

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 110 期

1-2 期

2018.1.15



目录

业界动态	1
携程发布春运酒店报告 深圳成“最火中转城市”.....	1
中国旅游电子门票 2017 年度研究报告.....	6
要闻精粹	10
行业要闻.....	10
2018 年酒店业五大趋势 这些领域值得关注.....	18
分享住宿“大混战”：Airbnb、途家、携程 旅行巨头都来了.....	21
行家之音	28
青普王功权：非住宿产品问题 服务品质排第一.....	28
Priceline CEO：公司最大竞争来自携程的海外扩张.....	32
走进全球酒店	34
全球最佳荒野酒店 感受大自然粗犷野性之美.....	34



携程发布春运酒店报告 深圳成“最火中转城市”

来源：携程网

春运一票难求，中转回家不失为一个好选择。近日，携程酒店结合大数据模块、春运期间酒店预订的情况，发布了春运“最火十大中转城市”。其中，深圳、贵阳、昆明稳居前三甲。

“不少中转换乘间隔超过 6 小时的旅客，青睐在上述城市火车站或机场周边酒店里度过等待时光。”携程酒店相关负责人说，同时，回到没有供暖的家乡后，许多“探亲族”选择住酒店，即将“占领”三四线城市酒店，这也成为这两年在酒店过大年的新趋势。

中转城市酒店大火

根据携程此前发布的春运回家攻略，对于抢不到直达票的旅客来说，采用中转回家的方式，会让回家之路“柳暗花明”。

对此，结合 3 亿多用户的春运迁徙足迹，携程酒店发布了 2018 年春运“最火的十大中转城市”，分别是深圳、贵阳、昆明、广州、重庆、郑州、西安、南昌、沈阳、武汉，主要集中在南方城市。

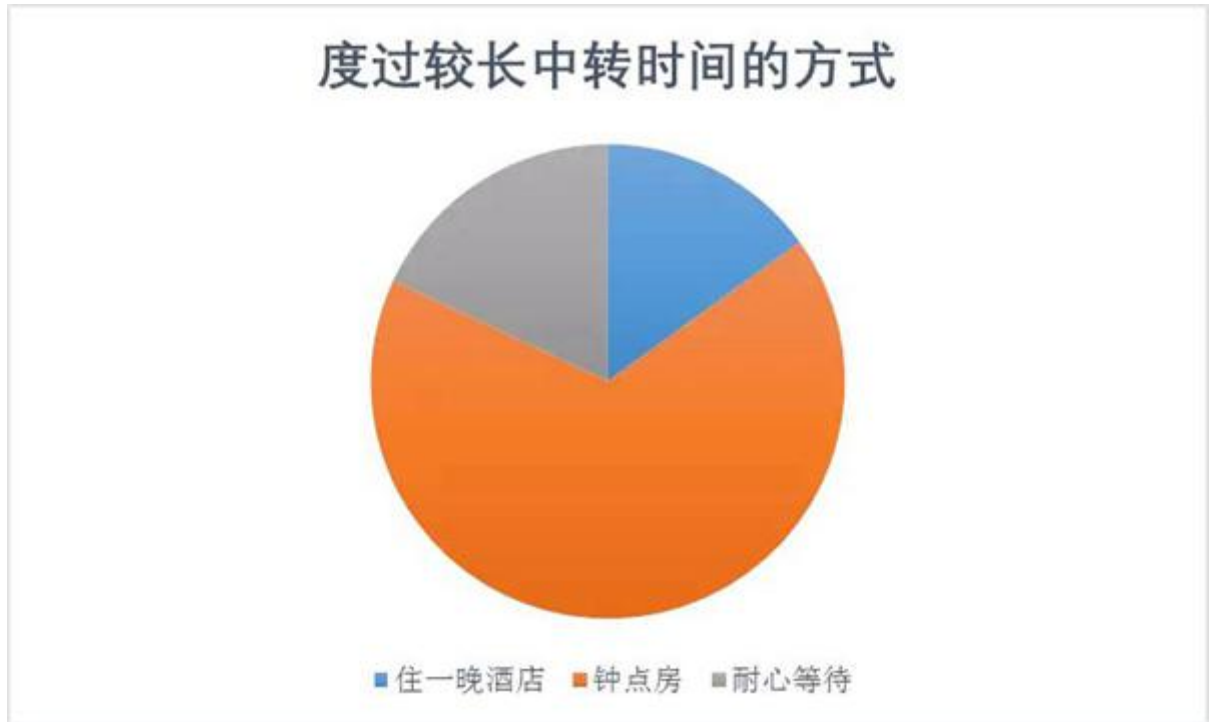


最火的十大中转城市	
NO.1	深圳
NO.2	贵阳
NO.3	昆明
NO.4	广州
NO.5	重庆
NO.6	郑州
NO.7	西安
NO.8	南昌
NO.9	沈阳
NO.10	武汉

“由于没有直达火车，或从大机场飞往小机场，很多人在中转城市的换乘间隔超过了6个小时，因此，有越来越多中转旅客选择在酒店里，度过候车、候机时间。”上述负责人介绍，十大热门中转城市火车站、机场周边的中低星酒店已格外火爆，春运期间预订量正直线上升。

游客选择“提前住一晚”

最火的中转城市，也是知名旅游城市。所以，一些旅客倾向于提前到这些城市住一晚，然后趁机在当地游玩一番，可谓是返乡途中的调剂品。



携程大数据还显示，15%的中转旅客预订一晚酒店，67%的中转旅客预订钟点房，仅有18%的人愿意耐心等待。

“返乡客”酒店过新年成趋势

另外，由于大量“探亲族”回乡过年，在一、二线城市上演“空城计”的同时，众多三、四线城市酒店将迎来入住高峰。

“许多人习惯了有集中供暖的日子，难以适应南方阴冷的冬天，住酒店能免除后顾之忧。而亲戚朋友过年来访，有些家庭出现家里房子不够住的情况，住宾馆是不错的选择。”上述负责人解释。

通过携程大数据分析，今年春节黄金周，信阳、赣州、黄冈、阜阳、周口、重庆、茂名、遵义、浏阳、徐州等城市，跻身酒店预订量增速最快的十大城市。



酒店预订增速最快的十大城市	
NO.1	信阳
NO.2	赣州
NO.3	黄冈
NO.4	阜阳
NO.5	周口
NO.6	重庆
NO.7	茂名
NO.8	遵义
NO.9	浏阳
NO.10	徐州

90后愿接父母住高星酒店表孝心

2018年春运，90后首次成为主力。他们有着自己的“春运”节奏，更倾向于接父母到大城市过年，不仅反向购票相对便宜，而且可以拿出更多时间陪伴父母。

据悉，把父母安排住在高星酒店，并在酒店里吃年夜饭，感受不一样的春节，成为不少90后表孝心的重要方式。



结合90后的需求，及携程的大数据模块，截至目前，“反向春运”十大热门目的地分别为北京、上海、深圳、广州、杭州、南京、青岛、天津、武汉、郑州。春节长假期间，这些城市高星酒店预订量同比将有显著增长。

“反向春运”十大热门目的地	
NO.1	北京
NO.2	上海
NO.3	深圳
NO.4	广州
NO.5	杭州
NO.6	南京
NO.7	青岛
NO.8	天津
NO.9	武汉
NO.10	郑州



中国旅游电子门票 2017 年度研究报告

来源：驴妈妈旅游网

日前，由中国旅游研究院指导，驴妈妈旅游网与复旦大学旅游学系联合成立的中国旅游电子门票研究中心发布了《中国旅游电子门票 2017 年度研究报告》（以下简称“报告”）。报告显示，2017 年，中国景区门票预订总交易额达到 1316 亿，其中，线上渠道门票预订交易额约为 188.6 亿，同比上升 47.3%。各家 OTA 在 5A 景区的覆盖方面，驴妈妈占据绝对优势，5A 景区覆盖占比达到 82.7%。

报告指出，2017 年各大 OTA 纷纷升级用户体验，景区电子门票投诉率同比下降 26%。技术革新滞后、节假日爆满影响游客体验、营销活动严重同质化成为行业痛点。而报告预测，未来科技、景区“园中园”模式将提升并丰富景区游玩体验，同时线上渠道成为景区门票业务的主战场，景区也将成为 OTA 重要的引流端口，而 IP 将成为行业发展新引擎。

5A 景区门票覆盖率驴妈妈领先



2015-2017 年电子门票在线交易规模和增长率

数据显示，线上渠道门票交易额连续 3 年持续增长，2017 年增长率相对趋缓。研究分析认为，同比前两年，在线渗透率的增长势头相对放缓，原因可能受



国家旅游局发展“乡村旅游”、“全域旅游”的影响，景区及目的地逐渐摆脱门票经济依赖，开始向产业经济转型，以适应当下以休闲度假为主的旅游趋势。



驴妈妈/携程/同程 5A 景区(点)在线数

而在线景区门票预订市场上，截至2017年11月，全国249家5A景区(点)中，各大OTA网站销售的5A景区数量，驴妈妈旅游网占比最大，为206家，占比为82.7%，其次是携程旅行网和同程网，占比分别为80.3%和77.9%。在5A景区的覆盖方面，驴妈妈占据绝对优势。

在用户消费习惯方面，报告统计，2017年，在线售卖电子门票的景区占全国售票景区的86%，出游用户的平均消费频次较2015和2016年的2次/人和3次/人，上升到3.6次/人。旅游电子门票下单用户中，最集中的年龄段是20-35岁之间的群体，80后和90后总体下单数占比为81.87%。表明当下具有一定经济基础和消费能力的年轻人已经成为出游的主力人群。2017年用户购买电子门票后，使用二维码入园的比例大幅增长。武夷山、婺源相继引入各种智能通关设备，支持游客“刷脸”入园，不仅加快了入园速度，也为简单的入园环节增添了不少乐趣，一定程度上提升了游客的出游体验。景区日益重视信息化建设，不断更新、升级景区内的相关设备，智慧旅游开始真正落地，也为游客带来切切实实的便利。

2017年各大OTA纷纷升级服务体验

报告指出，2017年国内各大OTA纷纷将提升用户体验放到更重要的地位。驴妈妈将2017年定义为“极致体验年”，内部设立“首席体验官”一职，由集团总裁亲自担纲，还集结内部优势资源，成立极致体验项目组，从上到下推行“体验至上”的理念；携程将人工智能技术运用到旅游服务领域，2017年国庆期间，



从10月1日至7日，携程客服机器人累计服务超过100万人次，大幅提升了用户体验。

由此，2017年景区电子门票投诉率是0.03%，同比下降了26%。用户投诉问题主要集中在景区(含景区系统服务商)、OTA和游客三个方面。景区(含景区系统服务商)、OTA的投诉占比均约为47%，其余是游客自身原因导致的投诉。具体来看，景区(含景区系统服务商)原因引起用户投诉的问题主要集中在管理、技术、人为原因三个方面，占比分别为63.59%、21.29%、16.92%。其中，操作问题导致的投诉占比最大，而其根本原因在于景区系统服务商与OTA之间的对接信息不完善，后续双方应加强信息传递，确保各项信息的及时性和准确性。



OTA 投诉问题细分

文化 IP 成为行业发展新引擎

报告分析，2017年旅游电子门票的行业痛点主要集中在技术革新相对滞后、节假日景区人流量爆满影响游客体验、景区营销活动严重同质化及“最后一公里”的问题依然存在这四个方面。第一，景区的通关设备暂未配备到位等技术问题是导致游客投诉景区服务水平的第二大原因，占比达21.29%。其次，节假日“人山人海”、游玩体验差使游客对景区评价不高，长远来看，也必将影响景区口碑。另外，营销活动能为景区带来人气不假，但景区粗暴复制的结果，只能是造成游客的审美疲劳。

未来旅游电子门票的发展趋势如何?报告认为，随着4G网络等基础通信设施及智能通关设备的发展，景区官网(含公众号)、OTA等其他线上渠道取代景



区现场售票窗口，已经成为景区门票业务的主战场。同时，景区庞大的人流量也帮助各家 OTA 引流，通过数据测算，因购买景区门票注册成为 OTA 会员的游客，后续对其他品类的贡献率也达到 20%，其复购能力不容小觑。

而在提升用户体验方面，报告指出，随着人工智能和数字科技的进步，VR、AR 这类“沉浸式”互动体验新技术，在旅游业中的应用前景相当广泛，最新科技必将加码景区游玩体验。此外，园中园为增加景区亮点，提升游客重游率，引进园中园的做法越来越被广大的景区管理及运营方所接受。尤其在人流量爆棚的节假日，对景区分流也起到一定的积极作用。“得 IP 者得天下”，只有拥有“超级 IP”才能走到景区行业的顶端，已成为行业共识。如何打造真正的 IP，让 IP 成为动力强劲的引擎机，也是摆在旅游业面前的重大课题。



行业要闻

整理编辑：何筱寒

1、巴士拉省瑞享酒店及度假村 2018 年正式开业

来源：迈点网

今年首季，瑞享酒店及度假村将于中东石油及天然气出口大国——伊拉克首都巴士拉省开设新酒店，在当地日益昌盛的经济发展中分一杯羹。

瑞享与 Akeel Ibraheem Al-Khalidy 签订了 Mövenpick Hotel Basra 管理协议，这家 152 房的五星级酒店将于今年首季正式开幕。Mövenpick Hotel Basra 坐落于巴士拉省市中心的策略性地点，同时是 Al Bardia 商业区的一部分，距离巴士拉国际机场以西 25 公里。这家新酒店将填补市场对豪华酒店住宿的渴求。

瑞享酒店及度假村总裁兼行政总裁 Olivier Chavy 表示：“巴士拉不只是中东发展最迅速的经济中心之一，同时是举足轻重的石油输出国，现正积极推行基建项目。是次签订新物业将有助巩固瑞享在巴士拉的市场地位，并可响应当地日趋殷切的住宿需求，当中 90%来自巴士拉发展兴旺的石油、天然气及船务业商务访客。”

Mövenpick Hotel Basra 配备至臻完善的住宿、餐饮及会议设施，旨在为商务旅客、投资人士及本地公司带来优越体验，全球首屈一指的跨国能源企业亦是目标客群之一。酒店设施包括全天候餐厅、特色食府、行政酒廊、大堂酒廊、广达 700 平方米的宴会厅、多功能会议空间、室内泳池、健身室、水疗中心、美容室及零售区。

South Group Corporation 主席兼巴士拉议会辖下经济发展及投资委员会主席 Akeel Ibraheem Al-Khalidy 表示：“巴士拉每天都有数以万计国际商务人员进出境内，亦有数千人以此为工作基地。Mövenpick Hotel Basra 正好提供高级商业、餐饮、娱乐及住宿配套，为日益兴旺的巴士拉省奠下款待新标准。”

2、武汉马哥孛罗酒店任命蔡飞为餐饮及宴会总监

来源：迈点网



近日，武汉马哥孛罗酒店（Marco Polo Wuhan）任命蔡飞女士为该酒店餐饮及宴会总监。

对于户籍武汉的蔡飞女士来说此次就任是次回归之旅。蔡飞女士在她18年的餐饮职业生涯中曾在中国多个地方的万豪集团旗下酒店从事管理工作，包括海口喜来登、广东清远喜来登、河北北戴河喜来登以及上海佘山艾美酒店，在加入武汉马哥孛罗酒店之前，蔡飞女士就职于厦门威斯汀酒店。

蔡飞女士将负责酒店的整个餐饮及宴会团队，包括餐饮线下销售和线上营销，部门行政管理、发展战略、收益增长、确保优质服务，以及招聘和培养专业的团队成员，为整个酒店提供积极助力。

3、途牛宣布一亿美元股票回购计划及CTO任命

来源：腾讯科技讯

在线休闲旅游公司途牛旅游网（NASDAQ: TOUR）（以下简称“途牛”或“公司”）今天宣布，其董事会已批准了一项股票回购计划，根据该计划，公司在接下来的12个月内，会回购最高不超过一亿美元金额的普通股或美国存托股票。

公司将根据市场条件以及相关法规，以公开市场交易（按照市价）、协商交易、大宗交易和其他法律允许的手段不定期回购股票。公司计划使用现有资金执行该回购计划。

同时，途牛今天宣布擢升原副总裁陈世宏为首席技术官，即日生效。陈世宏现分管公司研发、网站无线及酒店事业部。陈世宏于2011年加入途牛，曾负责交通产品BU。此前，陈世宏曾任趋势科技（领先的企业数据与网络安全服务商）技术经理。陈世宏2005年毕业于东南大学，获机械工程学士学位。

途牛联合创始人、董事长兼首席执行官于敦德表示：“陈世宏先生入司以来为公司多个核心领域发展做出贡献。希望陈世宏先生在首席技术官的职位上能够继续推动技术的运用与发展，更有效地为途牛的客人提供更多创新优质的旅游产品和服务。”

4、洲际酒店集团（IHG）中文APP将香港、澳门列为“国家”

来源：澎湃新闻



继万豪集团、达美航空、ZARA、美敦力违规后，洲际酒店集团（IHG）也被网友发现在其官方中文 APP 上将香港特别行政区、澳门特别行政区单独列为“国家”。

记者1月12日查询洲际酒店集团官方中文 APP 时发现，点开其右上角“登陆”后，可找到会员注册界面，其中“国家”一栏里出现了和“中国”并列的“香港”“澳门”。

官方资料显示，洲际酒店集团在全世界近100个国家和地区拥有5000家酒店，共有12个酒店品牌。

此前，据@中国新闻网 官方微博1月11日消息，近日，万豪酒店集团在发给其中国会员的活动邮件中，把西藏和港澳台地区都列为了“国家”。另据微信公众号“网信上海”消息，据媒体报道和网民举报，经上海市网信办核实，zara网站（zara.cn）“JION LIFE”栏目下的“收取衣服”选项介绍中，将台湾称为“国家”；美敦力网站（medtronic.com）“国家”选项中，有“中华民国（TAIWAN）”字样，并与其他国家并列。

5、万豪解约涉事第三方外包公司 点赞“藏独”员工被解雇

来源：新华网 作者：钱春弦

据悉，国家旅游局有关负责人12日约谈万豪亚太区负责人，强调中国主权和领土完整红线不容挑战，不可逾越。万豪集团亚太区负责人承认错误并做出整改保证，目前已与涉事外包公司解约并停职一名涉事员工。

12日上午，国家旅游局副局长王晓峰约谈万豪国际集团亚太区总裁及董事总经理施康瑞，指出万豪国际集团把西藏和港澳台地区列为“国家”，无视中国主权和领土完整及法律红线，严重伤害了中国人民感情。国家旅游局注意到万豪国际集团道歉后，万豪仍为“藏独”点赞，使得中国公众对道歉的真诚度产生了疑问，要求万豪立即采取有效措施，查实后进一步对外公布调查结果。王晓峰强调，在华经营需要严格按照中国法律法规行事，绝不允许有任何挑战中国法律红线的活动；要求万豪积极配合中国有关部门的调查，诚恳接受处罚，同时对网站和APP全面进行隐患排查，深刻吸取此次事件的教训，消除事件造成的负面影响。

施康瑞再次为伤害中国人民的感情而诚恳致歉。他说，此次万豪礼赏问卷是万豪国际集团聘用了第三方外包商发出的，万豪的工作人员未审核下拉菜单。“目



前我们已经和这个第三方外包商解除合同。另外由于个别员工的过失，我们的官方账号错误地点赞了支持西藏独立的推文，误导了公众。目前已经对这名员工进行停职并依程序解雇。从11日晚6点起，万豪关闭了中文网站。由于万豪APP后台是同时在全球运营，我们也已关闭了全球的万豪APP。”施康瑞说，对于所犯下的严重错误，将承担所有责任，并以此为鉴全面整改，加强中国法律法规的培训以杜绝类似事件的发生。万豪国际集团将继续积极配合政府的调查工作，做到公开透明，并保证向公众公开调查结果，杜绝此类事件的发生。

6、井冈山将建高端民宿产业集聚区

来源：中国旅游报 作者：邓敏敏

中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会和井冈山市委市政府于近日达成了多项合作，双方签订了《关于推动井冈山市民宿产业发展战略合作协议》，利用分会资源及平台，为井冈山民宿发展起到助推作用；民宿分会委托会员单位北京世纪唐人旅游发展股份有限公司以公益服务为井冈山市编制《井冈山市民宿产业发展规划》。

井冈山管理局局长兼井冈山市市长焦学军表示，井冈山市委、市政府决定把发展民宿产业作为推动全市经济发展的总抓手，大力发展民宿产业，为全域旅游提供更多的旅游产品，提高旅游承载力。要把农民闲置资产盘活好、利用好，使农民资产全面升值，使农民真正脱贫致富。目前，井冈山已开发部分民宿产品，但水平不高、数量不足，井冈山的民宿产业还缺少高水平的指导。他表示，在中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会的支持和指导下，在井冈山市委、市政府的共同努力下，力争用三到五年，把井冈山市建设成为中国高端民宿产业集聚区、中国民宿发展的样板和标杆，让井冈山的红色基因传播到全国乃至全世界。

中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会会长张晓军说，对井冈山市民宿产业的发展情况考察后，中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会有责任、有信心、有意愿、更有能力在井冈山市委、市政府支持下，充分发挥分会的会员与产业资源优势，推动井冈山的民宿产业发展，并以此为起点，将全国民宿产业推向新的高度。

7、立即整改、公开道歉！中国民航局约谈达美航空负责人

来源：中国新闻网



据民航局网站1月12日通报，针对达美航空官网将西藏、台湾列为“国家”事件，民航局高度关注，第一时间约谈达美航空公司相关负责人，责令其查明事实，立即整改，并将调查结果和整改情况及时向社会公开。同时，民航局要求达美航空立即公开进行道歉。

民航局将要求运营至我国航线的所有外国航空公司立即对企业网站及APP等客户端信息进行全面排查，严格遵守我国法律法规，杜绝同类事件发生。

事件回顾：

1月12日早间，澎湃新闻记者查询达美航空中文官网时看到，在其官网右上角意见或投诉链接中，“选择国家”一栏里出现了和“中国”并列的“西藏”，同样被并列的还有“台湾”。但该菜单栏未显示“国家或地区”字样，仅写明为“国家”。

此外，在达美航空英文官网上，在选择国家一栏里，“Tibet”、“HongKong”、“Macau”、“Taiwan”均在列，并与“China”并列出现。

达美航空官网国家一栏已撤下西藏字样。

对此情况，当日午间，达美航空中国方面公关总监回复澎湃新闻称，错误页面已第一时间更正。

8、看准奥运经济 国际酒店集团扎堆在日本新开酒店

来源：好奇心日报 作者：陈思吟

随着越来越多的酒店集团品牌进入日本市场，日本高级酒店的竞争日趋激烈。

1月10日，万豪与日本房地产巨头积水HOUSE宣布在大阪市中心地区开设日本第一家W酒店。同一天，东急不动产与希尔顿宣布将改建位于度假胜地轻井泽的酒店，把酒店品牌改为Curio Collection by Hilton Hotel，这是该品牌首次进入日本市场。

“日本观光产业迅速发展，作为世界级酒店品牌，（我们）不会错过这样的好机会。”万豪亚太区总裁Craig Smith在当天的新闻发布会上表示。按计划，大阪W酒店将设有337间客房，其中50间套房，酒店客房定价将处于大阪市内酒店最高水平。



选择大规模在日本扩张的还有凯悦与洲际。截止到2020年，凯悦计划在日本全国新增10家酒店，洲际在日本著名温泉地箱根开设的酒店也将于2019年正式营业（从东京前往箱根交通十分便捷）。

外资酒店集团品牌无一不看准了将要在2020年召开东京奥运会的日本旅游市场的潜力。2017年全球访日游客人数达到创纪录的2800万人，而日本政府的希望是到了2020年，全球访日游客数能够达到4000万人的目标。

赴日游客不断增加使得日本全国酒店入住率居高不下。日本观光厅统计数据 displays, 2017年10月、11月日本全国酒店入住率分别为63.3%、63.6%，其中大阪酒店入住率更是达到了84.4%。酒店行业机构STR的一份调查显示，过去5年内，日本的酒店平均房价已经涨了59%。

在国际豪华酒店品牌不断入驻日本市场之时，为了增加酒店竞争力，一些老旧的日本本土豪华酒店开始歇业改建。东京三大顶级酒店之一的大仓饭店在2014年决定斥资1000亿日元进行改建，他们计划赶在2019年恢复营业；另一家老牌酒店东京帝国酒店也对Tower馆进行了翻新，并设定了20万日元一晚（约11600元）的高级套房。

但纷纷新开酒店的背后并非没有隐忧。瑞穗综合研究所曾根据酒店入住率变化进行推算，他们预计到2020年酒店客房供给量将比需求量多出11万套房。而日本外资高级酒店大多采用了日本本土房地产商委托管理、特许经营的模式，一旦奥运会后酒店出现过剩情况，可能会影响到房地产商自身的经营。

9、光大集团拟通过国有产权划转方式持有山水酒店51%股权

来源：犀牛之星 作者：李诗诗

1月9日，山水酒店发布公告称，中国光大集团股份公司将通过国有产权划转的方式，持有公司51%股权。

据悉，本次收购完成前，光大集团未直接或间接持有山水酒店股份。此前中青旅直接持有山水酒店51.00%股份。中青旅集团直接持有中青旅17.17%股份，中青旅集团控股子公司中青创益投资管理有限公司直接持有中青旅2.83%股份，中青旅集团合计控制中青旅20.00%表决权，是中青旅的第一大股东和实际控制人，因而中青旅集团公司系山水酒店实际控制人。



而根据财政部批复,共青团中央将其所持有的青旅集团100%国有产权划转给光大集团。本次收购完成后,山水酒店控股股东仍为中青旅,青旅集团仍为中青旅第一大股东。中青旅第一大股东的控股股东将从共青团中央变更成光大集团。中青旅实际控制人变更为国务院,从而导致山水酒店实际控制人变更为国务院。

山水酒店表示,本次收购是公司实际控制人的国有产权划转导致的被动收购,收购完成后,光大集团暂无后续计划发布。

山水酒店主要连锁酒店的投资、开发、经营、管理,公司2017上半年实现营业收入1.97亿,净利润为987.59万。

10、2018 中国旅游总收入力争达近 6 万亿元目标

来源:北京商报 作者:记者肖玮 实习记者许伟

1月8日,2018年全国旅游工作会议上发布消息,2018年我国力争实现旅游总收入5.98万亿元,同比增长13%。其中,国内旅游人数55亿人次,国内旅游收入5.05万亿元;入境旅游人数达到1.42亿人次,国际旅游收入1273亿美元,分别增长1.4%、2.5%;出境旅游人数1.34亿人次,增长4.5%;完成投资1.8万亿元,增长20%。

经测算,2017年我国旅游总收入达5.4万亿元,比2012年增长了2.81万亿元,年均增长15.83%。另外,随着中国旅游市场的进一步扩容,去年国内旅游市场达到50亿人次,同比增长11.08%,国内旅游收入增长到4.57万亿元,实现了年均增长15%的飞跃。而入境旅游人数为1.39亿人次,年均增长1%。出境旅游市场也毫不逊色,年均增长9.17%,达到了1.29亿人次。我国已连续多年保持世界第一大出境旅游客源国、全球第四大入境旅游接待国地位。

国家旅游局局长李金早强调,相关主管部门正着力引导旅游投资的发展,创新金融支持方式,建立金融机构与旅游企业协作新机制,与中国农业银行、国家开发银行、中国建设银行等企业联合推出680个全国旅游优选项目,从而为旅游业提供新引擎和经济支撑。他还透露,国家旅游局十分重视社会资本的引入,推动设立中国旅游产业基金,总规模大约为300亿-500亿元,以期激励更多社会企业参与进来。事实上,截至2017年底,全国就已有144只旅游产业投资基金,总规模超过8000亿元。预计2017年全国旅游投资达1.5万亿元。形成了民营为主、国有企业和政府投资共同参与的多元主体投资格局。



不过，国家旅游局也提出，未来旅游产业的发展还存在较大挑战。会议指出，与新时代人民群众的旅游美好生活需要相比，旅游业还存在着城乡旅游发展不平衡与全域旅游发展要求不相适应、旅游区域发展不平衡与旅游整体发展要求不相适应、旅游产品结构不合理与广大游客日趋多元的旅游消费需求不相适应等10个不相适应的突出问题亟待解决。



2018 酒店业五大趋势 这些领域值得关注

来源：航旅同行 作者：孙宗洵编译

2018 伊始，各行各业的人们都对新的一年充满了憧憬和规划，让我们一起来看看新的一年酒店业将有哪些值得关注的趋势。

智能客房

拉斯维加斯永利酒店 (Wynn Las Vegas) 有近 5000 个房间可通过亚马逊 Echo 音箱来语音激活。与此同时，希尔顿正在 Beta 测试自己首个以移动科技为核心的酒店房间。入住的客人只需点击手机屏幕，便可控制房间内的温度、照明、百叶窗、恒温器和电视。同样，万豪酒店也即将试运营自己的“物联网房间”，在房间内提供的服务包括可按需播放瑜伽视频教程的镜子和可上传亲友照片的数字相框等。

这样的趋势是显而易见的。2018 年，人工智能、家居自动化以及物联网将使得个性化的概念迈向一个在五年前难以想象的水平。如今客人一入住，便可在房间内紧接着上次的情节观看网飞的电视剧或播放 Spotify 中最爱的歌曲。床铺传感器会知道客人何时醒来、何时入睡，并相应地优化房间内的温度和照明。或许我们不禁会认为，这看上去像是上世纪 50 年代科幻小说里面的情景。然而，就在你读这段话的同时，希尔顿已有 200 个房间的门被数字钥匙打开。

运营管理软件

在酒店内增进员工之间的互动，从未像现在这样重要过。遗憾的是，酒店各部门之间打太极已是常态。因此，酒店要保持竞争力，就必须审视自己的工作流程。

令人欣慰的是，科技的进步、云计算以及越来越多可扩展型第三方应用程序接口和酒店管理系统以及客户关系管理系统的整合，都使得运营管理软件的成本相对更划算。这样，规模较小的独立酒店最终将能够从 Roomchecking、Quore 和 Properly 等技术解决方案受益。利用实时工具来提高客户满意度、促进团队之间的沟通，再也不是可有可无，甚至对于“落后者”来说也是必需开展的工作。



大数据和客户关系管理系统（CRM）

还记得酒店预订处能做的只有接听电话和回复邮件的日子吗？是的，这样的日子已一去不复返。如今的客人通过大量的联络点与酒店互动，包括评论网站、社交媒体、实时信息传送应用软件以及线上旅游代理商。因此，酒店业者要每周7天、全天24小时在所有渠道予以响应已变得更加困难。正因为如此，客户关系管理系统（CRM）才必须在2018年焕然一新，要从只由市场营销部掌握的一项过度复杂的工具，转变为所有部门均可使用、可轻松解读的集中式枢纽。

良好的客户关系管理系统（CRM）必须要处理来自各种源头的的数据，同时以清晰、易读的方式简要呈现客户的需求、品味和购买习惯。如果酒店无法正确地整合和挖掘数据，则“体验式营销”、“定制服务”和“个性化”只会沦为被过度使用的流行词。Cendyn、Data Vision Tech 和 Experience Hotel 等酒店科技企业都在日益向这种集中的策略转变。

移动科技和预测型应用软件

“总有一天人们不再说‘他们在利用我的手机监视我’。最终人们会说‘我的手机在监视我’”，科幻小说作家 Philip K. Dick 曾这样预测。他说得没错。移动设备基本上存在于预订历程的所有微时刻里。从搜索到规划、从预订到入住后的体验分享，客人几乎完全依赖于自己的手机。他们希望在酒店房间内能够找到多个电源插孔和 USB 充电孔，并希望自己能够利用移动设备做更多事，而不只是在 Uber 约车。

此外，旅客也日益依赖于自己的手机来获取各种建议。谷歌的出行助手 Trip 软件便是完美的例证。旅客只需将 Trips 与自己的电子邮件账户绑定，这款软件便会自动提取过往和未来的酒店预订、餐馆预订、航班预订以及出租车预订的所有相关信息，推荐当地的活动、餐饮，并根据此应用软件其他用户的历史数据来创建行程。

据谷歌表示，Trips 未来将推出更具前瞻性的建议（类似于 Google Now）。聊天机器人购物应用 Mezi 等其他企业则在采纳类似的预测型方式。另外，我们有理由相信旅客也不会由于过于担心隐私而轻易放弃这样的个性化建议。

机器人与会话式营销



2018年将成为机器人之年并不难理解。仅脸书 Messenger 就有 10 万多个活跃的聊天机器人。因此，聊天机器人背后的技术也将日益具备可扩展性，甚至对于小规模企业来说也会更加经济实惠。事实上，如今的聊天机器人对于酒店业者来说是一种高效而又廉价的方式，让酒店能够在客人（和潜在客户）预订历程的每一步都与其互动。

人工智能会话式营销或许是与客户联系的最佳方式，因为此方法能够以实时的方式向客户提供极有针对性、极中肯的信息。这意味着酒店可节约人工成本，客户也可享受更优质的用户体验。例如 Tell The Hotel 就是一款可与几乎所有客户关系管理系统轻松整合的聊天机器人。其能够帮助潜在客户获取即时回复、预订房间或管理已有预订，过程中均不需要客户与人工客服对话。



分享住宿“大混战”：Airbnb、途家、携程... 旅行巨头都来了

来源：华尔街见闻

细数2018年最值得期待的国外科技公司IPO，Airbnb、Uber，Lyft等都将位列其中，不过，Airbnb与其它科技新星形成鲜明对比的是：它在2017年首次实现盈利，而其它公司还在亏钱。

Airbnb之所以能在2017年飞速增长并实现盈利，主要归因于中国地区业务飞速发展。该公司称，中国市场2017年的客户量比上一年增长了180%，这使得中国成为继古巴之后Airbnb第二个快速增长的市场。就在3年前，也就是2014年，Airbnb在中国第三季度仅有1万名客户。

毫无疑问，中国是Airbnb值得all in的市场。但中国市场的火药味也格外浓，这从中国分享住宿平台们纷纷大笔融资和跑马圈地就可见一斑。

2017年下半年，在资本的推动下，分享住宿平台因连续曝光融资消息，引发业内广泛关注。

2017年11月8日，木鸟短租宣布完成B+轮融资，明星胡海泉旗下基金参投。往前推1个星期，小猪短租也宣布完成1.2亿美元新一轮融资，估值超过10亿美元，正式进入独角兽行列。2017年10月10日，途家线上平台完成3亿美元E轮融资，估值超15亿美元。

目前，中国分享酒店市场已经形成了以外资巨头Airbnb、以途家为代表的分享住宿平台和以美团榛果为代表的后起之秀之间“混战”的局面；他们背后又都有巨头“暗战”，一场激烈的“三国杀”正在上演。而这场酣战之外，还有新玩家正在悄悄入局。

途家与Airbnb的中国之战

在中国的分享住宿领域，途家与Airbnb的竞争尤为激烈。



Airbnb 与途家的模式不尽相同，Airbnb 主打 C2C 模式的旅行房屋短租，途家线上平台集 B2C 和 C2C 两种模式于一体，主打 B2C 模式，但是业内人士一直把途家称作是“中国的 Airbnb”。

在 2017 年 3 月 23 日，途家网召开开放年战略发布会中，阐述了 2017 年“3+1”发展战略，针对“旅行者、运营者、置业者 + 区域化”提出多种升级计划。

值得注意的是，Airbnb CEO Brian Chesky 就在前一天，宣布了将以三倍速度扩张中国团队，发力中国市场。同时，也宣布了 Airbnb 的中文名字为爱彼迎。

途家此举颇有隔空喊话意味。易观分析师朱正煜就曾对媒体表示，“未来 Airbnb 将加大中国市场投入，途家会是其最直接的竞争对手”。

另外从数据上看，放眼整个全球大环境下，途家也是唯一一家体量相对靠近 Airbnb，可以与之抗衡的对手，它在国内房源市场优势明显，而且背靠携程这个 OTA 大佬。

途家首席运营官杨昌乐告诉全天候科技，“途家定位于全球公寓民宿预订平台，自 2011 年 12 月 1 日平台正式上线运营以来，目前已覆盖国内 345 个目的地，海外 1037 个目的地，在线房源超过 65 万套，签约储备房源超 100 万套，是中国最大的非标住宿库存拥有方。在中国民宿领域拥有一半多的市场占有率。”

Airbnb 官网显示，其在全球范围的房源超过 300 万套，是当之无愧的领头羊。但根据 Airbnb 联合创始人、首席战略官兼中国区主席 Nathan Blecharczyk 在 2017 年 12 月 9 日向媒体公开介绍，Airbnb 位于中国内地的房源数量为 15 万套。

此外，途家的杨昌乐认为，途家拥有多元化、低成本的流量入口，在未来这将成为民宿企业生死存亡的关键性因素之一。

从 2016 年下半年开始，途家并购蚂蚁短租，整合携程和去哪儿网旗下的公寓民宿业务，使得途家的个人合作房源、流量以及客户在短期内取得了重大飞跃。

途家方面数据显示，截至 2017 年 8 月，已有超过 1.8 亿用户下载途家 App。另外在完成与携程等的战略合作后，其用户的入住增幅达到 5 倍之多。根据途家向全天候科技提供的最新数据，2017 年途家 GMV (Gross Merchise Volume, 交易总额) 增幅较 2016 年增长约 160%，2018 年元旦期间的订单量同比增长 280%。



而2017年12月份Nathan Blecharczyk在接受媒体采访时曾表示，“在之前的12个月入住Airbnb中国房源约在225万人次，同比增幅达287%。”虽然涨幅不小，但相对途家5倍之多的飞跃式发展还是略有差距。

根据艾瑞咨询《2017年中国在线短租行业研究报告》显示，途家目前稳居国内市场竞争格局的第一象限。

Airbnb高层对中国市场给出了足够的重视。在今年10月份Airbnb中国负责人“闪电”离职后，其联合创始人兼首席战略官内森·布莱查克杰克(Nathan Blecharczyk)更是特意来到中国，对中国市场做出了新的本土化部署。在其兼任Airbnb中国区主席后，他还表示，“在2020年之前，要把中国打造成为Airbnb全球第一大客源市场。”

而在2015年途家完成D轮融资后，罗军就曾表示，之后也想在途家把C2C模式规模化，这将意味着会直面挑战Airbnb。

但C2C模式的难点在于，要在陌生的个体之间开拓分享住宿。根据社科院调查显示，70%的中国人不相信陌生人。中国的熟人文化社交习惯根深蒂固，短期内很难改变。此前，Airbnb在中国推广将房中闲置的一张床用来分享的合租模式就碰了不少的壁。有业内人士表示，“这也是Airbnb进入中国以来缺少本土化战略的重大失误之一”。

杨昌乐对此表现出乐观的态度，他认为，随着目前一些新科技的应用，以及与公安部门的协作，民宿也已经能实现类似酒店前台的验证级别。

在接下来的C2C模式上，途家跟Airbnb的竞争将会愈发激烈。分享住宿的“蛋糕”看起来很大却不宜吃，如何有效结合中国市场的特点成为打赢这个市场的关键。

后起之秀美团榛果

根据艾瑞咨询发布的《2017年中国在线短租行业调查报告》数据显示，预计2017年在线短租市场交易额将达到125.2亿元，比2016年的87.8亿增长42.6%，整体交易规模将保持高速增长的态势，而2016年的数字较2015年增长106.1%。



2017年4月份，美团点评正式宣布切入分享住宿领域，旗下分享住宿平台——榛果民宿 App 也正式上线。美团旅行大有与阿里系的飞猪争夺 OTA 行业第二把交椅的态势。

榛果民宿负责人冯威赫告诉全天候科技，“2016年以前整个民宿市场规模不大，用户认知和基础条件准备仍然处在初期阶段，过早切入意义不大。但在这之后，从美团点评掌握的用户消费习惯数据中发现，年轻用户在酒店消费习惯上开始出现变化，对于非标准、个性化的需求在快速增长。其次在供给端上，传统中低端标准化酒店发展进入成熟期，不少酒店集团也在往中高端、个性化酒店转型。供需两方面因素决定了民宿市场的潜力十分巨大。”

从整个市场来看，自2016年开始民宿的发展虽然仍处于早期，但速度却在加快。据公开资料显示，2016年民宿领域的融资多达12次，创下了从2012年以来的新高。“2016年的民宿处于发展快速期，但行业的竞争格局远未形成，美团点评在这个时间点切入是顺势而为的战略布局，能够与美团的标准住宿业务互为补充。”冯威赫说道。

目前，榛果民宿房源已经覆盖北京、上海、广州、深圳、成都、杭州等100多个一二线城市及热门旅游城市，房源数量约15万套。同时，美团旅行的住宿预订业务间夜数已经达到行业第一，8月份单月间夜量突破2000万，2017年全年间夜量突破2亿。

冯威赫表示，榛果民宿作为美团住宿业务形态的重要补充，能为美团点评用户提供非标的、个性化的住宿选择，满足用户在不同场景下的不同需求，助力美团点评构建一站式生活服务平台。与其它平台不同的是，榛果民宿的房源将以整租为主，避免房东与用户之间的信任难题；其次榛果民宿还推出了榛果管家，来帮助房东提供标准化、专业化的保洁服务。

“在竞争中，能够为消费者和房东提供优质的服务和体验，才是该领域真正的护城河”，冯威赫认为。

但同行看来，资金是美团民宿业务需要解决的关键问题。“即便美团点评能够为榛果民宿在流量、用户、数据、技术等方面提供支持，但想要入局，仍然需要投放大量资金”，某海外民宿预定平台 CEO 吴鸣表示，“随着美团点评外卖战争的持续以及目前打车等多元业务的持续扩张，资金将是其不小的负担。”



途家首席运营官杨昌乐也表示，“做分享住宿的前提就是需要你有足够多的投入。”

分享住宿“三国杀”背后的暗战

值得一提的是，途家最新一轮融资的投资方 Glade Brook 也是 Airbnb 的投资方。“这实际上表明 Glade Brook 对整个分享住宿行业的看好。”有业内人士表示。

其实，不论是途家还是榛果民宿，它们的背后都有着互联网巨头的身影。

携程在完成了对去哪儿、艺龙、同程、途牛等同行的投资、并购后，在线旅游行业已是一家独大。目前虽然有阿里旗下的飞猪、美团点评的美团旅行等还在奋力追赶，但从体量上来看，他们跟携程还是有一定的差距。

从 2016 年途家并购携程公寓及民宿业务，再到 2017 年携程领投途家的 E 轮融资，两家的合作就一直没断过。

如今携程在途家中已占有董事席位，拥有一定的决策权，这让其在分享住宿领域的地位也不可动摇。“携程在民宿板块的布局主要是通过投资途家来实现的，携程在非标跟民宿的布局在途家。”杨昌乐说道。

当然，携程对途家的助力也有目共睹的。杨昌乐坦言，“今年整个民宿行业的增长大概是一倍左右，而途家实现了五倍的增长速度，其中很大一部分是由于携程这边的流量贡献。”

在 2017 年 7、8 月份，携程董事长梁建章更是先后为途家站台，体验短租房源，走访蚂蚁短租，如此频繁的给携程旗下的分享住宿业务站台，对于梁建章来说并不多见，可见其对这一业务的重视。

有业内人士指出，“携程本身基于 OTA 模式，并不适合做需要大量线下运营的民宿短租业务，因此，携程把在民宿短租上的新业务寄望于途家，将旗下的民宿短租业务卖给途家就是很好的证明。”

2017 年 10 月 19 日，对于美团点评 CEO 王兴来说是值得纪念的一天。彼时，美团点评宣布拿下了由腾讯领投，The Priceline Group、红杉资本、老虎基金等跟投的 40 亿美元融资，估值达到 300 亿美元。

这次融资对于美团点评而言，除了资金本身外，一个亮点就是引进了 The Priceline Group 的投资。



The Priceline Group 成立于 1998 年，是美国最大的在线旅游网站，业务囊括了住宿预订、旅游产品、汽车租赁、餐馆预订、搜索工具等，是一家霸主级别的 OTA，市值近千亿美金。值得注意的是，它还有另外一个身份：携程的大股东之一。

据了解，在 2015 年 12 月，携程宣布获得 Priceline 集团和一家长期股权投资公司分别 5 亿美元的可转换债券投资，The Priceline Group 持有携程 13% 的股份。

在美团点评的公告中，The Priceline Group 此次不仅成为美团点评新投资方，还与美团旅行达成了重要战略合作。

The Priceline Group 此次押注美团旅行被业内人士解读为“多线投资”的保守打法。虽然携程在国内旅游市场把控大量资源，但美团点评依托其用户生活领域的大数据习惯分析和 The Priceline Group 背后的资源支持，将会有更多的可能与携程竞争。然而不论二者谁赢，The Priceline Group 都将是受益者。

“携程”们的挑战者：社交电商

2017 年，有赞推出了酒店版，这是一套帮助酒店民宿提升服务和变现能力的技术解决方案，帮助酒店基于微信平台自建直客系统，获取消费数据，强化与消费者连接，降低获客成本。

有赞成立于 2012 年 11 月，是一家旨在帮商家提供全渠道解决方案的公司，它通过 SaaS 工具把有赞、商家、社交流量平台、消费者一起串联，构成完整的社交电商闭环。

携程已经在国内 OTA 行业一家独大，自从其联合创始人梁建章回归后，携程就以摧枯拉朽之势，横扫大小对手，一统 OTA 江湖，尤其是在国内酒店分销领域，携程系已经占据绝对优势。这甚至让一些创业者感叹“OTA 行业已无创业机会”。

有赞还是从中发现了需求。“在酒店领域，我们发现一半的订单来自于 OTA，对它的过度依赖，会导致酒店方面佣金成本负担重，房间定价权日益丧失，缺乏消费数据，与消费者互动难等问题”，有赞 CEO 白鸦说，有赞推出酒店版就是要帮助酒店解决“内忧外患”，更好地经营自己的客户。



据有赞提供的资料，目前其酒店版已交出了一份不错的成绩单，以民宿“宛若故里”为例，这家民宿接入有赞酒店版之后，月均增粉达到1000个左右，月均订单也提升到了820单。

白鸦曾对全天候科技表示：有赞押注的是“去中心化”的电商新蓝海——社交电商，这是一个可与天猫、京东等搜索电商并驾齐驱的事。

按照白鸦的逻辑，携程、途家、美团榛果等也是“中心化”的搜索电商模式，有赞酒店版帮助酒店民宿做的是“去中心化”的社交电商。

将社交电商带入旅游行业的还有社交电商平台拼多多。早在2016年，拼多多宣布与去哪儿网达成合作，后者将在拼多多上开设官方店铺“去哪儿网”，为用户提供酒店、度假线路、境外WiFi等各类旅游产品。

去哪儿网相关负责人当时表示，进驻拼多多是去哪儿网在社交电商领域的首次尝试，对于拼多多这样创新型的社交电商模式，去哪儿网充满期待。

公开资料显示，拼多多在成立至今的2年时间就积累了2亿付费用户，而实现1亿付费用户他们只用了1年时间。

艾瑞发布的《2016年中国电商生命力报告》中指出，在网红风靡、内容电商兴起及大数据的冲击与推动下，社交和电商不断融合，电商行业已逐渐向基于社交的去中心化的共享经济时代过渡。

而根据2017年11月浙商发展研究院发布的《2017共享社交电商行业白皮书》，2016年，社交电商商户规模已经达到1380万户，预计2020年我国社交电商商户规模将达2400万户，市场规模将突破万亿，未来五年行业有10倍以上拓展空间。

酒店民宿领域的社交电商能否撬动“携程们”“铁板一块”的江山？值得期待。



青普王功权：非标住宿产品问题多 服务品质排第一

来源：中国旅游报 作者：王玮

2017年年末青普人文度假公司将青普扬州文化行馆放在了开始吧平台进行众筹，第一晚就突破了7千万元，截至1月10日上午认购金额已经超过1亿元，而此次众筹还有十余天才结束。

日前，在接受本报记者专访时，青普人文度假公司董事长王功权坚称青普是人文度假生活方式提供商，而不是卖“床腿”的。王功权说，如果非要对标的话，人文类的微型迪士尼更加贴切些，因为青普的主题行馆函括了吃住行游购娱的方方面面。

一种叫生活方式的产品

事实上，青普所提倡的一价全包度假方式也好，在地文化艺术的深度体验也罢，很多精品民宿和主题文化酒店都在尝试，有的已经相当被市场认可。那么强调生活方式的青普究竟是玩个噱头，还是真有特别之处呢？

“我们在度假场景和相关产品的设计上最注重的是客人的体验感。一种发现自己美好，活出智慧的体验感。”王功权说，在青普行馆，客人可以体验到之前可能没有尝试做过的事，通过完成这件事来提升自己的文化品位和素养，甚至是发现自己的另一面，找到“诗和远方”让假期变得更加有格调。比如，在青普行馆学习文物古迹的修复。一边听导师讲述中国古籍修复的历史和门道，一边跟着导师将一本已破损的古书中的一页修复好，或者将一只宋代民窑出土的瓷碗粘合，由此感受参与中国古迹修复工程的使命感。王功权告诉记者，每一位参与其中的客人都非常认真，一招一式、一笔一划紧跟着导师，生怕出错。很多客人在“朋友圈”中感叹：这是一生难忘的经历。而他们的参与都会被记载，经由他们修复的文物，有的被送到一些学校或者小型博物馆做陈列。在大部分客人看来这是相当有意义的事。

2015年，知名风险投资人王功权竟当起了创客，开始雕琢“生活方式”。



“我们的产品人文色彩很浓重但‘门槛’却不高，只要有一定文化修养的人便可参与其中。”王功权介绍，青普设计的这类体验式产品分两类，一类是属于通用文化，比如临摹艺术画、篆刻印章、古籍修复等；另一类是在地文化，只有到当地才能体验。对于在地文化的挖掘和创作，青普自然不会“生搬硬套”，他们组织了大量的文史类专家，对巴楚文化、腾越文化、岭南文化等进行大规模的收集、整理、分类、分析，然后认定一些艺术文化，将其演化进入青普的度假场景中。王功权说，他们要做的就是让客人放心将他们的度假时间交给青普。

近日，一篇《王功权，别糟蹋情怀二字》的入住体验吐槽文章在网络上疯传。在采访中，记者也曾问过王功权关于客人的入住体验。他坦言，由于青普旗下的行馆大多是2017年下半年才开业或试营业，很多产品和服务都在调试中，他们也努力根据客人的建议进行“修正”。对于文章提到的问题，也有业者表示，目前大部分的非标住宿产品都存在着各种各样的问题，完美无缺的产品还未出现。“只要是跟服务业相关的产品，客人的体验是最重要的，保证服务品质永远要被放在第一位。”王功权说。

唱好人文度假产品的“折子戏”

既然是人文度假生活方式的提供商，那么产品中的人文度假内容非常重要，这也就需要拥有庞大的人文资源，包括导师资源，青普已经将建立一个完善的导师系统作为发展战略。“中国的传统文化博大精深，我需要有一批研究者来和我们一起传播。在这个导师的体系中不乏院校的老师。我们也在思考，将青普行馆打造成人文学科类的实验基地，让它更加有吸引力。”这一刻王功权表现得十分坚定，在他看来创业者就是要用独到的角度看问题，用坚定的信心、快速的行动解决问题，这样才会成为资源最大的拥有者。“创业者实际上就是要在一个空间里撕开一个口子，扎进去做。”

那么青普吸引的是什么样的客源？“我们的客源有四个特征，时间自由，有文化品位追求，愿意开放和互动，拥有支付能力。”之所以将时间自由放在所有特征的第一位是因为在王功权看来，唯有这些人的加入，淡季的问题才能得到有效的解决。那如何找到他们呢？“互联网时代，人以类聚，比如摄影爱好者有专门的社群，我们打算在网络世界里，找到相应的社群，将青普的人文度假产品推给他们。当然这并不等于只局限于人文爱好者的社群。”



在王功权看来，“非标项目不能连锁，不能规模化”这个观点已经落伍了。青普就是要在体验性产品的基础上实现规模化。“我们所提到的产品复购率，并不是在同一个地方。这一回客人在青普苏州木渎行馆度假，下一次可能会选择去腾冲和顺行馆。他们认可青普的IP，喜欢这里的通用文化体验，又希望到各地去探索在地文化的体验，这就需要我们连锁经营来实现。”

未来3年，青普将采用自建、收购、加盟、认证的方式，在云南、江南、东南沿海及海南等主要地域范围迅速铺开，形成100家的行馆布局。同时，作为花间堂的最大股东，青普将优先选择一些符合条件的，将他们的生活方式产品落地。让花间堂和青普主题行馆形成协同效应。而对于那些没有达到条件的花间堂，经过改造升级让其尽快向小型精品度假村或者是综合体验空间方向发展。如此大动作，是否意味着生活方式度假空间市场是一片蓝海？

王功权认为，尽管民宿市场现在那么火爆，但两三年会迅速出现过剩。尤其是公司化的民宿运作将面临极大挑战。但是人文度假方面还是大有文章可做。“我们是算过账的。首先，青普是向住店的客人提供生活方式体验服务的，客人将为他们的体验埋单。其次，青普还将接待旅行团、散客到行馆品尝当地地道的、有代表性的特色餐饮。再次，青普的人文度假产品将成为‘折子戏’，客人想看哪一出，我们可以带团队去‘演’，将课程输出。这样一来，市场就盘活了。”

通过众筹寻觅同道中人

此次在开始吧平台展开众筹的青普扬州文化行馆认购金额一共分为4个档位，最低9万元，最高180万元。但是王功权却说他们资金事实上早已经到位了，之所以要众筹，是为了找同道、找知音、找共同推动事业的共建人。“我们希望有更多的人来认同我们，并且身体力行来推动这样的事情。”

王功权坦言，目前国内的众筹还没有走完“全生命周期”的案例，所以众筹这种方式是否能成功、安全性怎么样还没被证明过。但他认为这是一个可喜的尝试。做好众筹最重要的因素是能够真诚地把自己的事情告诉用户，同时众筹平台不为了把钱筹上来而搞很多的噱头。“只要碰大众的钱就一定要认真、严谨、负责。青普之所以尝试众筹，是因为兑现我们的承诺不是太困难的事。”

在王功权看来，众筹最重要的目的不是从参与者的手中拿到钱，而是让他们成为青普生活方式的参与者和倡导者。



“所有优秀的产品、服务、企业，都是靠情怀打拼出来的。最后坚持下来就是优秀的企业。随着经济的发展和消费的升级，中国也需要有更好的品牌和服务，在这种情况下，没有情怀是做不出好东西的。因为有太多的理由，让我们去妥协。所有的优秀的品牌几乎都有创业者为了坚持某样东西绝不妥协，生‘磕’出来的，所以所有的优秀企业都是有情怀的。功夫不负有心人，青普要如何实现全国知名的人文度假生活方式提供商，咱们走着瞧。”王功权如是说。



Priceline CEO：公司最大竞争来自携程的海外扩张

来源：新旅界 作者：马晓婷编译

自2017年1月担任Priceline CEO以来，Glenn Fogel多次直言不讳地表达了公司和他自己对于中国出境游市场的期望。考虑到中国旅游市场的巨大潜力，Fogel的表现实属自然。尽管如此，Fogel也明确表示，在可预见的未来，Priceline不会进军中国市场。可以说，Priceline面临的最大的挑战是，中国的竞争对手正在向海外开拓业务。而Priceline也试图通过投资美团、与携程合作等方式来解决这一问题。

Priceline旗下所有平台的业务策略核心是其在不同市场的通用性。用Fogel的话来说：“当你在澳大利亚通过Booking.com获得良好的酒店预订体验时，你在中国会再次想要使用我们的服务。”

对于Priceline来说，其在中国的发展障碍显而易见：那就是中国旅游产品库存数量不足，不管是酒店还是航班。虽然Priceline在全球旅游资源方面占据优势，但随着中国本土OTA的迅速崛起，中国出境游游客也渐渐倾向于使用国内平台进行海外旅游产品预订。

无疑，Priceline在中国出境游市场最大的竞争者是携程。Priceline自2012年以来一直与携程保持商业合作，并分别在2014年和2015年以可转换公司债券的方式向携程投资2.5亿美元和5亿美元。不过，Priceline的投资显然没有阻止携程的海外扩展步伐。换句话说，携程正在越来越多的定位Priceline的核心顾客群——西方游客。

携程前后收购了搜索引擎天巡网和美国社交平台Trip.com作为海外扩张的先行军。Trip.com后成为“英文版的携程”。此外，携程的官网已经在中国以外的市场有了相当高的知名度，能够与Priceline展开竞争。或许为此Priceline向美团投资4.5亿美元，转向携程的竞争对手，希望对冲风险会帮助其在中国保持优势。



虽然携程利用天巡和 Trip.com 定位国际游客，但 Fogel 始终坚持认为，Priceline 拥有竞争对手无法匹敌的独特优势。他特别提到了 Priceline 雄厚的技术实力。

由于中国市场性质和规模迅速变化，Fogel 认为 Priceline 比其他公司更有能力应对挑战。其他公司可能很难适应移动支付和消息驱动的文化。而 Priceline 刚好相反。Fogel 称：“我们将这些视为机遇，因为我们可以以规模优势，通过人才、技术和资本解决问题，从而实现其他公司无法完成的业绩”。

Fogel 在 2017 年年中接受采访时表示，利基市场定位是 Priceline 保持长期成功的关键。对于中国游客，Priceline 能够提供其他西方竞争对手无法提供的产品和服务。同时，Fogel 还强调了公司在收集用户习惯数据方面的能力，称借此提供更好的服务。



全球最佳荒野酒店 感受大自然粗犷野性之美

来源：环球网

国际知名旅游杂志《悦游》(Conde Nast Traveller)近日评选出新一轮的全球最佳荒野酒店，从美国犹他州的沙漠度假村到秘鲁的湖畔酒店，再到坦桑尼亚野生动物自然保护区里的度假酒店，游客们可以在度假的同时感受大自然粗犷的野性之美。



澳大利亚金伯利得 Berkeley River Lodge 度假村深处荒原，地理位置偏僻，内有 20 个独立的别墅，游客们只能通过直升机才能到达。另外，如果想要游泳，



酒店建议游客最好在度假村内部的游泳池内游泳，因为附近的海域栖息着许多鲨鱼和鳄鱼。



而美国犹他州的安曼吉里 (Amangiri) 沙漠度假村则身处荒凉的大峡谷中，度假村内部的泳池是由 1 亿多年的岩石砌成，有着大自然的原生态之美。那里豪华的沙漠客房是情侣们的最佳选择，他们可以在宽大的露台上欣赏荒原的美景，甚至可以躺在屋顶的大床上，抬头欣赏荒原上美丽的星空。



的的喀喀(Titicaca)湖畔度假村位于秘鲁,整个度假村拥有18间豪华套房,每间套房内都配有地暖、豪华精致的大浴缸,以及宽敞明亮的落地窗,而窗外,则是美丽迷人的湖景。此外,酒店还贴心地准备了许多可供游客选择的的活动,如双体船体验之旅,历史遗迹参观等,游客们可以在欣赏自然美景的同时体验当地多彩的文化。而位于印度的杰瓦伊(Jawai)荒原度假村则身处在森林和丘陵之间,共有9间豪华套房,并配有餐厅和泳池,这个度假村的奇妙之处在于周围有很多老虎,游客们经常会看到老虎在套房外闲适地漫步。



最充满野性的度假村当属坦桑尼亚的辛吉塔营地酒店(Singita Sabora Tented Camp)，它位于动物大迁徙的路线上，占地1416平方公里，拥有9间豪华套房，而房内则配有美丽的波斯地毯以及桃花心木制成的家具，充满异域风情。在此居住，游客们会与大自然亲密接触，时不时地邂逅各种各样的动物，感受大自然的奇妙与魅力。





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1期下月刊（总第110期）

投稿方式：yxxytsg@sina.com

联系电话：028-87979510