

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 150 期

12-1 期

2019.12.1



# 目录

<b>业界动态</b> .....	1
迈点首发   双 11 的 2684 亿背后 酒店读出了什么? .....	1
2019 年中国乡村旅游市场投资前景研究报告.....	8
夜间经济≠夜市, 北京出台“夜京城 13 条”将夜经济推上新高 度.....	15
<b>要闻精粹</b> .....	26
行业要闻.....	26
康养旅居: 万亿市场的正确打开方式.....	34
迈点首发   无欲世代, 撑起酒店下一个“战场” .....	38
<b>行家之音</b> .....	43
戴斌   红色旅游既要有国家视野 也要有游客视角.....	43
杨俊: 中国酒店业 未来已来! .....	48
<b>走进全球酒店</b> .....	50
国内最火爆的十大网红民宿盘点.....	50



## 迈点首发 | 双 11 的 2684 亿背后 酒店读出了什么？

来源：迈点网 · maimai · 2019-11-13

双十一已不仅是电商的狂欢。

第 11 个双 11，未见颓势。提早半个多月便开始预热、让人一边骂一边停不下来的“盖楼”活动、在淘宝直播上着重发力……每一年，淘宝都能想到让人花钱的新方式。

在所有“剁族”的努力下，2019 年天猫双 11 的 GMV 达到 2684 亿，又一次打破了记录。买家心满意足，卖家自然赚得盆满钵满。

相比起逐年增加的成交额，对于酒店来说，藏着这个成交额背后的一系列数据，反而更有意思。

### 2684 亿意味着什么

在计算峰值达到每秒 54.4 万笔交易的速度下，午夜刚过 96 秒，成交额就突破了 100 亿元大关。1 小时 26 分，又飞速破了 4 年前的战绩，总成交额迈过 1207 亿元，比 2018 年快了近 7 小时。

在下午 16 点 31 分 12 秒，2018 年 2135 亿元的成绩也被打破。最后，2019 年天猫双 11 的总成交额定格在了新的历史记录——2684 亿元。



2684 亿元，无疑为市场注入一支“强心针”，虽然媒体总是提到消费降级，但人们还是逃不开“真香定律”，在双 11 来到的时候，还是没忍住购物的手，消费能力依然逐年在增加。

依然有着极强消费能力的用户，对于酒店来说，无疑是一件好事。

### 宠物经济崛起

在今年双 11 的报告中，我们不难看到，90 后的生活比他们的长辈们更依赖宠物的陪伴。

在2019 天猫双 11 同时购买猫粮、狗粮的消费者当中，90 后占到了近 44%，换句话说，中国猫狗双全的人群当中，有将近一半是 90 后。结合另一组数据——本次天猫双 11 最受欢迎的进口商品是猫主粮；在 5 个最受欢迎进口品牌当中，宠物食品品牌就占据了 2 个席位。显然，宠物以及相关产品已经成为中国人消费时的重点。



猫狗双全的购买者中  
**90后占4成**



**截至20点**  
**2019天猫双11卖出猫粮14000吨**  
**狗粮18000吨，猫砂3000吨**

这届90后太难了  
又要照管自己所剩不多的头发  
还要购买成吨粮食养猫育狗

@天猫发言人

前段时间，我们刚刚探讨了酒店如何从宠物经济中获利《那些想吃“宠物红利”的酒店都怎么样了？》。“宠物经济”是一门千亿级的孤独生意，对于酒店来说，无论是用“动物礼宾”来招徕客户，还是允许宠物入住为住客大开方便之门，都是吃下“宠物红利”的方式。

从双 11 的数据中，我们不难看到，支撑起宠物经济的 90 后，同样也是正在支撑起酒店的新客群。根据去哪儿网预计，如果中国国内酒店制定完善的宠物入住酒店标准，在不影响其他住客的同时，抓住带宠物出游的细分市场机遇，入住率会提升 5%到10%以上。

酒店+宠物这一市场，依然庞大得令人心动，值得酒店花心思去研究。

怎么留住养生 90 后的心



今年双 11 最为扎心的数据,莫过于 90 后购买了 42.41%的假发,“秃如其然”地意识到了自己不再年轻。



接过了父母辈养生的旗帜,90 后成为了“新生代中年人”代表。今年,新生代中年人购买了超过 56%的枸杞,来自于杭州、上海和南京的消费者构成了本次“食疗者联盟”的主力阵容。



90 后正在承担起社会中流砥柱的责任，成为了包括酒店在内的各项消费的主力人群。

对于颇为养生的这一代人，酒店的迎合，更应该注重生活方式的满足。

舒适的床垫枕头、妥帖的服务、一个安心的睡眠环境，哪怕是睡前夜床服务的一杯热牛奶，都能赢得 90 后想要养生的心。

### 新媒体与科技，能带来什么

每一届的双 11，我们总能看到新的媒介与新的科技在其中起到一些令人意想不到的作用。

今年的双 11，最为瞩目的莫过于淘宝直播对商家的成交额的增长。



**淘宝直播**

天猫双11全天直播  
引导成交近**200**亿  
超**50%**天猫商家  
通过直播获新增长

**天猫旗舰店 2.0**  
TMALL FLAGSHIP STORE 2.0

AR、AI、3D……  
天猫旗舰店里藏着黑科技  
核心试点商家:进店消费者  
同比增长超**50%**

**天猫精灵**  
TMALL GENIE

超**500**万人参与  
语音购物  
**105**万笔订单  
通过“说话”的方式支付

我们在《从抖音到淘宝直播：酒店正在被摆上“货架”》写到，折扣价买入、自行确定消费时间、可全额退款——对于消费者几乎无后顾之忧的销售方式，开启了旅游产品的“囤货时代”。

双11 期间有数千场直播在飞猪和淘宝同步开启，直播的主播有带观众通过镜头看世界的旅游达人，也有在镜头前认真分析产品每个细节的商家小二。酒店的销售，从线下走到线上，既有主播的激情推介，也有自媒体达人的图文带货。

新媒体、新科技、新趋势，酒店不能错过。



## 高成交额城市依然是酒店要地

各省市之间成交额的排名。如果用总成交额排名，排在前三的依旧是广东、江苏和浙江。虽然二三名之间的位次有所变动，但经济大省的地位依旧稳固。



显然，各省市之间的消费能力高低仍然和经济实力高度挂钩。对于十分看重位置的酒店来说，这些拥有高消费能力、高经济实力的城市，依然是扩张要地。

走过了那么多年，双 11 早已不仅仅是电商的狂欢。其背后所蕴含的各省市之间的经济实力对比，消费者的观念变化等，对于酒店来说，同样值得去细细品味解读。



## 2019 年中国乡村旅游市场投资前景研究报告

来源：中商产业研究院 • 2019-11-23

2018 年，全国休闲农业和乡村旅游接待人次超 30 亿，营业收入超过 8000 亿元。休闲农业成为城市居民休闲、旅游和旅居的重要目的地，成为乡村产业的新亮点。

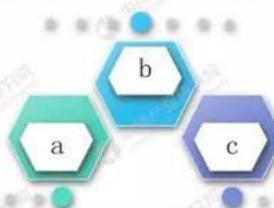




## 基本定义

乡村旅游是以农民为经营主体，以农民所拥有的土地、庭院、经济作物和地方资源为特色，以为游客服务为经营手段的农村家庭经营方式，实际上是一种“农家乐”的概念。一般认为我国乡村旅游至少应包含三大内容：以独具特色的乡村民俗文化为灵魂；以农民为经营主体，充分体现民俗特色；目标市场应主要定位为城市居民，满足都市人享受田园风光、回归淳朴民俗的愿望。

以农民为经营主体，充分体现“住农家屋、吃农家饭、干农家活、享农家乐”的民俗特色



以独具特色的乡村民俗文化为灵魂，以此提高乡村旅游的品位丰富性

乡村旅游的目标市场应主要定位为城市居民，满足都市人享受田园风光、回归淳朴民俗的愿望

## 发展历程

1986年成都“徐家大院”的诞生标志着“农家乐”旅游模式拉开了乡村旅游的序幕。经过多年的发展，目前我国乡村旅游已经进入快速发展时期。整体看来，我国乡村旅游市场经历了四个阶段：



## 发展意义

乡村旅游对乡村振兴有着极大作用。发展休闲农业和乡村旅游带动了餐饮住宿、农产品加工、交通运输、建筑和文化等关联产业，农民可以就地就近就业，还能把特色农产品变礼品、特色民俗文化和工艺变商品、特色餐饮变服务产品，增加了经营性收入。而民房变民宿，农家庭院变成农家乐园，增加了财产性收入。特别是一些贫困地区，发掘独有的稀缺资源，有效带动农民脱贫致富。





## 政策助力乡村旅游

中商产业研究院  
股票代码: 838497

发布时间	政策	主要内容
2016年9月	《关于大力发展休闲农业的指导意见》	鼓励开发休闲农庄、乡村酒店、特色民宿、户外运动等乡村休闲度假产品,探索农业主题公园、农业嘉年华、特色小镇、渔人码头等模式。到2020年,产业规模进一步扩大,接待人次达33亿人次,营业收入超过7000亿元;布局优化、类型丰富、功能完善、特色明显的格局基本形成;社会效益明显提高,从事休闲农业的农民收入较快增长;发展质量明显提高,服务水平较大提升,可持续发展能力进一步增强,成为拓展农业、繁荣农村、富裕农民的新兴支柱产业。
2017年2月	国务院2017年中央一号文件	充分发挥乡村各类物质与非物质文化遗产的独特优势,利用“旅游+”、“生态+”等模式,推进农业、林业与旅游、教育、文化、康养等产业深度融合。丰富乡村旅游业态和产品,打造各类主题乡村旅游目的地和精品线路,发展富有乡村特色的民宿和养生养老基地。鼓励农村集体经济组织创办乡村旅游合作社,或与社会资本联办乡村旅游企业。
2017年5月	《关于推动落实休闲农业和乡村旅游发展政策的通知》	旨在促进引导休闲农业和乡村旅游持续健康发展,加快培育农业农村经济发展新动能,壮大新产业新业态新模式,推进农村一二三产业融合发展。
2017年7月	《促进乡村旅游发展提质升级行动方案(2017年)》	明确了2017年全国乡村旅游实际完成投资达到约5500亿元,年接待人数超过25亿人次,乡村旅游消费规模增至1.4万亿元,带动约900万农民受益的发展目标。
2018年4月	《关于开展休闲农业和乡村旅游升级行动的通知》	推动业态升级、设施升级、服务升级、文化升级、管理升级,到2020年,产业规模进一步扩大,营业收入持续增长,力争超万亿元,实现乡村休闲旅游高质量发展。
2018年10月	《促进乡村旅游发展提质升级行动方案(2018年—2020年)》	国家发展改革委等13个部门联合发文,提出“鼓励引导社会资本参与乡村旅游发展建设”,加大对乡村旅游发展的配套政策支持。

资料来源:中商产业研究院整理

PAGE 13

## 农业农村快速发展

中商产业研究院  
股票代码: 838497

新中国成立70年来,我国政府持续加大强农惠农富农政策力度,建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系,全面深化农村改革,稳步实施乡村振兴战略,精准扶贫成效举世瞩目,农业农村发展取得了历史性成就。

### 农业生产结构不断优化

我国农业实现了由单一以种植业为主的传统农业向农林牧渔全面发展的现代农业转变。2018年全国农林牧渔业总产值113580亿元,改革开放以后,林、牧、渔业全面发展。2018年农业产值占农林牧渔业四业产值的比重为57.1%。

### 乡村基础设施显著增强

改革开放以来,农村基础设施建设不断加强,电气化有序推进。公路和网络建设成效明显。据统计,2018年全国农村公路总里程增加到404万公里。99.6%的乡镇、99.5%的建制村通了硬化路,99.1%的乡镇、96.5%的建制村通了客车。

### 生活环境条件明显改善

农普结果显示,90.8%的乡镇生活垃圾集中处理或部分集中处理,73.9%的村生活垃圾集中处理或部分集中处理,17.4%的村生活污水集中处理或部分集中处理。农村“厕所革命”加快推进,基本卫生条件明显改善。农普结果显示,使用水冲式卫生厕所的农户占36.2%,使用卫生旱厕的农户占12.4%。

### 教育文化建设全面提升

农普结果显示,初中文化程度以上的农村居民占42.5%,高中或中专文化程度的农村居民占11.0%,大专及以上的农村居民占3.9%,农村居民文化素质明显提升。96.8%的乡镇有图书馆、文化站,11.9%的乡镇有剧场/影剧院,41.3%的村有农民业余文化组织。

### 医疗服务体系不断完善

改革开放以来,加强农村医疗卫生服务体系,以县级医院为龙头、乡镇卫生院为枢纽、村卫生室为基础的农村医疗卫生服务网络加快形成。农村医疗卫生状况大为改观。2018年全国乡镇卫生院3.6万个,床位133万张,卫生人员139万人;村卫生室62.2万个,人员达144万人。

数据来源:统计局、中商产业研究院整理

PAGE 15

## 消费潜力不断释放

中商产业研究院  
股票代码: 838497

在消费升级和消费普及两种因素的共同作用下,我国居民的消费水平和消费规模将会获得长期、持续的增长。2018年全国居民人均消费支出近2万元,农村居民人均消费支出达1.21万元,同比增长10.7%,扣除价格因素实际增长8.4%。值得注意的是,农村居民消费多为食品支出。随着乡村振兴,农民收入提高以及消费支出扩大,未来农村市场潜力不断释放。

2013-2018年我国居民人均消费支出情况



2013-2018年农村/城镇居民人均消费支出情况(元)



数据来源:统计局、中商产业研究院整理

PAGE 17

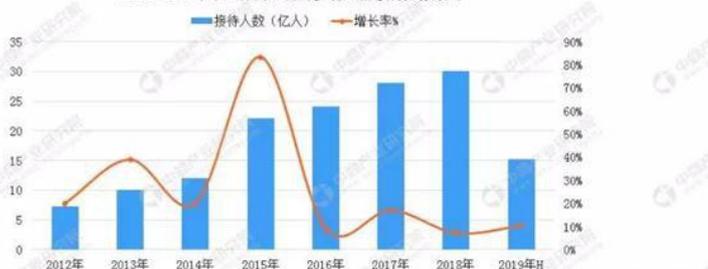


## 乡村旅游接待人数

中商产业研究院  
股票代码: 838497

2012-2018年我国休闲农业与乡村旅游人数不断增加,从2012年的7.2亿人次增至2017年的28亿人次,年均复合增长率高达31.2%,增长十分迅速。据测算,2018年全国休闲农业和乡村旅游接待人次超30亿,休闲农业成为城市居民休闲、旅游和旅居的重要目的地,成为乡村产业的新亮点。到2019年上半年,全国全国乡村旅游总人次已经超过15亿次,同比增加10.2%。

2012-2019年中国休闲农业与乡村旅游接待人数统计



数据来源: 社科院、农业部、文旅部、中商产业研究院整理

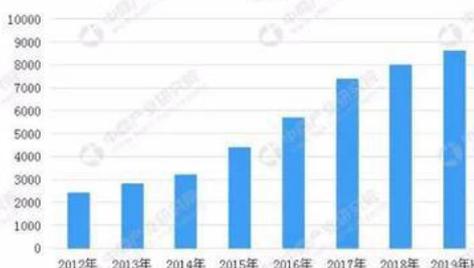
PAGE 21

## 乡村旅游收入规模

中商产业研究院  
股票代码: 838497

2012-2018年中国休闲农业与乡村旅游营业收入增长十分迅速,2013年、2015年、2016年我国乡村旅游收入都达到30%以上。初步统计,2018年全国乡村旅游收入超8000亿元。到2019年,我国乡村旅游发展态势一片大好。仅上半年实现乡村旅游总收入0.86万亿元,同比增加11.7%,这一数值超过2018年全年收入,今年乡村旅游收入将顺利突破1万亿。

2012-2019年中国休闲农业与乡村旅游收入统计 (亿元)



数据来源: 社科院、农业部、文旅部、中商产业研究院整理

PAGE 22

## 各区域乡村旅游开展情况

中商产业研究院  
股票代码: 838497

虽然近年来乡村旅游和农家乐等新产业新业态迅猛发展,但开展旅游接待服务的村占比仅有约5%,餐馆有营业执照的村占比仅有约30%。根据第三次全国农业普查主要数据显示,中部地区有执照的餐馆的村占比最高,达到32.4%;而西部地区开展旅游接待服务的村占比最高,达到6.9%。值得注意的是,东北地区两项指标皆低于全国平均水平。

全国各地区开展旅游接待及餐饮服务的乡镇占比情况



数据来源: 国家统计局、中商产业研究院整理

PAGE 26



## 乡村旅游发展综述

中商产业研究院  
股票代码: 838497

休闲农业和乡村旅游发展态势良好。当前,我国休闲农业蓬勃发展,规模逐年扩大,功能日益拓展,模式丰富多样,内涵不断丰富,发展方式逐步转变,呈现出良好的发展态势。具体表现为五大点:

### 产业规模逐年壮大

• 目前,全国农家乐已超150万家,规模休闲农业园区1.8万家,年接待人数超过4亿人次。

### 产业类型丰富多样

• 各地根据自然特色、区位优势、文化底蕴、生态环境和经济发展水平,先后发展形成了形式多样、功能多元、特色各异的模式和类型。

### 发展方式逐步转变

• 休闲农业和乡村旅游逐步从零星分布向规模集约,从单一功能向休闲教育体验多功能,从单一产业向多产业一体化经营,从农民自发发展向政府规划引导转变。

### 产业品牌影响扩大

• 围绕“高、新、特、优、雅、奇”努力打造特色休闲品牌,一批服务能力好、休闲功能强、顾客认同度高的休闲农业品牌初步形成。

### 产业效益初步显现

• 休闲农业和乡村旅游年经营收入超过1200亿元以上,带动1500万农民受益,已成为一些地区壮大县域经济的支柱产业和民生产业。

PAGE 29

## 市场存在问题分析

中商产业研究院  
股票代码: 838497

乡村旅游快速扩张增加了旅游收入,解决就业问题,带动了当地经济发展,同时也暴露出许多问题。

### OPTION 01 定位比较模糊

由于我国乡村旅游发展较晚,普遍对乡村旅游的定位不准,各种类型之间的界限模糊,致消费导向不明确。

### OPTION 02 盲目开发,重复建设

由于旅游类型丰富,产品数量较多,准入门槛低,开发商拿地没有认真规划,科学布局,造成极大浪费。

### OPTION 03 形式简单,缺乏核心竞争力

多数乡村旅游产品还停留在提供住宿、餐饮的层面上,很多农家乐还是当地居民自家住宿,缺乏自身特色,环境差。

### OPTION 04 缺乏管理

由于乡村旅游点管理者及经营者多位当地村民,缺乏基础管理经验和能力,造成旅游场所品质低,服务水平低等。



PAGE 30

## 乡村旅游典型模式

中商产业研究院  
股票代码: 838497

关于乡村旅游发展,国外有许多成功模式,如欧美的“度假农庄”模式,新加坡的“复合农业园区”模式,日本的“绿色旅游”模式等,都有一定的借鉴意义,但由于我国明显不同于国外的旅游消费特色,使得我国需探索适合中国乡村旅游发展的本土模式。经过多年探索,目前根据不同类型景区的发展特点,已经形成了十大典型模式。



资料来源:中商产业研究院整理

PAGE 32



## 产业依托型

产业依托型指以产业化程度极高的优势农业为依托,通过拓展农业观光、休闲、度假和体验等功能,开发“农业+旅游”产品组合,带动农副产品加工、餐饮服务等相关产业发展,促使农业向二、三产业延伸,实现农业与旅游业的协同发展。如当前国家重点支持的农业特色小镇、田园综合体等。

### 案例:“田园鲁家”田园综合体

浙江安吉“田园鲁家”以鲁家村为核心,辐射、带动周边南北庄、义士塔、赤芝3个行政村,构筑“1+3”格局,规划范围总计55.78平方公里,核心功能板块划分为“一廊三区”,最终形成“一带为核、一环贯通、三点辐射、四村共赢”的局面。该项目分3年完成,总投资4.5亿元。



## 乡村旅游规划思路

乡村旅游规划作为旅游规划的一种特殊类型,必须遵循旅游规划的一般原则与技术路线。目前,国内外还没有专门针对乡村旅游规划的技术路线。根据旅游规划的一般性要求,结合乡村旅游规划的实际需要,我国乡村旅游规划的过程一般分为五个阶段:





## 乡村旅游规划目标

按照2015年国务院出台的进一步促进旅游投资和消费若干意见,要求实施乡村旅游提升计划,开拓旅游消费空间,并大力推进乡村旅游扶贫。到2020年,全国建成6000个以上乡村旅游模范村,形成10万个以上休闲农业和乡村旅游特色村、300万家农家乐,乡村旅游年接待游客超过20亿人次,受益农民5000万人。休闲农业和乡村旅游未来具有巨大的发展空间。

指标	2020年目标
乡村旅游模范村	6000个以上
休闲农业和乡村旅游特色村	10万个以上
农家乐	300万家
接待游客	20亿人次
收益农民	5000万人

数据来源:中商产业研究院整理

## 乡村旅游重点村名录

第一批全国乡村旅游重点村名单

序号	地区	申报村名称	序号	地区	申报村名称
1	北京	怀柔区渤海镇北沟村	21	河北	张家口市蔚县暖泉镇西古堡村
2	北京	延庆区井庄镇柳沟村	22	河北	雄安新区雄县张岗乡王村
3	北京	密云区古北口镇古北口村	23	河北	唐山市曹妃甸区十里海养殖场
4	北京	房山区周口店镇黄草店村	24	河北	邢台市沙河市柴关乡王峪村
5	北京	怀柔区喇叭门满族乡中榆树店村	25	河北	保定市竞秀区江城乡大营店村
6	北京	门头沟区斋堂镇灵水村	26	河北	石家庄市正定县正定镇塔元庄村
7	北京	顺义区龙湾屯镇柳庄户村	27	河北	秦皇岛市北戴河区北戴河村
8	北京	延庆区刘斌堡乡姚官岭村	28	山西	晋中市昔阳县大寨镇大寨村
9	北京	门头沟区斋堂镇马栏村	29	山西	吕梁市汾阳市贾家庄镇贾家庄村
10	天津	蓟州区下营镇常州村	30	山西	阳泉市平定县娘子关镇娘子关村
11	天津	蓟州区渔阳镇西井峪村	31	山西	长治市上党区振兴区振兴村
12	天津	蓟州区下营镇郭家沟村	32	山西	忻州市崞县宋家沟乡宋家沟村
13	天津	蓟州区穿芳峪镇小穿芳峪村	33	山西	晋城市城区北石店镇司徒村
14	天津	蓟州区穿芳峪镇毛家峪村	34	山西	晋中市平遥县段村镇横坡村
15	天津	蓟州区穿芳峪镇大巨各庄村	35	山西	临汾市乡宁县关王庙乡坂儿上村
16	天津	蓟州区上仓镇程家庄村	36	内蒙古	巴彦淖尔市临河区狼山镇富强村
17	河北	石家庄市平山县岗南镇李家庄村	37	内蒙古	呼伦贝尔市额尔古纳市蒙兀室韦苏木室韦村
18	河北	邯郸市馆陶县寿山寺乡寿山寺东村	38	内蒙古	鄂尔多斯市乌审旗无定河镇巴图湾村
19	河北	衡水市武强县周窝镇周窝村	39	内蒙古	赤峰市喀喇沁旗西桥镇雷家营子村
20	河北	保定市涞水县三坡镇百里峡村	40	内蒙古	呼和浩特市新城区保合少镇恰包村



## 夜间经济≠夜市，北京出台“夜京城 13 条” 将夜经济推上新高度

来源：中购联 · 2019-11-25

“夜间经济”作为都市经济的重要组成部分，其繁荣程度是一座城市经济开放度、活跃度的重要标志。北京出台“夜京城 13 条”再次将发展夜经济推上新高度。而在此前，上海、天津、重庆、青岛、杭州、石家庄、南京、西安、成都、南昌、宁波等地相继出台相关政策措施，纷纷点亮“夜间模式”。

### Part1

#### 夜间经济≠夜市

夜间经济源于大都市为改善城市中心区夜晚空巢现象而提出的经济学概念，在当前已成为城市经济的重要组成部分，我们将其定义为“发生在当日下午 6 点到次日凌晨 6 点，以当地居民、工作人群和游客为消费主体，以休闲、旅游、购物、健身、文化、餐饮等为主要形式的现代城市消费经济”。（注释：夜间经济通常指从下班后进行的经营活动，上海市最新指导意见对此定义为从晚 7 点到次日 6 点，在城市特定地段发生的各种合法商业经营活动。）

夜间经济的核心是在时间和场景上延伸消费链条，针对不同人群需求提供多元服务，以拉动消费。国际大都市的夜间经济各具特色，形成本土化和国际化、传统和潮流、接地气和高大上等多种夜间经济集聚区。

老牌全球城市伦敦在 70 多个区域搭建世界领先的夜间经济文化集群，伦敦夜生活中心苏荷区、戏剧中心西区交叉满足消费者需求。

在创造物质环境的同时，地方当局、土地所有者、投资者和经营者共同努力，消除管理和意识层面的障碍，引入各种形式的文化娱乐活动，如深夜购物、食品



夜市、市民庆祝活动、公园之夜、嘉年华和街头表演等，帮助吸引更多包括老人、小孩、残疾人等在内的游客，减少游客对犯罪和反社会行为的恐惧。

在“夜间市长”发源地阿姆斯特丹，夜间经济的鼓励发展和有效管理结合，聘任有夜间产业经验的专家支持产业发展，并协调产业与居民和政府间关系，确保夜生活和与城市生活的其他部分共存。

纽约作为全球最具活力的经济文化中心和以 24 小时地铁著称的“不夜城”，夜生活从文化切入，不论是传统中心时代广场和百老汇，还是年轻人聚集的东村和布鲁克林，夜生活内容多元丰富且充满生命力。

在“夜经济”发展的先驱东京，传统夜生活中心新宿和银座、新区代表六本木和台场等服务差异化人群，官民一体推进“24 小时日本”。

在全球宜居城市新加坡，传统中心乌节路吸引旅游购物人群在夜间消费，新中心滨海湾定位 24 小时商业、生活、工作与娱乐中心，满足都市人群多方位需求。

## Part2

### 夜间经济的分类和功能

我们按照业态丰富度和时间维度，将夜间经济集聚区分为三类：

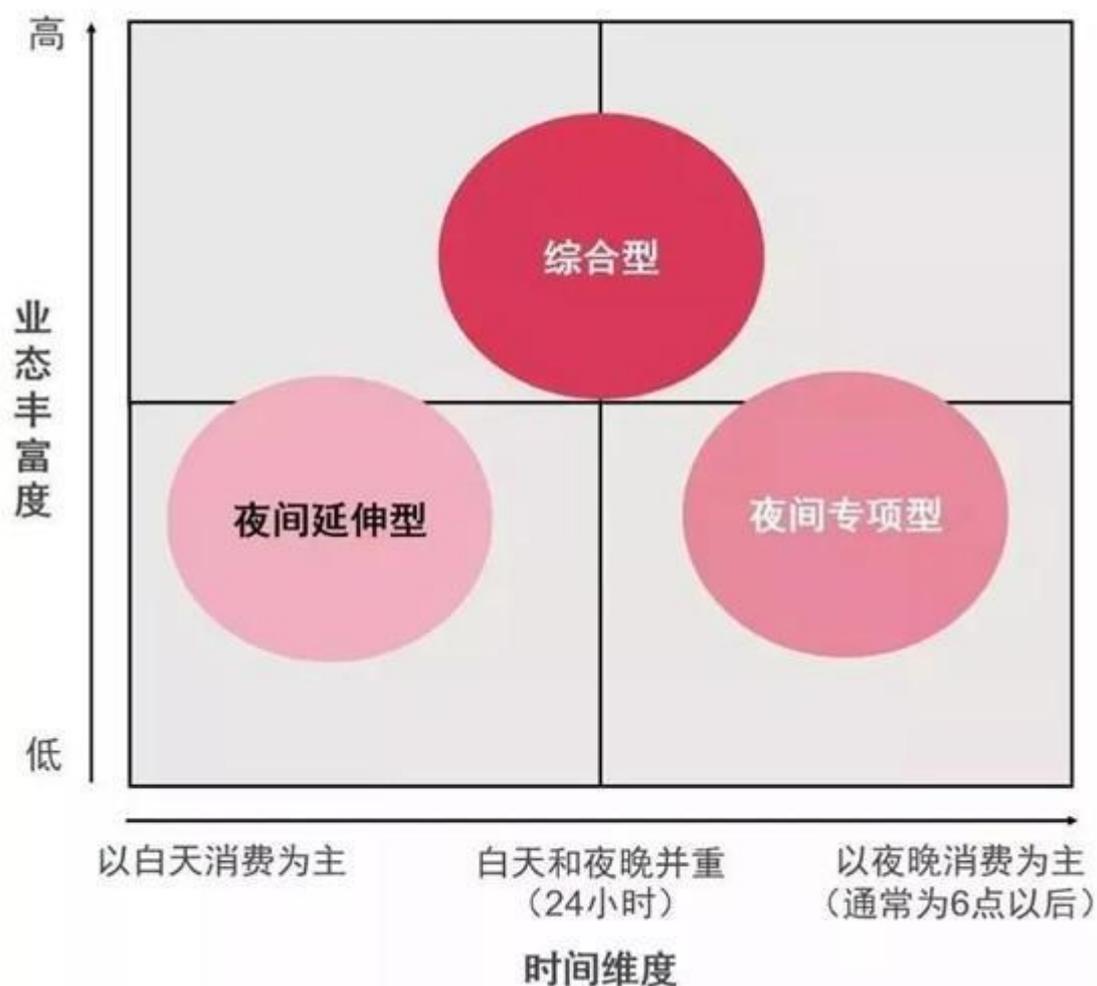
**夜间延伸型：**餐饮、购物等以白天活动为主的服务行业向夜晚延伸，延长营业时间，以美食街、夜市等业态为代表，在众多国内外城市存在，内容较为单一，代表区域包括北京簋街、成都宽窄巷子、台中逢甲夜市等。

**夜间专项型：**酒吧、KTV、俱乐部、剧院等活动时间以夜晚为主、白天为辅的服务行业，专为傍晚和深夜打造，吸引特定人群，代表区包括伦敦西区、东京新宿红灯区、阿姆斯特丹红灯区等。

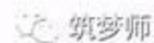
**综合型：**以城市夜景灯光和地标性建筑为特色，结合文化娱乐、餐饮休闲、观光表演和生活配套等，形成综合型集聚区，代表区域包括东京六本木、新加坡滨海湾、上海新天地等。通常，由地方政府统筹发展，受众广泛，营造舒适的消费和休闲氛围。



## 夜间经济集聚区类型与特点



信息来源：文献研究，普华永道思略特分析



可以看出，综合型集聚区是未来夜间经济集聚区的主要发展趋势，丰富多元的业态和内容不仅为夜间生活服务，更是全方位提升城市活力，这也是国际大都市纷纷提出“24 小时经济”的原因。

夜间经济的发展对于城市实现了三层功能。

第一，夜间经济使营商环境得以优化，满足工作人群的多方面需求，延伸商务社交、高品质消费等场景，白天的 CBD 在夜晚成为了白领、精英的“加油站”。

第二，夜间生活的丰富多彩，即是美好生活的体现，不论是工作在此或居住在此，城市的夜间生活是写字楼、通勤途中之外的第二空间。



第三，夜间经济与城市活力紧密相关，城市“FUN”的一面未来将是体现城市活力的国际化名片。

### Part3

#### 夜间经济的需求特点和趋势

在消费升级和千禧一代逐渐成为主力消费群体的大背景下，夜间经济体现出三大特点：业态多元、场景融合、专业品质。

**业态多元：**夜间经济发达的区域业态非常丰富，包括餐饮、商场等白天和夜晚并重的业态，以及，酒吧、KTV 等以夜间为主的业态，过去，夜晚基本无人的文化类活动场所也逐渐成为承接城市夜间活动的载体，形成夜市、酒吧街、深夜食堂、深夜书店等特色产品。

**场景融合：**由于未来碎片化的工作方式，工作人群希望在办公和生活空间周边尽可能集成吃、住、行、游、娱、购、学、健等功能，保证生态与空间对于日常工作的包容性，同时满足个人对社交、休闲、锻炼身体、知识提升等需求。

**专业品质：**未来，人们在消费时，更看重高品质的硬件和服务，获得令人愉悦的消费体验，在舒适放松的环境中，得到精神生活的提升，找到情绪出口。

我们对夜间经济消费趋势进行了调研，研究发现，夜间经济的核心消费群体较为年轻，以 20~39 岁人群为主，他们的夜间消费能力与 40 岁及以上的消费者持平，但频次更高，超过 60%每周进行夜间消费。夜间主要消费人群体现出以下特征：

**倾向临近消费并追求交通便利性：**在选择夜间消费商圈时，59%的消费者选择了交通便利性，是最注重的考量因素，其次是高质量与多元化项目。

**休闲放松与社交是目前夜间活动主要目的：**年轻群体具有活力又面临压力，放松与社交是夜间活动主要目的，正餐与小酌适合社交与放松，是现有主要夜间活动内容。

**区域夜间差异化发展机遇在于提升文化艺术内容：**未来对消费者最有吸引力的夜间活动是话剧、音乐剧等演出，以及，艺术、时尚等主题展览，其次，是深夜食堂和 24 小时书店等业态。



**信息获取渠道多元：**超过 75%的消费者会从线上平台，如大众点评、鲜城渠道获取夜间活动的信息，朋友推荐和新媒体推广次之，纸媒、电视等传统媒体将不再是人们获取信息的主要渠道。

#### Part4

### 夜间经济的关键发展维度

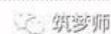
我们基于“机遇之城”的综合评估框架，建立了夜间经济评估模型，包括涵盖业态和内容、运营推广和基础支撑三个层面的十个维度。在进行区域和城市评估时，我们结合内部数据库与数据精准抓取，衡量人流情况、业态密度、推广效果等，分析得出夜间经济的提升方案。



### 夜间经济发展的十个维度



信息来源：文献研究，普华永道思略特分析



以日本为例，夜间经济保持活力需要政府、企业和民众联合，不断创新业态和内容，并对交通、法规、管理和安保等基础支撑点进行推进。

日本“夜间经济议员联盟”在成立之初，便提出延长电车和地铁的运营时间、周末实行24小时公共交通的举措，积极借鉴世界成功经验；在安全方面，建立日本版的安全街区认证机制，增设监控设施，发动民间安防志愿者，确保环境安全；同时，定期发布报告，改变人们对夜生活负面印象的舆论环境，由政府引导发展夜间经济。



东京针对目标人群的需求，不断打造多元业态。针对上班族，全家（FamilyMart）在东京都大田区推出 FIT&GO 24 小时健身便利店，满足更注重自身形象、健康与精神提升的精英人群需求。

在 FIT&GO，24 小时健身房让工作人群可以利用碎片化时间运动，并配套休息室、淋浴室等功能与洗衣等项目，提供一站式服务，适合在精英人群分布密集的区域配套，达到聚人、留人的效果。

夜晚也是工作了一天的人群寻求精神栖息之所的时刻，在银座顶级购物中心的茑屋书店便是这样一个精神港湾。书店面积约 700 平米，以融合艺术的生活为主轴，店里的星巴克以“文人聚集的沙龙”为概念，为加班族提供舒适的文化生活空间。

深夜食堂在夜晚更是成为不可获缺的生活寄托，既是暖胃解馋之地，也是休闲社交的场所。年轻消费人群对于健康生活的追求也促使深夜食堂在传统居酒屋、拉面店等形态之外，出现了健康宵夜居酒屋、创意美食深夜餐厅等。

## Part5

### 夜间经济区域发展的策略要点

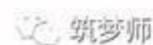
借鉴国际最佳实践，从区域夜间经济发展的角度，我们认为夜间经济的打造需要进行系统性考量，注意业态和内容的设计，持续的运营推广和必需的基础支撑。



## 夜间经济生态的三个层次



信息来源：文献研究，普华永道思略特分析



业态和内容上，夜间产品要注重差异化，从人们社交、休闲的需求出发，增加酒吧等社交场所和主题性强的表演、沉浸式内容，并首先盘活现有空间，最大化利用空间和增加内容；另外，文化类设施要合理延长营业时间，满足工作人群下班后的参观需求。

运营推广上，需明确夜间经济发展主题，设计富有感染力的品牌形象，选择新媒体、平台等合作方进行针对年轻群体的推广。



基础支撑上，政府需统筹管理，与企业、文化机构和民众共同打造，协调公共交通等资源，使人们安心前往和顺利离开；在设计步行街、集市等动线时，与消防、治安等部门配合，确保应急方案到位。

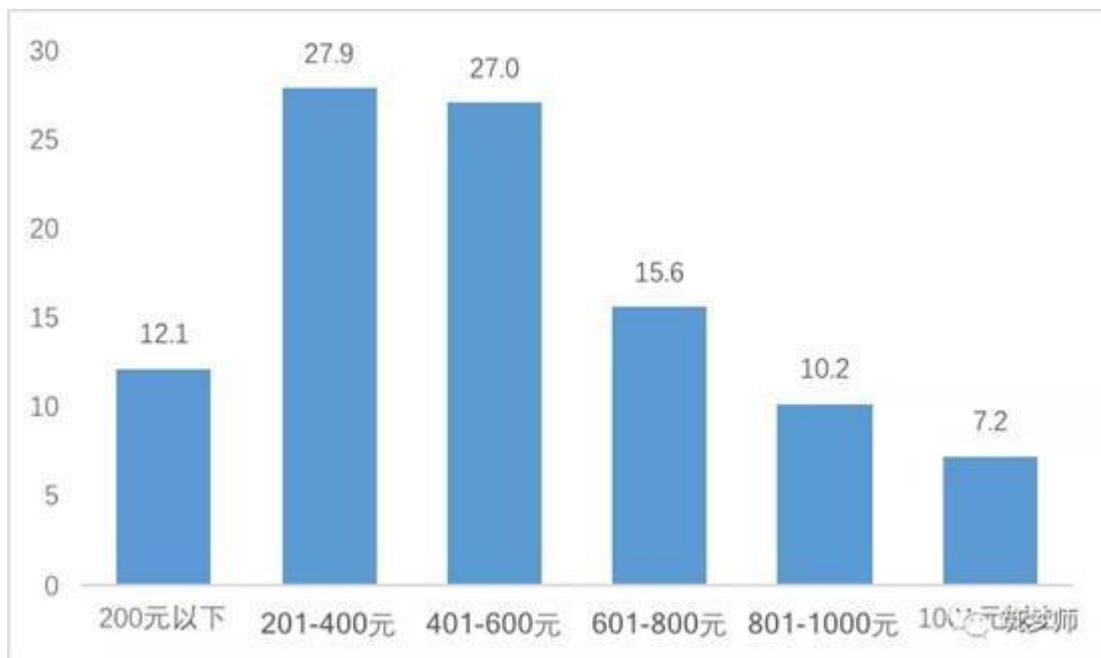
## Part6

### 夜间经济背后蕴藏着哪些商机

据美团点评大数据显示，2018 年度平台夜间餐饮消费交易额较 2017 年度增长 47%，高于日间餐饮消费增长率 2 个百分点；

阿里巴巴“夜经济”报告显示，阿里巴巴丰富了夜间消费图景，夜间淘宝网购占全天消费比例超 36%，盒马鲜生、口碑饿了么等带动夜间餐饮消费增长，观影观演等文化消费成为夜间消费的新内容……阿里巴巴超 7 亿消费者的购物车正在拉动夜间经济增长；

银联商务的数据显示，“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。



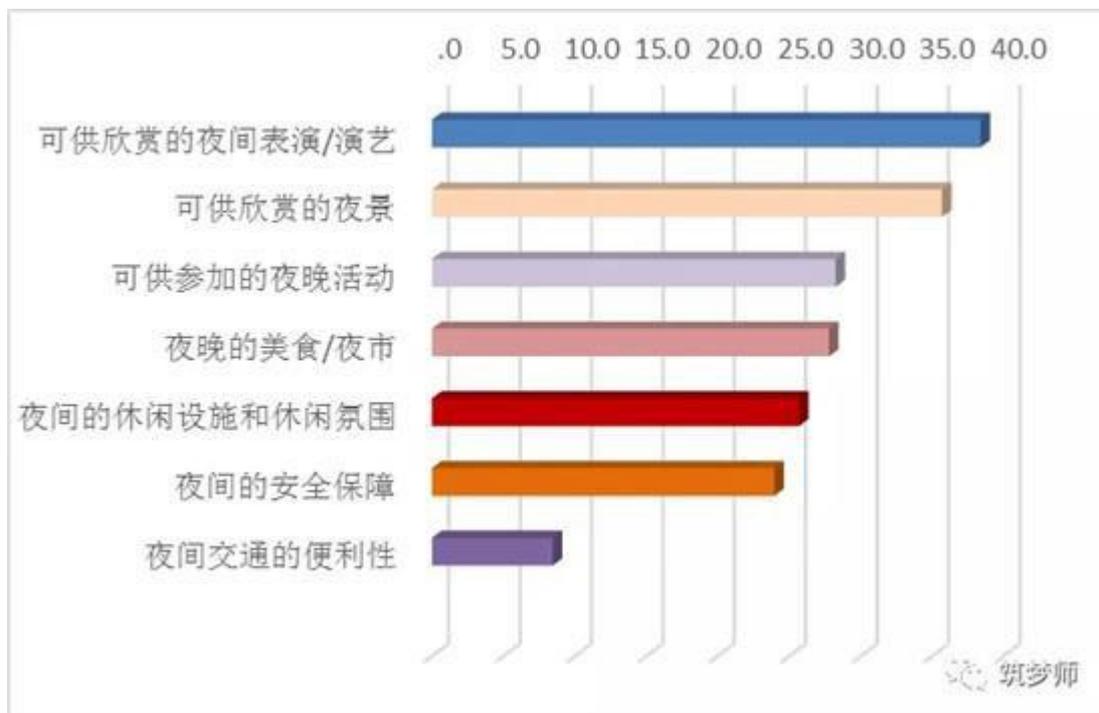
中国旅游研究院夜间旅游专项调研

专项调查数据显示，夜游花费在 200-400 元和 400-600 元之间的比重最高，600-800 元和 200 元以下居中，1000 元以下比重最低。情侣出游和家庭亲子出游



对夜间体验需求更高，朋友出游和跟团游需求居中。

游客对景色、活动、餐饮、休闲等夜游要素的诉求相对均衡，35.7%的受访者人群关注可供欣赏的美景，夜晚活动、休闲氛围、安全保障、美食/夜市的诉求比重在 23%-28%之间。



中国旅游研究院夜间旅游专项调研

根据中国旅游研究院夜间旅游市场专项研究显示，受到安全问题、交通条件、产品丰富程度等条件制约，旅游企业的夜游产品供给在品类、品质、投资力度等方面仍有较大的提升空间。

商务部发布的城市居民消费习惯调查报告显示，我国60%的消费发生在夜间，大型商场每天 18 时至22 时的销售额占比超过全天销售额的 50%。

### 01 | 万家灯火正是消费时

在夜间，游客对夜间美景、夜晚活动、文化体验、夜市美食都非常青睐，在文化体验中，书店、茶社、剧院是夜间消费市场的文化亮点。

以北京为例，今年端午假期，北京市商务部门重点监测的 60 家零售、餐饮企业实现零售额 20.5 亿元，同比增长 6.3%。大数据显示，西单商圈、王府井商圈消费人次同比增长分别为 19.6%和10.8%；望京、中关村和五道口等商圈 18 点至次日凌晨 6 点夜间消费尤为活跃，人均客单价在 75 元左右。夜间消费本质上



来说是一种消费升级，二者之间相辅相成。如果说消费是经济新的增长点，那么，发展夜间经济不可缺少。

## 02|夜间消费对于城市经济的影响

《纽约夜生活经济》研究报告中，2016 年，夜生活为纽约市创造了 196,000 个工作岗位，62 亿美元的工资收入（或为 74 亿美元员工薪酬），以及，191 亿美元的直接经济产出。

分类	机构数量	工作岗位	工资收入 (亿美元)	经济产出 (亿美元)
餐饮服务	19,400	141,000	42	120
酒吧夜店	2,100	13,400	4.92	20
艺术场馆	1,800	18,300	8.04	31
聚会场地	2,400	19,900	3.73	12
运动消遣	100	3,900	3.52	7.3
总计	25,800	196,000	62	191

纽约市夜生活对经济的直接影响。图片来源：《New York City's Nightlife Economy》

除此以外，这些夜生活场所本地商品与服务的购买商间接地为纽约市创造了25,000个工作岗位，18 亿美元工资收入和 51 亿美元经济产出。而在夜生活场所之外，零售、交通、住宿等配套服务也为纽约带来 48,000 个工作岗位，23 亿美元的工资收入和 60 亿美元的经济产出。除了消费者，这些场所的从业人员的消费活动也能够带来 29,000 个工作岗位，17 亿美元的工资收入和 49 亿美元的经济产出。最终，整个行业给纽约创造了 18 亿美元的财政收入，其中纽约市政府 6.97 亿美元，州政府 11 亿美元。

## 03|不缺钱的夜晚缺文化

尽管工作日益繁忙，但我们对于美好生活的向往和物质文化需求却丝毫没有减少过。中国旅游研究院《2019 夜间旅游专项调研》显示，接受调查的游客中有过夜游体验的占比 92.4%。银联商务数据显示，2019 年春节期间，国内夜间总体消费金额、笔数分别达全日消费量的 28.5%、25.7%，其中，游客消费占比近三成，夜间旅游已成为旅游目的地夜间消费市场的重要组成部分。

2019 年正月十五元宵夜，故宫的“2019 故宫紫禁上元之夜”，3000 张门票瞬间被秒光；据西安市文化和旅游局统计，2019 年春节假期，西安大唐不夜城现代唐人街接待 387.27 万人；不难看出，随着夜间旅游的盛行，游客对文化产品的需求强烈，更多满足消费者休闲娱乐需要的精品将迎来广袤市场。



## 行业要闻

整理编辑：马青

### 1、迈点译讯 | 威尼斯遇半世纪以来最严重水灾 市长指责全球变暖

来源：迈点网 · Lora 编译 · 2019-11-14

近来，意大利威尼斯及邻近岛屿遭遇暴雨和强风天气，“水城”威尼斯遭遇半个多世纪以来的最严重涨潮，整个城市 85%的地区被淹没。市长 Luigi Brugnaro 说，潮汐达到 187 厘米，将对这座城市产生持久影响。

据悉，这是有记录以来，威尼斯出现过的第二高水位，仅次于 1966 年的 194 厘米。

天气预报显示，威尼斯未来几天仍将面临恶劣天气。

目前，“高水位”已对威尼斯造成严重破坏，水灾已造成附近地区至少 2 人死亡。市内几乎所有历史景点被淹，学校也已停课，市民被要求不要外出，电话通讯时有中断。

威尼斯市长称这种情况为“充满戏剧性的”，并在推特上发布了潮水将船只抬到陆地上，被淹没的历史性地标的视频和照片。威尼斯圣马可广场（St. Mark's Square）被完全淹没，人们在膝盖高的水中前行。

意大利国家机构曾在 2017 年的一份报告中发出警告，如果不减缓气候变暖趋势或不采取适当防御措施，威尼斯将在一个世纪内被淹没。

推特上关于意大利高水位（“acqua alta”）的话题热度高涨，这又是一个全球变暖的证据，本周早些时候，澳大利亚新南威尔士州也因干旱发生了多起火灾，造成财产损失和人员死亡。

### 2、优客工场与卓越签约合作 涉及产业落地服务、智慧城市建设等

来源：观点地产网 · 2019-11-19

11 月 18 日，优客工场官微发布消息表示，近日，优客工场与卓越置业集团（东莞）有限公司建立战略合作伙伴关系，通过双方多维度的资源整合和合作，



《酒店旅游信息采编》2019 年第 12 期上月刊 总第 150 期  
促进共享办公行业在创业创新领域的进化与发展。

据了解，上述双方将在产业落地服务、智慧城市建设、空间运营与管理、招商等方面全方位深度合作，发挥双方的资源优势，为构建创新型城市体系发展提供范例。

同时，优客工场将在此次合作中输出管理运营、智能系统、入驻招商、企服平台、社群活动、资源对接等资源。

据悉，卓越置业东莞公司是卓越集团开发板块的核心区域公司，11 年来深耕东莞，布局粤港澳大湾区，形成了房地产开发，城市更新、产业投资、商业管理四大业态融合发展的多元化开发战略。

优客工场表示，此次合作双方将共同促进地产项目以及产业园区项目的创新运营，并将各自旗下品牌、产品和资源的优势整合成为新的内容 IP，以期达成市场化的优势互补与合作共赢。优客工场与卓越集团将努力实现粤港澳大湾区与全球经济的资源共享和优势互补。

另于 11 月 14 日，有外媒引述消息人士指，共享工作空间优客工场计划于 12 月在美国上市，传集资额约 1 亿美元，最快两星期后提交相关文件，具体的时间表及规模仍有机会改变，而优客工场的代表则拒绝评论传闻。

### 3、中国首个滑雪场联盟成立

来源：北京商报 · 2019-11-19

伴随天气的转冷，冰雪运动再一次升温。11 月 18 日，由万龙度假天堂、北大湖滑雪度假区、鳌山滑雪场、丝绸之路国际度假区、亚布力阳光度假村共 5 个滑雪场组成的滑雪场联盟正式在京成立，而该联盟也成为我国首个滑雪场联盟。

据介绍，为了能够让更多的人参与滑雪运动中，五大雪场还联合推出了 2022 联盟通滑卡，持该通卡的游客可通滑中国三大滑雪区域的五家雪场。

中国城市和小城镇改革发展中心首席经济学家李铁表示，近年来滑雪不仅受到越来越多中国消费者的喜爱，也逐渐成为人们的旅行度假方式之一，此次成立滑雪场联盟，不仅可以降低大众参与冰雪运动的门槛，也可以满足更多中国滑雪消费者群体的市场诉求。

近年来，在冬奥会筹备契机下，中国冰雪产业也在蓬勃发展。借冬奥之势，我国还提出了“带动 3 亿人参与冰雪运动”目标，这也给我国冰雪产业带来了更



大的想象空间。数据显示，到 2025 年，中国体育产业总规模将达到 5 万亿元，其中冰雪产业总规模计划 2020 年达到 6000 亿元，2025 年达到 1 万亿元。

对于冰雪产业的长远规划，北京联合大学旅游产业经济研究所所长张金山表示，冰雪运动在我国的群众基础普及率及意识相对西方发达国家还处于比较弱势的状态，如今得到了国家层面的大力支持，并以冬奥会为节点深入，未来冰雪产业将迎来大发展。

#### 4、众泰携程达成战略合作 开启旅游用车新方式

来源：众泰汽车 · 2019-11-19

近日，众泰汽车股份有限公司和携程集团宣布合作，根据双方披露的战略合作协议：双方围绕“旅游出行”场景，聚焦 80、90 后消费者的诉求，提供更符合旅途需要的高品质出行体验。携程与众泰联合打造的新的服务平台，计划 5 年内达到 10 万辆以上的运力规模，布局 260 个以上城市，围绕“旅游出行”场景打造以交通枢纽和景区为中心，向一、二、三线城市网络化覆盖的租赁服务网。

据公开资料显示，众泰汽车作为中国民族汽车工业的中坚力量，具备强大的自主研发能力以及覆盖全国的出行保障服务能力。携程作为全球领先、亚洲第一的在线旅游服务公司，在 OTA 出行服务及出行大数据方面具有强劲的竞争力。众泰和携程此次强强联手，将基于平台、车源和自营网点，组建新的出行服务单元，最大化发挥双方优势，实现合作共赢，推动双方的快速发展。

本次合作，双方将围绕“旅游出行”高频场景，聚焦汽车的长短租，打造以交通枢纽和景区为中心，向一、二、三线城市网络化覆盖的租赁服务网，以及以自驾游、商务、上下班通勤为主要出行方式的自驾服务网，建立以机场接送专车和网约车为主的专车服务网。携程将充分发挥自身优势，基于移动互联网、智能车联网、区块链、人工智能、云计算等核心技术为支撑的出行服务数据网，为更多的消费者提供快捷贴心的服务。众泰汽车将发挥自身的专长，利用强大的自主研发能力，多年专注于大型 SUV、MPV 等产品的生产及质量控制能力，围绕客户的不同的用车场景，打造定制化车型，进一步提升用户的满意度，以实际行动践行“造老百姓用得起的好车”之承诺。

#### 5、杭州湘湖景区实现 5G 全覆盖 加速打造 5G 智能景区

来源：浙江新闻 · 2019-11-19



根据湘湖管委会提供的消息，目前，湘湖景区已建设了 34 个 5G 基站，实现了从湘浦路，途经跨湖桥景区、荷花庄、城山怀古景区、老虎洞景区、金融小镇慢生活街区等地标建筑，一直到开元森泊乐园的 5G 信号全景覆盖。

与传统 4G 基站相比，5G 基站的承载能力有很大的提高，可为 4G 状态下 2~3 倍的用户提供稳定、高速的网络服务，可保障景区人员密集情形下的网络质量。

早在今年 4 月 23 日，湘湖国家旅游度假区管理委员会就已经与中国移动萧山分公司就加快推进“数字湘湖”建设签订战略合作协议。根据协议，双方将在 5G 应用、智慧管理、智慧服务、智慧营销等四大方面开展全方位、深层次的战略合作。湘湖景区内的这些活动，就已经应用了 5G 技术。

在 10 月结束的湘湖国际半程马拉松赛事中，马拉松与 5G 技术的融合为现场观众带来了一场“高颜值”与“高科技”并重的 5G 马拉松盛宴。

与智能机器人语音互动，问答赛事信息；5G 网络高速率、低时延，实时转播赛事情况；5G 救援头盔保障马拉松赛事中现场实时救援音视频的有效传递，提供更专业的医疗救护……这些应用为参赛选手与观赛群众，带来了全新的观赛体验和现场互动体验。

早在今年 4 月，5G 智能网联无人驾驶车亮相湘湖。作为国内首台融合移动 5G 远程驾驶技术的 L4 级自动驾驶汽车，它不仅拥有自动驾驶能力，包括循迹自动驾驶、行人识别和动态避障、区域动态限速、交通信号灯通行、超视距、车辆动态调度等场景，同时还具有远程驾驶功能，可根据场景需求，完成自动、远程驾驶实时接管，以及网联后台的监控与管理的功能场景。

下一阶段，湘湖国家旅游度假区管理委员会将推动 5G 网络深度覆盖，化身 5G 智能景区，让 5G 技术继续丰富旅游内容、传播历史文化、展示景区风采、提升游客体验、激发创新活力，基于 5G 网络下的无人车接送、AR 全景监控、AR 旅游向导、多功能智慧灯杆、机器人巡逻、无人机服务、VR 全景体验、高清全息影院等创新应用将在湘湖不断涌现，游客将在湘湖享受到更高品质的旅游体验。

## 6、谷歌地图：为游客增加语言服务和旅游指南功能

来源：品橙旅游 · 2019-11-20

用户现在只需说出目的地的名字，谷歌地图即可翻译成当地语言并导航至准确地点。游客可以利用地点的名字和地址输入框旁边新增加的语音按钮，然后，



谷歌地图会进行翻译并大声说出。

为了更深入的交流，该服务会将用户引导到谷歌翻译。谷歌表示其将利用语音合成技术来识别手机使用的语言，然后确定用户所需的语言。

11 月，这一翻译功能会同时在 iOS 和安卓系统推出，最初支持 50 种语言，接下来，会慢慢增加更多语言服务种类。谷歌地图还计划增加本地向导服务，并在用户的“For You”标签中显示 9 个城市的最佳旅游指南。用户可以关注这些旅游指南，并获取谷歌地图中关于去哪里旅行和参观哪些景点的建议。谷歌地图在 9 个城市推出了这两项服务，包括伦敦、纽约、旧金山和东京。

今年 8 月，谷歌地图将航班和酒店的预订整合到同一板块中，为游客在机场的安检和酒店入住办理流程进行了简化，游客可随时查看行程列表。此外，还增加了实时景观和口味偏好功能，为游客推出实时场景导航，根据历史订单找到符合游客口味的餐厅，游客还可查看餐厅等待时间以及热门菜品的推荐。

谷歌地图的功能越来越全面，并已准备好改变超级 App 世界，未来四年，业务价值将增至 110 亿美元。

## 7、北京延庆投入逾 50 亿元打造城市森林生态系统

来源：新华网 · 2019-11-21

近日，北京世园会举办地北京市延庆区被授予“国家森林城市”称号。记者从延庆区获悉，当地通过 3 年持续努力，累计投入专项资金 50.1 亿元，共完成新增造林 3200 公顷，形成了林城相依、林水相融的城市森林生态系统。

北京市延庆区园林绿化局局长徐志中表示，在创建国家森林城市过程中，延庆紧抓北京世园会、北京冬奥会筹办举办机遇，将延庆作为展示我国生态文明建设成果的重要窗口，进一步提升群众的“绿色获得感”。

据悉，3 年来，延庆通过实施人居绿色空间建设与提升、森林廊道体系建设等系列工程建设，共完成新增造林 3200 公顷、改造提升林地 3800 公顷、营林 3.65 万公顷，使全区生态环境得到进一步改善，创建国家森林城市规定的 40 项指标全部达标。

数据显示，截至 2018 年底，延庆的森林面积增长至 11.82 万公顷，森林覆盖率达 59.28%，城市绿化覆盖率达 67.99%，人均公园绿地面积达 46.13 平方米。

林木面积增长的同时，延庆还加大投入，完善机制，近几年针对果树经济林、



现代园艺、养蜂、农机等出台了多项补贴奖励政策，推动生态富民。

徐志中介绍，以北京世园会筹办为契机，全区园艺产业发展提速，花卉种植面积约 1000 公顷，花卉产业年产值达 2.5 亿元；结合世园会需求，大力建设规模化苗圃，全区苗圃面积现达 3218 公顷，林木种苗产业年产值约 1 亿元。

## 8、北京将公租房违规行为纳入人民银行征信系统

来源：新华网 · 李嘉瑞 · 2019-11-21

11月20日，新华社记者从北京市住房和城乡建设委员会了解到，为进一步强化对公租房违规家庭的信用约束，北京市住建委与人民银行征信管理部门日前签订《关于金融信用信息基础数据库采集公租房违规信息的合作备忘录》，首次将公租房违规家庭信息纳入金融体系征信平台。

北京市住建委相关负责人介绍，公租房只能用于符合条件的申请家庭自住。对于存在转租转借、空置、擅自装修等违规使用的家庭，房屋行政管理部门除依据《公共租赁住房管理办法》等规定予以行政处罚外，还将其处罚信息纳入人民银行征信系统。人民银行征信系统的个人信用报告被称为个人的“信用身份证”，较为全面、客观记录个人的信用活动，如偿还贷款本息、信用卡透支情况等。不论公租房承租人及其家庭共同申请人将来贷款买房、买车，还是申请信用卡，金融机构都会查看申请人的个人信用报告，了解申请人的信用记录。

该负责人表示，此次将违规处罚家庭纳入人民银行征信系统，将进一步完善公租房信用信息管理机制，不断提高承租家庭守法守约意识，促进形成诚实守信的良好社会氛围。

## 9、Winding Tree：首次通过区块链技术出售机票

来源：品橙旅游 · 2019-11-21

本周一，Winding Tree 的创始人 Maksim Izmaylov、CIO David Montali 和 Hahn Air 的销售工程总监 Frederick Nowotny 使用通过区块链技术出售的机票乘坐了从杜塞尔多夫飞往卢森堡的航班。

Hahn Air 表示其可以利用 Winding Tree 的平台展示机票库存，管理航班预订要求和接受现金、信用卡和加密货币（Winding Tree 的 LIF 代币或以太坊）等支付方式。

Nowotny 表示：“Hahn Air 一直在探索新的技术，现在，我们很荣幸可以通



过新的技术能力，利用区块链技术完成出票。”

Winding Trees 表示区块链具有许多优势，比如让航司、旅游公司和分销系统之间进行直接连接和交易，无需再通过中介机构，而且区块链上的交易也是安全的。

除了 Hahn Air, Winding Tree 还与汉莎航空、加拿大航空和新西兰航空在区块链技术的应用上展开合作。去年 10 月，法航荷航还与 Winding Tree 签署合作协议，希望能通过使用区块链技术实现技术的创新，并提高客户满意度。

此外，区块链技术在酒店佣金的管理方面也有应用。Travelport 与 IBM 开发了区块链解决方案，通过应对繁琐的对账工作，和解决缺乏推动升级审计跟踪和手动数据映射等困难，简化 BCD Travel 和另外三家连锁酒店之间的酒店佣金支付系统，并降低酒店成本，提高收入。

## 10、2020 年假期安排公布 旅游业迎来利好

来源：界面新闻 · 2019-11-22

11 月 21 日下午，国务院办公厅发布了关于 2020 年部分节假日安排的通知，明年，元旦放假 1 天，劳动节放假 5 天，国庆节和中秋节连放 8 天。这是大小长假政策实施多年以来，第一次出现长达 5 天的五一长假，意味着明年国内旅游市场将迎来重大利好。

2007 年，国务院修订《全国年节纪念日放假办法》，将五一假期由 7 天调整为 3 天。今年的五一假期在 3 天基础上增加 1 天，连休 4 天，有效刺激了全国人民的旅游需求。飞猪数据显示，今年五一安排公布后，国际酒店一小时比前一周同期猛增 222%，国际机票两小时猛增 150%，国内酒店和机票预订也增长了 50% 至 120%。这一现象被网友戏称是“消息式出游”。

据文化和旅游部综合测算，今年五一假期，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。今年国庆长假，全国共接待国内游客 7.82 亿人次，同比增长 7.81%，实现国内旅游收入 6497.1 亿元。

马蜂窝旅游研究中心负责人冯饶分析认为，在过去几年里，“黄金周”和“小长假”对促进中国游客旅游消费产生了积极的影响。2020 年的假期设置了 4 种不同时长，这种节假日安排上的创新，让假日经济有更多可能性。



“长短结合的阶梯式假期安排，能够更精准地激活旅游消费潜力，能够适应短途的自驾和高铁游、中长途的休闲旅游和长线的度假游等不同的出行需求。同时，这样的假期安排也让游客能够更灵活地拼假出行，在一定程度上缓解十一黄金周集中出行的压力。”冯饶表示。

## 11、减税降费助力旅游扶贫 “张家界样本”走进联合国向世界分享

来源：国家税务局 · 2019-11-22

2019 年 6 月，湖南省张家界市旅游扶贫经验走进联合国教科文组织总部，向世界分享。近年来，张家界市通过景区扶贫、线路扶贫、商品扶贫、就业扶贫四轮驱动，带动 140 个贫困村、8.34 万人口脱贫，打造了旅游扶贫的“张家界样本”。

随着深化增值税改革、小微企业普惠性减免政策、支持脱贫攻坚 110 项税收优惠政策等一系列减税降费政策的落地，减税降费为张家界市旅游扶贫注入了新动能。2019 年 1-9 月全市旅游相关产业新增减税 1.32 亿元，占全市新增减税总规模 3.97 亿元的 33.25%。

在享受税收红利的同时，企业实现了对社会的反哺。近几年来，大峡谷旅游景区积极参加精准扶贫，共结对帮扶贫困户 44 户 145 人，投入近 4000 万元为周边的大峡谷村、太华山村修建村组公路、兴建饮水工程，解决了村民出行难、饮水难等问题，并捐赠 230 万元用于两村的扶贫项目建设，拓宽了村民的致富路。

张家界市日趋便利的旅游运输网带动沿线旅游产业带、旅游精品线路红火发展，将旅游发展的效益输送到千家万户。1-9 月，全市旅游相关行业减税 1.32 亿元，惠及纳税人 43015 户次。“小生意”越来越有“赚头”，旅游产业辐射带动 205 个村、1.86 万户贫困户、6 万余名贫困人口脱贫。减税效应进一步提振实体经济信心，2019 年全市新增 9 家入园规模工业企业，产业集聚进一步增强。



## 康养旅居：万亿市场的正确打开方式

来源：品城旅游 · Lisa · 2019-11-17

康养旅居市场每年都发生着新的变化，从旅游到旅居，从居国内到四海为家，日新月异。

随着人们生活水平的不断提高，健康旅游的需求越来越旺盛，“健康中国”战略也将行业推向新的高度。今年以来，全国多个省市相继签约布局康养类文旅项目，数量超 30 起，协议签约总金额高达 4000 亿。而这仅仅是万亿康养市场的一部分。

市场很大，我们该如何打开？

### “拉长”旅游时间的旅居产业

2019 年 11 月 7 日—10 日，第七十一届北京房地产展示交易会暨第二届康养文旅产业博览会（以下简称“博览会”）隆重举办。这一盛会也见证了华北地区从房产到旅居的变化。

据北京康养文旅产业博览会秘书长郑向东向品橙旅游介绍：北京房展从 1993 年开始创办，但从 2008 年起，随着度假居住需求逐步上升后，房展上也出现了山东威海、海南三亚等地的项目，北京房展逐渐变为“旅游度假地产博览会”，旅游旅居度假地产成为主流。近年来，随着“健康中国”战略的全面实施，康养旅居又成为新的地产主题。

“近年，地产项目也在改变，从山清水秀的度假旅居，向‘四恒’绿色科技和健康住宅过渡，此外，在软件的服务方面，越来越多的旅居者会关注社区里有没有健康驿站医疗点？有没有一键呼救设施？有没有食堂？这些需求慢慢引领着产业的变化。”郑向东说。



在业内深耕多年的爱旅居网目前亲自操作的两个项目——云南七彩云南古滇名城以及厦门湾发展迅速。据相关负责人介绍，2019 年十一期间，云南古滇名城项目看房人流量达到 30 万人次。此外，爱旅居网已成为厦门湾项目华北最大的销售渠道。“目前，昆明项目的入住率基本上能达到 50%了，而且，我们项目全是精装修，交付无忧，拎包入住，无忧托管。自己愿意度假，就来度假居住，不愿住，就交给我们托管收收益。现在，这种方式供不应求了。现在，古滇名城的租金的在 580-680 间夜，和业主是三七分成，业主拿七成，托管运营公司收取三成服务费，我们不再收取费用。”爱旅居网北京大区营销总经理说。

目前来看，对于很多做旅居的地产商来说，托管成为必备的业务板块，一方面丰富赢利模式，一方面也可提升房产的吸引力，缩短客户的决策时间。

“旅游是短时间的，旅居可以多次往返、长时间居住，对于旅游行业、地产行业的发展来说比较有利。”郑向东说。

### 更为专业的康养旅游

今年以来，健康中国战略的利好消息不断释放。6 月，国务院发布了《关于实施健康中国行动的意见》，部署启动的 15 项专项行动为健康中国落地提供了有效抓手；9 月，国家发改委、卫健委等 21 个部委又联合印发了《促进大健康产业高质量发展行动纲要》，为健康产业成为重要的国民经济支柱性产业奠定坚实基础；10 月，全国中医药大会在北京召开，国家领导人对中医药工作作出重要指示，强调要充分发挥中医药防病治病的独特优势和作用，为建设健康中国、实现中华民族伟大复兴中国梦贡献力量。

中国健康管理协会副会长田鸥说：“康养文旅产业，是在健康中国战略下迅速兴起的新兴产业，其产业链长，覆盖面广，涵盖了衣食住行各个方面。全新的生活体验、全时的健康保障、全面的文化滋养、全周期的呵护服务，全绿色生态拱卫，既是一种高品质的生活态度，也是健康生活的现代风尚，跨越地域国家，是满足人民美好生活追求的重要内容，是实现人们对诗和远方充满憧憬的向往，是促进人的身心健康不可或缺的生活要素。大力发展康养文旅产业，将健康和养老、养生、医疗、金融、科技、信息、地产、旅游、旅居、度假、文化、休闲、



娱乐、绿色农业等诸多领域有机结合，是适应我国新型城镇化、现代化转型发展的必然要求。”

如前所述，康养产业的结合对于各个行业的影响都是巨大的。

山西省于 2019 年发布了《支持康养产业发展行动计划（2019-2021）》，目标就是要完善山西康养产业的布局规划，破解发展过程中的难题。“打响康养山西、夏养山西品牌”被写入《政府工作报告》。未来 3 年，山西将撬动社会投资超过 300 亿元，全省初步形成以大同、忻州、晋中、长治、晋城等 5 市为重点的康养产业分布（示范）区，初步建成 15 个康养小镇、15 个康养社区。到 2021 年底，自北（大同）向南（晋城）形成以“养生·养心·养老”为主题的康养产业带，打造山岳避暑、养生度假、中医、森林、膳食养生等业态，吸引京津冀豫多层次、多年龄段的消费者来山西度夏养生、休闲养心、抱团养老。

山西省应县文旅局非遗办主任魏霞向品橙旅游介绍，2019 年，应县提出建设全国知名旅游目的地，特别是对于康养产业十分重视，今年已在北京数次举办文旅推荐活动，邀请专家、学者，讨论实施方案。应县目前正在依托龙首山、龙潭湖山林、湿地、温泉、水库等自然资源，筹备建设水上乐园、山林花海、湿地公园、农家乐、民宿住宅、房车营地等一系列休闲度假项目，同时打造集康复理疗、养老服务、运动健身、度假休闲等为一体的康复疗养项目，并逐步将其打造成为国内一流宜居康养胜地。

目前，应县已和优山美地（北京）国际城市规划设计咨询有限公司对接，策划开发项目。“我们已经着手具体工作，近期将会推出有地域特色的民俗馆建设。”魏霞说。

此外，应县物产丰富，是正宗“北芪”主产地，素有“北芪之乡”的美誉。同时拥有“应州绿蔬菜”“应县紫皮大蒜”等一批优质农产品品牌。但该如何把物产优势与康养结合起来？似乎除了最原生态的方式生产，还没有更高水平的科技手段的介入。而这也是康养旅游现状的一个缩影——跨界不易。

“现在，各行各业都在打造‘生态’，而不是自己成为‘多面手’了，这对行业也提出了新的要求。”郑向东说。

## 康养旅居新趋势



经过多年的发展，康养旅居市场每年都发生着新的变化，从旅游到旅居，从居国内到四海为家，日新月异。

据郑向东观察，现在的市场更偏向于国内，旅居市场更多的是受到老年人的欢迎，他们对国内的环境更为习惯，虽然也有海外购房的需求，但多是投资、移民、教育的需要。

此外，他认为“避暑成为刚需”，随着全球气候变暖，高温天气越来越多，老年人不喜空调环境，更感难受，所以可以“度夏”的旅居康养目的地的项目也更受欢迎。

第三，高铁对于目的地的选择影响巨大。他说：“旅居文旅的消费半径变小，高铁起到了主要作用。当前出行，大家首选的交通出行工具是高铁，在选择旅居住宅时，高铁两三个小时的通行范围之内的目的地是大家最喜欢的。”

但有几点，专家建议需要关注。首先是土地成本。近年来，国家对于房地产的调控还是很紧，旅居康养地产拿地虽然有特殊政策（国土资源部：《养老服务设施用地指导意见》，住房城乡建设部、国土资源部、民政部等四部门：《关于加强养老服务设施规划建设工作的通知》等），但康养地产在拿地环节，应十分重视对土地获取成本的控制，可关注集体用地等存量资产。

此外，做养老投资回收周期过长，如何做好康养服务、运营，也是行业多年讨论的话题，各个企业各有心得。

对此，业内人士表示：“康养旅居市场是个长期、稳定的市场，各个企业即要学会‘分工’，也要学会‘合作’，既要在产业上深耕各自精通的业务，更要学会打造共同的‘环境’‘系统’，只有这样，康养旅居才能做好。”

万亿市场，旅游企业可以关注。



## 迈点首发 | 无欲世代，撑起酒店下一个“战场”

来源：迈点网 · May · 2019-11-15

酒店管理公司进化论。

从一个人吃火锅到一个人看病动手术，媒体将“孤独”量化分级，在去年“孤独指数”出来的时候，人们还仅仅是把孤独当做一个谈资。

第一級	一個人去逛超市
第二級	一個人去吃餐廳
第三級	一個人去咖啡廳
第四級	一個人去看電影
第五級	一個人去吃火鍋
第六級	一個人去K T V
第七級	一個人去看海
第八級	一個人去遊樂園
第九級	一個人搬家
第十級	一個人去做手術

越来越多的年轻人，选择放弃热闹，独自生活，习惯一个人吃饭、睡觉、看书、旅行，把孤单过成一个人的狂欢。在当下的年轻人看来，孤独并不可耻，也并不让人心里难受。市场敏锐地嗅到了商机，“孤独经济”正风风火火席卷而来。

### 千亿市场的孤独经济

“各方都已经盯上了单身人士，除了爱情。”在这句心酸的调侃背后，是空巢青年带来的巨大商机：单身公寓、小家电、一人食、定制游、宠物经济等等。



这些商机已经养活了一大批上市公司，逐渐成为消费主流。

随着我国越来越多人加入孤独经济的大潮，其背后的蛋糕也变得越来越诱人。脉脉发布的《2017 孤独经济白皮书》显示，每月因孤独消费 1000-5000 元的人占到七八成，这已经构成了一个数量不小的市场。

无独有偶，2017 年阿里巴巴发布《中国空巢青年图鉴》，称全国共有 5000 万符合特征的“空巢青年”。而在中国，人口数超过 5000 万的省市仅有 10 个，如果把“空巢青年”人口加在一起，就是中国第 11 大省市规模。



▲ 阿里巴巴《中国空巢青年图鉴》配图

如果空巢青年按 5000 万人计算，月人均消费 5000 元，这个市场将达到约 3 万亿。而咨询企业欧睿国际的数据显示，2012 年以来，中国独自生活的成年人



已达 7700 万，且有望在 2021 年增至 9200 万，可以预见，未来，市场规模将进一步扩大。

为孤独的人提供一个出口，没赶上“社交”浪潮的酒店，有了下一个战场。

### 社交酒店，不仅仅是派对与荷尔蒙

长期以来，人们对社交酒店的定义都颇为一致——躁动的、年轻的、充满荷尔蒙的。

最为典型的 W 酒店，在社交平台上时常呈现出灯红酒绿的景象，与年轻人在泳池、吧台边的肆意大笑。

而在国内，首旅如家、华住、铂涛以及亚朵等酒店集团也纷纷推出社交型酒店品牌，或者强调酒店的社交功能等。华住酒店集团推出的 CitiGO 酒店，主打社交属性；首旅如家酒店集团旗下新开业的和颐至尊酒店，则开辟了社群空间，定期举办各种社群活动。此外，铂涛旗下的 ZMAX 潮漫酒店定位于潮牌社交酒店，而亚朵轻居则主打轻社交。

似乎一时之间，社交酒店就是致力于打造一种“强交互式”的社交“情境”，从而让客人获得趋向于主题感的、不同于自身惯有生活内容的一种别样酒店经历。

这与消费客群的变化不无关系。

随着 90 后、00 后站上舞台，成为消费的主力人群，酒店也开始迎合这些新消费者。

主流一致认为，中端社交型酒店的兴起，与千禧一代行为特点紧密相连。千禧一代追求个性化，从小对于社交、社群都保持着高度的参与感。优尼华盛国际酒店管理咨询有限公司高级副总裁赵然表示，“这些 80 后、90 后人群已经成为消费主体，占到酒店顾客总量的三分之一。”正是为了争夺千禧一代，各大酒店集团纷纷推出社交型酒店。

而事实上，80、90 后作为一个庞大的人群，并不是只有一种性格，有喜欢派对社交的，也有乐意孤独的。

社交酒店，并不只有一种样子。



## “无欲世代”的新型社交

孤独催生的，是近两年在各种文章中都多少会提到的“无欲世代”。

“无欲世代”这个词汇最早流行于互联网，之后逐渐被社会广泛接受并使用。这个群体大致出生于 1987 年至千禧年前后，他们与网络共同成长，成人后人际关系简单，缺乏野心，对任何事物都没有过多的期待，对恋爱和“性”持消极态度。

这群“无欲世代”，似乎与大多数观念中的“千禧一代”的特质截然相反，可事实上，他们同样也有社交需求——譬如，陪伴入睡，已经成为了年轻人的新型社交方式。

在西方社会，“陪伴入眠”的形式被使用于抑郁症和社交恐惧症患者的身上，它有另一个专业的医学词汇叫“拥抱疗法”。国外有一个网站 Cuddlist.com 专门培养拥抱治疗师，这已经成为了西方社会一个职业选择。

甚至，还有像“挂睡”这样的社交方式，通过线上的社交平台，和一个陌生人连麦，可以聊天，也可以不聊，不挂断连线，可以听着对方的声音一起入睡。

这些年轻人，既享受孤独，也期待从他人身上收获亲密的信任和安全感。只是在面对一段关系时，他们首先考虑的是一旦开始“新”的生活即将导致现有“生活状况”的改变，而这意味一个巨大的风险。他们宁愿通过自我管理、减少与人交往、不愿维持人情交际、消极对待婚恋的方式来降低风险。

“无欲世代”给我们带来的，不仅仅是“千禧一代”的另一面，更是其背后的无限商机。

## 酒店盯上“孤独”

支撑起千亿市场的“孤独经济”，酒店该如何吃下？

“孤独经济”未来的空间更多的是对存量行业的改造升级。比如，一人经济的发展带来的宠物行业的发展，宠物行业的衣食住行改造会带来新的消费机会。再比如健身方向，AI 健身、mini 健身仓，将健身场景多元化落地，更好地服务孤独人群的健身需求。



而对于酒店来说，也可以尝试一些跨界升级。

有一款叫 soul 的软件活跃用户达到 1382 万，其中，90 后、00 后是它的主流用户，许多人在线上“挂睡”。

这两天，网易刚刚上线声音社交软件“声波”测试版，“声波”的核心功能是“语聊”、“打赏”和“匿名社交”。首页“推荐”界面会为用户推荐 6 个语音房间，每个语音房间设 1 个房主和 8 个麦位，你可以成为其中一员，也可以作为房内观众打赏房主或其他用户，用户双方相互关注即可成为好友。

酒店可以尝试与这些应用进行合作，提供一个更安静惬意好入眠的一人空间。

另一方面，“孤独经济”最大的挑战在于对人群需求的解读，虽然孤独人群的数量在增长，但对需求的把握还需要随着人群的成长动态调整，并进行精细化运营。

孤独人群虽然体量大，但因其独立自主、不差钱，多存在于一二线发达城市地区，对服务的要求也会更高。”

对于酒店来说，在“孤独”面前，提供更有温度便捷的服务，同时又在打破享受孤独的同时，增加新型社交的互动，需要找一个平衡。

“千禧一代”不止一面，没有赶上“社交”风口的酒店，或许应该换个方向，抓住“无欲世代”孤独的甜蜜与苦涩。



## 戴斌 | 红色旅游既要有国家视野 也要有游客视角

来源：中国旅游研究院 · 2019-11-18

近年来，红色旅游蓬勃发展。在当前文化和旅游融合发展的新阶段，作为文化和旅游融合体的红色旅游，如何更好地讲好红色故事、传承革命文化？近日，中国旅游研究院戴斌院长接受中国旅游报记者陈静的采访，全文如下：

**问：**您如何看待红色旅游的战略定位？怎样评价近年来红色旅游的发展？

**答：**红色旅游是文化建设的国家方略，也是旅游发展的责任担当。“五位一体”总体布局中的文化建设，“四个自信”中的文化自信，都要求旅游系统要主动承担讲好红色故事、传承革命文化的战略使命。

自2004年以来，中办、国办先后印发了三期红色旅游发展规划纲要。从前两期的实施效果来看，应当说全面完成了阶段性目标。数据表明，两期红色旅游规划实施效果明显，全国红色旅游年接待人数由2004年的1.4亿人次，增长到2013年7.9亿人次；红色旅游人数占全国接待总人次的比重从2004年的14.3%增加到2013年的24.2%；2013年的红色旅游收入占全国旅游总收入的比重为6.7%。在中央、地方和社会各界的共同努力下，红色旅游景点的规划、建设和管理水平得到了明显提升，涌现了《中国出了个毛泽东》、《延安保卫战》、《延安保育院》等游客喜闻乐见的大型实景演出和舞台艺术。延安、井冈山、韶山、瑞金、嘉兴、西柏坡等地探索了一批可复制、可推广的红色旅游发展模式，与此相关的教育、培训、研讨、出版、创作等活动也得到了积极推进。

党的十八大以来，中央和国家对红色旅游事业更加重视，习近平总书记多次就包括红色旅游在内的文化和旅游工作做出批示指示和讲话，为红色旅游注入了强大推动力。2013年12月，中办印发《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》，强调“积极发展红色旅游”。2014年8月，国务院颁发《关于促进旅



游业改革发展的若干意见》(国发[2014]31号),提出“大力发展红色旅游,加强革命传统教育,大力弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神”。红色旅游也是革命老区扶贫开发的重要抓手,在国家层面的《赣闽粤原中央苏区振兴发展规划》、《大别山革命老区振兴发展规划》,以及“三区三州”等脱贫攻坚计划中,均有红色旅游的发展要求和相应的工作部署。2016年12月,中办、国办印发《2016-2020年全国红色旅游发展规划纲要》,对红色旅游发展进行了新一轮部署。2018年中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)与国家统计局社情民意调查中心开始对城乡居民红色旅游出游情况进行抽样调查。数据显示,2018年,全国红色旅游出游达6.60亿人次,占全国国内旅游总人次的11.92%;旅游收入达4257.78亿元,占同期全国国内旅游总收入的7.13%。2019年上半年,全国红色旅游出游达2.68亿人次,同比增速4.31%,占同期全国国内游总人次的8.72%;旅游收入达1643.63亿元,同比增速9.57%,占同期全国国内旅游总收入的5.90%。

习近平总书记所作的重要指示和中央有关方面的战略部署,为红色旅游的发展指明了方向,提供了强大的思想动力和政策保障;国民旅游权利的普及和大众旅游市场的持续繁荣,为红色旅游奠定了坚实的市场基础;民族复兴和为人民谋幸福的“中国梦”的努力目标,为红色旅游景点和相关活动增添了向心力和凝聚力;国家旅游行政主管部门统筹促进和地方政府的创新作为,也为红色旅游发展环境的优化和发展质量的提升提供了有效的制度保障。在文化和旅游融合发展的新阶段,红色旅游的战略摆位只会提升而不会下降。

**问:在您看来,步入新时代的红色旅游发展,应侧重什么样的方向?各地旅游部门应该有哪些新的发展理念?**

**答:**新时代的红色旅游发展要有国家视野,也要有游客视角。

让民众在旅游的过程中重温国家记忆,建构国家形象,形成国家认同,是世界各国各地区旅游发展到一定阶段后都必须思考的课题。国外很多纪念场所,都是承载国家意志的叙事空间。很多发达国家和发展中国家,在这方面都在做有组织、有计划、有投入的提升。我国也是如此,不了解中国共产党和中国革命、建设和改革开放的历史,就不可能真正理解民族复兴和人民幸福的中国梦。因此,



进入新时代，发展红色旅游必须要有国家视野。但是从各地发展现状来看，我们还需要有游客视角。

改革开放四十年来，旅游业之所以能在经济社会发展体系中扮演了如此重要的角色，就是因为我们始终坚持党的领导，始终践行以人民为中心的发展理念，始终把“有得游、游得起、玩得好”作为涉旅工作的宗旨、目标、导向和出发点。在历经国家战略、历史叙事和文艺创作等多个视角之后，我特别希望旅游工作者能够重归游客的视角，并以此重新审视资源开发、区域规划、市场推广、产业培育、统计分析、市场监管等常规工作。

旅游业界和某些地方领导同志，说起旅游产业，都喜欢说“旅游资源丰富”这句话，说起旅游规划，则喜欢“找唯一、做唯一”。在依靠“封闭红利”发展旅游的特殊时期，这个观点似乎是成立的。但而今，市场发生变化，很多地方“唯一”“第一”的资源并没有带来相应客源及实现相应的消费、投资、就业增长。像上海一大会址、南湖红船、井冈山等革命圣地，按说应当有大量游客前来参观，但是从现实来说，当且仅当人们具备了时间和资金预算，并且对于红色旅游景点和红色旅游区域感兴趣了，才可能成为真实的游客市场。这就需要旅游部门从空间距离、年龄、收入、职业、政治面貌、旅行经验等多个角度，切实加强对市场的研究。

建党纪念日、建军节、国庆节和一些重大事件周年纪念日，机关团组织的相关活动、离退休老干部的休养旅游和各级各类干部培训，仍然是红色旅游的基础市场和关键节点。随着党建、宣传思想和文化建设领域相关工作力度的加大，研学旅行也可能会成为基础市场的一部分。但我们不能总是一屋、一桌、一椅，瞻仰、献花、重温入党誓词，而是应深挖革命文化内涵，稳步提升解说水平，增强参访者的体验感。

当前，有关部门的重点工作应是从红色旅游的宗旨和导向出发，从旅游市场的现实出发，对 80 后、90 后乃至 00 后客源群体，进行系统而深入的研究，得让他们有充分的理由愿意接触革命文化，参与红色旅游。当代游客的需求“既要美丽风景，也要美好生活”，如果，我们总是述说过去的苦难、环境的艰苦和生活的不易，可能会把相当一部分客源排斥在红色旅游的大门之外。因此，如何讲好红色旅游的中国故事，引入游客的视角是关键。但显然，在这方面，我们刚



刚破题。

**问：您经常说“红色旅游要有目的地思维”，为何这样说？**

答：红色旅游不是孤立发展的，因此，各地发展红色旅游时，首先要树立目的地思维。中国旅游研究院做游客满意度调查的时候，有段时间延安的指数排名在样本城市里总是上不去，很多人想不明白，延安拥有那么丰富的红色旅游资源，怎么能落后呢？但摆在我们面前的现实是，延河水变为混浊的小溪流，从干部学院到纪念馆的道路上尘土飞扬，街道上的随处可见烟头纸屑，景区门口商贩拉着游客推销劣质的狗头枣，游客能满意吗？延安市委市政府对此有了清醒的认识之后，开展了旅游环境大整治，实际是整个市容市貌的品质大提升。一年后，游客满意度、旅游接待人次和旅游总收入，都有大幅度提升。因此，发展红色旅游，城市和乡村的水、暖、电、气、道路、桥梁、通讯、互联网，以及空气质量、城市绿化、公共卫生等社会环境都要考虑在内。

另外，旅游咨询中心、集散中心、服务投诉处理、安全救援、司法和行政救济等公共服务也是决定游客是否愿意到访和能够到访的重要因素。北京、上海、广州、深圳、苏州、成都等发达地区的红色旅游目的地，游客所需要的公共服务可以在“主客共享”的理念指引下，依托城市基础设施和公共服务体系加以实现。广大中西部地区，特别是深度贫困地区旅游发展所需要的公共服务项目则需要专项规划和专门建设。“政府主导，适度超前”的旅游发展政策在经济欠发达地的红色旅游发展战略中仍然适用，特别是景区、酒店、道路、旅游厕所、旅游汽车、游客集散中心的建设，政府和社会力量的强势介入是十分有必要的。在总体规划和项目推进的过程中，红色旅游景点建设不要贪大求洋，特别不能有明显的商业化或者与纪念主题有明显的违和感。

**问：您认为如何让游客在红色旅游中有更好的获得感、满足感？**

答：习近平总书记在 2018 年全国宣传思想工作会议讲话强调：要加强传播手段和话语方式创新，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。红色旅游有宣教功能，但毕竟不同于学校的课堂教育，更不能把每位游客都当作是到党校学习的领导干部。游客接受传统教育，也体验美好生活，应是新时代红色旅游的题中之义。



有些地方的红色旅游从业者说起话来能把自己感动得潸然泪下，干起活来能把自己累得倒下，可是否想过、问过游客的感受如何？解说固然需要练习，舞台艺术固然需要表演，但不能奔着表演和要掌声去。因此，红色旅游景区点的解说要尽可能淡化讲解、背诵和表演的色彩。在线路设计上，相关部门既要让游客能够感受到今天的幸福来之不易，也要能让他们感受到未来的日子还需要我们砥砺前行。从目的地建设的角度而言，红色旅游景点之外的城市和乡村，也应当配套有相对完善的商业环境，要有人间烟火气。那些标志建设和改革成就的红色景区所在地，更应该让游客感受本地区、本民族今天的美好生活。

**问：在当前文旅融合大背景下，您认为红色旅游的发展应该注意哪些方面？**

**答：**注重文化和旅游融合发展不仅具有理论意义、政策涵义，更具有现实意义和实践价值。发展红色旅游，一是要有利于增强国民的文化认同，特别是红色旅游目的地区域文化和民族文化的传承与创新，为革命老区和贫困地区的当地居民留下文化自信。旅游市场起来了，“花儿与少年”、华阴老腔等非物质文化遗产就会有更多人欣赏，《翻身道情》《马桑树上搭灯台》《浏阳河》等民歌就会有更多人传唱。有了市场需求，影视、动漫、文学、美术、戏曲、舞蹈、曲艺等文化产业和公共文化投资才会有更多的现实可能。

二是要注重为革命老区和贫困地区留下品质环境，为脱贫攻坚奠定经济社会发展基础。很多革命老区、少数民族地区、边疆地区和贫困地区有优良的自然环境和原生态的区域文化、民族文化，很大程度上是因为没有参与工业化和城市化历史进程。如果能够通过发展旅游，让这些地区既不需要承受“先污染、后处理”的环境代价，又可以享有现代化的公共服务和生活品质，将是一件多么美好的事情。因此，我们要在吸收和借鉴国际先进经验的基础上，因地制宜，因时制宜，在靠近都市圈，且交通、通讯等基础设施比较完善的革命老区、贫困地区，通过发展红色旅游聚集业态，完善商业环境，提升生活品质。

三是旅游扶贫工作要让青年人产生留下工作、学习及提升综合素质的动力。扶贫要扶资、扶智，更要扶志。为此，我们需要在发展旅游的同时引入教育、培训和公共文化资源，引入专业志愿者和驻村艺术家，为贫困地区的代际发展和阶层流动奠定坚实的文化基础。



## 杨俊：中国酒店业 未来已来！

来源：迈点网 · 杨峻专栏 · 2019-11-18

分时预售，打造“销售时间的住宿模式”。

在酒店行业工作数年，我们是否迷茫过酒店行业的发展和前景？是否疑惑在未来我们是否依旧日复一日，年复一年的徘徊在携程、booking 这样的OTA 平台？忙碌于传统收益和销售模式的直销、分销哪个贡献更多？

如果，我们厌倦了这一切，那么，今天我想带诸位去看看正在变革的中国酒店业。当今，我们除了研究 5G 和高科技的酒店运用，追求令人惊叹的设计硬装之外，还能发现哪些酒店正在创新和变革的渠道？

酒店未来的突破势必会推崇科技和智能，但那仅仅是噱头，好的酒店依旧需要服务和人性，而不仅仅是住宿这一个普通需求，酒店真正需要提升的是模式和逻辑。

环顾现在经济模式和消费习惯的演变，哪些可以带领酒店行业走向春天？

### 一、KOL 经济模式，打造“达人带团，定制旅游”

KOL，相信大家已经不再陌生，资源集中的优势，就是可以利用资源。这样的 KOL/KOC 人群完全可以利用，也正在利用自己的优势独立成团，定制旅游。

这一点，满足了马蜂窝、驴妈妈这类攻略人群的喜好，高端定制，避免宰客。随着中国落地签的不断涌现，中国人已经不再是原来需要旅行社举着旗，大喊大叫的走马观花，而更需要复合自己需求的定制化高端游。谁可以满足这一切呢？只有那些去过、经历过的群体，所以拥有大量粉丝的 KOL、KOC 成团，势必会成为未来旅游行业的趋势，而这样的群体，也会带来小团队客人，亦或者优质散客资源，我们是否已经做好对策，去满足这一群有圈层效应的目标客户？



## 二、分时预售，打造“销售时间的住宿模式”

也许，诸位对分时度假并不陌生，但在市场上看见这样的销售模式的却少之又少。其实，我们不难发现很多酒店都在运用这样的模式，例如：酒店套卡销售，一年以内的入住和餐厅，或者，双 11 的抢购，在规定的时期内享受入住和餐厅。

这一类，其实都是我们的促销模式。然而，在旅游度假酒店，我们可以着重操作这类模式，提前获得收益。在获得收益后，利用其他手段，实现收益最大化。

而这不仅仅适用于度假型酒店，所有城市都可以操作，通过预售，获得市场和酒店品牌的热度，了解消费的趋势。不得不说，酒店行业需要变革的是模式，而不是服务形式。满足了市场受众的需求和预期，就可以利用这样的资源，获得其他收益。消费者通过预售，购买的是时间，全年随时消费。低价可以延期，可以结合实时的市场变化，挖掘特定的消费人群。抵店前，推出二次消费套餐服务，一环接一环地，实现整体收益最大化。

## 三、直销演变，见证“区块链带来的，是直销和分销分水岭？或者，分销的强大？”

徘徊在几个大型的 OTA 平台的模式，不久将发生变革，越来越多的直销模式将启动和运用。要知道，客户选择 OTA 渠道的原因，是因为渠道的闭塞。在自家的直销平台和会员体系成熟后，OTA 仅仅具备了询价功能，预定功能线下进行。会员的福利和体验，

将会在各大品牌体系中激烈竞争，大型的集约式酒店集团将展开酒店直销渠道服务的厮杀。那时，酒店行业不再是考虑 OTA 的利弊，而是如何做好自身服务、会员体系如何更好展现，从而，满足客源。这也是每个行业从零散到集约，再分裂竞争的趋势。几年前，我们处于大数据的时代，现在，我们即将迎来区块链的革新。大数据演变下的区块链也许会让 OTA 变得更加强大，资源极大互通，也许会是直销和分销的分水岭，让酒店实现打造自我份额的竞争。现在，我们如果还在迷茫，那么，不久，我们必将彻底醒来。因为，这一切，在我们身边，已经发生。



## 国内最火爆的十大网红民宿盘点

来源：豆瓣 · 路极 · 2019-06-17

什么？酒店太贵住不起？

又想住环境好有意境的地方？

那么，民宿将是你的不二选择！

可是，不知道民宿哪里好？

下面，就给大家盘点一下中国最火爆的民宿！

### 一、地点：温州-迷途后隆





这家民宿是一处洞穴酒店，造型设计十分特别，酒店内拥有 23 个可以以 180-270 度多角度观赏风景的悬崖海景房，设计构思都是参与了天然防空洞的设计元素建造而成，并且，很好地融入了蓝白相间的圣托里尼风格。每个房间都设计成一个不规则形状的大岩洞，四周的岩石墙壁让你仿佛置身于山林深处的神秘洞穴中一般。从房间往窗外望，便可以看见一望无垠的蔚蓝大海。隔着窗，面朝大海，在房间来一次泡澡，不失为一个美妙的体验。除此之外，为了旅客有更多新奇的体验，酒店内还提供了三个有洞穴游泳池的多功能厅影视厅，你可以享受一下边游泳边欣赏一部电影的奇妙感觉哦。另外，儿童活动室、休闲吧也是很不错的放松地方。



## 二、地点：上海-水舍酒店



这家水舍并不是用水建成的，而是酒店内倾向于简约、天然原创的风格。水舍主要由上海的两名著名设计师共同设计完成，酒店内部多采用了天然褐色原木和灰色砌砖来铺垫营造氛围，整体风格偏工业简约。客房内，家具布置精美，可以通过房内的每扇窗户将上海外滩的风景尽收眼底；水舍酒店顶层还设计有自家种植园，可以在楼下的餐厅尝到上面种植的干净又营养的蔬菜，或者，在顶层的天台执一杯红酒，独自或与好友共赏上海的夜色美景。





### 三、地点：浙江莫干山-Anadu

Anadu 的设计理念是与大自然相贴合。因此，从建筑材料到食材布置，大多是利用了当地资源。空间设计融入大量自然元素，并与四周的山水竹林相结合。室内氛围，休息区、前台、各式客房等级部分，再加上一些绿植和木制家具点缀，整体风格简约自然。在这里，可以尽情享受大自然的宁静，感受体验山、竹、水的美丽景致。



### 四、地点：杭州-Hugo 虚谷酒店

这家酒店改创自上世纪六十年代的老厂房，是由多元结构集合成的空间。酒店走廊部分是红砖木结构，搭配白色吊灯，画面充满复古的美感。房间多是日式设计风格，不同的房间有不同的格调韵味，家具和茶具的布置也显得十分用心。房间色调主要以简约的白灰为主，用绿植加以点缀，并在不同的位置配置温暖的灯光，让人感觉十分恬静舒适。



五、地点：重庆-Hi homestay2





这是一家充满墨西哥风情的民宿，由四个房间和客厅组成，每个房间都有不同的格调特色。有的房间配色大胆、复古惊艳，屋顶的金属配饰搭配地面细碎图案的瓷砖，展现了别样的异域风情；有的房间简洁，以绿色为主调，房内家具布置精致。



#### 六、地点：重庆-山鬼民宿





这是一家依山而建的民宿，房子主要用透明玻璃建造而成，面朝南山、长江。山鬼民宿共有五层，以钢架结构为主，四面安装透明玻璃，站在玻璃窗前，周围风光尽收眼底。



### 七、地点：黄山-自由家树屋

这片树屋位于齐云山海拔五百多米的树林中，这种丛林生活的体验吸引很多旅客前往。树屋的设计形态各异，像是丛林探险偶然发现的奇妙之地，仿佛置身于童话世界一般。树屋是全木质构造，与大自然紧密贴合。每个树屋都会根据其独特的设计结构起不同的名字，如飞船、旋梯、树袋等。



#### 八、地点：杭州-静庐澜栅

静庐澜栅建造在一个山角村落中，外墙和当地民居是一样的黄泥色，外观设计保留了原始的模样，建造用的都是土墙泥瓦。走进这间民宿中，房外的暗色调和各式家具的摆放展现了浓浓的复古情怀，客房中色调明亮，顶部是木架设计，墙壁也是木质效果，风格自然简单。





### 九、地点：上海-隐居雅集繁华公馆

上海被称为魔都，因其独特的魅力。隐居繁华雅集公馆正是一处体现旧上海特有韵味的西班牙老洋房院落。它主要由砖木结构建造，共有三层，中西式家具混合搭配，体现了老上海细致奔放的韵味。房间内，明亮整洁，古朴的砖木墙壁搭配色彩明亮的家具和地毯装饰，既展现了复古的韵味，又具时代感。



### 十、地点：云南大理-粉四酒店



大家都知道，中国著名艺术家杨丽萍老师，在大理有一家太阳宫民宿酒店。而这个粉四酒店，就是由其最小的妹妹小四——画家杨丽梅女士开办（春晚里转了好多个小时的小彩旗的妈妈）。

它坐落于白族千年古镇双廊，临洱海，面苍山，植被繁茂，冬暖夏凉，由著名建筑设计师八旬先生设计，传承白族传统建筑的自然舒适，兼有现代建筑的便捷与私密。

沐阳、垂钓、饮酒、赏月、品茶、阅读，可以面对着洱海做任何你喜欢的事。酒店前厅是杨丽梅的艺术展厅，展品均由她亲自创作设计，包括书画、陶器、民族服饰，及其它本地原生艺术品。



对了，这里，特地说一句，去云南大理粉四酒店的小仙女小哥哥们有福气了，最近风靡欧美、韩国、以及新加坡的路极 LUGE 就要在大理开业了，而且，就在洱海边！白天去，可以在小车上一路滑下，一览洱海的美景，晚上去游玩，夜景又别有一番滋味。千万不要错过啦～

这十处各具特色的民宿打动你的心吗？



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 12 期上月刊（总第150期）

投稿方式：[yxxytsg@163.com](mailto:yxxytsg@163.com)

联系电话：028-87979510