务业运行特征

- ◆ 从旅行服务业运行相关指标看，营业收入、接待人数等方面的景气较高，营业成本、产品价格、利润水平等方面的压力仍然较大。



2015—2016年旅行服务业经营指标景气指数



一、中国旅行服务业运行特征

- ◆ 1、旅行服务新业态已经成为创业创新最为活跃的领域之一，特别是“互联网+旅游”、分享经济领域，旅游业供给侧结构性改革进一步深化。（港中旅集团与国旅集团战略重组成立中国旅游集团公司、携程与去哪儿网合并等）
- ◆ 2、线上线下融合、全球供应链整合，旅游产业链进一步优化，旅游与交通、体育文化、休闲娱乐产业融合加深，现代服务业特征凸显（携程联手绿地开拓民宿市场，众信战略入股穷游网，凯撒旅游发力邮轮、体育业务）
- ◆ 3、大数据、科技应用、产品创新等方面的发展带来了新动力，全球旅行服务体系投资布局更加明显（海航、万达、复星等涉旅企业加速境外资本重组和并购步伐）

旅行服务业供给侧改革持续深化，现代服务业特征凸显





二、市场面：中国旅行服务业的规模和结构

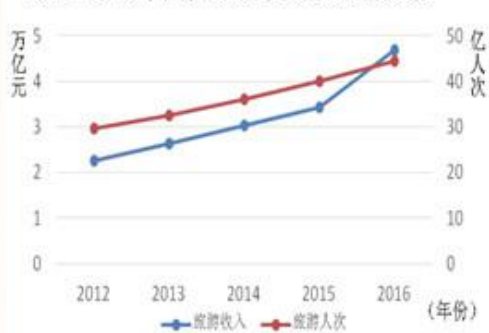
- ◆ 2016年，旅行服务业的大众旅游市场基础更加厚实。
- ◆ 国家旅游局数据中心数据显示，2016年全年实现国内旅游44.4亿人次，比上年同期增长11%；入出境旅游2.6亿人次，增长3.9%；全年实现旅游总收入4.69万亿元，增长13.6%。



二、市场面：中国旅行服务业的规模和结构

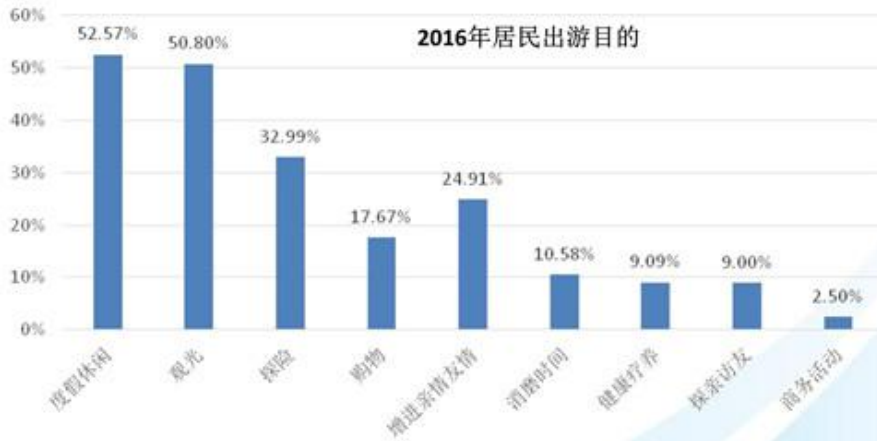
- ◆ 1、国内旅游需求持续释放潜能，国内旅游仍然是我国旅游市场的主要增长点。

2012-2016年国内旅游收入和旅游人次



2012-2016年国内旅游人均花费情况

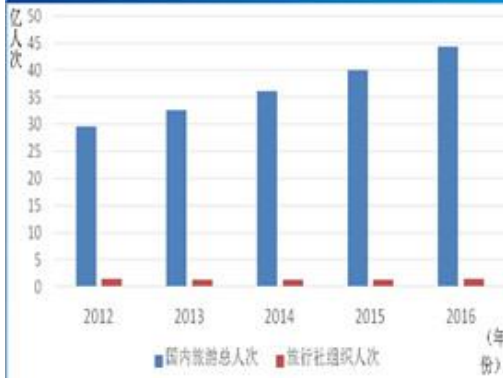




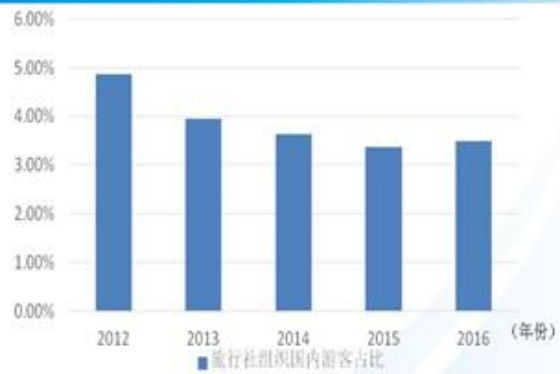
度假休闲和观光游初步显现出并重的态势



中国旅游研究院
China Tourism Academy



2012-2016年国内旅游总人次及旅行社组织人次情况



2012-2016年旅行社组织国内旅游人次占国内旅游总人次比例情况

旅行社组织国内游客占比下降，散客化、自由行趋势更加明显。



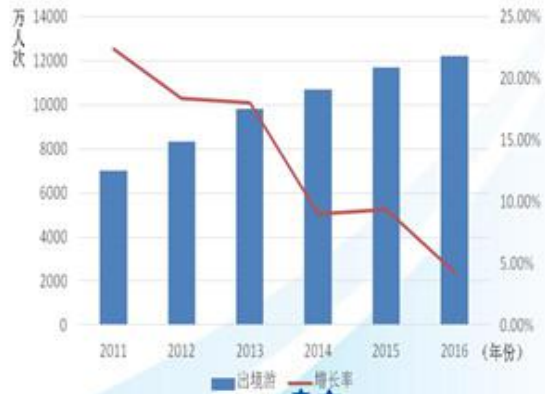
中国旅游研究院
China Tourism Academy



二、市场面：中国旅行服务业的规模和结构

◆ 2、出境旅游市场持续增长态势，国民出境消费水平不断提升。国民出境消费水平不断提升。出境自由行占比约六成（以携程组织的数百万出境游客为例，跟团与自由行约各占一半），跟团游中选择半自助游、私家团也成为趋势。

2011-2016年我国出境旅游人数及增长率

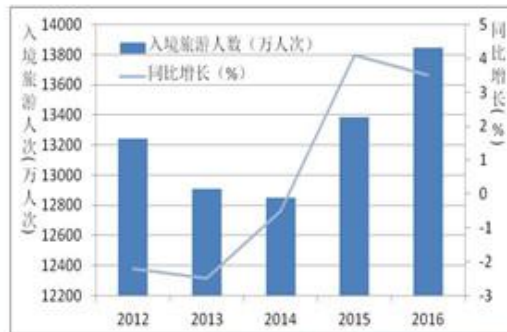


中国旅游研究院
China Tourism Academy

二、市场面：中国旅行服务业的规模和结构

◆ 3、入境旅游呈现出稳步增长的趋势（2016年入境旅游人次同比增长3.5%。国际旅游收入同比增长5.6%）。商务旅游是入境旅游市场的重要推动力之一（2016年以商务为目的的入境外国人数占比18.40%）。

2012-2016年我国入境旅游人次和增长率



中国旅游研究院
China Tourism Academy



三、消费面：中国旅行服务业的游客消费行为

- ◆ 1、休闲度假已成为国民出游的主要动机，以亲子游、爸妈游为代表的家庭旅游成为旅游消费市场主力。

出游目的 \ 时间比例	2015年		2016年	
	国内团队	国内散客	国内团队	国内散客
游览/观光	54.33	57.58	56.10	53.53
休闲/度假	37.05	36.38	38.09	38.14
探亲访友	4.63	2.73	2.94	4.97
商务(出境中是商务会议)	1.38	1.35	1.03	1.08
会议(出境中是公务活动)	0.60	0.53	0.61	0.57
文体/教育/科技交流	0.75	0.90	0.55	0.60
宗教/朝拜	0.45	0.35	0.37	0.45
健康医疗	0.23	0.05	0.18	0.34
其他	0.58	0.13	0.13	0.13



2015年、2016年国内游客出游方式占比情况

出游方式 \ 时间比例	2015年		2016年	
	国内团队	国内散客	国内团队	国内散客
和家人一起出游	45.05	42.83	52.23	48.23
和好友结伴出游	36.38	39.13	33.05	36.16
公司、班级、社团等集体出游	9.18	2.90	6.82	2.02
独自出游	5.60	12.33	5.65	11.19
机关、事业单位同事/商务活动	1.73	1.10	1.46	1.20
网络结伴旅游	1.00	0.85	0.66	0.43
驴友等自助游组织出游/自助游	0.90	0.63	0.00	0.47
其他	0.16	0.23	0.13	0.29





三、消费面：中国旅行服务业的游客消费行为

◆2、自驾游、乡村游等旅游形式成为出游常态。当前国内、入境、出境旅游三大市场的自助游客比例分别占九成、八成和六成。国家旅游局数据中心与中国电信旅游大数据联合实验室成果表明，乡村旅游是长假旅游消费的重要选项，近7成的游客选择自驾的方式到乡村旅游。

2015年、2016年国内游客选择交通工具占比情况

交通工具	时间 比例	2015年		2016年	
		国内团队	国内散客	国内团队	国内散客
火车		27.53	27.13	22.53	24.26
飞机		13.88	8.65	11.94	7.11
汽车		52.38	42.50	59.40	43.21
游船		0.70	0.63	0.40	0.31
自驾车		4.40	16.25	4.63	21.73
自行车/步行		0.73	3.15	0.69	2.22
其他		0.38	1.69	0.41	1.16

三、消费面：中国旅行服务业的游客消费行为

◆3、中国旅游研究院的游客调查显示，我国城乡居民国内旅游人均消费水平逐年增加，人均旅游花费增长至2016年的880元。邮轮、海岛游、冰雪游等为代表的度假旅游消费增幅巨大。

◆4、随着文创、旅游IP带动的新业态、新要素的发展，旅游产品内容进一步丰富，拉动旅游核心产品和衍生性产品的消费，如故宫博物院文创产品旅游消费范围不断拓展，体验性旅游消费支出比例增大。

转型升级 提质增效



中国旅游研究院
China Tourism Academy



2015年、2016年国内游客人均花费占比情况

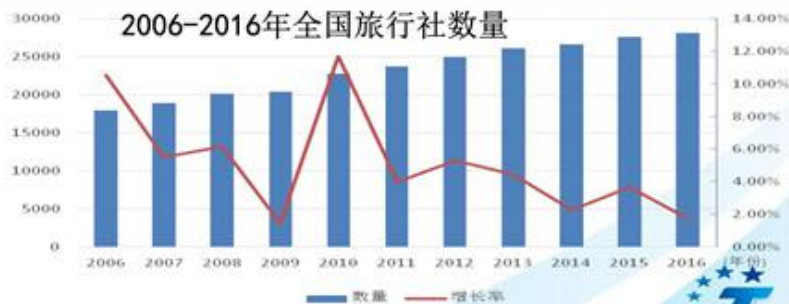
时间 比例 花费金额	2015年		2016年	
	国内团队	国内散客	国内团队	国内散客
500元以下	13.23	31.45	14.38	28.20
501~1000元	26.65	25.05	29.28	27.47
1001~2000元	28.15	21.03	26.93	22.82
2001~3000元	16.38	12.1	15.27	11.55
3001~5000元	10.48	7.23	9.25	6.60
5001~10000元	4.13	3.19	3.43	2.60
10001元以上	0.98	0.95	1.47	0.76

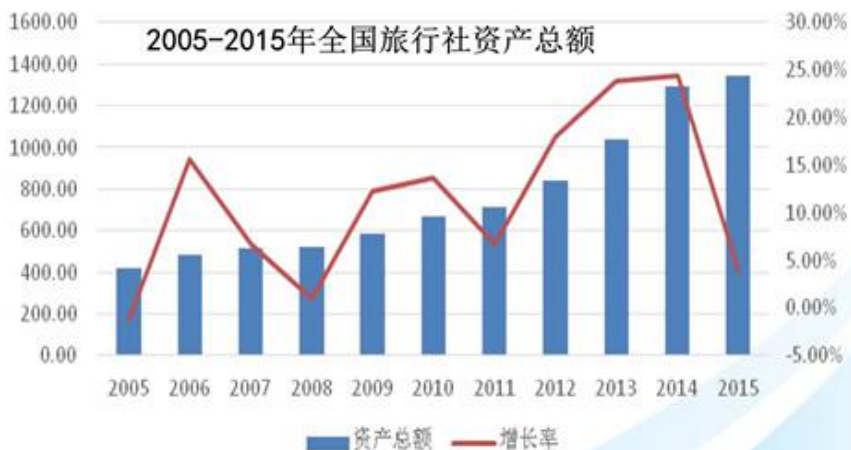


四、产业面：中国旅行服务业的产业主体发展状况

◆1、线下旅行社

- 2016年，全国旅行社总量同比增长1.72%，总体增速放缓
- 旅行社资产总额增长率为3.87%，旅行社投资增长逐步放缓



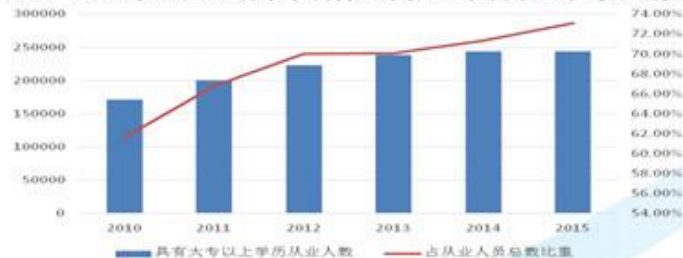


四、产业面：中国旅行社服务业的产业主体发展状况

◆1、线下旅行社

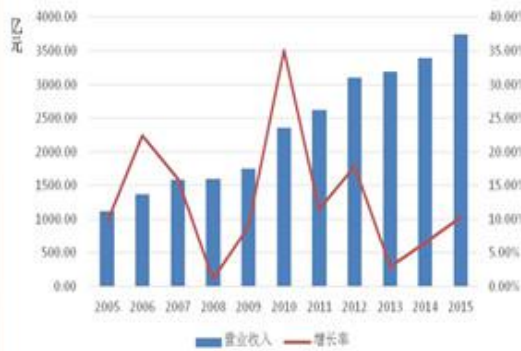
- 旅行社直接从业人员同比减少2.13%，大专以上学历从业人员比重提升
- 旅行社旅游业务营业收入总额增长率和毛利润呈现明显提升的趋势

2010-2015年全国旅行社具有大专以上学历从业人员总数

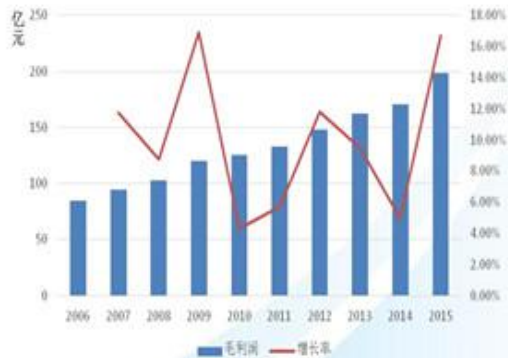




2005-2015年全国旅行社旅游业务营业收入总额



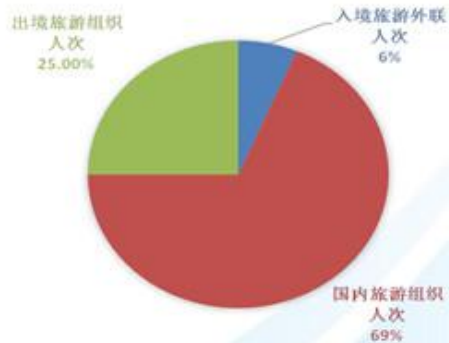
2006-2015年全国旅行社旅游业务毛利润总额



四、产业面：中国旅行服务业的产业主体发展状况

◆ 1、线下旅行社

◆ 从业务结构看，旅行社组织国内旅游、出境旅游、入境旅游占比分别为69%、25%、6%，入境旅游同比占比减少。



2016年旅行社业三大旅游市场人次比较

线下旅行社人力资本和盈利能力呈提升趋势





四、产业面：中国旅行服务业的产业主体发展状况

◆1、线下旅行社

- 从地区结构看，各省旅行社结构比例趋于稳定，旅行社数量前十省份占比56%
- 贵州和云南旅行社总量，11个省份旅行社数量有所减少
- 旅行社组织和接待国内旅游人次排名前10位地区占比70%左右。



四、产业面：中国旅行服务业的产业主体发展状况

◆2、在线旅游业

- (1) 在线旅游总量和渗透率
- 2016年中国在线旅游市场交易规模和营收规模持续扩大（据艾瑞数据，中国在线旅游市场交易规模同比增长33.3%，线上渗透率为12.0%，提升1.3%，在线旅游企业营收规模同比增长48%。
- 在线旅游市场向二三线城市和农村地区的下沉趋势日益明显（据速途网数据，一线城市、二线城市、三线以三线以下城市在线旅游用户分别占40.7%、36.4%、22.9%，携程2016年在中国主要的二、三线城市用户量同比增长高达80%。）



2009-2019年中国在线旅游市场交易规模



来源：综合上市公司财报、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。
©2017.5 iResearch Inc

www.iresearch.com.cn



中国旅游研究院
China Tourism Academy

四、产业面：中国旅行服务业的产业主体发展状况

◆2、在线旅游业

➢ (2) 在线旅游细分市场

- 机票的在线化进程稳定，2016年占比58.5%，出现增速放缓、比例下降趋势。
- 在线住宿市场比较稳定，2016年占比20.1%，较2015年下降0.2个百分点。随着Airbnb、途家、蚂蚁短租、小猪、住百家等为代表的非标住宿企业入场，在线旅游非标准住宿占在线住宿市场规模的7.1%。
- 在线度假方面，2016年占比为16.5%，较2015年上升0.9个百分点。其中途牛、携程、同程保持前三位置，市场份额分别为19.4%、19.2%和10.0%。



中国旅游研究院
China Tourism Academy



四、产业面：中国旅行服务业的产业主体发展状况

◆2、在线旅游业

➤ (3) 在线旅游的竞争格局

- 在线旅游市场格局趋向稳定，企业梯队间规模差距明显，携程系、海航系、万达系、复星系、首旅系、阿里系、新美大、中旅系、锦江系、腾邦系等寡头势力初现，在线旅游创业公司经历着互联网“资本寒冬”。
- 在线旅游行业整体向理性回归，更重视企业运营效率的提升和盈利能力的增强，核心在线旅游度假企业纷纷积极布局海外市场（携程先后投资印度在线旅游公司Make My Trip、美国两大地接社海鸥旅游和纵横集团、以及英国机票搜索平台天巡等）。

在线旅游业市场格局相对稳定，竞争趋于理性



中国旅游研究院
China Tourism Academy

五、中国旅行服务业创新趋势和发展建议

创新趋势

- 1、互联网下半场涌现更多创业创新机会
- 2、渠道下沉趋势明显，线上线下持续融合
- 3、大旅游生态圈趋势日益明显
- 4、旅游服务企业深耕服务价值
- 5、旅游投资领域边界更加模糊



中国旅游研究院
China Tourism Academy



五、中国旅行服务业创新趋势和发展建议

◆ 1、互联网下半场涌现更多创业创新机会

- 2016年第三届世界互联网大会五个关键词——创新、治理、安全、人工智能、下半场
- 中国网民数量增幅趋缓，中国互联网结束“用户红利”时代，更注重互联网与实体产业深度融合。包括内容互联网、互联网+产业、全球化等趋势
- 飞猪（阿里旅行）的未来酒店概念实现了落地
- 途牛火车票开放平台、京东火车票上线
- 同程旅游宣布参股年假旅行，深化IP战略
- 驴妈妈与华策影视展开跨界合作
- 暴风科技与澳大利亚旅游局展开合作，对澳旅的VR视频进行线上传播



中国旅游研究院
China Tourism Academy

五、中国旅行服务业创新趋势和发展建议

◆ 2、渠道下沉趋势明显，线上线下持续融合

- (1) OTA+旅行社：
阿里“结盟”春秋、同程收购旅行社、携程控股旅游百事通
- (2) OTA+门店：
线下门店纷纷落地（携程、去哪儿、同程）、途牛区域服务中心、同程区域运营中心



中国旅游研究院
China Tourism Academy



五、中国旅行服务业创新趋势和发展建议

◆3、大旅游生态圈趋势日益明显

- 旅游+游憩行业：游学旅游、邮轮旅游、冰雪旅游、低空旅游
- 旅游+接待行业：海航参股希尔顿、春秋牵手开元、途家“3+1”战略
- 旅游+交通行业：同程欲建航空公司、吉祥航空涉足休闲旅游



五、中国旅行服务业创新趋势和发展建议

◆4、旅游服务企业深耕服务价值

全国旅游服务质量标杆单位

2012年度	2013年度	2017年度
中青旅控股股份有限公司	浙江开元酒店管理有限公司	黄山旅游发展股份有限公司
中国大饭店	上海国际会议中心有限公司	陕西华清宫文化旅游有限公司
上海商城上海波特曼丽嘉酒店	河南云台山风景名胜区管理局	济南舜耕山庄集团公司
金陵饭店股份有限公司	江苏常州恐龙园股份有限公司	新疆天池管理委员会
无锡灵山文化旅游集团有限公司	宁夏沙坡头旅游景区有限责任公司	广州广之旅国际旅行社股份有限公司
黄山旅游发展股份有限公司	上海春秋国际旅行社有限公司	港中旅沙坡头旅游景区
泰山风景名胜区管理委员会	云南昆明翠湖宾馆	北京市颐和园管理处
广州广之旅国际旅行社有限公司	北京颐和园管理处	
深圳华侨城洲际大酒店		



五、中国旅行服务业创新趋势和发展建议

◆4、旅游服务企业深耕服务价值

- 中青旅控股股份有限公司:首推“心级化”标准,用“心”丈量服务;发布旅游电商新标准;“中介属性”到“会员属性”,“耀悦”提供完美私人旅行服务;首推旅游产品对比,遨游网助消费者合理决策
- 广州广之旅国际旅行社股份有限公司:首批引入ISO9001国际标准,推进质量管理体系建设;严格的资源供应商准入与评核机制;持续品质建设,打造金质品牌;打造智慧旅游,以信息手段提升服务质量
- 上海春秋国际旅行社有限公司:旅游+航空;TQC、“99+0=0”、“四每”;健全导游管理制度提升服务质量



五、中国旅行服务业创新趋势和发展建议

◆5、旅游投资领域边界更加模糊

- 面向本地市民生活服务的企业,如美团、大众点评、滴滴打车、神州专车开始为游客提供服务,原本面向游客服务的企业也开始介入本地市场的休闲生活资源。
- 在共享经济和大众旅游叠加效应影响下,旅游投资正在迎来新一轮高峰





五、中国旅行服务业创新趋势和发展建议

旅游业需要充满生机和活力的市场主体，既要有大项目、大投资，也要有小微型企业的创业创新。

以市场逻辑和商业力量推动旅游服务业供给侧改革

要适应行政主体、市场主体、消费主体互促互进的新常态，在谋划新时期旅游业的转型升级和提质增效时，确立“政府主导、企业主力”的新思路，

在旅游项目开发、投资运营、宣传促销等方面以市场主体为主。

鼓励并创造条件吸引年轻人到旅游领域来创业创新，推动企业家群体和职业经理人阶层的发育

充分挖掘市民生活资源，允许更多面向本地人休闲玩乐的企业为游客提供灵活多样的产品和服务。



中国旅游研究院
China Tourism Academy



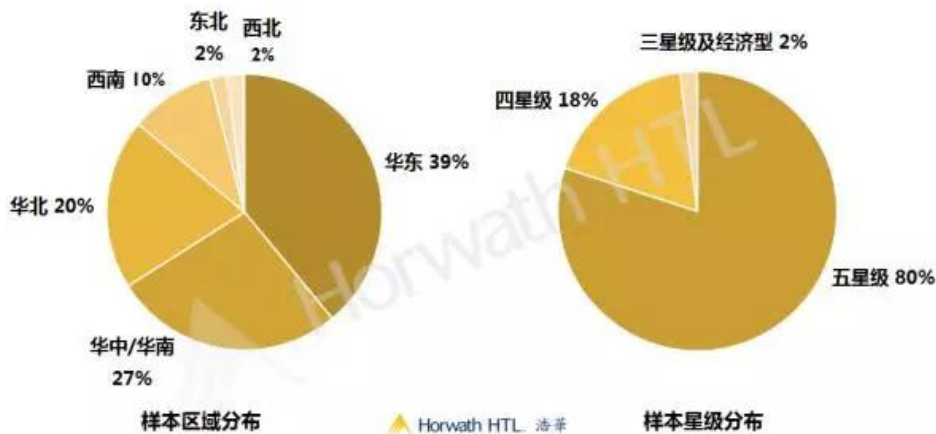
2017年下半年中国酒店市场景气调查报告

来源：CHAT 资讯

2017年下半年酒店景气指数达到31，相比上半年提高了8个指数点，表明酒店业者对今年下半年的酒店市场预期秉持积极的态度。

作为浩华全球酒店市场景气调查的重要组成部分，中国酒店市场景气调查旨在为中国酒店业者提供对未来前景的判断和预测。本次调查涵盖的四个问题旨在了解市场对于住宿率、平均房价和总收入水平在未来半年内发展的预期。此次调查是浩华实施的第十八次针对中国酒店市场的景气调查，报告汇总了2017年下半年景气调查的研究成果，共有来自全国31个省、直辖市、自治区的409家酒店参与了此次调查。浩华对以往景气指数进行对比分析，以便能有效呈现出中国各地区酒店业者对市场的预期展望。

为了更好地对中国各地区及城市的酒店市场进行分析和比较，浩华制定了一系列指数，用以对景气情况进行综合评定。每项问题所呈现的景气指数都反映了市场对整体业绩表现的期望值。该指数范围从-150至+150，“-150”表示市场对预期业绩表现非常悲观，“0”表示业绩预期持中立态度，“+150”则表示市场的预期值十分乐观。在此次调查中，各受访酒店以2016年的实际业绩为基准与本年度下半年的市场预期进行比较，同时也指出了导致预期变化的主要因素，并评估主要需求市场的未来前景。





综合景气指数分析



2017 年下半年酒店景气指数达到 31，相比上半年提高了 8 个指数点，表明酒店业者对今年下半年的酒店市场预期秉持积极的态度。回顾连续五年酒店市场景气指数趋势，自 2013 年 7 月跌入谷底后缓慢波动上升，在 2017 年下半年达到峰值。由此看来，尽管近年来国家经济增速整体放缓，酒店市场通过客源结构的调整 and 收益管理策略的执行，提升经营业绩的信心也在逐步加强。

2017年上半年及下半年各区域景气指数





对比2017年上半年及下半年各区域的景气指数，除西南以外，各地区受访酒店均对下半年的酒店市场表达了更加乐观的展望。华中/华南(含海南地区)、华北及华东地区的综合景气指数在全年均保持在前三位且在下半年高出全国平均水平，酒店业者对市场信心较强；西北与东北地区景气指数回升明显，酒店业者重拾信心。整体而言，全国大部分地区的酒店业者对未来酒店市场的发展前景信心加强。



相比其他地区积极的市场态势，西南地区的景气指数从正值跌至负值，受访酒店业者对西南酒店市场表现出明显的悲观情绪。近年来西南地区尤其是成都区域的高档酒店市场表现疲软，而今年成都费尔蒙和华尔道夫两大超高端酒店的开业致使市场竞争压力进一步增强，给酒店经营业绩稳中有进带来较大挑战。外加西南重要旅游景区九寨沟在今年发生地震，在主观因素和客观因素综合作用下，西南地区的景气指数跌至全国最低水平。

一线城市酒店市场预期普遍乐观，除上海外各城市指数增长积极





北京：景气指数达到 39，高出全国平均水平 8 个指数点。在 2013 年以后北京受“八项规定”等反腐措施影响酒店市场受挫明显，但随着市场需求结构的调整，酒店逐渐适应新的市场环境，北京酒店市场指数近年来开始转向积极，自去年下半年起，酒店业者的信心稳步回升。

上海：景气指数为 20，是下半年景气指数唯一低于全国平均水平的一线城市。近年来上海景气指数趋势虽有起伏但始终保持正向，说明酒店业者对上海酒店市场信心较强。总的来说，供给与需求双向增长的趋势将有效带动上海酒店市场的活跃度，这将促使酒店业者对上海市场表现继续呈现积极预期。

广州：景气指数 56，是一线城市中最高的城市。2015 年下半年至 2016 年末，经济发展趋势的不稳定以及广交会参展人数连年下降较为明显地影响了广州的酒店市场预期。但是 2017 年以来广州景气指数反弹趋势明显，酒店市场预期积极。

深圳：景气指数 44，仅次于广州。和广州情况相似，相较于 2015 下半年和 2016 全年，今年深圳的市场景气预期也大幅回暖。深圳市场需求旺盛，加上今年深圳市区内高端酒店新增供给十分有限使得酒店业者对深圳市场业绩增长前景信心增强。

三亚：景气指数 42，整体呈现较为积极的市场预期，且相对上半年而言，景气指数增幅明显。总体而言，三亚旅游业良好的发展势头使酒店业者对今年下半年的业绩发展较有信心。

重点二线城市市场预期整体积极，仅成都酒店市场预期消极



青岛：依托港口、海洋等滨海旅游资源，青岛市场的商务及旅游需求均呈现稳定上涨趋势。近年来北方居民就近旅游的热潮、青岛大型目的地的开发带动暑



期、啤酒节及十一黄金周的旅游需求，酒店市场活跃，加之高端新增供给有限，青岛酒店业者对市场预期表现较强信心。

杭州：在2016年G20峰会的影响下，大批新增供给涌入市场使得杭州酒店业者在上半年表现出负面预期。但杭州作为长三角的经济重镇，吸引着大量的商务及会议需求，同时丰富的旅游资源也带动了持续稳定的旅游需求。在众多利好因素持续刺激下，杭州酒店市场呈现蓬勃发展的态势。外加下半年正逢杭州旅游及会议需求的旺季，杭州酒店业者对市场的信心大幅回升。

南京：近年来经济发展势头良好，与长三角的交通网络连通性加强，河西新城开发迅速，国际博览中心正在扩建，雄厚的经济实力和硬件基础有效地刺激南京商务会议市场的发展。再者，近年来政府大力扶持旅游业，积极开发大型旅游项目，休闲旅游市场活跃。商务、会议及休闲旅游需求的“多点开花”为南京酒店市场注入新的活力。

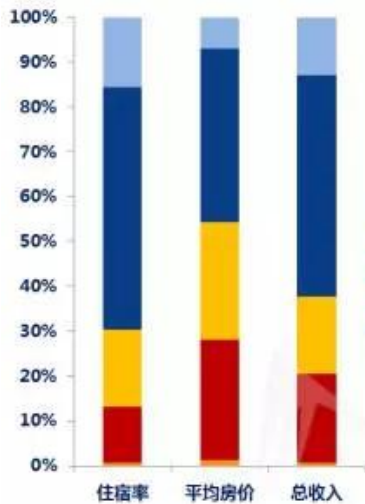
天津：作为四大直辖市之一，受益于京津冀一体化的驱动以及2017年下半年全运会在天津举办等有利刺激因素，国内到访人次增长保持稳定。此外2017年天津市场新开业高档酒店仅有一家，市场竞争压力有限，酒店业者对天津酒店市场业绩增长持有一定信心。

重庆：整体景气指数低于全国平均水平，重庆下半年的景气指数较上半年有所增长但涨幅不大。重庆作为最大的直辖市，其商务及会议的需求增长稳定，其“两江三岸”的地理格局造成明显的市场区域性特征，酒店竞争半径较短，市场供求关系相对稳定。目前尚在起步阶段的两江新区暂未对需求的带动起到明显作用，重庆整体表现出谨慎积极的态度。

成都：唯一景气指数为负的主要二线城市。近两年，虽然成都酒店预期新增供给放缓了开业速度，但目前酒店市场严重的供过于求现象直接导致了酒店经营业绩低迷。未来新增供给仍旧庞大，新酒店低价入市的策略也进一步加剧了酒店之间的“价格战争”，酒店业者对短期市场预期持悲观态度。

前景展望

上半年业绩表现好于预期，但平均房价相对疲软



	平均值	住宿率	平均房价	总收入
华北	50	61	36	54
东北	-3	8	-17	0
华东	35	50	16	37
华中/华南	53	68	33	59
西北	6	38	-28	9
西南	13	48	-29	19
全国平均	37	54	18	41

Horwath HTL 浩华

住宿率：就整体市场住宿率而言，市场反馈普遍积极。

平均房价：各市场对上半年平均房价业绩的反馈差距较大，东北、西南与西北市场均认为上半年平均房价低于预期，仅有华北与华中/华南地区认为房价发展较为积极。但从全国看来，整体市场仍呈现正向反馈。

总收入：在住宿率的带动下，市场对上半年总收入的反馈呈现出积极态势。

全国范围内酒店业者普遍对住宿率和总收入的反馈明显优于平均房价，其中又以东北、西北和西南地区的平均房价情况最为悲观。受薄弱的经济基础制约或受供需失衡的影响，这三地上半年的平均房价仍呈现下降趋势。另一方面，在珠三角及海南旅游市场积极发展趋势带动下，华中/华南各项指标领跑全国各地区，说明该区域酒店市场的需求和访客消费水平实现双向增长，酒店经营业绩较为理想。

经济危机带给酒店的负面影响与预期持平甚至更低



大部分酒店业者认为全球经济的不明朗带给酒店的负面影响与预期持平甚至更低。接近80%的酒店业者未被全球经济下行的负面环境所影响，这说明以国内需求为主的中国酒店市场对全球经济情况的敏感度正在逐渐减小。同时，酒店对全球经济局势的把控能力也正在逐渐提高，已渐渐具备能力分析和应对外在因素的影响。

区域金融危机影响景气指数						
全国平均	华北	东北	华东	华中/华南	西北	西南
-1	-5	25	-3	-7	47	2

就金融危机对酒店市场的影响而言，全国平均指数为-1，这说明全国各地酒店从业者普遍未被持续不确定的经济态势影响。东北和西北地区由于长期处于疲软的经济环境，外商投资体量相对有限，对国际经济状况相对不敏感，显示出较高的景气指数。而华北、华东、华中/华南表现略为消极与这些地区庞大的外商投资规模有关。

酒店市场整体表现优于去年同期



区域酒店市场预期景气指数				
	平均值	住宿率	平均房价	总收入
华北	42	48	36	42
东北	12	17	9	9
华东	36	42	25	39
华中/华南	51	59	37	56
西南	-8	21	-33	-10
西北	6	9	0	9
全国平均	34	43	22	36
去年平均	5	20	-13	8

Horwath HTL 浩华

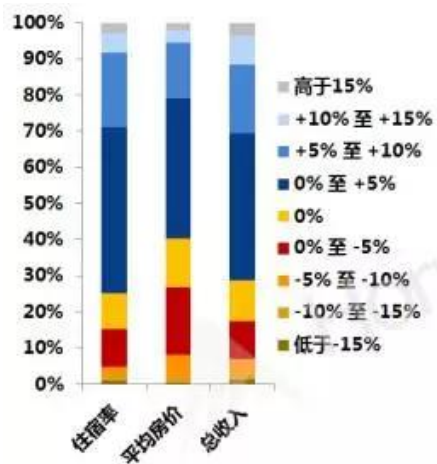
住宿率：多数受访者预测 2017 年的住宿率将呈总积极趋势。

平均房价：相比其他两项业绩指标，各酒店对 2017 年下半年的平均房价预期略显保守，但依旧呈积极态势。

总收入：该项业绩指标的预测情况与住宿率极为相似，大部分酒店业者对总收入持积极预期，认为酒店市场整体收入开始进入复苏期。

全国各区域的各项业绩指标景气指数呈明显的积极态势，尤其是在住宿率方面。综合来看，华中/华南、华北和华东市场领跑全国，各项指标表现积极；西南地区则受到惨淡的平均房价和总收入预期不佳的影响，景气指数呈现负数为全国最低。对比去年的平均景气指数，不难发现各项指标情况都有明显的增长，说明了酒店业者的信心正在快速恢复。

酒店业者有信心在 2017 年下半年取得更好业绩



区域酒店对自身业绩预期景气指数				
	平均值	住宿率	平均房价	总收入
华北	35	32	34	39
东北	1	0	0	4
华东	30	35	21	35
华中/华南	42	47	30	49
西南	-3	18	-24	-2
西北	16	23	9	14
全国平均	29	34	19	33

Horwath HTL 浩华



住宿率：与去年同期相比，市场对下半年住宿率的预期呈积极态势。从不同区域的住宿率景气指数来看，除东北以外各地区对于自身酒店住宿率预期均较为积极。东北酒店业者对自身酒店住宿率提升缺乏信心。

平均房价：大部分受访者对下半年自身酒店平均房价预期较住宿率和总收入而言更为保守，但依旧持积极态度。纵观不同地区平均房价的预测，西南地区表现出明显的负面态度，预计2017年自身酒店平均房价将有所下降；东北地区指数为“0”态度保守，其他地区均持积极预期。

总收入：总收入全国平均指数为33，表明大部分酒店业者对今年下半年总收入的预期持积极态度。除西南地区以外，全国各地区对总收入的预期都趋向乐观。而西南地区较为负面的总收入预期主要是受到平均房价下降预期的影响。

结语

总体而言，2017年下半年的景气指数态势积极，酒店业者的信心正在稳步提升。景气指数从2013年下半年的最低点逐年平稳上升并在今年下半年达到历史高点。从区域上来看，仅有西南地区酒店业者信心低迷，而华中/华南、华北和华东区域酒店市场活跃，酒店业者信心较强。从城市来看，一线、二线城市预期普遍积极，仅有成都受供需失衡以及自然灾害的影响市场信心受挫。从酒店经营的住宿率、平均房价、总收入三项指标来看，酒店业者普遍对住宿率和总收入的预期更为积极，对平均房价的预期持谨慎保守态度。我们相信随着国内各大城市基础设施交通路线的进一步完善、大型展馆的兴建、国内外会议的承接、国内旅游市场的日趋活跃以及大众消费的升级必将给酒店业带来更多的市场需求，酒店业者将会在市场发展的浪潮中更加精准的找到自己的市场定位，抓住良好的市场机遇，为酒店行业的良性发展添砖加瓦。



行业要闻

整理编辑：马青

1、宋城演艺：牵手上海戏剧学院 深化泛文旅产业

来源：宋城演艺

10月24日，宋城演艺发布与上海戏剧学院在上海正式签订战略合作协议的公告，根据公告，双方将在艺术人才培养、项目合作、联合办学等方面开展深入合作，发挥各自资源优势，强强联合，推动中国文化演艺事业发展和演艺专业人才培养。

上海戏剧学院院长黄昌勇和宋城集团执行总裁黄鸿鸣代表双方签署战略合作协议。

从旅游演艺到更多艺术形态领域的探索，宋城通过自主创新和向专业院校“借智”并举，正在悄然深化泛文旅产业链的布局。

作为中国演艺第一股，宋城演艺连续八届获得“全国文化企业30强”称号，20多年来，坚持以“文化演艺”为核心竞争力，成功打造了“宋城”和“千古情”品牌。近年来，宋城加快了文化王国版图的扩张速度，一批重点项目落子上海、西安、桂林、张家界、佛山和澳大利亚黄金海岸等国内外地区，随着产业规模的急剧壮大，夯实专业演艺人才储备也成为亟需解决的命题。

2、住建部：坚持“房住不炒” 加快制定住房租赁管理条例

来源：中国青年报 作者：张国

住建部部长王蒙徽透露，正在做的一项工作是加快研究和制定“住房租赁管理条例”。

在18日的十九大报告中，习近平提出坚持“房子是用来住的、不是用来炒的”定位，引起全场长时间的热烈掌声。今天，党的十九大代表、住房和城乡建设部部长王蒙徽表示，将按照习近平总书记提出的定位，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度。他透露，正在做的一项工作是加快研究和制定“住房租赁管理条例”。



党的十九大中央国家机关代表团分组讨论向中外记者开放活动中，王蒙徽向记者表示，要以满足新市民住房需求为主要出发点，以建立购租并举的住房制度为主要方向，以市场为主满足多层次需求，以政府为主提供基本保障，综合运用金融、土地、财税、投资等手段推进房地产市场建设。

他介绍，为了加快培育和发展住房租赁市场，已在12个人口净流入大中城市开展住房租赁的试点工作；为加快推进住房保障和供应体系建设，已支持北京和上海开展共有产权住房试验等。此外，还大力整顿和规范房地产市场秩序，始终保持高压严查的态势，加大对违法违规企业的查处曝光力度，进一步净化市场环境。

他还表示，另一项措施是研究建立房地产的统计和市场监测预警指标体系，加快建立市场预警机制，加强监测和分析，以保持房地产市场平稳。

3、广州住房租赁企业诚信经营自律公约发布

来源：迈点公寓

10月19日，由广州市房地产租赁协会主办的房地产新政与住房租赁趋势发展论坛暨广州市房地产租赁协会成立大会在广州成功召开。此次大会旨在通过政策、金融、教育以及供应链四轮驱动加速租赁行业发展，同时广州市房地产租赁协会也将成立，共同助力推动房地产租赁行业的健康快速发展。

会上，广州市房地产租赁协会秘书长徐再军（52团租公寓总经理）代表协会宣读了《广州住房租赁企业诚信经营自律公约》。徐再军表示，自律公约的发起，可以促进企业及行业的积极健康发展。该公约也是由徐再军牵头发起。

诚信经营公约倡议：

1、自觉遵守国家相关法律法规和政策，积极推进本行业的职业道德规范建设。

2、强化诚信意识，摒弃弄虚作假、见利忘义的不道德行为，建立健全诚信保证体系，严格遵守合同，收费标准明示，不欺诈租客。

3、开展行业内公平、公正、合法、合理、有序的竞争，提倡“竞和关系”精神，反对诋毁其他企业，反对采用恶意不正当竞争手段破坏业内良性经营。

4、自觉维护消费者的合法权益，严格服务质量管理，不得以次充好、恶意削价、虚假宣传等方式和手段侵犯消费者的合法权益。



5、各种合同条款、服务项目、收费标准、顾客须知都应给予明示，自觉接受消费者的监督。

6、本行业从业人员应自觉遵守国家对于本行业制定的各项规定，自觉履行本行业的诚信自律义务。

7、加强行业间的沟通、协作、学习、合作与交流，研究探讨行业的发展方向，对行业的建设、发展和管理提出建设性意见；开展省内外同行间交流与合作。

8、尊重人才，爱护人才，保障员工的合法权益；维护行业内技术和管理人才的合理有序流动，对于在原单位有违法或违背职业道德行为不予采用，不得通过不正当手段获取、使用、泄露或许可他人使用原单位知识产权和商业秘密。

9、依法申报，依法纳税，配合相关政府部门做好登记管理工作

10、自觉维护社会稳定，履行社会职责。用诚信回报社会，积极参与社会和行业的公益活动。

4、义乌香格里拉大酒店于10月19日盛大揭幕

来源：迈点网

义乌香格里拉大酒店于10月19日迎来盛大揭幕。酒店位于高达215米的“浙中第一高楼”、义乌世贸中心，地处“义乌陆家嘴”，并毗邻堪称世界小商品贸易中心的义乌国际商贸城，拥有得天独厚的地理位置和集购物、休闲、住宅、写字楼为一体的优势。

从名不见经传的内陆县城，到如今预测行业走势的义乌指数，义乌吸引着来自世界的目光，高度发达的经贸使她成为“一带一路”上一颗耀眼的明珠。也正是看中了义乌这片土地所具有的潜力，香格里拉酒店集团和新光控股集团共同打造“浙中第一高”的国际品牌酒店。

酒店拥有362间48平米以上的客房和136间服务式公寓，三间主打餐厅风格各异，浙中最大无柱式大宴会厅为2,000平米。

5、一周寓报：住房租赁市场有望超4万亿 一二线城市成主战场

来源：迈点公寓 作者：方艺

习近平指出：坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位；广州市房地产租赁协会正式成立；三六五网拟1.25亿元投资贝客公寓，占股20%。

本周正值十九大召开之际，习近平指出：坚持房子是用来住的、不是用来



炒的定位;广州市房地产租赁协会正式成立,给公寓行业吃下了一颗“定心丸”;三五网拟1.25亿元投资贝客公寓,占股20%,成立近4年的贝客公寓估值达到6.25亿元。

《住房租赁管理条例》立法正在加速,证监会正在加紧研究制定REITs相关的政策法规,住房租赁REITs产品的全面启动已经进入倒计时。

6、天津规范住房租赁市场 租赁企业实施备案制

来源:天津日报 作者:记者 陈璠

为进一步加强天津市房地产经纪机构和住房租赁企业备案管理,市国土房管局下发了《关于加强我市房地产经纪机构和住房租赁企业备案管理有关问题的通知》(以下简称《通知》)。该《通知》除对原有的房地产经纪机构备案的内容进行修订外,特别新增加了住房租赁企业的备案内容,在全国率先将住房租赁企业纳入房地产管理部门的管理范围。

《通知》下发后,在天津市行政区域内开展业务的房地产经纪机构及其分支机构、住房租赁企业及其分支机构应当自领取营业执照之日起30日内,持相关材料,到机构经营地所在地的区房管局备案。已备案的企业,其名称、地址、服务内容等事项发生变更的或终止相关业务的,应当在变更发生或终止业务之日起30日内,持相关材料,到经营地所在地的区房管局(终止业务的到原备案的区房管局)办理变更或注销备案手续。企业遗失备案证明的,还应当向原备案的区房管局申请补证。区房管局将在天津市房地产综合信息网向社会公布企业备案情况。

《通知》强调,各区房管局应加强对本辖区内房地产经纪机构、住房租赁企业的监督管理,并定期巡查检查。对未按期办理设立备案、变更备案或者注销备案的,按照法规、规章有关规定及时查处。

据了解,目前已有十几家住房租赁企业在津开展住房租赁业务,房地产管理部门对这些企业实行备案管理,有利于加强对住房租赁企业的监管,规范其经营行为,并促进天津市住房租赁市场规范健康发展。

7、央企首单! 保利租赁住房REITs成功获批

来源:保利地产

2017年10月23日,国内首单央企租赁住房REITs、首单储架发行REITs—



—中联前海开源-保利地产租赁住房一号资产支持专项计划（下称“保利租赁住房 REITs”）获得上海证券交易所审议通过，开创了租赁住房资产证券化新篇章，对于加快推进租赁住房市场建设具有非常积极的示范效应。

保利租赁住房 REITs 由中国保利集团公司（“保利集团”）控股公司保利房地产（集团）股份有限公司（“保利地产”）联合中联前海源不动产基金管理有限公司（“中联基金”）共同实施。

产品总规模 50 亿元，以保利地产自持租赁住房作为底层物业资产，采取储架、分期发行机制，优先级、次级占比为 9:1，优先级证券评级 AAA。本单产品的成功落地，验证了“以 REITs 打通租赁住房企业退出渠道、构建租赁住房完整商业模式闭环”的可行性，为租赁住房资产证券化树立了优质榜样。

近年来，国务院及相关部委多次印发意见鼓励加快培育和发展住房租赁市场建设，《国务院办公厅关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》（国办发〔2016〕39 号）及《证监会、住建部等九部委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》（建房〔2017〕153 号）均提到推进“房地产投资信托基金（REITs）试点”，为住房租赁市场提供金融支持。

保利集团董事长徐念沙表示，租售并举已成为国家重要政策，各地政府也纷纷在国土、财税、金融等政策层面积极响应，保利集团时刻不忘自身承担的社会责任与历史使命，积极响应政府号召，贯彻“房子是用来住的，不是用来炒的”定位，努力促进住房回归居住属性，深入促进房地产行业健康有序发展。

保利集团副总经理、保利地产董事长宋广菊表示，本项目是保利集团在住房租赁领域践行央企责任的首单试水，“REITs”将成为保利集团构建“一主两翼”业务布局的战略性资本工具，积极开拓住房租赁市场的金融创新。

8、1314 间客房 21 个餐厅 投资百亿的亚特兰蒂斯明年 4 月开业

来源：尚旅游

被誉为三亚旅游转型升级 3.0 版的标志性项目，三亚度假巨无霸旗舰项目——三亚亚特兰蒂斯将于明年 4 月正式营业。

酒店拥有 1314 间全海景客房，包括 154 间 115 平米至 944 平米的不同类型套房，其中最大套房达 1061 平方米。

很多人都把这个项目称之为三亚亚特兰蒂斯酒店，其实，这不是最准确的说



法。三亚亚特兰蒂斯是一座海洋主题的度假胜地，囊括了惊险刺激的水世界冒险乐园、神秘奇幻的水族馆、互动性极强的海豚湾、不同风味的餐厅酒吧及餐饮点位、全海景客房及套房、高端雅致的水疗馆、时尚新潮的精品店铺以及大型会议中心与多功能厅。

9、山东省出台新政鼓励发展住房租赁企业

来源：大众网 作者：记者 王宗阳 通讯员 张国强 卫涛

为加快培育和发展我省住房租赁市场，日前省政府办公厅印发《关于加快培育和发展的住房租赁市场的实施意见》(以下简称《实施意见》)，要求各地结合实际制定优惠政策支持住房租赁消费，租房者可凭租房合同等材料申报居住登记，符合规定的可申请落户，具有本地户籍的租房者子女可就近享受中小学义务教育，公积金连续足额缴纳3个月的，可提取支付房租。

《实施意见》提出，各地要结合实际，制定优惠政策，支持住房租赁消费，引导城镇居民通过租房解决居住问题。

合法稳定就业或符合当地人才引进规定的非本地户籍承租人，可凭登记备案的住房租赁合同等证明材料申报居住登记、申领居住证。符合当地人民政府规定条件的，可以申请登记常住户口，享受义务教育、医疗等基本公共服务。

《实施意见》明确，对具有当地户籍、在城区无住房、能提供经登记备案长期租赁证明的家庭，按照“积极稳妥、量力而行、分步实施”的原则，探索实行义务教育适龄子女就近入学问题，同一套住房在同一就学时段内，只允许同一租赁家庭的子女就近入学。

《实施意见》规定，住房租赁合同期限内，出租人无正当理由不得擅自解除、变更合同，不得单方面提高租金，不得随意克扣押金。

10、携程系股东何以“抱团”转投美团点评？

来源：懂懂笔记

美团点评再度成功融资40亿美元，不仅刷新了国内融资史上的新记录，而且媒体报道中，有声音直指携程股东The Priceline Group入股美团点评一事“耐人寻味”。

Priceline是美国也是全球最大的在线旅游服务OTA。2014年开始，Priceline就持续增持其在携程的股份比例。在某些外界消息中，Priceline甚



至视携程视为自己在中国的业务团队。2015年年底相关数据显示，Priceline持有12.63%的携程股份，此外Priceline还拥有在公开市场收购总量不超过15%携程股份的权利。关于最新持股情况，目前还没有具体数据。但毫无疑问，Priceline是携程最重要的股东和业务合作伙伴。

而美团点评，则是目前中国市场对携程发起最大挑战的竞争对手。本次Priceline出钱加持美团点评，毫无疑问携程很尴尬。

其实远远不止Priceline这一家携程的股东，本次以及历次美团及大众点评融资名单中，携程系的股东都是非常抢眼的一波组合。

本次40亿美元融资主要由腾讯领投，引入了新的战略投资方The Priceline Group。其他主要投资人包括：红杉资本（Sequoia Capital）、新加坡政府投资公司（GIC）、加拿大养老金投资公司（Canada Pension Plan Investment Board）、挚信资本（Trustbridge Partners）、老虎基金（Tiger Global Management）、Coatue Management和中国-阿联酋投资合作基金（China-UAE Investment Cooperation Fund）等国内外知名投资机构。

从这份名单中，可以看到很多熟悉的名字，如：美团点评最重要的投资者红杉资本沈南鹏，正是携程的创始人；而老虎基金，则是携程上市前的重要投资商之一；另外美团前一轮融资中的今日资本，也是携程当年的主要投资商。

一大波携程股东“抱团”投资美团点评，不能不说与大投资机构争抢优质独角兽项目有关，必然会产生一定重合。但是从另一方面思考，也反映出熟悉携程商业模式的股东们，未来对美团点评模式有了相当一致的认可。

美股当地时间（10月19日）收盘，携程股价收跌8.24%，创下过去两年来最大单日跌幅。



瞩目十九大：解读“房住不炒”的风向标

来源：上海链家研究院 作者：现领观察

和十八大相比，本次报告更加关心解决全民的住房居住问题。从供应主体、保障渠道、购租并举三方面来看，十九大向我们申明回归居住属性。

坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度，让全体人民住有所居。

——《十九大报告》

据统计，习近平总书记在中共第十九次全国代表大会的发言共赢得 71 次掌声。当习总书记说到“房子是用来住的、不是用来炒的”，会场响起密集、响亮的掌声。能赢得党代表的响亮掌声，充分说明了房地产市场健康发展的重要性。回顾以往，我们有理由相信，如今，建立长效机制条件已经成熟，理性、稳定，是民心所向，也是报告向我们引导的未来。

“房住不炒”的调控史

1. 政策导向

从长期政策来看，十八大前后到十九大，调控经历了“收紧-放松-收紧”三段周期。

2011.01.26	“新国八条”：二套房贷首付比例提至60%
2013.02.20	“新国五条”：房价上涨过快城市限购
2014.09.30	《关于进一步做好住房金融服务工作的通知》：“930房贷新政”
2015.03.30	《关于个人住房贷款政策有关问题的通知》：“330房贷新政”
2015.09.30	将不限购城市首套商贷最低首付款比例下调至25%
2016.09.30	国庆调控，北京、天津、南京、厦门等19个城市重启限购限贷
2017.03.17-至今	多省市楼市调控升级

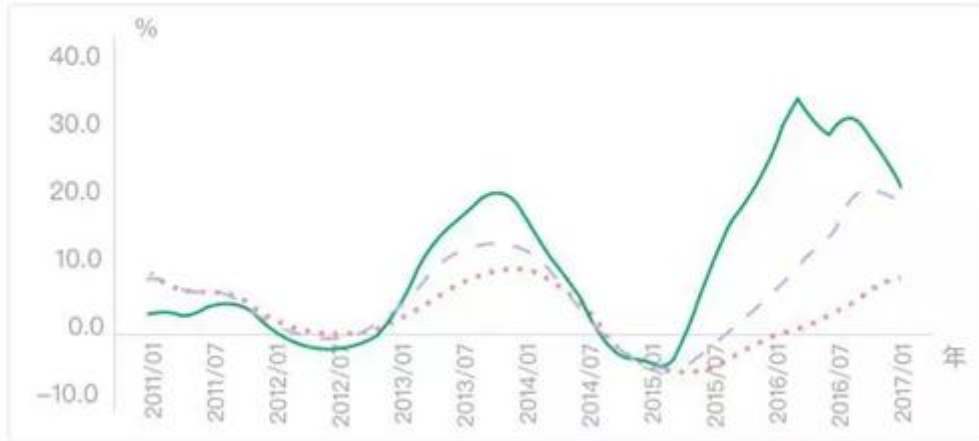
在 2012 年十八大之前，“国十一条”和“新国十条”就已经奠定了紧缩政策的基调，随后一直到 13 年初都呈现收紧状态；2014 年的“930 房贷新政”给了房地产市场发挥的契机，一直到 2016 年初，政策再一次收紧。



2. 市场反应

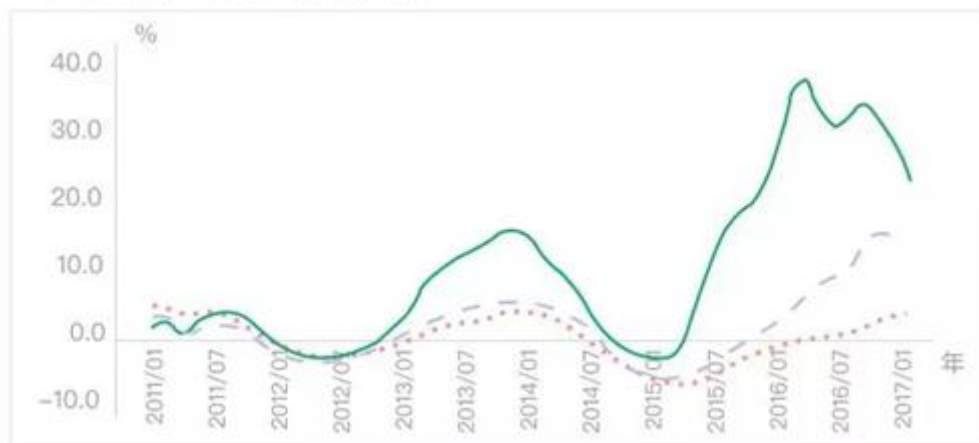
对照时间节点，市场反应如下：

70大中城市新建住宅价格对比



数据来源：WIND

70大中城市二手住宅价格对比



数据来源：WIND

调控之下，我国房地产市场产生了相应反馈，从上图可以看出，新房市场及二手房市场都在2013年和2015年出现明显的分化拐点。2013年后，“新国五条”体现了因城施策的调控特点，同期产生相应价格波动；2015年，较为宽松的政策环境刺激了价格攀升，2016年末，进入2017年，市场转向。

再以上海去年的调控为例，随着政策的出台，市场同样出现有效拐点：



上图纵坐标为标准化处理后的成交指数，横坐标为2016年的周数，可以明显看出，“沪九条”出台以后，政策调控影响突出，随后，“新沪六条”、“住房信贷政策”也都引起了相应蛰伏。

房地产调控有效抑制了不合理需求，市场环境日益趋清。“炒房团”退市，存量市场打开，让房屋流通起来，才能让人们的居住需求得到满足。

“房住不炒”的新含义

正向引导结合理性回归，“住得起”的诉求正在实现，“住得好”的愿望已经提出。

1. 住得起

让人们住有所居，稳定房地产市场价格是最直观的表现。

在居住上，一方面稳定市场，一方面开辟租赁，扩大供应，转变思维，通过维护买卖与鼓励租赁，实现住房需求。

此外，今年以来，房屋保障系统也在密织，北京推“共有产权房”后，示范效应在全国产生。

2. 住得好

从统计结果来看，最直观的收益就是人们的居住面积越来越大了，以上海为例：



注：数据来源于《上海市住房发展“十三五”规划》，预计2016年有所增长



在我们过去的市场研究中，我们也发现，上海的置换客户中有7成置换面积变大，平均增大40平米（详情参考：《上海市住房消费大数据报告》），从上海来看，人们正在朝着住大房子努力。

当然，住得好不仅仅在于房子的大小，还包括房子的配套环境及便利程度，如果是租赁实现的居住，还要考虑权利诉求，这些问题也是此次“十九大”透露的风声。

“房住不炒”时代的风向指标

以往，十八大的报告倡导建立市场配置和政府保障相结合的住房制度，着力点在于满足困难家庭需求，强调保障性住房的建设和管理。

此次，十九大报告重申了去年中央经济工作会议的方针，再次明确“房子是用来住的、不是用来炒的”，并且从党的角度推进租购并举政策，扩大住房保障范围，满足全体人民的居住需求。

1. 供给主体：多重供应主体涉及多种市场角色，民营企业与国有企业相互配合，为市场增加供应
2. 保障渠道：在房屋保障方面，在完善保障房建设、管理的基础上，还要建立更多的保障渠道
3. 购租并举：倡导购租并举，发售租赁专属用地，出台各项租赁规划，酝酿相关发展细则

总体而言，和十八大相比，本次报告更加关心解决全民的住房居住问题。从供应主体、保障渠道、购租并举三方面来看，十九大向我们申明回归居住属性。



房地产新时代：房屋租赁开启蓝海

来源：第一财经网

事实上，当房地产市场站上新时代的起点，富有前瞻思维的大型房企早已经大刀阔斧地挺进新领域。

随着今年以来国内各大城市房地产市场重新归于平静，这个曾经牵动着亿万中国人神经的产业，已悄然发生着根本性改变。

10月18日，在中国共产党第十九次全国代表大会开幕会上，习近平总书记明确提出，“坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度，让全体人民住有所居。”

在去年中央经济工作会议首次提出“房子是用来住的、不是用来炒的”这一基本定位的基础上，十九大再度予以重申，显示本轮房地产调控的主基调仍在延续。

此后的22日，十九大新闻中心举行第五场记者招待会上，住房和城乡建设部部长王蒙徽在回答房地产形势和下一步调控目标时表示，房地产调控效果持续显现，预计全国房地产市场还将延续成交量增速回落、成交价格趋于稳定的走势。下一步，将坚持调控目标不动摇、力度不松劲，保持政策的连续性和稳定性。

高层对于稳定房地产市场的不断重申，无疑已经在极大层面上改变了市场的预期，单边上涨的价格走势将不再成为中国楼市的主流，与此同时，大力发展的租赁型住房，也将在未来几年逐步改变市场格局。

为多家房企做过战略咨询的兰德咨询总裁宋延庆在接受记者采访时表示，除了理解政府调控的决心以外，各家房企还应深刻研读十九大中关于市场经济，以及对房地产的描述。“风的方向已经变了，必须调整帆的角度。不仅在销售市场上有作为，还要在租赁市场上有布局，同时还要积极参与保障房建设。”宋延庆说。

事实上，当房地产市场站上新时代的起点，富有前瞻思维的大型房企早已经大刀阔斧地挺进新领域。



房屋租赁开启蓝海大门

随着国家“租售并举”的推进，住房租赁业务被认为是中国楼市未来的生力军。

东方证券研报指出，经测算，目前我国租赁人口预计为1.9亿，主要由流动人口及高校毕业生构成，租赁市场规模已超万亿。与发达国家的成熟市场相比，无论租赁人口还是整体租赁市场规模，我国大中城市都还存在较大的发展空间。而随着城市化继续推进，持续增长的流动人口规模将为租赁人口提供基础。东方证券预测，至2030年，国内租赁人口将达2.7亿，整体市场规模将达4.2万亿元。

链家研究院的一份报告指出，目前中国的房屋租赁市场规模是1.1万亿，预计到2025年，中国租赁市场规模将增长到2.9万亿，到2030年将会超过4.6万亿。很多房企预计，未来租赁市场还将有税收优惠等利好出台，进一步支持租赁市场的完善。

租赁，这个曾经被开发商“弃如敝屣”的微利行业，在政策东风之下宛若新生，正走向资本和市场追逐的风口。

事实上，房企也知道这个行业是微利，甚至可能亏本，但是每一个人都在等待风口。“如果你没有在红利收割期来临之前提前布局，那你怎么可能享受到事后的红利呢？”一位房企高管坦言。

事实上，对于房企而言，布局租赁业务的背景之一是传统地产开发业务的盈利空间遭遇天花板，企业急需探索转型路径，另一方面，企业也希望分享租赁市场红利，培育稳定的现金流奶牛。

来自首创证券的观点认为，过去，市场供应主体的零散化以及中介机构的无序竞争造成市场运行机制的不规范现状，进而导致多数自有住房人群的“惜租”，而随着监管体系的完善和政策支持力度的提升将进一步降低租赁业的投资风险和经营成本，而产业链的完善也将间接利好买卖市场，鼓励更多规模企业投资，参与到租赁市场中。

随着存量市场来临，租赁市场的关注度随之提高，房企抢占长租公寓，主要是为存量房市场提前布局。在一线城市新房成交量增长不可持续，月供和租金差距加大，租赁人口的逐年提升和品牌公寓市场占有率间的缺口较大，长租公寓可



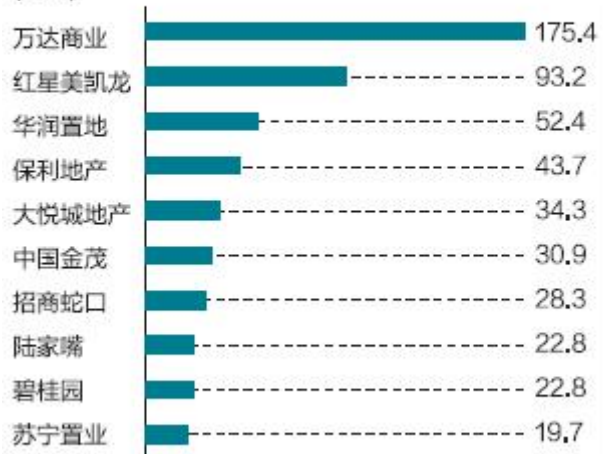
以说是租赁市场的一大蓝海。

融信中国执行总裁吴剑表示，房地产企业也在积极寻找潜在的业绩增长点，持有一些优质的，可以持续产生现金流的物业，可以对冲部分销售市场波动的风险，增值到一定水平，还可以溢价转让。

今年较早前，住建部积极推动住房租赁市场的发展，在12个大中城市开展住房租赁试点，积极培育机构化、规模化的住房租赁企业，鼓励国有企业布局住房租赁业务。截至目前，全国多个城市已经推出持有型土地，万科、保利等多家一线地产企业早已在持有型住房投资开发和运营方面积极布局。

和发达国家比，目前国内的租赁市场依旧没有掌握在机构手中，未来的前景可以预期，因此，拥有一定实力的房企开始涌入，或以领跑者姿势，或以追逐者心态，让这个市场变得热闹纷呈。

2017年前三季度内地房企运营收入TOP10
(亿元)



数据来源：克而瑞

万科、龙湖、保利快步跑

万科是最早布局长租公寓业务的房企之一。今年8月的中期业绩发布会上，万科集团董事会主席、首席执行官郁亮把旗下业务分为五个板块。而长租公寓“泊寓”在万科诸多业务中，排名在房地产开发、商业地产和物流地产后。

行业竞争激烈的直接后果是，获取房源成本大大增加。在此方面，万科获得了与深圳市人才安居集团的合作权。深圳市人才安居集团是深圳市专责负责人才安居住房投资建设和运营管理的市属国有独资公司。



深圳泊寓公司执行合伙人袁军告诉第一财经记者，万科与深圳市人才安居集团的合作将不局限于形式，什么合作方式都会尝试。

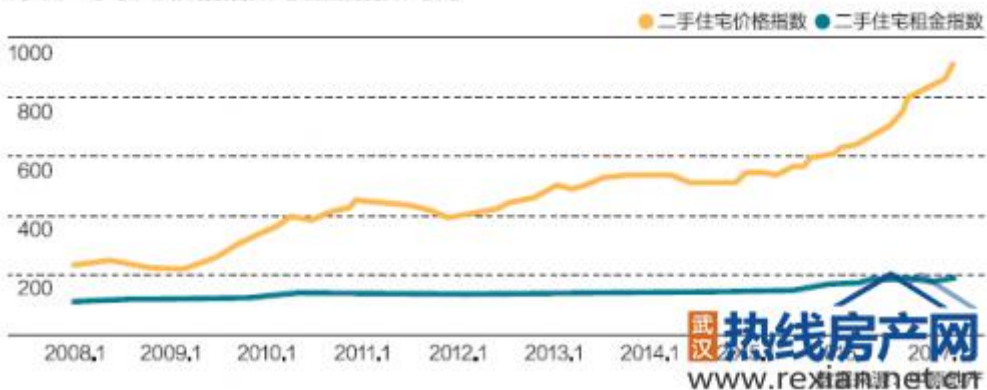
在北京，万科泊寓的发展势头凌厉。北京万科告诉第一财经记者，北京万科曾在2015年初提出6+X转型计划，泊寓计划属于其中C计划。目前北京泊寓已获取项目16个，已开业项目6个，平均出租率超过97%（注：各门店基本满租状态，换租期产生短时出租率下降），预计到2018年初开业门店达到10个。北京泊寓的拓展目标是从2017年至2019年，年均10000间的项目获取。

万科董秘朱旭在9月的销售电话会议上指出，目前长租公寓业务泊寓已进入28个城市，保有房间数8.4万间。万科泊寓的目标是到今年年底，开业3万间房源，保有目标是15万间。长远来看，万科对泊寓远期规划是提供100万间公寓，年收入达到155亿元，为一半以上城市新进入者提供长期租住空间及服务。

无独有偶，龙湖地产在长租公寓业务上抢点布局的速度也十分迅猛。龙湖地产在回复第一财经记者采访时表示，龙湖对于国家“购租并举”政策积极地响应，设立冠寓作为集团第四大主航道业务。

与万科相比，龙湖在公司运营层面给租赁业务的定位更高。2016年8月，龙湖董事长吴亚军宣布涉足长租公寓，推出“冠寓”品牌，目标是，到今年年底，冠寓开业超过15000间。

深圳二手住宅价格指数与租金指数对比



龙湖集团副总裁兼冠寓公司CEO韩石表示，长租公寓是一个万亿级的蓝海市场。作为集团战略性业务，冠寓未来将迅速聚焦北京、上海、广州、深圳等一线、领先二线城市，在三年内形成规模优势，创领中国长租公寓市场，不断延展产品线，提升都市年轻人生活品质。



“从政策看，国家的政策很清晰，多主体供给，多渠道保障，共同组建新的住房市场，这个政策很清晰。”上海龙湖总经理温介邦告诉记者。

拥有央企背景的保利地产，同样在新的市场形势下抢先布局。在租赁住房领域已建立瑜璟阁商务公寓、诺雅服务式公寓、N+青年公寓、和熹会四大品牌，项目布局十余城市，均分别由保利地产旗下租赁住房管理运营平台“保利商业公司”、“安平养老公司”负责运营。

中国保利集团公司董事长徐念沙表示，租售并举已成为国家重要政策，各地政府也纷纷在国土、财税、金融等政策层面积极响应，保利集团响应政府号召，贯彻“房子是用来住的、不是用来炒的”定位，努力促进住房回归居住属性，深入促进房地产行业健康有序发展。

另外，碧桂园等第一梯队的房企也于今年启动了租赁公寓的投资策略。消息显示，碧桂园日前宣布成立长租公寓事业部后，其首家长租公寓将于近期亮相上海。碧桂园上海区域总裁高斌透露，该公司正在考虑如何更好地适应新的“游戏规则”，做好创新业务，决心在上海做一些持有型的物业和一些经营性资产。

第二、第三梯队的开发商在今年呈现积极跟进之势。据招商蛇口中报数据，公司已布局深圳约50万平方米、1.3万套长租公寓产品，形成“壹栈”人才公寓、“壹间”精品公寓、“壹棠”高端服务式公寓三大核心产品线，目前在北京、天津、武汉、重庆等城市以自有物业改造成公寓的多个项目正在同时推进。

而地产中介巨头世联行中报披露的数据显示，截至6月30日，公司旗下的红璞公寓已经进入深圳、广州等27个城市，全国签约间数达4万多间。年内，世联行的目标是保有10万间公寓。

世联行董秘袁鸿昌在投资者会议中表示，“长租公寓的市场和空间非常巨大，一二线城市房价高涨，未来，买卖+租赁将双管齐下解决居住问题。”他认为，在国内，仅靠买房解决居住问题这一页已经翻出去了。



碧桂园高斌：转型做公寓 有压力但也有成就感

来源：澎湃新闻 作者：李贝贝

高斌向记者透露，碧桂园上海区域已经搭建好独立的长租公寓团队，3个长租公寓项目将在今年底明年初陆续入市。

完成规模突进之后的碧桂园，深谙在中国房地产市场的下半场，比拼更多的是对于持有物业的运营能力和多元资产的管理能力。因此，通过加速布局科技小镇、长租公寓等多元业态，碧桂园开始向城市运营商转型，希望进一步挖掘房地产价值链内业务及资产价值，实现公司价值的最大化。而成立仅2年，“特别能折腾”的上海区域公司，也成了碧桂园集团的创新排头兵。

长租公寓“三年一万间”

“三年一万间。”碧桂园集团上海区域总裁高斌日前在接受记者采访时透露，碧桂园于2017年5月成立长租事业部，加入品牌房企积极布局长租公寓领域的行列。作为最先铺开该项创新业务的排头兵，上海区域已经搭建好独立的长租公寓团队，3个长租公寓项目将在今年底明年初陆续入市。

“碧桂园做长租公寓的出发点是想要满足年轻人的居住需求，让年轻人生活得更更有尊严，让梦想绽放。”高斌感慨地说，自己多年前也曾囿于“居者难有其屋”的困境，这让他做长租公寓的时候，“一定程度上具备了理想化的色彩”，能够感同身受地为年轻租房群体考虑。因此，定位中高端标准的碧桂园长租公寓，首批项目的平均面积达到30-40平方米甚至更大，打破同类产品的“极限值”，专注品质，甚至打造了花园，“将舒适度、私密性放在第一位，而不是经济性”。

值得注意的是，项目的租金不会超出年轻人的承租能力。“这与碧桂园的经营理念有关系。碧桂园的房子一直都是好而不贵，性价比优势非常突出。”高斌解释说，碧桂园善于成本控制，且这些项目都分布于交通较为便利的中环及外环区域，因而价格不会过高。

当前，上海区域操作长租公寓的思路包含两种：一种是直接利用碧桂园旗下的物业，尤其是每幅地块15%的自持部分；一种则是大面积租赁外面的物业，改



造完成后再统一对外出租。高斌同时透露，碧桂园正在与上海的一些村集体、国企洽谈，希望能够利用它们所掌握的土地资源，进一步扩大选择范围。

作为上海区域目前计划尝试的四大新业务板块的首个试点板块，碧桂园上海区域的长租公寓业务目前“还在摸索状态，处于夯实地基的阶段”，“龙湖说自己三年内不考虑盈利，我认同这个看法。如果过早地以盈利为目的做一件事情，就很难做起来。当然三年连续亏损也是个麻烦的事情，这有一个度。”

高斌算了一笔账，以一个房间一年3.5万元的租金收入来看，在未能满租的情况下，1万间公寓的租金区间值仅能达到3亿元左右。“在上海卖100套房子就是3个亿，但是做长租公寓，碧桂园需要管理1万套长租公寓，投入的精力、成本非常巨大。”

看起来，这个数字并不能令人满意——但这毕竟是一个长远的布局。“在一个城市1万间，20个城市，30个城市铺开的话，能够做出这样的规模，也有上百亿了。”高斌也显得很有信心，“要把整个商业模式理清楚，到明年长租公寓会快速发展起来，那个时候就会追求短期的规模增长。”

不久之前，碧桂园上海区域长租公寓事业部总经理蔡红梅也曾向记者透露，碧桂园上海公司要求，“首批项目为15年租期，计划于5年内盈利，进入盈利期；对长租的回报率要求为IRR(内部收益率)在25%之上，1/3租赁周期内盈利。”

大资金更易规模化复制

客观地说，上海区域公司进入长租公寓行业，有被动与主动的选择。

高斌坦言，在上海市场，碧桂园原先在三、四线城市所具备的绝对优势不再明显。土地价格飙升、市场竞争激烈的同时，“拿地减分制”也迫使碧桂园无法在沪继续此前的开发模式。“在这种情况下，我们要考虑如何适应上海，所以会去做一些新业务。”

抢滩长租公寓市场的自然不仅仅是碧桂园，近几年来，包括万科、远洋、中骏、龙湖等在内的一些品牌房企，也都在“租售并举”政策推动和自身转型的需求之下纷纷进军长租公寓市场，此举被一些业内人士认为是“中国的房地产行业的一个转折”。

高斌觉得，这是一种过度解读。在他看来，在长租公寓行业，开发商与专门的品牌商形成了一种互补：“两种主力代表两种模式，开发商是主动与被动结合



在一起的，而品牌商是纯粹的轻资产，最重的东西就是那份租赁合同，他们需要民间资本的介入。开发商进入其中，会迫使他们降低预期，起到一个相互制衡的作用，形成一种均衡发展的局面，最终一起促进市场的发展。”同时，碧桂园、万科、龙湖这类大型开发商进入长租公寓领域，暂时也不会形成“重构秩序”的巨大作用，“整个市场是由大家一起来塑造秩序，是国家政策引导下所形成的一种有序的市场氛围。”

高斌对于开发商进入长租公寓领域的举措颇为看好，“相对来说资本优势会突出一点，尤其是规模地产商做长租公寓会更有优势一些。”高斌认为，类似于碧桂园这样的大型房企，会更为关注单体量的盈利模式，成熟之后才会追求规模化的增长。由于需要占用大量资金和长期运营，中小型开发商不得不面临一定的风险。

当然，诸多同行积极进入的长租公寓领域也并非蓝海。在高斌看来，长租公寓行业当前比较浮躁，对于资产的估值和盈利模式，从业者是普遍乐观的，但并没有真正想清楚怎么去做；市场过热的状态下，部分专业的长租公寓管理品牌对自身的评估、期望值过高，不利于资本的流入。此外，商业地产的泡沫也在一定程度上导致了人才供给的畸形化，专业人才稀缺。

目前行业最大的问题是，“第一，业务太新了；第二，产业政策需要更清晰。”至于解决办法，高斌认为应该成立专门的房地产基金，解决现在开发商资金链的沉淀问题。同时，希望给予长租公寓从业者一定的税收优惠，在一定程度上改善长租公寓的现金流情况，引起资本的重视，吸引更多的资金参与到长租公寓事业中来。此外，高斌认为，管理层可以鼓励资本尤其是民营资本进入这一领域，令市场竞争更为公平、透明。

加速组建与布局

值得一提的是，除了长租公寓，上海区域目前已经介入或计划尝试的还有商业、产业地产及互联网家装三大新业务，并计划最终形成独立的事业部。

其中，上海区域公司已经于今年8月在杨浦区宁国路拿下一幅商办用地，首次进入内环，“地块很小，但是对我们来说战略意义深远，代表碧桂园下定决心在上海做持有型物业，要让碧桂园的品牌在上海市中心树立起来。”而除了即将于10月底11月初亮相的互联网家装业务，碧桂园也在加紧布局产业地产，“对



新业务的摸索，我相信2、3年肯定OK了。”

多元业务之外，上海区域公司的主力业务也相当亮眼：2年间，碧桂园在宝山、嘉定、青浦、金山、奉贤、临港等区域打造出20余个项目，完成了除松江以外上海郊区的战略布局，并从今年起将上海市场分为四大独立片区分别管理。此外，首个与东原地产合作的项目桐南美麓落地之后，上海区域正考虑与同行之间的进一步合作，希望选择一些更具特色的同行，形成优势互补。

短短2年，上海区域公司就从高斌“一个人一把椅子、一度想放弃”的状态，跃升至今天这个生机勃勃的320人大型团队。已付出巨大努力的高斌对于未来没有丝毫放松的意思，“公司在全面提速，上海公司将严格要求自己，学习、借鉴、成长，以飞奔的步调努力靠近集团要求。”

“客观地说，很有压力。”高斌坦言，做创新业务，时间、精力和不确定性带来的焦虑，都比传统业务的压力大。一方面，同行都很优秀，竞争非常激烈。而另一方面，碧桂园是群狼战术，一个区域会有五六个团队同时在做，“所以我们的压力不只局限于同行业的角逐，还有兄弟单位之间的比拼。”在这种情况下，还要遵从公司惯有的管理思维，都是一个很大的挑战。

不过，最令高斌欣慰的是，整个团队比较年轻，乐于折腾。“有压力，但是也非常有成就感。我很喜欢的团队状态就是大家共同前行，大家一起为这个团队更多地担当与推动。”



王兴斌：我国旅游业发展中的八个“不平衡不充分”

来源：迈点网 作者：王兴斌

我国的旅游业更加突出的问题是发展不平衡不充分，这已经成为满足人民日益增长的美好旅游生活需要的主要制约因素。

十九大报告指出：“我国社会生产力水平总体上显著提高，社会生产能力在很多方面进入世界前列，更加突出的问题是发展不平衡不充分，这已经成为满足人民日益增长的美好生活需要的主要制约因素”。“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。”

“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。这个论断具有普世性，适用于人类社会的过去、现在和将来，只不过不同国家、不同发展阶段的民众对“美好生活需要”的内容、形式不同，“不平衡不充分的发展”的状态、水平也不同。古今中外莫不如此，一部人类发展史就是为“美好生活需要”而奋斗的历史，这种奋斗在不同发展阶段的内容、方式也不同。看看中外远古时代遗留下来的岩画，石器时代的贝壳、玉石、鱼骨制作的女性饰物，可以想象他们当时对“美好生活”的向往。所以要具体研究对“美好生活需要”与“不平衡不充分的发展”的具体特点，才能找到解决这个矛盾的有效方向、途径与方式。

十九大报告的这个论断可以指导与与民生相关的产业、行业 and 部门今后的发展方向与政策。这里用这个论断来观察我国的旅游业，可否作这样的表述：“我国的旅游业在很多方面进入世界前列，更加突出的问题是发展不平衡不充分，这已经成为满足人民日益增长的美好旅游生活需要的主要制约因素”。

目前旅游业存在的“更加突出的问题是发展不平衡不充分”表现在以下几个方面：

一、国民旅游两元结构式的“不平衡不充分”

全体国民收入不平衡的程度严重到什么程度？根据《中华人民共和国 2016 年国民经济和社会发展统计公报》数据，全国人口 13.38 亿，“按全国居民五等



份收入分组”，占人口1/5的高收入人群人均可支配收入59259元(月均4938元)，1/5的中等偏上收入人群人均可支配收入31990元(月均2666元)，占人口1/5的中等收入人群人均可支配收入20924元(月均1744元)，占人口1/5的中等偏下收入人群人均可支配收入12899元(月均1075元)，占人口1/5的低收入人群人均可支配收入5529元(月均461元)，贫困地区农村居民人均可支配收入8452元(月均702元)。在人均可支配收入方面，高收入人群与低收入人群人均可支配收入相差10倍以上。其实真实情况比这更严酷。约占人口1/10的富豪群体的年人均可支配收入何止5万元？

“全国居民人均可支配收入23821元”(月均1985元)，这样一种收入的情况下，所谓人均出游3次掩盖了国民出游严重不平衡的实际状况。笔者据此推测，1亿多的富豪群体是国内高端旅游和出境旅游的主体，约2亿的高收入群体是国内旅游和出境旅游中端消费的主体，近3亿的中等偏上收入和中等收入城镇居民参加国内近程、廉价旅游(他们往往是低价游、零团费的主要群体)，占城乡人口一半左右的中等偏下收入、中低收入、低收入群体没有参加旅游。十九大报告中多次提到提高中等收入群体的比重，说明目前中国中等收入群体人口比例小，国民贫富两元结构决定了旅游市场消费的两元结构式的“不平衡不充分”。

二、城乡居民旅游两元结构式的“不平衡不充分”

根据《中华人民共和国2016年国民经济和社会发展统计公报》数据，按常住地分，城镇居民人均可支配收入33616元(月均2801元)，农村居民人均可支配收入12363元(月均1030元)城镇居民与农村居民相差3倍以上。其实真实情况比这更严重。

2016年国内旅游44.4亿人次(戴斌先生说过这个数据是以离开惯常环境10公里以外、6小时以上标准测定的)，其中城镇居民出游31.95亿人次(城镇户籍人口5.6亿)，人均出游5.7次；农村居民出游12.4亿人次(户籍农村人口8.2亿)，人均出游1.5次。国内旅游收入3.94万亿元，其中城镇居民花费3.22万亿元，人均花费1007.8元；农村居民花费0.71万亿元，人均花费572.6元。城乡居民之间的人均旅游次数相差近3倍，人均消费水平相差1倍。城乡居民收入结构不平衡决定了出游率和消费水平的“不平衡不发展”。

三、入出境旅游市场发展“不平衡不充分”



入境旅游“不平衡不充分”。1980年入境旅游570.3万人次，其中港澳台同胞517.3万人次、占9成，外国游客52.9万人次、占1成。2010年入境旅游13376.2万人次，其中港澳台同胞10763.5万人次、占8成，外国游客2612.7万人次、占2成，自此以后一直是这种结构。2016年入境旅游13844.38万人次，其中港澳台同胞1.1亿人次、占8成，外国游客2815.12人次、占2成。入境游客中同属一个中国、但属于4个不同关税区的港澳台游客为主体、外国游客为辅助，而且外国游客自2007年以来一直在2600万人次上下徘徊。2016年接待外国游客2815.12万人次，排在法国、美国、西班牙、意大利、土耳其、德国、英国、墨西哥和俄罗斯之后，居世界第十位，与我国国土辽阔、历史悠久、资源丰富、国际大国的地位很不匹配，足以证明入境旅游市场的客源结构不平衡、国际化程度发展不充分。

出境旅游“不平衡不充分”。2016年出境旅游1.22亿人次，其中去外国旅游3812.67万人次、占31%，赴港澳台旅游8390.13万人次、占68.76%（《中国出境旅游发展年度报告2017》）。全国目前有1亿人有出境旅游证件、约占总人口的7~8%；有6000万人有护照、约占总人口的%。2016年出境旅游1.22亿人次，占总人口的8.8%；出国旅游3812.67万人次，占总人口的2.7%。出游目的以观光与购物为主，休闲度假、文化体验和娱乐花费低；按全体人口为基准，国民出游率低、人均花费低；能出境、出国旅游的基本上是占人口1/5的高收入人群，占人口9成的民众尚未参与其中，出境旅游、尤其是出国旅游仍是少数人的专利。大陆居民出境旅游的主要目的地是中国的港澳台地区，出境旅游的国际化程度低，说明出境旅游发展相当“不平衡”，出国旅游发展更加“不充分”。

入出境旅游发展“不平衡”。我国旅游从入境旅游起步，1979年到2000年入境旅游一直以两位数的年增率高速增长，出境旅游1997年以前发展缓缓慢，20年间入境与出境旅游发展不平衡。从1998年后出境旅游一直以两位数的年增率快速增长，但2004年以后入境旅游停滞不前、时起时伏，出现了入出境旅游发展新的不平衡。其主要原因是国内经济发展、富裕阶层增长、购物需求旺盛，同时国内旅游供给的状况既不能满足高收入群体的需求、又不能满足外国游客的需求，一定程度上折射出国内旅游供给“发展不充分”，导致入出境旅游新的不平衡。



四、国民休闲时间“不平衡不充分”

休假是休闲与旅游的时间前提。当代文明社会公认休闲权与劳动权、教育权、医疗权、居住权一样成为人权的不可缺少的一部分。目前我国已经形成了每天8小时工作、每周5天工作、一年11个公共节日和7至15天的职工带薪休假组成的国民休假制度，符合我国的社会人文特点、适应当前经济发展水平。在国民休假制度的四个方面，前三个方面已大体到位、基本上与国际接轨，第四方面只占应享带薪休假职员的一半左右。从1999年以来实施的拼假式休假导致国民旅游(包括国内旅游和出境旅游)时段过份集中。《中国国内旅游年度报告2017》：“2016年全国七个节假日共接待游客达14亿人次，约占全国国内旅游市场的32%”，“旅游收入达到15757亿元人民币，约占全年旅游收入的40%左右”。今年国庆中秋期间国内游7亿人次，约占全年的1/7。

全国7个节假日共计29天，占全年的8%，但国内游人数占全年的32%，旅游收入占全年旅游收入的40%左右。旅游市场的季节性波动是世界现象，也可以说是旅游市场的规律之一。“全年候旅游”只有少数地区存在，绝大多数地区不可能。但是陆旅游消费高峰期如此集中导致全年旅游客流运行的大起大落、高度失衡，其中主要原因是带薪休假制度落实不充分，国民的自主休假权利保障不充分，同时国民休闲设施供给不充分也是重要原因之一。

五、旅游区域发展“不平衡不充分”

按照《中国国内旅游报业发展年度报告2017》的判断，“2016年，我国国内旅游产业发展仍然呈现区域发展不均衡的局面，总的来说，东强西弱，南强北弱”。“旅游发展指数”从东向西、从南向北递减，东、中、东北、西部四大区域之间表现为0.56：0.47：0.28：0.23。

全国游客接待量比例，东部地区占37%，中部地区占27%，西部地区占29%，东北地区占7%。全国旅游总收入比例，东部地区占45%，中部地区占22%，西部地区占26%，东北地区占7%。

旅游目的地的接待能力从东向西递减，在东、中、西三大区域“旅游产业综合发展水平”表现为5:3:2的三级阶梯状分布。

全国10550家星级饭店中，东部地区占46%，中部地区占47%，20%，西部地区占33%。高星级饭店数量总体呈现东多西少的格局，东部地区所占比重最大，



西部次之，中部最小。各地区星级饭店平均房价高于全国平均水平的有8个省(区、市)，位居全国前六位的为上海、北京、海南、广东、天津和浙江。

全国27621家旅行社中，东部地区占50%，中部地区占20%，西部地区占21%，东北地区占9%。东部地区的旅行社数量最多，占全国一半，东北地区的旅行社个数分布最少。

区域发展不平衡也体现在东部沿海地区基本与国际接轨的旅游服务设施与水平(主要体现在旅行社、饭店、景区上)与中西部大部分地区粗放式经营与接待的差别上。

区域发展不平衡体现了旅游目的地与客源产出地之间的不平衡。东、中、西三大区域之间“客源地潜在出游力”为7:2:1的“三级阶梯状分布”。东部地区既是主要的旅游目的地，也是主要的客源产出地，中、西部地区偏重于旅游目的地。尤其在东部与西部之间，东部是西部的主要客源地，西部是东部的重要目的地，两者处于不对等的状态，类似欧洲与非洲的客源地与目的地之间的关系。

世界上旅游发达国家和地区都是目的地与客源产出地的统一，两者兼而有之、大体平衡，既有较强的出游消费能力，也有较强的接待服务和创收能力。在区域经济不平均和城乡两元结构的大背景下，我国客源地主要在东部特大城市群和中西部的大城市，广大中西部和中小镇乡地区出旅游的少，区域之间的由发展不充分而导致的不平衡相当突出。

六、旅游发展数量与质量、规模与效益的“不平衡不充分”

旅游接待总体规模迅速扩大与旅游企业经济效益普遍低下的状况并存。20多年来，旅游企业员工的人均劳动生产率、人均利润和人均利税额长期徘徊，甚至下降势头。旅游业三大支柱行业增速快、数量多，但旅行社业和酒店业总体微利、景区多数不景气的局面持续多年。以星级饭店为例，2016年全国11685家饭店的利润总额仅4.7亿元，实现税金134.4亿元，人均利润仅390元，人均实现利税仅1.1万元，客房出租率54.7%，足以说明旅游企业的经营的窘迫状态。正是由于“宏观形势大好”与“微观日子难熬”并存，才出现了时下旅游高层管理部门与旅游官方媒体讲的，与多数基层旅游部门、旅游企业经营者的感受大不相同的现象。

2016年云南省国内旅游收入年增率44%、接待国内游客年增率34%，分别居



全国第一、第二位，但同年“旅游服务质量指数”为7.0，位于全国末位，这个例子足以说明数量增长与质量提升的“不平衡”。

七、旅游综合竞争力要素发展“不平衡不充分”

世界经济论坛(WEF)发布的《旅行和旅游竞争力报告2017》，对中国(大陆地区)的全球旅游竞争力指标因子的排序分别如下(括号内为序位数)：

第一板块“有利环境”：商业环境(92)、安全防范安全保障(95)、健康与卫生(67)、人力资源与劳动力市场(25)、信息技术与通信技术的准备(64)、行业的价格竞争力(38)。

第二板块“旅行与旅游政策和有利条件”：旅游业的优先程度(50)、国际开放度(72)、行业的价格竞争力(38)、环境的可持续发展(132)。

第三板块“基础设施”：航空运输基础设施(24)、地面和港口基础设施(44)、旅游服务基础设施(92)。

第四板块“自然与文化资源”：自然资源(5)、文化资源与商务旅游文化资源(1)。

近几年来，中国大陆的竞争力排名从四十多位、三十多位提前到2016年的15位，可以认为世界经济论坛的这个排名总体上是客观的。在分项评估中，文化资源(1)、自然景观(5)，航空运输基础设施(24)、人力资源与劳动力市场(25)，说明我国旅游竞争力的强项主要在自然与文化资源方面，其次是人口众多的人力市场及航空能力；我国旅游竞争力的弱项主要在健康与卫生(67)、国际开放度(72位)、旅游商业环境(92)、安全防范安全保障(95)、旅游服务基础设施(92)、旅游安全与保障(95)，环境可持续性(132)等方面。

2014年，中国旅游舆情智库曾发布十多个国家《来华旅游舆情报告》表明，外国人不愿来中国旅游的主要因素是在“空气污染”、“食品安全问题”、“治安不好”、“签证不便”“语言不通”、“价格偏高”、“服务不好”方面，与《世界旅行旅游竞争力》的评估大体吻合，表明中国旅游的国际综合竞争力在资源与环境、硬件与软件、安全与开放度等方面突出存在的“发展不平衡不充分”。

八、规模总量与国民人均之间的“不平衡不充分”

世界旅游组织年度报告还有一种测算一个国家国民出境旅游消费水平的方法，即以该国总人口为分母、出国旅游总消费额为分子，测算该国全体国民人均



出境旅游的花费水平。以 UNWTO 的《2016 全球旅游报告》为例，该《报告》第 13 页有这样说明 2015 年十大顶级旅游支出国的一张表：

排名	国家	出境旅游支出 (亿美元)	人口 (亿人)	人均出境旅游支出 (美元)
1	中国大陆	2922	13.75	213
2	美国	1129	3.22	351
3	德国	775	0.82	946
4	英国	633	0.65	972
5	俄罗斯	384	1.46	598
6	法国	349	0.64	239
7	加拿大	294	0.36	820
8	韩国	250	0.51	493
9	意大利	244	0.61	402
10	澳大利亚	244	0.24	978

资料来源：《世界旅游组织：2016 全球旅游报告》，2011 年 1 月 29 日。

由此可见，如果以出境旅游支出总量排名，中国大陆为第一；如果以总人口为基数的人均出境旅游支出排名，中国(大陆)213 美元，排在澳大利亚(978 美元)、德国(946)、英国(972)、加拿大(820)、俄罗斯(598)、韩国(493)、意大利(402)、美国(351 美元)和法国(239)之后，居第十位。这与 GDP 排名一样，以总量排中国大陆为世界第二，以人均 GDP 排，中国大陆在一百位左右。以 GDP 总量排，是世界经大国；以人均 GDP 排，是中等发展中国家。两者一起看才是中国大陆经济及旅游业的全貌，这样才不致于过低或过高评价自己。

如果用大陆 3800 万的出国旅游人次与各国出国旅游的人次比较，大陆排在美国、德国、英国和俄罗斯之后，为第 5 位。笔者认为，如设立出境旅游人数与国民总人口相比的“国民出境旅游率”概念：日本为 14%，韩国为 26%，澳大利亚为 23%，德国为 88%，英国为 95%，意大利为 40%，美国为 20%，加拿大为 88%。在金砖五国中，俄罗斯为 34%，印度为 10%，南非为 10%，巴西为 4%。如以“国民出国旅游率”比较，中国低于俄罗斯、印度、南非和巴西。

总体上判断，中国旅游业发展的不平衡不充分性表现如下：

从资源品质和游客规模上，处世界上等水平，这主要得益于国土辽阔、历史



悠久和人口众多，也得益于改革开放的国策；

从产品质量和产业效益上，处于世界中等水平；

从国民人均接待人次、人均旅游收入与花费，人均出游人次与人均花费来讲，低于世界平均水平，处于偏下水平。

我国旅游业发展的这种不平衡不充分，从根本上说就是习近平总书记所指出的：“我国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段的基本国情没有变，我国是世界最大发展中国家的国际地位没有变”。可以说，当今中国旅游业仍是“世界最大发展中国家的”、“社会主义初级阶段的”旅游业。如果说已进入了“大众旅游时代”，那也是社会主义初级阶段的“大众旅游时代”，实质上“半众旅游时代”。旅游业的综合性特征决定了永远不能超越社会发展的阶段，而且总体上受社会发展的阶段的制约，正如一个人不能揪着自己的头发离开地球一样。

同时，有些不平衡的问题长期存在也与旅游指导思想上的偏差，如重速度、轻效益，重数量、轻质量，重规模、轻品牌，重形式、轻实绩，重整齐划一、轻因地制宜，重行政推动力、轻市场原动力，以及报喜不报忧、好大喜功的工作态度有关，与近年来对中央提出的隐中求进、隐中求好的工作方针贯彻不力有关。

从根本上解决旅游业发展的这种“不平衡不充分”状态，归根到底是实现社会主义现代化。当前最重要的是切实转变旅游业发展的指导思想、发展模式和管理体制，从上而下、尤其是上层把思想统一到十九大的方向上：“我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期”，“坚持质量第一、效益优先，以供给侧结构性改革为主线，推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革，提高全要素生产率，着力加快建设实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的产业体系，着力构建市场机制有效、微观主体有活力、宏观调控有度的经济体制，不断增强我国经济创新力和竞争力”。



这个由起重机改造的酒店客房 住一晚 1.9 万

来源：酒叔旅行汇

这个酒店，虽然看起来不像酒店，但里面功能俱全，装饰非常现代化，格调很高，有卧式、会客厅、会议室，还有 spa 浴室、室外露台。

世界上的奇葩酒店可真多，有一些见所未见。

现在，什么飞机酒店、火车酒店、胶囊酒店、集装箱酒店等我们都已经见多了，基本上都是用旧货改造。





在哥本哈根的 Nordhavn 区，有一牛人他就奇思妙想，在海边建造了一个高端酒店，这个酒店不用集装箱，而用起重机。



这里曾是哥本哈根的港口之一，昔日的喧嚣与繁忙已经不再，港口刚刚被重



新改造翻新这台机械怪兽曾经是这里的标志。



从远处看，这个酒店是这样的，看起来完全不像酒店对不对？但这恰恰就是这个酒店的独特之处。







因为建造在海边，而且是用钢构起重机改造的，所以这个酒店的视野非常开阔，客房可以随着起重机在海面上移动，非常特别。









这个酒店，虽然看起来不像酒店，但里面功能俱全，装饰非常现代化，格调很高，有卧式、会客厅、会议室，还有 spa 浴室、室外露台。



最后才是客房。



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：马青

出版期号：2017 年第 11 期上月刊（总第 105 期）

投稿方式：yxxytsg@sina.com

联系电话：028-87979510