

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 140 期

6-2 期

2019.6.15



目录

业界动态	1
途牛发布《2019全球暑期游学趋势报告》.....	1
深捷旅发布《2019端午酒店预订报告》.....	9
要闻精粹	23
行业要闻.....	23
景区可限流 旅游业当升级.....	26
5G时代来了 这些旅游酒店上市公司将获益.....	29
行家之音	32
Airbnb联合创始人柏思齐:短期内不担心OYO竞争威胁.....	32
去哪儿联合创始人戴福瑞:亚洲目的地旅游未来的机会.....	35
走进全球酒店	37
世界十大“特色”酒店 现代人追求的不是舒适度而是体验.....	37



途牛发布《2019 全球暑期游学趋势报告》

来源：途牛

暑期渐近，家长们开始为孩子的暑期生活做起了规划，旅游市场迎来游学产品咨询及预订高峰。

6月13日，途牛对外发布《2019 全球暑期游学分析报告》，根据用户的预订情况、消费习惯等对今年暑期游学市场进行了趋势分析。

人均游学产品花费境内 2300 元 海外 15000 元 上海家长最舍得

随着我国居民家庭收入的稳步增长以及家长教育理念的转变，“旅游+教育”双结合的游学产品日益受到用户欢迎。家长们对游学产品较为重视的几个问题，首先是行程中“游”、和“学”比例，优质的游学内容与行程安排最受关注；其次，家长们对游学目的地有较高要求，教育资源丰富的目的地受到更多青睐；游学产品的费用、行程涵盖的游学机构和导师水平等也是报名游学家庭关注的因素。





从途牛截至目前的暑期游学产品预订情况看，按照预订出游人次，热门客源地主要是上海、北京、南京、天津、深圳、广州、武汉、杭州、成都、西安等一二线城市；按客单价划分，上海位居第一名，此后分别为北京、深圳、广州、杭州、天津、南京、成都、武汉、苏州。游学作为一种新型的教育方式，在更多城市受到广泛认可。



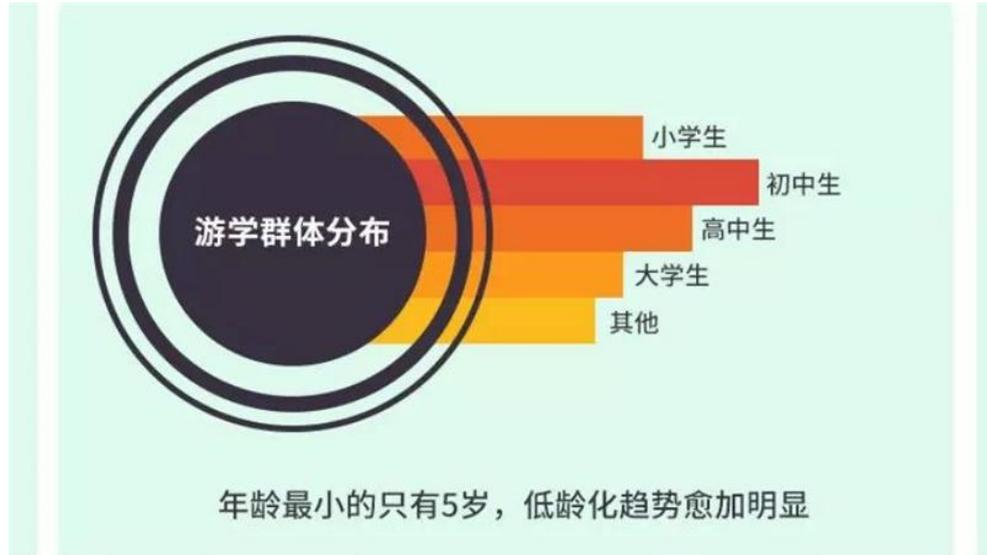


在游学产品价格方面，境内游学产品人均消费为 2300 元，海外游学产品人均消费为 15000 元。42%的家长能够接受 2 万元以内的人均花费，37%的家长选择人均 2-3 万元的游学产品，另有 21%的用户选择人均花费 3 万以上的产品。



游学群体呈多元化特征 年龄最小才 5 岁

途牛截至目前的暑期游学产品预订数据显示，游学群体中，年龄最小的游客才 5 岁，低龄化趋势愈加明显。按照年级划分，小学生占比为 17%，初中生占比达 32%，高中生占比达到 21%，青少年依旧是游学市场的主力军。此外，随着人们对自我提升要求的增强，部分成年人也加入进游学队伍，不少想开阔视野的大学生也开始借助游学为自己积累学习经验，游学客群结构日益多元化，由此带动了游学产品的多样化。



从游学产品的预订时间看，由于出境游学目的地国家涉及签证时间较长或涉及多国签证，较多用户提前2个月左右便开始咨询报名。境内游学的时间选择空间较大，不过，暑期旅游旺季期间，部分游学资源较为紧张，因此，不少家长会提前一个月左右预订产品。预计今年暑期将在7月底、8月初迎来两波游学高峰。

在游学客群组合中，和同学、朋友一起参加是主要的方式，出游人次占比达46%，其次为独自游学，占比为27%。另外，与家人同游比例逐渐上升，占比达到15%，这与近几年推出的亲子游学产品有关。例如，孩子们上课时，陪同的爸爸、妈妈们可以参与行程中特别安排的亲子活动，或者调整频率，喝咖啡、逛街市等，切换到慢节奏的度假模式。



在游学天数上，选择1周以内的客户占比40%；选择1-2周的客户占比为38%；选择2-4周的客户占比达20%；4周以上客户占比2%。一般而言，选择境内游学的家庭较多倾向于2周内的行程，达到4周以上的游学产品大多为海外游学产品，例如安排学生入住当地寄宿家庭，或者是在全球化校园中快速充电和提升语言能力。



日本、东南亚等出境游学兴起 插班、名校探访等主题最热门



提及海外游学和夏令营，很多人都会将目光聚焦在英国、加拿大等世界名校遍布的目的地。同时，近年来，新加坡、日本、泰国等目的地的热度也在不断上升。

从途牛截至目前暑期海外游学产品的预订情况看，热门目的地国家分别有英国、日本、澳大利亚、法国、新加坡、加拿大、新西兰、美国、泰国、瑞士。其中，英国、澳大利亚作为传统的留学国家依然是今年游学热门，插班、国际课堂、本土营地、名校探访、人文行走、文化体验、慈善公益等特色主题受到欢迎。此外，让学生通过短期的国外学校学习，可对国外风俗习惯、生存环境、学习环境进行体验达到留学前演练的效果。





此外，日本以及新加坡、泰国等东南亚目的地，以性价比取胜。与此同时，近几年，针对此类目的地的游学产品也逐渐丰富，“日本大阪-京都-富士山-东京6日游 暑期二次元游学之旅”、“团体定制 新加坡游学之旅”、“香港+新加坡国际学校双语夏令营9天8晚游”等线路预订热度持续上升。以“新加坡游学之旅”产品为例，孩子们可以在行程中尽情游览“花园城市”新加坡，在打卡滨海湾金沙、滨海艺术中心、国家美术馆、维多利亚剧院、新加坡科学馆等景点，感受异国文化的同时，也可以走进新加坡国家学校进行学习拜访，和当地学生一起上课，感受老师独特的教学风格和学习氛围。

境内游学渐升温 军营体验等孩子独立性培养项目引关注

在境内游学中，最受欢迎的产品类型分别是名校探访、户外挑战、本土营地、博物馆游览、乡村夏令营、人文行走、科学探索、自然探究、军营体验、红色旅游等，热门目的地有北京、江苏、四川、海南、广西、内蒙古、云南、山东、新疆、福建。其中，北京作为全国政治、文化中心，也是教育最发达的地区之一，有普通高等院校近百所，因此成为学生境内游学的主要目的地。





报名境内游学的家长在希望激发孩子潜能，培养孩子独立、勇敢、尝试和自信精神方面有着相当要求，例如通过军营体验学习野外生存技能，学会使用生存包、露营、帐篷、野外取火等，或是通过沙漠徒步等户外活动锻炼孩子的毅力。通过这类活动的体验，帮助孩子在克服困境中获得成长，在团队竞赛中与人合作，在学习过程中积累能力。



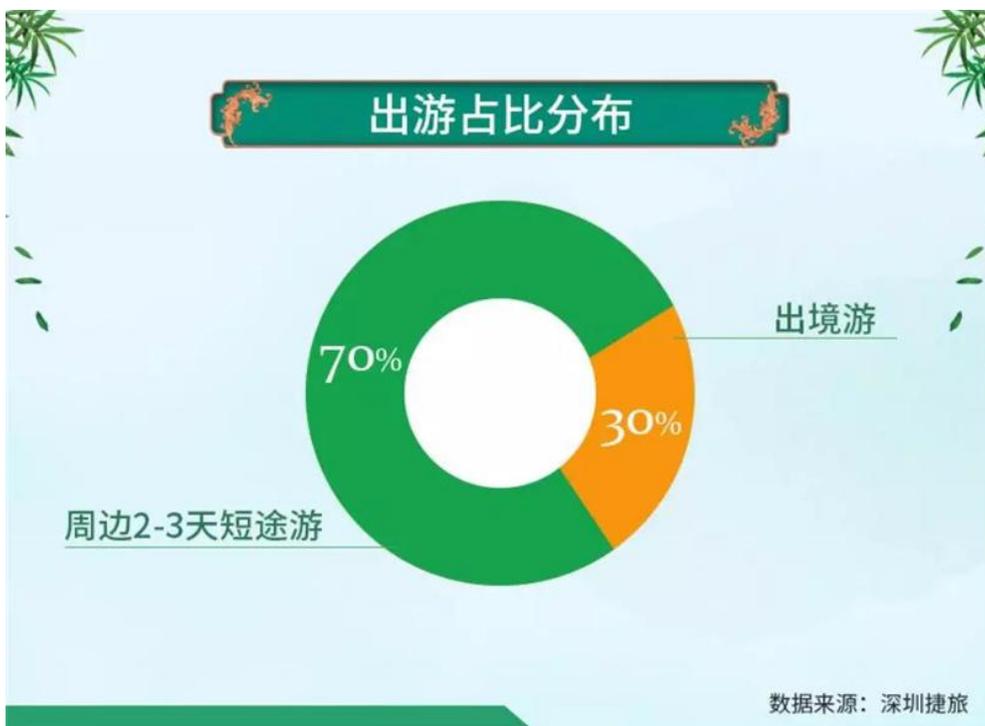
此外，在境内游学中，父母的参与性也逐渐受到更多关注，途牛暑期预订较为火爆的“阿拉善+腾格里沙漠亲子研学双卧6日游”、“浙江军旅夏令营7日游”、“西安5日研学营游”、“宁夏-沙坡头-西部影城-贺兰山岩画-西夏陵-水洞沟-西夏风情园双飞5日游”等均含有亲子行程设计，父母可与孩子共同参与到游学的部分行程中，和孩子共同学习成长。



深捷旅发布《2019年端午酒店预订报告》

来源：深圳捷旅

作为2019年上半年最后一个节假日，端午小长假已经告一段落。国内知名酒店B2B预订平台深圳捷旅发布《2019年端午酒店预订报告》（下称《报告》），《报告》显示，今年端午假期和高考时间重叠，但这并没有影响人们的出游热情，酒店预订数据显示，七成市民选择2-3日周边短途游，其中亲子游项目最受欢迎，不少主题酒店出现一房难求现象；三成市民选择出境旅游，香港、澳门成为出境游首选目的地，其次，泰国、新加坡、马来西亚等东南亚国家也备受青睐，境外游客预订酒店更偏爱星级度假型酒店；《报告》还显示，上海、深圳、广州、北京、珠海、武汉、重庆、杭州、苏州、南京等城市成为今年端午假期十大热门旅游城市。

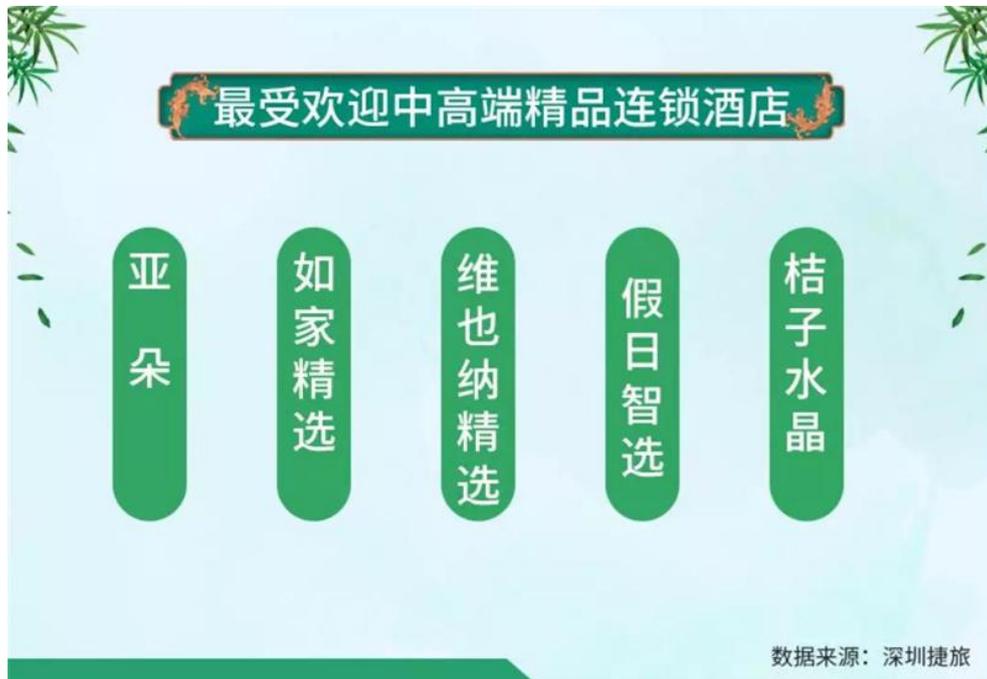


周边游占比达7成 2-3日短途游酒店预订增长3成

今年的端午假期是6月7日—9日，和全国普通高等学校招生统一考试于6月7日—8日完美重叠，但这并没有影响到人们的出游热情。《报告》数据显示，端午出游类型中，约7成选择2-3日周边游，酒店预订量从6月1日开始呈明显增长趋势，预订量同比2018年增长约30%。入住高峰期集中在6月7日和6月8日。



《报告》显示，周边游酒店预订中，部分中高端精品连锁品牌最受游客青睐，如亚朵、如家精选、维也纳精选、假日智选、桔子水晶等酒店端午假期基本是满房状态。



亲子游占半壁江山，主题乐园周边酒店一房难求

值得关注的是，亲子游依然是今年端午假期出游主力军，占比超5成。各大主题乐园及周边酒店预订火热，价格集中在800-1500元/晚之间。游客在亲子游行程中，大部分会选择预订星级酒店。如广州长隆度假区旗下酒店、珠海长隆度假区旗下酒店、Club Med Joyview安吉度假村、三亚亚特兰蒂斯、香港迪士尼乐园酒店、上海迪士尼乐园酒店、环球恐龙城旗下酒店、杭州第一世界、万达集团旗下乐园、海昌集团旗下乐园等主题酒店预定量最高，端午假期入住率爆满，多家主题酒店甚至出现一房难求的现象。

深捷旅国内产品中心负责人表示，根据往年预订数据反馈，每年端午假期亲子游会出现一波高峰。深捷旅今年提前联合各大酒店集团推出团房



和包切房政策，并与下游分销商、线上线下各大渠道紧密高效沟通，针对重点酒店房态问题做时实对接，确保端午假期酒店库存和房价稳定。



境外短途游火爆 港澳、东南亚再上榜首

虽然端午小长假只有3天的时间，但也有不少“拼假族”凑出4-5天的时间选择出境游。《报告》数据显示，三成市民选择出境游，其中，香港、澳门、新加坡、泰国、马来西亚成为端午假期最受欢迎出境旅游目的地。境外酒店价格大部分集中在900-1500元/晚不等。

深捷旅国际产品中心负责人表示，随着港珠澳大桥的通车和香港高铁开通、以及内地居民赴港澳通行证办理更加便捷等多重利好因素影响，每逢假期港澳游都迎来高峰。大部分酒店预订需要提前15-20天，绝大部分酒店满房率100%。此外，深捷旅还与香港帝国酒店、香港沙田丽豪酒店、澳门威尼斯人渡假村酒店、香港皇家太平洋酒店、澳门喜来登金沙城中心酒店等展开深度合作，确保分销商房态稳定性。



东南亚等国家酒店预订量增速明显，随着深捷旅今年在境外市场的不断扩张，端午节酒店预订量和去年同比翻倍增长。其中新加坡滨海湾金沙酒店和清迈四季度假村等酒店端午假期最受分销商青睐。



暑期境外预售酒店暴涨 6月预订优惠更多

6月份除了端午节假期外，还有儿童节和父亲节等节日，可谓是节日扎堆。随着暑期学生即将放假，一年一度的暑期旺季也即将来临。端午节期间，深捷旅联合境外各大酒店品牌推出暑期预售活动，主打错峰订酒店，得到了不少分销商的支持，尤其是境外海岛游系列酒店，订单暴增。

《报告》显示，暑期预售的境外酒店产品涉及上百家，价格从300多元到1800元/晚不等，其中苏梅岛喜来登度假酒店、皮皮岛乡村海滩度假酒店、芽庄星城酒店、吉隆坡悦榕庄柏威年酒店、曼谷安娜塔拉暹罗酒店、芭堤雅万丽度假村、新加坡圣淘沙艾美酒店、胡志明美憬阁西贡酒店、普吉岛阿玛瑞度假酒店、华欣瑞享阿莎拉别墅度假村等酒店因为预售价格优惠，酒店评级高而广受分销商青睐。



国内十大热门旅游城市出炉 一线城市居首

《报告》数据，根据端午假期酒店预订数据评出2019年端午节十大热门旅游城市，其中，北上广深一线城市依然居首。端午假期十大热门旅游城市分别是：上海、深圳、广州、北京、珠海、武汉、重庆、杭州、苏州、南京。



国内外端午假期最受欢迎酒店名单出炉 星级酒店关注度最高

《报告》还根据国内外酒店预订数据和好评度等综合评出2019年端午假期各地最受欢迎酒店名单，数据显示，星级酒店依然最受采购商的青睐。

华南区域最受欢迎酒店 Top20 名单如下：



港澳区域最受欢迎酒店 Top15 名单如下：



东南亚最受欢迎酒店名单 Top10 如下：



华北最受欢迎酒店名单 Top15:



华东最受欢迎酒店名单 Top10:



华中最受欢迎酒店名单 Top15 如下：



华西最受欢迎酒店名单 Top5 如下:





行业要闻

整理编辑：何筱寒

1、雅高公布中美和北美市场详细发展计划

来源：品橙旅游

最近，总部位于巴黎酒店集团雅高更新了中美和北美市场的发展计划，这是雅高全球发展战略的关键领域。去年11月，雅高还宣布了以约5亿美元的价格收购波兰酒店运营商 Orbis 剩余股份的计划，标志着其对发展中东欧市场的兴趣。

2、木莲庄酒店集团与同程旅游达成合作

来源：品橙旅游

近日，在木莲庄酒店集团举办的“荣放之夜”上，同程旅游与木莲庄酒店集团达成战略合作，同程旅游“同驿贷”将为木莲庄酒店加盟商提供大额融资服务，解决加盟资金痛点，降低投资门槛。

3、北京8家住宿单位上卫生“黑榜”

来源：北京商报

6月13日，国家卫生健康委通报了住宿场所卫生专项整治情况，在公开专项整治期间，查处了有多项违法情形的住宿场所经营单位和在2018年3月-2019年3月有多次违法受到查处的住宿场所经营单位，这其中，多家酒店榜上有名。业内人士表示，卫生问题是酒店等住宿行业的基本原则，不容忽视。

4、喜达屋推出新品牌



来源：界面旅行家

近日，喜达屋资本集团宣布推出新的酒店品牌 Treehouse Hotel。第一家酒店将于今年年底落户伦敦，随后计划在美国落成更多物业。

第一家 Treehouse Hotel 并不是新建酒店，将接管位于马里波恩朗朗广场 14-15 号的一家酒店。该酒店位于 BBC 总部对面，拥有 95 间客房、15 间套房、一间顶层餐厅和一间屋顶酒吧。

5、安徽建成首个铁路主题公园

来源：文旅中国

该铁路公园位于合肥市新站区。公园总面积约为 66 公顷(占地面积近 993 亩)，是安徽省首个铁路主题公园。据介绍，铁路主题公园一期面积 39 公顷，分为铁路文化区和滨水休闲区。作为铁路公园核心区域的铁路文化区目前已经建成，正在进行最后的收尾作业并组织验收，预计 7 月底交付使用。

6、爱彼迎推出 200 余项多天探险体验

来源：腾讯科技

爱彼迎方面介绍，其已在全球范围内推出 200 余项多天探险体验，年底前还将有更多体验上线，体验包括爱彼迎自营及第三方平台在爱彼迎上独家提供两种类型；所有多天探险体验都分成小团体进行，最多可接待不超过 12 名参与者；多天探险体验活动类型丰富，包括从运动到美食，从耕种到露营，从音乐到动物等不同类别，且始终蕴含当地社区的特色元素。

7、消息称安邦将于今年秋出售纽约华尔道夫酒店

来源：观点地产网

据《华尔街日报》援引美国房产经纪公司 Douglas Elliman（道格拉斯·埃利曼）消息，安邦保险已经聘请 Douglas Elliman 出售纽约华尔道夫酒店内的 375 个住宅单位。报道还成，Douglas Elliman 同时正与伦敦的另一家地产公司 Knight Frank（莱坊）合作，留意海外买家，并且预计将于今年秋季出售。



8、凯撒旅游拟购买海航酒店控股 10.09%股份

来源：执惠

凯撒旅游发布公告称，公司于2019年6月12日召开第八届董事会第五十九次会议，审议通过了《关于购买海航酒店控股集团有限公司部分股权暨关联交易的议案》，同意公司购买北京海鸿源投资管理有限公司所持有的海航酒店控股集团有限公司10.09%的股权。

9、福州仓山拟打造四大特色小镇和五大服务平台

来源：福州日报

福州仓山区计划打造四大特色产业小镇五大产业服务平台，力争到2020年，建立电子信息制造业基地、软件信息产业基地、智能制造高端装备基地、生物医药基地、新材料基地等6个产业基地，服务业增加值占地区生产总值比重达52%。

10、湖北秭归8个项目集中签约

来源：三峡日报

湖北秭归县委、县政府日前举行2019年全县招商引资招才引智项目集中签约仪式，这是2019年屈原故里端午文化节活动的一项重要内容，秭归县旅游美食文化产业建设、中国橙谷·离地运动小镇（水田坝）旅游酒店、超低温阀门生产线建设等8个项目，协议投资总额6亿多元。



景区可限流 旅游业当升级

来源：中国经济网

只有让服务的意识更强一些，创新的脚步更快一些，供给的力度更大一些，才能更好满足公众的需要

通过实名制网络预约订票、执行单日最大游客承载量限制、按时段设置不同档门票……近年来，一些热门景区通过各种限流举措，合理引导客流，取得良好效果。从今年6月份起，八达岭长城景区也正式实施全网络实名制预约售票，并开启“限流”模式，每日游客总量控制在6.5万人次，有效缓解了这一著名旅游景点的拥挤状况。在旅游需求井喷的今天，如何完善限流举措，值得思考。

每逢节假日，各个旅游景点人山人海的照片，都会在社交网络刷屏。对身处其中的游客来说，无论是观赏体验，还是安全指数，都会大打折扣。而通过预约、限流等方式，平缓游客数量的波动曲线，有效削峰填谷，不仅能缓解节假日游客拥挤不堪的状况，保障游客游览安全顺畅，也能提升观赏体验，让名胜古迹、自然风光更好地丰盈每个人的心灵。从这个角度来说，景区限流是迈向优质旅游的一个起点。

当然，除了旅游体验的提升，限制客流量，对于景点的保护同样重要。近些年来，从敦煌莫高窟到故宫博物院，从黄果树瀑布到九寨沟景区，越来越多景点选择限流，一个重要动因就在于对文化遗产、自然资源的保护。以长城为例，蜂拥而至的游客增加了长城被破坏、被损毁的可能性。今年5月1日当天，仅八达岭长城景区清理的垃圾就有18.2吨。通过限流为长城“减负”“纾压”，可以说是必要而及时的保护。很多自然资源不可复制、不可再生，文化遗产更是民族历史与文化不可替代的象征与见证，在亲近



它们的同时，更保护好它们，我们才能与旖旎的山水相融、与绵延的文明相拥。

限流对游客和景区都是一种保护，但如果简单地一限了之，却也可能与良好初衷相悖。今天，人们外出旅游、探访名胜、登览河山的需求日益旺盛，如何让更多人亲近心中的山水，如何在保护和开放之间寻找到平衡点，是旅游行业需要思考的问题。而做到这一点，需要景区有更科学的管理、更人性化的举措。比如，一些老年人不习惯网上预约购票，是否有针对不同人群的购票方式？能否尽量延长网上预约时间，充分考虑外地游客安排行程的需要？能否通过大数据的帮助，在票源分配上进行更合理的安排？限流有必要，但因信息不畅、预案不充分、管理不到位等导致满腔热情的游客被挡在门外，这样的“遗憾”“错过”可以更少一些。今天，大数据已经能精准地为游客“画像”，借助大数据进行更精细化的管理，提升人们出游的满意度，也应成为旅游业升级的努力方向。

不只是旅游，如今，人们在各种体验型的消费上都表现出极大的热情，对于精神文化的需求更是水涨船高。从各地景区里摩肩接踵的人群，到各种展览前排起的长队，都在彰显着这种新的社会风尚。我们乐于见到人们为文化买单、为体验消费的热情场景，但一再上演的“排长队”“冲刺跑”，却也是重要的提醒：只有让服务的意识更强一些，创新的脚步更快一些，供给的力度更大一些，才能更好满足公众的需要。从这个角度来说，景区限流是我们迈出的重要一步，但未来还需要更多一步一步前行，才能回应公众高涨的热情、实现人们对美好生活的向往。



5G 时代来了！这些旅游酒店上市公司将获益

来源：第一财经 作者：乐琰

据央视报道，工信部今日向中国电信、中国移动、中国联通、中国广电发放 5G 商用牌照。2016 年 5 月 5 日，工信部向中国广播电视网络有限公司颁发了《基础电信业务经营许可证》，批准中国广播电视网络有限公司在全国范围内经营互联网国内数据传送业务、国内通信设施服务业务。这也就意味着，中国广电成为继中国移动、中国电信和中国联通之后第四大基础电信运营商。

消息一出，携程（CTRP.NASDAQ）、途牛旅游网（TOUR.NASDAQ）、同程艺龙（00780.HK）、众信旅游（002707.SZ）、中青旅（600138.SH）、驴妈妈、华侨城（000069.SZ）、锦江系、首旅如家（首旅酒店，600258.SH）、华住酒店（HTHT.US）等 OTA（在线旅游代理商）、传统旅游企业和酒店业者纷纷表示，5G 将会对旅游业的形态产生重大利好影响，酒店业会增加 AR 体验场景，尤其是 OTA 将继续领航旅游业技术前沿并创造更多商机。

记者了解到，整个 4G 时代，在线地图取代了纸质地图，互联网产品极大丰富，视频开始流行，大量线下场景转移到线上，移动互联网在中国的普及率已经超过 98%。《5G 时代》一书作者项立刚提出，4G 改变的是生活，5G 改变的是社会。但至少现在，我们还能记得 4G 长什么样子。人们的需求，无论是出行、出游、购物，现在只需要各种各样的 App 就能满足，各家互联网大厂各有所长，覆盖的场景和产业链越来越多，移动互联网的爆炸式发展。在业界看来，5G 时代，万物互联将真正到来，任何介质都可能是智能联网的设备。

携程、途牛等业者显然看到了商机，纷纷表示，旅游产业链涉及吃、住、行、游、购、娱，这些环节都可以因为 5G 的覆盖而得以更好的发展。



比如在游、娱和行方面，5G的高带宽能支持更高的信号传输效率，于是可能出现沉浸式旅游的场景，游客行前可以VR预览景区环境，帮助做出旅行决定，行中可以进行目的地互动，及时分享景观视频。同时，如何通过数字技术便利出行、减少安全隐患是5G时代旅游的一个聚焦点。无论是自动驾驶还是城市交通实时监控和调节的智慧城市，都可以更好地解决拥堵问题，节假日拥堵的情况可能得到改善，道路交通安全也能得到更好的保障。

此外，出境旅游难免会遇到语言问题，尤其是去一些小语种国家旅游的时候，通过旅行翻译器可以解决语言问题，在更高带宽的支持下，AI语义识别和转换以及传输的速度会更快，最大程度地减少延时，达到同步翻译的效果，可以很好地扩展旅行目的地半径，优化旅行体验。

景区监测也是5G应用和物联网概念下的一个重要场景，景区可以动态监测区内外人流情况，合理调节潮汐峰值，既确保景区的安全，也能控制景区人数，提升游客在景区内的体验。

联合国开发计划署、中国国际交流中心、携程集团等联合课题组博士黄璜认为，5G技术可以利用大量的物联网在景区的观测和实时动态的监测，实时通过旅游安全风险评估模型，形成旅游安全信息的指数。这有助于游客获取全面的安全信息，做好安全出游的保障。据悉，现在在九寨沟景区就有监测器，实时监测风速、降雨、土壤的松动程度，通过模型提示发生泥石流或者其他意外灾害的可能性，超过一定的临界值就会直接向游客实时报送；而在重庆的洪崖洞，设置了监测人流量的系统，可以通过电子围栏监测500米范围内、1公里范围内的人流，从而有针对性地进行引流、疏导。

或许，5G距离广泛应用还有一段距离，但对于5G时代可能给旅游业带来的变革，旅游和酒店业者已经在积极筹备部署。

携程CEO孙洁表示，随着5G技术的不断普及，将会给在线旅游业带来变革式的发展。“5G技术将拉近通讯业与其他行业的距离，携程将成为5G



和在线旅游业相结合的推动者，为客户带来更好的旅行体验，科技会让旅游更幸福。”

“用户能看到的内容越多，想体验的就越多。这可以说是旅游行业迎合 5G 时代的一个核心思路。”携程技术相关负责人表示，5G 不是一个概念，而是实实在在的改变，这种改变会由行业的头部玩家来引领。不仅是交通、景区等基础设施与 5G 有物联网概念的关联，OTA 平台与 5G 的关联更强，因为 OTA 本身就代表着旅游行业技术的前沿，5G 时代的很多行业新“玩法”可能会首先由 OTA 来推出。

记者了解到，携程、途牛、同程艺龙等 OTA 企业在这几年不断加大对人工智能、大数据和云计算的投入。5G 对于 OTA 来说一个很重要的意义就在于，带宽对技术实现的限制变小，科技转化为服务的速度将越来越快，场景也越来越多样。

酒店住宿方面，部分酒店计划针对一些房型推出 VR 导览服务，客人可以在预订之前通过 VR 游览的方式了解酒店房型，5G 可能会令这个趋势在行业内得以普及。

首旅如家方面对记者表示，此前由于网络覆盖和技术等问题，还难以做到广泛布局酒店内的 AR 场景，但是如今 5G 时代来临后就可以做一些高科技增值服务，比如房内的 AI 控制、设备更新、在线视频的观看，这能使得住客的感受更好，且让酒店收益也有提升。

“数字文旅的时代已经到来。”中国旅游研究院院长、文化和旅游部数据中心主任戴斌认为，在技术推动下，各产业边界逐渐消失，文旅产业需要适应并创新商业模式。

“正如 20 年前的人们无法想象现在互联网能够如此方便地串联吃、住、行、游、购、娱，现在的人们也想象不到 5G 时代甚至更远未来的旅游业形



《酒店旅游信息采编》2019年第6期下月刊 总第140期

态如何。毋庸置疑，5G将会令整个旅游酒店业的商业形式产生变化。”华美酒店顾问机构首席知识官赵焕焱指出。



Airbnb 联合创始人柏思齐：短期内不担心 OYO 竞争威胁

来源：环球旅讯

印度酒店品牌 OYO 最近受到旅游行业巨头的青睐，Airbnb 确认了对 OYO 的投资，携程、美团则相继宣布了和 OYO 的合作。

但分析人士表示，随着 OYO 逐渐深入 Airbnb 和携程的业务领域，双方之间将不可避免地会出现竞争局势。

Airbnb 联合创始人兼首席策略官柏思齐最近在东京接受日本媒体采访时表示，“OYO 增长迅速，他们有独特之处。”

“新兴市场的消费者对价格较为敏感，Airbnb 在这些市场取得了不少发展。”柏思齐称，OYO 可能成为 Airbnb “下一代旅行的战略合作伙伴”。

据日经亚洲评论（Nikkei）报道，OYO 称其 2018 财年的销售额增长了 4.3 倍，在 10 个国家的 500 多个城市布局了经济型酒店，酒店业主能够通过 OYO 数据驱动的管理系统提升运营效率。

Nikkei 报道称，在确认对 OYO 的投资之前，Airbnb 平台就已经上线了部分 OYO 酒店。

OYO 称其在印度市场接入了逾 17.6 万间客房、9000 个酒店或物业，主要提供经济型住宿服务。另一方面，Airbnb 目前在印度市场上线了 5 万个房源，大部分都是相对高档的房源。柏思齐拒绝就合作的具体计划置评，只表示最初将聚焦在印度市场。



OYO酒店创始人李泰熙最近在新加坡表示，“Airbnb是OYO的深度合作伙伴，我们可以创造更多空间，而Airbnb将能够更好地分销。”

另一方面，Airbnb的一位高管表示，Airbnb的目标“远不止于增加房源”。

曾获得LINE投资的日本旅游搜索网站Venture Republic的CEO Kei Shibata表示，“在IPO前夕，Airbnb将目光锁定了与民宿业相辅相成的酒店市场。”今年4月，Airbnb完成了对酒店预订平台HotelTonight的收购。

Shibata表示，除了互相接入房源库存，Airbnb和OYO也有可能合作推动双方技术的标准化发展，比如基于智能手机的房源自助上锁系统。

另一方面，携程与OYO的战略合作将聚焦双方在中国市场的业务。OYO称在中国320个城市上线了45万间酒店客房，这对关注中国国内二线及中小城市的携程而言颇具吸引力。

“OYO在低线城市有宝贵的酒店库存，与携程合作能够更好地满足中国消费者的需求。”李泰熙称，在进军中国市场1年半后，按客房数量计算OYO已经成为“中国第二大酒店集团”。

但OYO与携程、与Airbnb在一些领域存在业务重叠，是否能保持长期的合作关系仍然有待观察。

Shibata称，“Airbnb与OYO在未来极有可能成为竞争对手。Airbnb在不断拓展其酒店业务，而OYO也需要提升民宿业务的市场规模，并进一步打入Airbnb颇具优势的西方市场。”

OYO据称目前的公司估值高达50亿美元，并且已在印度、吉隆坡和迪拜等市场推出了短租服务。今年5月，OYO以3.6亿欧元（4.05亿美元）收购了总部位于阿姆斯特丹的短租管理公司Leisure Group。



李泰熙称，消费者对民宿这一概念的接受度日益增强，在办理入住和其它手续方面民宿与酒店类似，但对于家庭和团队旅游而言民宿则更为便利。

李泰熙强调称，OYO计划进一步拓展短租业务，“当前短租市场供度假租赁的公寓至少有1亿个，这是一个真正的机会。”

问及OYO是否可能会成为Airbnb的竞争对手时，柏思齐表示，这在短期内尚不足以构成问题。

“Airbnb和OYO存在很大的合作空间，Airbnb在短期内并不担心竞争威胁。但从长远来看，Airbnb希望成为贯穿整个旅途的多功能平台，为自身创造更多新的商机。”



去哪儿联合创始人戴福瑞：亚洲目的地旅游未来的机会

来源：环球旅讯

去哪儿网的前首席执行官兼联合创始人戴福瑞（Frtiz Demopoulos）目前专注于管理风投公司皇后大道投资（Queen's Town Capital）。戴福瑞是目的地旅游预订平台 GetYourGuide 的早期投资者，他帮助东南亚的初创企业成长。作为一个具备丰富创业经验的投资人，他对目的地旅游、活动和景点领域的投资机遇也有自己的预见性。

戴福瑞近期接受了 Arival 的采访，就目的地旅游业的未来、面临的挑战以及目的地旅游、活动和景点方面的投资机遇发表了看法。

Arival：目的地旅游、活动和景点的建设和营销目前面临的最大挑战是什么？

戴福瑞：如何触达客户是目的地旅游、活动和景点的经营者和营销人员最关注的事。以消费者为中心的大型平台和在线旅游公司确实创造了一些价值，但如果借用棒球或板球比赛的词汇来形容目前的市场，我们仍处于开局环节。

传统观点似乎认为，千禧一代和 Z 一代想要真实、本地化的体验和目的地旅游。但真正的挑战在于，这种观点在多大程度上是准确的？我认为，尽管他们一直说想要真正本地化的旅游体验，但仍然会自拍和发布社交媒体（即使有时候这种做法从文化的角度来看不太合适），继续喝拿铁咖啡（即使在一个主要喝茶的国家）。

Arival：技术创新将如何塑造目的地旅游产业的经营方式？



戴福瑞：移动平台、无缝支付、数据分析等促进了以消费者为中心的大型平台的出现，大大方便了消费者发现和购买最合适的旅游体验。换句话说，手机上更容易找到和购买想要的任何东西。

Arival：影响亚洲旅游运营商的最大力量是什么？

戴福瑞：Google。这家公司赚取了多个行业营销费用的近半。短期来看，旅游行业近半的营销费用也被Google赚取。不过，令人鼓舞的是，人们也在极尽努力使营销渠道更多元化，比如达人营销、用户行为和受众精准营销、网盟营销、传统电视和社交媒体营销等。

Arival：目的地旅游行业的空白地带或机会在哪里？

戴福瑞：分销平台如果专注于满足单一需求市场上消费者需求，会有比较大的机会，比如韩国创业公司MyRealTrip。这是因为单一市场的消费者需求也比较独特。亚洲地区市场非常多样化，很难有效地向各国消费者统一营销并满足他们的需求。

此外，不包括营销成本，现在运营平台业务的成本非常低，瞄准规模较小但相对富裕的市场是经济可行的。

Arival：你对目的地旅游行业未来最大的期待是什么？

戴福瑞：目的地旅游行业巨大的市场机遇令人非常兴奋，以消费者为中心的平台以及GetYourGuide、KKday和Klook等在线旅游公司纷纷出现。消费者也是第一次能够在一个平台找到各种各样的景点、目的地旅游和体验活动。消费者能够高效地进行购买、查看排名和点评，并获得服务保障和免费的客户支持。

简而言之，到访未知目的地、购买旅游体验、目的地旅游活动或景点可能带来的障碍和不确定性，在很大程度上已经得以消除。



世界上十大“特色”酒店，现代人追求的不是舒适度， 而是体验！

来源：搜狐旅游

简约风格酒店，夜里还要吹冷风，酒店里面其实什么都没有，只有一张床，但是夜里可以欣赏阿尔卑斯山的夜景，酒店价格昂贵。



气泡酒店，真个酒店装在一个大大的透明气泡中，可以让人们充分的和大自然亲近。



移动酒店，这些集装箱是可以移动的，在这个酒店中，你想睡在那里，就可以把自己的酒店搬到那里，让人们充分的体验可以移动的房子感受。



直肠酒店,这个酒店是依照人的直肠设计的,酒店内部的风格也是简约版的。





原始酒店，森林中有 10 个小茅草屋，这就是这家酒店的全部房间了，但是房间每天爆满。



污水管酒店，利用污水管做出的酒店，看起来很是奇特，估计这个可以体验穷苦人的生活吧！



镜魔方，这个酒店因为是镜子做成的，咋眼一看，什么都没有，再仔细看，你就会发现其实是有一个正方形的房子，仿佛和森林融为一体了。





《酒店旅游信息采编》2019年第6期下月刊 总第140期
玻璃屋顶度假村酒店，这个算是住在地下了。



房卡酒店，这个酒店是设计师用的20多万张房卡建成了这个占地约37平方米的酒店。



海底的酒店，睡觉的地方，完全被海水包围着，如同置身海底世界！





《酒店旅游信息采编》2019年第6期下月刊 总第140期

新一代人对住房的要求在不断的变革，以前是要求舒适度高，现在舒适度高了，人们开始喜欢各种生活体验！



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6期下月刊（总第140期）

投稿方式：yxxytsg@sina.com

联系电话：028-87979510