

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 135 期

4-1 期

2019.4.1



目录

业界动态.....	1
2018 中国游客出境游大数据.....	1
2019 年 2 月非标准住宿品牌发展报告.....	12
要闻精粹.....	21
行业要闻.....	21
城市移动出行应用会成为新的 OTA 吗?	30
田园综合体: 休闲农庄 2019 年的五大趋势.....	34
行家之音.....	36
外媒看中国 1:“春运”大潮中的中国旅游业.....	36
谁来当滴滴、京东裁员的接盘侠? 酒店能否“捡漏”成功? ...	39
走进全球酒店.....	44
Airbnb 全球十大特色民宿, 每一间都想睡!	44



2018 中国游客出境游大数据

来源：中国旅游研究院、携程旅游大数据联合实验室

“新一线”崛起，文化旅游走红

根据文化和旅游部 2018 年旅游市场基本情况，2018 年全年国内旅游人数 55.39 亿人次，比上年同期增长 10.8%；中国公民出境旅游人数 14972 万人次，比上年同期增长 14.7%。中国出境旅游热进一步升温，稳居世界出境旅游的第一位。他们是谁，来自哪里、去了哪些国家，花费多少、选择怎样的产品，体验如何？

中国旅游研究院、携程旅游大数据联合实验室联合发布了《2018 年中国游客出境游大数据报告》，双方专家团队基于携程 3 亿会员、线下 7000 多家门店，以及业内规模最大的跟团游、自由行订单数据，对出境游市场情况和游客预订消费行为进行了全面监测。



近 1.5 亿出境人次, 100 人里不足 5 人出国游, 出境旅游消费潜力巨大

中国旅游研究院院长戴斌认为，在过去的十年中，中国出境市场持续保持两位数，甚至百分之二十以上的增长，成为全球最大的出境旅游客源国和旅游消费支出国。出境旅游已经从少数人的享受进入了大众的日常生活；不只是美丽风景，



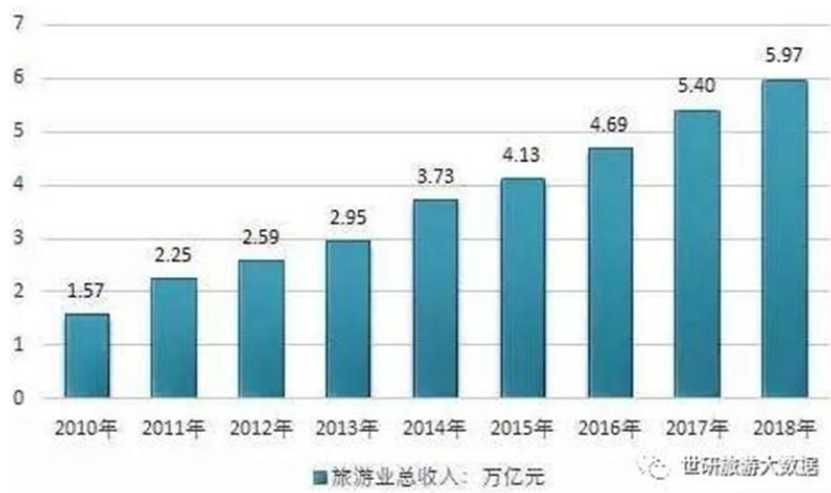
而且，美好生活和时尚感正在引领旅游的未来；定制旅游将进入市场成熟期，个性化的需求会进一步突显。对于已经到来的 2019 年和今后一个时期的中国出境旅游市场，总的看法是：两位数增长的市场繁荣可期，商业模式重构和产业格局重组可待。

携程出境游研究专家表示，2018 年，我国出境旅游进入了“消费升级”的阶段，旅游者增加支出购买更优质的旅游产品，从观光旅游转向深度体验享受海外目的地生活环境和服务。2018 年中国将继续蝉联全球最大出境游客源国这一位置，而且，也有望继续保持泰国、日本、中国香港、中国澳门、中国台湾、越南、新加坡、印尼、俄罗斯、柬埔寨、澳大利亚、菲律宾等国家及地区的第一大入境旅游客源地的地位。

国家移民管理局提供的数据显示，2002 年到 2017 年，中国公民普通护照签发量达 1.73 亿本，年均签发 1080 万本。持有护照的人口超过 10%。然而，除去前往港澳台的内地游客，2018 年约有 7125 万人次去海外国家旅游，这意味着，100 个内地居民中，不到 5 个出国旅游，海外旅游市场的潜力依然很大。

旅游收入增速超 10%，国人单次人均出境游消费 800 美元左右

文化和旅游部数据显示，2018 年实现旅游总收入 5.97 万亿元，同比增长 10.5%。初步测算，全年全国旅游业对 GDP 的综合贡献为 9.94 万亿元，占 GDP 总量的 11.04%。中国旅游研究院预计 2018 年将达 1200 亿美元的境外消费，人均单次境外旅游消费将达到约 800 美元（约 5400 元人民币），旅游业不仅正在成为拉动中国经济增长不可忽视的重要力量，也为全球经济增长注入了新的活力。携程出境游数据显示，2018 年通过携程旅游平台报名出境跟团游、自由行、定制游的人均花费为 5500 元，与去年同期近乎持平。随着居民收入平稳增长，消费能力逐渐提高，居民愿意花费更多成本在高品质的出游上。



交通运力、签证、节假日三大利好促进出境游增长

2018 年，居民对服务消费需求持续旺盛。随着旅游市场消费环境日趋改善和旅游产品多样性不断提高，旅游市场持续升温。在收入增长和旅游消费升级推动，以及签证、航班等便利因素影响下，我国出境旅游热度持续攀升。特别是二三线城市新增了大量国际航线和签证服务中心，出国越来越方便。随着“一带一路”建设的不断推进，我国公民出境旅游目的地国家不断增加。

数据显示，2018 年，有来自 200 多个国内主要城市的数百万旅游者，预订携程跟团游、自由行、定制游、邮轮、当地向导、当地玩乐等度假产品与业务，到达全球 157 个旅游目的地国家。我国大型旅游公司比如携程等也在日本、新加坡、美国、欧洲等地布局投资，以服务中国游客。携程旅游 2018 年预订数据显示，通过携程旅游平台在春节、五一、端午、国庆等节日期间报名出境跟团游、自由行、定制游、私家团、当地玩乐等产品的游客同比增长超四成。



“新一线”崛起，20大出境游客源城市出炉，遵义增长最高

上海、北京、广州是中国三大出境口岸，但“新一线”城市为出境旅游市场贡献了最大的新客群，他们的消费能力已经比肩一线城市。

根据携程百万级的出境自由行、跟团游的服务人数，报告发布“2018年前20大出境旅游出发城市”：上海、北京、广州、成都、重庆、南京、昆明、武汉、西安、杭州、深圳、天津、郑州、长沙、贵阳、济南、南昌、南京、合肥、青岛。



相比去年同期，上海、北京仍居前2位，广州上升1位，去年第12名的重庆上升到第5名。其他上升的城市还包括南京（第7到第6）、昆明（14名到7名）、西安（第10到第9）、郑州（第20到第13）。还有新晋20名的城市如贵阳、济南、南昌、青岛等。报告认为，进入前20名的城市中，除了一线城市，其他可以称为出境游市场的“新一线”，增长速度高、消费能力高，大部分城市每年的出境旅游人次都达到100-200万。



通过分析2018年各出发城市通过携程出境游人数的同比增量，报告还发布



了“2018 年出境游人数同比增长最多的出发城市 Top10”，分别是遵义、贵阳、南昌、昆明、重庆、义乌、济南、郑州、南宁、太原。报告认为，随着这些城市国际航班、签证中心的增加，市民不再需要去大城市办证和出发了。这些地区出境旅游将持续增长，也成为各大在线旅游公司布局的重点。

人均花费 5500 元，长春、温州、北京位列出境游消费力前三

哪些城市的市民平均花费最高？根据携程旅游订单数据，“上半年出境游消费力 20 大城市”分别是：长春、温州、北京、大连、沈阳、上海、哈尔滨、厦门、青岛、苏州、石家庄、太原、福州、深圳、广州、杭州、昆明、宁波、南京、天津。

长春以 6754 元位居第一，沈阳以 6556 元排名第二，北京以 6343 元紧随温州位居第三。一线城市上海、深圳、广州分别位列第 7、第 13、16 名。第 4 到第 20 名则基本上被二线、“新一线”城市占据，包括大连、哈尔滨、厦门、苏州等。江浙富裕城市、北方老牌工业城市、西部核心城市、沿海经济发达城市都进入出境游消费力榜单。

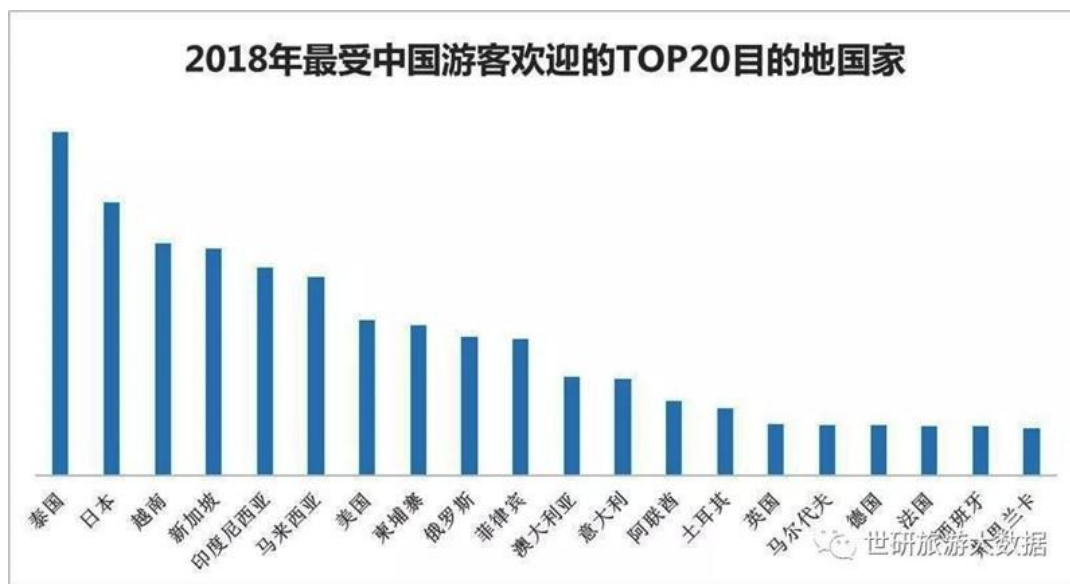
2018出境游“消费力”城市排行榜		
人数排名	出发城市	人均花费
TOP1	长春	6754
TOP2	沈阳	6556
TOP3	北京	6343
TOP4	温州	6314
TOP5	大连	6302
TOP6	哈尔滨	6288
TOP7	上海	6276
TOP8	厦门	6234
TOP9	苏州	6201
TOP10	青岛	6036
TOP11	石家庄	5832
TOP12	太原	5632
TOP13	深圳	5500
TOP14	福州	5432
TOP15	宁波	5410
TOP16	广州	5276
TOP17	杭州	5212
TOP18	成都	5208
TOP19	昆明	5100
TOP20	南京	5104



目的地人气排行榜：泰日最热，缅甸、黑山、南美国家成黑马

哪些海外目的地国家是竞争中国游客的赢家？

从相关目的地国家发布的数据，结合以携程在线跟团游、自由行的预订数据看，2018年，最受中国游客欢迎的20大目的地国家分别为：泰国、日本、越南、新加坡、印度尼西亚、马来西亚、美国、柬埔寨、俄罗斯、菲律宾、澳大利亚、意大利、阿联酋、土耳其、英国、马尔代夫、德国、法国、西班牙、斯里兰卡。



外币兑换数据也呈现这一趋势，携程外币兑换年度成交量前十的货币为日元、泰铢、美元、港币、欧元、马来西亚林吉特、韩元、新加坡元、越南盾以及印尼盾。

2018年，部分目的地成为出境游黑马，对我国游客的吸引力显著提升。根据携程网上跟团游、自由行的报名人数，报告发布了游客量增长快的十大“黑马”目的地，依次是：缅甸、黑山、塞尔维亚、老挝、阿根廷、西班牙、柬埔寨、墨西哥、巴西、捷克。直飞航线、签证利好、超低物价激发了游客前往缅甸的热情。2018年通过携程旅游平台报名前往黑山的跟团游、自由行游客同比增长239%。随着国家外交关系的发展和直航交通的便利，中国出境游客开始把目光转向了遥远南美洲的阿根廷、墨西哥、巴西等。携程数据显示，2018年阿根廷线路的人数增长了166%，中国旅游者不仅选择阿根廷与南美国家的连游，还热衷阿根廷+南极的极地旅游产品。



2018增长最快目的地国家TOP10		
TOP1	缅甸	257%
TOP2	黑山	239%
TOP3	塞尔维亚	218%
TOP4	老挝	207%
TOP5	阿根廷	166%
TOP6	西班牙	165%
TOP7	柬埔寨	155%
TOP8	墨西哥	148%
TOP9	巴西	129%
TOP10	捷克	101%

报告认为，中国大陆旅游者越来越倾向于去更便利、更安全稳定、更热情友好的目的地。

城市和海岛是中国游客出境游的两大主题。报告发布了 2018 年最受欢迎的十大出境游目的地城市：曼谷、香港、东京、大阪、台北、长崎、暹粒、吉隆坡、莫斯科、清迈。前十大海岛目的地是：普吉岛、芽庄、巴厘岛、冲绳、马尔代夫、长滩岛、甲米、苏梅岛、塞班岛、宿务。2018 年普吉岛继续保持最受中国游客欢迎的境外海岛。封闭长达半年的长滩岛在 2018 年 10 月 26 日重新开放之后人气持续升温，位列全年十大海岛目的地第 6 位。

90 后首超 70 后加入旅游主力军团，年轻人寻求个性化：私家团、定制游、向导翻倍增长

1.5 亿人次出境游客，这些人是谁？数据表明，女性比男性更爱走出国门。报告根据携程出境游订单的统计，2018 年出境旅游者中，52%是女性，48%是男性，女性比例高 4 个百分点。

与其财富、体力相匹配，80 后依然是出境游的中坚力量，80 后占比 29%。随着 90 后一代已经全部成年，90 后开始超越 70 后成为出游主力军，2018 年 90 后游客占比 18%，比 70 后高 1 个百分点。00 后以 13%的占比位居第四。年轻群体特别是 90 后、00 后流行“说走就走”，倾向在网上选择自由行产品，喜好自由组合航班、酒店获得优惠价格，预订周期越来越短，甚至在行程中预订门票、租车、一日游。“找个当地向导带着玩”成为新潮流，2018 年携程海外向导服务的订单增长超过 2 倍。



2018出境游客各年龄段占比



出境游，跟团还是自由行？携程出境游数据显示，报名跟团游与自由行的人数各占一半，在三四线城市，游客依然更热衷跟团游。以携程组织的出境游客为例，家庭亲子游、老年群体，还是以跟团游为主。半自助、私家团产品因为省心省力、自由度大，也获得很多人的青睐。2018 年报名携程出境私家团的游客同比增长翻两番。除了跟团游和自由行以外，定制旅行、通过旅游平台预订一位当地向导，成为中国游客新选择，2018 年携程定制出境游需求量增长达到 150%，人均花费 7800 元。报名当地向导的游客同比增长超过 200%。

境外博物馆卢浮宫最受欢迎，出境文化旅游开始走红

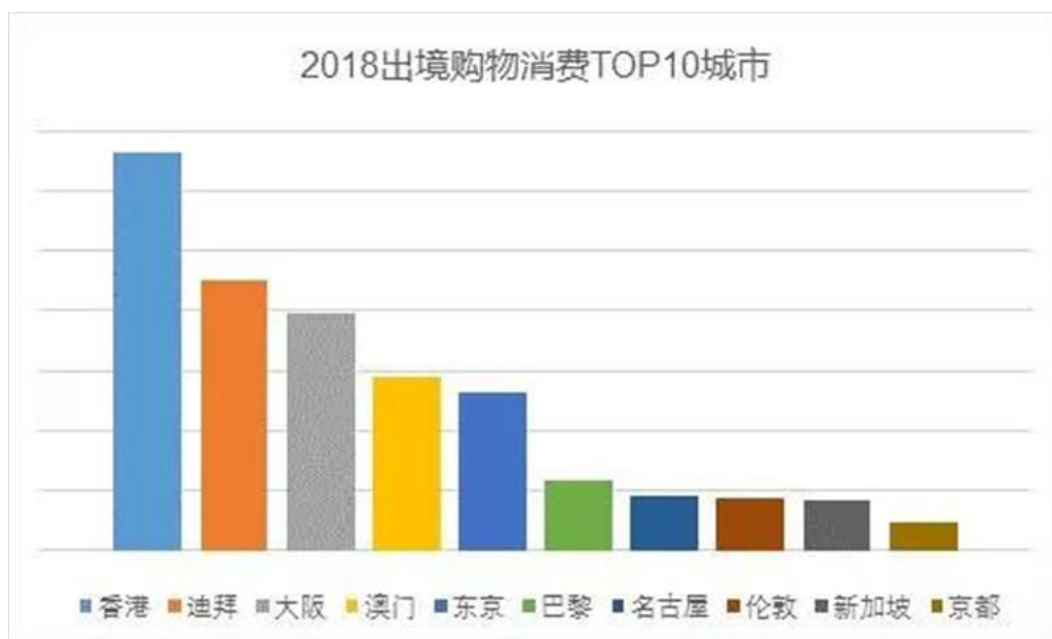
随着中国游客的不断成长，在文化上的需求正不断提高，2018 年博物馆旅游开始走红。根据携程全球玩乐平台的门票数据，卢浮宫、大都会艺术博物馆、中途岛号航空母舰博物馆、新加坡国家博物馆、吴哥国家博物馆、台湾海洋生物博物馆、普拉多博物馆、藤子·F·不二雄博物馆、奥赛博物馆、加州科学博物馆备受中国游客青睐，票价均在 160 元以内，性价比非常高。



2018年出境游十大热门博物馆		
排名	博物馆	成人参考价格
Top1	巴黎卢浮宫博物馆	152元
Top2	纽约大都会艺术博物馆	119元
Top3	中途岛号航空母舰博物馆	125元
Top4	新加坡国家博物馆	66元
Top5	吴哥国家博物馆	34元
Top6	台湾海洋生物博物馆	95元
Top7	马德里普拉多博物馆	115元
Top8	藤子·F·不二雄博物馆	56元
Top9	巴黎奥赛博物馆	115元
Top10	加州科学博物馆	20元

国人最青睐赴港、日旅游购物，旅行社提供购物优惠、增值服务

据携程全球购相关数据显示，从消费规模看，2018 年最受旅游者青睐的 TOP10 购物目的地排行榜分别为：中国香港、迪拜、大阪、中国澳门、东京、巴黎、名古屋、伦敦、新加坡和京都。香港排名第一，依旧成为首选的出境旅游购物目的地。日本是人气排名第一的出境购物目的地国家，在 TOP10 购物目的地中就有东京、大阪、名古屋三大城市上榜。



中国游客更加关注安全出游，旅游意外险同比增长 20%

旅行保险观念日益普及加上近来旅游风险事件多发，游客对旅游安全的关注



显著增强。在旅途中生病、受伤、难预防的恶劣天气、涉水活动风险、交通风险、野外和空中项目风险、盗抢风险等风险不断，旅游意外险已成为游客出行前需要重点考虑的元素之一。从实际出险概率（出险人次/购买保险人次）来看，境外游风险整体大于境内游，尤其是一些长线旅行目的地（如美国、加拿大、新西兰等国）以及海岛国家。

携程数据显示，2018 年出境游旅游意外险投保的游客人数的比例，比 2017 年增加近 20%。我国老年人口比例增加，也催生了老年旅游市场的火爆，据统计，2018 年携程跟团游用户中，60 岁以上的老年人数量增长超过 50%。



2019年2月非标住宿品牌发展报告

来源：迈点研究院 · 高满霞 ·

历经几年的爆发式增长，非标住宿已渐入洗牌期和整合期。2019年2月，非标住宿领域围绕着运营升级、经营业态和渠道联动进入更新换代发展。

一、非标住宿行业的洗牌期与整合期

历经几年的爆发式增长，非标住宿已渐入洗牌期和整合期。2019年2月，非标住宿领域围绕着运营升级、经营业态和渠道联动进入更新换代发展。第一，国内民宿业普遍面临着缺乏信用体系建设、难以保障安全性，小猪推出的人脸识别智能门锁，以杭州为范本，在提升民宿入住的安全性力度显著增强。第二，国内租约式民宿，面临着租金成本高、转让费高，以及房主涨价或者收回的风险，造成经营困难等问题，腾冲民宿大会推出近300亩40年产权建设用地+不改变土地性质的配套用地招商，新型的产权定制化模式在经营业态上发力明显。第三，途家已把旗下房源同步至同程艺龙平台，同程艺龙微信端则开放一级频道民宿入口，与途家联手打造微信生态下的民宿预订平台，并结合官网、移动版网站、小程序、客户端App、各分销平台等拓宽流量渠道。作为携程旗下生态，多方将不断优化用户预订和入住体验，发挥更多强强联合效应。



品牌/集团	类型	时间	消息动态
小猪	升级	2月1日	“刷脸入住”覆盖目的地，强化安全措施
腾冲	升级	2月1日	开启定制式产权民宿运营之路
不荒田园生态	融资	2月18日	获近千万元天使轮融资
途家	合作	2月28日	联手同程艺龙，打造微信生态预订平台

资料整理：迈点研究院

二、重点关注品牌案例

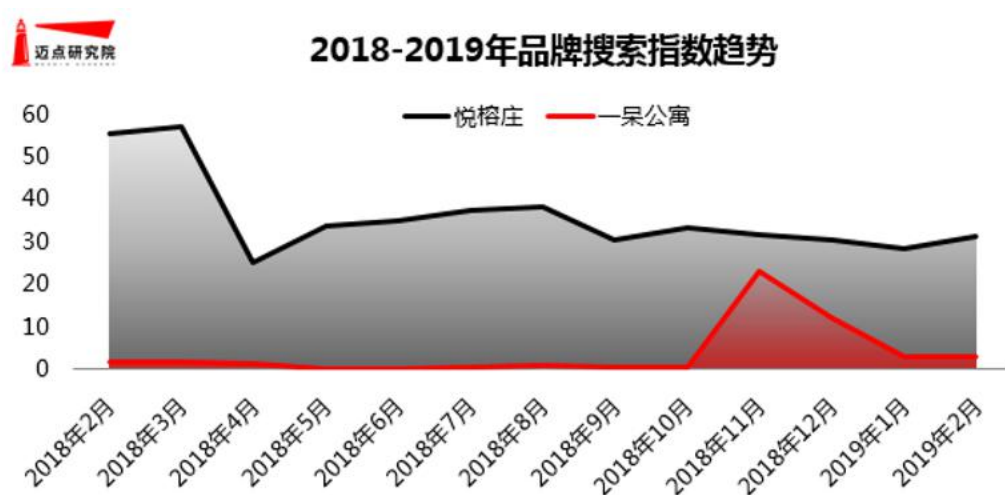
本部分将从潜在消费客群、实际消费客群、品牌运营以及媒体关注四个维度，选取每个细分维度上表现优秀或者增长迅速的精品酒店、客栈民宿和短租公寓品牌进行横向比较。每个被选取的品牌不仅在本月度各自细分维度表现良好，同时，在本月度整体排名上也保持上升。



迈点研究院认为,通过对被选取品牌的比较能够为报告使用者,在精品酒店、客栈民宿和短租公寓品牌细分维度表现差异以及同类型品牌领先者或高成长者整体表现方面提供参考信息。以此信息为基础,使用者能够在如何打造品牌影响力的决策上更好地锚定学习目标并制定更加有效的执行方案。

潜在用户关注-悦榕庄/一呆公寓

在反映潜在消费者关注度方面的搜索指数上悦榕庄与一呆公寓的搜索指数分别达到 31.15 和 3.18,环比增幅分别为 9.84%和 1.27%。迈点研究院希望通过分析两个品牌的潜在消费者关注内容,来解读目前整个非标住宿市场的潜在需求。



数据来源: 迈点研究院

悦榕庄品牌潜在客群



数据来源: 百度指数



一呆公寓品牌潜在客群



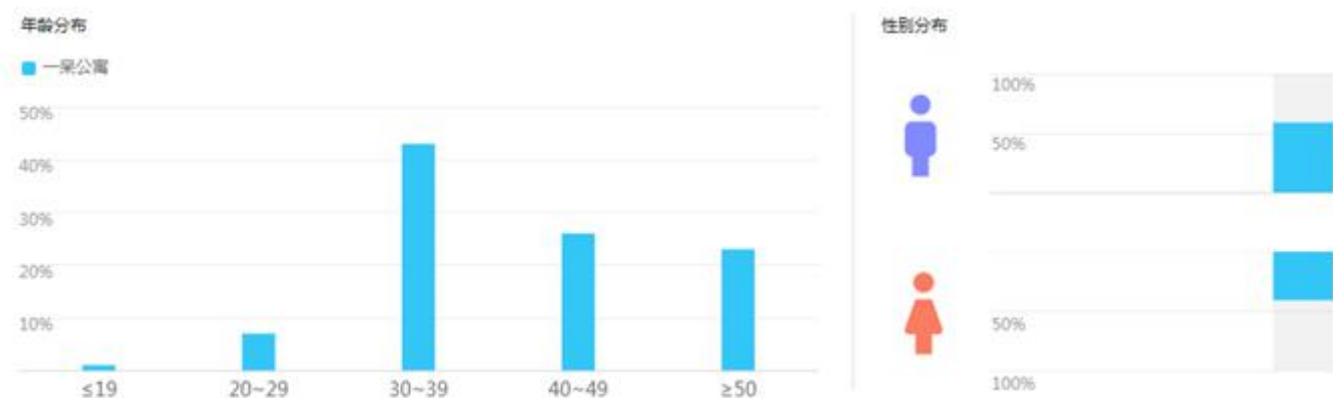
数据来源：百度指数

悦榕庄品牌潜在客群年龄与性别



图片来源：百度指数

一呆公寓品牌潜在客群年龄与性别



图片来源：百度指数

在搜索指数方面，悦榕庄的潜在客群关注度表现上整体高于一呆公寓。用户画像方面，从地域上来看，悦榕庄潜在客群集中于广东、上海、北京、江苏及浙江等经济发达地区，一呆公寓潜在客群除了广东和北京外，集中于云南、重庆等西南地区，两者地域属性偏好明显。从年龄及性别划分来看，悦榕庄潜在客群男

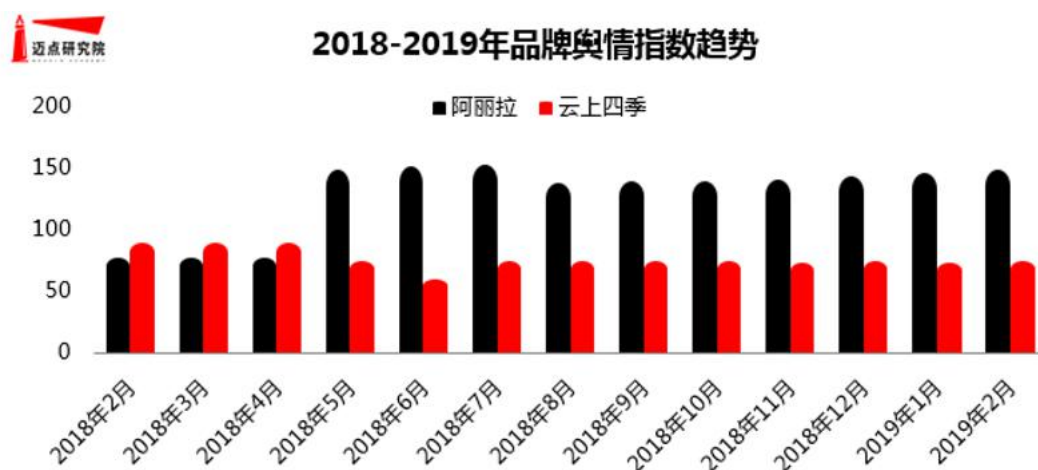


性占比约为 55%、30-49 岁占比超过 80%；一呆公寓潜在客群 30-49 岁占比约为 66%，女性占比 45%，两者的潜在客群都以男性中青年为主。

目前，悦榕庄已开业门店 14 家，选址于西南、华南以及华东等重点旅游城市，悦榕庄品牌定位于奢华、高端市场，以 35-45 岁，追求生活品质与私密体验的高端度假人士为目标客群。一呆公寓主要覆盖国内旅游城市的家庭旅游度假市场需求，已开业门店超过 20 家，其中广东省超过 5 家，这与其潜在客群的分布情况也很一致。

实际客群关注-阿丽拉/云上四季

除了潜在客群的关注，在反映实际客群消费方面的舆情指数上，本月表现突出的两个品牌是阿丽拉与云上四季，两者 2 月舆情指数分别为 149.38 和 74.32，环比上月分别提升 2.14%和 2.34%。



数据来源：迈点研究院

从舆情指数变动趋势来看，5 月以后，阿丽拉呈现小幅波动，云上四季则是在触顶之后呈现缓慢回落。目前，阿丽拉已开业门店 3 家，坐落在桐乡、安吉和阳朔，实际客群在 OTA 评论数量累计 6478 条，加权平均好评率 94.5%，用户基数偏低，忠诚度非常高。云上四季全国已开业门店 42 家，其中 17 家位于昆明，实际客群在 OTA 评论数量累计 235200 条，加权平均好评率 93.5%，呈现出用户基数和认同感双高的舆情氛围。

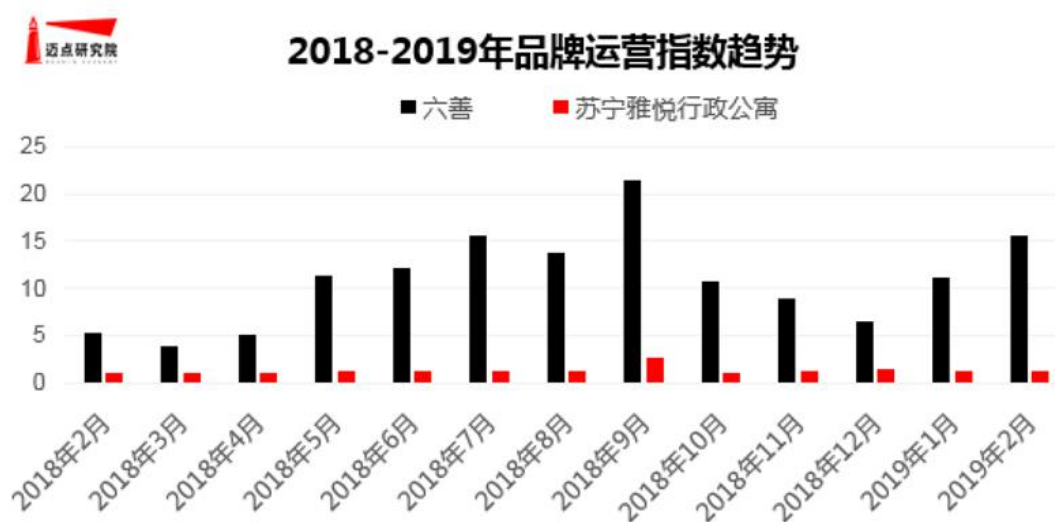
阿丽拉酒店定位客群以商务和休闲旅游游客为主，设计理念突出其清新自然，并融入自然环境中，目前虽然开店数量尚少，但独特的运营与服务理念显著提升了住客黏性和忠诚度；不同于精品酒店品牌专一的发展路线，云上四季作为



首旅如家酒店集团旗下的平价酒店品牌与民宿品牌，虽然收购于云南的快捷品牌，但目前已在全国各地展开扩张。专门的民宿品牌云上四季民宿，以加盟性质为主，发展方向更加多元化，从而为它们积累了一定的消费口碑优势。

运营突出-六善/苏宁雅悦行政公寓

就 2 月运营指数表现而言，六善与苏宁雅悦行政公寓的数据增长表现较为突出。本月六善的运营指数为 15.66，苏宁雅悦行政公寓达到 1.27，两者环比增长率分别为 39.95%和 7.63%。



数据来源：迈点研究院

六善以专注养生健康和选址位于风景秀美之处为特色，2 月加入了洲际酒店奢华品牌组合。六善微信有效发布内容容量 343 条，传播内容以新开业门店为主；微博粉丝数累计 13559 人，发布量 1882 条，转化率表现良好，运营效率较高；六善没有自身的 APP 平台用以引流，不利于自身获客渠道打造，总而言之，六善在社交媒体内容运营方面表现出色，而 APP 则是其运营短板。

苏宁雅悦行政公寓作为苏宁试水高端服务性公寓的首个项目品牌，定位为满足企业高管、外籍人士等需求的住宿需求，选址上着重选择位于核心区域地段。2 月微信有效发布内容容量 205 条，传播内容主要为运营服务；微博粉丝数累计 6497 人，微博发布量 118 条，2 月未有更新。2019 年以来，依靠集团持续的产品迭代升级，苏宁雅悦行政公寓的运营能力也在不断提升。

媒体关注-寒舍/花美时



媒体关注方面，寒舍与花美时的指数值上升明显。其中，寒舍媒体指数达到 21.68，环比上涨 19.98%；花美时媒体指数达到 24.06，环比上升 147.79%。



数据来源：迈点研究院

从被选取的两个非标住宿品牌媒体指数变化趋势来看，均呈现波浪式发展，特殊事件报道，带动媒体关注峰值出现，相应的，没有特殊事件出现，则呈现明显回落。

寒舍为寒舍文旅集团旗下品牌，溯源其母公司为四大资管集团之一的东方资产，拥有央企背景，旗下门店以北京山里寒舍为标杆，具有较大知名度，品牌住宿和餐饮方面的特色体验也收到客户喜爱。寒舍在媒体报道方面连续三月保持增长。2月，新春优惠活动、托管盈利均以被主动传播为主。

花美时隶属于尚美生活集团（原尚客优集团）客栈民宿品牌，致力于盘活各地闲置不动产。本月在媒体报道方面，主要发布在迈点新闻源及微信源平台。客栈民宿品牌由于追求为客群提供较高的性价比，在媒体投放方面投入较少，长期而言不利于品牌影响力的打造，适当的媒体投入有助于获得曝光量，加速客群引流。

三、2月非标住宿市场品牌影响力榜单

本月，迈点研究院最新独家发布的“2019年2月中国住宿业精品酒店/客栈民宿/短租公寓品牌影响力榜单”中，悦榕庄、书香府邸、安达仕、寒舍、御庭精品酒店、英迪格、花间堂、珺唐、六善和安缦等成为精品酒店品牌 TOP10；客栈民宿品牌前十名分别是久栖、开元颐居、登巴、花美时、邂逅时光、童话、自



如驿、东方客栈、三色云河和云山美地；短租公寓前十品牌分别是斯维登公寓、一呆公寓、寓米公寓、苏宁雅悦行政公寓、港润寓上公寓、拜登公寓、维福顿公寓、嘉美伦酒店公寓、四叶草公寓和喜运服务公寓。

榜单内共计 56 家精品酒店品牌、49 家客栈民宿品牌和 31 家短租公寓品牌。品牌影响力上，49.26%的品牌较上月环比上涨；分别来看，35.71%的精品酒店品牌环比上涨，46.94%的客栈民宿品牌环比上涨，77.42%的短租公寓品牌环比上涨。品牌排名上，38.24%的品牌环比上升；分别来看，35.71%的精品酒店品牌环比上升，56.06%的客栈民宿品牌环比上升，19.35%的短租公寓品牌环比上升。具体榜单如下：

2019 年 2 月精品酒店品牌影响力榜单							
排名	品牌名称	品牌指数	位次升降 (环比上月)	排名	品牌名称	品牌指数	位次升降 (环比上月)
1	悦榕庄	312.32	0	29	凯莱逸郡	147.49	3
2	书香府邸	256.03	0	30	隐庐	147.12	1
3	安达仕	228.39	1	31	雅阁璞邸	147.11	-4
4	寒舍	217.07	6	32	隐居	146.73	2
5	御庭精品酒店	209.8	2	33	朴宿	146.1	-4
6	英迪格	208.85	-1	34	THE DRAMA	144.05	2
7	花间堂	208.34	1	35	碧桂园假日	143.33	-14
8	珺唐	198.23	1	36	岭南五号	135.9	-1
9	六善	191.83	24	37	柏联	129.82	0
10	安缇	191.51	-7	38	雅途	128.78	8
11	涵碧楼	188.96	-5	39	太古	128.37	-1
12	开元观堂	188.03	2	40	涵月楼	125.02	0
13	木棉花	186.59	-2	41	松赞	122.54	0
14	托尼洛·兰博基尼	179.31	-2	42	安麓	121.6	-3
15	怡亨	173.83	1	43	悦苑	118.16	-1
16	悦椿	167.74	-1	44	帐篷客	113.91	-1
17	雷迪森庄园	165.12	0	45	安珀	100.75	-1
18	钓鱼台	162.77	-5	46	深航鹏雅	93.49	-1
19	皇家驿栈	160.49	0	47	逸廷	87.83	2
20	豪宜	159.62	0	48	德门仁里	86	-1
21	阿丽拉	156.41	3	49	庐境	84.32	-1
22	URC	155.59	1	50	阿若康巴	76.45	0
23	左右客	155.48	-1	51	仟那	74.43	0
24	诗莉莉	154.32	1	52	千里走单骑	73.16	0
25	凯世	153.77	1	53	零碳星球	72.87	0
26	裸心	153.03	-8	54	艾本	38.18	0
27	索菲特传奇	151.04	3	55	茂居	34.17	0
28	安缇缇度假酒店	150.28	0	56	H12	32.85	0



2019年2月客栈民宿品牌影响力榜单

排名	品牌名称	品牌指数	位次升降 (环比上月)	排名	品牌名称	品牌指数	位次升降 (环比上月)
1	久栖	196.33	0	26	花筑	107.5	-1
2	开元颐居	170.31	0	27	花语岸	105.45	1
3	登巴	160.18	1	28	真美度假连锁	100.76	1
4	花美时	159.83	5	29	无华艺宿	99.8	1
5	邂逅时光	151.07	0	30	MTB	99.58	12
6	童话	147.53	1	31	镇远镖局	96.16	0
7	自如驿	144.31	-4	32	心宿	92.37	-8
8	东方客栈	142.38	2	33	老馆	92.15	0
9	三色云河	139.9	2	34	驿雲	91.75	-2
10	云山美地	138.13	3	35	拾叁月	90.44	-1
11	万里路	133.46	4	36	宝龙客栈	88.38	-1
12	欢墅	131.7	2	37	等风	78.74	-1
13	阳光纳里	131.46	4	38	隽兰	76.28	0
14	大乐之野	131.12	-2	39	云上四季民宿	75.14	-2
15	游多多	129.52	1	40	隐漫	70.52	-1
16	芷宿	127.37	3	41	天天惦记	62.98	-1
17	罗望	127.31	1	42	梵舍	58.49	1
18	眷舍	125.3	2	43	稻家	57.24	3
19	原舍	122.43	3	44	花屿	55.65	1
20	听花堂	120.26	-12	45	缙山	41.1	2
21	猪栏酒吧	119.08	0	46	又一邨	39.53	2
22	凤梧	118.12	1	47	鹿驻	38.19	-6
23	橡树缘	111.6	4	48	墨邻阁	36.09	-4
24	宛若故里	110.49	2	49	壹品寒舍	35.71	0
25	亲的客栈	107.57	-19				



2019 年 2 月短租公寓品牌影响力榜单

排名	品牌名称	品牌指数	位次升降 (环比上月)	排名	品牌名称	品牌指数	位次升降 (环比上月)
1	斯维登公寓	247.46	0	17	2513 服务公寓	126.04	0
2	一呆公寓	184.17	0	18	温庭酒店公寓	123.11	0
3	寓米公寓	171.89	0	19	城市部落酒店公寓	122.13	0
4	苏宁雅悦行政公寓	155.18	1	20	蚁巢短租公寓	119.46	0
5	港润寓上公寓	154.33	4	21	臻逸家概念主题公寓	114.51	0
6	拜登公寓	154.31	-2	22	琨庭国际酒店公寓	109.26	0
7	维福顿公寓	152.54	0	23	锐思堡国际公寓	108.69	0
8	嘉美伦酒店公寓	151.14	2	24	泊客馨居公寓	101.86	0
9	四叶草公寓	150.05	-3	25	千宿度假公寓	95.84	1
10	喜运服务公寓	142.83	1	26	佳禾东方公寓	93.01	-1
11	再寓起公寓	142.31	-3	27	宝悦管家式服务公寓	77.38	2
12	英卓未来公寓	142.13	0	28	缤米 tatami 公寓	75.14	0
13	诺盟酒店公寓	138.08	0	29	臻爱逸家	71.54	-2
14	丽途国际公寓	129.3	0	30	相寓 INN 酒店式公寓	70.22	0
15	天天如家自助服务式公寓	127.8	0	31	臻语菲诺智能头等舱公寓	41.96	0
16	上寓酒店公寓	127.51	0				



行业要闻

整理编辑：马青

1、出入境：中国公民人均通关查验时间减少至 45 秒

来源：新华社

据了解，国家移民管理局自 2018 年 4 月 2 日挂牌成立以来，推出一批便民利民惠民新举措。2018 年移民和出入境管理工作实现“两增长两减少”：全年共检查出入境人员 6.51 亿人次，同比增长 9.9%；中国公民人均通关查验时间减少至 45 秒。审批签发各类出入境证件 1.5 亿张（本次），同比增长 11.1%；户籍地居民出入境证件审批签发由 10 个工作日减少至 7 个工作日。

国家移民管理局外国人管理司负责人陈斌介绍，一年来“放管服”改革成效主要体现在三方面：一是群众办证更加便捷。先后出台办理出入境证件“只跑一次”制度、内地居民可在全国范围内异地补（换）发出入境证件和办理出入境证件签发时限缩短到 7 个工作日等举措，有效解决了群众最关心、反映最强烈的“来回跑”“返乡跑”“负担大”等问题。

二是旅客通关更加顺畅。适应口岸大进大出、快进快出形势需要，自 2018 年 6 月 18 日起在全国陆海空口岸推出中国公民（含港澳台居民）出入境通关候检不超过 30 分钟改革措施。2018 年，中国公民人均查验时间减少至 45 秒，大型口岸高峰期旅客候检时间环比缩短 10 分钟。

三是服务发展更加有力。自 2018 年 5 月 1 日起在海南施行 59 国人员入境旅游免签政策，截至 2019 年 2 月 28 日，已有 30 余万名外国人免签赴海南旅游，同比增长 10.3%。全国 20 个城市、27 个口岸先后为 10.1 万人次外国人提供 72 小时、144 小时过境免签便利，同比增长 23.9%。2018 年 9 月 22 日、10 月 23 日先后在广深港高铁西九龙口岸、港珠澳大桥珠澳通道实施“一地两检”和“合作查验、一次放行”新型查验模式，得到了广大出入境旅客和社会各界的好评。目前，西九龙口岸日均通关 5.6 万人次，港珠澳大桥口岸日均通关 4.8 万人次。

2、南方航空：与美国航空开展常旅客全面合作



来源：中国南方航空官网

据南航官网消息，近日，南航与美国航空达成常旅客合作共识，自 2019 年 3 月 20 日（含）起，开展全网络的常旅客合作，在双方的全航线网络内为双方会员提供里程累积和免票兑换权益。

南航明珠会员可在美航每天飞往 350 多个目的地的 6700 个航班上累积南航里程并可使用南航里程在美航航班上兑换会员奖励机票。美航 AAdvantage 会员也可以在南航每天飞往 224 个目的地的 3000 多个航班上累积美航里程和使用美航里程在南航航班上兑换会员奖励机票。

此次南航与美航的常旅客合作，将为南航会员提供了更广阔的里程累积兑换机会，更舒心愉快的出行体验。

3、韩国 30 家旅店约 1600 名住客遭偷拍直播

来源：中国新闻网

据“中央社”报道，日前，韩国警方表示，大约有 1600 人在投宿韩国各地 10 个城市的约 30 家旅店时，遭到偷拍，而且，内容还在网络上进行直播，供付费的顾客观赏。目前，警方已逮捕 2 名男子，并正调查涉案的另外 2 个人。在投宿时，如何擦亮眼睛，辨别旅店的异样？

据报道，牵涉此案的小型旅馆通常被称为汽车旅馆或旅店。韩国国家警察厅发布声明说，偷拍摄影机藏在电视机的数字机顶盒、墙上的插座和吹风机支架等地，偷拍的影片会在上网播放。

韩国警方表示，这起案件牵涉 10 个城市 30 家旅馆的 42 个房间，没有迹象显示相关旅馆共谋犯案。

播放偷拍影片的网站有超过 4000 名会员，其中有 97 人支付 44.95 美元的月费，由去年 11 月到这个月，借此赚约 6000 美元。警方表示，以往破获过类似案件，但这是首次发现在网络直播偷拍影片。

据报道，韩国偷拍影片问题严重，2017 年警方接获报案的数量超过 6400 件，比 2012 年的 2400 件增加两倍多。去年首都首尔和其他城市有数以万计女性走上街头，抗议偷拍泛滥，要求政府采取行动。

4、新疆 35 个文旅项目获国家 3.46 亿元支持

来源：新疆日报



今年，新疆文化旅游基础设施建设项目获得中央预算内资金的支持力度创新高，达到 3.46 亿元。

据悉，此次落实的资金，主要用于支持自治区 35 个文化旅游项目建设。其中，国家文化和自然遗产保护利用设施建设项目 3 个，中央预算内投资 2400 万元；红色旅游项目 1 个，中央预算内资金 1222 万元；深度贫困地区旅游基础设施 31 个，中央预算内投资 3.1 亿元。

实施该批文化旅游项目，特别是深度贫困地区旅游基础设施项目，是推动自治区由旅游资源大区向旅游经济强区转变的重要措施，更是精准支持深度贫困地区脱贫攻坚的重大举措，将有利于发挥当地资源优势，通过发展旅游产业，在促进当地经济发展的同时，拓宽当地居民特别是贫困群体就业途径，促进脱贫致富和各民族交往交流交融。

预计该批项目的有效实施，将为当地居民提供就业岗位 2000 余个，带动 5000 余贫困人口脱贫增收。

5、牡丹江毁林违建私人庄园 责任人被刑拘

来源：界面新闻

据央广网 3 月 20 日晚最新报道，针对牡丹江国有林区存在大面积违建之事，牡丹江市政府相关负责人对记者表示，曹园的主人黑龙江曹园文化投资有限公司法定代表人曹波及其项目经理已经被刑事拘留。

另据中新网消息，这处名为曹园的私人建筑群，从 2005 年就开始建设，总投资上亿元，至今仍不对外开放。20 日，黑龙江省林业和草原局等 9 个省直部门组成的联合督查组到达牡丹江市开展督查工作，牡丹江市专项调查组已全面进驻“曹园”。“曹园”负责人曹某正在接受调查组调查。

此前据中国之声《新闻纵横》报道，有读者实名举报称，在森林资源丰富的黑龙江牡丹江市张广才岭国有林区里，有人毁林削山挖湖建私家庄园，却没有任何审批手续。牡丹江市国土部门曾三次作出拆除并罚款的行政处罚，最终都形同虚设，沦为“一纸空文”。

工商登记显示，曹园的开发商为黑龙江曹园文化投资有限公司，法定代表人为曹波，公司成立于 2006 年 6 月。该公司的经营范围为文化创意产业、旅游产业投资。界面新闻注意到，该公司注册了多个猛犸象谷类的商标。而据中新网记



者跟随调查组进驻曹园时看到，园内“曹园博物馆”内摆放着 20 余种野生动植物标本，其中包括猛犸象等一些珍贵化石。

公司官网资料显示，曹园位于黑龙江省牡丹江市的西北方，张广才岭的大森林中，距市区约 10 公里，总占地 2.3 平方公里。曹园始建于 2005 年，现已建成“三园一馆”，即园门园、文昌苑、峰墅苑、博物馆，初步具参观游览、修贤修学、休闲康体、餐饮住宿等功能。

黑龙江省文化和旅游厅官方网站 2015 年曾发布该项目招商引资信息显示，牡丹江市曹园文化旅游产业园总建设用地 616.5 亩，规划总建筑面积约为 45600 平方米，总投资约 12 亿，建设内容包括跑马场、温泉度假酒店、肃慎祖庙、阳光运动场等项目。项目建成后，年营业收入约为 1.83 亿元，年利润 8000 万元，投资回收期 15 年。

此事被曝光后，黑龙江省委省政府高度重视，严肃对待。据东北网报道，3 月 19 日，黑龙江省委书记张庆伟、省长王文涛召开了专题工作会议，部署调查工作。张庆伟批示要求黑龙江省委省政府成立督察组，推动牡丹江市开展调查，责令牡丹江市成立调查组，迅速查明事实真相，认定违法违规事实，严肃处理相关责任人，并及时向社会公布调查结果和处理意见。

央广网还透露，3 月 20 日，国家林草局驻黑龙江省森林资源监督专员办已经成立督察组赴现地开展督察，对破坏森林资源、非法占用使用林地等情况进行核实调查。

牡丹江市专项调查组副组长、牡丹江市副市长张维国表示，下一步，调查组将利用历年来的卫星图片资料进行比对分析，确认其违法占地、毁林、建设的具体面积、数量，依法依规、实事求是、尽快尽早地拿出调查结果和处理意见，向媒体和社会公布。

6、正式生效！迪士尼与 21 世纪福克斯宣布正式合并

来源：迪士尼中国

2019 年 3 月 20 日下午 12 点 02 分（美国东部时间 3 月 20 日凌晨 12 点 02 分），华特迪士尼公司对 21 世纪福克斯的收购正式生效，本次合并将为全球消费者带来前所未有的优质内容和杰出人才。

凭借 21 世纪福克斯的广泛业务和人物系列内容，迪士尼能够为全球消费者



提供更具吸引力的高品质内容和娱乐选择，满足不断增长的消费者需求，同时扩展其国际版图。

21 世纪福克斯在美国及欧亚地区的影响力，还将使迪士尼进一步扩大其提供直接服务消费者的娱乐产品能力，包括专门为体育迷们打造的 ESPN+ 和即将于 2019 年底推出的 Disney+ 流媒体视频点播服务。

此次收购包括 21 世纪福克斯电影制作业务，包括 20 世纪福克斯、福克斯探照灯影业、福克斯 2000、福克斯家族和福克斯动画。旗下拥有包括《X 战警》、《阿凡达》等热门电影系列。

福克斯电视创意业务，包括 20 世纪福克斯电视台，FX 制作和 Fox21。旗下拥有《辛普森一家》、《摩登家庭》等热门电视节目。

福克斯国际电视业务，包括 FX 有线电视台、国家地理频道、福克斯国际网络集团、印度 Star 电视台；以及福克斯在 Hulu、TataSky 和 EndemolShine Group 的股份，迪士尼和 21 世纪福克斯公司对美国在线流媒体服务商 Hulu 的所有权也将合并。

除此之外，迪士尼将剥离 21 世纪福克斯的区域体育网络。

早前，21 世纪福克斯完成了 21 世纪福克斯新闻、体育和广播业务的分拆，包括福克斯新闻频道、福克斯商业网、福克斯广播公司、福克斯体育、福克斯电视台集团和有线体育频道 FS1、FS2、FoxDeportes 及福克斯十大联盟网络，还有其余资产及负债，正式成为福克斯集团。

7、全国首个 5G 高校建成启用仪式在沪举行

来源：上海经信委

3 月 19 日上午，“全国首个 5G 高校建成启用暨 5G+人工智能应用联合创新实验室揭牌仪式”在上海工程技术大学举办。本次活动由上海市经信委、上海市教委、松江区人民政府作为指导单位，上海工程技术大学、中国联通上海分公司、诺基亚贝尔股份有限公司共同主办。市经信委副主任张建明出席会议并致辞。

张建明副主任表示，上海要强化新一代信息基础设施核心能力，充分发挥 5G 的网络支撑及应用赋能作用，对标最高标准最好水平，打响双千兆宽带城市品牌，打造 5G 网络建设先行区、5G 创新应用示范区和 5G 产业集聚高地。

首个 5G 高校的建成，标志着 5G 在教育领域的应用探索又迈出了关键的一步，



5G 将为师生们提供沉浸式体验教学、远程互动教学、虚拟操作培训等多种业务，为学校打造数字生态系统，为科研助力，支撑各类实验室发展。同时，未来也将进一步探索 5G 应用于提升学校管理效率，促进学校高质量发展。

政产学研用各方要进一步加强合作，加快技术研发、应用部署和产业推广的步伐。希望上海联通与上海工程技术大学依托联合创新实验室，联合诺基亚贝尔等相关企业，共同拓展新的业务领域，构建行业创新合作生态，共享社会发展机遇，在新媒体、智慧校园等更多应用领域开展全面的合作。

据悉，上海联通已在上海工程技术大学建成满足 3GPP NSA 架构的 3.5GHz 的 5G 室外宏站 5 个，在联合创新实验室部署了 5G 室内型微基站 1 个，实现校园、办公区、科研区、宿舍区的 5G 信号覆盖，使上海工程技术大学成为全国首个实现 5G 网络深度覆盖的高校。

同时，由上海联通、上海工程技术大学携手共建的“5G+人工智能应用联合创新实验室”正式投入使用，实验室围绕基于自主知识产权 AVS2 的 8K 视频编解码、数字版权保护、人工智能以及大数据等方面的技术应用需求，开展基于 5G 网络特性的行业应用研究合作。

8、浙江全面停止新增围填海项目审批

来源：新华社

根据近日印发的《浙江省贯彻落实国家海洋督察围填海专项督察意见整改方案》，浙江将严管严控新增围填海，除国家重大战略项目涉及围填海的按程序报批外，全面停止新增围填海项目审批，加强滨海湿地保护。

同时，浙江将全面开展围填海现状调查，按照生态优先、节约集约、分类施策、积极稳妥的原则，确定围填海历史遗留问题清单，制定处理方案；严格限制围填海用于房地产开发、低水平重复建设旅游休闲娱乐项目和污染海洋生态环境的项目。

浙江省政府表示，将根据国家海洋督察反馈意见，对四大类 86 项具体问题，逐一建档立案，明确目标、倒排进度、落实责任、限时销号，确保按照时间节点取得实质性成效。

浙江省政府明确，到 2020 年，确保全省大陆自然岸线保有率不低于 35%、海岛自然岸线保有率不低于 78%、海岸线整治修复长度不低于 300 公里、海洋生



态红线区面积不少于14084平方公里、海洋保护区面积不少于5000平方公里。

9、碧桂园联合佛山建投 34.5 亿元落子里水 将打造特色小镇

来源：观点地产网

3月19日，佛山市公开出让里水两宗商住地。据了解，最终两幅地块均由佛山市广佛里投资开发有限公司竞得，该公司为碧桂园（占股70%）及佛山建投置地有限公司（占股30%）的联合体。

其中，里水镇和顺幸福大道以北地块成交价21亿元，扣除配建计算楼面价约3757元/平方米（不计建安成本）。该地块占地面积20.86万平方米，总建面57.43万平方米，须配建约1.54万平方米。

而里水镇和顺幸福大道以南地块则以13.5亿元成交，扣除配建计算楼面价约4305元/平方米（不计建安成本）。该地块占地面积11.09万平方米，总建面32.16万平方米，须配建约8000平方米。

据了解，上述两宗地块是广佛里智慧慢城特色小镇的启动区，小镇聚焦“智慧科技、健康及生命医药”产业，将打造成为粤港澳大湾区生态智慧型、具有双创特色的产城融合示范区。

该小镇规划面积约为37.82公顷，该小镇须引入不少于一家世界500强企业和一家三甲医院，以及多家知名生物制药、医养类服务、智慧科技等企业。主导产业产值达60亿元，税收收入达6亿元；并培育10家以上的高新技术企业，并建成公共服务平台投入使用；及推进10个重点项目建设，完成投资52亿元等。

10、消费升级 旅游成为中国人消费榜第一名

来源：南方都市报

在迈向高质量发展的路上，消费连续五年成为经济增长的“主引擎”，“消费升级”也成为去年霸屏全年的热词。央视中国经济生活大调查数据显示，2019年，超过三分之一（38.65%）的中国百姓愿意为旅游花费更多，旅游连续5年领跑消费意愿榜单。

占据中国老百姓消费榜第一位的不是任何物质产品，而是旅游，说明“消费升级”正在悄然发生。以前的年轻人想去旅游，家长多少都会觉得浪费钱、太贪玩，现在，中老年旅行者已经越来越多了，甚至退休了的老人们由于有更多的时间，旅游消费比孩子们多一观念正在慢慢改变。而且，这种改变并不只在大城



市, 个人年收入12万-20万元的小镇青年, 也大多将旅游放在了消费意愿的第一位; 而三线城市对旅游有强烈消费意愿的人甚至比平均值更多, 达到了39.39%。

11、总投资27亿 两家万豪高端酒店落户斗门乡村

来源: 南方Plus · 林郁鸿 ·

作为国家级田园综合体试点创建项目, 岭南大地田园综合体以莲洲镇石龙村为核心区, 覆盖东湾及下栏村片区, 总面积一万七千多亩的山、水、田原生态资源, 项目以岭南文化为魂, 以富民为本, 以发展高端休闲农业为核心, 以文化和科技体验为脉络, 以绿色生态科创教育为载体, 以休闲养生度假为特色, 打造一个宜农、宜居、宜游的国家田园综合体示范项目, 集生产、生活、生态为一体, 开启一、二、三产业循环发展新模式。

项目总投资约27亿元。首期投资约10亿元, 包括花田喜地、岭南水街和中药养生文化园, 正在紧张有序施工建设中。

12、2019上海酒店式公寓新政策有哪些

来源: 太平洋家居网

如今, 很多楼盘都推出酒店式公寓, 公寓式住宅, 它相对于普通租房来说是比较豪华和舒适的, 而上海酒店式公寓更是比一般公寓豪华, 光听名字就感觉很高大上。

酒店式公寓的价格更低, 所以总价也会更低, 投资相对较灵活; 另外公寓内的范围分割也很灵便, 由于很多上海酒店式公寓在前期设计时就考虑以办公为主, 所以在空间分割上比一般的公寓更具有灵活性。那么对于2019年上海酒店式公寓新政策有哪些呢:

- 1、政策表明已建好但未出售的进行停止网签, 整体重改, 拆除原有的居住功能(厨房, 卫生间和夹层);
- 2、对于已售出未交房的这部分, 拆除居住功能;
- 3、对于已交房的需进行全面清查, 列入违规建筑的应当督促整改并拆除居住功能, 未整改的不能进行二手交易。

13、看好大湾区前景 国际知名酒店品牌“抢滩”珠海

来源: 新华网 · 魏蒙 ·

3月17日, 继多家国际知名酒店抢滩珠海后, 铂涛集团旗下的新品牌 ZMAX16



日在珠海开业。业内人士称,《粤港澳大湾区发展规划纲要》发布后,酒店业在这个海滨城市正在焕发“第二春”。

改革开放之初,珠海特区就已拥有星级酒店、宾馆73家,过万间客房。然而,前些年,这些曾经风光的珠海酒店一度变得“步履蹒跚”,酒店入住率低,服务质量也有待提升。

酒店,是旅游六要素中非常重要的一环。在认识到短板后,珠海市政府近年来采取了一系列积极举措,加快形成口岸城市、温泉度假娱乐和乡村度假三大旅游板块,重点打造一批旅游景点,为当地酒店业的新一轮发展提供了支撑。与此同时,横琴新区开发带来的商务客源以及珠海航展等重要会展活动带来的商务客源,成了珠海酒店业发展的新客源基础。

随着港珠澳大桥开通和横琴新区开发的不断深入,国际酒店巨头看到了珠海酒店业的新希望。喜来登、瑞吉来了,还有数个巨头正在赶往珠海的路上。

如今,粤港澳大湾区规划纲要的发布,让国内外知名酒店品牌更看好珠海市场前景。“我们坚信,随着港珠澳大桥的开通以及粤港澳大湾区的政策发布,珠海的旅游产业将迎来发展的新机遇。”ZMAX酒店CEO黄玄说。

老牌的珠海本地酒店品牌也正在凤凰涅槃,最具代表性的是已有35年历史的珠海度假村酒店。“透过大规模改造,珠海度假村新酒店将于今年重新开业,酒店综合性功能将进一步得到增强。”珠海度假村酒店董事长李增利说。

14、10%中干去职:腾讯掀起史上最大一轮管理干部裁撤

来源:36kr

数名消息人士证实,作为公司历史上第三次组织架构调整的后续动作之一,2018年12月内部员工大会后,腾讯开始裁撤一批中层干部(下简称“中干”)。腾讯中干主要包括助理总经理、副总经理、总经理级别,有时一些副总裁也被认为在中干范围内。整个腾讯大概有两百多名中干,此轮调整比例约为10%,有战略发展部的腾讯员工认为,实际甚至超过了这个比例。

然而,这么多中干离开腾讯,而且其中很多都是司龄十几年的老腾讯,“是腾讯历史上绝无仅有的”,一名CDG(企业发展事业群)的腾讯员工称。不过,这场悄无声息的人事调整几乎完全在水面之下进行,没有官方公告或声明,但时不时会有离职同事写的纪念文章在腾讯员工的朋友圈刷屏。



城市移动出行应用会成为新的 OTA 吗？

来源：迈点网

三年前，当 Mozio 就一项潜在的合作接洽 Uber 时，他们告诉我，他们认为任何形式的交通，甚至公共交通和火车，都是竞争关系。

当时，我认为这有点荒谬：除非 Uber 开始挖掘他们自己的隧道，并在地下运行火车。我认为接受这样一个事实才是明智的：交通最终将成为一个生态系统，由私人和公共实体以及许多公司组成。

Uber 于 2018 年 4 月在旧金山收购了 Jump，并整合了通过 Masabi 销售公共交通车票的业务，从而向共享单车领域扩张。这表明，新任首席执行官 Dara Khosrowshahi 正开始从他之前在 Expedia 的经历来审视 Uber 的宏大战略。

换句话说，将城市移动应用视为新的 OTA。

现在，我确信 Uber 向“平台”的发展是有限度的：例如，我不认为他们会在短期内将 Lyft 并排放入他们的应用程序中。我相信 Uber 将继续关注用户体验。

但这标志着，我们需要开始思考城市交通，以及它是如何与旅游业相交叉的。

OTA 模型

OTAs 目前为获取用户支付了过高的费用 (Booking.com 和 Expedia 每年在谷歌 AdWords 上花费数十亿美元)，然后将旅行的每一步都转化为现金。

航班通常是赔钱最多的，酒店是摇钱树，但随着旅游网站向旅行者旅途的每一步多元化发展，汽车租赁、旅游和活动、地面交通和保险等辅助收入机会都被出售了。

通过销售各种商品来实现收入最大化，使得这些品牌能够支付越来越高的单个点击成本，从而让它们的竞争处于不利地位，使竞争变得异常艰难。

几十年前，航空公司意识到，有必要对它们所创造的所有碎片进行分类，而 GDS 系统的创建或许是意识到，它们中没有一家拥有整个世界的航空旅行，因此，某种程度的合作是必要的。



我认为,随着分散化程度的提高,越来越多的资金投入这一领域,城市交通空间也将迎来类似的关键时刻。

移动出行正在发生什么?

在这场革命之初,有一种截然不同的观点认为,网络效应将催生出移动领域的一个总体赢家,它很可能是 Uber。

不过发生了几件事:

1、Uber 的网络效应是相对较弱的

原因之一在于乘坐两分钟而不是三分钟就能到达的车的回报在递减,归因于“多租户”网络效益概念,很少有人能够阻止司机同时所有平台上服务,这也就方便那些新区域竞争对手进入市场。

2、我们的移动市场变得更加分散

摩托车和自行车共享成为现实,而像 Via 等介于公共交通和 UberPool/Lyft 之间的服务证明了它们的生命力。

同样是在一个城市里,十年前你基本上有两个选择,出租车或公共交通;但现在你有一家公司或三个大约 8-10 种不同价位的出行方式选择,比如公共交通、共享单车、共享电动车、共享摩托车、全市范围内赞助停靠自行车。人们可以通过拼车、出租车、共享汽车等方面会面。

3、各城市纷纷采取措施,让自己变得更加碎片化

获准在旧金山运营的两家滑板车公司分别是 Scoot 和 Skip。Bird、Lime、Uber 和 Lyft 这四家资金最充足、知名度最高的公司都被拒绝了。

Lyft 收购了运营 Citibike 的 Motivate,目前垄断了纽约市。“请求宽恕,而不是许可”的理念是移动运营商在扩大拼车业务时所展现出来的,而这一次,他们采取了严厉的措施,开始在各个市场中寻找赢家。

所有这些都重新引起了人们对聚合的兴趣。公司应对这一挑战的主要方式有三种,但现在你开始看到它们都发生了冲突。

1、信息优先

像 Moovit、Waze、Transit App、Citymapper、GoogleMaps、Apple Maps、Here 和 Mapquest 这样的公交/导航/地图应用都采用了信息优先的方式,并且刚刚开始添加预订和预订功能。



谷歌地图整合 Uber 和 Lyft 是最突出的例子。但 CityMapper 在伦敦推出了自己的公交线路作为实验和公交卡;ransit App 的 Masabi 正作为公共交通一体化试点。Moovit 和 Waze 也尝试过拼车。

2、核心服务+扩张

Uber 和滴滴对无码头共享单车的整合,加上 Uber 公开表示的出售所有形式交通工具的意图,似乎是在承认,它们永远不会自己接管一座城市的整个交通网络。所以,如果他们不做一些聚合,其他人就会做,他们最终会处于弱势。不过,这些参与者主要将聚合视为增加核心服务使用的一种方式。

共享单车应用并不经常这样做,但 Lime 刚刚在西雅图推出了一项汽车共享服务,所以我认为,他们意识到自己要么需要成为目的地,要么变得商品化从而失去对客户控制,走上类似的道路,只是时间问题。

3、B2B 聚合

Mozio 是地面交通领域的中间层系统之一,但我们并不是唯一的。谷歌 Sidewalk 实验室最近推出了 Coord,它的使命是成为“城市交通的 API 层”。在这里,移动设备也有类似的野心,福特最近推出了移动云计算。成立于欧洲的 Trafi 与 Lyft 和柏林市政府合作。

这对旅游科技意味着什么呢?

我们认为,每一家 OTA 都应该考虑一个城市移动战略,以及如何将其庞大的客户群转化为拥有一家相邻企业的机会,因为这解决了每个旅游品牌都存在的一个核心问题:使用率不高。

Priceline 已经意识到,通过收购 OpenTable,他们的核心竞争力是整合分散的行业,将传统的航班、酒店和租车业务之外的线下业务搬上互联网。目前当地的交通市场并没有那么不同。

OTAs 不得不花这么多钱来重新获得已经使用过他们服务的客户,因为到下一个假期到来的时候,旅行者已经忘记了他们上次使用的是哪种服务。

不经常使用会妨碍建立忠诚。但如果你能让你的客户按月或按日而不是按年打开你的应用,想象一下这会对你的注册成本和品牌认可度产生什么影响。

我们认为,最聪明的 OTAs 会采取一种策略,将自己和自己的品牌越来越多地融入客户的日常生活,而本地交通是最明显的起点。



田园综合体：休闲农庄 2019 年的五大趋势

来源：迈点网·参见庄主·

你每投入的一个硬件，都会是一个软性的内容。

过去的东西可以翻篇，但未来的趋势必须瞭望。

1、庄园大规模亏损状况将得到缓解

休闲庄园不盈利者占据多数——这几乎是行业的共识。“多数不盈利”的主客观原因有很多，不过“行业配套不成熟”应该是最核心的因素之一。在任一成熟的领域里，每个环节都有成熟专业的配套公司。

比如地产，从报项目、设计、施工、传播、销售、物业等各个环节，都有相当成熟的专业公司为投资者提供服务。

但在休闲庄园行业，不仅跨界庄主进来两眼一抹黑，各个环节的配套机构同样是转行而来。大多数时候，别说给庄主提供帮助，不帮倒忙都已是道德楷模。新领域，再加上人才体系的不成熟，除了一些能把自己特长发挥的庄主外，多数投资者感觉困顿也就再正常不过。

值得欣喜的是，在刚过去的 2018 年，我们发现越来越多的专业服务机构，不管是硬件供应商，还是内容服务商纷纷涌现。虽然这中间不乏浑水摸鱼者，但更主流的，是在细分环节努力地贡献专业价值。

随着这些专业配套机构逐渐走向成熟，投资者也会逐步发挥资本和资源的优势，走向资源整合的平台化运营之路，最终呈现出一个健康的行业。

2、大而全与小而美将在未来几年并存

“市场细分”是当下一个很主流的理念，在这个理念下，很多人认为农庄就应该定位去做一些小而美的细分领域。也的确，现在不盈利的项目中，大型庄园占据了相当大的比例。不过当前的国情下，在一个地区拥有极强品牌号召力、渠道能力、社会资源整合力的项目，依旧还是那些大型庄园。

至少在最近几年，随着行业向前推进，这些企业的“头部效应”还会更加明显。



更值得关注的是，像前文所述，当行业的专业配套机构越来越多，越来越成熟，这些大型企业凭借规模优势、品牌优势、人才优势、渠道优势、社会资源优势，再辅以专业机构的助推力，会焕发新的生命力。

在2018年，我们已经发现不少这样的大型庄园，通过内容植入，通过平台化运营，逐渐找到了属于自己的方向。所以，未来几年的庄园领域，小而美的细分庄园会越来越精彩，大而全的庄园也会像苏醒的狮子，两者齐头并进。

3、由卖产品向卖“解决方案”转型

过去，当农庄谈到自己定位或者产品时，都会说我们是卖什么的、我们有什么项目。比如采摘、农家菜、垂钓、民宿、娱乐等等服务。但实际上，随着消费升级的演进，消费者不断由物质消费向精神消费转型，他们越来越说不清楚自己想吃什么，想玩什么。或者说，他们的目的是休闲。至于各种活动，只是工具。

越来越多的庄园也开始打破一二三产的边界、打破“产、文、教、闲、奢、情”的内容边界，探索提供套餐制的服务内容，并且取得了不错成绩。

未来我们相信，以休闲为目的的整体解决方案，会逐渐取代功能性消费体验。未来，农庄或许不再有产业之分，也不再有软硬件之分。你每投入的一个硬件，都会是一个软性的内容。

4、情感成本将取代硬件成本

过去，我们所有产品定价的准则，都基本围绕着“制造”和流通成本。但是在情感消费逐渐占据主流位置的时候，硬件成本，包括人工成本都是传统算法，都将逐渐淘汰。

比如，体验经济下的蔬菜定价，不再是各种种植成本、人工成本以及渠道成本，而是整体的情感定价。所以我们也就不奇怪，为何广州恒然四季农场的一斤生菜，现场教小孩子做成沙拉后，能产生150元的收入。

情感成本所延伸的是，现在我们购买一款产品时，往往不是我们的刚需，而就是因为喜欢。比如，我们购买一件衣服，很多时候不是我没有衣服穿了，而是这款衣服提供的审美符号和文化需求，我喜欢，所以我就买了。

5、抄袭的价值越来越小

潮流的传导从金子塔式向扁平化转型，也就意味着，盲目抄袭引进项目，已经远远不能满足农庄内容打造的需求。这也给我们提了个醒：我们必须具备独立



的原创能力。

当然，原创能力还不够，创新周期越来越短的现在，我们还必须具备原创迭代能力。这就又引出一个新问题：如何原创，如何建立个性的原创护城河？我们的唯一的答案是：深挖在地资源。

所以，新的一年，在地资源的挖掘和创生能力，将是一个庄园的核心竞争力。



外媒看中国 1: “春运”大潮中的中国旅游业

来源: 迈点网 • 王丹丹专栏 •

(迈点网讯 Ruby 编译) 每年的春运时期, 中国各地的机场、火车站和高速公路都会迎来客流量高峰, 数亿中国人会前往各地庆祝春节。猪年于 2 月 5 日正式开始, 但中国人会在为期 40 天的春运期间庆祝这一节日。今年的春运从 1 月 21 日持续到 3 月 1 日。政府预估, 在此期间, 将有超过 30 亿人次出行, 比 2018 年增长 0.6%, 其中火车出行增长 8.3%, 航空出行增长 12%。

然而, 旅游的增长并不局限于这一庆祝时期。中国人一年到头的旅游使中国成为世界上最大的出境游市场, 而且这个市场还在不断扩大。

大数据

中国出境游研究院(China Outbound Tourism Research Institute, COTRI)预测, 2019 年中国内地出境游人次将同比增长 11%, 达到 1.8 亿人次, 其中 49% 的出境游将在大中华区(香港、澳门和台湾)结束, 51% 的出境游将前往世界各地。

中航工业(COTRI)创始人兼董事 Wolfgang Georg Arlt 认为, 中国最近的经济放缓不会影响这些数字。“中国社会前 10% 的人, 都有护照。这些是富人。当他们把钱花在旅游上时, 他们没有使用自己的工资; 他们正在使用他们的财富——来自股票市场或买卖房地产的钱。因此, 经济衰退并不是真的让他们不可能花 5000 美元去旅行。对于那些只去香港旅游的不太富裕的人来说, 可能要谨慎一些。但如果你想在中国出人头地, 如果你想展示自己是一个重要人物, 你必须拥有一辆大汽车和一套公寓, 你必须有旅行经验。”

麦肯锡香港办事处副合伙人余杰基(Jackey Yu)表示, 尽管存在一些宏观经济问题, 但近年来推动旅游激增的因素将保持强劲。“中产阶级的崛起, 中央政府的政策鼓励旅游业作为提高中国人民生活质量的关键因素之一, 然后所有的基础设施都越来越成熟, 鼓励旅游活动。因此, 我认为供需双方都将得到支持。”

根据国际航空运输协会(IATA)2018 年 10 月发布的 20 年航空旅客预测, 到 2025 年, 中国将超过美国成为世界上最大的航空市场。



到2037年，中国航空市场将需要容纳16亿旅客，比现在多10亿。据中国民用航空局的一份报告显示，为了应对日益增长的客流量，到2020年，中国将新建74个民用机场，使总数达到260个。

铁路旅行也将继续增加。根据Phocuswright的《中国在线旅游概览》，中国高铁网络将从2017年的2.2万公里扩张到2020年的3万公里。

改变口味

中国人不仅旅行越来越多，而且旅行方式也越来越不同。

“以前，香港或澳门的购物之旅可能是行程的主要部分，但现在，更长期和更独特的体验正在升温，”余杰基说。

麦肯锡的《中国游客：破除神话》报告基于对2000名中国公民的调查。该报告指出：“当旅行者成功完成一次出境游后，他们通常会觉得有能力再去一次并且走得更远。在未来几年，我们预计澳大利亚、欧洲和美国等长途旅游目的地将从大中华地区的目的地那里夺取巨大的市场份额，最终将占到中国出境游市场的一半左右。”

当中国游客参观这些新地点时，他们的行为正在发生变化，他们越来越不重视购物和参观传统地标，却对独特的当地体验越来越感兴趣。麦肯锡的调查发现，61%的受访者在旅行时希望获得当地的体验。

“如果你想被你的朋友看到一些，他们认为你在做一些伟大的、壮观的、有趣的事情，那么就在埃菲尔铁塔前自拍。如果你住在农村，人们可能会对它印象深刻，但如果你住在城市，这就不再酷了。”Arlt表示，一线城市的人受教育程度更高，收入也更高，他们现在说“我想要的比大教堂或星巴克更有趣的东西”、“我想和当地人住在一起，我想要体验”。

但Arlt表示，旅游和活动供应商也需要明白，中国游客讲究准时。“他们希望像当地人一样生活、有真实的体验，但请把时间安排好，这样你就可以放心，(比如)下午3点狮子就会出现，而且这种体验不会超过两个小时。这就是矛盾：钱多时间少。”

品质也很关键。在麦肯锡的调查中，34%的受访者表示，在决定去哪里旅行时，美食是最重要的因素，这表明旅行社在推销旅游套餐时，应该把食物作为一个主要的吸引力。



社会影响

不管中国游客在度假期间在做什么，有一个统一的警告：所有东西都必须能立即在微信、微博、蚂蜂窝等社交平台上分享。

Arlt 表示：“中国人旅行很大程度上是为了告诉朋友。还有一种叫做‘共同存在’（co-presence）的东西，（意思是）他们会去吃午餐，拍下菜单，发给在上海的朋友，然后问‘我应该点什么？’或者一张漂亮皮夹克的照片‘你想让我给你买一件吗？’”

余杰基表示，旅游供应商为这一点提供便利是明智的，这不仅是为了让自己在中国游客中更受欢迎，也是为了挖掘用户创造的营销潜力。“我们看到一些酒店和目的地会给你提供专业摄影师，帮你拍一些照片，方便你通过社交媒体分享。”

另一方面，对社交媒体的依赖也意味着，全球旅游品牌需要积极管理自己的账户，鼓励人们关注它们，并迅速回应询问。“数字将影响整个客户的旅程，无论是在激励阶段、研究阶段还是购买阶段，”余杰基说。

当被问及是什么促使他们选择最近一次出国旅行的目的地时，麦肯锡调查中 57% 的受访者选择了家人和朋友。但这种灵感来自于数字化和面对面的交流。

余杰基指出：“他们通过社交媒体观察朋友和家人是如何出国的，旅行路线是什么，去了哪些国家。”

中国游客正在分析这些社交媒体帖子，不仅是为了获得总体灵感，也是为了找出那些已经采取措施满足他们需求的目的地和供应商，比如提供拖鞋和热水壶，接受支付宝、微信支付等数字钱包。

“他们会看人们在说什么，如果他们说出一家酒店的名字，说他们知道如何与中国人打交道，他们就会去那里。他们不会考虑 20 家（酒店）。”Arlt 表示，中国游客的自我意识增强了很多，他们知道自己是最大的客源市场，花的钱最多。他们要求世界旅游是根据他们的需求和行为来组织的。

作者：Mitra Sorrells



谁来当滴滴、京东裁员的接盘侠?酒店能否“捡漏”成功?

来源：迈点网 · 王丹丹专栏 ·

2 月尚未迎来暖阳普照的日子，3 月份的“倒春寒”倒是早早来了。

以滴滴、京东为代表的这波疯狂裁员，不禁让人打个寒颤——互联网冬天来了。

互联网公司大裁员

2 月 15 日，滴滴 CEO 程维在公司月度全员会上宣布，公司将做好过冬准备，2019 年会聚焦当前最重要的出行主业，继续加大安全和合规投入、提升效率，因此，将对非主业进行“关停并转”，对业务重组带来的岗位重叠和绩效不达标的员工进行减员，整体裁员比例占到全员的 15%，涉及 2000 人左右。

财联社 2 月 19 日讯，据内部知情人士透露，在上周末举行的京东集团开年大会上，京东选出 2019 年末位淘汰 10%的副总裁级别以上的高管。目前，京东这个级别的高管预估在几十到一百人左右。

2 月 19 日，有媒体爆料称，比特大陆完成一轮大规模裁员，裁员范围包括区块链、人工智能、芯片等多条业务线，人工智能业务是此轮裁员重灾区。同时，有消息爆出，比特大陆的两位联合创始人吴忌寒和詹克团也已经双双卸任 CEO，仅担任董事。对此，虽然比特大陆官方回应：外界传闻不实，系比特大陆视业务发展情况，进行的正常人员调整，未来，我们也一如既往欢迎各界人才的加盟。

关于这一波事件，各行各业的关注度都非常高，话题讨论面也非常广。有人在感慨互联网企业遭遇寒冬的生存危机，有人在反思人才在这个年代的生存危机。

在《滴滴裁员 2000 人启示：牛逼的人，都有铁饭碗》热文中指出，创业者在公司快死掉的时候，活下去是他唯一的目标，“干掉一部分不赚钱的业务+干掉一部分不赚钱的员工”，是他让公司活下去的手段，你也想活，他也想活，这时候就看谁说了算。并强调，你的项目不行，有可能不是真的不行，你换几个



人来，没准儿就起死回生了；你的员工不行，有可能不是真的不行，他换几个地方，找到适合自己发光的地方，可能会大放异彩。让每一颗种子，在对的土壤上茁壮成长。反之亦是。

另一方面，《滴滴裁员 2000 人上热搜：老板不要你，不是因为缺钱》戳心写道：“可是，你总会发现，老板哭哭啼啼劝你走的时候，穷得揭不开锅，转眼，大手笔招新人，就像这次滴滴，左手裁员 2000，右手再招 2500。老板不缺钱，只是不想花钱养你。”

这波寒流过境，每个人感冒的程度和看问题的角度，各有不同。

谁来捡漏？酒店能当接盘侠吗？

一面是大裁员，一面则是每年春节过后，总会有些行业开始“用工荒”。

笔者总结发现：同样是裁员，却也并不是完全因为这个人的问题，而是在企业的发展过程中，业务创新或者经营遭遇滑铁卢之后的无奈之举，这其中不乏优秀人才。笔者由此联想到，互联网应该是最容易接受前沿科技和思维创新的行业，而现在包括酒店、公寓和办公在内的商业空间运营都在谈转型——打破固有思维、升级创新，假如这些互联网行业人才涌入，是否更利于空间产业转型发展？

“这个对酒店好像也没有什么关系。”某酒店集团资深 HR 表示，互联网企业(裁员)很多是网络工程师或是一些行政人员。而包括酒店在内，很多传统服务行业，它是没有办法像互联网企业那样全去平台搭建，它的运营也更为复杂，其最关键的是面对面的对客服务。“说实话，酒店行业最缺的是基层的服务人员。一些最基层的、最低端的工作，越来越没有人愿意去做。这些是这些行业现在面临的现状。”

然而，笔者也同时发现，这波被裁掉的，不仅仅是基层员工，还有副总裁级别的高管。在越来越看重“生态”的酒店行业，这些互联网企业的 CIO、CTO 们应该可以发挥作用吧？

“从技术上来讲，CIO 的技术通性是相同的，一些通用的管理平台模式也基本接近，因此，CIO 具备一般的行业迁移可行性。但酒店行业具备相当的特殊性(与制造业相比)，业务的流程又具有国际标准特性(无法用 CIO 个人的生活经验和对业务的想象来替代)，因此，其他行业的 CIO 转移到酒店业或称大旅游业后，普遍有较明显的水土不服。其主要表现在：对业务流程、消费对象和行业标准陌



生、外行，容易用技术、系统来代替酒店的具体业务，关注架构，忽视细节；用其他行业的经验代替酒店业多年形成的成熟模式；用硬件、设备抵充管理系统的功能的不足，对酒店业信息系统的投资缺乏成功的把握度。”现任中国酒店科技联盟(CHTA)首席营运官、郑州大学SIAS信息学院院长，曾担任过锦江酒店CIO的张兴国认为，大多数其他行业的CIO转移到规范性、国际化较强的高端酒店集团成功的较少，而转移到连锁性明显、业务创新度较大的经济型酒店、主题酒店等反而长袖善舞。

张兴国同时指出，酒店业本身在发展过程中，特别是当前酒店客人主体年龄年轻化，新的消费行为正在形成过程中，新的技术和产品也日益涌进酒店行业，在这样的大背景下，互联网人才进入酒店行业，总体上是有利于这个行业发展的，也是有利于互联网人才施展才华的。“关键是要把互联网的精髓和酒店行业的特性和创新有机结合起来，才能创造出符合市场需要和趋势的酒店最佳实践。”

早前，希尔顿大中华区及蒙古总裁钱进在接受迈点网专访时表示，酒店行业的人才问题在于服务人才缺乏、服务难做，“跨界不能说把外面的人才拿过来就直接当中层，这样只会导致底层越来越糟——他看不到自己的发展空间。”

在笔者看来，随着互联网技术的进一步发展，以及产业融合的趋势越来越明显，跨行业的人才流动只会越来越频繁，况且，未来所有的行业发展都将最终聚焦在“用户体验”这个关键词上。互联网人才肯定会被以酒店为代表的传统服务行业所接纳和重用。

而这之前，彼此需要的是磨合和时间的问题。

互联网公司值得被挖掘学习的操作

在这波裁员操作中，同时还被挖出来的且被广泛讨论的还有：互联网公司普遍采用的是末位淘汰制，京东的高管工资、年终奖等问题；与此同时，有滴滴员工在脉脉上爆料称，原来大家都怕被裁，但在得知裁员补偿方案之后，大家都希望自己“中奖”，滴滴内部甚至开始疯抢被裁员的资格，有被裁员的员工还声称被裁出了“幸福感”……



京东管理层薪酬等级

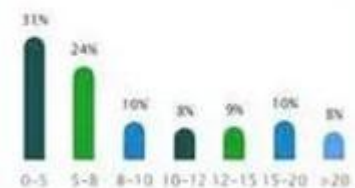
序列层级	职衔	对应T序	薪资区间
M5	CXO		
M5	VP		
M4-3	高级总监		
M4-2	总监	T5	40-50k
M4-1	副总经理	T5	35-45k
M3	高级经理	T4-2	30-40K
M2-2	经理	T4-1	25-35K
M2-2	副经理	T3-2	20K-30K
M1	主管	T3-1	15-25K

京东技术层薪酬等级

序列层级	职衔	对应T序	薪资区间（技术）
T5-3	专家3	总监/副总监	35-50K
T5-2	专家2	总监/副总监	35-50K
T5-1	专家1	总监/副总监	35-50K
T4-2	资深2	高级经理	30-40K
T4-1	资深1	经理	25-35K
T3-2	高级2	副经理	20-30K
T3-1	高级1	主管	15-25K
T2-2	中级2		10-20K
T2-1	中级1		5-15K
T1-2	初级2		5-10K
T1-1	初级1		0-8K

数据来源京东的年度财务报告及公开资料的大数据分析

工资概况



工资分布图 (%)

数据来源：当前发布的招聘职位入职薪酬分析结果

薪酬策略主要解决了以下核心问题：

1. 明确差异化薪酬定位，设定不同业务/岗位的薪酬竞争力定位；
2. 建立多元化固薪结构，引入固变比，设计城市系数，平衡区域间差异；
3. 优化核心价值链岗位（采购、运营、研发人员）的薪酬激励方案；
4. 引入全员绩效管理 and 组织绩效管理机制，体现价值贡献差异，强化绩效激励导向；
5. 推出组合激励工具，管控激励总额，逐步提升激励机制规范性。



<div>  全球上市酒店集团CEO2017工资一览表 </div>							
	酒店	职位	名字	2017年	2016年	员工平均工资	CEO工资比率
1	永利度假村	总裁兼CEO	Stephen Wynn	3450万	2800万	44437	777倍
2	拉斯维加斯金沙	董事长兼CEO	Sheldon Adelson	2600万	1270万	34908	747倍
3	凯撒娱乐	总裁兼CEO	Mark Frissora	2400万	950万	39870	601倍
4	希尔顿	总裁兼CEO	Christopher Nassetta	1880万	1100万	33168	325倍
5	精选国际	前总裁兼CEO	Stephen Joyce	1580万	600万	76523	207倍
6	温德姆环球	总裁兼CEO	Stephen P. Holmes	1500万	1050万	37934	398倍
7	美高梅度假村	董事长兼CEO	James J. Murren	1460万	1660万	36785	396倍
8	万豪国际	总裁兼CEO	Arne Sorenson	1330万	1230万	33697	395倍
9	凯悦酒店	总裁兼CEO	Mark Hoplamazian	1000万	1070万	33121	298倍
10	温德姆酒店	总裁兼CEO	Geoffrey Ballotti	488万	460万	37934	129倍
11	精选酒店	总裁兼CEO	Patrick Pacious	400万	480万	76523	52倍
12	洲际酒店	前总裁兼CEO	Richard Solomons	300万	500万	N/A	N/A
13	洲际酒店	总裁兼CEO	Keith Barr	290万	N/A	N/A	N/A
14	雅高酒店	总裁兼CEO	Sebastien Bazin	190万	300万	N/A	N/A



互联网和酒店行业薪酬对比



(数据来源于互联网，仅供参考，不做结论性结果的论据)

虽然，互联网行业加班成常态，很多企业的办公大楼都成为“XX 城市凌晨几点”的代言人。但是，高薪、高年终奖、福利、上升空间、发展机会等等，让很多年轻人都投奔到互联网行业中去。对比酒店和互联网行业的薪酬情况，曾有业内人士指出，就高管层面来看，酒店行业已经超过了很多行业的水平，但是，基层相对来讲就较低了。酒店行业要不要去提供更具备竞争力的薪资水平去跟互联网行业抢人才呢？或者，要不要去高薪养人呢？

“大家有不同的吸引力吧。这个行业有我们行业的吸引点，没有吸引点，他们肯定是不过来的。”某国际酒店集团 HR 高管曾对迈点网记者表示，互联网公司也并不是全部都是高薪，实际上，他们很多是给你期权、股票或者其他的激励方式，这些东西也不是你立刻就能拿得到回报的类似于现金这样的奖励形式。因为，你需要一段时间的服务——根据它不同的合同条款。薪酬肯定是要有市场竞争力的，对各个级别来讲都是一样的。“只不过，对于重点的高科技人才来说，我们这个公司能够给他提供的平台、工作的适应程度、发挥的空间，加上他其它的这个条件，肯定是能满足他个人需求的。所以，我觉得这个，你不用担心。这个供需是双向的选择。”

简单来讲，就是“高薪+N”的模式，这个 N 可以是更多的激励方式、福利、办公环境等等。比如说，与那些被当成景点参观的互联网企业办公大楼/空间，酒店员工办公室大多还位于地下室。





由于不同行业的特点与局限，行业在人才薪酬福利体系方面会有着很大的差异性。但是，无论哪个行业，企业发展都始终要以“人”为本。

滴滴裁员之所以被裁出幸福感，在某种程度上，也是企业关注到了员工裁员之后的可能会面临着种种问题，提前给予其保障性策略。当然，你也可以将其理解为“为了更顺利地裁员”。

现实中，有些企业，员工在离职之后，对曾经工作过的企业怨声载道，更有甚者，跑到社交平台去爆料前公司的“黑料”。反过来，再看滴滴裁员补贴的正面效应：试想，连“被裁员”都能有了幸福感，外围的求职者该有多想进入这家公司？那些“被裁员”未来在老东家需要的时候，重新投入其回报的可能性有多大？

从员工出发——服务好你的员工，他才能更好的服务于你的企业和客人。这是酒店行业早有的共识。你的企业做到了哪一个 level？



走进全球酒店

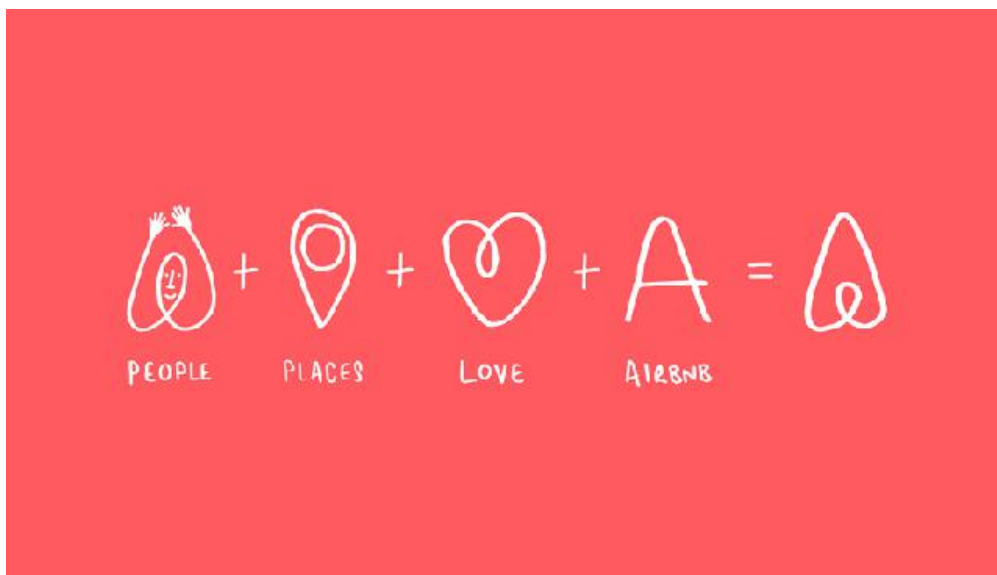
Airbnb 全球十大特色民宿，每一间都想睡！

来源：gaosn

我们都喜欢来一场说走就走的旅行，出门在外总是少不了住宿的问题，能在旅行中选择一个好的住宿也是很重要的，时下，人们不再只有酒店旅馆这般千篇一律的选择，众多民宿的开放给了人们更加宽广的选择空间。说到民宿，有一个网站不得不提，那就是 Airbnb。

Airbnb 的诞生

2007 年，住在旧金山的两位设计师 Joe Gebbia 和 Brian Chesky，正在为付不起房租而发愁。为了赚些外快，他们决定将阁楼出租出去，在公寓里的空余空间上摆放几张气垫床，出租给因酒店爆满而找不到地方住的旅行者和来旧金山参加会议的人们。以往人们都是在网上发帖子寻租客，但显然这两个年轻人并不想这样做，他们打算自己动手创建一个网站，Airbnb 由此诞生。



Airbnb 重塑了酒店行业，你可以从个人的手中租住一间房屋，而不是从一家酒店中租住，并且房租通常比酒店便宜；与此同时，将空置的房屋出租，也可以获得额外的收入。

爱彼迎全球十大特色房源

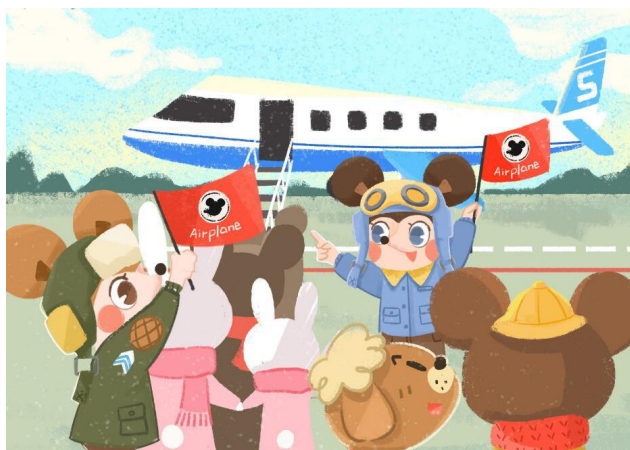


不同于以往酒店的千篇一律，Airbnb 的房源来源于全球各地的千家万户，自然也都别具特色。爱彼迎平台目前有 10,000 辆房车、3,000 座城堡、2,000 个毡房和 1,400 个岛屿，各种特色房源应有尽有。到目前为止，已有超过 20 万人在树屋中度过了美好夜晚，并有约 90,000 人预订过毡房。

今天就带大家先睹为快，感受一下爱彼迎在全球的十大特色房源~

1、睡在真的飞机里~

舒克舒克舒克舒克，开飞机的舒克~



开飞机早就已经不是什么难事了，但你想过要睡在真正的飞机里么？Airbnb 来满足你的愿望！

想要体验飞机之夜的朋友可以在法国西部的中心地带预订自己的「私人飞机」。





这座房源在驾驶舱内设有一张双人床和一间客厅，每个人都可以坐在被改造为浴室的驾驶舱内。



2、树林里的蘑菇小屋

采蘑菇的小姑娘，背着一个大竹筐，清晨光着小脚丫，走遍森林和山冈……



树林里的蘑菇再常见不过，但树林里的「蘑菇屋」你可曾见过？



这间像童话中走出来的舒适小屋位于美国加州阿普托斯，拥有一个球形屋顶阁楼，占地 10 英亩。



客房位于蘑菇顶内，房客们可以在这里完全沉浸在大自然之中，与树林、小动物为伴，享受原始之趣。



3、霍比特人小屋

这座隐秘舒适的小屋位于哥伦比亚河峡谷沿岸的山间，是 Kristie 设计的独一无二的霍比特人小屋，对所有人都具有非同一般的吸引力。



大胆而古老的用色，随手一拍都是童话城堡般的画面感。



小屋全部采用可持续材料建造，房客们在这里可以享受到冬暖夏凉的舒适~



4、最多只能睡五个人的树屋

这间最多只能睡 5 个人的乡村风树屋坐落于穆尔瑙的住宅外，非常适合那些喜爱非传统方式旅行的人们。



树屋配有舒适的卧室、沙发和古典文学图书馆。让你静享奇妙的旅居。若是幸运的赶上下雪天，这般银装素裹的景致更美~



5、住在洞穴里怎么样？

这个童话里的洞穴小屋位于法国中部的卢瓦尔河谷，拥有宽敞的客房，浪漫的灯光和美丽的风景。



为来自世界各地的旅行者提供自由的空间和一份难得可贵的宁静。



6、这里还真有「龙」！

这间小屋位于英国的一个小乡村，小屋的烟囱顶部有一个引人注目的飞龙雕像在这里欢迎着大家的到来。



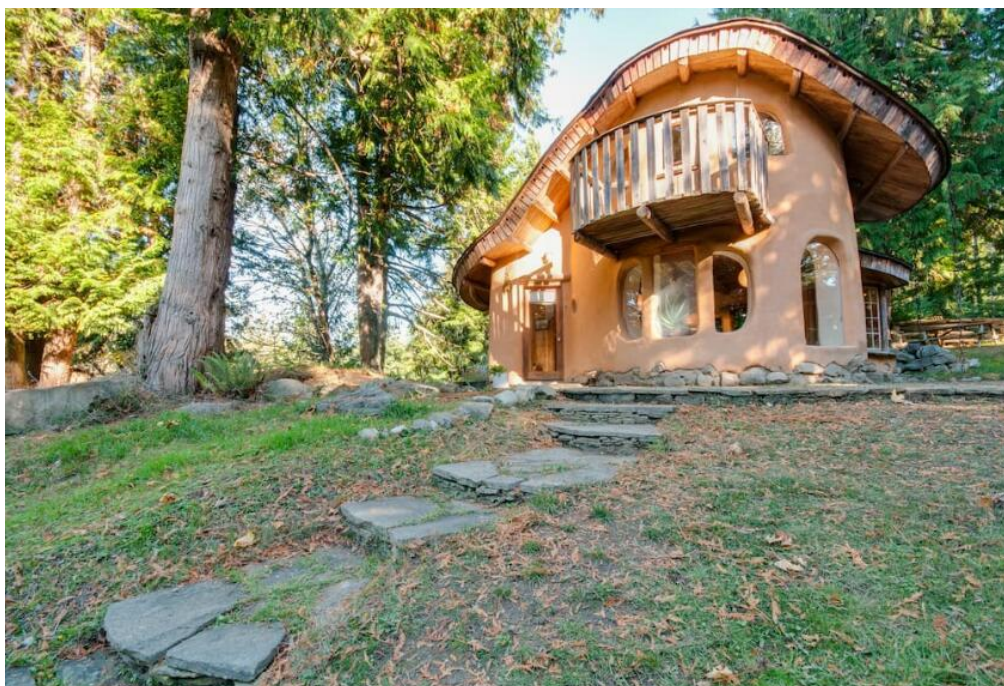
这间不拘一格、色彩缤纷的小屋一定就是你想要探索的未知领域！



7、独特的面包屋



这间小巧的手工雕刻小屋，全部是由天然的土制材料制成，是一处温馨休闲的度假场所。



四周被花园、绵羊和果园所环绕。好别致的小屋~



8、传统日式住宅



这间传统的日式住宅由房东的祖父母在 70 多年前建造,可为房客们提供一种特别的时间胶囊体验。



房东会为房客们提供非常周到的服务,包括地图和当地出游建议、自行车借用以及入住期间的小吃和礼品。



9、小山上的独栋木屋

这座小木屋位于一座小山上，距离两个海滩仅有数步之遥，可以让旅行者完全沉浸在大自然的美景之中。



无论冲浪、观光还是体验当地人的习俗，他们都可以领略到为何当地人将这称为「魔幻岛」。



10、飞艇之屋



这间飞艇小屋，距离茂尔海峡仅一箭之遥，是一间用铝合金制成的吊舱小屋，拥有完整住宅的所有设施。



这间小屋从各个角落均可观赏到壮丽的景色，在夜晚，甚至可以观赏梦幻星空。入住这里，你可以体验到真正意义上的独特环境，充分放松身心。



看了这么多有特色的房屋，你最中意哪一个呢？快来评论里聊聊吧~
好设计，赞一个~

图片来源：Airbnb

你最想入住 Airbnb 的哪个特色屋？



1. 睡在真的飞机里~
2. 树林里的蘑菇小屋
3. 霍比特人小屋
4. 最多只能睡五个人的树屋
5. 住在洞穴里怎么样？
6. 这里还真有「龙」！
7. 独特的面包屋
8. 传统日式住宅
9. 小山上的独栋木屋
10. 飞艇之屋



成都信息工程大学银杏酒店管理学院
Yinxing Hospitality Management College of CUIT

主办单位：成都信息工程大学银杏酒店管理学院图书馆

出版发行：内部刊物

责任编辑：马青

出版期号：2019 年第 4 期上月刊（总第 135 期）

投稿方式：yxxytsg@sina.com

联系电话：028-87979510