

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 111 期

2 期

2018.2.1



目录

业界动态	1
联通发布大数据报告 90 后成出行主力, 体验游最火爆.....	1
春节假期全国接待游客近 4 亿人次 2018 年春节假日旅游市场总结.....	9
世界旅游经济趋势报告(2018)完整版.....	13
要闻精粹	32
行业要闻.....	32
乡村民宿个性化不足 成都给乡村振兴提建议.....	40
旅行社的 2018: 凛东将至还是东去春来.....	43
行家之音	46
温德姆酒店 CEO: 中档和经济型酒店的增长应借鉴 Airbnb....	46
Airbnb 首席执行官: 是时候全面反击 OTA 了.....	47
走进全球酒店	50
五星级度假屋建在铁路站台上 每晚 1000 块听火车哐当声...	50



联通发布春节大数据报告，90后成出行主力，体验游最火爆

来源：中国联通大数据

每逢春节，地球上最大规模的人口迁徙就拉开了帷幕。同样的春节，不同的旅途。谁在漫漫返乡路上？谁在沐浴南国海边的艳阳？哪个城市最受游客欢迎？哪些景点又是没看到景色只看到人从众？

90后成出行主力 自驾回家受追捧

联通大数据近日发布的《2018春节出行分析报告》显示，2月9日至16日期间，出行总人数达1.7亿。其中90后成为出行人数最多的年龄段，占比达到36.3%。作为这次春节出行主力军，90后估计是你在返乡路上遇到最多的人。素来被认为个性十足的他们，在春节期间收起放荡不羁爱自由，思乡才是这群年轻人的主旋律。





由于春运期间抢票一直是“玄学”，乘坐飞机又无法直接抵达目的地，更加方便的自驾成为2018春节出行的主流选择。数据显示，近半数旅客选择了自驾出行，只有6%的旅客选择了做空中飞人，44%的旅客抢到了回家的火车票。



优雅的天秤座用户是今年春节出行最活跃的群体，其次是外冷内热的天蝎座，追求完美的处女座位于第三。

广北浙上演空城计 华中地区年味足

春节期间，不只忙碌一年的人们开始放空，各大一、二线城市也开始了“放空”模式。拥有大量外来务工人员的广东、北京、浙江、江苏和上海，成为人员流出的核心地区，在春节期间大唱空城计。

忘掉奔波的疲惫，心早已搭上了回家的列车。离开用工城市的返乡人群纷纷涌入河南、湖南、安徽、四川和河北。华中地区以近5300万人的成绩，荣获此次春节人口输入的桂冠。



南下避寒北上赏雪 丽江古城人最多

除了对团圆的期盼，还要满足对诗和远方的向往。春节旅游俨然成为回家之外最受关注的主题。报告显示，2月15日至20日的长假期间，最受欢迎的旅游城市分别是上海、长春、哈尔滨、三亚、厦门。

冬天太冷怎么办?北京、辽宁、河南的游客暂别北方的寒风，拥抱温暖的阳光，三亚成为了他们春节游的最佳选择。北方人到南方避寒，南方人也要去北方赏雪。上海、浙江、广东等地的南方旅客的春节游首选哈尔滨。看来吃着马迭尔看着冰灯，才是冬天的正确打开方式。



到了景区去哪玩儿?人多的地方自然有好景致!过年期间,最能看到人从众的景区是云南丽江古城,其次为海南三亚亚龙湾,排在第三的为江苏南京夫子庙。看罢山水吹海风,吃罢海鲜赏国学,美景美食和传统文化,一个都不能少。



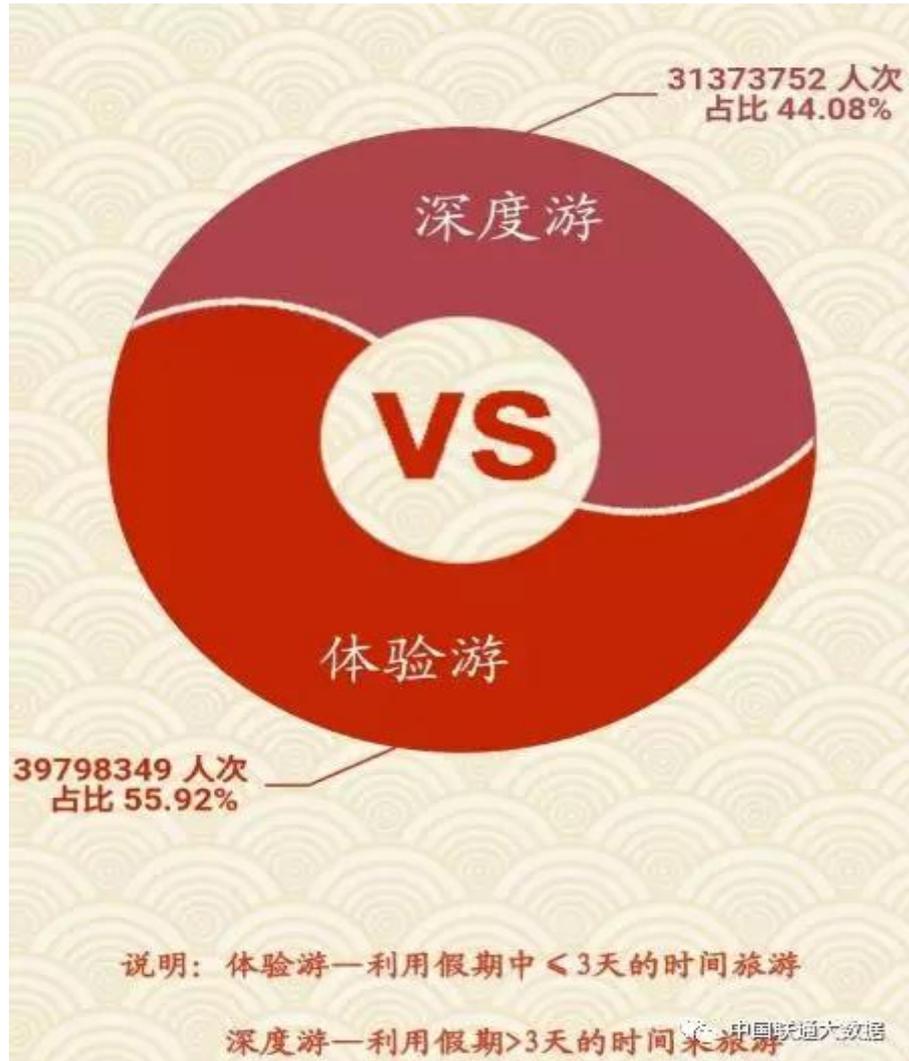
排名	景区所在省份	景区名称
1	云南	丽江古城
2	海南	三亚亚龙湾
3	江苏	南京夫子庙
4	上海	上海迪士尼
5	福建	厦门鼓浪屿

随着消费能力的升级，旅游目的地也在不断升级。除了国内热门景点，出境游逐年成为新趋势。2018年春节期间旅客出行首选美国，无论是西海岸的沙滩，还是一望无际的66号公路，长假期间都能见到中国游客的身影。泰国、日本、韩国、印尼紧随其后，东南亚依然是春节期间的旅游胜地。



体验游最热门 跨省游成时尚

对于渴望回家又期盼出游的人，1~3天的出游时间成为了最佳的旅行方式。数据显示，55.9%的旅客在长假期间选择了体验游。既体会了团聚的温馨，又满足了放飞自我的渴望，说走就走的“轻旅行”成为今年春节的最热门的选择。



为了充分利用假期时间，不少旅客选择了跨省游。上千公里的旅途挡不住对自由的热爱，西成高铁等新线路的开通更是为游客们提供了各种脑洞。无论是广东出发经湖南入四川，还是由上海出发穿华东游河南，广大游客为准备明年春节游的朋友们“人肉推荐”了五条最佳旅游线路。





春节假期全国接待游客近4亿人次 2018年春节假日旅游市场总结

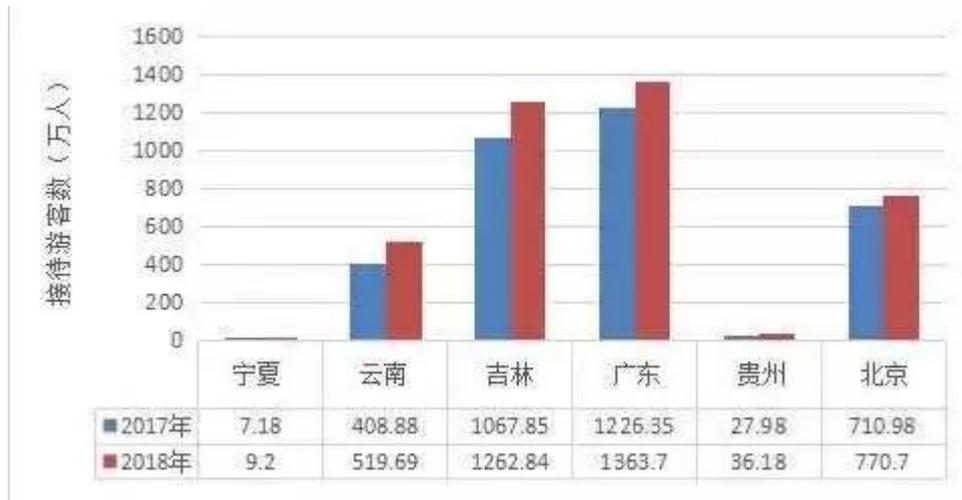
来源：旅业网

国家旅游局数据中心最近发布的春节大数据，给了旅业者们强大的信心，无论出境还是入境，或者国内游，形势均一片大好。全国共接待游客3.86亿人次，同比增长12.1%，实现旅游收入4750亿元，同比增长12.6%。广东、四川、湖南、江苏、河南、安徽、山东、广西、湖北、浙江等省份接待游客人数居前十位。

国内游市场火爆

春节期间，传统景区景点延续火热的同时，乡村民宿、休闲街区、特色小镇等全域旅游新产品新业态备受青睐，自驾游、乡村游、都市游、冰雪游高速增长。旅游市场整体活跃，自驾车出游比例接近50%，成为中国家庭出游的主要方式。

2018年春节部分省市旅游市场数据



2018年春节部分省市旅游收入

省市	接待游客	旅游收入	同比增长
宁夏	9.2万人		
云南	519.69万人	32.6亿元	21.60%
吉林	1262.84万人	119.4亿元	23.11%
广东	1363.7万人	12.97亿元	10.20%
贵州	36.18万人	1.7亿元	39.26%
北京	770.7万人	72.6亿元	8.40%



2018年春节部分省市旅游接待人数

省市	2017年	2018年	同比增长
宁夏	7.18万人	9.2万人	28.10%
云南	408.88万人	519.69万人	27.10%
吉林	1067.85万人	1262.84万人	18.26%
广东	1226.35万人	1363.7万人	11.20%
贵州	27.98万人	36.18万人	29.28%
北京	710.98万人	770.7万人	4.90%

祈福游，庙会游，乡村过大年。各地新春祈福和民俗旅游活动火爆，年味十足。以迎新纳福为主题的名胜祈福游和以体验年俗为主题的乡村民俗游成为众多游客的选择。

山东省济南千佛山景区举办以“祈福千佛山，登高贺新年”为主题的新年祈福活动，灵岩寺举行戊戌新年祈福大典，通过“进福门、登福坛、敬福香、撞福钟、请福字”五福同庆等活动，为新的一年带来福气和好运，大街小巷人潮涌动，热闹非凡，让年味变得更浓。

宁夏回族自治区乡村过年火爆。假日期间全区星级农家乐共接待游客9.2万人次，同比增长28.1%。山水沟生态园、桃源农庄、鑫源农庄、牛家大院、海军生态园、青铜峡清逸园等农家乐假日期间旅游接待日日爆满。

云南各地旅游市场火爆。2月21日当天，全省共接待游客519.69万人，同比增长27.1%，实现旅游收入32.6亿元，同比增长21.6%。节日期间，丽江古城景区举办了新春花展，组织了“大研古城贺新春民族文艺展演”活动，每天举办打跳活动，让游客感受到少数民族的热情年味，游客纷至沓来。

冰雪游，避寒游，南北好风光。长线游方面，今年春节来迟，南北方温差明显，季节性旅游主题更加突出。不少游客利用春节假期，携家人到北方赏雪玩雪，到南方感受春意，追求更有特色的过年体验。东北、华北地区等多地滑雪场游客接待量同比增长超过10%。

吉林全省接待游客总人数1262.84万人次，同比增长18.26%，实现旅游总收入119.4亿元，同比增长23.11%。全省组织推出滑雪、温泉、雾凇、冬捕、乡村游等文化内容丰富的假日组合旅游产品，受到游客欢迎。统计显示，全省乡村游客数量达到263.3万人次，同比增长28.08%，收入约为14.03亿元，同比增长38.61%。



河北省张家口崇礼区太舞滑雪场特邀奥地利蒂罗尔铜管乐团现场演出，银河滑雪场“万福墙祈福”活动和张北县塞纳都冰雪世界都吸引了大量游人。2月20日，万龙滑雪场单日接待游客达2.38万人次。

广东省纳入统计的111家重点景区共接待游客1363.7万人次、同比增长11.2%，收入12.97亿元，同比增长10.2%。“广州过年，花城看花”品牌创新，打造花车大巡游、灯光音乐会等亮点，营造幸福、欢庆的节日氛围。深圳市各旅游景区推出61项节庆主题活动、21项优惠措施，东部华侨城组织了妙趣横生的“花车大巡游”活动，吸引大批游客参与。

温泉游，民宿游，度假享悠闲。随着居民旅游意识的加强，对旅游产品品质的要求进一步提升，度假游取代观光游，成为广大游客的热衷选择。

湖南省户外运动、研学旅游、旅游民宿等新业态引领市场。郴州资兴市唐洞街道大王寨村雄鹰体育休闲户外营地接待大量游客，东江城区和环东江湖周边乡村区域“那一年”“梦想花园”等一批独具特色的民宿春节前预订率超过了95%，入住率100%。衡阳工业博物馆、世界钟表文化博物馆、衡阳啤酒广场等工业旅游景点颇受市民欢迎。

贵州省打造温泉康养旅游产品。全省纳入重点监测的33个温泉景区，春节期间累计接待游客36.18万人次，实现旅游综合收入1.7亿元，同比分别增长29.28%和39.26%。剑河温泉、息烽温泉、石阡温泉、思南九天温泉等主要温泉景区游客络绎不绝。贵阳举办温泉嘉年华活动，乐湾国际温泉、万象温泉、枫叶谷温泉迎来客流高峰。

“中国年”带热出境入境游

除了国内旅游，出入境游也同样红红火火。**据统计，春节期间我国游客从近200个国内主要城市到达全球68个国家和地区、730个国内外城市。**东南亚仍是春节期间出境游客最多的目的地，阿根廷、墨西哥等远程出境目的地在春节期间也大受欢迎。家庭游、定制游和团队游均有增长，游客更注重休闲度假，强调深度体验。从携程网预订数据看，跟团游和自由行分别占52%和48%。85、90后占比近50%，开始主导出境旅游市场格局。

为吸引中国游客，全球各出奇招。英国弗莱泽百货筹备了“四城七店狗年主题橱窗展”活动，伦敦等四座城市七个门店的橱窗都被打造成富有中国特色和节



日喜庆气氛的展示空间。澳大利亚为中国游客专门准备了春节惊喜，在悉尼歌剧院前广场，有一盏10米高的巨型生肖狗灯笼等待合影，在超市、商场等很多地方都挂上了中文的“福”字，还有当地人会用中文说“狗年好”送上祝福。法国马赛则开发了中文版本的马赛地铁APP，并设立了“普罗旺斯印象”微信公众号，定期更新向中国游客介绍该地区的文娱活动。

“中国年”则成为入境游的亮点。陕西省“西安年·最中国”系列活动拉开帷幕，联合国世界旅游组织荣誉秘书长弗朗西斯科·弗朗加利等众多国际友人特别发来贺电。春节期间，秦始皇帝陵博物院、华清宫、法门寺等主要景区接待大量国际游客。

2月18日，来自美国、英国、法国、澳大利亚、韩国等地的200多位外籍友人受邀同登西安城墙，并与上千名中外游客一起观赏年俗。英国游客约翰操着略显生硬的中文说，“能在春节期间游西安太幸运了，中国的春节太美了！我爱中国，也特别喜欢西安的春节。”



世界旅游经济趋势报告（2018）-完整版

来源：世界旅游城市联合会（WTCF） 中国社会科学院旅游研究中心

一、2017-2018 年全球旅游经济趋势

（一）全球旅游经济全面、快速增长

随着全球主要国家经济形势的逐步趋好，各方对全球经济发展均持乐观态度。根据国际货币基金组织(IMF)的最新预测，2017年全球经济增长率将达到3.5%，2018年将升至3.6%；世界银行(The World Bank)也认为，全球制造业和贸易正在复苏，各国经济发展信心大为改善，2017年全球经济增长率将达到2.7%，2018年将达到2.9%，其中，随着新兴市场和发展中国家的经济增长率将从2016年的3.5%提高到4.1%，2018年预计将达到4.6%。

与宏观经济相一致，各国消费者信心指数持续提高，各主要经济体旅游需求稳步增长，跨国旅游基础设施不断完善，旅行成本持续降低，各国签证便利化程度日益提高。在此背景下，全球旅游总人次和全球旅游总收入保持强劲增长势头，成为全球经济增长的重要动力。

2017年全球旅游经济的强劲增长，主要表现为如下四个方面：(1)全球旅游总人次快速增长，达到全球人口总规模的1.6倍。全球范围内，参与旅游的群体不断扩大，旅游消费已然成为全球民众的重要生活方式。(2)全球旅游总收入超过5万亿美元，相当于全球GDP的6.7%^[1]。旅游对于推动全球经济增长的作用更加明显。(3)全球旅游总人次和旅游总收入的增速均超过2016年，分别增长6.8%和4.3%。(4)2017，全球旅游总收入和旅游总人次增速持续高于GDP增速。国际货币基金组织和世界银行对2017年全球GDP实际增长率的预测分别为3.5%和2.7%，而全球旅游总收入增速比其分别高出0.8个百分点和1.6个百分点。

1. 2017年全球旅游总人次约119亿，为全球总人口的1.6倍

2017年全球旅游总人数(包括国内旅游人次和国际旅游人次，下同)达到118.8亿人次，为全球人口规模的1.6倍(见表1.1)。



预计2018年全球旅游总人数将达到126.7亿人次，是全球人口规模的1.7倍(见表1.1)。

表1.1全球旅游经济：旅游总人次(2015-2018)

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
全球旅游总人次(亿人次)	104.5	111.2	118.8	126.7
全球旅游人次占人口规模的比例	1.4	1.5	1.6	1.7

2. 2017年全球旅游总收入达5.3万亿美元，相当于全球GDP[2]的6.7%[3]

2017年全球旅游总收入(包括国内旅游总收入和国际旅游总收入，下同)达5.3万亿美元;预计2018年全球旅游总收入将达到5.6万亿美元;2017年全球旅游总收入相当于GDP的6.7%，这一比例在2018年则将上升至6.8%(见表1.2)。

表1.2全球旅游经济：旅游总收入(2015-2018)

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
全球旅游总收入(万亿美元)	4.9	5.0	5.3	5.6
全球旅游总收入相当于GDP的比重(%)	6.6	6.7	6.7	6.8

3. 2017年全球旅游增速高于上年

2017年全球旅游总人次和旅游总收入的增速均超过2016年。其中旅游总人次增长率达到6.8%，比2016年高出0.4个百分点;旅游总收入增长率为4.3%，比2016年高出1.7个百分点(见表1.3)。

预计2018年全球旅游人次增速将有所放缓，与2017年相比，增速将下降0.1个百分点，为6.7%;旅游总收入增速将继续高于2017年，达到5.9%，比2017年高出1.6个百分点。这意味着，全球人均旅游消费水平处于不断增长之中(见表1.3)。

表1.3全球旅游经济：增长速度(2015-2018)

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
全球旅游人次增长率(%)	6.2	6.4	6.8	6.7
全球旅游总收入增长率(%)	-4.2	2.6	4.3	5.9



4. 2017 年全球旅游经济增速显著高于 GDP 增速

2017 至 2018 年，全球旅游总收入和旅游总人次增速均持续高于 GDP 增速。如前所述，国际货币基金组织和世界银行对 2017 年全球 GDP 实际增长率的预测分别为 3.5% 和 2.7%，而全球旅游总收入增速比其分别高出 0.8 个百分点和 1.6 个百分点。国际货币基金组织和世界银行对 2018 年全球 GDP 实际增长率的预测分别为 3.6% 和 2.9%，而全球旅游总收入增速比其分别高出 2.3 个百分点和 3.0 个百分点(见表 1.4)。

表1.4全球旅游经济：与GDP的增速比较（2015-2018）

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
全球GDP增长率 (%) [4]	-5.5	3.1	3.5	3.6
全球GDP增长率 (%) [5]	2.7	2.4	2.7	2.9
全球旅游总收入增长率 (%)	-4.2	2.6	4.3	5.9

5. 2018 年全球旅游增长继续高于全球经济增长

考虑到全球经济可能出现高于预期和低于预期的增长，对全球旅游增长情况做出三种不同情景下的预测(见表 1.5)。显然，不管哪种情形，全球旅游经济的增速都将高于 IMF 和世界银行对全球经济增长的预期。

表1.5 2018年全球旅游经济预测（三种情形）

	高增长情形	一般情形	低增长情形
全球旅游总人次 (亿)	128.77	126.71	124.52
全球旅游总人次增速	7.8%	6.7%	5.5%
全球旅游总收入 (亿美元)	56593	55696	54809
全球旅游总收入增速	6.7%	5.9%	5.0%

(二) 全球旅游三足鼎立格局更趋明显[6]

1. 全球旅游格局中，欧洲份额缩小，美洲保持稳定，亚太持续扩大



从各大板块旅游总人次和旅游总收入在全球所占份额来看：欧洲板块比例持续下降；美洲板块旅游人次份额有所下降，旅游收入所占份额略有上升；亚太板块份额继续显著上升。

从旅游总人次方面看，2017年亚太地区旅游人次占全球总人次的比例为66.6%，与2016年的65.0%相比，增长了1.6个百分点；从2016年到2017年，美洲板块份额从16.5%下降到15.8%，下降了0.7个百分点；欧洲板块份额从15.6%下降到14.9%，下降了0.7个百分点；中东板块份额下降了0.1个百分点，非洲板块份额保持不变。总体而言，欧洲、美洲和亚太市场占据全球旅游总人次的97.3%。

从旅游总收入方面看：从2016年到2017年，亚太地区所占份额从32.3%增长到33.1%，增长了0.8个百分点；美洲板块份额从30.7%增长到30.9%，略微增长了0.2个百分点；欧洲板块份额从32.0%下降到31.0%，下降了1个百分点；中东和非洲板块份额保持不变。总体而言，欧洲、美洲和亚太地区的旅游总收入占全球的95.0%。

表1.6 2017年全球旅游总人次和旅游总收入排名前十的国家

排名	国家及其所在板块	旅游总人次 (亿)	国家	旅游总收入 (千亿美元)
1	中国(亚太)	45.3	美国	10.3(美洲)
2	印度(亚太)	15.4	中国	6.8(亚太)
3	美国(美洲)	12.5	德国	3.8(欧洲)
4	日本(亚太)	3.2	英国	2.5(欧洲)
5	法国(欧洲)	2.8	日本	2.3(亚太)
6	印度尼西亚(亚太)	2.6	法国	2.0(欧洲)
7	西班牙(欧洲)	2.0	印度	1.9(亚太)
8	巴西(美洲)	1.8	意大利	1.7(欧洲)
9	德国(欧洲)	1.7	墨西哥	1.4(美洲)
10	英国(欧洲)	1.6	西班牙	1.3(欧洲)



预计2018年，亚太地区旅游总人次和总收入所占份额将继续增长，欧洲地区旅游总人次和旅游总收入的份额将略有下降，其他地区变化不大。总体来看，2018年全球各大板块旅游总收入占全球份额基本保持不变(见表1.7)。

表1.7 2018全球旅游各大板块占全球份额(预测)

	亚太	美洲	欧洲	中东	非洲
2018年旅游总人次	68.0%	15.1%	14.3%	1.4%	1.2%
2018年旅游总收入	34.0%	31.0%	30.1%	2.9%	2.0%

2. 欧洲旅游稳步增长，旅游消费水平相对较高

2017年欧洲旅游总人次达17.69亿人次，比上年增长2.1%；旅游总收入达1.63万亿美元，比上年增长1.1%。预计2018年欧洲地区旅游总人次和总收入将分别达到18.06亿人次和1.67万亿美元，旅游总人次增长率将与2017年持平，旅游总收入增长率将比2017年高出1.5个百分点，达到2.6%(见表1.8)。

表1.8 欧洲旅游经济

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
旅游总人次(亿人次)	16.96	17.33	17.69	18.06
旅游总人次增长率(%)	2.3	2.2	2.1	2.1
旅游总收入(万亿美元)	1.60	1.61	1.63	1.67
旅游总收入增长率(%)	-12.2	0.7	1.1	2.6

值得注意的是，对于其他地区国家，欧洲地区国家旅游消费水平明显高于其他地区国家。

2017年，法国、西班牙、德国和英国的旅游总人次分别达到2.8亿人次、2.0亿人次、1.7亿人次和1.6亿人次，在国家旅游接待人次排名中分别排名为第5、7、9和第10位。在旅游总收入方面，德国、英国、法国、意大利和西班牙五个国家的旅游总收入分别排名为第3、4、6、8和第10位。

3. 亚太旅游高速增长，旅游人次增速略高于旅游收入增速

2017年亚太地区旅游总人次达79.14亿人次，比上年增长9.4%；旅游总收入达1.74万亿美元，比上年增长6.9%。预计2018年亚太地区旅游总人次和总收入



入将分别达到 86.17 亿人次和 1.89 万亿美元;与 2017 年相比,亚太地区旅游总人次增速有所放缓,将为 8.9%,低于 2017 年 0.8 个百分点,旅游总收入增长率将比 2017 年高出 1.7 个百分点,达到 8.6%(见表 1.9)。

表1.9亚太旅游经济

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
旅游总人次 (亿人次)	66.40	72.31	79.14	86.17
旅游总人次增长率 (%)	8.7	8.9	9.4	8.9
旅游总收入 (万亿美元)	1.55	1.63	1.74	1.89
旅游总收入增长率 (%)	0.2	5.1	6.9	8.6

在全球旅游排名前 10 国家中,亚太国家所占数目仅次于欧洲国家数目。2017 年,中国、印度、日本和印度尼西亚旅游总人次分别达到 45.3 亿人次、15.4 亿人次、3.2 亿人次和 2.6 亿人次,在国家旅游接待人次排名中分别排名为第 1、2、4、和第 6 位。在旅游总收入方面,中国、日本和印度三个国家的旅游总收入分别排名为第 2、5 和第 7 位,成为增长速度最快的国家。

4. 美洲旅游保持低速增长, 旅游收入增速显著高于旅游总人次增速

2017 年美洲地区旅游总人次达 18.75 亿人次,比上年增长 1.9%;旅游总收入达 1.62 万亿美元,比上年增长 4.9%。2018 年,预计美洲地区旅游总人次和总收入将分别达到 19.17 亿人次和 1.73 万亿美元;其中旅游总人次增长率将达到 2.2%,比 2017 年增速有所提升,旅游总收入增长率将比 2017 年高出 1.3 个百分点,达到 6.2%(见表 1.10)。

表1.10美洲旅游经济

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
旅游总人次 (亿人次)	18.02	18.41	18.75	19.17
旅游总人次增长率 (%)	1.5	2.1	1.9	2.2
旅游总收入 (万亿美元)	1.51	1.55	1.62	1.73
旅游总收入增长率 (%)	0.7	2.3	4.9	6.2

2017 年,在全球旅游排名前 10 国家中,美国的旅游接待总人次达 12.5 亿人次,全球排名第 3 位;其旅游总收入达 10.3 千亿美元,全球排名第一。巴西旅



游接待总人次为 1.8 亿人次，全球排名第八，墨西哥旅游总收入达 1.4 千亿美元，全球排名第九。

5. 非洲旅游保持低速增长，人均旅游消费呈增长态势

2017 年非洲地区旅游总人次达 1.48 亿人次，比上年下降 1.0%；旅游总收入达 0.1079 万亿美元，比上年增长 3.5%。显然，非洲旅游者人均旅游消费出现了大幅增长。2018 年，预计非洲地区旅游总人次和总收入将分别达到 1.53 亿人次和 0.1140 万亿美元；其中，旅游总人次增长率为 2.9%，比 2017 年增速高 3.9 个百分点；旅游总收入增长率将比 2017 年高出 2.1 个百分点，达到 5.6%（见表 1.11）。

表1.11非洲旅游经济

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
旅游总人次（亿人次）	1.49	1.50	1.48	1.53
旅游总人次增长率（%）	1.5	0.7	-1.0	2.9
旅游总收入（万亿美元）	0.1055	0.1043	0.1079	0.1140
旅游总收入增长率（%）	-9.3	-1.1	3.5	5.6

6. 中东旅游增速相对较低，旅游收入增速高于旅游人次增速

2017 年中东地区旅游总人次达 1.71 亿人次，比上年增长 0.9%；旅游总收入达 0.15 万亿美元，比上年增长 4.8%。据预计 2018 年美洲地区旅游总人次和总收入将分别达到 1.78 亿人次和 1.16 万亿美元；其中，旅游总人次增长率将达到 4.6%，比 2017 年高 3.7 个百分点，旅游总收入增长率将比 2017 年高出 1.3 个百分点，达到 6.1%（见表 1.12）。

表1.12中东旅游经济总体情况

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
旅游总人次（亿人次）	1.63	1.70	1.71	1.78
旅游总人次增长率（%）	4.7	3.7	0.9	4.6
旅游总收入（万亿美元）	0.14	0.15	0.15	0.16
旅游总收入增长率（%）	4.4	3.3	4.8	6.1

（三）新兴经济体旅游业增速更快



1. 新兴经济体旅游业增速更快、规模更大

(1) 新兴经济体旅游总人次和旅游总收入在全球份额均提高了1%左右

从2006年和2017年的发展形势来看，新兴经济体的旅游总收入增速显著高于发达国家(见图1.10、图1.11)。2017年，发达国家旅游总人次达33.9亿人次，较上年增长2.2%，占全球的28.6%，比重较上年下降1.3%；新兴经济体旅游总人次达84.8亿，较上年增长8.7%，占全球的71.4%，比重较上年提高1.3%；发达国家旅游总收入为3.2万亿美元，较上年增长2.7%，占全球的61.1%，比重较上年下降0.9%；新兴经济体旅游总收入达2.0万亿美元，较上年增长6.9%，占全球的38.9%，比重较上年增长0.9%。



图 1.10 不同经济体旅游总人次增长率(2006-2017)



图 1.11 不同经济体旅游总收入增长率(2006-2017)

(2) 新兴经济体接待了全球七成游客

2006年至2017年间，新兴经济体所接待的旅游总人次在全球中的份额从49.0%提高到71.4%，提高了22.4个百分点；新兴经济体旅游总收入占全球份额从25.2%提高到38.9%，提高了13.7个百分点(见图1.12和图1.13)。



图 1.12 新兴经济体和发达经济体旅游总人次占比(2006-2017)

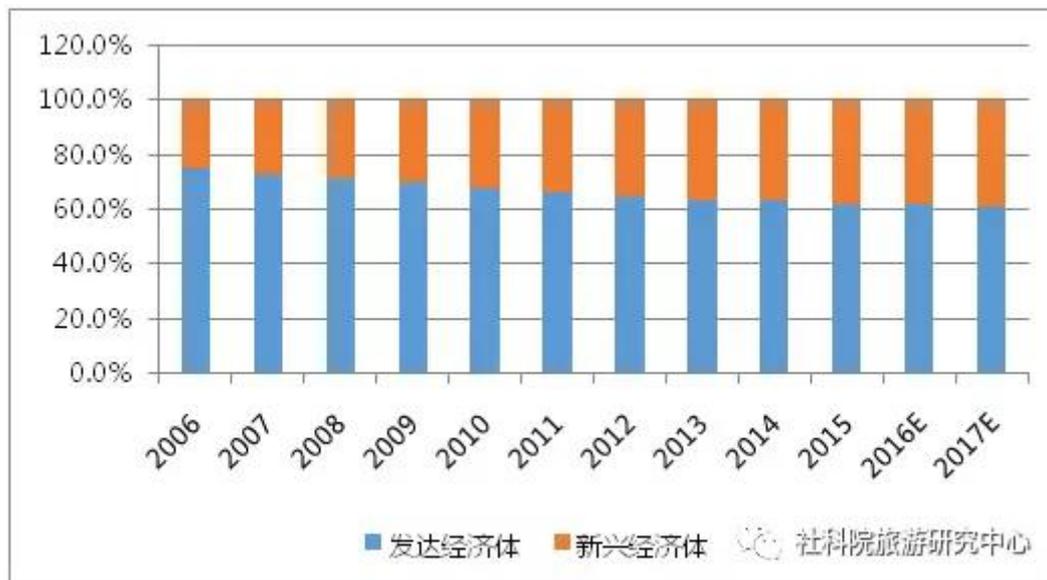


图 1.13 新兴经济体和发达经济体旅游总收入占比 (2006-2017)

(3) 未来，新兴经济体旅游总人次和旅游总收入增速均将显著快于发达国家未来，发达国家旅游发展增速将进一步放缓。预计 2018 年，新兴经济体旅游总人次和旅游总收入的增速分别将达 8.7%和 9.3%，而发达国家的则分别为 1.8%和 3.7% (见表 1.13)。

表1.13 2018年新兴经济体和发达国家旅游总收入增速 (预测)

	发达国家	新兴经济体
旅游接待人次增速	1.8%	8.7%
旅游总收入增速	3.7%	9.3%

2. 金砖国家旅游发展引人注目

(1) 金砖国家旅游总人次占新兴经济体旅游总人次的 3/4

2017 年，金砖五国旅游总人次将达到 63.6 亿人次，其增长率达 3.96;金砖五国旅游总人次规模在新兴经济体旅游总人次规模中占比达 75.0% (见图 1.14)，成为新兴经济体旅游的重要组成部分。

预计，2018 年，金砖五国旅游总人次将达到 65.9 亿人次，其增长率将达到 3.57% (见表 1.14)。



表1.14金砖五国旅游总人次

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
旅游总人次 (亿人次)	57.13	61.21	63.64	65.91
旅游总人次增长率 (%)	8.67	7.15	3.96	3.57

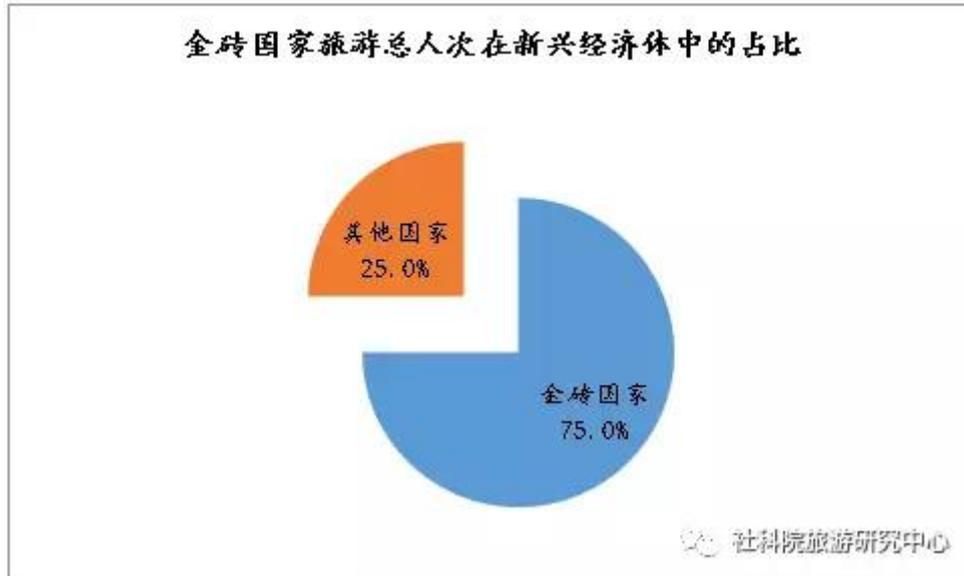


图 1.14 金砖国家旅游总人次在新兴经济体中的占比

(2) 金砖国家旅游总收入占新兴经济体旅游总收入的 1/2 强

2017 年, 金砖五国旅游总收入将达到 1.05 万亿美元, 其增长率达 6.97%(见表 1.13); 金砖五国旅游总收入规模在新兴经济体旅游总人次规模中占比达 51.1%(见图 1.15), 对新兴经济体的旅游经济产生了重要贡献。

预计, 2018 年, 金砖五国旅游总收入将达到 1.10 万亿美元, 其增长率将达到 5.49%(见表 1.15)。



表1.15金砖五国旅游总收入

	2015	估计		预测
		2016	2017E	2018F
旅游总收入 (万亿美元)	0.94	0.98	1.05	1.10
旅游总收入增长率 (%)	-1.04	3.67	6.97	5.49

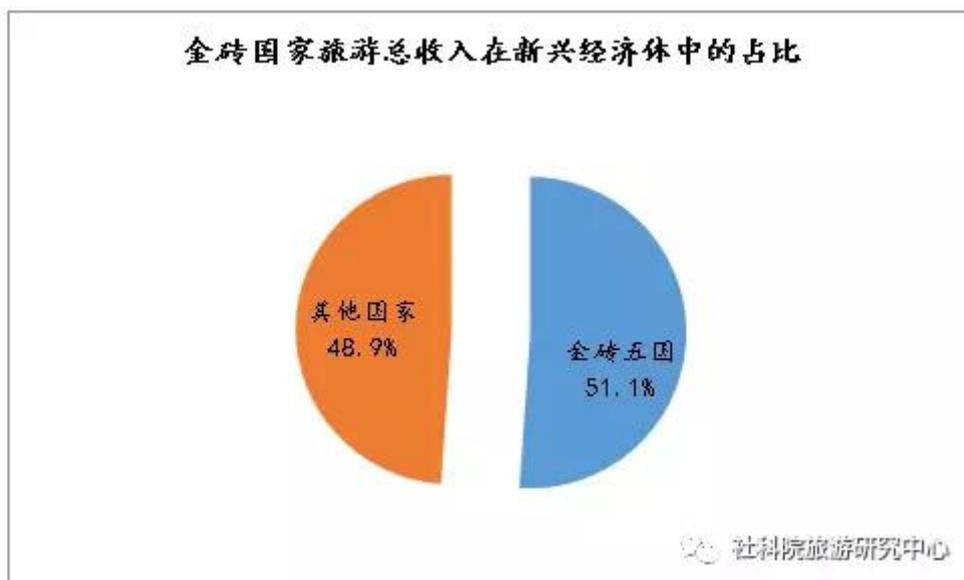


图 1.15 金砖国家旅游总收入在新兴经济体中的占比

(四) 旅游进一步推动全球化进程

1. 国际旅游在旅游大浪潮中扮演越来越重要的角色

首先，在旅游接待人次方面，国际旅游增速与国内旅游增速逐步趋近，甚至在个别年份超过后者(见图 1.16)。

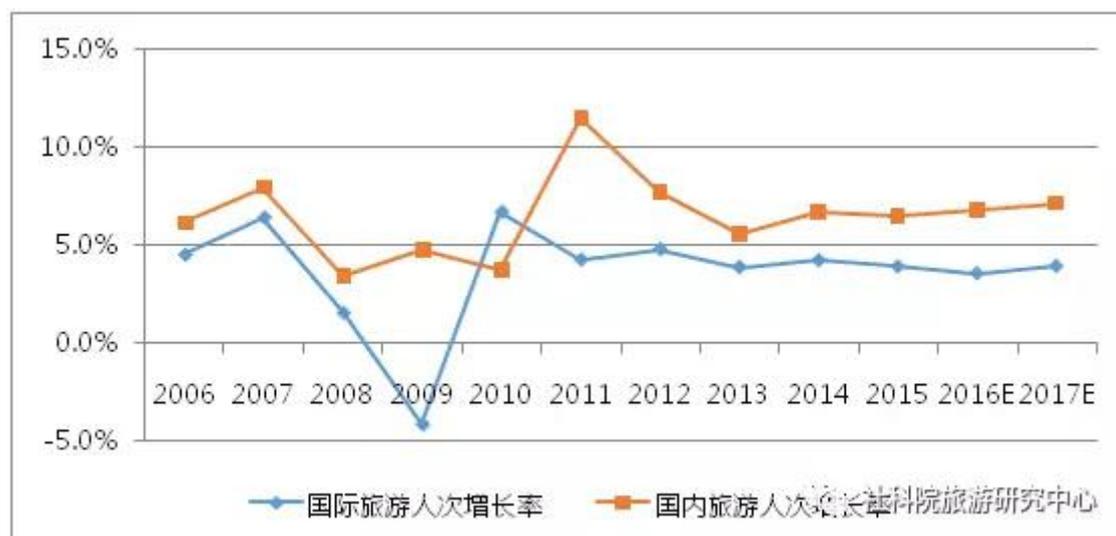




图 1.16 国际旅游人次与国内旅游人次增长率(2006-2017)

其次，在旅游收入方面，全球国际旅游收入增速快于国内旅游收入。从近十余年的发展趋势来看：国内旅游收入从2006年的2.5万亿美元增长到2016年的3.7万亿美元，增长了46.7%，年均增长率为3.9%；而国际旅游收入则从2006年的0.9万亿美元增长到2017年的1.6万亿美元，增长了70.2%，年均增长率为5.5%(见图1.17)。此外，在大部分年份中，国际旅游收入的增速均领先于国内旅游(见图1.18)。预计2018年，全球国际旅游收入增速将高于国内旅游；而在旅游人次方面，国内旅游人次增速高于国际旅游人次(见表1.16)。

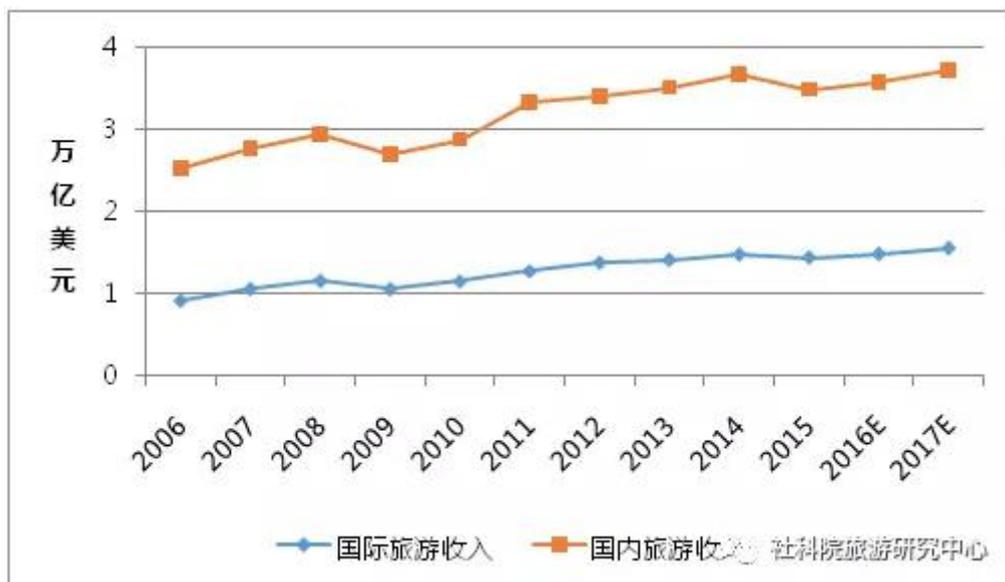


图 1.17 全球国际旅游收入与国内旅游收入(2006-2017)



图 1.18 全球国际旅游收入和国内旅游收入增长率(2006-2017)



表1.16 2018年全球国际旅游收入和国内旅游收入增长(预测)

国际旅游总人次增长率	4.6%
国内旅游总人次增长率	6.9%
国际旅游总收入增长率	4.7%
国内旅游总收入增长率	4.1%

2. 国际旅游的增长高于世界经济的增长

从近十余年国际旅游的增长趋势与全球经济增长趋势的比较来看, 2011年至2017年, 国际旅游收入的增速均领先于全球经济增长的速度, 2006年至2017年国际旅游收入年均增长率为5.5%, 与全球经济增长率4.4%相比, 高出1.1个百分点(见图1.19)。



图 1.19 全球经济与全球旅游收入增长率(2006-2017)

3. 全球旅游经济增速高于全球贸易增速

全球旅游经济增速高于全球贸易增速, 成为国际贸易增长的重要的驱动器, 也成为服务贸易的最大组成部分。2017年国际贸易有所回暖, 其增长率达到4.0%, 比2016年高出1.6个百分点, 其中旅游贸易表现出更高的增长速度, 据估计, 2017年旅游贸易增速将达到4.7%, 高出国际贸易增速0.7个百分点(见图1.20)。



图 1.20 全球贸易与旅游贸易增长率 [7] (2006-2017)

4. 旅游成为国际服务贸易中最大组成部分

综合国际贸易组织和本课题组的数据可见，2016年，国际旅游服务成为服务贸易中最大的组成部分，旅游服务贸易占服务贸易总额的25.1%，领先于建筑服务贸易2.3个百分点，高出交通服务贸易7.3个百分点(见图1.21)。

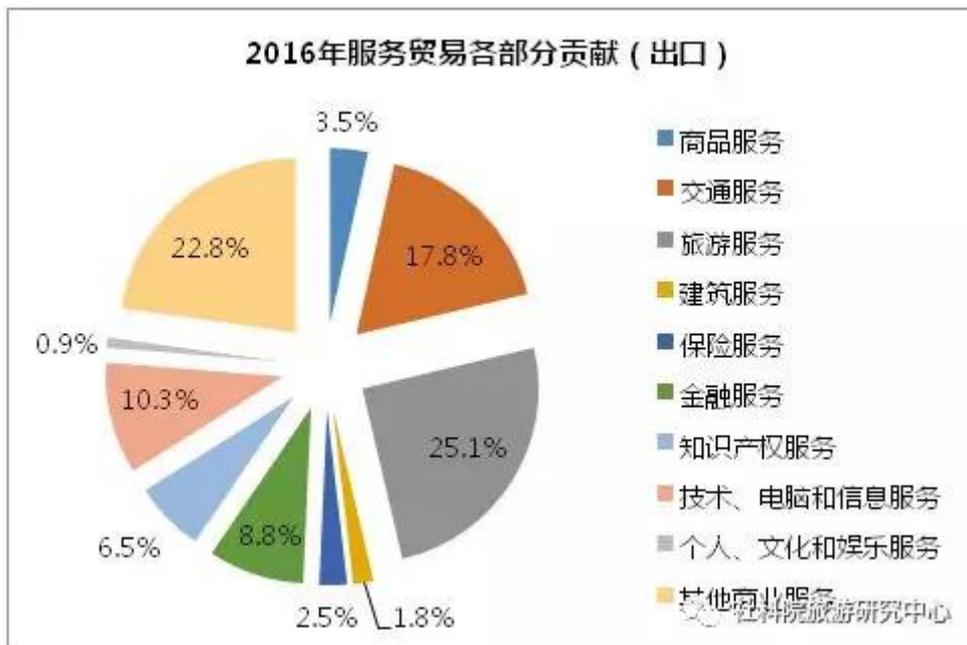


图 1.21 2016年服务贸易各部分贡献(出口) [8]

(五) 全球旅游投资快速增长 [9]

1. 全球旅游投资较上年增长 4.1%



2017年全球旅游投资规模达8396.8亿美元，创10年来新高，较2016年增长4.1%。近十年来，全球旅游投资呈现快速增长的趋势，同时受到宏观经济的显著影响，2008年全球金融危机爆发后，旅游投资也显著减少，分别在2009年和2010年呈现负增长。2013年至2017年五年间，全球旅游投资的年均增长率达4.2%(见图1.22和图1.23)。

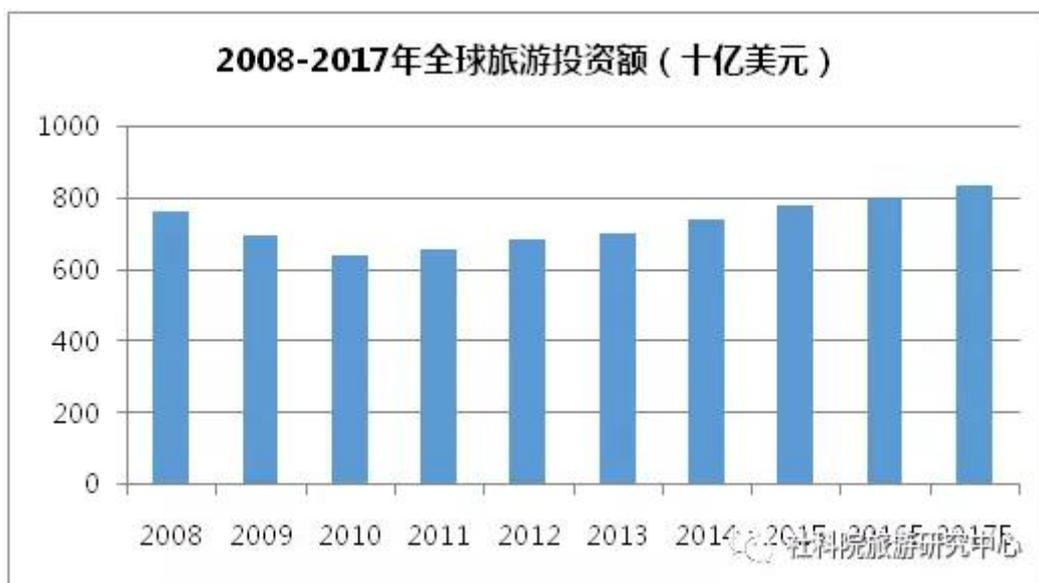


图 1.22 全球旅游投资变化趋势(2008-2017)

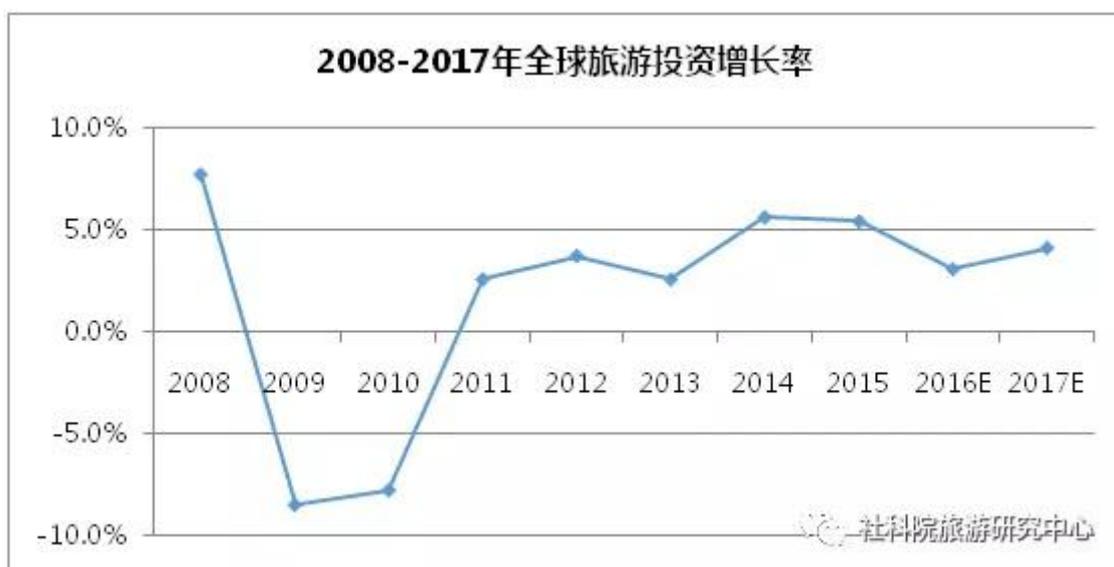


图 1.23 全球旅游投资变化趋势(2008-2017)

2. 亚太地区旅游投资规模最大、增速最快

在全球旅游投资版图中，亚太地区成为旅游投资规模最大、增速最快的地区，2017年亚太地区旅游投资规模占全球旅游总投资规模的38.1%，投资规模增长率



达 3.6%;其次,从投资规模占全球旅游总体规模的份额来看,美洲和欧洲分别以 28.7%和 23.4%的份额居第二为和第三位;从近十年旅游投资的年均增长率来看,居第二位和第三位的是中东和欧洲,其增长率分别为 2.7%和 2.1%,第四位是非洲,增长率 1.1%,而美洲近十年的旅游投资年均增长仅为 0.2%,(见图 1.24 和图 1.25)。



图 1.24 全球五大板块旅游投资份额比较(2017)

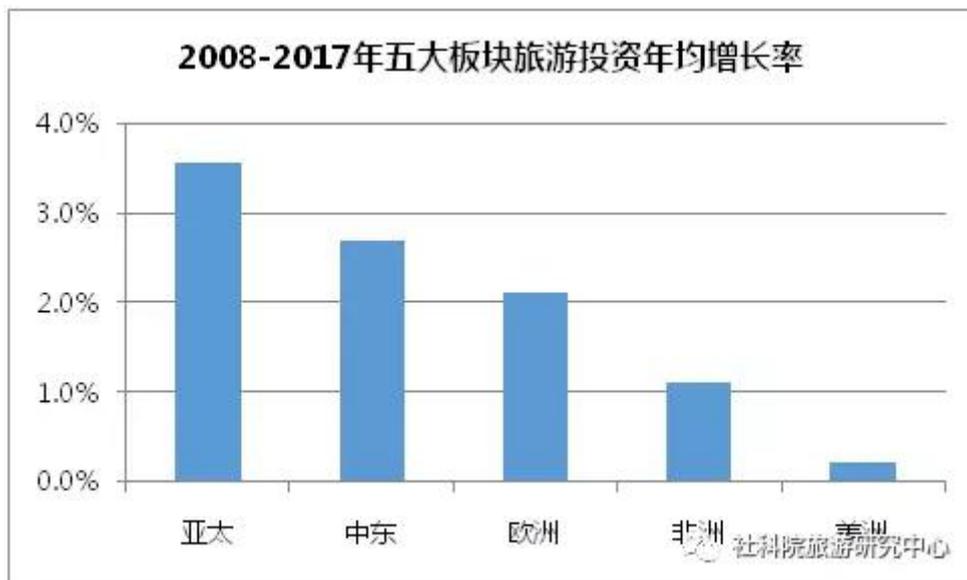


图 1.25 五大板块旅游投资年均增长率(2008-2017)

(六)WTCF 会员城市在全球旅游经济中发挥重要作用

1. WTCF2/3 会员城市接待了全球 1/3 入境旅游者



本报告搜集了世界旅游城市联合会(WTCF)所有会员城市中数据较为完备的87个城市(占城市会员的2/3)的数据进行分析后发现,2017年,这87个会员城市共接待入境旅游人次3.3亿人次,约占全球入境旅游总人次(12.4亿人次)的26.6%(见图1.26)。也就是说,WTCF三分之二的会员城市承接了全球国际旅游市场的三分之一。

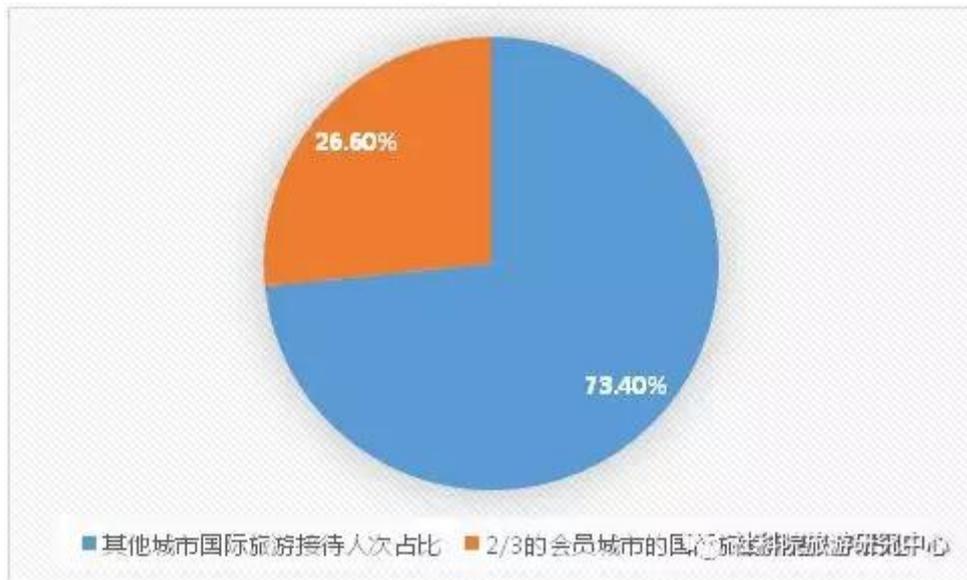


图 1.26 WTCF 87 个会员城市接待入境旅游者占全球份额

2. WTCF 会员城市入境旅游增速渐超全球国际旅游增速

以欧睿数据库的数据资料为依据进行计算后发现,世界旅游城市联合会87个会员城市在2013年至2017年期间接待的入境旅游人次不断稳步上升,其增速从2013年的3.3%,增长到5.3%,增长了两个百分点;2015年以后,这些城市的入境旅游人次增长率显著高于国际旅游人数增长率,2017年,其接待入境旅游者增速为5.3%,比全球国际旅游人次增长率(3.9%)高出1.4个百分点(见图1.27)。



图 1.27 WTCF87 个会员城市入境旅游增速与国际旅游增速比较(2013-2017)

3. WTCF 会员城市的国内旅游发展高于全球国内旅游的增长

根据欧睿数据库中 44 个 WTCF 会员城市的数据进行测算后发现，自 2012 年以来，其国内旅游人次的增长速度均保持在 7% 以上，始终高于全球国内旅游总人次的增长速度，2016 年为 7.4%，高出全球国内旅游人次增长速度(6.8%)0.6 个百分点(见图 1.28)。



图 1.28 WTCF44 个会员城市国内旅游增速与全球国内旅游总人数增长的比较(2012-2016)



行业要闻

整理编辑：何筱寒

1、艺龙两高管加入携程大住宿

来源：新旅界 作者：Jenny

2月27日，携程大住宿CEO陈瑞亮通过邮件宣布新的人事任命，艺龙首席战略官、首席运营官周荣和艺龙副总裁邹正宸加入携程大住宿，周荣担任大住宿首席商务官(CBO)，负责酒店采购和平台，邹正宸负责酒店后端产品和服务产品，周荣和邹正宸都向大住宿CEO陈瑞亮直接汇报。

陈瑞亮表示，周荣和邹正宸不但有资深的行业经验，而且一直以来和大住宿各团队有着紧密而愉快的合作，相信他们的加入能够极大地加强携程大住宿在业务端和产品端的实力。

周荣拥有上海交通大学MBA及学士学位。曾在安永会计师事务所工作超过5年。2004年加入携程，历任携程审计部、新业务发展部负责人；随公司的扩张，参与了易游网、永安旅游、天海邮轮的收购整合或创立的工作。2015年7月加入艺龙，历任首席战略官、首席运营官。

邹正宸先后服务于中科院软件所和艺龙网，在艺龙任副总裁，有丰富的产品研发和旅游行业经验。邹正宸毕业于北京大学和北京信息工程学院，拥有工商管理硕士和计算机软件学士学位。

2、拉萨市城关区将新增2至3家星级酒店

来源：西藏日报

日前，记者从城关区旅游局了解到，为进一步满足游客的需要、解决旅游旺季时宾馆酒店出现“一房难求”的问题，今年城关区旅游局还将新增2至3家星级酒店。

每年6月至10月，城关区宾馆酒店的入住率均在80%以上，特别是在7、8、9这三个月，各宾馆酒店入住率在95%以上，甚至出现“一房难求”的局面。城



城关区旅游局局长曲尼旺姆介绍说，近年来，随着生态游、休闲游的发展，很大程度上刺激、带动了城关区酒店和宾馆业的发展。

目前，城关区二星、三星级酒店与家庭旅馆的入住率较高，许多自助游游客偏向于家庭旅馆及经济型的商务宾馆。截至目前，城关区星级宾馆、酒店、家庭旅馆139家，今年还将新增2至3家。

曲尼旺姆说：“城关区宾馆、酒店档次高低各有不同，游客也多了很多选择，但由于不少宾馆酒店相关配套设施不够完善，所以城关区还将打造更多的酒店品牌，让软硬件再提升一个档次。”

目前，旅游城市要向城市旅游转变，必须要从城市基础与细节入手，所以要着力解决、完善城市建设与旅游发展脱节、城市旅游配套等工作。

据了解，随着市场经济竞争的日益激烈，酒店业的生存和发展也面临着新的挑战。为全力打造城关区“诚信旅游”品牌，促进加快全市创建国际旅游城市步伐，今年城关区旅游局将继续加大对辖区宾馆酒店的检查力度，检查内容包括厨房卫生、电梯是否年检、客房卫生有无及时打扫等，以保证游客在辖区游得高兴，玩得开心。

在检查中发现问题，该局将第一时间提出整改意见，如发现企业出现违规现象屡教不改者将给予限期整改停业整顿的处罚，严重者将给予“摘牌”的处罚。

3、迎击 Airbnb 更名后的 Booking 疯狂“挖墙脚”

来源：迈点网 作者：Beverly 编译

面对迎头赶上的 Airbnb，Booking 控股公司（Booking Holdings.）显然不甘落后。

近日，Booking 控股公司高调任命 Airbnb 前高管 Olivier Grémillon 为 Booking.com 家庭部门副总裁。他将负责公司在全球 220 个国家与房东达成合作，实现家庭和公寓领域的业务增长。

2017 年 12 月之前，Grémillon 曾是 Airbnb 的首席助理之一，负责在欧洲、中东和非洲拓展业务。

在此项任命之前，另一位负责 Airbnb 全球战略的高管也被 Booking.com 挖走了，不过这位高管在 Airbnb 任职仅 2 个月。



Booking.com “挖墙脚”被视为对 Airbnb 联合创始人兼 CEO Brian Chesky 此前言论的正面回应。

Brian Chesky 在公司设立酒店分销平台之后曾表示：“我们正在全面与 OTA 进行抗争，Expedia 与 Booking.com 是我们最大的两个对手。”

2018年2月21日晚间，全球最大的在线旅游集团 Priceline Group 宣布公司更名为 Booking Holdings Inc.，此次更名是为了匹配旗下最大业务品牌 Booking.com。

Booking Holdings 目前拥有 Booking.com、Kayak 和 OpenTable 在内的 6 个品牌，业务范围覆盖全球。

公司目前为旅客提供了大约 975,000 套出租物业。

4、雄安新区规划蓝图初现 16 个特色小镇相辅相成

来源：中国企业报

一直以来，雄安新区建设的一举一动都备受社会各界关注。2月22日，中共中央政治局常务委员会在新春时节召开会议，听取河北雄安新区规划编制情况的汇报。

会议指出，规划建设雄安新区，是以习近平同志为核心的党中央对深化京津冀协同发展作出的又一项重大决策部署，是一项历史性工程，对承接北京非首都功能、探索人口密集地区优化开发模式、调整优化京津冀空间结构、培育推动高质量发展和建设现代化经济体系的新引擎具有重大现实意义和深远历史意义。

目前，雄安新区规划编制工作取得重要进展，下一步棋如何走？此次会议对雄安新区规划和建设提出了明确的要求。

此次会议重点强调围绕打造北京非首都功能集中承载地，要顺应自然、尊重规律，构建合理城市空间布局；要结合区域文化、自然景观、时代要求，形成中华风范、淀泊风光、创新风尚的城市风貌；要同步规划建设数字城市，努力打造智能新区；要坚持生态优先、绿色发展，努力建设绿色低碳新区；要按照国家部署建设一批国家级创新平台，努力打造创新驱动发展新区。

在雄安新区规划蓝图上，16个特色小镇就像一颗颗璀璨的明珠镶嵌在雄安大地上。雄安新区的16个特色小镇将以产业为先导，并不是纯农业或旅游小镇，



其中不少是高科技小镇，并且这些产业与中期建设的200平方公里上的高新科技产业相辅相成，是对于雄安新区城市核心区产业的延伸与补充。

其中，容城北有3个小镇，分别是数字科技小镇、人工智能小镇、光电信息小镇；雄县北有空间技术小镇和智慧物流小镇2个小镇；雄县东部有卫星应用小镇；雄县西部有生物育种小镇；安新中部有康养小镇；安新西部有科技金融小镇、文化创意游戏动漫小镇、园艺花卉小镇、数字文化小镇4个小镇；安新南部和高阳龙化乡有绿色金融小镇、生物科技小镇2个小镇；任丘有绿色生态小镇、节能环保小镇2个小镇。

岁末年初，燕赵大地紧张忙碌，一片欣欣向荣。截至2017年12月，一大批央企、国企和各类民营企业已纷纷落地雄安。雄安新区管委会相关负责人表示，高端、高新产业将是新区产业的主流，随着这些企业的进入，将会极大地带动新区产业结构的调整。清华大学、北京大学等十余所在京高校也相继表态，将积极参与雄安新区建设。

在高质量发展上下功夫，贯彻高质量发展要求，大力创造“雄安质量”。2月22日，中共中央政治局常务委员会提出：雄安新区要在推动高质量发展方面成为全国的一个样板。

5、华侨城启动西安大型文化旅游综合项目 总投资670亿元

来源：观点地产网

据华侨城集团官微宣布，2月25日上午，总投资670亿元的沣东华侨城大型文化旅游综合项目在西咸新区沣东新城正式启动。

据介绍，此次率先启动的是沣东华侨城大型文化旅游综合项目中的“欢乐谷都市旅游度假区”项目，是华侨城在中国最大的以丝绸之路为主题、西北地区的第一个欢乐谷主题公园，预计年均接待数百万游客。

按照预期，该项目的启动旨在加快大西安历史、文化、旅游产业融合发展，建设大西安新中心，打造“一带一路”文化旅游之都。

同时，沣东华侨城大型文化旅游综合项目将积极探索大西安文化产业、全域旅游、新型城镇化、乡村振兴、田园综合体等。



西咸新区管委会主任康军表示,华侨城大型文化旅游综合项目是西安市与华侨城集团战略合作框架协议的重要内容之一,也是西咸新区大力发展文化旅游产业的举措之一。

据媒体了解,继2017年6月19日,西安市人民政府与华侨城集团在深圳签订了全面战略合作协议后,西咸新区沣东新城管委会与华侨城西部集团签订了沣东华侨城大型文化旅游综合项目战略合作协议,总投资670亿元,重点打造镐京国家大遗址保护项目、欢乐谷都市旅游度假区项目、斗门历史文化名镇项目、国际低碳城、春风十里田园综合体项目、七夕爱情花海公园项目、丝路国际会议中心项目等七大项目。

6、中国游客成全球旅游业引擎 已承包全球出境消费逾两成

来源:环球网

联合国世界旅游组织的最新数据显示,全球出境游客总消费额逾五分之一源自中国游客,排第二的美国游客消费额仅等于中国游客的一半。

据新加坡《联合早报》2月25日报道,过去七年,全球观光旅游业每年的增长都超越全球整体经济表现,2016年创收多达7.6万亿美元。预计未来10年全球新增就业机会近四分之一与旅游业相关,而推动增长的主要动力将是中国旅游大军。值得注意的是,中国目前仅5%人口拥有护照,接下来中国政府每年将发出约1000万本新护照,其潜在旅游大军规模之庞大可想而知。

香港投资银行里昂证券预测,到了2021年中国游客每年出境游消费额将达到惊人的4290亿美元,而中国大陆游客不再只是蜂拥至香港购物或是到澳门赌场搏杀;预料下来三年,日本、泰国、美国、澳大利亚将在中国游客必游热点排行榜上高居榜首,东南亚国家尤其是新加坡、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾也有望分一杯羹。

中国游客出境游以跟团走为主,但近年来选择自由行的人逐渐增多,他们利用互联网自行规划行程、预订机票和酒店。

专门为亚洲富裕游客定制南极、喜马拉雅山等小众旅游配套的新加坡旅游业者张廷辉表示,很多顾客希望按自己喜好编排旅游行程,他们没兴趣参加旅行团。

为迎接中国游客,本区域国家投入逾1000亿美元增建机场、铁路、酒店、主题公园。威士卡公司(Visa)表示,亚太地区正在规划兴建的新机场至少有178



个，数百个基础设施也在扩建升级。传统热门景区拥挤不堪，渐失旅游魅力，连带催生了第二波旅游业变革——更多偏远岛屿、人迹罕至的“世外桃源”逐渐受游客青睐。

印尼欲打造“10个峇厘岛”；泰国与日本合作建造高铁，将首都曼谷与北部旅游城市清迈连接起来；马来西亚东海岸动工兴建铁路，带动彭亨、登嘉楼及吉兰丹这三个东海岸州属的经济和旅游业发展。

7、歌诗达邮轮将推跨东南亚六国“一带一路”航线

来源：北京商报 作者：关子辰 王莹莹

随着各家邮轮公司纷纷开辟东南亚新目的地和长航线，歌诗达邮轮也计划在2018年增加长航线，并新增目的地。据悉，全国首条跨东南亚六国“一带一路”的邮轮航线，将于今年3月8日在福建厦门启航，而该航线将由歌诗达“新浪漫号”邮轮执行。此次从厦门启航的邮轮航线共有3个艘次，串起菲律宾、马来西亚、文莱、新加坡、柬埔寨、越南等“一带一路”沿线国家。在业内人士看来，未来东南亚目的地将很有可能纳入到邮轮常规目的地的版图中。

据了解，此次歌诗达“新浪漫号”邮轮执行的3个航次主要以东南亚国家为主，其中2个航次对外出售。3月22日出发的航次为10天9晚，包含东南亚3国4地，其中包括马尼拉、长滩岛、文莱和沙巴。事实上，从2016年开始，厦门国际邮轮母港连续尝试“一带一路”航线，并于2017年下半年开始加快布局，相继开通厦门至越南、菲律宾、新加坡等东南亚国家的邮轮航线。

实际上，2017年中国邮轮市场发展并不平顺，由于韩国市场受限，很多国际邮轮公司都在2018年纷纷开启新的航线。据皇家加勒比方面公布的航次显示，2018年就在中国母港新增了14条6晚及以上的长航线。同时，皇家加勒比还扩充了港口，新增包括下关、佐世保、鹿儿岛、马尼拉、苏比克湾在内的11个日本及菲律宾停靠港口。在不少邮轮的航次中，歌诗达邮轮也增加了新的停靠港。业内人士分析指出，由于东南亚特殊的地理位置，对于华南、华东市场是非常好的邮轮目的地资源，且由于歌诗达邮轮船舶吨位适中，适合一般港口停靠，具有一定竞争力。

8、卡塔尔航空收购墨尔本喜来登 未来5年拟收购50家酒店

来源：迈点网 作者：Beverly 编译



卡塔尔航空公司以 1.35 亿美元的价格从墨尔本开发商黄金时代集团 (Golden Age Group) 手中收购了墨尔本喜来登酒店, 该酒店于 2014 年初开业。2017 年, 黄金时代集团以近 7500 万美元从私人开发商 Grocon 手中收购了该物业。

黄金时代集团与建筑公司 Bates Smart 计划开发一栋拥有 145 套公寓的 39 层住宅楼, 项目计划于 2020 年投入使用, 作为混合用途开发项目的一部分, 黄金时代集团于 2017 年 11 月加入了喜达屋资本集团子公司的合资企业, 以经营该项目中即将开业的酒店。

卡塔尔航空公司一直在扩大其酒店组合, 并由 Dhiafatina Hotels 负责运营。目前公司酒店阵容包括伦敦希斯罗天际线喜来登酒店、苏格兰爱丁堡的诺富特爱丁堡公园酒店, 卡塔尔多哈 Oryx Rotana 酒店和多哈哈马德国际机场的机场酒店。公司于 2017 年 12 月制定计划, 拟在未来五年内收购约 50 家酒店。

卡塔尔航空公司首席执行官卡 Akbar Al Baker 上周宣布, 该航空公司计划在堪培拉开发一家五星级酒店, 不过到得看澳大利亚首都直辖区议会是否能提供定价合适的土地。“我们看到了五星级酒店市场的需求, 但我们需要价格适中的地产, 否则我们宁愿租 99 年乃至 100 年。”

9、特朗普将部分酒店利润移交给美国财政部

来源: 迈点网 作者: Beverly 编译

特朗普集团将其来自外国政府业务的酒店利润捐赠给美国财政部, 但具体金额没有说明。

“虽然这不是法定的要求, 但这一自愿捐赠履行了我们承诺——在特朗普总统任期内来自外国政府惠顾的酒店和类似业务的利润上交。”集团执行副总裁 George Sorial 在一份电子邮件声明中说, 这笔捐款是 2 月 22 日。

在特朗普的私人企业和公共政策中最引人注目的交集, 出现在在他所拥有的位于华盛顿 D.C. 的酒店。该酒店接待了来自科威特、沙特阿拉伯、土耳其和格鲁吉亚的代表团。特朗普酒店需要估算的来自这些客人的收入。

因为商业和政治混在一起, 特朗普还曾引来官司。一位联邦法官在驳回一起诉讼案件时宣称, 总统与国内外政府金融交易的利益是被允许的。法官表示, 原



告并没有被特朗普的行为伤害，这是由国会采取行动。格林贝尔特州马里兰州的另一位联邦法官暗示，他可能允许类似的案件向前发展。

特朗普集团表示，当公司老板唐纳德·特朗普成为总统时，这笔来自外国政府的利润的捐款，从1月20日起开始，捐赠将于12月31日起生效。

当入住白宫之后，特朗普打破了几十年对持有资产的传统，让家人来管理它们。

在此之前早有先例。例如，吉米·卡特总统任命一个独立的受托人负责他在格鲁吉亚的家庭花生农场，Dick Cheney 副总统出售了曾经担任首席执行官的Halliburton公司的股票，并将其特定股票期权收益用于慈善事业。

5月，众议院民主党颁发文件公布了特朗普集团的这项捐赠计划的手册，概述了其纲要。这些措施被总统的政敌们嘲笑“远远不够”，因为该公司承认它不一定能从外国政府那里获得全部收入。来自国有企业产生的业务是存在的潜在遗漏收入利润，这被称为“这可能是不合理的识别”。

公司在颁布的手册中指出：“就服务行业来看，以客户类型全面完整地识别酒店的惠顾客户是不切实际的，并且这项要求所有客人自我识别的政策将侵犯个人隐私、削弱特朗普酒店品牌的客户体验感。”



乡村民宿个性化不足 成都给乡村振兴提建议

来源：成都商报 作者：王垚

2月23日下午，成都市政协委员们纷纷前来会场报到。

乡村振兴，是此次参会的委员们共同关注的话题之一。这次，成都市政协台联界别就递交了一份名为《提升乡村民宿品质 助推我市乡村振兴战略》的集体提案，对于成都市乡村民宿的提档升级和发展方向，提出具体的建议。

成都市政协委员、成都市台湾同胞联谊会会长王良华是提案的起草人之一。她表示，在成都大力实施乡村振兴战略的过程中，乡村民宿品质的提升是农业供给侧结构性改革的一个切入点。

她告诉记者，台湾在乡村民宿的发展领域，有非常好的经验，市台联界别的政协委员们专程到台湾多个知名乡村民宿进行考察，梳理可借鉴的经验。记者从提案中看到，除了对乡村民宿提出塑造品牌、提升服务品质、深挖文化内涵等发展建议外，提案还对“乡村民宿带动乡村社区营造”提出探索方向。

现状

乡村旅游与文化底蕴结合不够 乡村民宿个性化不足

这份提案梳理了成都市乡村民宿的发展现状。

近年来，成都乡村旅游的迅速发展为乡村民宿的可持续发展提供了良好的平台。然而，成都市不少地区的乡村民宿都存在基础设施、政策配套、建设规划等方面滞后的问题，在发展过程中出现了能级不高、经营观念和专业化水平落后等问题。

提案中举例，首先，我市不少地区基本上仍处于农家乐“一鸡三吃”时代，普遍住宿消费在100~200元左右，品质不高。第二，我市乡村历史文化虽然底蕴深厚，却与乡村旅游结合较差。乡村民宿通常提供的是以餐饮、麻将棋牌、赏花采果为主的简单的休闲体验，缺乏市场竞争力、吸引力和创新力。第三，品牌影响力不足，缺乏上规模的品牌旅游项目，全市三星级以上农家乐(乡村酒店)占比仅4.3%。



在王良华看来，乡村民宿的提档不仅能够促进乡村旅游发展，对于辐射周边乡村发展更是意义重大。“提档乡村民宿，是成都实施乡村振兴战略过程中的一个重要切口”。她表示，必须找到适合成都的提升乡村民宿品质的对策和路径。

建议

服务要多元 可“因地制宜地打造创意主题风格”

如何提升乡村民宿品质?提案中提出的首个对策，是建议成都市相关部门通过对现有民宿产业进行考察，借鉴先进经验，因地制宜制定颁布相应的管理办法。

“对民宿的资格申请、设施基准等进行严格规定，对服务内容与质量进行监督管理，使整个行业在规范的环境中得到长远发展”。此外，提案中还建议民宿打造不同的创意主题风格，满足市场多元需求。

提案中介绍了台湾经验。台湾民宿最大特色，体现在建筑本身、专业品质服务、风景导览等诸多方面。民宿与当地的人文、产业、生活、自然景观融合在一起，成为旅游文化的一部分。除了“床”“早餐”“主人”与“家”等基本服务外，还主动导入餐旅产业的专业服务内涵，如菜单设计、服务礼仪、紧急件处理、解说导览等。高品质的服务创新，使得民宿产品迈向精致化、主题化、美学化、市场区隔化，旅客愿意高价体验乐活、慢活的生活滋味。

提案中建议成都学习借鉴先进经验，因地制宜地打造创意主题风格，以满足成都旅游市场上的多元需求。

带动

以乡村民宿带动乡村社区营造 实现农民增收

在王良华看来，乡村民宿的提档升级是带动乡村社区发展，增加村民收入，实现乡村振兴的重要途径。提案中也对“以乡村民宿带动乡村社区营造”的路径提出具体建议。

提案中提出，乡村社区营造可依托乡村旅游，以民宿为落脚点形成全面带动作用，展现乡村景观特色、优化乡居内部生活功能、拓展乡村基础设施及推进乡村旅游产业。可以确立以村民为主体，社区、政府、创客、创业团队多方参与的良好互动关系，达到社区共识凝聚、改善生活环境、增加村民收入、提高社区文化氛围、复兴乡村活力，达成乡村整体的可持续发展。当然，无论乡村民宿的提



档还是乡村旅游产品的升级，营销都是不可或缺的步骤。提案中对于营销的具体方式也提供了策略。

可依托旅游公共服务平台等旅游公共信息服务促进民宿的宣传营销。推进“互联网+民宿”拓展营销渠道，鼓励民宿经营者通过知名电商平台承接客源等。



旅行社的 2018：凛冬将至还是冬去春来？

来源：旅业网 作者：顾震

年前南京某国际旅行社上海分公司的欧洲批发商关门跑路；北京的门店零售运营商永利爱嘉途宣布破产，而春节后的东南亚线路产品，有些口岸的包机商已经开始甩价对折销售…… 从事旅游行业 25 年了，作为一个老兵看尽了行业的荣辱兴衰，近 10 年来开始做旅行社行业的管理研究，因为太热爱这个行业，所以一直在坚持，并且依然充满信心。今天要表达一些我关于旅行业目前的现状分析，希望和业者共同探讨学习，纯属个人观点，如有不当之言还请包涵：

一、谁将紧随携程称雄 OTA？

携程、去哪儿等垄断企业的捆绑销售问题，虽然是商业道德的缺失和对消费者利益的侵害，但也可以看出旅行服务企业面对航空公司统一取消或减少代理机构佣金的无奈应对；同程和艺龙在资本方的推动下合并及谋求在香港上市，与此同时途牛在联合创始人严海峰率队出走后的发展方向也让人关注，谁将在携程之后称雄？毕竟在线旅游只有老大和老二，第三已经形同鸡肋，还有个驴妈妈，目前研究了解不多。随着旅游投资风口的变化，自 2012-2015 年兴起的以尾单及预售为主的小电商如爱旅行，麦兜旅行、淘在路上等一批创业公司相继破产。关于 OTA，以及以穷游网和刚改名称的马蜂窝为代表的 UGC 网站发展前景如何？还有以八爪鱼和旅游圈为代表的 B2B 分销平台等等，暂不展开详谈。

二、出境游批发商难有后来者

国内游由于基本已经没有信息不对称的优势，且批发商过于分散，虽然有些特色和资源，但基本没有代表性。全国或大区域范围的欧洲、美澳、中东非等出境游批发商格局已定，后来者基本没有机会！口岸化的批发商以东南亚，日韩，邮轮包船等跟团游产品为主，但盈利状况堪忧，仅江苏市场就有南京、无锡、常州、扬泰、南通、盐城、淮安、徐州、连云港 9 个城市在飞泰国，越南、柬埔寨等包机，批发商疲于切位销售，春节和暑期旺季都很难赚钱，淡季却似乎越来越长，机位只能亏损严重，所以才会有尾单频出。而 OTA 凭借巨大的平台流量优势



和资本价格补贴，把批发供应商牢牢控制，客人在线上有时甚至可以采购到比批发商结算价更低的价格，而批发商还得忍受OTA们3个月以上的账期，这无异于饮鸩止渴！旅游行业多年的恶疾—三角债，以及把公司现金流去投资金融成为了压倒批发商的最后一根稻草，仅在欧洲线路上就有2年前的*杭假期和这两年在上海“异军突起”的欧洲导游出身的谢老板相继倒闭。

三、零售门店盈利难

不久前宣布倒闭的永利爱嘉途就是残酷的事实。现状是：门店已经不是流量的入口！在南京，一家像样的门店的房租，人员，宣传促销等成本不会低于60万，以8%的零售毛利率来计算，至少要年营业额过800万才可以盈利，这使得旅行社的直营店经营压力巨大。还是以南京为例，注册旅行社超过500家，加上营业部和门店应该不会低于1000家，而其中加上国中青几家传统大社，盈利的直营门店不会超过50家！其余的基本都是以降低总部成本为目的，采取加盟店的形式存在。当前的自营旅游门店，基本只是充当了品牌露出和产品展示及签约的作用。直营门店只有在品牌宣传到位，口岸化产品配置齐全，内部操作管理流程顺畅的情况下才会盈利，需要时间和付出。

四、行业期待奢华定制游独角兽

行业正在走向垄断，这是我的判断。综上所述，无论是OTA还是批发商，后来者基本没有机会。纵观行业大咖们，垄断中国在线旅游的携程要承受客户的道德审判；那些上市旅行社企业的报表也就只能看看，把中国国旅的免税店业务剥离，还有中青旅的乌镇并表业绩拿掉，旅行社板块还剩几毛钱利润？去年以来股价一路下跌的众信，还有最近各种传闻继续停牌的凯撒，尽管都是翘楚级的旅行社集团，但也是如履薄冰，不进则退。

研究下中小旅行社如何继续生存或者转型升级：随着直营门店的经营成本越来越大，小而美而专的定制游从2016年起开始蓬勃发展起来了，这也算是供给侧改革的结果吧。走马观花的跟团游越来越被80-90后摒弃，而手续烦杂且体验度良莠不齐的出境自由行也并不适合大多数的国人，于是经过领先者脱胎换骨的“小包团”又重新受到了市场的热捧，这标志着旅游进入了新的发展阶段：从观光跟团游阶段（和不同的陌生人去同一个地方玩）— 休闲包团游（和同一批人去不用的地方玩）— 体验定制游（和自己喜爱的人去体验与众不同的玩）。行



业新涌现的各家定制游公司都是特色鲜明，有从体育运动切入的，有以自驾摄影为卖点的，当然还有奢华定制这一细分市场，这也是我坚定看好的领域，目前在中国还是处在成长期，预计奢华定制旅游在未来 5 年会有 10 倍以上的增长，而北京、上海及华东是主要客源地，将有希望出现奢华定制游的独角兽。

“看清趋势，顺势而为，诚信经营，真诚服务”，最后在此做一个总结，也是和业者共勉：度过眼前的苟且，旅行业的未来一定会迎来诗和远方！



温德姆酒店 CEO：中档和经济型酒店的增长应借鉴 Airbnb

来源：迈点网 作者：Beverly 编译

谈及中档酒店和经济型酒店的增长，温德姆酒店集团总裁兼首席执行官 Geoff Ballotti 认为，商旅客的忠诚度计划非常重要，酒店应该从分享住宿竞争对手那里学习经验。

在他看来，像 Airbnb 这样的住宿企业，教会了酒店应该如何好好去做线上运营。而这一切都始于伟大的“用户体验”，这一切都始于使客人——客人浏览酒店的网站、与酒店品牌建立链接。更重要的是，当客人入住酒店的时候，酒店需要创造出当地人一样生活的体验。Ballotti 表示，温德姆酒店集团正在通过其忠诚计划来实现这一目的。“温德姆奖赏计划在 25 个目的地向忠诚会员提供这样的当地体验。”

Ballotti 还指出，忠诚计划也是吸引商务旅客的关键。“在路上奔波一周之后，他们想要一个假期或者至少有一个晚上的放松。因此，如何让这些商旅客在出差的路上赢得免费的夜晚，这是我们工作的重点。”

温德姆还致力于扩大其中档酒店和经济型酒店业务，ballotti 表示：“现在起，要密切关注我们所有竞争对手的动向，因为这个版块是酒店增长的重要版块。”

1 月，温德姆宣布 19.5 亿美元收购拉昆塔控股公司。成立五十年的拉昆塔拥有 890 多家酒店，共有 8.7 万间客房，分布在美国 48 个州和加拿大以及墨西哥、洪都拉斯和哥伦比亚，旗下三个品牌分别为：La Quinta Inn&Suites、La Quinta Inn 以及 LQ Hotel。温德姆酒店集团的诸多品牌包括 Days Inn、Super8、Travelodge 和 Wyndham Garden 等。

“如果我们提升体验感，这将是一个有巨大增长潜力的市场区域。” Ballotti 说。（编译自 skift.com）



Airbnb 首席执行官：是时候全面反击 OTA 了

来源：迈点网 作者：Ruby 编译

Airbnb 将自己视为同 OTA 竞争的巨人。

本周，在旧金山将对 Airbnb 平台及其服务更新升级之后，首席执行官 Brian Chesky 在 phocuswire 采访中发表上述评论。“我们的竞争对手是两家公司——Expedia 和 Booking.com，我对未来十年将发生的事情非常兴奋，” Chesky 表示。“别搞错了：在某种程度上，我们将以几十年的时间来经营这家公司。”

“Airbnb 模式”是其如何已接近其所有产品——从核心家庭共享产品拓展到像“体验”这样的项目，最近，其已进军酒店分销 - 如何计划到 2028 每年超过十亿的客人的安全。对客人人数的预测来自于该公司确认它仍在寻找某个航班元素。

平台扩张的野心

Airbnb 平台推出新功能：

- 1、启动四种新的物业类型，将 Airbnb 核心家庭共享业务分为 4 种房产类型：度假屋 (Vacation Home)、特色屋 (Unique)、家庭旅馆 (B&B) 和精品酒店 (Boutiques)；
- 2、房产质量也按层次划分为 Airbnb Plus 和 Beyond by Airbnb；
- 3、与此同时，专门满足特定社交场合需求的房产集合项目 Airbnb Collections 正在开发当中，计划今年推出，但预计具体时间要晚于 Beyond by Airbnb。Airbnb Collections 包含多种类型的房产，如针对家庭出游的 Airbnb for Family、针对商务出游的 Airbnb for Work、针对婚礼、蜜月、团体出游和晚宴等社交活动的 Social stays。
- 4、基于对房东和顾客的关注，超级房东项目 (Superhost program) 目前在全球范围内有 40 万顾客，将提供 14 项新福利，包括更好的曝光、全球顾客资源定位和智能家庭产品的独家福利。针对顾客的忠诚客户计划“超级顾



客” Superguest, 将在今年夏天对 1 万名顾客试行, 届时顾客将得到相应的会员奖励。

所有的一切都在给客户提供 Chesky 所说的“追求最好的旅行。”

“旅游中产品是旅行,” 他说。“我们相信, 我们相信, 我们将赢得胜利, 或者我们将赢得亿万客户的方式, 就是拥有最好的旅行。”

“我们不需要击败我们的竞争对手; 我们只需要确保你是否看到本地的、个人的、神奇的经历; 如果你在一个 APP 中看到所有东西, 你将可以来 Airbnb。” Chesky 认为, 相较于 OTA, Airbnb 拥有众多的优势, 包括独特的库存、一个充满激情的社区(“社区很难复制”)和集多重体验于一体的 APP。

“我们有家、有经验、有餐馆, 这些是其他人没有的。”他指出, “我们是一个更垂直的、集成的、端到端的、完整的、由人推动的生态系统。”

第三方分销网站上的也是七类物业之一的精品酒店, 有一个关键的不同点, 那就是 Airbnb 的佣金率更低, Chesky 保证它将保持 Booking.com 更低的佣金率。精品店也受益于 Superguest program and the Airbnb Plus 即将推出的联合倡议。

“superguest 基本上像一个忠诚客户识别程序。这将允许当地的精品酒店与拥有忠诚计划的大型酒店连锁店竞争, 因为我能给那些没有忠诚计划的精品酒店所有的好处。” Chesky 说, “只要是通过我们的平台, 我们可以民主化分享好处, 我们可以为他们提供另外的渠道。”

保障物业优势

Airbnb Plus 焦点位置马上将增添精品酒店板块, 提供更多比如设计咨询和高级支持这样的家居服务, 提供给他们超越 OTA 所列出来的增长能力。

“现在很多 OTA, 他们被放在底部, 大型连锁店才能获得分销资源,” Chesky 表示。“Airbnb Plus 将物业的特色和两点都突出出来了。”

Chesky 表示, 当 Superguests 在 Airbnb Plus 预订的时候, 效果就出来了。

“这将是一个相当强大的组合。我想说的是, 我想我们会在酒店业中脱颖而出。”

Airbnb 对抗 OTAs 的下一步优势将围绕航班领域。这在已经被在 Airbnb 正在调查但没有正式的公告中被 Chesky 证实。



他指出，许多在航空公司通过会员或客人忠诚度计划与 OTA 达成了合作，巧合的是，Airbnb 将很快与 superguest 涉足其中。

Chesky 说：“我们正在建立 Superguest 程序，我正在寻找合作伙伴，我不知道他们是否会成为最初的合作伙伴之一，但是这将是一个机会。”



五星级度假屋建在铁路站台上 每晚 1000 块听火车哐当声

来源：真相君



据《每日邮报》2月23日报道，英国有一个非常特别的度假屋，这个度假屋一反常态，没有坐落在山清水秀的地方，而是紧挨着一条铁路建在一个火车站台上，在那里度假的人每天都可以伴着哐当哐当的火车声入睡，爱好铁路的人一定非常享受那种感觉。

这座房子建于19世纪，过去，为了确保铁路的顺利运行，火车站的站长把家搬进这个房子里。上世纪60年代，火车站附近的建筑都被拆除，但这座房子成为唯一被保留下来的建筑。



现在，这栋名为“第三站台”的房子已经被改造成了一个五星级的度假屋。房屋内的很多古怪装饰都是受到火车的启发，包括一个安装在墙上的固定发动机，以及由两便士硬币铺成的地板。

这栋漂亮的度假屋有两间卧室，配备有现代化设备的厨房，客厅里还有一个32英寸的电视机。居住在这里的人可以享受便利而又舒适的度假生活。



这所房子还有一个露天的阳台，入住者可以在阳台上就餐或者小酌一杯。当然，前提是你可以接受窗外的风景。



这处度假屋的老板 Lee Bone 说：“我们一看到它，就爱上了它。我们对修复过程所取得的成就感到自豪，并且获得了积极的反馈，很多人第一眼就注意到它了。”

入住这里需要多少钱呢？如果你定一个 7 天的套餐，可以享受 773 英镑的价格，相当于每晚 110 英镑（约 974 元）。



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：2018年第2期月刊（总第111期）

投稿方式：yxxytsg@sina.com

联系电话：028-87979510