

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 131 期

1-2 期

2019.1.15



目录

业界动态.....	1
中国饭店品质榜:2018 年度中国饭店品质榜——省区表现.....	1
2018 年度红色旅游消费报告.....	7
要闻精粹.....	15
行业要闻.....	15
旅游消费降级? 社科院报告称国内旅游消费深化不足.....	18
浙江特色小镇以“亩均”论英雄“优等生”可享差异化扶持.....	22
行家之音.....	24
戴斌:做好文化和旅游融合新时代的理论研究和数据建设工作的几点思考.....	24
何操:2019 中国酒店投资要自我革新回归理性.....	29
走进全球酒店.....	32
首家“博物馆艺术酒店”兰欧开业 普通人的贵族生活时代悄然来临.....	32



中国饭店品质榜：2018 年度中国饭店品质榜——省区表现

来源：和泰盛典

2018 年度中国饭店品质榜年度总榜单——金爵榜已测评完成。依照中国饭店品质联盟公布的饭店品质测评标准，和泰盛典对国内 5 万余家各类型饭店按季度、按标准进行了四轮测评，最终确定了 2400 家符合条件的饭店作为年度中国饭店品质榜的入围饭店。



2019 年 1 月起，中国饭店品质联盟将陆续发布统计分析结果，并于 2019 年 4 月 10-12 日在长沙举办的“第二届中国饭店业发展大会”上发布年度中国饭店品质金爵榜榜单和《中国饭店品质报告》、并为上榜饭店授牌。





测评结果显示：2018 年相比 2017 和 2016 年饭店总体品质水平继续小幅下降，整体品质指标处于中等水平，提升饭店品质的意愿有待更系统化和建设性的研究指导。

一、省区综合品质指数排名

2400 家入围饭店统计结果显示：上海市以平均 73.56 分位列第一，浙江省以 73.40 分位列第二，陕西、云南、北京、河南分列三至六位。没有排名的省区表示在分类统计中某类型没有饭店入围，因此没有总分统计。

需要说明的是：除了没有统计的省区外，还有个别省区总排名或分项排名靠前或提升幅度较大，主要因为在某个分享统计中，该省区入围饭店的数量极少，结果以品质最好的个别饭店代表了该区域的平均品质水平。这是统计方法的局限，我们将在 2019 年通过进一步扩大入围饭店总量的方式进行改进。

此外，为了使不同区域的饭店品质具有可比性，品质测评标准按照消费者对不同地区饭店性价比的期望值不同，设定了不同经济发展水平地区饭店品质价值的对应比较系数。因此，档次高未必代表品质也高，欠发达地区也会出现高品质饭店。



品质排名	省区名称	统计年度	外国品牌连锁饭店	中国品牌连锁饭店	中国单体饭店	中国精选饭店	平均指数
1	江苏	2017	73.93	73.54	73.60	73.88	73.74
10	江苏	2018	72.12	70.91	73.18	73.56	72.44
2	浙江	2017	73.97	73.36	73.63	73.89	73.71
2	浙江	2018	73.36	72.68	73.76	73.78	73.40
3	上海	2017	73.65	73.24	73.70	73.87	73.62
1	上海	2018	73.18	72.84	74.19	74.03	73.56
4	广东	2017	73.97	73.04	73.64	73.78	73.61
7	广东	2018	72.44	71.86	73.23	73.29	72.71
5	四川	2017	73.94	72.63	73.38	73.98	73.48
9	四川	2018	72.56	71.85	72.51	73.27	72.55
6	北京	2017	73.90	73.21	73.05	73.75	73.48
5	北京	2018	73.04	71.85	73.73	73.62	73.06
7	云南	2017	73.81	73.26	72.59	73.99	73.41
4	云南	2018	72.93	75.76	70.04	73.78	73.13
8	福建	2017	73.81	73.26	72.59	73.99	73.41
20	福建	2018	70.11	70.65	71.48	73.51	71.44
9	海南	2017	73.68	72.55	71.63	73.85	72.93
/	海南	2018	72.72	/	71.97	78.72	/
10	陕西	2017	73.68	70.02	73.70	73.83	72.81
3	陕西	2018	72.20	74.39	72.74	74.14	73.37
11	山东	2017	72.48	71.02	73.29	73.90	72.67
18	山东	2018	71.45	67.95	73.73	73.24	71.59
12	辽宁	2017	73.64	71.63	73.00	72.05	72.58
17	辽宁	2018	71.78	69.64	72.58	72.79	71.70
13	湖南	2017	73.46	72.38	71.95	72.15	72.49
8	湖南	2018	71.56	73.11	71.73	74.02	72.61
14	天津	2017	73.92	70.82	72.23	72.95	72.48
13	天津	2018	72.35	72.96	67.97	74.97	72.06
15	重庆	2017	72.22	69.44	72.53	73.80	72.00
24	重庆	2018	70.62	64.32	69.57	73.73	69.56
16	河南	2017	72.47	70.43	71.29	73.75	71.99
6	河南	2018	72.49	75.50	70.25	73.52	72.94
17	西藏	2017	72.09	71.14	71.35	73.09	71.92
/	西藏	2018	69.28	/	67.89	86.35	/
18	湖北	2017	71.06	71.16	71.04	72.50	71.44
15	湖北	2018	69.53	72.48	72.76	72.77	71.89



19	山西	2017	70.69	69.58	71.80	73.59	71.42
/	山西	2018	69.41	/	73.13	76.12	/
20	安徽	2017	70.16	70.29	70.87	73.92	71.31
19	安徽	2018	69.18	70.51	72.74	73.48	71.48
21	广西	2017	69.60	70.45	70.78	73.99	71.21
11	广西	2018	70.37	72.59	71.25	74.29	72.13
22	江西	2017	70.35	70.83	71.31	71.85	71.09
25	江西	2018	67.89	71.55	66.61	71.42	69.37
23	吉林	2017	70.25	69.90	71.38	72.51	71.01
12	吉林	2018	69.67	71.09	72.75	74.96	72.12
24	贵州	2017	72.17	69.74	68.21	73.82	70.99
23	贵州	2018	71.82	72.48	70.29	70.95	71.39
25	河北	2017	70.19	69.39	71.88	71.92	70.85
21	河北	2018	67.93	68.45	71.24	76.17	70.95
26	黑龙江	2017	71.89	69.33	69.84	71.48	70.64
14	黑龙江	2018	70.52	70.87	72.23	74.13	71.94
27	内蒙	2017	68.64	70.97	70.98	71.78	70.59
16	内蒙	2018	67.35	74.99	71.01	74.10	71.86
28	甘肃	2017	71.96	70.24	71.98	67.24	70.36
22	甘肃	2018	67.34	70.15	73.94	68.11	69.89
29	宁夏	2017	69.14	70.57	68.42	70.99	69.78
/	宁夏	2018	/	69.47	69.98	72.62	/
30	新疆	2017	68.56	69.24	68.77	68.39	68.74
24	新疆	2018	66.21	68.83	70.49	74.03	69.89

二、省区不同分类的饭店品质指数排名

在各类型统计、特别是中国品牌连锁饭店的品质指数省区排名中，因为统计方法的局限，使得 2400 家入围饭店中，入围饭店数量较少的云南、河南、内蒙、陕西等省区依托个别品质较好酒店的平均值登陆了中国品牌



连锁饭店品质指数的前列。之所以予以公布，统计结果至少说明这些省区有品质水平较高的酒店存在，即使是凤毛麟角。

1：外国品牌连锁饭店品质指数省区排名

品质排名	省区名称	品质指数	品质排名	省区名称	品质指数	品质排名	省区名称	品质指数
1	浙江	73.36	11	江苏	72.12	21	湖北	69.53
2	上海	73.18	12	贵州	71.82	22	山西	69.41
3	北京	73.04	13	辽宁	71.78	23	西藏	69.28
4	云南	72.93	14	湖南	71.56	24	安徽	69.18
5	海南	72.72	15	山东	71.45	25	河北	67.93
6	四川	72.56	16	重庆	70.62	26	江西	67.89
7	河南	72.49	17	黑龙江	70.52	27	内蒙	67.35
8	广东	72.44	18	广西	70.37	28	甘肃	67.34
9	天津	72.35	19	福建	70.11	29	新疆	66.21
10	陕西	72.20	20	吉林	69.67	30	宁夏	/

2：中国品牌连锁饭店品质指数省区排名

品质排名	省区名称	品质指数	品质排名	省区名称	品质指数	品质排名	省区名称	品质指数
1	云南	75.76	11	贵州	72.48	21	甘肃	70.15
2	河南	75.50	12	广东	71.86	22	辽宁	69.64
3	内蒙	74.99	13	四川	71.85	23	宁夏	69.47
4	陕西	74.39	14	北京	71.85	24	新疆	68.83
5	湖南	73.11	15	江西	71.55	25	河北	68.45
6	天津	72.96	16	吉林	71.09	26	山东	67.95
7	上海	72.84	17	江苏	70.91	27	重庆	64.32
8	浙江	72.68	18	黑龙江	70.87	28	海南	/
9	广西	72.59	19	福建	70.65	29	西藏	/
10	湖北	72.48	20	安徽	70.51	30	山西	/

3：中国单体饭店（含集团非品牌连锁饭店）品质指数省区排名



品质排名	省区名称	品质指数	品质排名	省区名称	品质指数	品质排名	省区名称	品质指数
1	上海	74.19	11	陕西	72.74	21	内蒙	71.01
2	甘肃	73.94	12	安徽	72.74	22	新疆	70.49
3	浙江	73.76	13	辽宁	72.58	23	贵州	70.29
4	北京	73.73	14	四川	72.51	24	河南	70.25
5	山东	73.73	15	黑龙江	72.23	25	云南	70.04
6	广东	73.23	16	海南	71.97	26	宁夏	69.98
7	江苏	73.18	17	湖南	71.73	27	重庆	69.57
8	山西	73.13	18	福建	71.48	28	天津	67.97
9	湖北	72.76	19	广西	71.25	29	西藏	67.89
10	吉林	72.75	20	河北	71.24	30	江西	66.61

4: 中国精选型饭店品质指数省区排名

品质排名	省区名称	品质指数	品质排名	省区名称	品质指数	品质排名	省区名称	品质指数
1	云南	73.99	11	陕西	73.83	21	湖北	72.50
2	福建	73.99	12	贵州	73.82	22	湖南	72.15
3	广西	73.99	13	重庆	73.80	23	辽宁	72.05
4	四川	73.98	14	广东	73.78	24	河北	71.92
5	安徽	73.92	15	北京	73.75	25	江西	71.85
6	山东	73.90	16	河南	73.75	26	内蒙	71.78
7	浙江	73.89	17	山西	73.59	27	黑龙江	71.48
8	江苏	73.88	18	西藏	73.09	28	宁夏	70.99
9	上海	73.87	19	天津	72.95	29	新疆	68.39
10	海南	73.85	20	吉林	72.51	30	甘肃	67.24

。



2018 年度红色旅游消费报告

来源：途牛旅游网

按照《2016-2020 年全国红色旅游发展规划纲要》中提出的目标，到 2020 年，中国红色旅游年接待人数要突破 15 亿人次。在红色旅游一片火热的情况下，1 月 11 日，途牛旅游网对外发布《2018 年度红色旅游消费报告》，结合红色旅游产品预订大数据，对 2018 年度红色旅游市场消费特征和用户消费习惯进行了总结分析。

“重走长征路”最热门 青少年出游比例持续提升

近年来，红色旅游已成为人们出游的重要选择之一。从 2018 年红色旅游消费情况看，上海、北京、南京、沈阳、广州、杭州、厦门、深圳、长沙、苏州等城市占据红色旅游客源地前十名，来自一二线城市的消费者依然占主流。



在行程安排和出游方式选择上，5 天左右的国内长线游以及 2 天左右的周边游较受游客欢迎。受各地景区门票价格调整的利好，游客自由行成本下降，通过高铁、自驾出游的人次比例呈上升趋势。同时，随着人们看世界半径的扩大，5 天以上的出境游也渐受游客关注。



在游客特征方面，红色旅游市场，60 岁以上的游客依旧占据较大比重，占比达 34%，他们希望借助红色旅游缅怀革命岁月、感受长征精神。同时，随着父母带孩子接受爱国主义教育的情况越来越多，青少年出游比例也在持续提升，较去年同比增长 7 个百分点，感受历史、感悟时代变迁成为他们出游的主要目的。



2018年红色旅游市场错峰游的趋势与往年相比更为明显，主要集中在9月、10月中下旬以及11月。其中，10月22日是长征胜利82周年纪念日，不少游客选择在金秋十月“重走长征路”，缅怀先烈、弘扬坚韧不拔的红军精神，四季度因此迎来了全年红色旅游的小高峰。



国内北京红色旅游最热 重点红色旅游景区人气爆棚

途牛旅游网监测数据显示，过去一年，北京、上海、浙江、湖南、福建、四川、陕西、江西、贵州、甘肃等地是游客喜爱的红色旅游目的地 TOP10。以北京为例，天安门广场、新文化运动纪念馆、中国国家博物馆，以及李大钊、宋庆龄等革命先驱纪念馆等红色旅游景区热度居高不下。



2018 年游客最喜爱的十大红色旅游景区有哪些？天安门广场、井冈山风景旅游区、中国人民抗日战争纪念馆、赤水风景名胜区、遵义会议会址、台儿庄大战纪念馆、延安纪念馆、西柏坡景区、周恩来纪念馆、沙家浜革命历史纪念馆人气高涨，这与中国十二个重点红色旅游景区，即湘赣闽红色旅游区、沪浙红色旅游区、左右江红色旅游区、黔北黔西红色旅游区、雪山草地红色旅游区、陕甘宁红色旅游区、东北红色旅游区、鲁苏皖红色旅游区、大别山红色旅游区、太行山红色旅游区、川陕渝红色旅游区、京



津冀红色旅游区有着较高的重合度。2018年也是周恩来诞辰120周年，在周恩来故里景区，周恩来纪念馆、周恩来故居、驸马巷、河下古镇迎来了比往年更多的游客。



随着全国红色旅游热潮的展开，红色旅游市场发展空间广阔。2018年2月，途牛在“主题游”频道正式开辟“红色旅游”版块，并上线“行暖九州 敬礼祖国”专题活动，旨在打造“红色旅游 文化季”，持续开拓红色旅游市场；在党的97周年华诞之际，途牛升级上线“红色旅游”频道页，开设“红色旅游景点推荐”、“国内跟团”、“周边跟团”、“自驾游”、“团队定制”、“主题定制”等版块，以更好地满足游客“红色旅游”需求。目前，除了跟团游、自由行等常规产品外，游客还可以通过途牛定制红色旅游产品，满足个性化出游需求。



出境红色旅游人气上升 俄罗斯旅游热度持续上涨

除了国内火热的红色旅游外，海外“红色旅游”近年来也逐渐受到游客关注，俄罗斯、英国、法国等目的地吸引了较多中国游客前往。



受 2018 年世界杯影响，俄罗斯旅游人气持续上升。观赛游之外，红场、克里姆林宫、圣彼得堡也吸引了大批游客前往。此外，列宁墓、列宁故居、斯大林地堡地下展览馆、斯莫尔尼历史纪念馆、列宁就读的喀山大学等红色旅游景点人气极高，途牛“俄罗斯莫斯科圣彼得堡 7 日或 9 日游”、“俄罗斯-莫斯科+圣彼得堡 9 日游”、“俄罗斯 8-9 日游”等产品常年热销。



【受世界杯影响,俄罗斯旅游人气持续上升】



俄罗斯热门红色旅游景点

红场

克里姆林宫

列宁故居

斯大林地堡地下展览馆

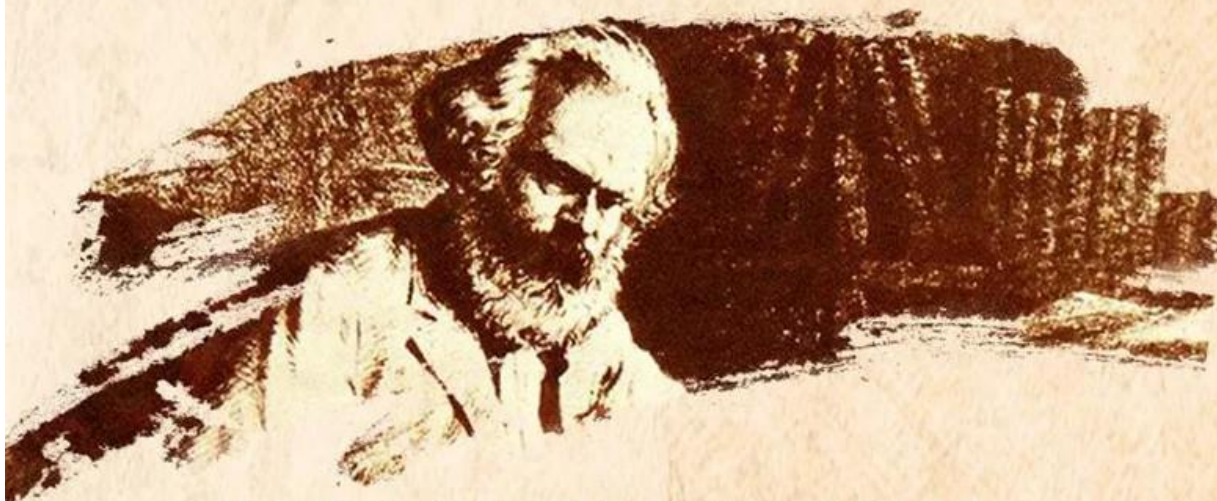
斯莫尔尼历史纪念馆

喀山大学

2018年是卡尔·马克思诞辰200周年,《共产党宣言》发表170周年,此前闭门修缮的马克思故居在5月5日马克思诞辰200周年纪念日重新开放,德国特里尔市更是用心筹划了为期5个半月的马克思主题展,德国红色旅游因此在去年得到了较多游客的青睐,“欧洲-德国+法国+瑞士+意大利11-12日游”等连线游线路以及“德国一地11-13日深度游”等线路热销。



|| 卡尔·马克思诞辰200周年 ||



特里尔市马克思故居、伦敦马克思故居、
马克思纪念图书馆、大英博物馆等地2018年吸引了大量游客

此外，在马克思的第二故乡——英国伦敦，马克思故居、马克思纪念图书馆、马克思撰写《资本论》并留下著名的“马克思脚印”的大英博物馆、马克思逝世时居住的梅特兰公园路41号旧居等地也有不少游客慕名前往。



行业要闻

整理编辑：何筱寒

1、巴黎民宿房东 2018 年被罚超过 210 万欧元

来源：中国新闻网

一些房东在法国巴黎市把自己拥有的多处房产当做旅游民宿违法出租，2018 年巴黎总共有 156 套民宿出租房受到司法程序追究，法院判处其中 118 处违法，罚金总额超过 210 万欧元。

2、韩国一酒店发生火灾致 1 死至少 19 伤

来源：韩联社

据消息报道韩国忠清南道天安市一酒店 14 日下午发生火灾，造成 1 人死亡，至少 19 人受伤。

3、咸宁龙潭水镇文旅项目签约

来源：执惠

据悉，签约的招商项目涵盖文化旅游、机械制造、农业科技等 10 多个领域，累计投资达 127.6 亿元。其中龙潭水镇文旅项目签约金额 45 亿，约占本次签约总投资的 35%。

4、泰国旅游局二度官宣

来源：每日旅游

泰国国家旅游局官方微博二度官宣：原截止日期到 1 月 13 日的落地签证免费政策，将确认延期至 2019 年 4 月 30 日。



5、2019 春节全国出游人次预计将超 4 亿

来源：人民网

综合几大在线旅游（OTA）平台的数据，预估今年春节长假全国出游人次将超 4 亿，出境游约 700 万人次，出境游覆盖范围包括 96 个国家、地区的 900 多个旅游目的地。

6、印尼政府投巨资支持开发民宿业

来源：人民日报

印尼旅游部长阿里耶夫·叶海亚提出，未来 5 年，印尼旅游业要向国内外吸引 500 万亿印尼盾（约合 2437 亿元人民币）的投资，用于开发新景区、修建民宿，改善旅游相关的基础设施。

7、总投资 25 亿元！太原双塔景区一期计划这么建

来源：太原晚报

双塔景区一期建设项目可行性研究报告日前获市发改委批复，双塔景区一期建设项目总投资估算 25 亿余元。双塔景区由永祚双塔寺和白云寺共同组成，规划面积相当于 4 个迎泽公园。

8、贵州出台入境旅游奖励办法

来源：贵州省文旅厅

贵州省文化和旅游厅印发《贵州省入境旅游奖励办法》和《贵州省入境旅游奖励申报细则》，将从省级财政旅游专项资金中安排资金，用于奖励境内外旅游企业，支持开拓贵州入境旅游客源市场。

9、北海道计划两年内实现中国大陆游客人数增长 150%

来源：澎湃新闻

北海道观光振兴机构海外活动宣传部副部长上田昌司透露，北海道计划在 2020 年实现赴北海道外国游客超过 500 万人次的目标，其中，针对中国大陆游客的目标是 150 万人次。

10、国内首家市内免税店有望今年落地北京



《酒店旅游信息采编》2019 年第 1 期下月刊 总第 131 期

来源：北京商报

今年，北京将积极推进国内首家市内免税店在朝阳区落地，主要面向来京的入境游客，从空间上进一步将机场免税店延伸至市区，价格与机场保持一致。



旅游消费降级？ 社科院报告称国内旅游消费深化不足

来源：21 世纪经济报道

1 月 9 日，由中国社会科学院财经院、中国社会科学院旅游研究中心与社会科学文献出版社发布的《旅游绿皮书：2018~2019 年中国旅游发展分析与预测》指出，目前中国经济正处于换挡期，经济增速下滑，旅游业消费放缓，国内旅游面临消费深化不足等问题，旅游业在面临多重机遇和挑战，亟待实现多层次结构性破题。

中国社科院中国社科院旅游研究中心主任宋瑞说，大家今年都在讨论消费是升级还是降级，是谁在降级，哪一部分在降级？这都要研究。

“在这种经济下行压力加大的背景下，消费肯定是作为拉动经济重要的方面，在这方面旅游也是备受关注。”宋瑞说。此前数据显示，2018 年国庆黄金周国内旅游人数增速放慢，创下多年来首次创下个位数增速，出现了相应的消费降级的声音。

经济换挡期旅游消费降速

目前，旅游消费增速的确在放慢。近期全国文化和旅游厅局长会议指出，2018 年国内旅游人数预计达 55.4 亿人次，收入约 5.13 万亿元，同比分别增长 10.76% 和 12.3%。这相比 2017 年，无论是旅游人次还是旅游收入增速，都在放慢。如 2017 年，国内旅游人数 50.01 亿人次，比上年同期增长 12.8%，其中国内旅游收入 4.57 万亿元，较上年同期增长 15.9%。

中国社会科学院旅游研究中心秘书长金准指出，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。在经济换挡期，旅游业同时面临机遇和挑战。



经济换挡期是旅游业从量到质发展的关键时期。一方面,国际经验显示,这一时期往往是旅游产业的稳速增效期,旅游消费成为生活必要消费,各项有利于旅游发展的改革和创新举措频繁推出;另一方面,旅游自身的转型与综合改革的问题缠绕在一起,可能出现旧有模式难以为继,而新的增长方式又一时难以建立的境况。

“因此在经济换挡期,旅游业可谓是挑战与机遇并存。”金准说。

金准分析,以前是经济的火车头带着旅游行业在走,旅游业是适度超前。宏观经济增长红利在消散后,在经济换挡期,经济增速下滑,受到财政收入和税收的减少会部分影响到政府主导行业的能力,以及居民收入的增速下降,需求受到限制,都对中国旅游业的发展产生影响。

具体表现在土地和资源方面,快速增长期,中国旅游业享受了低成本的资源获取和使用土地和资源的红利;人口上,随着人口增长放缓,旅游业充裕的劳动力供给正在消失。

21世纪经济报道记者了解到,因为经济增速降低,导致旅游消费降低的情况在日韩有过先例。如日本经济放慢后,国内过夜游人数年均增长从6.9%降至4.9%,入境游人次年均增长从11.7%调到9.8%、出境游人次增速37.8%降低到9.3%。

国内旅游消费深化不足

中国经济增速换挡后,国内旅游业可能面临严重的升级难题。

这包括,大量的居民愿意到海外旅游,但是对国内旅游满意度不高,因而减少国内旅游。

数据显示,目前中国居民出境旅游增长快,但入境旅游增速不高。



比如 2018 年入境旅游人数达 1.4 亿人次，同比增长 0.5%；中国公民出境旅游人数预计达 1.48 亿人次，同比增长 13.5%；此前 2017 年全年，入境旅游人数 1.39 亿人次，比上年同期增长 0.8%；中国公民出境旅游人数 1.31 亿人次，比上年同期增长 7.0%。

自从 2013 年我国提出“一带一路”倡议以来，中国游客出境加快，但是海外游客来华不多。如“一带一路”沿线国家赴中国旅游游客由 2013 年的 903 万人次，发展为 2017 年的 1064 万人次。但是中国出境到“一带一路”沿线国家的游客人次由 2013 年的 1549 万人次，增长到 2017 年的 2741 万人次，五年间增长了 77%，年均增速达 15.34%。

金准分析，中国旅游消费有深化不足的问题，表现在消费人群上，是中国旅游消费难以满足日益庞大的中产阶级乃至高净值人群的需求。一到节假日，大量的中产阶级蜂拥出境，形成极大的消费漏出。

金准建议，经济换挡期旅游业要依托改革与创新，构建中速环境中的“高深”产业，“高”是经济效益的高、包括效率、附加值、正外部性、满足需求程度等，在国际分工体系中占据上游；“深”是深入支撑经济、渗透融入改革、与科技、生态、文化融合。

上述报告也认为，中国旅游消费长期存在深化不足的问题。在消费内涵上，中国旅游业的文化附加值依然较低，没有建立起有深度的消费习惯。相比日韩欧美游客，中国旅游业仍有很大的差距。

在消费支出上，门票经济一枝独大，延伸性消费严重不足，产业链缺乏纵深。此外，消费目的地上，没有形成分工和梯度，高层次和国际化的消费目的地严重缺乏。

国家移民管理局 1 月 8 日通报，2018 年全国边检机关检查出入境人员达 6.5 亿人次，同比增长 9.9%。其中，中国公民出入境 5.6 亿人次，同比



《酒店旅游信息采编》2019 年第 1 期下月刊 总第 131 期

增长 12%，外国人出入境首次突破 9 千万人次。不过中国居民出境增长仍远高于入境增速。



浙江特色小镇以“亩均”论英雄 “优等生”可享差异化扶持

来源：浙江在线

近日，浙江发布了《浙江省级特色小镇“亩均效益”领跑者行动方案（2018-2022 年）（试行）》（以下简称《方案》）。该《方案》指出，从今年起除历史经典产业特色小镇外，省级命名小镇以及列入省级创建小镇满 3 年的特色小镇，将按照亩均税收、亩均产出、单位从业人员产出等 6 大项指标，进行年度评价，并每年发布一次“亩均效益”领跑者名单。

今年 50%以上省级特色小镇纳入“亩均”考核

“‘亩均论英雄’是浙江正在全面深化进行的一项经济改革，用‘亩均效益’对特色小镇经济效果进行精细化评价，不再以经济总量算笼统账，可以有效推动资源要素向优质高效的领域集中，契合当前追求高质量发展的要求。”浙江省发展和改革委员会公共政策研究室副主任杨博野表示，根据去年年初发布的《关于深化“亩均论英雄”改革的指导意见》，今年计划将 50%以上的省级特色小镇（不含历史经典产业小镇）纳入“亩均效益”的综合评价范围。同时，根据不同的产业特点，把参与评选的特色小镇，分为“提供实物产品”、“提供技术与金融服务”、“提供体验服务”三大类，开展评价排序。

据了解，综合评价由“亩均税收、亩均产出、单位从业人员产出、亩均有效投入、高端要素集聚度、单位能耗”6 项一级指标构成。指标合计 100 分，6 项一级指标分值分别为 25、20、15、15、10 和 15 分，评价基期年为评价小镇开展第一次评价的前一年。



记者发现，亩均有效投入和高端要素集聚度是特色小镇的两个“特色指标”。其中，亩均有效投入由亩均特色产业投资、企业软投入占主营业务收入比重2项二级指标构成，高端要素集聚度由人才密度、企均专利和名品拥有量2项二级指标构成。“考虑到特色小镇的规划建设是为了更好地集聚高端要素，加快推进产业集聚、产业创新和产业升级，形成新的经济增长点，这两项指标的提出可以更好地引导特色小镇对标先进、补齐短板，加强产业升级、功能优化和体制创新，加快‘亩均效益’提档升级。”杨博野告诉记者，预计特色小镇“亩均效益”领跑者行动实施一年后，被评价的省级特色小镇亩均产出、亩均税收、单位从业人员产出等指标提升7%左右。

30%“优等生”可享差异化扶持举措

学生考好有奖励，小镇领跑也有奖励吗？杨博野给出了肯定的答案：“每年有不超过评价总数30%的特色小镇被评为特色小镇领跑者，他们可以享受到差别化扶持举措。”譬如，浙江省正在推进建设特色小镇“政银对接服务平台”，今后入选“亩均效益”领跑者榜单的命名小镇和创建小镇，将享受优先政银对接、优先招商推荐等多项扶持举措，此外，在年度考核和验收命名工作中单列权重予以体现。

由浙江最早探索的特色小镇，已经走向全国成为“网红”。如今三年过去，浙江特色小镇的发展也来到了一个新的十字路口。去年，浙江省率先启动优胜劣汰机制，部分省级创建、培育的特色小镇遭到警告、降格甚至被淘汰，背后原因多样，主要表现在主打产业引进、扶持和招商等方面后劲不足，没有突出特色产业。而“亩均论英雄”此时则发挥了指挥棒的作用，正向激励特色小镇成为高质量发展的排头兵。“预计经过五年的领跑行动，省级特色小镇“亩均效益”将持续领跑全国，亩均产出年均提升5%左右，亩均税收、单位从业人员产出等指标年均提升6%左右，高端企业和人才等要素充分集聚，单位能耗显著减少。”杨博野这样说。



戴斌：做好文化和旅游融合新时代的理论研究和数据建设工作的几点思考

来源：中国旅游研究院 作者：戴斌

2018年12月20日，2019中国旅游研究院机构年会在昆明召开。戴斌院长出席年会并发表了题为“做好文化和旅游融合新时代的理论研究和数据建设工作的几点思考”的讲话。全文如下：

值此云南师范大学80周年华诞之际，请允许我代表中国旅游研究院和旅游学术共同体，向饶书记和全校师生致以热烈的祝贺！希望云南师范大学师生员工秉持“艰苦卓绝”的西南联大精神，在人才培养、科学研究和社会服务方面做出更大贡献，持续推进国家和地方旅游业发展。

云南“旅游革命”不只是云南自己的事情，也是全国都在关注的事情，其一举一动都会引起包括北京在内的各方面的关心关注。近半年启动史上最严厉的整顿以来，云南的旅游面貌发生了很大的变化。这次整顿不仅没有拖云南旅游的后腿，反而为云南旅游的发展割除了不应有的陈旧，焕发了新的生机。

借此机会，我想就“理论与数据建设”这个会议主题谈几点个人看法。

理论研究首先要明确为谁研究。改革开放40年来，伴随着中国旅游产业发展实践，理论建设、人才培养、学科范式、学术共同体都取得了令人自豪的成就。关于理论研究和产业实践的关系，应当说不存在谁领先谁，也不存在谁落后谁的问题，而是相互促进、共同成长。在文化旅游融合发展的新时代、新形势下，旅游研究要更加注重与实践的结合，特别是与产



业实践、行政实践和教学实践的有机结合。中国旅游研究院自成立那天起，重视学术研究，更重视产业研究。我经常和院内的研究人员说，做研究之前要先弄清楚三个问题：为什么要立这个题目？文章是写给谁看的？演讲是说给谁听的？这是旅游科研的基本立场、方法和价值观。大家都受过从学士到博士阶段完整的学术训练，确定选题时自觉不自觉地就会去做文献综述，却有意无意地忽略了理论应该从丰富多彩的社会实践、生产实践和教学实践中来，要回答实践中发现的问题，更要接受实践的检验。今天，我们的研究要牢记习近平总书记的教导，坚持把论文写在祖国大地上，写在旅游产业发展的实践中。

上周召开的2018旅游集团发展论坛上，文化和旅游部党组书记、部长雒树刚发表主旨讲话，充分肯定了中国旅游研究院在过去十年坚持的中国特色智库建设的模式，即“理论与实践相结合，理论来源于实践、理论接受实践检验”的道路。这不仅是对中国旅游研究院的肯定，也是对旅游学术共同体的期待和要求。只有从实践中来的、到实践中去，想人民之所想，急人民之所急的选题才可以做出大块文章。**事实上，无论从经济学、地理学，还是从历史学、社会学的角度来看，科学的选题往往都是要回应时代需要的。**我一直关注昆明分院主办和参与的系列活动，比如对中国—东盟旅游合作的研究，对澜湄合作机制(GMS)的研究，这样的选题就是云南旅游所需要的，也是国家旅游发展所需要的。你们新出版的云南红色旅游研究、自驾游研究等丛书，直面地方旅游发展的现实问题，尽最大努力提出解决方案，尽到了学者应尽的时代责任。饭店研究基地的团队办了一个《酒店学人》的微信公众号，发表的每一篇文章我都有看。相对于核心期刊的高头大章，这些文字也许只是“小块文章”，但是它吸引了大量的酒店从业人员的关注，并有广泛的传播。我看这样的文章就是好文章，这样的研究就是好的产业研究。学术共同体就是要坚持这样的价值取向，而不是总想着拿基金、发论文、做博导。在学者成长的初期当然需要这些，但是我们必须要有高度的历史自觉，特别是要回答为谁做研究这个原则问题。



明确了为谁做研究之后，接下来的问题是如何做研究？社会科学发展到今天，无论是研究方法还是研究工具，都已经很完善了，关键是学术共同体是否愿意并始终与实践主体，特别是产业实践在一起。如果不能发自内心地与产业实践主体在一起，就不可能知道他们所思、所想、所忧虑的事情。我经常说，在学术共同体与商业共同体的关系上，有时是服务，偶尔是引领，常常是同行。多年政策研究和智库建设实践告诉我，真正能够打动高层领导心坎的，反而是那些朴实的语言，是那些来自一线的数据和基层的信息。很多类似“一个中心、两个统筹、三个兼顾”这些文字本身就是领导讲出来，通过媒体宣传以形成社会共识的，不需要再变个法子说给他们听。在做研究的时候，如果没有想明白这个道理，就很可能追求面面俱到，而不是一针见血地指出问题并提出解决方案。学者总喜欢说这样有问题，那样也不行，而实践者需要的不仅是解释世界，而是改造世界。有些问题不是领导和实践者看不到，而是解决的时机或者解决的条件没有达到，只能放在一边。如果不是始终与行政主体和产业主体在一起，是不容易想明白更不容易接受这个道理的。希望我们的学者在做研究，特别是产业研究和政策研究的时候，一定要把理论和实践紧紧联系起来。我们做研究、写文章不是为了写给外国同行看，也不是仅仅为了发论文，而是要解决现实问题的。

明确了为谁做研究，如何做研究的问题后，**有了好的理论研究成果，又该如何表述是好呢？**我自己常被人问，作为一名政府智库负责人和理论工作者，有时会去写网络阅读量过百万的讲稿和科普文章，动机和目标是什么？事实上，我是有多个标签的学者，公开演讲是一个状态，写内参的是一种状态，向领导报告或者个别沟通时又是另外一种状态。比如在给上级写专业报告的时候，字数和标点符号都有一定之规，如何在规定的字数和规范的格式里把意思表达清楚，并不是件简单的事情。有次被问节假日旅游人次和收入的数据是怎么得来的，我能说等随机抽样、方差检验之类的专业名词吗？不能。真实的情况是，我只说了三句话，依法统计、大数据测算、专家组研判。在这种情况下，我没有办法说段子，也不必长篇大论地写论



文，这时候需要我们简明扼要的快速回应，快速判断他问这个问题是为什么。当然，这个前提是以信任为基础的。在新的历史时期，数据生产和信息报送也是一种权力，甚至是一种越来越大的权力，因为这些数据和信息会影响决策。既为公权力，务必慎重待之。

无论是在专业领域的学术报告，还是舆论场的公共表达，都要有理论基础和可靠的工具。每个人掌握的信息和数据是多元的，有时是相互冲突的。**如果没有理论基础、逻辑进程和价值理性，信息和数据就可能会被选择性发布，并可能误导决策。**从这个意义上说，哪怕是所谓量化的纯粹学术研究，也是有意识形态的。其次要有可靠的数据支撑。数据表达呢，千万不能搞成非常复杂的图形。对于关键的数据，当期绝对数、同比和环比增速、先行指标变动等，要像熟悉掌心的纹路一样随时掌握。千万不要别人一问，你马上就是查统计年鉴，这就不好了。数据采集要有稳定可靠的来源，要有交叉核验和科学研判，经得起别人的追问。按照古人“义理、考据、辞章”的说法，学术成果的表达还得有文彩。今天的学术成果传播的对象已经很多元了，既有经过学术训练的博士，也有高中毕业就参加革命工作的老同志；既有庙堂之高的一言九鼎者，也有江湖之远的风闻言事者；有文化人一言不合就读诗吟词，也有经济学者上来就是模型和数据。都是我们的听众，都得打交道啊！我们要学会面对多元诉求群体，进行学术成果的多样性表达。

关于数据建设，需要关注几个问题。**一是文化和旅游领域的统计基础建设。**就目前来看，文化的统计数据主要是供给侧为主，旅游的数据主要需求侧。从未来发展需求而言，面向需求的文化数据和面向供给的旅游数据都需要进一步加强。**二是数据采集渠道的建立问题。**现在高校和研究机构纷纷发建旅游智库、建大数据中心，我不反对，但不要老想着走捷径，得扎扎实实地把基础工作做好。大数据不能代替传统统计，也不能什么都搞成全样本数据。可以从微观层面入手，建立自主掌握的数据来源。如果我们的学者能像费孝通先生的《江村经济》那样，把一个村子旅游统计问



题搞清楚，把指标建立起来，再辅以公开的宏观数据，就能够把很多问题说清楚了。三是要做好数据的应用。包括但不限于文化效能评价、游客满意度评价、游客需求分析、自驾游、边境旅游等专项市场报告。只有把理论和数据应用到实践中，切实地指导实践才能不负时代不负旅。

没有理论自信就没有道路自信，没有数据基础就没有发展新动能。在文旅融合的过程中，我们会面临前所未有的历史机遇，也会面临前所未有的复杂形势。希望旅游学术共同体的同志们努力向文化系统学习，积极践行雒树刚部长代表文化和旅游部党组所提出的“宜融则融、能融尽融，以文促旅、以旅彰文”的工作思路，在新的一年里，努力做好新时期文化和旅游融合发展的理论研究和数据建设工作。



何操：2019 中国酒店投资要自我革新 回归理性

来源：中国饭店协会 · 《中国饭店》专栏

展望 2019

岁月不居，时节如流，转眼就到了 2019 年。为推动行业高质量发展，搭建优质交流平台，协会策划并推出“行业领袖新春展望 2019，携手高质量发展”专题。每天一位行业大咖，与您分享 2019 年行业新风向！今天与大家分享的嘉宾是中国饭店协会业主工作委员会理事长、上海裕际酒店管理咨询有限公司执行董事、中信银行独立董事何操先生，他将从酒店业主方面进行分享。

伴随着国内外经济形势的变化，特别是房地产业的政策调整、市场变化，中国酒店投资人开始真正关注酒店投资的合理性、资产运营效率的合理性、资产运营模式的合理性，这一变化趋势在 2018 年十分突出，在 2019 年将会继续延续并引导中国酒店投资理性回归和自我革新。

投资定位回归理性，对产品创新

中国酒店投资人发现过去一味地追求高大上、大而全的酒店是酒店资产运营效率低下的根本性问题，开始按照科学合理的开发逻辑和顺序，聘请专业的机构和团队，对酒店以投资回报为导向、以坪效为导向进行缜密的事前评估，并以严谨的可行性分析和当地市场特征为基础，判断酒店的定位和功能设施配置，开始不盲从酒店管理公司模版化、同质化的设施配置，甚至创新出了艺术酒店、亲子酒店、博物馆酒店等等，从合理投资和错位竞争上寻找出路。



对国际酒店管理公司和品牌的认识回归理性，对品牌和管理模式创新

国际酒店管理公司进入中国市场三十多年的时间，一直以纯管理的模式开展业务，一路突飞猛进，成为国际管理公司在美国以外的最大市场，品牌开始渗透到三四线甚至是县级城市，中国酒店投资人忽然发现这些国际管理公司在很多方面存在问题，效益不如本土酒店，特别是在餐饮方面，还一味地强势，打开门看看才发现，这些国际管理公司在国外都是以特许经营的模式开展业务，他们的优势在于品牌影响力、会员和渠道，而并不在直接管理，中国酒店人开始采取以下应对措施：

(1) 加强对国际酒店管理公司履行管理合同的结果、履行管理职责的能力进行专业、全面的评估，并用法律和合同赋予的权利追究管理公司的责任，2018年多家老牌国际酒店、多家有影响力的高端国际品牌酒店被摘牌，正是这一理性回归的结果。

(2) 大力推行国际上普遍采用的特许经营模式，既发挥国际品牌的优势，又能充分发挥业主作为资产所有者的责任心以及对本地市场的了解，这一尝试的结果是管理公司和业主取得双赢，最突出的案例就是希尔顿集团将希尔顿欢朋这一品牌与铂涛集团以特许经营的模式联合发展，在国内取得很好的发展，可以说这是国际酒店管理公司在中国真正以市场为导向发展品牌最成功的一个案例。从目前的趋势来看，国际酒店管理公司基本上已经放开三星及以下品牌的特许经营，对于四星和部分五星也有条件地开放。

对国际酒店业的重大并购事件的认识回归理性，用新的姿态和方式避免重大并购事件带来的负面影响

近年国际市场最大的酒店业并购案是万豪对喜达屋的并购，从2018年年初万豪将港澳台及西藏列为“国家”事件开始，这一年万豪暴露出种种问题，包括与原喜达屋旗下酒店缺乏沟通，管理公司与业主关系紧张；一味强调品牌标准而不管酒店的实际情况如何、开业多久，单方面要求原喜达



屋旗下酒店对系统、硬件进行各种升级，存在将并购成本转嫁给业主的嫌疑；会员系统合并后部分酒店因大量接待会员而影响平均房价、增加成本；到近期暴露的客人信息泄露等等，这都充分说明万豪并购喜达屋还并未结束，合并过程并不完全有序，甚至超越了万豪的可控范围，而可能产生的负面影响也还未完全释放，对此，中国酒店投资人史无前例地以公开、专业的态度对万豪并购喜达屋后的发展情况进行持续关注并与万豪进行对话，提出投资人的要求，在很大程度上对万豪提出了警示，规避了并购带来的负面作用，在此过程中中国饭店协会业主工作委员会也发挥了行业协会的作用，一方面及时向国家相关部门反映、报备相关情况，另一方面引导业主在冷静、客观、专业的态度下与万豪进行对话和沟通，积极组织、参与业主与万豪的对话和协调，提供包括法律、财务、运营等各方面专家的小组进行支持，并接受业主的授权承担相关具体协调工作，这些都是中国饭店协会为中国酒店投资的良性发展进行的开创性的有益尝试。

总体市场政策调整和市场格局给中国酒店业带来了阵痛，而恰恰是这一阵痛让中国酒店投资人回归理性、自我革新，酒店投资人应以更加开放、专业、市场化的心态探究恰当的经营模式；面对市场和管理模式及经营中的共性问题，要积极联合，共同解决共性问题；中国饭店协会也将会进一步为会员服务，推动行业变革，解决实际问题，促进行业健康发展，与政府有关部门沟通，争取指导和支持，建立行业标准和规范。我相信2019年中国酒店投资会继续沿着这一趋势更快、更好的发展。



首家“博物馆艺术酒店”兰欧开业 普通人的贵族生活时代悄然来临

来源：兰欧酒店

对于普通人来说，生活就是生活，艺术只是偶尔的点缀，没有多少人
有实力、有精力将生活过成艺术。

但在 2019 年全球化的今天，普通人的贵族生活时代已经悄然来临。随
着大英博物馆官方合作酒店——兰欧酒店的正式开业，让普通人也可以体
验“在艺术中醒来”的浪漫生活。



大英博物馆的大名，你不可能没听说过！

她是世界四大博物馆之一，是全球藏品规模最宏伟的综合性博物馆。
是来欧洲的必去景点。藏有 800 多万件藏品，浓缩了 200 万年人类文明的



精华，每年接待人数超过 600 万人次，拥有罗塞塔石碑、涅内伊德女神雕像等知名馆藏，同时“小黄鸭”“路易斯西洋棋”等一批知名 IP 也成为大英博物馆的网红新名片。

而与之合作的兰欧，是目前真正意义上的艺术与时尚为一体的艺术商旅酒店，尚美生活集团旗下的全新艺术商旅酒店品牌，她的定位是艺术、商旅、轻奢。其宗旨是给消费者提供个性、艺术和时尚的旅行居住新体验。



当世界第一文化中心与中国艺术+时尚特色酒店的结合，注定具有划时代意义。相比其他酒店具有 5 大特色：

特色一：将“馆藏珍品搬进”酒店，让住客“在艺术中醒来”

列夫·托尔斯泰曾说：艺术是生活的镜子。这句话，在这里得到最好的展现。

在酒店，有艺术中心，大英博物馆会将一些馆藏精品以 1:1 复刻的形式，在酒店内进行永久展示。住客可以随时欣赏来自全世界的艺术珍品，以及人类文明发展的文化精华。



走进房间，桌上的摆件可能是罗马时代留下来的宝石玻璃器皿，墙上的画是达芬奇时代的画作，早餐是正宗的英式早餐，随手使用的杯子，是跟欧洲贵族相同的刻有精致花纹咖啡杯。酒店通过多元化的呈现方式，让兰欧的内容与更多的艺术元素做到融合。

特色二：智能化居住体验，艺术与时尚并存

摆脱出门带房卡的束缚，真正做到智能化服务。设施全部采用智能化，灯光和音乐随着住客的到来随之开启，自动窗帘，人机交互设备随时为住客服务，叮咚的音响会随时跟人互动，艺术与时尚并存。



典雅大方的设计，欧式风格的简约装饰，时尚舒适的环境格局。弧形元素的空间造型随处可见，从天花到墙面造型再到活动家具都是弧形元素的延伸，给人以柔和的感觉。将艺术与时尚完美结合，在这里，不仅仅是住宿，更是一次震撼的视听盛宴。

特色三：“兰大使”新式管家服务，欧洲贵族般生活

酒店全面引入欧洲贵族式服务，为住客配备“兰大使”管家服务。

在这里，游客可以拥有一个欧洲“私人导游”，听兰大使讲述大英博物馆藏品的故事，了解欧洲历史和文化的起源发展，与TA进行24小时全天候的交流互动。贴心的兰大使会提供免费的衣服熨烫和擦鞋服务，更会跟私人管家一样，提供个性化的贴心服务。



特色四：四大特色主题 IP 客房，独一无二的旅居体验

酒店精心装饰了四大主题客房，尼罗河主题的“尼罗河的馈赠”主题房，希腊文化主题的“希腊盛典”主题房，以及“奇幻博物志”和“天使的轨迹”主题房，每一个主题客房都充满特色艺术氛围。真正做到足不出户，看遍欧洲美景。



特色五：特色下午茶，办公社交两不误

众所周知，酒店不仅是酒店，也是出差办公以及社交的场所。

酒店设置了兰创空间，包含联合办公区域，咖啡厅和书店，住客可以根据自己的需求，选择区域进行工作安排。

也可以邀约好友，享受惬意的下午茶时光。做到办公社交两不误。



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：2019 年第 1 期下月刊（总第 131 期）

投稿方式：yxxytsg@sina.com

联系电话：028-87979510