

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 115 期

4-2 期

2018.4.15



目录

业界动态	1
WTOF:2018世界旅游经济趋势报告.....	1
清明中国旅游价格指数报告 酒店价格翻涨.....	10
中国极地游热点报告:女性游客是主力 长三角是最大客源...	18
要闻精粹	21
行业要闻.....	21
文化和旅游部:国务院同意设立边境旅游的实验区.....	27
盘活闲置乡村宅院“共享农庄”如何助推乡村振兴.....	33
行家之音	37
罗军:房源可以个性化 短租服务还需标准流程.....	37
谷安迪:服务微笑的三个层次.....	40
走进全球酒店	43
那些和王室“比邻而居”的传奇酒店.....	43



WTOF：2018 世界旅游经济趋势报告

来源：199IT

《世界旅游经济趋势报告(2018)》基于对全球旅游经济总规模等核心数据的研究分析，围绕“旅游在世界经济格局中的作用”这条主线，从全球旅游经济、旅游上市公司、科技改变旅游、旅游人才建设等4个角度进行深入研究，预测了2018年世界旅游经济的8个发展趋势：

一、全球旅游经济全面、快速增长。2017年全球旅游总人次达到118.8亿人次，为全球人口规模的1.6倍；

二、全球旅游三足鼎立格局更趋明显，其中亚太板块旅游总人次和总收入增速最快，欧洲、美洲板块均有所下降；

三、新兴经济体旅游业份额不断提高，旅游总收入占全球份额提高到38.9%，提高了13.7个百分点；

四、金砖国家旅游发展格外引人注目，包括巴西、俄罗斯、印度、中国、南非等金砖五国旅游总人次将达到63.6亿人次；

五、旅游已成为国际服务贸易中最大组成部分；

六、全球旅游投资快速增长。亚太地区是全球旅游投资版图中，旅游投资规模最大、增速最快的地区；

七、城市在全球旅游经济中发挥重要作用。

本报告搜集了世界旅游城市联合会会员城市中数据较为完备的87个城市（占城市会员总数约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%，也就是说，世界旅游城市联合会2/3的会员城市承接了全球国际旅游市场的近1/3接待量；

八、全球旅游上市公司持续增长。报告选取了50家旅游上市公司进行分析，从2010年到2016年，这50家旅游上市公司总市值由3561.68亿美元增长到7859.83亿美元，复合增长率达14.04%，总市值增长1.2倍。



据该报告预测，2018年全球旅游增速继续高于全球经济增速，全球旅游总收入增长率有望达6.7%，高于国际货币基金组织和世界银行对全球GDP增长率分别为3.6%和2.9%的预测。旅游消费已然成为全球民众的重要生活方式，2017年全球旅游总人次(包括国内旅游人次和国际旅游人次)达到118.8亿人次，为全球人口规模的1.6倍。而在全球旅游总人次中，中国旅游人次最多，位列亚太地区之首，为45.3亿人次，旅游总收入最高的是美国，为10.3千亿美元。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，亚太地区旅游总人次和总收入所占份额将继续增长。

在这个迅猛变革的时代，我们的旅行方式也发生了翻天覆地的变化。科技给世界带来了新效率、新便利、新体验、新秩序、新格局和新挑战，也将深刻而广泛地改变全球旅游发展趋势。其中人工智能、VR、区块链、人机交互、新能源、GIS、物联网以及云计算等八大科技的影响最为关键。

预测旅游经济的发展趋势，解释全球旅游经济发展年度特征，《世界旅游经济趋势报告(2018)》是联合会提供的又一份智力成果。世界旅游城市联合会愿与世界上所有关注旅游经济、关注城市发展的政府、机构、企业、个人一起，洞察变化，把握趋势，积极行动，共同促进世界旅游的可持续发展，共同建设持久和平、普遍安全、共同繁荣、开放包容、清洁美丽的世界。



《酒店旅游信息采编》2018年第4期下月刊 总第115期

世界旅游经济趋势报告

Report on World Tourism Economy Trends

2018



WTOF
世界旅游城市联合会
World Tourism Cities Federation

世界旅游城市联合会
中国社会科学院旅游研究中心

World Tourism Cities Federation
Tourism Research Centre, Chinese Academy of Social Sciences



在人类历史长河中，我们从未像今天这样深刻地感受到旅行与旅游的广泛性和重要性。旅行与旅游，正以人的移动和人与人之间的互动交流，推动着经济发展、社会进步、文化交流、生态保护和人的全面发展，并成为一种新的全球化力量，改变着整个世界。

作为首个以城市为主体的全球性国际旅游组织，由北京携手世界知名旅游城市和旅游机构发起成立的世界旅游城市联合会（WTCF），2012年成立以来，始终坚持“旅游让城市生活更美好”核心理念，致力于从世界旅游城市这个层面，推动世界旅游之间交流与合作，提升旅游城市对全球旅游发展影响力。

为向会员机构及更广泛的国际社会提供更加深入、更加全面、更加专业的发展研判，自2016年开始，世界旅游城市联合会（WTCF）联合中国社会科学院旅游研究中心，每年编撰《世界旅游经济趋势报告》，围绕全球旅游经济发展，把握年度热点，揭示趋势特征，预测未来趋势。

在《世界旅游经济趋势报告（2018）》中，我们重点从全球旅游经济发展、区域发展格局变化、旅游全球化进程、全球旅游投资以及城市在全球旅游经济中的作用等六个方面阐述了世界旅游经济的主要发展趋势和特点。这些趋势和特点涉及不同区域、不同国家和不同领域，联合会希望通过对这些趋势和特点的分析，对世界旅游城市和旅游企业发展起到积极作用。

在对全球旅游发展趋势进行总体分析的基础上，本年度报告还聚焦全球旅游上市公司、八大科技对旅游发展的影响以及全球人力资本所面临的挑战等三个专题进行深度剖析。相信这些以详实数据为支撑的趋势分析，对于了解全球旅游经济走势大有裨益。

旅游是传播人类文明的重要载体，世界旅游城市联合会（WTCF）愿与世界上所有关注旅游经济发展，特别是关注旅游城市发展的国际组织、各国政府、旅游企业以及广大游客一起，洞察变化、把握趋势，积极行动、创新发展，不断提升世界旅游城市对世界旅游发展的影响力，为建设持久和平、普遍安全、共同繁荣、开放包容的美丽世界做出积极贡献。

世界旅游城市联合会秘书长
宋宇

In the prolonged human history, we have never felt the width and importance of travel and tourism as deeply as we do today. Travel and tourism are now powering economic development, social progress, cultural exchange, ecological conservation and comprehensive development of humans with the movement of humans and interaction between humans. Moreover, they are now emerging as a new global force that is changing the world.

World Tourism Cities Federation (WTCF) is the first international tourism organization composed of cities and sponsored by Beijing hands in hands with world-famous tourism cities and tourism institutions. Since its establishment in 2012, WTCF has always upheld the core concept of "Better City Life Throughout Tourism", and seeks to propel exchange and cooperation of tourism cities in the world and improve the influences of tourism cities on global tourism development.

In order to provide the members and the broader international community with more profound, comprehensive and professional development trend forecast, WTCF has prepared Report on World Tourism Economy Trends together with Tourism Research Center, Chinese Academy of Social Sciences every year since 2016. The report focuses on the global tourism economy, reviews annual hotspots, reveals the trend characteristics, and predicts the future trends.

In the Report on World Tourism Economy Trends (2018), the main development trend and characteristics of global tourism economy are explained mainly from six aspects, including the development of global tourism economy, pattern changes of regional development, globalization of tourism, investment of global tourism and the role of cities in the global tourism economy. The trends and characteristics involve different regions, countries and fields. WTCF hopes to play a positive role in the development of global tourism cities and tourism enterprises through the analysis of the trends and characteristics.

Based on overall analysis of the global tourism trend, this annual report also covers in-depth analysis on three subjects of global listed tourism enterprises, influences of eight technologies on tourism development and challenges faced by global human capital. We believe the tendency analysis based on detailed data will help readers a lot to watch the trend of the global tourism economy.

Tourism is an important media of human civilization. WTCF is willing to probe into changes, grasp the trends, take positive actions and promote innovative development together with all international institutions, governments, tourism enterprises and tourists that pay close attention to tourism economy development, especially development of the tourism cities, in order to constantly enhance the influences of tourism cities in the world on global tourism development, and make positive contribution to the construction of a wonderful world of permanent peace, general security, common prosperity, openness and inclusiveness.

Song Yu Secretary-General
World Tourism Cities Federation



全球旅游经济全面、快速增长

Comprehensive and fast growth of the global tourism economy

2017 年全球主要国家经济形势逐步趋好,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。在此背景下,全球旅游总人次和全球旅游总收入将保持强劲增长势头。

In 2017, the economic situations of the global major countries are gradually improving. The consumer confidence indexes of all the countries continue to increase. The tourism demands of all the major economies steadily grow, the transnational tourist facilities are constantly improving and the travel costs continue to decrease. In this background, the total global tourist arrivals and the total global tourist revenue maintain their strong growth momentums.

2017 年全球旅游总人次(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)。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。

The total global tourist arrivals (including the domestic tourist arrivals and the international tourist arrivals, and the same below) reached 11.88 billion arrivals in 2017 and it is 1.6 times as many as the world population (See Table 1). In the global range, the groups participating in tourism are constantly growing and the tourism consumption has become an important lifestyle of the people of the world.

表1 全球旅游经济: 旅游总人次(2015-2018)
Table 1 Global tourism economy: total tourist arrivals (2015-2018)

	2015	2016	2017	2018F
全球旅游总人次(亿人次) Total global tourist arrivals (100 million arrivals)	104.5	111.2	118.8	126.7
全球旅游总人次占人口规模的比率 Ratio of global tourist arrivals to global population	1.4	1.5	1.6	1.7

表2 全球旅游经济: 旅游总收入(2015-2018)
Table 2 Global tourism economy: total tourist revenue (2015-2018)

	2015	2016	2017	2018F
全球旅游总收入(万亿美元) Total global tourist revenue (USD 1 trillion)	4.9	5.0	5.3	5.6
全球旅游总收入相当于 GDP 的比重(%) Percentage of total global tourist revenue in global GDP(%)	6.6	6.7	6.7	6.8

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,相当于 GDP 的 6.7%(见表 2)。旅游推动全球经济增长的作用更加明显。

The total global tourist revenue (including the total domestic tourist revenue and the total international tourist revenue, and the same below) reached USD 5.3 trillion in 2017 and it is as much as 6.7% of the global GDP (See Table 2). The role of tourism promoting the growth of the global economy has become more obvious.

国际货币基金组织(IMF)和世界银行(WB)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(见表 3)。

The 2017 actual growth rates of global GDP predicted by the International Monetary Fund and the World Bank are respectively 3.5% and 2.7%, and the growth rate of the total global tourist revenue is respectively 0.8 percentage points and 1.6 percentage points higher than them (See Table 3).

表3 全球旅游经济: 与 GDP 的增速比较(2015-2018)
Table 3 Global tourism economy: comparison with GDP growth rates (2015-2018)

	2016	2017	2018F
全球 GDP 增长率(IMF) Global GDP growth rate (IMF)	3.1%	3.5%	3.6%
全球 GDP 增长率(世界银行) Global GDP growth rate (WB)	2.4%	2.7%	2.9%
全球旅游总收入增长率(世界旅游城市联合会) Total global tourist revenue growth rate (WTCF)	2.6%	4.3%	5.9%

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形下的预测(见表 4)。显然,不管哪种情形,全球旅游经济的增速都将高于国际货币基金组织和世界银行对全球经济增速的预期。

表4 2018 年全球旅游经济预测
Table 4 2018 Global tourism economy prediction

	高速增长 High growth situation	一般情形 Ordinary situation	低速增长 Low growth situation
全球旅游总人次(亿) Total global tourist arrivals (100 million)	128.77	126.71	124.52
全球旅游总人次增速 Growth rate of total tourist arrivals	7.8%	6.7%	5.5%
全球旅游总收入(亿美元) Total global tourist revenue (USD 100 million)	56593	55696	54809
全球旅游总收入增速 Growth rate of total global tourist revenue	6.7%	5.9%	5.0%

Considering the global economy growth may be higher or lower than the expected growth, we have predicted the global tourism growth rates in three different situations (See Table 4). Obviously, no matter what situation occurs, the global tourism economy growth rate is higher than the global economy growth rates predicted by the International Monetary Fund and the World Bank.



全球旅游三足鼎立格局更趋明显

The global tourism tripod pattern becomes more obvious

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。

Viewing from the percentage of the total tourist arrivals of each great region in the total global tourist arrivals and the percentage of the total tourist revenue of each great region in the total global tourist revenue, the percentages of the European Region continue to go down, the percentage of the tourist arrivals of the American Region has gone down a little, the percentage of the tourist revenue of the American Region has gone up somewhat and the percentages of the Asian-Pacific Region have obviously gone up.

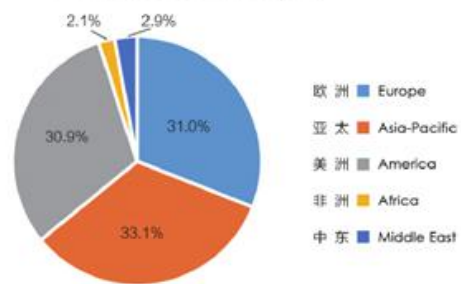
就旅游总人次而言：2017年亚太地区旅游人次占全球旅游总人次的比例为66.6%（见图1），比上年增长了1.6个百分点；从2016年到2017年，美洲板块份额从16.5%下降到15.8%，下降了0.7个百分点；欧洲板块份额从15.6%下降到14.9%，下降了0.7个百分点；中东板块份额下降了0.1个百分点，非洲板块份额保持不变。总体而言，欧洲、美洲和亚太市场占据全球旅游总人次的97.3%。

Viewing from the total tourist arrivals, the total tourist arrivals of the Asian-Pacific Region is 66.6% of the total global tourist arrivals in 2017 (See Figure 1), an increase of 1.6 percentage points compared with last year. From 2016 to 2017, the percentage of the American Region dropped from 16.5% to 15.8%, a decrease of 0.7 percentage points. The percentage of the European Region dropped from 15.6% to 14.9%, a decrease of 0.7 percentage points. The percentage of the Middle East Region dropped by 0.1 percentage points and the percentage of the African Region remained the same. In general, the sum of the percentages of the tourist arrivals of the European Region, the American Region and the Asian-Pacific Region is 97.3% of the total global tourist arrivals.

图1 各大板块旅游总人次占全球份额（2017）
Figure 1 Percentages of the total tourist arrivals of the great regions in the total global tourist arrivals (2017)



图2 各大板块旅游总收入占全球份额（2017）
Figure 2 Total tourist revenue percentages of the great regions in the total global tourist revenue (2017)



就旅游总收入而言：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%，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%（见图2）。

Viewing from the total tourist revenue, from 2016 to 2017, the percentage of the Asian-Pacific Region increased from 32.3% to 33.1%, an increase of 0.8 percentage points. The percentage of the American Region increased from 30.7% to 30.9%, a slight increase of 0.2 percentage points. The percentage of the European Region dropped from 32.0% to 31.0%, a decrease of 1 percentage point. The percentages of the Middle East Region and the African Region remained the same. In general, the sum of the total tourist revenue percentages of the European Region, the American Region and the Asian-Pacific Region is 95% of the total global tourist revenue (See Figure 2).

全球旅游排名前十位国家分布于欧洲、亚太和美洲（见表5）。

The top 10 countries in the global tourism ranking are the countries in Europe, Asia-Pacific and America (See Table 5).

表5 2017年全球旅游总人次和旅游总收入排名前十的国家
Table 5 Top 10 countries in the 2017 global tourist arrivals ranking and the 2017 total tourist revenue ranking

排名 Ranking	国家及其所在板块 Country and its great region	旅游总人次(亿) Total tourist arrivals (100 million)	国家 Country	旅游总收入(十亿美元) Total tourist revenue (USD 0.1 billion)
1	中国(亚太) China (Asia-Pacific)	45.3	美国 US	10.3 (美洲) (America)
2	印度(亚太) India (Asia-Pacific)	15.4	中国 China	6.8 (亚太) (Asia-Pacific)
3	美国(美洲) US (America)	12.5	德国 Germany	3.8 (欧洲) (Europe)
4	日本(亚太) Japan (Asia-Pacific)	3.2	英国 UK	2.5 (欧洲) (Europe)
5	法国(欧洲) France (Europe)	2.8	日本 Japan	2.3 (亚太) (Asia-Pacific)
6	印度尼西亚(亚太) Indonesia (Asia-Pacific)	2.6	法国 France	2.0 (欧洲) (Europe)
7	西班牙(欧洲) Spain (Europe)	2.0	印度 India	1.9 (亚太) (Asia-Pacific)
8	巴西(美洲) Brazil (America)	1.8	意大利 Italy	1.7 (欧洲) (Europe)
9	德国(欧洲) Germany (Europe)	1.7	墨西哥 Mexico	1.4 (美洲) (America)
10	英国(欧洲) UK (Europe)	1.6	西班牙 Spain	1.3 (欧洲) (Europe)



新兴经济体旅游业份额持续提高

Tourism grows faster in emerging economies

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%提高到71.4%, 提高了22.4个百分点(见图); 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4)。

From 2016 to 2017, the percentage of the total tourist arrivals hosted by emerging economies in the total global tourist arrivals increased from 49% to 71.4%, an increase of 22.4 percentage points (See Figures); and the percentage of the total tourist revenue of emerging economies in the total global tourist revenue increased from 25.2% to 38.9%, an increase of 13.7 percentage points (See Figure 4).

图3 新兴经济体和发达经济体旅游总人次占比(2006-2017)
Figure 3 Percentages of the total tourist arrivals of emerging economies and developed economies in the total global tourist arrivals (2006-2017)

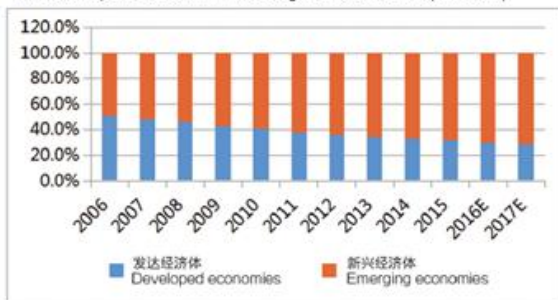
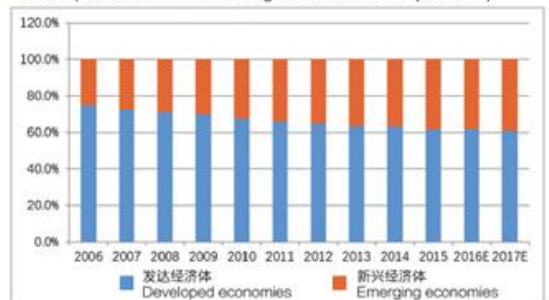


图4 新兴经济体和发达经济体旅游总收入占比(2006-2017)
Figure 4 Percentages of the total tourist revenues of emerging economies and developed economies in the total global tourist revenue (2006-2017)



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6)。

In the future, the tourism development of developed countries will further slow. It has been predicted that the growth rate of the total tourist arrivals of emerging economies and the growth rate of the total tourist revenue of emerging economies will respectively be 8.7% and 9.3% in 2018 and those of developed countries will respectively be 1.8% and 3.7% in 2018 (See Table 6).

表6 2018年新兴经济体和发达国家旅游总收入增速(预测)
Table 6 Growth rates of the total tourist revenues of emerging economies and developed countries in 2018 (prediction)

	发达国家 Developed countries	新兴经济体 Emerging economies
旅游接待人次增速 Growth rate of the received tourist arrivals	1.8%	8.7%
旅游总收入增速 Growth rate of the total tourist revenue	3.7%	9.3%



金砖国家旅游发展格外引人注目

The tourism development of BRICS stands out

2017年, 包括巴西、俄罗斯、印度、中国、南非等国家在内的金砖五国旅游总人次达到63.6亿人次, 在新兴经济体旅游总人次规模中占比达75%(见图5); 2017年, 金砖五国旅游总收入达到1.05万亿美元, 在新兴经济体旅游总人次规模中占比达51.1%(见图6)。

In 2017, the total tourist arrivals of BRICS, including Brazil, Russia, India, China and South Africa, reached 6.36 billion arrivals, accounting for 75% of the total tourist arrivals of emerging economies (See Figure 5); In 2017, the total tourist revenue of BRICS is USD 1.05 trillion. The percentage of the total tourist revenue of BRICS in the total tourist arrivals of emerging economies is 51.1% (See Figure 6).

图5 金砖国家旅游总人次在新兴经济体中的占比
Figure 5 Percentage of the total tourist arrivals of BRICS in the total tourist arrivals of emerging economies



图6 金砖国家旅游总收入在新兴经济体中的占比
Figure 6 Percentage of the total tourist revenue of BRICS in the total tourist revenue of emerging economies





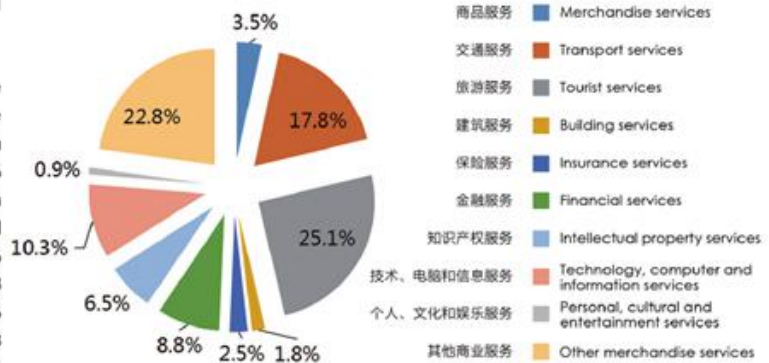
旅游成为国际服务贸易中最大组成部分

Tourism has become the largest component of the international trade in services

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7）。

It has been found by combining the data of the International Trade Organization with the data of the research group, the 2016 international tourist trade in services was the largest component of the 2016 international trade in services and the tourist trade in services accounted for 25.1% of the whole international trade in services. The percentage of the 2016 international tourist trade in services was 2.3 percentage points higher than that of the 2016 international building trade in services and 7.3 percentage points higher than that of the 2016 international transport trade in services (See Figure 7).

图7 2016年服务贸易各部分贡献（出口）
Figure 7 Percentages of all the components of the 2016 trade in services (export)



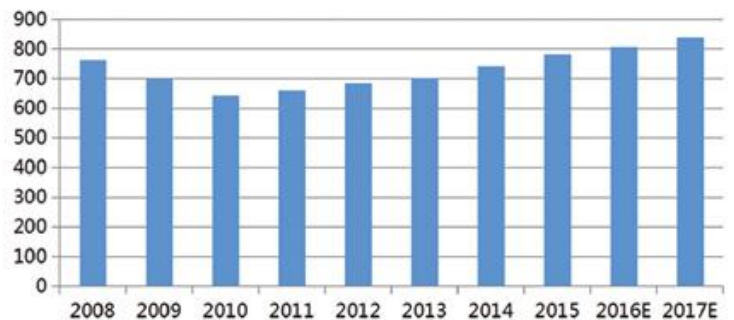
全球旅游投资快速增长

Global tourism investment grows quickly

2017年全球旅游投资规模达8396.8亿美元，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为4.2%（见图8）。

The 2017 global tourism investment amount is USD 839.68 billion, an increase of 4.1% compared with that of the previous year. In recent ten years, the global tourism investment has grown rapidly while it has obviously affected by the macro-economy. The tourism investment remarkably decreased after the global financial crisis broke out in 2008. The tourism investment grew negatively in both 2009 and 2010. In the five-year period from 2013 to 2017, the average growth rate of the global tourism investment 4.2% (See Figure 8).

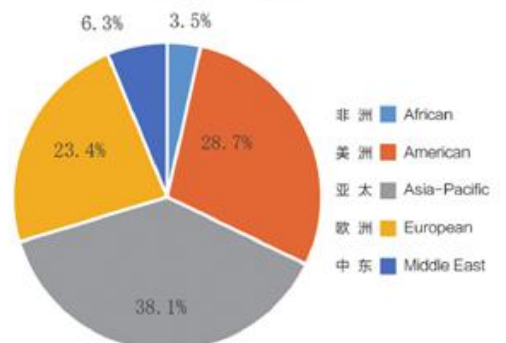
图8 2008-2017年全球旅游投资额（十亿美元）
Figure 8 Global tourism investment amounts from 2008 to 2017 (USD 1 billion)



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%，投资规模增长率为3.6%（见图9）。

In the global tourism investment, the tourism investment scale of the Asia-Pacific Region is the largest and the growth rate is the fastest. In 2017, the tourism investment scale of the Asia-Pacific Region accounts for 38.1% of the global tourism investment scale and the growth rate 3.6% (See Figure 9).

图9 全球五大板块旅游投资份额比较（2017）
Figure 9 Comparison of the tourism investment percentages of the global five great regions (2017)



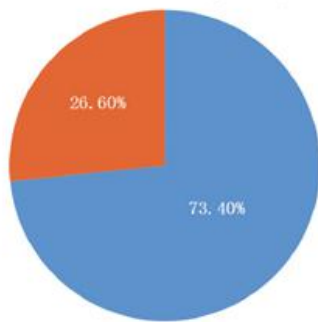


VII 城市在全球旅游经济中发挥重要作用 Cities play important roles in the global tourism economy

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（占城市会员总数约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10）。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近三分之一接待量。

After collecting and analyzing the relevant data from 87 of the WTCF member cities (about 2/3 of the total member cities) with more complete data, the report has found that the 87 member cities have received 330 million entry tourist arrivals in 2017, accounting for 26.6% of the global entry tourist arrivals (1.24 billion arrivals) (See Figure 10), that is, 2/3 of the WTCF member cities have received nearly 1/3 of the global entry tourists.

图10 世界旅游城市联合会87个会员城市接待入境旅游者占全球份额
Figure 10 Percentage of the entry tourists received by 87 of the WTCF member cities in the global entry tourists



■ 其他城市国际旅游接待人次占比
Percentage of the entry tourists received by the other cities in the global entry tourists
■ 2/3的会员城市的国际旅游接待人次
Percentage of the entry tourists received by 2/3 of the WTCF member cities in the global entry tourists

图11 本报告50家样本旅游上市公司上市地点分布
Figure 11 Distribution of listing locations of the listed tourism companies selected as 50 sample companies in the report



资料来源：Wind数据 Data source: Wind Data

VIII 全球旅游上市公司持续增长 Global listed tourism companies continue to grow

本报告选取全球具有代表性的50家旅游上市公司进行分析，其中包括12家旅行社相关的公司、10家交通类公司、12家酒店类公司、16家综合类公司。如图11所示，所选取的旅游公司上市地点覆盖全球主要资本市场，其中美国纽约证券交易所和纳斯达克交易所分别有20家和15家。

The report has selected and analyzed 50 most representative listed tourism companies in the world, including 12 companies related to travel agencies, 10 transportation companies, 12 hotel companies, 16 comprehensive companies. As shown in Figure 11, the listing locations of the selected tourism companies cover the global major capital markets. 20 companies and 15 companies have been respectively listed at New York Stock Exchange and at NASDAQ Stock Exchange.

2010年到2016年，这50家旅游上市公司总市值由356.168亿美元增长到785.983亿美元，复合增长率14.04%，其中2013年增幅最高，同比增长63.77%。六年间50家旅游上市公司总市值增长1.2倍，与同期主要资本市场指数增幅相一致。

The total market capitalization of the 50 listed tourism companies increased from USD 356.168 billion of 2010 to USD 785.983 billion of 2016 with a compound average growth rate 14.04%. The 2013 growth rate was the highest. The year-on-year growth rate was 63.77%. During the 6 years, the total market capitalization of the 50 listed tourism companies increased by 120%, which was consistent with the major capital market index growth rate.

图12 50家样本旅游上市公司总市值及增长率（2010-2016）
Figure 12 Total market capitalization and growth rate of the listed tourism companies selected as 50 sample companies (2010-2016)



资料来源：Wind数据 Data source: Wind Data



业界动态

清明中国旅游价格指数报告 酒店价格翻涨

来源：清研旅游研究院

杜牧有诗云：“清明时节雨纷纷。”四月，正是草长莺飞游玩好时光，有的人选择扫墓祭祖，也有人选择出游踏青。尽管清明假期不少地区还下起了小雪，但也不能浇灭人们出游的高涨热情...

近日，“清研·中国旅游价格指数(TPI)监测平台”发布《2018年清明中国旅游价格指数报告》，报告显示：

(1)2018年清明期间，全国旅游景区平均价格为74元，其中14个省(市、自治区)高于全国景区均价，占比43.8%；

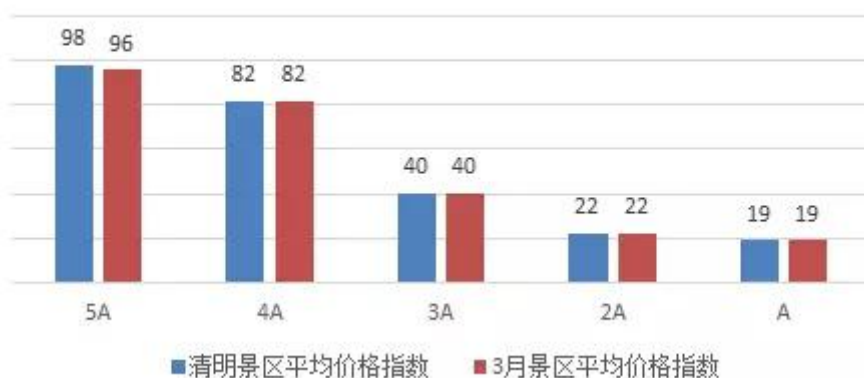
(2)由于牡丹花卉节的到来，洛阳酒店均价从3月份的229元排名第四十五上升至第二，酒店均价上涨161.1%，成最大涨幅目的地；

(3)西北地区以及西南地区线路最受青睐，西北地区以日均393元/人天位居第一；东北地区线路价格下降幅度最大，达到11.06%。

TAPI 中国旅游景区价格指数

2018年清明期间，全国5A级旅游景区平均价格98元，相较3月有所上升，在监测的数据中，承德避暑山庄由平时的90元上涨到145元，四月四川旅游进入旺季，黄龙由之前的60元上升为200元。4A及以下景区价格整体没有波动。

全国A级景区平均价格指数



广东景区平均价格最高 与北京相差90元



报告显示，在各省(市、自治区)旅游景区平均价格指数中，广东的旅游景区平均价格最高为118元，其中最低的北京仅为28元，两者相差90元。全国旅游景区平均价格为74元，其中14个省(市、自治区)高于全国景区均价，占比43.8%

省(市、自治区)景区平均价格指数



清明假期踏青多 景区门票波动不大

在监测的热门旅游城市景区门票中发现，清明景区平均价格跟3月份相差不大，几乎没有波动。报告显示，位居前10的热门城市为深圳、张家界、无锡、温州、九江、三亚、林芝、渭南、黄山、杭州。四月，多地进入旅游旺季，江南桃林旺、婺源油菜花开，去哪里都很值！

热门旅游城市景区平均价格指数



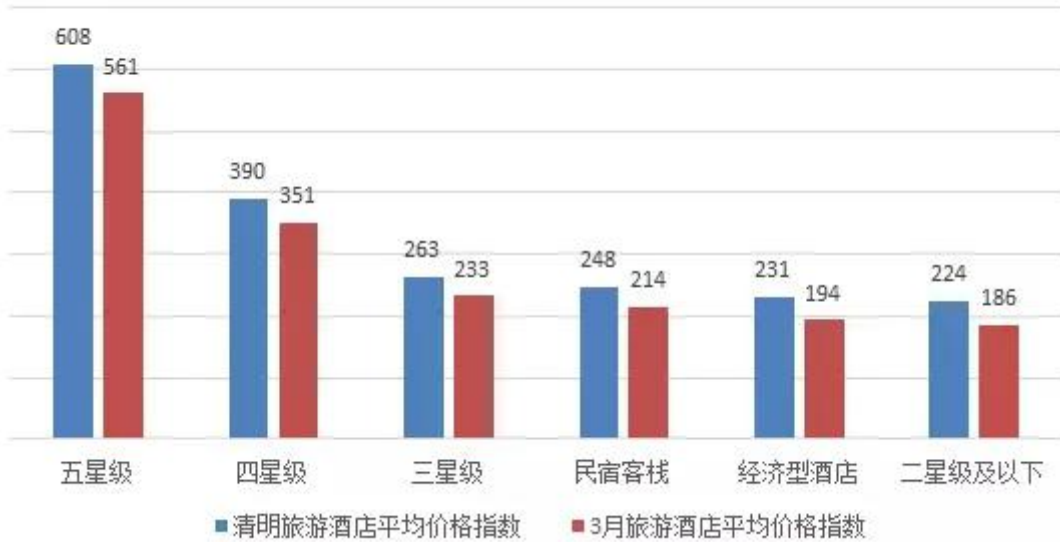
排名	城市	清明景区平均价格指数	3月景区平均价格指数	波动情况
1	深圳	209	209	-
2	张家界	187	187	-
3	无锡	141	141	-
4	温州	118	118	-
5	九江	117	117	-
6	三亚	110	110	-
7	林芝	103	103	-
8	渭南	102	102	-
9	黄山	101	101	-
10	杭州	99	99	-
51	海西	27	27	-
52	遵义	26	26	-
53	呼伦贝尔	25	25	-
54	沈阳	24	24	-
55	贵阳	22	22	-
56	乌鲁木齐	19	19	-
57	兰州	17	17	-
58	海口	15	14	↑
59	福州	13	13	-
60	拉萨	0	0	-

THPI 中国旅游酒店价格指数

2018年清明小长假，全国五星级旅游酒店平均价格指数608元，比平时价格高出47元，二星级及以下酒店价格涨幅最为明显，相较3月份上涨20.43%，其他住宿类酒店清明价格均有不同程度涨幅。



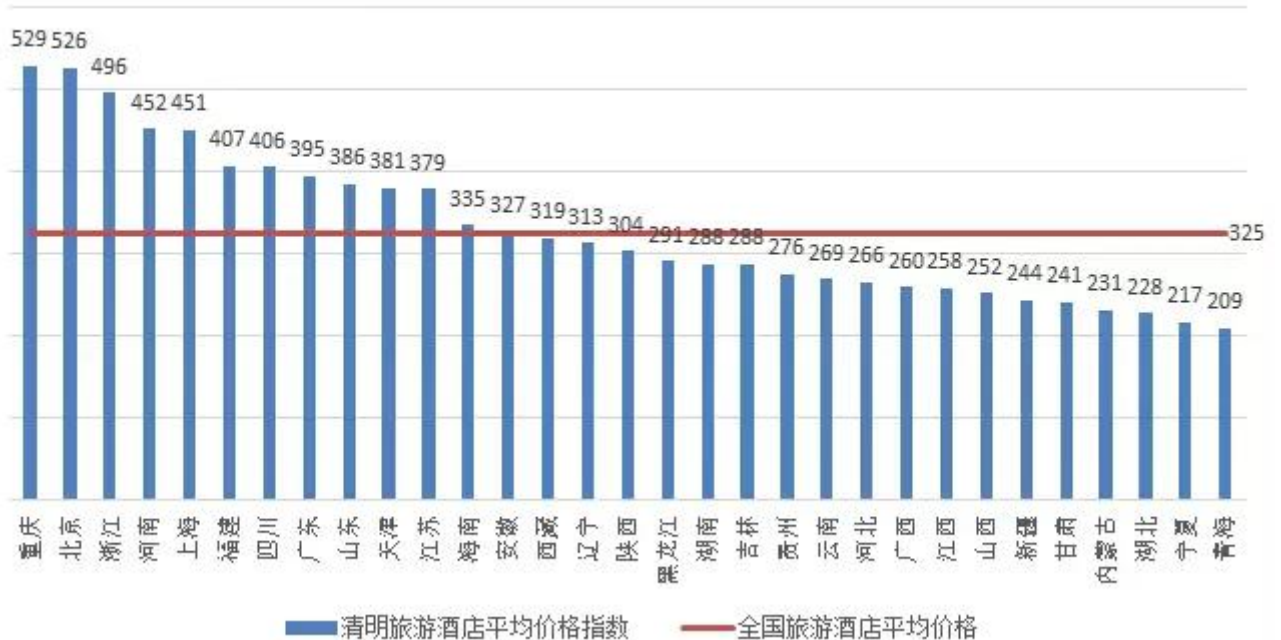
全国酒店平均价格指数



重庆酒店均价快速上涨 以 529 元排名第一

报告显示，受清明小长假影响，重庆酒店均价由三月份的 377 元上涨至 529 元而位列榜单第一名，上涨幅度达到 40.3%，而上海从 3 月份的排名第一降至第五。全国旅游酒店平均价格为 325 元，高于均价的省份有 13 个，占比 41.9%。

省（市、自治区）旅游酒店平均价格指数



洛阳酒店均价上涨 161.1% 成最大涨幅目的地



在系统监测的60个热门旅游城市中，酒店平均价格指数最高的10个城市为杭州、洛阳、重庆、北京、乐山、厦门、上海、黄山、温州、南京。洛阳由于牡丹花卉节的到来，酒店均价从3月份的229元排名第四十五上升至第二，受清明小长假影响，全国大部分热门旅游城市的酒店平均价格均有所上涨。

热门旅游城市酒店平均价格指数

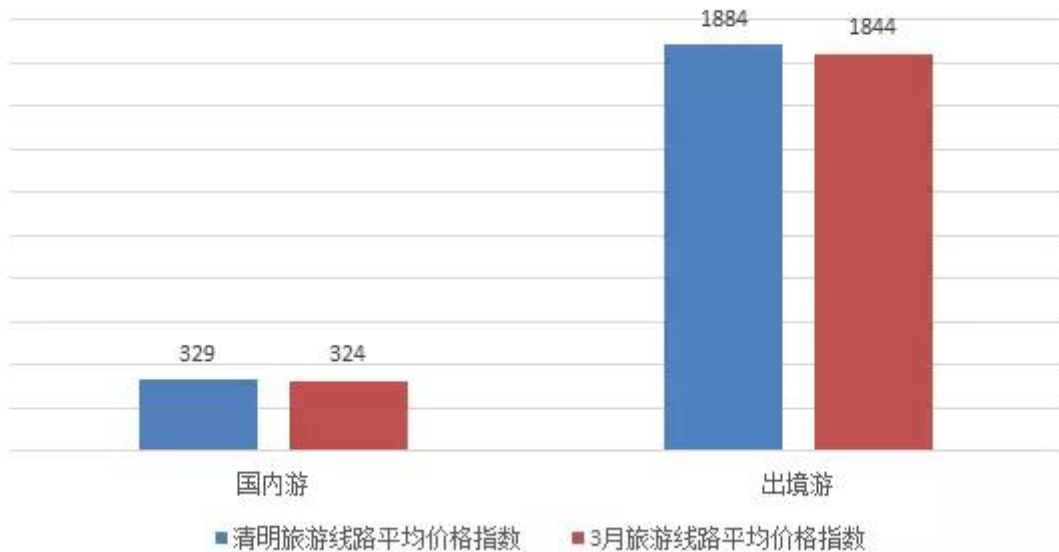
排名	城市	清明旅游酒店平均价格指数	3月旅游酒店平均价格指数	波动情况
1	杭州	693	486	↑
2	洛阳	598	229	↑
3	重庆	529	377	↑
4	北京	526	493	↑
5	乐山	475	294	↑
6	厦门	466	364	↑
7	上海	451	542	↓
8	黄山	415	270	↑
9	温州	413	377	↑
10	南京	407	336	↑
51	大同	233	175	↑
52	呼伦贝尔	226	226	-
53	西宁	217	217	-
54	银川	217	217	-
55	吐鲁番	201	167	↑
56	海西	200	200	-
57	遵义	198	198	-
58	牡丹江	192	154	↑
59	敦煌	183	173	↑
60	宜昌	174	180	↓

TRPI 中国旅游线路价格指数

2018年清明假期，国内游线路平均价格指数329元/人天，相对平时价格小幅度上涨；出境游线路平均价格指数1884元/人天，较3月份上涨2.2%。



全国旅游线路平均价格指数



东北线路下降幅度最大 西北线路价格最高

数据显示，2018年清明小长假，西北地区以及西南地区线路最受青睐，西北地区以日均393元/人天位居第一；东北地区线路价格下降幅度最大，达到11.06%。

国内游-区域旅游线路平均价格指数



出境游大部分地区线路上涨 而中东线路下降最大

报告显示，清明小长假，出境游所有线路中，南极、北极、澳洲、欧洲、南亚、东亚、俄罗斯、港澳台、东南亚等地线路均有不同程度上涨，而南美、非洲、



中东、北美洲等地呈下降趋势，中东下降幅度最大，达12.47%。最高的旅游目的地南极为5285元/人天，平均出行时间为20.7天；平均价格指数最低的东南亚为758元/人天，平均出行时间为6.9天。

出境游-区域旅游线路平均价格指数



西藏旅游进入旺季 全国线路平均价格 329 元

报告数据显示，今年清明线路价格最高的省(市、自治区)前十依次为西藏、新疆、青海、甘肃、重庆、吉林、黑龙江、海南、宁夏、云南。从各省(市、自治区)旅游线路价格分析，清明国内游路线中，均价最高的为西藏路线，均价为450元/人天，比3月份上涨21.6%；价格最低的为河北路线，价格仅为193元/人天。



省（市、自治区）旅游线路平均价格指数





中国极地游热点报告：女性游客是主力 长三角是最大客源地

来源：飞猪

26日，飞猪发布《中国极地游热点报告》（以下简称《报告》），揭秘大热的极地游用户特征及消费趋势，预测极地游带来的行业走势变化。

年轻用户、女性用户占主流，长三角是最大客源地

《报告》显示，近两年大热的极地游，在消费者特征上出现了明显的“新面孔”，年轻消费者成为扛把子。46%的南极游客是80后，这一年龄段游客在北极游中更高达70%。

与此同时，“她经济”在极地游中的表现尤为明显。女性游客在南极游中占比58%，北极游中占比64%，均高于女性在整个旅行用户的平均占比。

在去极地旅游上，长三角游客最具探索精神，上海出发的游客在南极游和北极游中均占比高达63%，远超北京和香港出发的游客。

出行同伴人数分布（北极Vs.南极）



南北极旅游用户同伴人数分布



有意思的是，近一半的北极游客是两人同行，可见，极光下的浪漫是北极最大的吸引力所在。而千里之外的南极，居然有21%的人是独自前往，看来南极还是极具“圣地”光环，是名符其实的心灵之旅。

目的地 IP 发挥生态圈能量

从2016年推出芬兰“极光专线”开始，飞猪着力打造目的地IP。除了通过直采大规模降低游客成本，把价格上的普惠旅游带到广大年轻用户面前，飞猪更通过具有文化感、内容感的产品包装，吸引和激发年轻消费者的价值认同。

从芬兰圣诞老人村的极光音乐节，到南极游的读书、音乐分享会，嵌入丰富文化内容的旅行产品，让游客的文化情怀得以舒展，旅游+IP成为不可逆转的潮流。

在这种极具年轻人共鸣感的玩法下，飞猪目的地IP的生态效应开始显现。极光专线推出一年后，飞猪全平台北极游的商品数翻了3倍，购买人次同比上升143%。

2018船季南极游，飞猪独家包船4个船期，组织2000名游客赴南极，是史上最大规模的南极游，中国一举成为南极旅游的第二大客源国。

2019船季南极游，飞猪扩大包船至5个船期，但仅包装最基本款商品，代之以把包船资源与营销资源与平台商家共享，发挥商家的行业优势与能动力，满足多元化的消费需求，共同集成飞猪平台的目的地力量。

中国游客服务能力逐步增强

飞猪IP战略给目的地带来了新的发展机遇，芬兰罗瓦涅米旅游人次增加了4倍，成为耀眼的海外旅游特色小镇。芬兰当地支付宝消费金额，从2016年极光IP推出到2018年第一季度增长了30倍。

目的地的中国游客服务能力也在进步。史上最大规模南极游，邮轮方专门配备了可讲中文的探险队员，还有中文广播、科学讲座实时翻译、中国节庆方面的细节考虑等。2019船季，还将有中国厨师登船，满足中国胃的需求。这些举措，



为服务中国游客的极地游提供商树立了良好的行业示范。



支付宝走入芬兰圣诞老人村

伴随极光专线的火爆，支付宝走入芬兰，从圣诞老人村的纪念品店到餐厅、酒店、景点、商场、交通，并扩散到全芬兰其他城市。2017年初，芬兰航空更在所有赫尔辛基往返中国的六大航线上开通支付宝付款，成为全球首个在飞行中接受移动支付的航空公司。



行业要闻

整理编辑：何筱寒

1、总投资 117 亿 法库国家级通航特色小镇开建

来源：民航资源网 作者：赵国清

4月13日，沈阳·十间房国家级通航特色小镇重点项目举行集中开工仪式。

当日，在开复工仪式上，中国航空工业集团601所、中国航空工业空气动力研究院、中国科学院沈阳自动化研究所与沈阳通用航空高技术产业研究院签订了战略合作协议，同时还有深圳高科新农无人机产业化项目、万春投资控股有限公司通航物流和零部件产业园项目、宝能集团通航科技产业园项目、金尔露高科技农业田园综合体项目、中航工业野马飞机组装及塞斯纳208B水上飞机运营基地等10个新项目签约，总投资117亿元。

在项目签约的同时，法库县集中开复工项目12个，对外推介国家级通航特色小镇重点项目29个，这标志着“项目为王”战略正在法库县开花结果。

去年以来，沈阳法库通航产业基地积极打造产业发展载体，深入推进十间房国家级通航特色小镇建设，努力打造宜居、宜业、宜游的良好环境。特色通航小镇项目是“第二批国家级特色小镇”，是通航产业基地迅速发展的突破口。特色小镇规划占地117平方公里，依托财湖山水景观资源，集成棚改功能区、特色商业功能区、通航商务文化公共服务功能区、东北亚通航论坛会展中心等板块。

2、瑞享酒店及度假村肯尼亚高级商务酒店4月9日开业

来源：迈点网

瑞享酒店及度假村旗下的 Mövenpick Hotel & Residences Nairobi 酒店9日盛大开幕，标志着集团正式进驻肯尼亚。

这家高级酒店位处内罗毕的商业、零售和娱乐核心——韦斯特兰（Westlands），毗邻市中心和使馆区，与乔莫·肯尼亚塔国际机场仅相距20公里，共设276间宽敞客房、套房和公寓，为该国首都带来别开生面的餐饮、休闲和活动概念。



酒店整体设计和会议设施巧妙融合非洲地道风情和装饰风格，并体现瑞享标志性的贴心服务和餐饮传统，加快落实集团在撒哈拉以南地区的业务扩展大计。

瑞享酒店及度假村中东及非洲区总裁 Marc Descrozaille 表示：“集团把握良机进军肯尼亚酒店业市场，令人雀跃不已。旅游业现已成为肯尼亚的重要经济命脉，与银行业各占国民生产总值一成，预计于未来十年按年增长 6%。瑞享将以这家新登场的内罗毕酒店为跳板，壮大东非的酒店网络，在区内积极寻求发展机遇。”

Mövenpick Hotel & Residences Nairobi 所有住宿选择宽敞舒适，洋溢浓厚的非洲色彩。其中一房和两房公寓专为一家大小和长住宾客而设，面积介乎 97 至 121 平方米，附设独立客厅和一应俱全的厨房。

新酒店在秉承瑞享的优厚餐饮传统同时不断推陈出新，匠心呈献五项各具特色的餐飨体验。拉丁美洲主题酒吧兼酒廊 La Mesa 横跨 15 楼和 16 楼，提供特色小吃和体育赛事现场直播；全天候食府 Baluba 供应主题自助餐，以及选用本地食材炮制的滋味佳肴；别具代表性的旋转餐厅 The View 让宾客一边欣赏内罗毕市的全景，一边品尝传统瑞士美馐；露天池畔酒吧 Kijani 备有新派鸡尾酒和轻怡小吃；大堂咖啡厅主打瑞享特色咖啡、各国茗茶和手工蛋糕。

活动设施方面，酒店配备 14 个采光充足、楼底高挑的场地，全部附设先进设备，可举行商务会议、展览、产品发布会，以至宴会和婚礼等各类活动。

焦点设施包括华丽高雅的 Almasi 宴会厅，总面积广达 710 平方米，内设舞台，可灵活划分成两大区域（包括前厅）；无柱式宴会厅 Hall of Africa 采用剧场式布置可容纳多达 1,100 人；而户外泳池则为举办大型晚宴、主题晚会、产品发布会、派对等活动的完美之选。

Mövenpick Hotel & Residences Nairobi 总经理 Andreas Flückiger 表示：“内罗毕是东非发展最蓬勃的旅游贸易枢纽，新开业的瑞享酒店有助满足本地企业以及商务和休闲旅客的殷切需求。除了一系列顶级设施外，品牌透过力臻完美的殷勤款待，为宾客缔造独特难忘的瑞享式下榻享受。”

3、福州中庚喜来登酒店任命张军为餐饮总监

来源：迈点网



张军先生近日被委任为福州中庚喜来登酒店餐饮总监，他将全面负责酒店餐饮及服务工作。

张军先生从事酒店餐饮服务领域已有14年之久。自2004年起，他曾服务过多个全球酒店管理集团，包括：雅高酒店集团、洲际酒店集团、费尔蒙酒店集团、万豪国际集团等，积累了丰富的餐饮运营管理的经验及技能。履任新职位前，张军先生作为西安喜来登酒店餐饮服务团队的管理者，负责整个部门的日常运作。

加入福州中庚喜来登酒店后，凭借其资深的阅历、卓越的领导力和独到的市场洞察力，相信张军先生将带着他对酒店行业饱满的工作热情，让酒店的餐饮及服务上升到更高的水准，给福州市场带来耳目一新的特色餐饮体验。

4、雅高收购领先餐厅预订和桌号管理平台 ResDiary

来源：旅讯

雅高酒店集团宣布已完成收购餐厅预订平台 ResDiary。

ResDiary 于2004年创立于英国格拉斯哥，目前在6个国家拥有超过100名员工。ResDiary 在亚太区以及英国发展成熟，业务范围覆盖60个国家，每年为1.66亿名用户提供超过8600家餐厅的预订服务。该公司已实现6年盈利。

ResDiary 为餐厅提供高端桌号管理解决方案，运用技术来优化餐饮收入，控制运营成本。其收益和渠道管理工具帮助餐厅实现收益最大化，同时控制在第三方渠道上显示的空余数量，从而减少预订费。

雅高酒店集团主席兼首席执行官塞巴斯蒂安·巴赞 Sebastien Bazin 表示：“我很高兴能够将 ResDiary 纳入集团的服务体系。我们希望协助 ResDiary 向全球扩张，巩固其规模，并且利用 ResDiary 的专长来为宾客提供具有吸引力的服务。此次收购代表着雅高酒店集团近期对餐饮行业的投资正式收官。集团希望进一步触及快速增长的顾客群体，ResDiary 能为我们提供充分支持。”

ResDiary 联合创始人兼首席执行官 Mike Conyers 表示：“我们与雅高酒店集团在亚太区有着非常成功的合作历史，ResDiary 的所有团队都非常高兴能加入雅高酒店集团。我们期待着与雅高酒店集团携手，在全球进一步扩大服务范围。”

5、台湾旅馆业浮现三警讯 业者忧产业崩坏

来源：华夏经纬网



据台湾媒体报道，资料显示，台湾岛内旅馆数近年逐步增加，甚至平均不到一天半就开一家新旅馆。旅馆增加速度太快，业者忧心产业崩坏，希望台当局能设法调控。

据台湾《经济日报》报导，根据台湾“交通部观光局”统计，2015年因景气回温，加上陆客赴台利多，在台当局的鼓励下，旅馆业者加速拓点，当年激增3.4%达3422家，平均每三天开出一家。去年虽有陆客衰退等议题干扰，但兴建中的旅馆却无法收手，2017年的旅馆数也从2016年的3702家，大增7.48%至3979家的历史高峰，平均不到一天半就开一家。

报导引述台北市旅馆公会理事长刘季强说法指出，其实观光业的问题并非外界说的价钱太高或服务差，而是“旅馆整体供应量大增，导致“市场供过于求”、“赴台商务客持续降低”，以及“商圈区域洗牌”等因素，这是观光产业不能忽视的警讯。

6、Dream Hotel Group 临时提高酒店团体预定佣金至 12%

来源：新旅界 作者：叶星平编译

4月12日消息，Dream Hotel Group 将在2018年向合格的团体和会议预定代理人提供12%的佣金。

在此之前，万豪国际和希尔顿先后宣布将美国和加拿大市场的团体和会议佣金削减至7%。

Dream Hotel Group 首席执行官杰伊斯坦表示：“增加团体和会议预定佣金的决定表明，Dream Hotel Group 承诺支持和维护与第三方代理人的互利合作关系，尤其是独立活动组织者，我们已与他们建立了长期的合作关系。”

不过，12%佣金比例的推行，不长久也不全面，仅适用于2018年12月31日之前位于纽约、加利福尼亚、佛罗里达、北卡罗来纳和泰国的Dream Hotels、Time Hotels 以及Unscripted Hotels 这三个品牌的酒店，且在高峰时段要求一次性预定房间不低于10间。

7、华天酒店 2017 营收 10.63 亿 净利润同比大增

来源：同花顺财经

4月13日，华天酒店发布业绩快报，公司2017年1-12月实现营业收入10.63亿元，同比增长5.91%，酒店及餐饮行业平均营业收入增长率为24.35%；归属于



上市公司股东的净利润 1.09 亿元，同比增长 137.76%，酒店及餐饮行业平均净利润增长率为 61.23%。

公司表示，2017 年度公司实现营业收入 106,309.44 万元，比上年同期 100,377.65 万元增加 593.17 万元，增长 5.91%；实现营业利润 6,234.58 万元，比上年同期-41,811.13 万元增长 114.91%；利润总额 5,910.80 万元，比上年同期-42,712.49 万元增长 113.84%；归属于上市公司股东的净利润 10,896.21 万元，比上年同期-28,854.88 万元增长 137.76%。2017 年归属于上市公司股东的所有者权益期末较期初增长 3.67%。上述项目大幅变动原因主要是公司 2017 年出售全资子公司北京世纪华天酒店管理有限公司 51%的股权所致。

8、豪华酒店聚合服务提供商完成 1300 万卢比天使轮融资

来源：竺道

据外媒 VCCircle 消息，印度豪华酒店聚合服务提供商 icanstay.com 宣布完成了一笔 1300 万卢比（约合 20 万美元）的天使轮融资，投资方为新加坡风险投资和管理顾问公司 MP Morgan Capital Partners Pte. Ltd 执行总裁 Manoj Prasad。

根据该公司联合创始人 Puneet Gupta 透露，他们计划利用这笔资金扩大团队规模，并且进一步优化他们的移动应用。

该公司成立于去年二月，运营母公司为 FirstTime Travellers Ltd，除了 Gupta 之外，另一位联合创始人为 Avneet Soni。根据该公司门户网站信息显示，旗下客户可以购买价值 2999 卢比的优惠券（已经包含了印度商品服务税），之后便可在规定时间内入驻指定的四星级或五星级酒店。

目前，这家初创公司表示旗下业务已经覆盖了印度四十二个城市和一百五十多家豪华酒店。此外，他们还计划在未来六个月内将业务扩展到一百座城市，并且将提供的优惠券有效期延长至十一个月，同时支持退款和延期。

值得一提的是，不管是在任何季节，还是任何城市（包括大城市），2999 卢比的优惠券价格保持不变。自去年二月以来，该公司已经获得了五十多万个独立访客，注册用户数量超过 2.2 万，而且已经销售出了五千多份优惠券。

9、西双版纳云投喜来登大酒店任命市场销售总监

来源：迈点网



近日，万豪国际集团最新任命(Jasmine Liu)刘往事女士为西双版纳云投喜来登大酒店市场销售总监，她将全面负责酒店营销战略、宴会统筹、电子商务、网络营销、市场开发与品牌宣传推广等工作。

刘往事女士拥有超过15年的国际品牌酒店从业经验，在加入西双版纳云投喜来登大酒店之前，她先后在澳门威尼斯人渡假村酒店，喜达屋集团旗下酒店品牌(三亚亚龙湾瑞吉度假酒店、珠海华发喜来登酒店)及凯悦集团等国际品牌酒店担任市场销售部要职。美丽知性的她待人温和、善于沟通交流、注重团队合作、关注细节；多年的领导力及敏锐的市场洞察力使她在市场分析、收益管理、团队建设、营销策略、宣传推广、销售业务及酒店服务行业具有独到的见解，她的每一次角色转变都是一次完美的自我超越。

面对强大的竞争对手及严峻的酒店市场，相信凭借她卓越的领导力、勇于开拓创新的专业精神和丰富的酒店运营管理经验；为酒店创造新的佳绩，给宾客带来更多舒适的入住体验，为酒店注入新的活力，并带领销售团队锐意进取，为西双版纳云投喜来登大酒店再创业绩新高。



文化和旅游部：国务院同意设立边境旅游试验区

来源：文化和旅游部

近日，国务院同意设立内蒙古满洲里、广西防城港边境旅游试验区，文化和旅游部、外交部、发展改革委、国家民委、公安部、财政部、自然资源部、交通运输部、海关总署、体育总局等10部门联合印发了《文化和旅游部等10部门关于印发内蒙古满洲里、广西防城港边境旅游试验区建设实施方案的通知》（文旅旅发〔2018〕1号）。文化和旅游部有关负责人就设立边境旅游试验区相关情况答记者问。

问：请介绍一下国务院同意设立边境旅游试验区的有关背景？

答：我国陆地边界线总长2.2万多公里，与14个国家接壤，加快边境地区开发开放，对于形成全方位开放新格局，促进区域协调发展、构建和谐稳定周边，具有重大战略意义。

我国边境地区旅游资源独具特色、十分丰富，发展旅游业具有得天独厚的条件。经过改革开放近40年发展，边境旅游已逐步成为与出国旅游、港澳台旅游并驾齐驱的三大出入境旅游市场之一，对扩大入境旅游发挥着越来越重要的支撑作用。近年来特别是党的十八大以来，从中央各部门到边境省区各级党委政府，不断加大对边境旅游的支持力度，边境旅游呈现出繁荣的发展态势。

我国边境旅游发展虽取得一定成效，但发展中仍然存在不少困难和障碍，依然面临一些制度性的发展瓶颈。如，边境旅游管理体制机制相对滞后，现有旅游管理制度越来越无法适应边境旅游日趋红火的趋势；边境旅游产业发育不充分，部分边境旅游线路老化，游客在边境地区停留时间短、消费少，一些边境地区至今没有摆脱“旅游通道”的尴尬局面；部分边境地区出入境不够便利，人员车辆互通水平仍然有待提高等。

为有效解决上述问题，党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》明确提出，要“加快沿边开放步伐，允许沿边重点口



岸、边境城市、经济合作区在人员往来、加工物流、旅游等方面实行特殊方式和政策”。之后，《国务院关于支持沿边重点地区开发开放若干政策措施的意见》（国发〔2015〕72号）明确提出要根据十八届三中全会的有关精神，强化政策集成和制度创新，研究设立边境旅游试验区，并明确由国家旅游主管部门牵头，会同发展改革委等部门负责开展此项工作。此外，在《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》《兴边富民行动“十三五”规划》等中央文件中，也都提出要建设一批边境旅游试验区。

设立边境旅游试验区是党中央、国务院从经济社会发展全局做出的重大决策，是大力发展边境旅游业的重要举措。我部作为牵头部门高度重视、认真谋划，会同相关部门和边境省区扎实推进了有关工作。

问：设立边境旅游试验区的重要意义是什么？

答：边境旅游试验区建设是全面深化改革的重要内容。边境旅游试验区是国家层面确定的唯一以改革为指向的旅游业发展重点区域。在经济新常态和开放新格局背景下，在国家层面设立边境旅游试验区，目的在于通过强化政策集成和制度创新，推进沿边重点地区全域旅游发展，打造边境旅游目的地，从而对全国旅游业的改革创新发挥先行示范作用。

边境旅游试验区建设是推进“一带一路”建设的重要支撑。随着“一带一路”建设不断深入，沿边地区在促进人员和经济要素自由流动、资源高效配置和市场深度融合方面的作用日益增大。旅游业通过游客之间的双向流动为彼此扩大消费市场，较易形成双方国家利益的最大公约数。因此，大力发展旅游业成为周边多数国家加快经济发展的重要选择，并迫切期望与我国进行更多更高层次的旅游交流与合作。边境旅游试验区建设能够充分发挥旅游业在沿边地区经济社会发展中的独特作用，将成为深化“一带一路”沿线国家经贸往来、推动形成更多沿边经济合作模式的重要途径。

边境旅游试验区建设是兴边富民的重要内容。旅游业是兴边富民的重要途径和产业支撑，是带动沿边地区群众脱贫致富的重要手段。发展旅游业，一方面能够吸引大量内陆旅游者，加强内陆对沿边地区的了解和联系，有利于开辟更多内陆与沿边合作的途径；另一方面，跨境旅游活动还加强了沿边地区与周边国家的



相互了解和联系，创造了更多经济合作机会，促进并带动沿边地区相关产业行业的发展，推动沿边地区的产业结构升级和经济社会发展。

边境旅游试验区建设是促进沿边地区由旅游通道向目的地转变的重要手段。沿边地区旅游资源丰富，但经济社会发展长期处于欠发达水平，加上交通不便利、市场发育程度不高，边境旅游还处于小、散、弱状态，沿边地区更多地承担出境旅游通道功能，旅游消费难于留在当地，旅游业对经济拉动作用尚有较大空间。边境旅游试验区建设通过打造核心旅游吸引物，丰富旅游产品体系，强化旅游基础设施等产业支撑能力，吸引更多游客留下来消费，有利于实现沿边地区由出境旅游通道向旅游目的地的转变。

问：设立边境旅游试验区的指导思想、基本原则、空间布局和发展目标是什么？

指导思想方面，全面贯彻党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧紧围绕统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，牢固树立和贯彻落实新发展理念，落实高质量发展的要求，深度融入“一带一路”建设，构建全区域、全要素、全产业链的边境旅游发展新模式，建设边境旅游目的地。

基本原则方面，坚持开放引领，统筹国际国内两个大局，用好两个市场、两种资源；坚持创新驱动，发挥市场在资源配置中的决定性作用，不断激发旅游发展活力；坚持特色打造，推动旅游业特色化、国际化、全域化发展，提升旅游业整体竞争力；坚持绿色发展，牢固树立“绿水青山就是金山银山”理念，坚持最严格的耕地保护制度和节约用地制度；坚持防范风险，完善禁赌、禁毒长效机制，坚决打击非法入境、走私贩私，筑牢边疆安全稳定屏障。

空间布局方面，按照国务院2015年72号文件明确的“依托边境城市设立试验区”的要求，试验区主要依托边境城市的行政辖区范围设立。

发展目标方面，明确试点试验时间为3年，即到2020年底，确立试验区在旅游体制机制、旅游产业发展、旅游目的地影响力等方面应达到的目标水平。

问：国家旅游主管部门牵头推动设立边境旅游试验区，开展了那些工作，目前取得了哪些进展？



答：国务院提出设立边境旅游试验区工作以来，旅游主管部门切实增强抓好落实的责任感和紧迫感，联合相关部门，先后赴内蒙古、黑龙江、辽宁、吉林、新疆、云南、广西等省区进行了13次调研，先后在吉林省延边州和云南省西双版纳州召开工作推进会，前后召开9次专家论证会，组织4次部委协商会，多方听取意见建议，对设立试验区有关问题进行了充分地研究论证。各部门主动将边境旅游发展纳入各自对外开放工作布局，形成了通力协作、共同推进的局面。外交部从外交政策、边管政策、领事认证等方面，发展改革委从沿边开发开放试验、守边固边、宏观规划等方面，国家民委从推进兴边富民行动、少数民族特色村镇建设等方面，公安部从证照管理、出入境便利化等方面，财政部从财税支持、投融资政策等方面，原国土资源部从政策集成、项目用地等方面，交通运输部从旅游交通、设施建设等方面，海关总署从口岸管理、监管业务等方面，原质检总局从口岸公共卫生、通关模式等方面，体育总局从综合体建设、旅体融合等方面提出具体指导意见，做了大量工作，有力地促进了边境旅游发展。

在此基础上，我们单独或与相关部委一道先后出台8个工作性文件，明确工作方向和工作要求。按照“一区一方案”原则，指导29个有条件的边境地区研究编制试验区建设实施方案（草案），并进行了三轮遴选。第一轮通过专家评审遴选出11个，第二轮经部委会商从11个中遴选出5个，第三轮经部委会商并报国务院同意，最终遴选确定满洲里、防城港作为首批边境旅游试验区。在每轮遴选过程中，还同时完成了政策协调和方案修改工作。之后，我部还委托中国社科院对两个试验区建设实施方案进行了第三方评估。

在上述工作基础上，经报国务院审定，国务院同意设立内蒙古满洲里、广西防城港为首批边境旅游试验区，并审定了有关《方案》（送审稿）。其后，我部会同相关部门印发了两个边境旅游试验区的建设实施方案。

问：为什么首批确定内蒙古满洲里、广西防城港两个试验区？

答：设立边境旅游试验区坚持“分批实施，成熟一个推出一个”的原则，首先选择旅游资源禀赋较高、旅游产业发展较为成型、口岸通关综合条件较好、与毗邻国家旅游合作相对成熟的边境城市率先开展改革探索，并在实践中积累经验做法，之后再逐步推广。



满洲里试验区位于内蒙古呼伦贝尔大草原的西北部，北接俄罗斯，西邻蒙古国，是欧亚大陆桥重要战略节点，试验区具有融草原文明、红色传统、异域风情为一体的口岸文化，口岸年出入境人数居中俄沿边口岸之首，试验区航空、铁路、公路立体旅游交通格局已经形成。

防城港试验区位于北部湾畔，是我国西部第一大港，是中国与东盟海、陆、河相连的门户，内有十万大山、北仑河口、江山半岛、京岛等旅游资源，口岸年出入境人数居中国越沿边口岸之首，试验区高速公路、高速铁路已与全国路网联接，与南宁吴圩国际机场形成1小时经济圈，与越南开通了“海上胡志明小道”高速客轮旅游航线。

问：满洲里、防城港边境旅游试验区的主要任务是什么？

答：满洲里试验区的主要任务有探索旅游扩大开放政策、构建产业发展政策体系、探索旅游产业促进新模式、探索完善旅游服务管理体系等4个方面，包括优化出入境管理制度、促进自驾车旅游往来便利化、推动团体旅游便利化、提高旅游投资便利化水平、探索实施旅游发展用地政策、创新旅游人才培养引进机制、构建产业融合发展格局、建立跨境旅游合作机制等13项具体任务。

防城港试验区的主要任务有探索旅游便利通关新举措、探索全域旅游发展新路径、探索产业发展引导新机制、探索边境旅游转型升级新动能、探索扩大边境旅游合作新模式等5个方面，包括促进人员通关便利化、促进自驾车旅游往来便利化、完善边境旅游综合服务设施、构建旅游共建共享模式、创新旅游投融资模式、推动完善土地支持政策、开拓海上跨境旅游新市场、打造边境新型旅游产品、建立跨境旅游常态化联合执法机制、推动跨境旅游联合营销机制等15项具体任务。

问：关于建设边境旅游试验区，下一步有哪些安排？

答：内蒙古自治区、广西壮族自治区人民政府要加强领导，建立定期协调机制，完善配套政策措施，组织好满洲里和防城港《方案》的实施。

满洲里市、防城港市人民政府作为试验区建设的实施主体，要按照确定的目标和任务，建立工作台账，落实工作责任，细化改革事项，全面组织实施，有关重大政策和重大建设项目按程序报批。



国务院有关部门按照职能分工给予积极指导和支持,协调解决试验区方案实施中遇到的困难和问题,定期组织实施情况评估,重大问题及时向国务院报告。对于试行有效的重大改革举措和成功经验做法,根据成熟程度分类总结推广,成熟一条、推广一条。

下一步,我部将会同相关部门深入贯彻党的十九大精神和党中央、国务院有关决策部署,重点开展以下工作:

一是推动试验区改革探索边境旅游制度,深度融入“一带一路”建设。重点改革创新人员、自驾车、团体旅游便利化等制度,形成推动边境旅游蓬勃发展的制度保障。

二是推动试验区加大文化和旅游融合,发展边境文化旅游产业。重点落实和完善旅游投融资、用地、人才等政策,构建产业融合发展格局和共建共享模式。利用边境特色旅游资源,打造边境新型旅游产品,鼓励发展特色餐饮、文化演艺、旅游商品研发、土特产加工销售等产业,提高旅游资源利用率和产业附加值。完善边境全域旅游服务设施,加快推进边境旅游集散中心、咨询服务中心、停车场、通景道路、旅游标识标牌、应急救援等旅游基础设施和旅游公共服务设施建设。

三是推广试验区好的经验做法。在内蒙古满洲里、广西防城港开展试点试验的基础上,根据改革举措落实情况和试验任务需要,适时选择不同类型、具有代表性的边境地区开展试验,对试点效果好、风险可控且可复制可推广的成果,及时复制推广,推动建设一批边境旅游目的地。



盘活闲置乡村宅院“共享农庄”如何助推乡村振兴？

来源：21世纪经济报道 作者：徐维维

一边是因村民进城定居而荒废在旖旎风光里的乡村宅院，一边是憧憬“你耕田来我织布”之庄园梦的城市消费群体。这样的闲置资源和消费升级需求，在国家鼓励旅游实现乡村振兴的大背景下，使得这种起源于法国的共享农庄商业模式在中国市场愈加清晰。

日前，分享住宿领域不动产管理公司斯维登集团与上海市崇明区港西镇签约合作打造共享农庄，计划在5月正式将港西镇北双村的一些闲置宅基地改造成共享农庄，供个人租赁居住或对外分享。斯维登集团在稍早前的发布会上宣布，2018年将在全国推出100个共享农庄项目。

在各方参与者看来，这是一个多赢的局面：对于庄园主来说，可以获得农庄使用权，还配有一亩农田，不自住时，可共享给其他游客，获取分成收益；对于农村老百姓来说，除了获得共享农庄租赁收益，还能售卖农特产品；对政府来说，盘活了闲置农宅院落，有利于当地民宿品牌化品质化发展，也为探索农村宅基地改革提供了机遇。

2018年中央一号文件把乡村旅游发展放在了重要位置，共享农庄出现的背后也是乡村旅游需求的兴起。那么这种业态在多大程度上可以带动乡村振兴？如何平衡外来旅游投资者、经营者与乡村治理体系、村民利益的关系？企业方可以如何从这一农村改造的商业模型中获益，又会遇到怎样的挑战？

共享农庄

在港西镇北双村，记者看到，拟改造几处宅院离得比较近，但都因长期无人居住而破败不堪，有的房顶甚至已经塌陷，墙壁露出斑驳的红砖，小径也因杂草丛生而难以行走，不过周边则可见竹林绕墙，池水清冽。

港西镇镇长王卫中告诉记者，这些村民多数是自己或随子女去上海市区买房定居，已不可能再回来打理旧宅。



记者了解到，为了不触及关于农村土地流转的政策红线，共享农庄的模式基于共享而打造，涉及村民、村委会、斯维登集团、个人庄主四方。整个项目由斯维登旗下有三个子品牌参与其中，形成上下游闭环：途远负责初期的农庄建造，欢墅负责提供中期的共享农庄运营托管服务，途礼则可以为村民的农特产品提供电商售卖平台。

王卫中告诉记者，在村民同意的情况下，将自己的宅院和土地委托流转到村里，并和村里谈好价格和合作方式，然后统一由村里面统一平台来运行，包括代表村民与斯维登集团签约。

一张途远提供的“上海崇明岛港西镇共享农庄项目”宣传单显示，一个独栋别墅属于LOFT户型，面积为72.2平方米，包含一室一厅一厨一卫项目，租期20年。庄主可以优先享受欢墅运营托管服务并获得分成收益，并享有欢墅全国交换入住的权益。

在这样的项目中，斯维登集团通过管理服务、农庄建造及销售渠道的佣金来获取利润。斯维登集团联合创始人兼CEO罗军对记者表示，对于全国已经在运营的共享农庄项目，斯维登会为其提供品牌、系统、SOP（标准操作流程）等方面的专业指导和服务，并收取较低的费用。途远在建设新农庄时会有一定的利润，在项目规模化后，这样的利润会更多。新农庄运营起来之后托管服务也是利润来源之一。

不过罗军也坦言，共享农庄作为新事物，也会面临很多挑战。“首先是必须完全符合国家政策；此外，刚开始村民可能不能理解，尤其是开头会比较难一点。”罗军表示，人才短缺也是挑战之一，针对港西镇的项目，斯维登集团计划发布崇明人才计划，会为当地毕业生提供全国各地的实习机会，实习半年后回到崇明，斯维登集团会提供项目和资金支持。

斯维登集团旗下的途远品牌，在2016年就开始推出共享农庄产品，目前项目遍及海内外近三十个地区。途远CEO石绍东在接受记者采访时表示，崇明的共享农庄是最新推出的新产品，可以实现C2B个性化定制。

乡村振兴



共享农庄一方面可以激活农村宅基地与农房等各种闲置资源,满足乡村旅游住宿市场需求,但另一方面,外来旅游投资者经营者与乡村治理体系、村民利益的关系如何平衡也是一个旅游投资与社区利益的永恒话题。

王卫中对记者表示,从乡村振兴角度来说,港西镇共享农庄项目可以为农民带来农庄租金收入以及固定资产保值增值收益,更重要的是引进这些项目后将会带来长期的方方面面的收益。包括增加就业机会等等。

不过他坦言,从乡村治理角度来说,镇上目前考虑更多的是项目进驻后公共管理成本的提升,包括垃圾收集、生活污水处置、河道清理、美化打造等。“以后考虑用收取管理费的形式来做,但与老百姓的租金无关,这个管理费肯定是与企业来谈的。”

中国旅游研究院区域所副所长吴丰林在接受记者采访时表示,解决前述的平衡问题,需要政府科学作为,一是营造良好的营商环境,保护旅游投资者的切实权益,吸引投资者,“只有投资到来才有好的发展,这是前提。”

此外吴丰林表示,在保护社区利益方面,建设封闭的景区是老的发展模式,现在的旅游发展是充分的开放系统,强调主客共享、强调当地居民的参与,强调居民的获得感。以保护投资利益和保护社区利益为前提,有多重经营模式和手段可以实现利益关系平衡。

“港西镇是上海市‘十三五’旅游规划中列出的全市九个乡村休闲旅游带之一,共享农庄作为全域旅游开发的最基本单元及着手点,成为港西旅游发展中重要的一环。”王卫中也表示,下阶段港西镇将根据一带一村一园及全镇农旅发展需求,进一步深化与斯维登的合作,吸引更多有情怀、有想法、有创意的本地村民、社会资本参与到港西共享农庄的建设中。

吴丰林表示,通过发展旅游业,实现乡村振兴,无非是通过旅游产业的关联效应、壮大农村三产发展;通过旅游产业的科学、有序发展,优化乡村环境;通过旅游产业的扶贫、富民效应,促进农民增收。

“实现上述目标,不能盲目,要回归旅游产业本身的属性,要遵循市场规律。”吴丰林表示,2018年乡村旅游发展可能呈现市场业态热、旅游投资热和土地流转热,如果处理不好,很可能引起业态同质化、投资过度、用地纠纷和混乱,因



此加快制定与中央一号文件相匹配的乡村旅游引导规划，促使乡村旅游的科学、有序、理性发展，是当务之急。

中国旅游协会休闲度假分会秘书长曾博伟表示，各地应该根据乡村资源的不同情况，采取不同的规划推进路径。在乡村旅游资源一般的乡村，适度增加旅游功能，并为未来旅游业发展留出空间；在乡村自然和人文旅游资源富集的区域，可考虑以旅游业为主导，进而联合相关部门进行多规合一的尝试。

崇明也在进行相关的尝试。崇明区旅游局局长杨丽华表示，2018年崇明打通了农家乐办证渠道，推出了新一轮的政策服务奖励办法，对民宿及景点项目从资金方面进行扶持和引领，并就民宿业出台了地方政策和行业标准，希望将一个村打造为一个旅游集聚特色小镇。

她透露，除了共享农庄之外，崇明还在开发生态旅游、休闲度假和社会人文非遗等旅游产品，并计划在四月中旬上线吃住游购的平台“趣游崇明”APP，并会向OTA（在线旅行社）开放接口，打通产品和服务。



罗军：房源可以个性化 短租服务还需标准流程

来源：21世纪经济报道 作者：徐维维

越来越多的人开始重视资产配置和管理，闲置的房子需要有人来打理，不住的时候也希望通过出租产生收益，让房产增值，这为共享住宿管理公司带来商机。

在分享住宿线上平台途家通过自身发展及并购整合做到全国最大的房源和交易量之后，创始人罗军开始将重心往线下实体不动产运营和管理公司斯维登集团倾斜——尽管2016年下半年已经分拆，但一年前斯维登的发布会仍依附于途家，在2018年则首次独立召开发布会，并对外发布了升级后的产品和服务，以及一系列融资、收购及合作。

“2018年斯维登还将进一步扩大规模，因为和酒店的数量相比还是存在一定的差距。”途家及斯维登联合创始人兼CEO罗军近日在接受专访时表示，希望未来三年能从目前的三万多套房源扩张至10万至20万套。

尽管短租市场存在平台盈利模式单一的问题，但罗军表示斯维登“先不看增加盈利点，而是通过精细化运营运作、多种管理手段、系统提升、提高房源获取能力等方面，把本身的盈利做上去，希望2018年能够收支平衡。”

在日前的发布会上，斯维登宣布完成新一轮独立融资，保利资本战略入股。尽管未透露具体融资金额，但保利资本方面称，该次投资是其2017年在住宿分享领域单笔投资金额最大的一笔。斯维登还同时宣布战略控股途窝集团，业务拓展到景区酒店公寓经营领域。

坚持轻资产管理

问：你曾说线上平台途家已经聚合了大量的流量、房源和交易，但问题的关键是能做到什么样的深度。那么线下的斯维登未来在深度上会做哪些打算？

罗军：深度不仅是往下延伸，也是往前延伸和往旁边延伸。包括升级了精品公寓、度假公寓、服务公寓三条产品线及客房。我们原来只做公寓主营业务，现在会有衍生业务比如欢墅别墅、共享农庄。在住前住中住后我们提出了很多服务，包括会员关怀计划、呼叫中心及安心管家服务。另外还推出了体验券和亲友券，



这属于营销上的深度，基于“分享经济商业模式”，希望满足客户体验世界的需求和社交需求，房源的组织和交换是实现梦想的基础。

问：斯维登以短租为主，未来是否会扩大至长租？原因是什么？

罗军：其实我们是长短租结合，房源里30%专门是长租，此外很多长租公寓会把他们的一些房子交给我们做短租，比如雅诗阁。但是我们不会纯粹地去做长租公寓。因为长租行业对资金的消耗量和投入量非常大，我们是一家轻资产管理公司，至少目前是这样。另外长租体系和短租体系用的系统都不一样，管理方法也不一样。

问：轻资产也分为委托管理和特许经营两种不同模式，你们在使用特许经营的模式时，如何保证房屋的管理运营和服务质量？

罗军：斯维登公寓类产品都有特许经营，而且规模量不小。保证质量方面，首先绝大部分房源是我们提供而不是加盟商拿过来的，因为我们和很多开发商合作可以获取房源；其次特许经营加盟商全部用我们的系统，系统是控制标准和质量最好的工具；第三所有的流程SOP必须用我们的。在这种情况下，其实就是经营者和门店保洁阿姨不是我们的，其他都是我们在做。

服务还是要标准化

问：2017下半年，短租行业先后完成三笔融资，包括途家、小猪、木鸟。短租市场是不是最终会进入寡头竞争？

罗军：每个行业都会有头部性，但是你会越来越多的发现不只是头部几家的市场，原来可能是一家独大的垄断，但没有人会允许垄断，比如打车市场美团一进来，大家都说挺好，不是只有滴滴了。

问：短租市场的发展面临哪些阻碍？

罗军：中国民宿业的问题是碎片化，但成功也是因为碎片化。我们做的与传统民宿的概念不一样，房子是可以做成非常有特色和个性的，但是服务还是要有标准的，用标准的流程做。

问：住宿业未来行业格局会是怎样？

罗军：住宿业的形态只会按照不同的定位来区分，比如目标客群是家庭。2015年到2016年，酒店行业开会是不带我们共享住宿企业玩的，近两年开始改称住宿业大会了，我记得有一次大会请我去讲，就问了一个问题，说你是不是想把酒



店业给颠覆了，我说我颠覆不了，最终颠覆酒店业的不是我，而是他们自己，只不过他们是在向我学习。现在很多酒店管理公司都在做公寓产品了。那你们说为什么要让他们学呢？我是想明白一件事情，如果我和所有的同业人员做出了一个行业，我睡觉都要笑醒了。



谷安迪：服务微笑的三个层次

来源：谷安迪的管理及人生分享 作者：谷安迪

在服务中，微笑有三种，三种笑分三个层次，都有一定的效果，但效能有高低之分。这三种笑是：傻笑、陪笑和心底之笑。

傻笑

所谓傻笑，就是不知道为什么而笑。作为一项服务的基础工作，每一家酒店都会对员工的微笑常抓不懈。但是，如果微笑的意义不能够深入员工的主观意识，走进员工的心中，不能让员工从心底明白到底为什么笑，并且愿意笑，那么很多员工的微笑表征就近似于傻笑。

傻笑时，脸部肌肉做着规范的动作，但是员工的眼神终究会出卖找不到热情的心灵。傻笑不一定真的有多傻，只是因为缺乏灵魂，所以不会有感染力。有的酒店规定员工微笑时要露出几颗牙，结果牙齿虽然露出来了，但只是简单的脸部体操。

傻笑的员工不是想笑，也不是不想笑，是自心中对笑与不笑没有什么感觉。他们需要接受能够接驳心灵的微笑培训，需要我们帮助他们认知到微笑是积极沟通的基础接口，是创造服务价值的第一扇门，是传递积极能量的正念之举，等等等等。

陪笑

服务微笑的第二个层次是陪笑。有时候是“陪笑”，也有时候是“赔笑”。做到这个层面的员工从心底愿意微笑，也在努力想要做好微笑。但是，他们的微笑之所以处于（陪）赔笑阶段，是因为在服务过程中未能解决好心理平衡问题。

心理之所以会不平衡，是因为很多人把服务误认为是一项极为感性的工作，所以不能用冷静的理性来对待，来优化。这里面，最典型的是店小二心态，如果服务者把自己看作是店小二，那么就必须认同服务是卑微的，是忍辱负重的。按照这样的思维轨迹去工作，服务的心态就是压抑，是充满忍耐而少有快乐的。不快乐的工作心态，必然是不平衡的。



但是，我们不能够回避，在服务之中，服务者就是在被客人以非常主观的标准来评判着的。换句话说，客人说你服务的好与不好，很大程度上出于主观认识，而不是客观评鉴。在这样一个评判标准下，服务者会不知不觉的被这种主观情绪影响，也以一种极为主观的心态来对待服务工作。

用主观的心态来对待服务工作时，尤其是在遇到消极情境时，就容易产生两种心态：屈从或反感。这两种心态大多都会引起内心的不平衡，而当人们心态不平衡时，表达出来的微笑就是赔笑，甚至是赔笑（想想很多酒店人在处理投诉时的微笑，大部分都是赔笑）。

赔笑的时候脸上笑着，眼神也许也是投入的，而心中却是压抑的。这种笑，虽然可以做服务之用，但也不是微笑最有力量的状态。

心底之笑

服务微笑最有魅力的层面应该是“心底之笑”，也就是真正发自内心的，丝毫不压抑的，充满积极和正念的笑。“心底之笑”不是什么新的提法，既然是从心底而发，那就要彻底解决心理不平衡的问题，而解决心中失衡状态的基石在于培养和修炼“服务的心胸”。

服务者，要想创造真正高贵的服务，要创造出更高层次的服务价值，就必须具备足够的心胸。心胸决定视野，视野决定者思想维度，思想维度决定者一个人对服务的认知和审美，以及对于变化的应变力。

当一位服务者服务一位客人时，是把客人当作手握判官笔的判官，还是把他们当作自己的家中之客，这是两种截然不同的心理选择。前者，战战兢兢，唯唯诺诺；后者，谈笑风生，发挥自若。但我们可以凭借自己的认知来猜想，哪一种服务心态造就出来的体验更会让客人觉得“宾至如归”。

所谓服务于绅士与淑女的绅士与淑女，绝不是酒店人的自我粉饰和自抬身价，这种提法其实揭示着高贵服务的本质。享受店小二的服务，客人的体验充其量是作威作福；而享受绅士与淑女的服务，便可拥有贵族般的稀有生活方式。哪个价值高，不言而喻。

然而，广阔的服务心胸也不是凭空“喊来的”。我们必须帮助员工不断提高自己的世界观、人生观和价值观的维度，因为三观是心胸的“四梁八柱”。另外，



让员工在自己的专业领域拥有足够的专业度也是极其重要的，如果员工真正成为领域的行家，那他自然就会具备引领客人体验创造的“权威性”。

能够从心底微笑出来的员工，需要想的大、看的远、懂得多、会的精，就如客人们到“寿司之神”小野二郎的寿司店去吃寿司，永远不会有丝毫的轻视心理，而是会因为对专业度的“膜拜”而获得非凡的服务体验价值，这种价值不是“自居”而成，而是靠远大的理想、持续的正念和不懈的精进而赢得的，做到这些，服务体验的好坏就更多的是“服务者说的算”，这便是服务权威。

古有云，天下大勇者，卒然临之而不惊，无故加之而不怒，这样的人，才能笑看一切困难和挑战，才能从心底笑的出来。

作为服务者，或许并不需要心怀天下那么远大，但当我们的员工认识到服务工作其实是在满足人们对于“美好生活的向往”以及对于“怡人生活方式的持续追求”，是在帮助客人点亮平凡人生，寻找稀缺的体验快乐的“价值创造活动”时，或许服务者不只是穿着西服的“蓝领”以及“白领”这么简单，而是空间广阔到能让自己微笑油然。



那些和王室“比邻而居”的传奇酒店

来源：酒店圈儿 作者：二狗

全世界“幸存的王国”约有27个，其中，亚洲12个，欧洲11个，非洲3个，大洋洲1个；这些国家的古老王室，在各自的民族国家统一或独立史上都有浓墨重彩的一笔。

几乎每一座王宫旁边，都有一间富有传奇色彩的酒店，傲立耸然，历经风雨，当你走入这些城市，住进这样的酒店，与王室“比邻而居”，似乎也是一种别样的体验。



日本 | 皇居 | 帝国酒店

帝国酒店东京（Imperial Hotel, Tokyo）于1890年由日本政界财界人士联合创立，皇室也参股其中，拥有120多年传奇历史，曾接待皇室成员、国家首脑、明星和企业巨头等下榻，一路走过动荡和多彩的岁月，堪称近代日本的缩影和见证。





地址：1丁目-1-1 Uchisaiwaicho, Chiyoda, Tokyo 100-8558 日本
西班牙 | 马德里王宫 | 盛美利亚公爵皇宫酒店

盛美利亚公爵皇宫酒店（Gran Melia Palacio de los Duques），毗邻马德里皇宫、国家歌剧院和大教堂，酒店设计灵感来自 Velazquez 的名画，由两幢历史悠久的13世纪的修道院和19世纪的公爵皇宫组成，却完美融合当代前卫风格。





地址：Cuesta Santo Domingo, 5, 28013 Madrid, 西班牙

挪威 | 奥斯陆王宫 | 格兰大酒店

作为奥斯陆最富盛名的酒店，格兰大酒店（Grand Hotel Oslo）于1874年开幕，占据着挪威最好的地理位置，没有一个挪威人不知道 Grand Hotler 在哪儿，140年来，它受到各国领导人、诺贝尔得奖者、名人政要的青睞，其中，亨里克·约翰·易卜生（Henrik Ibsen）就曾是这里的常客之一。





地址：Karl Johans gate 31, 0159 Oslo, 挪威

柬埔寨 | 金边皇宫 | 宫门度假酒店

宫门度假酒店（Palace Gate Hotel & Resort）由一栋法国殖民风格的别墅改建而成，从客房的阳台上可直接观赏到金边皇宫的壮美景观。





地址：#44, Sothearos Blvd (corner of street 240), Khan Daun Penh,
Sangkat Chey, Chumnea, Phnom Penh 12206 柬埔寨

其他拥有皇室的国家还有

欧洲：英国、比利时、瑞典、丹麦、荷兰、卢森堡、安道尔、摩纳哥和列支敦士登

亚洲：泰国、马来西亚、文莱、不丹、沙特阿拉伯、科威特、约旦、卡塔尔、阿曼和巴林

非洲：莱索托、摩洛哥和斯威士兰



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4期下月刊（总第115期）

投稿方式：yxxytsg@sina.com

联系电话：028-87979510