

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 138 期

5-2 期

2019.5.15



目录

业界动态.....	1
“五一”出游季 文旅休闲时.....	1
五一民宿受追捧：途家民宿三四线增速超 5 倍.....	6
要闻精粹.....	9
行业要闻.....	9
掌握决策权 女性消费者母亲节出游画像.....	12
上海酒店 7 月起不再主动提供“六小件” 官方详解新规细节.....	14
行家之音.....	17
Airbnb 联合创始人柏思齐：将在中国市场进行更深下沉.....	17
丁志刚：绿色饭店迎来最好的发展时期.....	19
走进全球酒店.....	25
“心动”体验 走进世界各地的悬崖酒店.....	25



“五一”出游季，文旅休闲时

来源：中国旅游研究院

2019 年“五一”小长假已经过去，全国国内旅游接待总人数 1.95 亿人次，按可比口径增长 13.7%；实现旅游收入 1176.7 亿元，按可比口径增长 16.1%。加长版的“五一”节假期，对文化和旅游市场带动作用明显，人民群众消费得到进一步释放，市场整体景气超节前预测。请看中国旅游研究院与中国电信、银联商务、携程旅行网、马蜂窝旅游网、驴妈妈旅游网、创图科技等大数据联合实验室的特别报告。

2019 年“五一”小长假已经过去，全国国内旅游接待总人数 1.95 亿人次，按可比口径增长 13.7%；实现旅游收入 1176.7 亿元，按可比口径增长 16.1%。加长版的“五一”节假期，对文化和旅游市场带动作用明显，人民群众消费得到进一步释放，市场整体景气超节前预测。请看中国旅游研究院与中国电信、银联商务、携程旅行网、马蜂窝旅游网、驴妈妈旅游网、创图科技等大数据联合实验室的特别报告。

一、全国各地呈现“热点更热、温点不冷”的格局

中国旅游研究院与中国电信联合实验室根据信令大数据测算，与春节长假南方旅游市场热度更高不同，“五一”期间全国各地旅游较为均衡。游客接待较多的省域有广东、江苏、四川、河北、山东、湖南、河南、广西、陕西、浙江等。从客源地来看，游客出行最多的省域有广东、江苏、四川、广西、山东、河南、河北、湖南、陕西、重庆等。

“五一”客流轨迹洞察显示，多数游客由东中部向中西部流动，河南、河北、江苏、云南等地游客净流入明显，广西、上海、北京、广东和内蒙古等地游客大规模净流出（见表 1）。从旅游主要客源城市来看，上海、北



京、成都、广州、重庆、武汉、南京、深圳、杭州和西安等城市游客出游热情高涨。

表1 2019年“五一”游客主要净流入和净流出省份

游客净流入省域	游客净流出省域
河北	广西
江苏	上海
云南	北京
安徽	广东
福建	内蒙古
湖南	天津
江西	重庆
浙江	甘肃
河南	吉林
辽宁	四川

二、国内游和出境游持续走热

根据携程跟团游和自由行数据，最受游客欢迎的国内旅游城市有北京、厦门、重庆、上海、西安、成都、杭州、昆明、广州和贵阳等。三亚、桂林、张家界、丽江、黄山、无锡、苏州、舟山、秦皇岛和北海成为人气度假目的地。人气较高目的境外旅游目的地有泰国、日本、越南、新加坡、中国香港、中国台北、马来西亚、印度尼西亚、美国和俄罗斯等国家和地区。

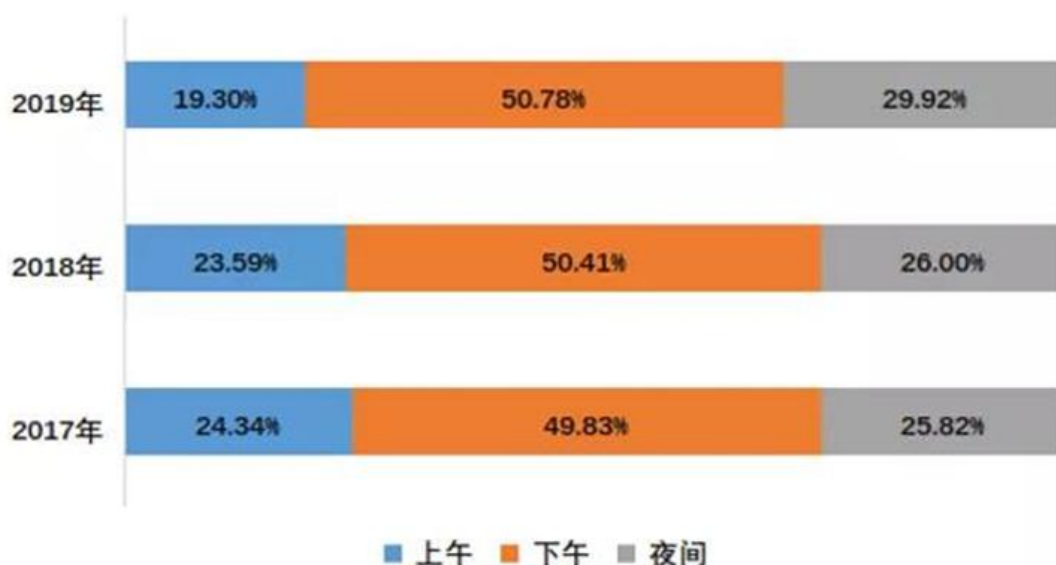


图 1 “五一”小长假不同时段游客消费金额占比

三、旅游主题内容丰富

从驴妈妈旅游网出游情况来看，主题乐园游、亲子游、乡村游、夜游等形式丰富多彩。如亲子游中更青睐各类博物馆、文化古迹、非遗内容，跟着书本去旅行、寓教于游是热门。该类景区亲子家庭、90 后等人次，同比去年增长约 33%。今年“五一”期间，乡村旅游人气也相对较高，驴妈妈相关产品预订人次增幅接近三成，热门如沪杭周边的嘉善大云，作为浙北地区主要的神态农业基地、中国鲜切花之乡吸引了大批沪杭亲子家庭游客。

相比往年，今年夜游也是一大亮点。中国旅游研究院与银联商务联合实验室数据显示，夜间旅游消费旺盛，80 后为主力。游客夜间旅游参与度逐步提高、消费逐步走旺。2019 年“五一”，游客夜间消费金额占到全天的 29.92%，夜间旅游已成为游客感知当地文化、体验当地生活方式的重要渠道。从人群结构来看，80 后游客夜间消费最为活跃，消费金额及笔数均占到所有游客的 40%以上。



图2 “五一”期间参观文化活动的游客比例

四、文旅融合渐入佳境

假期调整回应民生关切，文化和旅游市场超预期。2019年“五一”小长假期间，根据中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）对全国60个样本城市开展的《中国城乡居民出游意愿调查》，2019年“五一”小长假期间我国居民出游意愿为40.53%，出游比例较高。本次加长版“五一”小长假，回应了人民对公众假期的需要，特别是多一天假期对前三天文化和旅游市场均有增量带动，尤其是对以往为返程日的第三天假期带动作用显著，拉动了文化、休闲、餐饮、乡村等消费。“五一”期间，参观博物馆、美术馆、图书馆、科技馆和历史文化街区的游客比例分别达44.5%、30.4%、32.4%、36.4%和30.0%，全网主题公园、人文景观和博物馆类景区在线购票分别同比增长28.1%、25.2%和18.1%。



“文旅消费”市场活跃，人均消费稳步提升。携程跟团游和自由行数据显示，今年“五一”国内游消费力排名靠前的城市依次为北京、杭州、上海、福州、深圳、天津、青岛、太原、宁波和南京。这些城市“五一”旅游单次国内游人均花费超过2600元，其中北京超过3000元。出境游消费力排名靠前的城市依次为北京、大连、太原、西安、上海、成都、重庆、昆明、郑州和南京。北京出境游人均花费超过了7000元，大连、太原、西安和上海紧随其后，人均花费也超过了6000元。

银联商务数据显示，按可比口径测算，游客线下消费人次增长15.8%，金额增长18.0%。其中，上海居民国内旅游消费金额最高，占全国游客国内游消费总额的6.56%，北京、深圳、南京、广州分列二至五名。根据中国旅游研究院调研数据，“五一”期间游客在文化和旅游方面的人均花费多在501-1000元之间，占比达到38.0%；花费301-500元的次之，占比30.2%，花费超过1000元的比例为20.5%。停留时间方面，“五一”期间游客平均外出停留2.25天。

“五一”假期与“五四”青年节的无缝连接，广大青年率先践行“以文促旅，以旅彰文”。中国旅游研究院与深大智能联合课题组研究发现，2019年“五一”期间人文景观在线购票同比增长达57.3%。分年龄段来看，年轻人和年长者对人文景观均较偏爱，90后、00后“五一”期间在线购票占比分别为34.1%和30.7%，60后和70后游客人文景区在线购票占比分别为35.1%和33.7%。25岁以下游客占比达25.7%，具有红色旅游景点参观行为的游客达25%。不少90后青年前往延安、井冈山、西柏坡、龙岩、上海、嘉兴、南京等红色旅游城市追忆红色历史足迹，感受往昔峥嵘岁月。



五一民宿备受追捧：途家民宿三四线增速超 5 倍

来源：品橙旅游

刚刚过去的五一小长假，大家都去哪儿玩了？有的人去了网红景点打卡乐此不疲，有的人或许找了一个人少景美之地悠闲度过。但共性是：住得有趣。在有趣和适合多人多天的入住场景上，相比酒店，民宿更胜一筹，这也是五一期间民宿出现“一房难求”的原因。

根据途家民宿数据显示，除了热门的目的地北京、成都、重庆、西安、厦门等城市，潮州、恩施、乐山、玉溪、嘉兴、泉州、南充、台州、郴州、雅安等三四线城市增长快速，在五一小长假期间的平均增速在 5 倍以上。



品质化需求提升 间夜均价 400 元以上订单增长明显



五一期间，国内民宿的间夜均价在 450 元左右，与去年相比变化不明显，但是间夜价格 400 元以上的订单增长明显加快，而订单价格在万元以上的民宿订单则增长了 3 倍之多，除了消费者对民宿的品质和出行体验要求提升之外，这一增长还源于今年五一假期天数的延长，以及家庭游和亲子游的出行场景的增加。

途家保洁品质服务受追捧 民宿订单增长超 2 倍

为了满足游客对民宿品质日益增长的需求，途家不断拓展保洁服务等，目前途家保洁服务已经覆盖 40 余城，其中北京、上海、广州、西安、成都等 5 大城市的保洁订单量在五一期间激增，订单峰值同比增长 2 倍以上。

短途旅行游客仍习惯短时间内预订 提前 10 天预订订单比例增加

今年的五一放假调整提前一个多月就通知了，提前 10 天以上预订行程的订单比例在 32% 左右，相比去年增长了五个百分点。但是数据显示当天或者提前 1-2 天预订民宿的用户仍是主流，占比 43%。有用户表示，国内短途出游习惯临时预订，长时间或者国外出行则会提前预订行程。途家相关负责人表示，临近出行预订民宿，符合预期的高性价比房源会基本售罄，可选择范围会大大缩小。今年五一期间当天预定的成功率很低，因为很多已经满房。





闪订房源受欢迎 60%以上用户会选择闪订服务

途家平台上，途家闪订房源的预订无需经过等待确认可直接下单，提供该服务的房源一直以来都很受用户欢迎。数据显示，75%以上用户会在浏览的过程中会勾选闪订服务。有用户表示，其在民宿预订的过程中不想与房东有过多的确认过程，同时途家的闪订服务对于说走就走的旅行提供了极大的便利。



行业要闻

整理编辑：何筱寒

1、亚米酒店股票挂牌新三板

来源：资本邦

亚米酒店发布关于公司股票将在全国股份转让系统挂牌公开转让的提示性公告。公告显示，经全国股转系统同意，亚米酒店股票将于 2019 年 5 月 13 日在全国股转系统以集合竞价的方式挂牌公开转让。

亚米酒店主营有限服务型酒店的连锁经营。公告显示，亚米酒店 2016 年度、2017 年度、2018 年 1-6 月营业收入分别为 2655.47 万元、2406.75 万元、1182.72 万元；净利润分别为 152.04 万元、112.98 万元、68.23 万元。

2、国内在线旅游交易规模现五年新低

来源：北京商报

根据互联网数据资讯中心易观智库发布的《中国在线旅游市场年度综合分析 2019》显示，中国在线旅游交易规模增速放缓，步入五年来最低。2018 年中国在线旅游交易规模增长仅 9.3%，此前五年，均为两位数增长。

3、中国成为多个国家入境游最大客源国

来源：南方网

日前，同程旅游发布了《2019 中国居民“一带一路”出境游大数据报告》，基于出境游大数据，分析了近一年来中国游客在“一带一路”区域内的旅游消费



情况。报告显示，随着区域内经贸往来的日益密切，中国已成为“一带一路”沿线多个国家的最大客源国，单一目的地或文化符号的深度游正快速崛起。

4、大别山文旅推介会签约 34 个文旅项目

来源：黄冈新闻网

2019 年大别山（黄冈）文化旅游推介活动、2019 大别山（黄冈）世界旅游博览会成果发布会召开。活动共吸引国内外 260 多家企业参展，超过 30 万人次参观展览，现场售卖黄冈特色旅游商品 55 万元，全市共接待游客 102 万人次，实现旅游综合收入 5.8 亿元。各地与客商签订文旅项目 34 个，总协议投资金额达 307 亿元。

5、飞猪携开元打造超级品牌日

来源：品橙旅游

阿里巴巴高级副总裁兼飞猪总裁赵颖与开元旅业集团董事长兼总裁陈灿荣签署合作协议，双方将以超级品牌日为契机，聚焦年轻一代，加快推进开元的数字化升级。

6、澳门大力推广滨海水上观光

来源：中国网

澳门特区政府旅游局为缓解游客增多和地域狭小之间的矛盾，大力推广“澳门海上游”滨海水上观光项目。届时，滨海水上观光项目将和各个码头附近的步行路线联动，涵盖澳门大多数旅游景点。

7、Angie Hospitality 收购酒店语音技术商 Roxy

来源：品橙旅游

Angie Hospitality 完成了对其竞争对手，酒店业语音虚拟助手技术供应商 Roxy 的收购。作为此次收购的一部分，Angie Hospitality 将承担 Roxy 现在在全球所有技术和客户的管理和支持工作。

8、大酒店首季香港半岛酒店出租率按年下跌 13%

来源：财华社



大酒店公布截至 2019 年 3 月 31 日止 3 个月营运情况,报告期内香港地区半岛酒店出租率为 70%, 按年下跌 13%; 平均房租为 5,989 港元, 较去年同期上升 1.8%; 平均可出租客房收入为 4,164 港元, 较去年同期下降 11.72%。

9、日本“十連休”带火中国入境游

来源: 北京商报

业界有关日本“十連休”期间日本游客来中国旅游情况统计报告悉数出炉。根据日本旅行社 JTB 估算,“十連休”期间,日本出游总人数达到 2467 万人次,创历史新高,其中前往中国的游客数量达 9.4 万人次,同比增长 8%。

10、万达集团 200 亿元投资潮州

来源: 万达集团

万达集团与潮州市政府签订全面战略合作协议,在文旅、体育、影视、会展、演艺等领域展开全方位合作,万达集团将在潮州投资“五个一”项目,与潮州市政府共同打造潮州城市新品牌。



掌握决策权 女性消费者母亲节出游画像

来源：北京商报

刚5月12日，母亲节当日，不少子女选择带着妈妈出门旅游以表达孝心，更有不少有钱有闲、身体健康的50后、60后女性选择解下围裙，冲向城市乡村和异国街道解放“自我”。根据多家OTA大数据显示，30岁以上的女性消费者是亲子游和家庭游的主力人群，她们选择2至3人同游的比例较大；在旅行决策上，尤其是家庭出游时，超七成女性用户主导目的地、线路产品、交通酒店等方面选择，特别是“70后”和“80后”女性更是家庭出游主要决策者。

据了解，年轻“宝妈们”在选择酒店时，最为关注酒店的安全性、便利性以及地理位置等。另外酒店有无婴儿床、儿童乐园等设施是影响她们选择的重要因素。同程艺龙相关负责人表示，“2大1小”、“2大2小”的景区套票和主题酒店、IP亲子房等受到不少妈妈们的追捧。此外，受到电视综艺以及亲友推荐等的影响，妈妈们偏爱前往“小清新”、“网红”城市或适合亲子游的目的地。北京故宫、上海迪士尼乐园、西塘古镇、厦门鼓浪屿、洱海、九寨沟、青海湖等是最近一年来最受女性游客青睐的旅游景区。

而中国“大妈们”更喜欢旅游团的形式和群体的热闹氛围。据携程旅游数据显示，73%大妈选择跟团游，这一相对省心又安全可靠的出游形式，无论对于老人结伴出行还是子女带老人出行都更加适合。她们跟团游更看重舒适度和性价比，在网上会根据产品等级、价格、旅行社品牌、销量来综合选择，看重直飞、高星级酒店、无购物无自费等。值得关注的是，在中老年女性出游人群中，50、60后女性游客比例高于其他年龄段的女性占比。据悉，2019年1至5月，在携程网站、客户端和携程门店报名的游客中，50、60大妈群体占据15%，相当于平均每10个游客里就有1.5个大妈。



旅游消费方面，50后最舍得花钱，五一期间，单次旅游人均花费达到了3629元。

在旅游目的地方面，最受中国大妈群体欢迎的十大国内目的地城市分别是三亚、北京、厦门、桂林、昆明、贵阳、重庆、张家界、丽江和成都。而最受中国大妈欢迎的十大出境游人气目的地国家为泰国、日本、越南、新加坡、柬埔寨、马来西亚、美国、俄罗斯、澳大利亚、印尼。东南亚依然是中老年人旅游的最爱，但“大妈”们也涌向美国、澳洲、欧洲，长线游中美国、俄罗斯最受欢迎。

携程旅游专家指出，近两年中老年人的旅游购物需求明显降低，尤其是女性消费者，在购物决策上变得更加理性，她们青睐预订一价全包的省心产品，包含所有门票、景区接驳车票及一日三餐费用，排斥行程中逛购物景点和另掏腰包。此外，在旅游途中中老年群体更注重深度体验，不再走马观花打卡式旅游，对旅游的休闲度、舒适度、灵活度要求更高。同时，很多老年人出游一般都是首次前往某旅游目的地，普遍带有“圆梦”、“忆往昔”的情愫。



上海酒店 7 月起不再主动提供“六小件” 官方详解新规细节

来源：东方网

中国有近 44 万家酒店，每年接待旅客达 48 亿人次。据相关调查显示，70%以上的香皂在仅使用过一次之后就会被丢弃。按重量计算，每年丢弃的香皂就超过 40 万吨……近日，上海市文旅局发布实施意见，自今年 7 月 1 日起，上海旅游住宿业将不主动提供牙刷、梳子、剃须刀、鞋擦、浴擦、指甲锉这 6 件一次性日用品，一旦违规提供将被依法处罚。该出台意见也使上海成为了全国首个立法限制使用一次性用品的城市。

针对上海即将实施的条例规定，携程旅行网的一项调查显示，超过八成消费者对于不提供一次性用品持支持态度。尽管有少数消费者认为，控制一次性用品的确会给个人的出行带来不便，降低了用户体验，但从环保的趋势来说，控制一次性用品不仅可以减少资源浪费，同时还可以保护环境，缓解二次污染的问题。有数据显示，2017 年，中国有酒店 44 万家，接待旅客 48 亿人次，调查发现，70%以上的香皂在仅使用过一次之后就会被丢弃。按重量计算，每家酒店每天约有 5 斤一次性香皂被丢弃，44 万家酒店每年丢弃的香皂就超过 40 万吨。除香皂外，酒店提供的牙膏、牙刷、梳子、香皂、洗发水、沐浴液等用品用过一次就丢弃，不但将造成巨大浪费，同时很多物品还不可降解。

但也有一些消费者提出疑问，酒店不主动提供这些一次性用品后，是否意味着酒店客房价格也应该有所下调？住客在要求提供这些用品时是收费还是免费？之后牙膏、沐浴液、拖鞋等会不会也不再提供？



对此，上海市文旅局表示，这次制定的目录，主要考虑两个方面，一是客房内可以被循环和重复使用的消耗品，第二是便于消费者旅行随身携带的。牙刷、梳子、浴擦、剃须刀、指甲锉、鞋擦这6件日用品，因为符合这两个条件，而被纳入目录。

而对于牙膏、沐浴液、拖鞋等一次性用品为什么没有在目录中出现，市文旅局市场管理处处长顾建斌向记者进一步解释道：因为现在许多短途出差的商务客人并不会携带可托运的行李箱，而根据民航规定，多于100毫升的液体是不能随身带上飞机的。所以牙膏、沐浴液、拖鞋等都属于不方便随身携带的物品，因此从方便旅客的角度考虑，此次并没有纳入目录。

市文旅局表示，此次公布的6小件，为2019版目录，今后还将根据实际情况，有所增减。目前，上海已将这一限制使用目录上报国家文旅部，提请其下发到全国各旅行社，向游客提前告知。接下来，上海还将对酒店、旅行社等工作人员进行培训，以确保新规7月1号起顺利执行。

记者了解到，“不主动提供”，是指酒店不主动将这些物品摆放在客房内，但客人确实有需要的话，可以要求酒店提供。不过相关部门强调，如果酒店继续提供原来的一次性物品的，绝对不允许收费。但如果是酒店的小卖部内提供非一次性使用的日用品，那可以根据相关规定收取相应费用。

目前，沪上各大酒店相继在酒店房间及预订网站展开相关宣传。上海佘山茂御臻品之选酒店市场销售总监韩冰表示，酒店将在客房、酒店官网及相关平台对这一新规加强宣传告知，并对预订了7月1日以后客房的住客发邮件告知客房将不再主动提供一次性用品的情况，以减少可能因此造成的不理解或投诉。

上海首批特色民宿“馨庐”创始人刘国祥表示：新规肯定会在一定程度上增加酒店的人力成本。例如，当住客进到房间，发现需要这些用品，再打电话要求服务员按照需求送到客房，这时无论是电话客服人员还是客房服务人员都需要相应增加。不过从环保角度来说，“6小件”新规是好事，



所以我们一定会认真实施。同时调整人员配备,使客人的舒适度不受影响。此外,他也表示酒店的客房价格不会因为一次性用品的主动提供与否而调整,因为这是全市性的规定,大家都在同一起跑线上。

未来,上海的相关执法部门将对旅游住宿企业使用一次性日用品的情况开展执法检查,严格查处违规行为。同时鼓励社会监督,举报违规行为,监督电话:12318。对于违反条例规定,主动向消费者提供《目录》中限制使用的客房一次性日用品的,由文化旅游部门责令限期改正;逾期不改正的,处五百元以上五千元以下罚款。



Airbnb 联合创始人柏思齐：将在中国市场进行更深下沉

来源：新浪科技

13 日晚间，Airbnb 爱彼迎联合创始人兼首席战略官柏思齐（Nathan Blecharczyk）到访清华大学经济管理学院并发表“如何成为麦片企业家”主题演讲，通过创业十年的 7 个故事分享了对企业家精神的理解。

在柏思齐的创业历程中，有七堂必修课：

一是保持好奇，对学习和成长抱有热情。在他看来，每个人都具备不可小觑的力量，有机会去创造这个世界的规则。

二是坚持创新，跳出固有框架，不拘泥于刻板，这是“麦片企业家”的来源，Airbnb 正是靠着麦片走出了创业初期的资金短缺。

三是锲而不舍，追求卓越，即使被认为荒谬也不要气馁。他以当初申请 Y Combinator 训练营为例证明了被拒绝并不可怕，可怕的是不敢尝试。

四是洞察用户，倾听其反馈并迅速据此做出反应。Airbnb 团队在 2009 年曾携专业摄影师去为房源拍照，也借此机会收集了房东的需求，与他们打成一片。

五是心怀使命，而非只把工作当成谋生的工具。同时，明确企业的价值观、也就是作为团队的工作方式非常重要。

六是转危为机，直面挫败经历。总结经验才能不断进步，危机同时也能催生变革，让团队更加团结，从而反败为胜。



七是赋能于人，柏思齐认为，商业并非仅以逐利为目的，还要实现价值。

在演讲后的采访中，柏思齐进一步阐释了他的创业理念，在他看来，企业文化无论对员工还是企业的发展都是非常重要的，文化可以催生出积极和谐的工作环境，良好的工作环境不仅能激励员工努力工作，也有利于企业吸引人才。谈及当前一些中国互联网企业中的加班工作制，他告诉新浪科技，工作并不是时间越长越好，而是需要设立一个目标并为此努力，核心在于节奏上的平衡。劳逸结合比单纯的疲劳战更有意义，因为如果员工始终处于沮丧和劳累的状态，肯定难以提高效率，也无法将工作做到最好。

柏思齐还提到了 Airbnb 对房源安全与质量的思考。他表示，Airbnb 在中国市场尤为专注这一点，发布的每一条房源信息都会进行人工审核，并对其保持跟进，看是否会出现信息缺失，不合适的房源将被移除。于去年 2 月上线的 Airbnb Plus 也立足于此，在 13 个城市以 100 多项细化项目来验证房源品质。

本地化已成为跨国公司开辟中国市场必须重视的一点。在柏思齐看来，对 Airbnb 而言，中国是除美国外唯一一个拥有产品研发团队的市场，Airbnb 依赖本地化团队，也希望团队赋能充分，对业务的拓展有足够洞察。柏思齐透露，Airbnb 非常重视在中国进行更深下沉，过去几年一个重要的变化是，中国市场大量业务来自二三线城市，旅行业务方面国内游占据很大比重。“这是我们增长迅猛的部分，所以我们会在中国进行更多深度投资，这也是我们一直以来进行的转变。”柏思齐说道。



丁志刚:绿色饭店迎来最好的发展时期

来源: 迈点网 作者: 王丹丹

中国的旅游酒店业乘着改革开放的春风,用了40年的时间实现了西方百年才完成的跨越式发展,引领全国走向一种新的生活方式。中国旅游酒店业的发展离不开一大批早期的探索者和推动者,尤其是标准和规范的制定者和推行者们,比如说行业协会组织。

40年后的今天,围绕着“住”相关的旅游大住宿业已经不再只是酒店这一标准化的住宿业态,客栈、长租公寓、民宿短租……越来越多的细分业态接踵而来。这对于整个旅游住宿市场来说,是机会也是挑战、要发展也要规范。

正所谓,没有规矩不成方圆。没有标准与规范的行业,就不能被称为成熟的行业。在旅游大住宿业疯狂发展的当下,作为行业标准的发起者和重要推动力量,行业协会组织又是如何考虑这个问题的呢?

迈点网记者在第八届中国饭店文化节期间对中国饭店协会副秘书长丁志刚进行了独家专访。

绿色饭店迎来最好的发展时期

2000年步入市场化运作之后,中国饭店协会成为由从事住宿和餐饮业经营的各地行业协会、企事业单位、相关产业链机构和经营管理人员自愿组成的全国性社会团体。协会积极贯彻五大发展理念,以“高质量发展饭店餐饮业”为主要任务,搭建合作共享平台,推进行业消费升级、互联网+、一带一路新发展,促进行业向质量第一、效益优先转型,共同走进高质量发展新时代。



“我们协会开创了很多行业的第一。”在协会工作17年的丁志刚，在回忆起中国饭店协会发展的20多年，内心充满了自豪和骄傲。

“2001年中国加入WTO(世界贸易组织)，各个成员国之间的高端人才要互认互通，但中国没有这个认证。2002年，我们就开始做饭店职业经理人，把它做成对于从业人员评价的国家标准。当时零售业、银行业、保险业都没有这样的标准，我们是在各行各业中排行第一的。”

然而，在众多的“行业第一”中，丁志刚印象最为深刻、至今仍然在积极推动的则是绿色饭店行业标准的搭建完善。

据了解，当年中国饭店协会曾多次派人前往丹麦、加拿大等国家考察学习绿色环保理念，很快便在2003年发布了中国第一个绿色饭店行业标准；2007年，在此基础上国家六个部委联合发布国家标准，专门成立了全国绿色饭店工作委员会，并且由商务、旅游、环保、标准委等牵头，在全国有20多个省市专门成立了一套班子。“那个年代，我们就在做绿色饭店，这是行业第一。我们经常能够看到在国家总理的有关报告、国务院文件中提到了行业要搞绿色饭店，尤其是2018年在中共中央国务院的两份文件中都有明确，从政策引导层面到了一个全新高度。”

“原来传统的评估酒店经营业态的时候，尤其是国外国际管理公司，大家有一套综合的财务指标——入住率、翻台率、平均房价等等数据指标，但这些指标并不能反映酒店资产的价值和真正的利润水平。”丁志刚特别强调“其实，在酒店的业绩收入背后，还有成本问题要去考虑”。

基于成本控制的考量，中国饭店协会对于“绿色饭店”的内涵做了更精细化的运营实践指导，在2018年推出了“绿色领导者指标”。该指标从坪效、平均客房收益、平均餐位收益、单位面积能耗和人均劳效五个维度，将酒店的管理效率和资产回报率精确到了每个人、每平方米，以便精准测算出投入和回报的合理区间。



事实上，绿色饭店可延伸、可优化的点太多了。丁志刚曾在杂志上发表文章指出，“近年来，在大量的第三方网络点评留言中，我们观察到酒店客房除了传统的高档设备设施和布草易耗品、设计空间布局等因素，客人对于空气质量、安全饮用水和睡眠环境越来越关注，更容易被感知体验成为服务口碑、舒服度体验和个性化服务的标签，尤其是家庭亲子客人和高端商务人士，为此更愿意为健康品质需求付出更高的消费成本”。

简言之，客房始终是酒店创新和创收中最重要的一环，打造绿色饭店，客房将是重中之重。

“对比近八年原国家旅游局的五星级酒店经营数据，我们不难发现，五星级酒店从2010年至2017年从数量和规模上持续增长，年平均客房营收和每间客房利润不升反降。2010年平均房价664元、RevPAR401.6元、平均入住率60.43%，发展到2017年平均房价612元、RevPAR376元、平均入住率61.43%。虽然这中间有“国八条”后客源结构调整变化，但整体盈利能力和投资回报率明显低于其他业态，中高端酒店客房、餐饮等主营产品墨守成规缺乏创新，虽然在互联网+、跨界合作有所行动，但大都缺乏产品体系和品牌支持，仅仅只是营销噱头。而新消费市场期待更健康舒适产品、更好的品质服务、更安全环保的住宿消费场所、更丰富更有体验感的文化内涵去提升客房体验和卖点，从而增加购买消费的动力。”丁志刚在采访中指出，酒店客房想要涨价，就必须给消费者提供消费内容，这也是中国饭店协会致力于打造“3C”品质客房的初衷。

据了解，打造“3C”品质客房最终将实现三大目标：

目标一：选择重点城市以中高端酒店和绿色饭店为主要试点对象，每个酒店拿出来10%的客房来打造“清新空气、洁净饮用水、舒适睡眠”3C品质客房，每间客房可以提升40元净利润，打造成为当地酒店市场绿色发展和服务提升的标杆。



目标二：通过协会的绿色产业提升行动计划的实施，三年覆盖 1000 家绿色饭店约 30000 间客房，实现 4.1 亿利润增长，将为全行业利润增长贡献 7 个百分点。给现在中高端酒店突破现有房价瓶颈的指出一个健康方向，尤其是产业链和销售提成收入更是建立一个多赢的生态体系，可持续发展。

目标三：成为《中国绿色饭店》国家标准评估主要指标，让绿色客房的不仅仅停留于节水，节电和环保的层面，更加注重消费者的健康、放心。同时通过绿色饭店体系建立技术和品牌共享平台模式，形成客房产品跨界销售的触点，增加新商业模式和盈利点，扩大成果。

消费细分市场是住宿业提档升级的新机会

每年在饭店文化节上看到丁志刚，永远的西装笔挺满场飞，洋溢着跟酒店人特有的“服务”精神。谁也想不到，加入协会之前，他曾是一名外科大夫。

在协会工作十几年、和行业一起成长，当被问及酒店行业 40 年的变化，丁志刚如数家珍、滔滔不绝，“**改革开放 40 年，我们这个行业每 10 年都有 1 个变化。**”

80 年代末到 90 年代，刚刚兴起的星级饭店，把中国酒店和国际化标准化进行了接轨，中国酒店硬件水平迅速提升；2004 年前后，经济型连锁酒店兴起，整个行业都掀起了做连锁酒店的高潮，中国饭店协会在这样的高潮中第一个发起做经济型酒店标准和第一届经济型酒店论坛，如家、汉庭、7 天就是那个年代出来成长起来的；2012-2014 年，中国酒店业经历了特别痛苦的三年，但是中档酒店顺势崛起；2015 年，国家出台了第一个消费升级文件，民宿、公寓、绿色饭店、主题酒店等概念出世，国家用文件的形式来鼓励行业去创建细分业态，2016 年新兴业态全面迸发。

“要我来评价者这 40 年，这真的是一个随着消费升级和消费市场的变化、而不断进行业态迭代和产品迭代的年代。”丁志刚指出，**现在大家都**



在谈“2019年是个拐点”，而事实上，与其说是“到了拐点”，不如说“在消费升级之后，人们更多地在关注消费分级和消费分层”。

在丁志刚看来，未来随着消费越来越细分，产业也会越来越细分，相关的配套行业和配套政策都会跟着消费分级一起跑。比如说，年轻消费者，更愿意尝试新奇事物、反而会觉得传统酒店没意思；60岁以上的老年人身体棒、有钱又有时间，老年公寓、老年出行配套产品等等肯定会快速增长；在乡村振兴政策号召之下，地方政府会投钱打造地域性文旅产品和地方城市名片，需要很多的新兴业态和新型住宿产品去满足他们的需求。

“如果谈拐点，我反而认为公寓行业到了一个拐点。我们刚换完届，1.0版本已经过去，现在达到2.0版本了。”

在众多的细分业态中，中国饭店协会几乎是所有行业协会组织中最早开始关注“公寓”业态，早在2016年4月就成立了中国饭店协会公寓委员会，在这个过程中，丁志刚全程参与、亲力亲为，为把公寓行业从住建部划分到商务部、变成生活服务业，他和同事就前前后后花了一年多的时间去反复地申报/解释，让商务部理解公寓行业。对这个行业的发展，他太有发言权了。

丁志刚口中的1.0版本几乎可以概括为“一窝蜂往前冲的品牌沉淀年代”。记者有幸作为行业媒体，见证过那个时刻——2016年4月20日下午，首届中国长短租公寓企业家高峰论坛暨中国饭店协会公寓委员会成立大会在京西宾馆拉开帷幕。

“当年，第一届成立的时候，我们公寓委员会有259个品牌，但现在还存在的、活着的也就100个出头。三年的沉淀，把行业的模式、行业的品牌、行业里真正的关注产品这部分经营者/投资者给沉淀出来。”丁志刚感慨道。



在 2.0 版本，中国饭店协会公寓委员将全面推动公寓行业发展，至少做好三方面的工作：一是真正关注到“谁是品牌”，目前正在引进美国公寓行业的品牌价值评估体系，用大数据来告诉金融、政府、社会等机构“公寓不是只有一个空品牌”；二是做好人才培养，不能像旅游酒店管理的学生一样“毕业就失业”，用协会的力量推进校企合作，推进“公寓管理专业”在院校里的设置，从而真正为公寓行业定制培养人才；三是公寓行业标准化体系建设，由中公委提案的租赁式公寓经营服务规范标准，已经于 2017 年以社团标准的形式发出，这也是公寓行业的第一个国家行业标准，未来要继续推动公寓产业的标准化体系建设——公寓投资和运营标准体系、服务于公寓产业链的认证。



“心动”体验 走进世界各地的悬崖酒店

来源：陕西旅游要闻



1、土耳其——Argos In Cappadocia

Argos In Cappadocia(卡帕多奇亚阿戈斯酒店)是一间极富想象力的拥有 42 间客房的精品酒店。酒店重新诠释了土耳其的美妙传统，并为今日的客人带来震撼的时尚体验，许多客人曾称赞卡帕多奇亚阿戈斯酒店为世界上最浪漫的酒店之一。 放式的阳台、露台及幽静的庭院，结合邻近鸽子谷的迷人景色及远处绵延的群山，让您全方位地感受卡帕多奇亚的文化与风光。



2、希腊圣托里尼——Katikies Hote

希腊圣托里尼岛上的“小白房”不算少，但 Katikies Hotel 酒店却有着得天独厚的地理位置和绝佳视野，因此在一众酒店中脱颖而出。Katikies Hotel 酒店高耸于爱琴海边的悬崖上，就在蔚蓝水域 300 英尺之上，而酒店内的设计亦与自然条件完美结合，最大地突出爱琴海的醉人美景。在晨光中拥抱碧海蓝天的美好体验，你是不是也想拥有呢？



3、泰国苏梅岛——Six Senses

在苏梅岛最北端的第六感度假村，一栋栋别墅隐身于悬崖上的密林之间，占据天地间绝佳的位置。不管身在第六感度假村的任何角落，只消抬眼，便是一无阻隔障蔽、仿佛伸手可及的一整幅辽阔蔚蓝，中间还点缀着形体形状各见风致的大小岛屿或海岬。大片玻璃落地窗与可推式木头窗扇，让 villa 仿如玻璃屋与凉亭一样通透，任得天光、绿意、凉风与绝美海景映入，动人至极。



4. 意大利阿马尔菲海岸——Casa Angelina

Casa Angelina 酒店栖息于意大利热门旅游目的地普莱亚诺镇 (Praiano) 的悬崖峭壁上,眺望壮观蔚蓝的地中海。白色粉饰的酒店外墙在碧海蓝天的映衬下,清新怡人,典雅大方。透过客房高大明亮的落地窗目睹暴雨天地中海的波涛汹涌,风和日丽的下午在阳台上与爱人一起享用纯正的鸡尾酒,抑或体验一下放松身心,恢复活力的水疗护理,使您身体每一块肌肤都重新呼吸起来!



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 5 期下月刊（总第 138 期）

投稿方式：yxxytsg@sina.com

联系电话：028-87979510