

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 157 期

第 6 期

2020.4.15



目录

业界动态	1
2020年Q1全国高端酒店开业统计报告.....	1
疫情结束后，游客何时来？	19
要闻精粹	30
行业要闻.....	30
全球旅游业价值链“战疫”中的同道与殊途.....	35
解封第一天，武汉民宿主的76点滴.....	39
行家之音	43
爱彼迎中国区总裁：入住率降70.3% 共享住宿行业“危中有机”	43
专访铂涛集团总裁周奎：疫情加速单体酒店整合 中端酒店竞争 加剧.....	46
走进全球酒店	50
中国最美景观酒店.....	50



业界动态

迈点研究院

2020 年 Q1 全国高端酒店开业统计报告

来源：迈点研究院 • 2020-04-01

2020 年一季度全国共开业高端酒店 仅 8 家，前三年各季度平均开业高端酒店数为 28 家，相比之下断崖式下跌。





引言

- 2020年1月，“新冠疫情”爆发，我国旅游服务产业呈现“停摆”，并造成高端酒店投资开业全线停滞。2020年一季度全国共开业高端酒店仅8家，前三年各季度平均开业高端酒店数为28家，相比之下断崖式下跌。
- 据“非典”经验，疫情过后行业的复苏反弹甚至爆发，也正是酒店投资人抓住机遇的机会。总体而言，投资人对中国长远发展仍有较好的预期。在投资新型高端酒店中，酒店功能定位需综合考虑成本管控与功能协调，以应对消费发展变化和突发情况发生。



目 录 CONTENTS

01 2020年第1季度新开业高端酒店分析

02 “新冠疫情” 前1季度预开业高端酒店分析

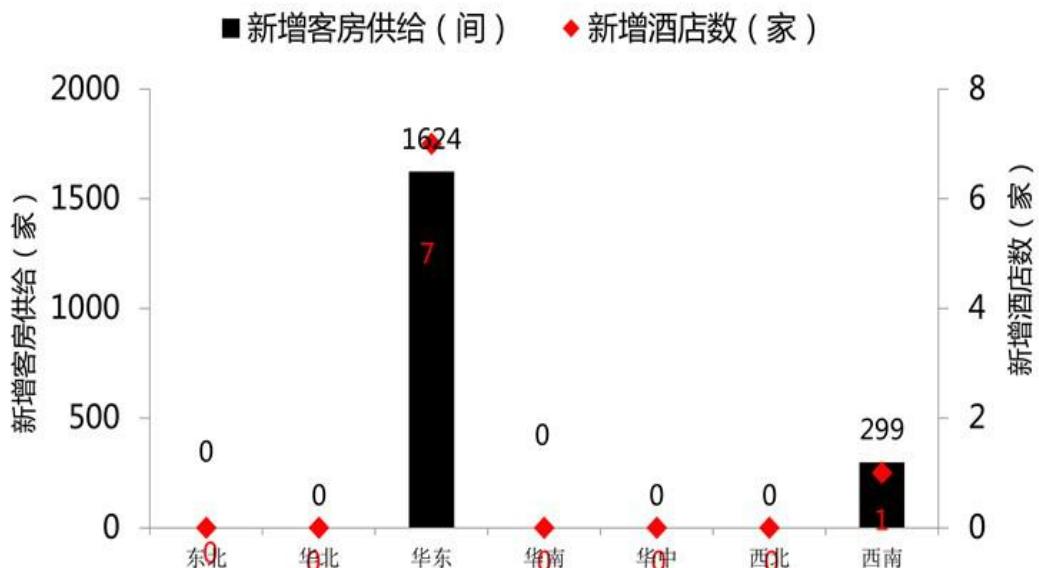
03 “新冠疫情” 对高端酒店开业市场影响分析



1季度开业：仅8家，呈断崖式下跌

- 2020年一季度全国共开业高端酒店 仅 **8家**，前三年各季度平均开业高端酒店数为 **28** 家，相比之下呈现**断崖式下跌**，且1季度8家开业酒店时间均为 **1** 月份，2月和3月预计开业的酒店无一例外均暂停开业。
- 2020年一季度开业高端酒店共涉及6个省、自治区及直辖市，且均分布在华东和西南，华东占比为87.5%，西南占比为12.5%。从新增客房间数供给来看，**华东** 和 **西南**地区分别为 **1624间** 和 **299间**。

2020年Q1新开业高端酒店地区分布



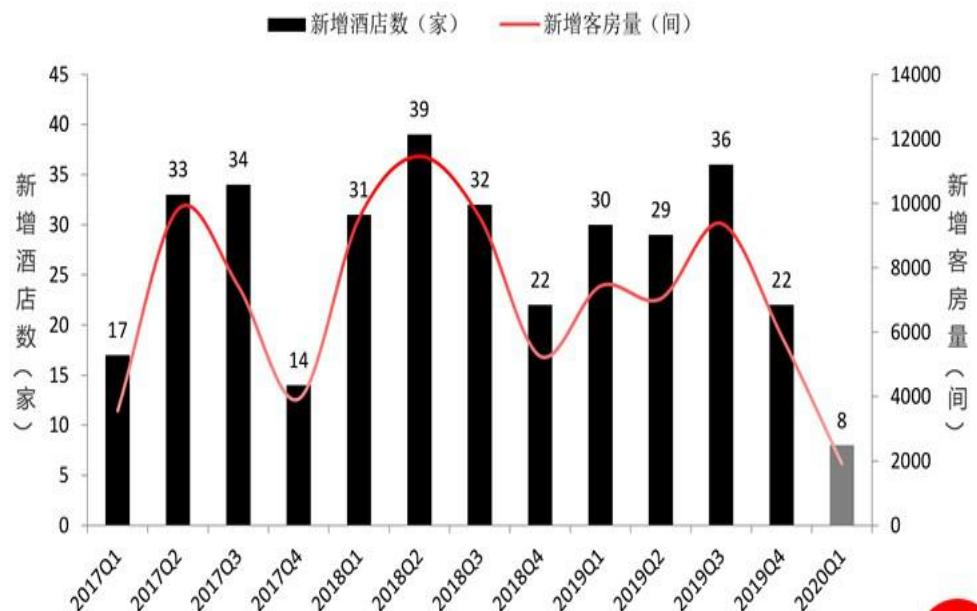
*数据来源：迈点研究院



近年新增供给：2020Q1最低，暂停观望

- 从2017Q1到2020年Q1各季度高端酒店新增供给表现来看，2017-2019年整体保持稳定，新增供给集中于二、三季度。从单家酒店新增客房量上看，2017-2019年分别为252.4间、288.9间及254.2间，三年来2017年Q4最低，但新增酒店和客房数也达 **14** 家和 **3931** 间。
- 2020年Q1在新增酒店与客房数上，为近年来各个季度 **最低**。受疫情影响投资回报期及成本控制考虑，本来1季度预计新开业高端酒店，均 **暂停开业并对市场复苏行情进行观望**。

2017-2020Q1年高端酒店新增供给量



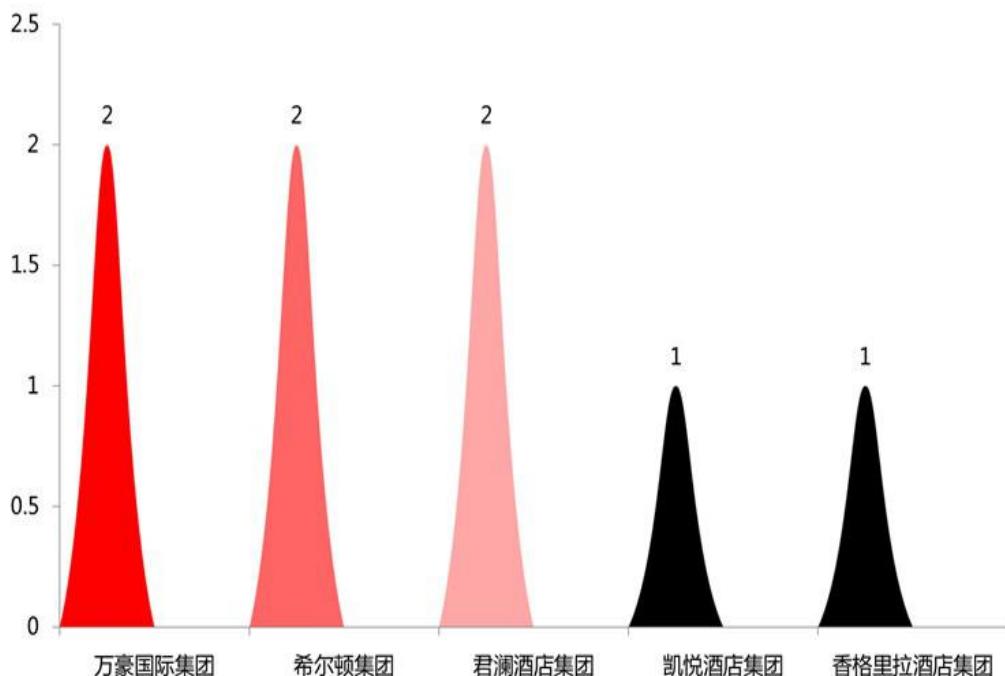
*数据来源：迈点研究院



2020年Q1开业集团：仍以国际高端为主

2020年1季度共有 **5个集团** 有高端酒店开业，其中， **万豪国际集团**、**希尔顿集团** 和 **君澜酒店集团**落地项目均为2个，且均为集团内不同品牌，占季度开业酒店的 **75%**，**凯悦酒店集团**、**香格里拉酒店集团** **1季度**开业酒店数均为1家。2020年1季度开业高端酒店仍以国际酒店集团为主，国内酒店集团君澜表现较好。

2020年Q1新开业高端酒店的集团项目数量



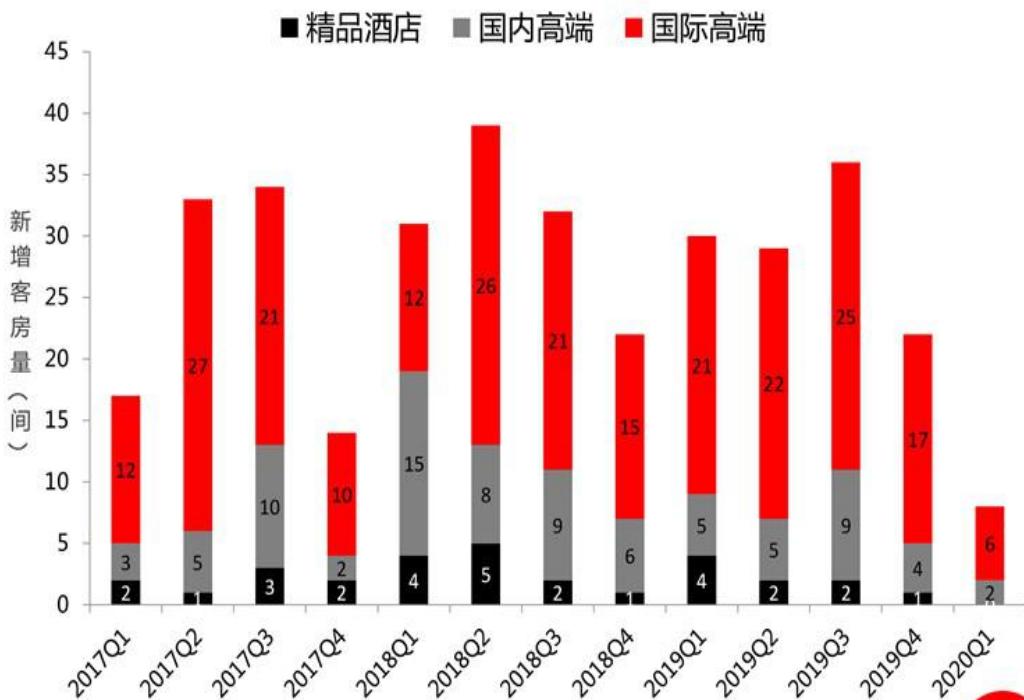
*数据来源：迈点研究院



2020Q1新增供给：国际高端下降最多

- 供给类型上，国际高端在中国高端酒店市场扩张上表现优异，2017Q1-2019Q4新增国际高端酒店达 **229家**，占新增酒店总量的**67.6%**。
- 2020年Q1精品酒店开业为0。国内高端为2家，占比为25%。国际高端为6家，占比为75%，相对精品酒店和国内高端酒店而言，下跌幅度最大。

2017-2020Q1年高端酒店新增供给类型



*数据来源：迈点研究院



目 录 CONTENTS

01 2020年第1季度新开业高端酒店分析

02 “新冠疫情” 前1季度预开业高端酒店分析

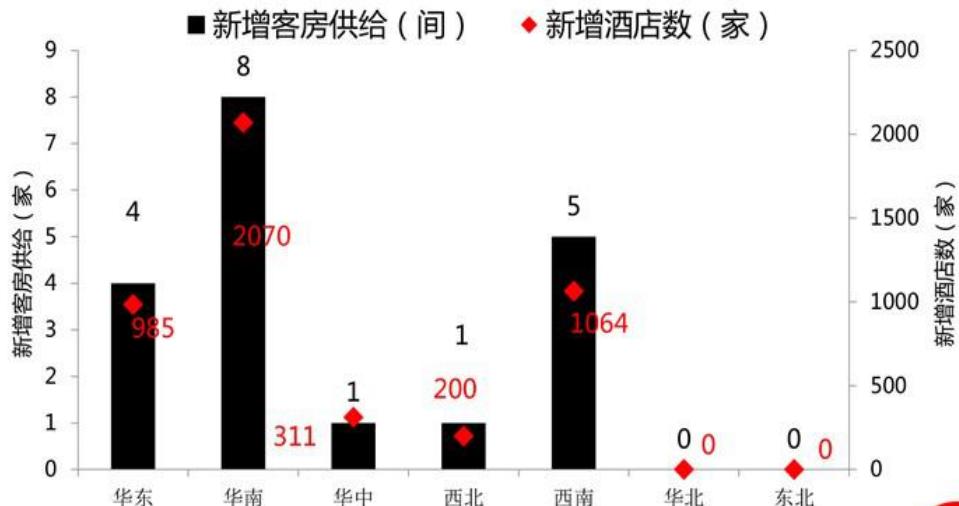
03 “新冠疫情” 对高端酒店开业市场影响分析



预开业酒店：共19家，华南数量最多

- 除去2020年一季度全国新开业的 **8** 家高端酒店，2020年一季度在“新冠疫情”发生前，预计开业高端及精品酒店共 **19** 家，绝大部分预计开业时间为2月和3月。
- 2020年一季度预开业高端酒店共涉及10个省、自治区及直辖市，主要分布在华东、华南、西南，华中和西北各有1个预开业酒店，华北和华东预开业高端酒店数为0。从新增客房间数供给来看，**华东、华南** 和 **西南**地区分别为 **985** 、 **2070**和 **1064间**。华东、华南主要为商务类型，西南主要为度假休闲类型。

2020年Q1预开业高端酒店地区分布



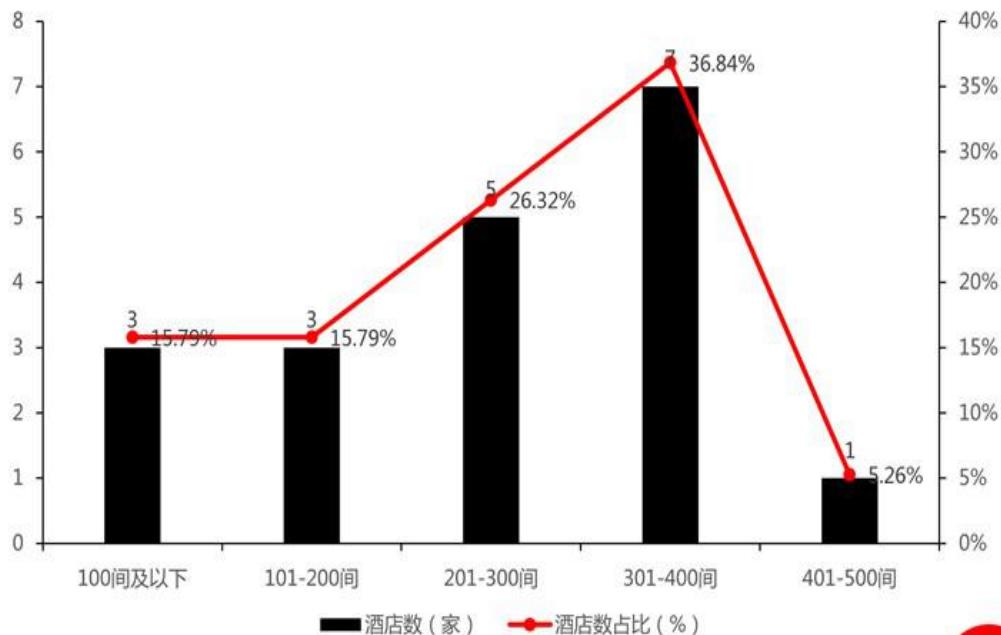
*数据来源：迈点研究院



预开业酒店客房规模：301-400间占比最大

- 2020年Q1预开业高端酒店中，合计 **19家**。品牌酒店客房规模在 **301-400间占比最大**，占比达 **36.84%**。其次为201-300间，占比为26.32%。接下来为100间及以下和101-200间客房规模酒店，占比均为15.79%。401-500间客房规模占比最小，为5.26%。
- 总体而言，酒店行业投资的资金面不够宽裕。受投资回报期及成本控制考虑，预计新增高端酒店整体平均房量趋向小规模化。

2020年Q1预开业高端酒店客房规模分类及占比



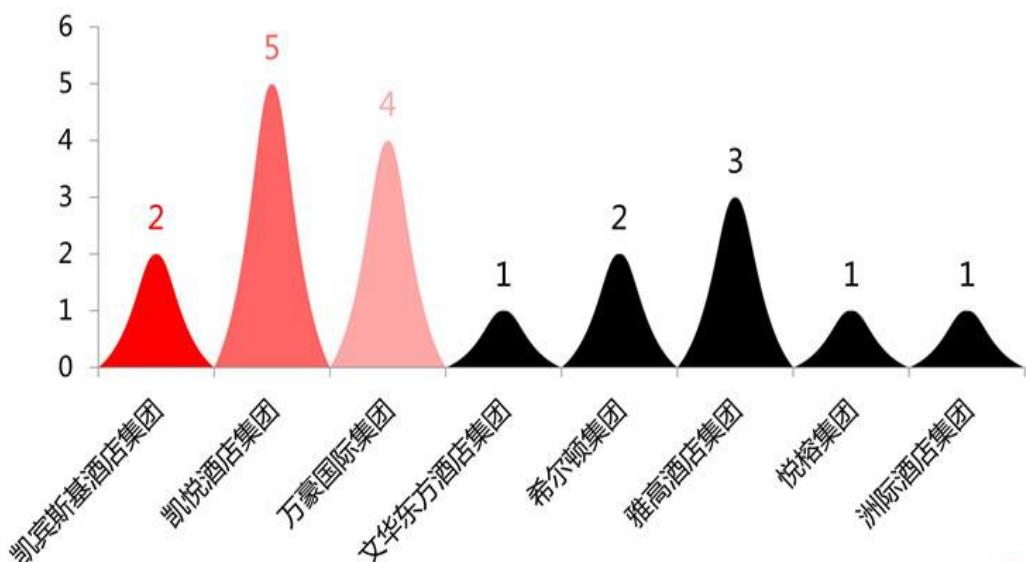
*数据来源：迈点研究院



预开业酒店集团：共8个，凯悦最多

- 2020年第1季度年共有 **8 个集团** 有预开业项目，其中，以 **凯悦酒店集团** 预开业项目最多，占总数预开业酒店的 **26.32%**，**万豪国际集团** 及 **雅高酒店集团** 位列二、三位。TOP10集团仍以国际酒店集团为主。
- 名列第四、五位的预开业高端酒店集团为凯宾斯基酒店集团和希尔顿集团，预开业高端酒店数均为2家。剩余的预开业高端酒店集团均为1家，分别为文华东方酒店集团、悦榕集团和洲际酒店集团。

2020年Q1预开业高端酒店的集团项目数量



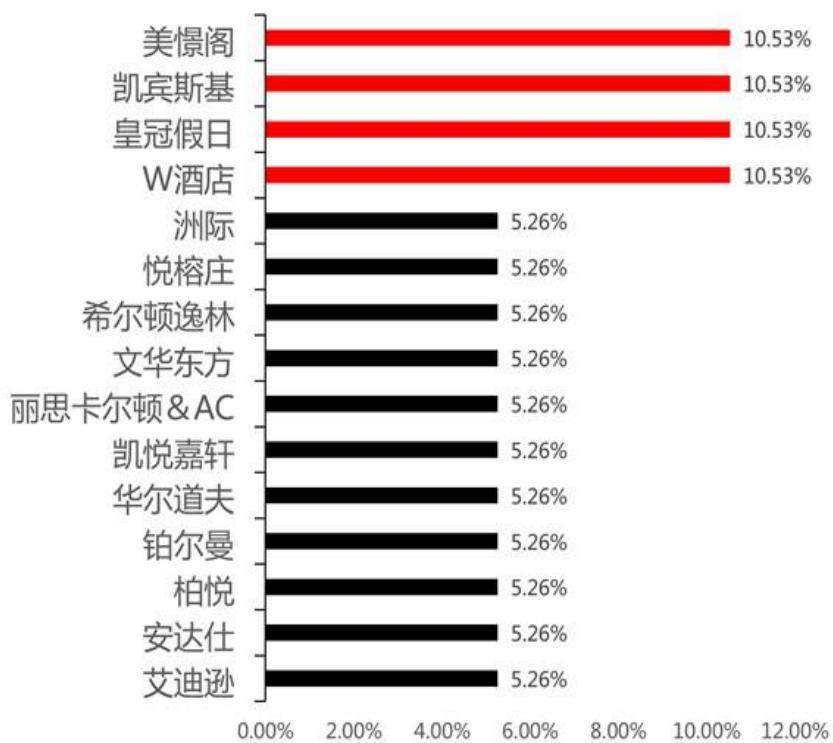
*数据来源：迈点研究院



预开业酒店品牌：共15个，W酒店房量最多

- 2020年1季度预新增开业高端酒店品牌共 **15** 个，其中W酒店、皇冠假日、凯宾斯基、美憬阁均为2个开业酒店，剩余品牌均为1个。
- 预计新增客房供给最多的品牌是 W酒店，品牌预计共增加 **768间客房**，占市场新增供给总量 **15.9%**。预计新增开业高端酒店品牌均为 **国际高端酒店品牌**，国内高端品牌无一入围。

2020年Q1预开业高端酒店品牌占比



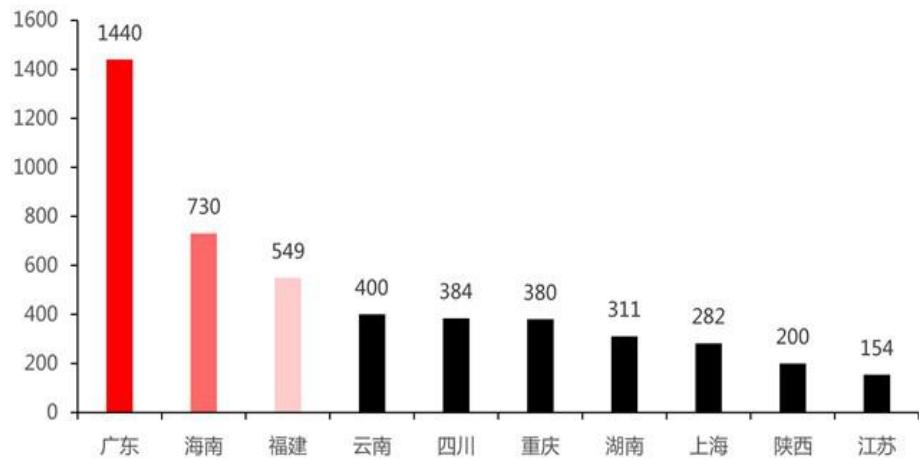
*数据来源：迈点研究院



预开业酒店分布：广东、海南、福建最多

- 2020年1季度，高端酒店品牌新增客房供给量最高的三个省级行政区分别为 **广东、海南、福建**。其中广东省内，预计开业新增高端主要分布在广州和深圳。
- 广州是华南门户城市、粤港澳大湾区中心城市，春秋广交会为高端酒店供给量增长的主要驱动力，也带动了广东省整体高端酒店投入热情。
- 深圳作为改革开放前沿城市、社会主义建设先行示范区，凭借各产业的快速发展、出入境旅游市场以及商务市场发展，带动高端酒店业投资走在全国前列。

2020年Q1 各省份预开业高端酒店新增房量



*数据来源：迈点研究院



目 录 CONTENTS

01 2020年第1季度新开业高端酒店分析

02 “新冠疫情” 前1季度预开业高端酒店分析

03 “新冠疫情” 对高端酒店开业市场影响分析

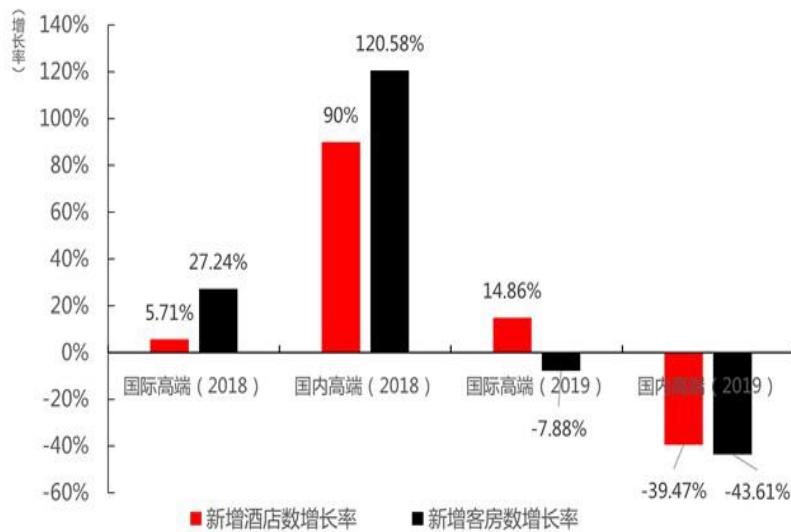
14



2015-2018平稳高速发展与2019仍然蓬勃

- 高端酒店市场呈现2015年-2017年的平稳发展与2018年的高速增长。从2018年开始，房地产涨价热潮受到抑制，地产开发商债务风险增加，银行信贷门槛收紧，社会资本开始寻求能带来稳定现金流和较大保值能力的投资渠道，高端旅游住宿行业备受关注，助推了高端酒店新增供应加速。
- 2019年尽管中国经济增幅放缓，受地区市场需求及投资倾向变化的影响，高端酒店新增酒店和客房数规模呈现回落，国内高端下滑严重，新增酒店和客房数均在-40%左右，但整体仍然稳健，势头蓬勃。

2018-2019年高端酒店市场新增供给类型



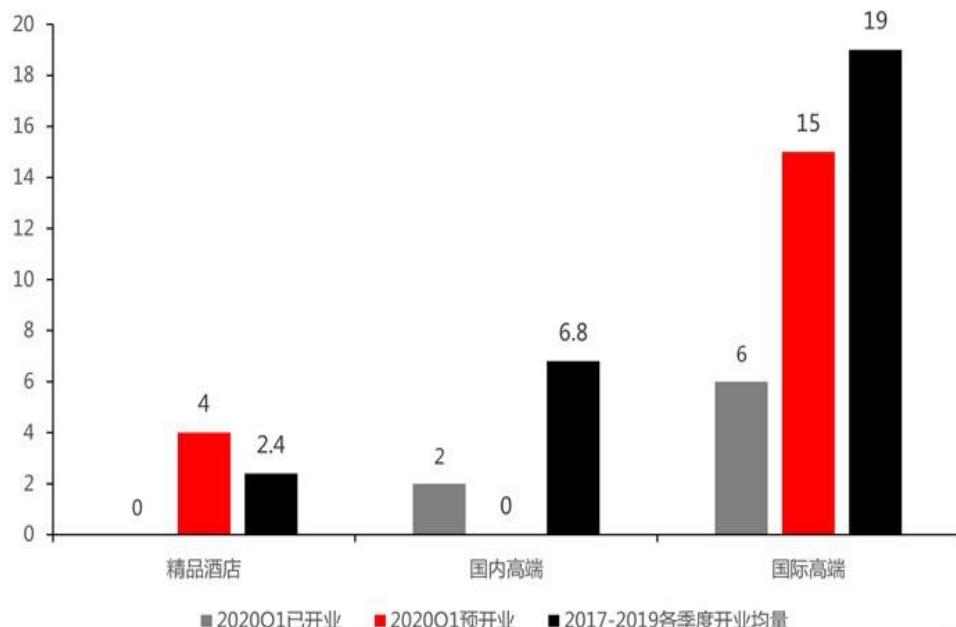
*数据来源：迈点研究院



“新冠疫情”爆发，高端酒店开业全线停滞

- 2017Q1-2019Q4各季度国际高端、国内高端、精品酒店新增开业酒店均量分别为 **19**、**6.8** 和 **2.4** 家。
- 2020年1月，“新冠疫情”爆发，病毒突袭下，我国旅游服务产业呈现“停摆”，并造成高端酒店投资开业全线停滞。
- 直接后果就是：2020Q1国际高端、国内高端和精品酒店实际开业新增数量分别为**6**、**2**和**0**家，行业迈入寒冬，面临艰难复苏挑战。

2017-2020Q1各季度开业高端酒店数量变化

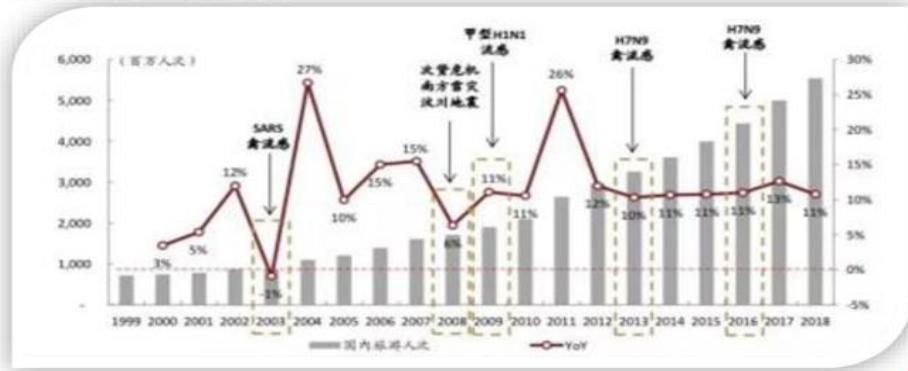


*数据来源：迈点研究院



承压“新冠疫情”，投资项目成本功能协调

- 为应对此次疫情损失，国家相继出台一系列较为**积极的财政政策和货币政策**，特别对受疫情影响比较严重的酒店和旅游业进行帮扶。
- 以高端酒店等重资产为投资的开发商，一方面可以采取**预售、新业态业务开发**等措施提升运营，另一方面抓住政策时机**获取较低成本融资**，补充流动资金、调整债务结构，提供未来发展动力。
- 另外一方面，据“非典”经验，**疫情过后行业的复苏反弹甚至爆发，也正是酒店投资人抓住机遇的机会**。总体而言，投资人对中国的长远发展仍抱有较好的预期。在投资新型高端酒店中，**酒店功能定位需综合考虑成本管控与功能协调**，灵活应对不同消费发展阶段或突发情况下的经营需求。



*数据来源：国家统计局，迈点研究院整理

17

附1：2020年第一季度全国新开业中高端酒店名单

序号	省份	酒店名称	所属集团/公司
1	贵州	贵阳东景希尔顿酒店	希尔顿集团
2	浙江	嘉兴万豪酒店	万豪国际集团
3	福建	厦门百琪万怡酒店	万豪国际集团
4	福建	福州南三迪希尔顿逸林酒店	希尔顿集团
5	上海	上海迪轩君澜别院	君澜酒店集团
6	安徽	邦泰君澜国宾大酒店	君澜酒店集团
7	浙江	舟山香格里拉酒店	香格里拉酒店集团
8	安徽	合肥君悦酒店	凯悦酒店集团



附2：2020年第一季度全国预开业高端酒店名单

序号	省份	酒店名称	所属集团/公司
1	广东	深圳文华东方酒店	文华东方酒店集团
2	广东	深圳机场希尔顿逸林酒店	希尔顿集团
3	广东	深圳艾迪逊酒店	万豪国际集团
4	广东	深圳国际会展中心皇冠假日酒店	洲际酒店集团
5	广东	深圳深铁皇冠假日酒店	洲际酒店集团
6	福建	厦门华尔道夫酒店	希尔顿集团
7	福建	厦门安达仕酒店	凯悦酒店集团
8	海南	海口凯宾斯基酒店	凯宾斯基酒店集团
9	广东	广州德安丽舍凯宾斯基酒店	凯宾斯基酒店集团
10	云南	云南弥勒美憬阁酒店	雅高酒店集团
11	云南	大理悦榕庄	悦榕集团
12	重庆	重庆来福士洲际酒店	洲际酒店集团
13	四川	成都W酒店	万豪国际集团
14	四川	成都海泉湾美憬阁精选酒店	雅高酒店集团
15	陕西	汉中兴汉铂尔曼酒店	雅高酒店集团
16	湖南	长沙机场凯悦嘉轩酒店	凯悦酒店集团
17	江苏	苏州柏悦酒店	凯悦酒店集团
18	上海	上海虹桥富力丽思卡尔顿&AC酒店	万豪国际集团
19	海南	三亚海棠湾W度假酒店	万豪国际集团

*数据来源：迈点研究院（根据网络资料不完全整理）



疫情结束后，游客何时来？

来源：品橙旅游 • 2020-04-12

中山大学保继刚教授团队，澳大利亚格里菲斯大学金鑫博士团队，“新冠疫情结束后消费者旅游态度”联合研究初步成果。

编者按

自新冠疫情爆发以来，各行各业都深受疫情的影响，尤其是旅游行业，作为国家经济的重要组成部分，在疫情中处于停摆状态，体现了旅游业易受环境和危机事件影响的脆弱性。不仅2020年国内旅游深受疫情打击，中国作为全球最大的出境消费市场也影响全球特别是亚太地区旅游行业在未来两年的发展。然而，旅游已经是人们生活方式的一部分，历次危机事件之后都可以看到旅游业的强劲反弹。因此，评估疫情对各地区及旅游业各部分影响的广度，深度以及时间长度以制定相关产业恢复对策，指导分配财政和社会资源很重要。而要制定产业扶植和恢复对策，首先要了解消费者（游客）可能的消费行为。也就是说，从需求侧与供给侧的角度来看，疫情后的产业恢复，重要的是需求侧。只有消费者信心恢复，旅游业才能反弹和兴旺。

基于这样的认识，中山大学保继刚教授团队与澳大利亚格里菲斯大学金鑫博士团队于2020年3月在中国大陆进行了一项关于《新冠疫情结束后消费者旅游态度》的联合调研。本次调研的主要目的是了解消费者疫情结束后的出游愿望、出游时间线、选择的目的地类型、出游动机、出游的限制因素，以及其它影响消费者旅游消费的因素，例如他们对国家经济发展趋势和个人收入前景的预测，旅游行业创新和促销活动等。

本推文精选主要调研结果，由研究团队授权《旅游论坛》发布，希望能为旅游业界、政府管理部门和其他相关群体提供一些有价值的信息和思考。

本次调研通过问卷星发放电子版问卷做网上问卷调查。为保证此次调研的质量，问卷首先发给了15位行业资深经营者和专业人士试填，请他们对问卷内容



提出建议。问卷修改之后再选取了不同省、市、自治区的受访者 150 名，了解不同年龄、职业、地域的受访者是否能理解问卷。最终调研采取了雪球式抽样 (snowball sampling) 方式，于 2020 年 3 月 8 号到 3 月 10 号进行。

发送问卷方式主要有三种：1) 通过研究者的社会关系，在每个省（市、自治区）选取了在该省（市、自治区）旅游行业、政府和教育领域工作的 3-5 名人员，请他们把网上问卷用社交媒体（微信）转发给他们认为适合参与问卷调查的人员，请他们每人至少转给 20 位受访者；2) 通过中山大学和世界旅游组织联合建立的分布在国内 9 个省（自治区）的旅游可持续发展观测点在该 9 个省（自治区）转发和收集问卷；3) 通过专业微信群，例如中国旅游协会旅游教育分会群，以及各种大学校友群转发问卷；4) 通过中山大学旅游学院的学生转发问卷，每个省（市、自治区）选 3 名同学，请他们每人至少转给 20 名受访者。此次调研覆盖全国 31 个省、直辖市和自治区（除港澳台），总共获得 5731 份有效样本，其中包含有 2343 份职业为“学生”的样本。本文分析结果是基于剔除职业为“学生”的样本（学生是虽然不是自己赚钱但消费力很强的群体，将另外单独进行分析），共 3388 份，样本的全国空间分布见图 1，平均每个省（市、自治区）109 份，最多是广东省 565 份，最少的西藏为 26 份，疫情最严重的湖北省为 110 份。本次调查设计的问题较为广泛，涉及到需求侧方方面面，调查抽样比较科学严谨，结论可信度高，有一定参考价值。

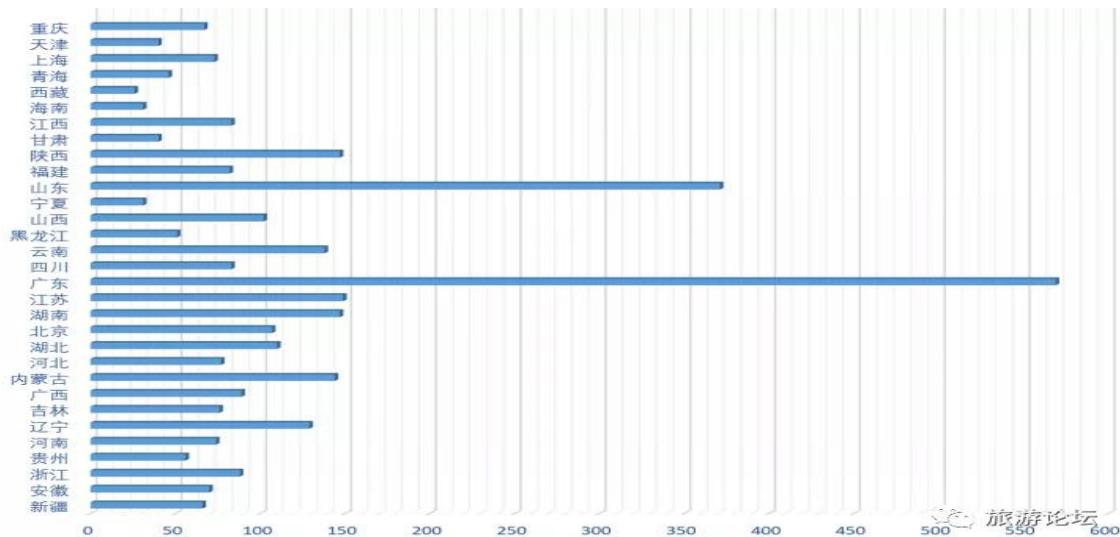


图 1 受访者地域分布

受访者人口特征



本文分析的3388份样本中,受访者主要是政府/事业单位工作人员(34.8%),专业人士(教师、医生、律师等)(19.07%),企业员工(23.73%),高级管理人员(4.87%),私营企业主(3.72%),自由职业者(9.36%)以及退休人员(4.46%),涵盖了各行各业的不同人群。其中男性占41.97%,女性占58.03%;受访者60岁以上的占2.95%,50-59岁的占14.49%,40-49岁的占27.74%,这三者也即40岁以上的占45.18%;30-39岁的占30.83%,18-29岁的占19.98%;接近80%的受访者都有大学本科及以上学历;绝大多数的受访者认为自己健康状况良好(85.63%);超过75%的受访者都已婚;80%以上的受访者在自有住房中居住,其中42.98%无贷款,41.91%尚有贷款。受访者虽然分布在不同地域,绝大多数是中高收入阶层,2019年收入分别是5万以下(19.42%),5-10万(36.6%),10-15万(20.54%),15-20万(10.09%),20万以上(13.34%)。请见图2-图7。

受访者人口特征说明受访者代表了有消费能力的群体,如42.98%的受访者有自己的住房并且无贷款压力,这主要应该是40岁以上,在改革开放后上大学或个体经商较为顺利者。我们的另外一项研究表明,这个群体是出国游“第三波(the third wave)”的主力,这批人同样是疫后旅游的主要潜在市场,他们对各个研究变量的回答(例如出游时间和意愿,对国家经济发展前景和个人收入的前景预测等)会对旅游行业在疫情过后的恢复发展策略制定有比较高的参考价值。

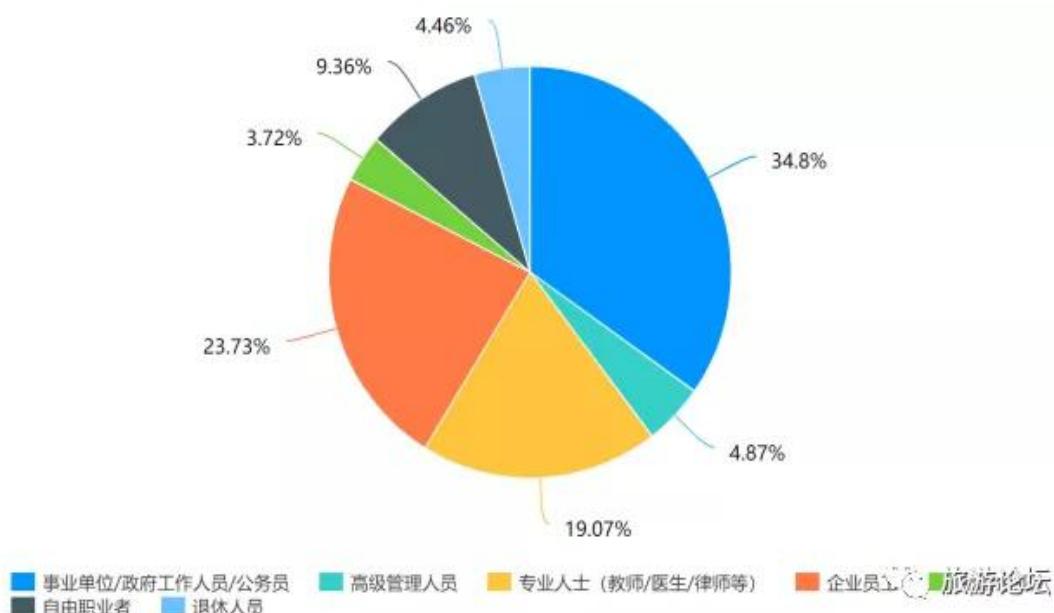


图2 受访者职业分布

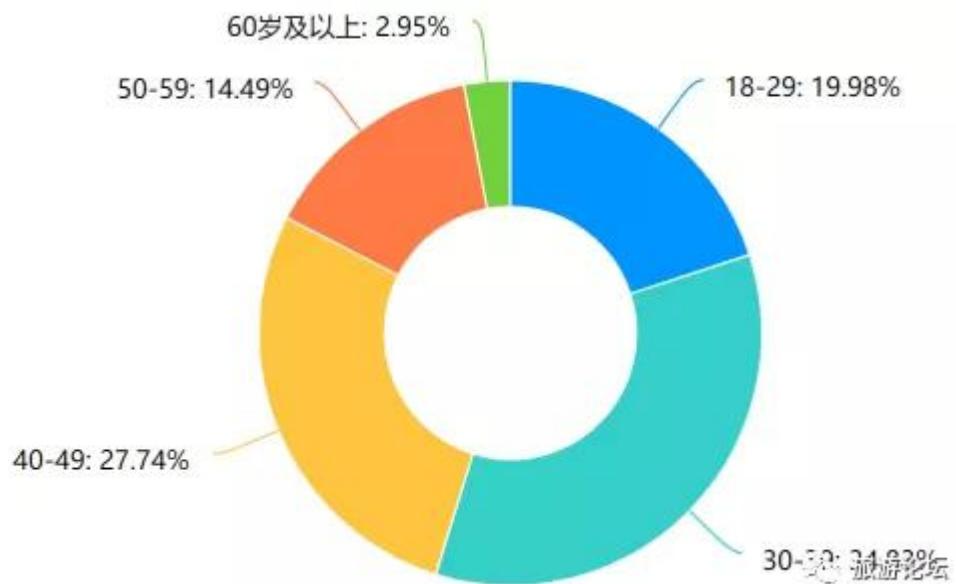


图3 受访者年龄分布

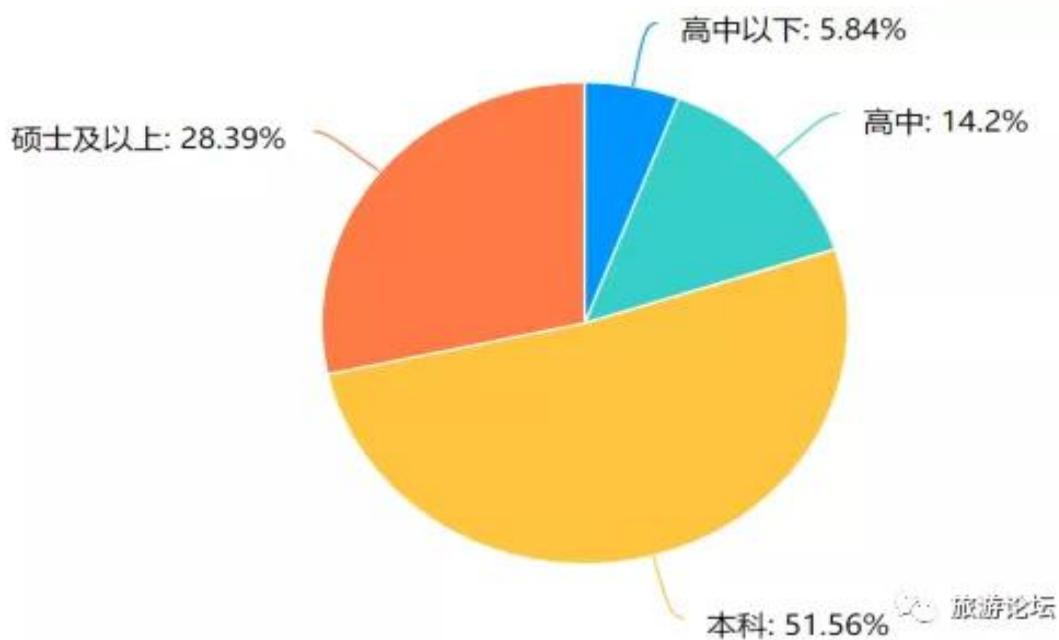


图4 受访者受教育程度



图 5 受访者婚姻情况

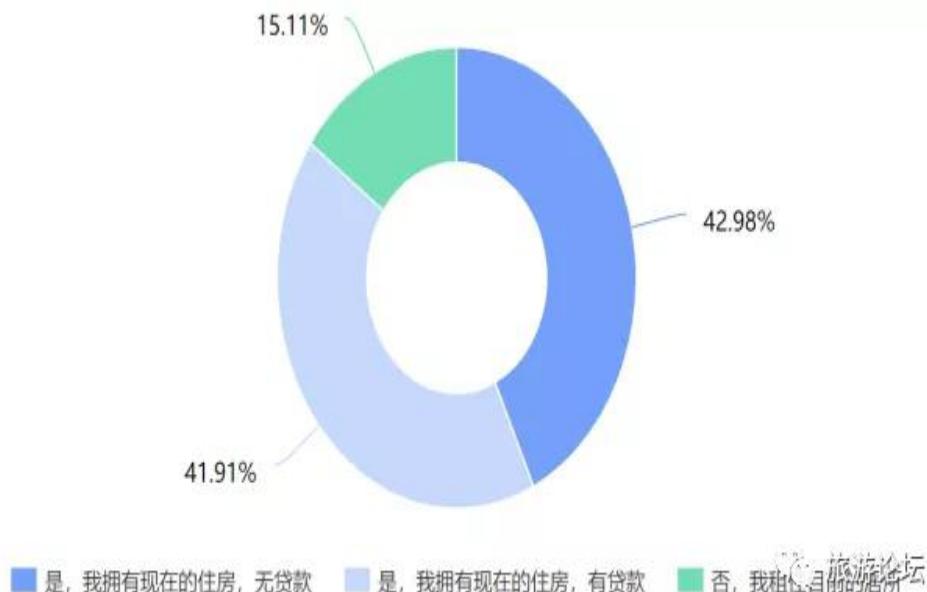


图 6 受访者现居住房情况



图7 受访者收入状况

消费者信心

调研结果表明，受疫情影响，超过半数的受访者预测2020年自己的收入会与2019年持平（58.85%）。而展望2021年，绝大多数受访者认为收入会持平或者有所增加（89.85%）。调查结果表明，大多数受访者认为2020年中国经济的发展将基本持平或者下行（64.55%），而大家对2021年中国经济的发展还是很有信心，大多数人都相信中国经济发展的势头会恢复（67.76%）（图8-9）。

预期收入对消费者的信心非常重要，如果预期收入下降，人们首先要保障最重要的生活开支，而旅游作为提高生活质量的一种消费，往往会被从预算支出中调整掉。目前调研的这个群体对预期收入的预估比较乐观，是疫后旅游需求的主体。进一步的比较平均数和方差分析表明，不同职业的群体对收入和经济发展前景的信心有差异。因篇幅有限，本文不做详谈。

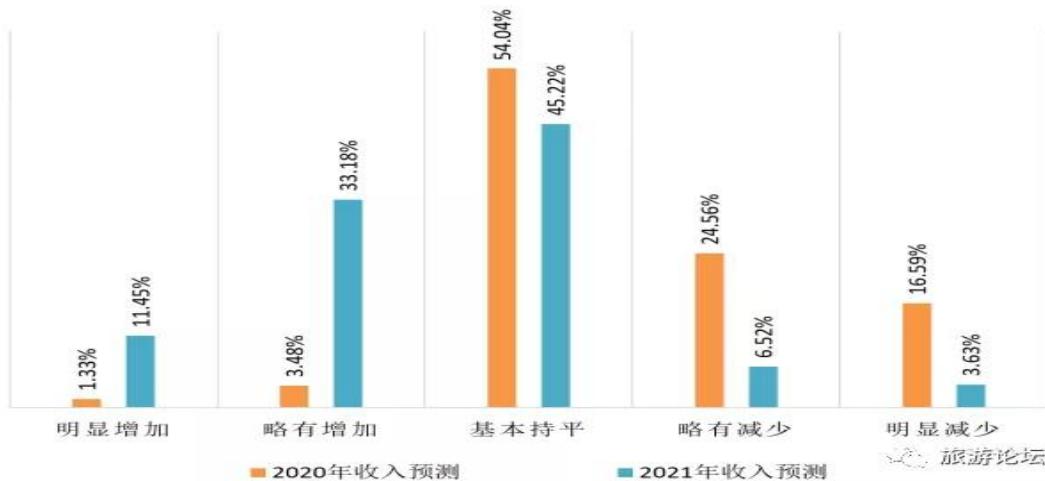




图8 受访者自我预测2020年收入与2021年收入

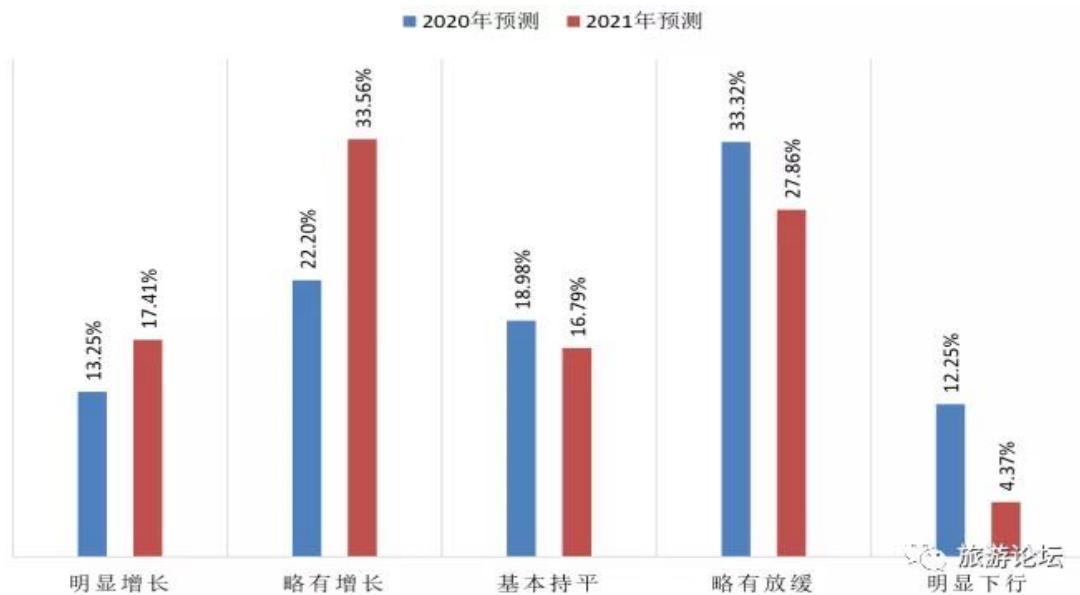


图9 受访者对2020年及2021年中国经济状况预测

疫情后，何时出游？会去哪里？

大部分受访者在疫情结束后不会很快出游（不确定35.9%，不会37%）（图10）。如果疫情结束后出游，绝大多数受访者选择在7月份或者以后出游（图11）。这个结果说明此次疫情的影响超过通常的危机事件对旅游业的负面影响，因为近年来大部分危机事件结束后当地的旅游业都恢复得比较快，对旅游的影响多数小于三个月。消费者出游时间也关系到政府对流动性的管控及消费者的心理状态，过度管控会降低流动性，旅游业恢复完全不可能；同时过度管控也会渲染“病毒恐怖”气氛，导致消费者不敢出行。

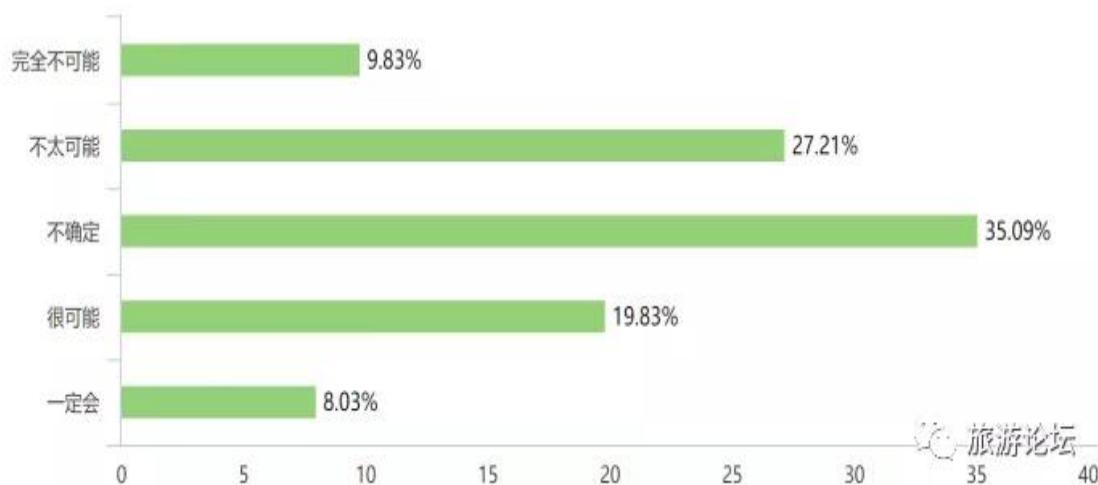


图10 受访者会“很快”出游的意愿

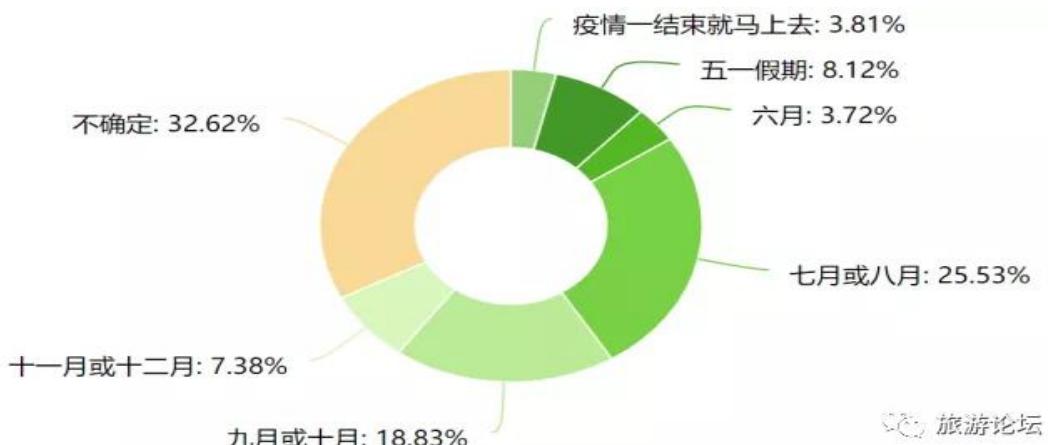


图 11 受访者想要出游时间段

从旅游目的地距离来看，国内旅游特别是居住地周边游会率先恢复（表 1）。这是比较符合旅游恢复规律的。从这个结果看，以旅游业为国民经济重要组成部分，并且以中国游客为主要来源市场的国家和地区（特别是亚太地区），在相当长的时间内要承受因为游客市场的缺失造成的失业和经济损失。从事出国/境旅游的国内企业和从业人员也要做好长期准备。

表1 旅游目的地距离

选项	平均综合得分 (最高可能得分5分)
国内其他城市或者景区	3.93
我居住地的周边地区	3.84
出国旅游	2.51
还没有想好	2.44
在疫情中给中国支持和帮助的国家	2.28

从旅游的目的地类别来看，受访者首选的五种类型分别为海滩/海岛度假地、风景旅游城市、世界自然/文化遗产、历史文化小镇和城市周边的休闲度假地，而游客密度大的主题公园则选择较少（表 2）。这与最近大部分专家的观点是一致的，疫情宅在家的消费者，有时间思考未来的生活，多数人会将健康休闲放在重要地位，海岛海滩度假地排在首位也就合乎情理了。



表2 旅游目的地类别

选项	平均综合得分 (最高可能得分8分)
海滩/海岛度假地	5.6
风景旅游城市	5.22
世界自然(文化)遗产旅游景区	5.06
历史文化旅游小镇	5.04
城市周边休闲度假地	4.67
人口密度低的西部地区	4.35
大都市(人文与美食)	3.48
主题公园如迪士尼	2.58

影响旅游的因素

本次研究利用5等级里克特量表调查了影响受访者出游的因素(图12,13,14)。在众多限制旅游的原因中,没有时间(因为要努力工作弥补疫情造成的损失)、家庭责任、担心疫情复发、独自旅游没有意思和疫情后大家更为忙碌无法一起出游是阻止受访者旅游最重要的五个原因(图12)。

之前每年的7-8月暑假期间是旅游旺季,但现在尚未开学的大、中、小学已经在谈论暑假要缩水,甚至开学后每周5天工作(学习)制要改为6天,以弥补疫情带来的时间损失;疫情期间宅在家,很多人的家庭责任感增强了,愿意留在家照顾老人小孩;疫情的不确定性和病毒的“狡猾聪明”,担心复发而不敢外出旅游是一种正常的心理;过去容易结伴出游,疫情过后难予呼朋唤友共同出游也是一种担心;加班很可能成为疫情过后一段时间的常态,大家会更为忙碌。此外,一部分人担心费用太高,承担不了。

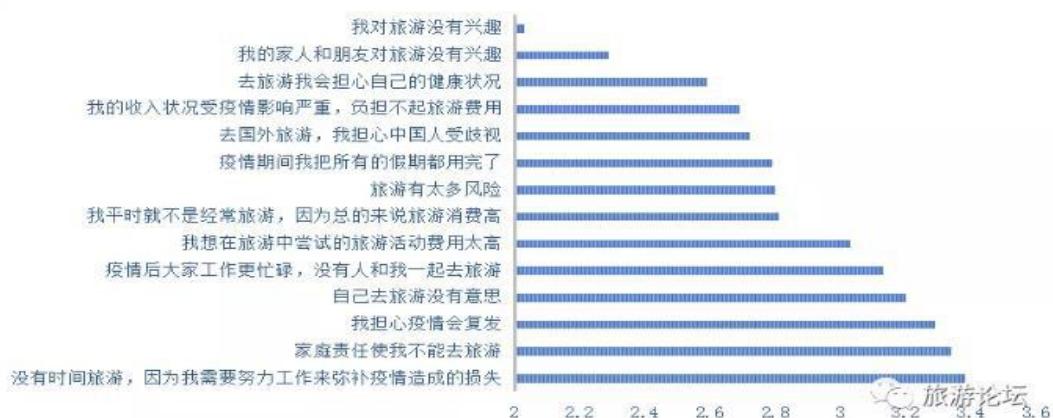


图12 人们不打算疫情后出游原因



在消费者不同的旅游动机中，亲近自然欣赏美景、让自己的身心焕然一新、缓解压力、开阔视野增长见识和体验当地文化是促使游客在疫情之后出游的五大动机（图13）。疫情在改变人们的出游动机，排在前三位的亲近自然欣赏美景、让自己的身心焕然一新和缓解压力都与疫情带给人们对生命和生活的重新认知有关，可以预测，国内自然环境良好的景区以及康养休闲旅游产品可能会出现较大需求。

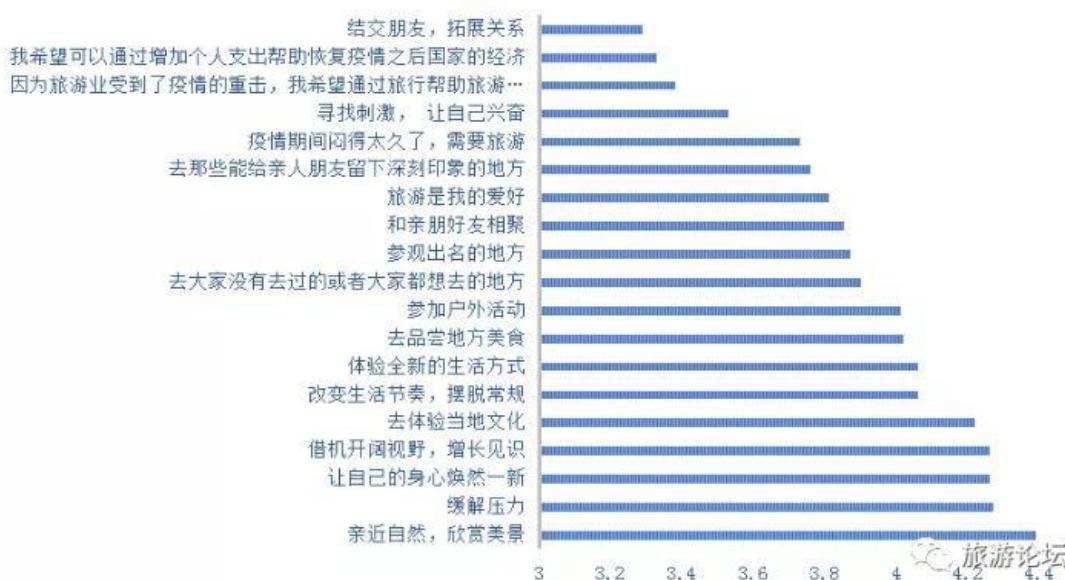


图13 游客旅行动机

促使游客出行的外部因素中，前往心仪目的地变得更为容易，机票价格的优惠，酒店促销，销售平台促销，旅游目的地举办有吸引力的活动最能促使游客出行。疫情期间，供给远远大于需求，机票、酒店价格一降再降，形成目前消费者心理的价格定式，因此在旅游业的恢复初期，行业经营者是否能扭转这种心理，不打价格牌对行业的恢复发展很重要。更便捷的信息和交通，交通上的无缝连接，产品创新，组织有吸引力的活动等在恢复对策中显得尤为重要（图14）。

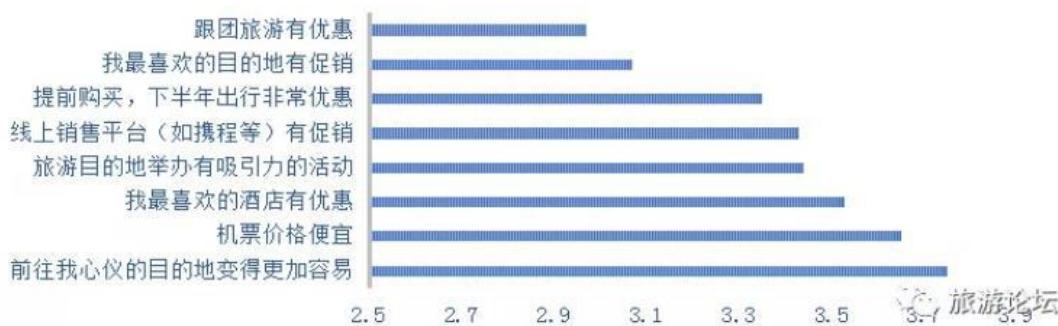




图 14 促使游客出行外部因素

结论与结语

总体来说，受访者对于中国经济发展比较乐观，相信中国各行业能很快恢复发展。全球经验也表明，国际旅游业往往从外部冲击和危机中强劲反弹。虽然这次疫情造成的经济社会影响可以说是史无前例，从本调查看对旅游业的冲击超过历次政治经济和自然危机事件的影响，旅游业的恢复还需要相当长一段时间。但是，旅游是永远的朝阳产业，旅游行业的从业者们应当充满信心，在重大疫情时期，用科学的研究结果来指导恢复策略的制定，针对消费者的出行需求和出行意愿做出相应的产品和营销调整，可以有的放矢，少走弯路。在旅游业休眠和恢复初期，旅游企业和从业者应该更多地思考如何开发适合旅游者的创新产品，以鼓励旅游消费愿望。

需要注意的是，本次问卷发放期为3月8-10号，期间国内疫情已经基本控制，湖北省以外的地区新增病例均是个位数（或者零新增），国外的疫情还没有出现大规模增长，是疫情的相对平静期。这个时间段对受访者对相关问题的回答会有一定影响。随着疫情在全球爆发，重创金融市场和全球经济，消费者信心指数可能会下降。疫情在全球的爆发会否对国内旅游恢复产生负面影响，消费者出行的时间线会否改变，还需要做进一步的调查。在全球疫情可能持续相当长一段时间的预测下，中国是否能独善其身，都有待进一步的调研。

致谢

本次调研得到了各界人士的大力支持，我们抓紧时间整理了初步结果与大家分享，希望对疫情之后的消费者旅游倾向的把握有所帮助，以此表达对大家的感谢！更多成果将在后期由澳大利亚格里菲斯大学金鑫博士团队和中山大学保继刚教授团队共同发布，敬请关注！



行业要闻

整理编辑：夏利君

1、海昌海洋公园:2019年收入28亿 净利润下降22%

来源：品橙旅游 • 2020-04-01

3月31日，海昌海洋公园控股有限公司线上召开了2019年业绩发布会，执行董事兼行政总裁王旭光等管理层出席了会议。

主要财务指标方面，管理层透露，海昌海洋公园去年营收28.02亿元，同比增长56.5%；毛利12.85亿元，同比增长47%；净利润3119.3万元，同比下降22%；录得总资产168.71元，总负债123.93亿元，资产负债率增加了1.2个百分点至73.5%，净负债率增加了0.2个百分点至135.9%。

其中，门票收入19.4亿元，同比增长52.3%；非门票收入8.6亿元，同比增长82.7%；轻资产业务收入7310万元，同比增长13.7%；客单价由去年的131元/人升至186元/人。值得注意的是，受新开的上海、三亚项目影响，其成本增加了2.6亿元。

谈及销售渠道，海昌海洋公园管理层指出，网络销售已经成为三大销售渠道之首。

谈及疫情影响，管理层人士透露，假设疫情在3月底得到控制，预测全年收入降幅在30%左右。对此，海昌海洋公园已申请将19亿元年内到期债务的还款时间延期至2021年；另有5亿元债务正在争取延期还款。

就项目建设及运营方面，目前海昌海洋公园在建及已建成项目10个，在建项目以收尾为主。其中苏州项目今年上半年将开业，郑州项目已完成70%，上海



项目二期、三亚项目二组团正在建设中，未来有意愿寻找合作。

目前，成都、青岛、三亚、烟台、上海城市的海洋公园已经恢复营业，预期重庆、巴县项目“五一”节前将开业。

此外，管理层人士预测，短期境内游将会率先恢复，公司正在进行网络传播及线上预售；未来有意在长三角及二三线核心城市继续布局，拓展IP主题应用及跨界授权业务。

2、宁青海恢复省内团队游业务

来源：中国旅游报 • 2020-04-02

本报讯（唐仲蔚）青海省文化和旅游厅近日印发《关于恢复文化和旅游企业部分经营活动的通知》，明确全省各旅行社企业即日起可以恢复省内团队旅游业务经营活动，暂不得经营跨省和出入境团队旅游业务及“机票+酒店”旅游业务。

通知要求，要把安全生产工作放在突出位置，把疫情防控、复工复产和安全生产结合起来。文化和旅游场所要严格按照相关要求，妥善做好疫情防控和恢复开放工作。旅行社及在线旅游企业要进一步加强疫情防控工作，包括建立员工健康台账、强化卫生防疫知识宣传教育、建立游客健康台账等。

通知提出，根据青海省疫情防控指挥部要求，境外入青返青人员，无论是中国公民还是外国人，无论是通过境外直接进入或从国内其他城市中转进入青海省的，旅行社不得组织以上人员在省内旅游。旅行社组织省内旅游团队，必须一人不漏进行“健康码”登记，必须在全国旅游监管服务平台上传团队信息，各级文化和旅游部门要做好检查工作，加大检查频次。

3、山西提高“引客入晋”旅行社奖励额度

来源：中国旅游报 • 2020-04-06

本报讯（王文华）山西省文化和旅游厅、省财政厅近日决定对《“引客入晋”旅行社奖励办法（试行）》进行适度调整，提高奖励额度，并增加新业态奖，以



调整后的办法，在接待累积奖方面，将“旅行社一年累积接待境外游客200人以上的，每人每晚奖励30元”，调整为“每人每晚奖励50元”；将“旅行社一年累积接待外省过夜游客3000人以上的，每人每晚奖励10元”，调整为“每人每晚奖励15元”。在大宗旅游奖方面，对包机、专列、大中型团队等的奖励，都不同程度地调低人数限制、提高奖励标准，并明确规定，省外入晋大宗旅游团队可计入接待累积奖，每人一次性奖励20元。

调整后的办法增加新业态奖，设立了自驾团队奖、会议（会展）团队奖和研学团队奖。旅行社组织5辆车20人（含）以上入晋过夜自驾车团队，游览2个以上A级收费景区，每人每住一晚奖励50元；旅行社组织或承接省外100人以上来晋过夜会议或会展团队，游览1个以上A级收费景区，每人每住一晚奖励40元；旅行社组织或承接50人以上入晋过夜研学旅游团队，每人每住一晚奖励30元。

调整后的奖励办法适用期限为2020年1月1日至2020年12月31日。

4、迪士尼：推出线上游乐网站 Magic Moment

来源：品橙旅游 • 2020-04-08

随着全球疫情的加重，各行业均受到不同程度打击，传统娱乐产业尤甚。近日，在疫情期间无限期关停旗下主题乐园的迪士尼公司，推出了全新的线上网站“Magic Moment”（魔幻时刻）。

据外媒报道称，在迪士尼的“Magic Moment”上，不仅有来自旗下乐园有关设施和游行的视频，还有数字系列节目《At Home With Olaf》，以及类似于《It's A Small World》游园内容、Dapper Dans的独唱和全新的Magic Happens游行。

此外，还有原版《花木兰》配音演员、迪士尼传奇人物温明娜的讲故事时间，还有约翰·斯塔莫斯展现如何绘制奥拉夫的教程、皮克斯填色页面等等。“迪士尼的Magic Moment让你无论身在何处都能够体验到迪士尼的魔力。”迪士尼官



网上写道：“享受迪士尼、皮克斯、星球大战、漫威和国家地理的故事、视频和活动，激发孩子、粉丝和家庭的想象力和探索能力。”

迪士尼补充表示，在疫情期间，所有人可以足不出户的在家中创造属于他们自己的迪士尼时刻，“这感觉就像是一场自驾旅行，让人既兴奋又充满期待。”网友表示。

5、安徽：防止游客扎堆 黄山风景区网络预约上线

来源：品橙旅游 • 2020-04-10

黄山旅游发展股份有限公司4月10日发布一则提示称，黄山旅游官方平台专属活动票模块已正式上线，提示前往安徽省黄山风景区游览的“江淮大地串门游”的游客自即日起可在该平台进行预约。

为节约时间、便捷进山，该公司推荐游客采取换乘车票、门票、索道票“三票合售”预约方式。

据悉，“江淮大地串门游”是安徽省黄山市开展的一项门票免费活动，活动时间是4月1日至14日，面向除黄山市以外的安徽省居民。活动中涉及31家旅游景区，包含黄山风景区。

6、西安旅游：2020年第一季度预亏超1000万元

来源：品橙旅游 • 2020-04-13

4月12日，西安旅游股份有限公司（以下简称“西安旅游”）发布2020年第一季度业绩预告。

业绩预告称，2020年1月1日至2020年3月31日，西安旅游归属于上市公司股东的净利润亏损1,000万元-1,300万元，上年同期亏损355.33万元；基本每股收益 亏损0.0422元/股-0.0549元/股，上年同期亏损0.0150元/股。



导致公司 2020 年第一季度出现亏损的主要原因有：

1、2020 年初，新型冠状病毒疫情爆发，为了全力做好疫情防控工作，公司积极响应政府号召，根据国家、省、市政府相关文件精神，对所有下属酒店及旅行社门店自 1 月 27 日起暂停营业，所有酒店及旅游订单全部取消。

2、公司作为公众公司，在上述极端环境下仍积极履行上市公司责任，依据国家相关政策按时发放员工工资，维持公司正常运行。

上述数据为公司财务部门的初步估算结果，未经审计机构审计，与公司 2020 年第一季度报告中披露的最终数据可能存在差异，具体财务数据将在 2020 年第一季度报告中详细披露。

7、迪士尼世界度假村：将临时解雇 4.3 万员工

来源：新浪财经 • 2020-04-13

据美国服务贸易理事会工会（Service Trades Council Union）透露，奥兰多的迪士尼世界度假村将让 4.3 万名工会员工临时休假，其主题公园仍然关闭，因为当局限制大型集会，以遏制新冠病毒传播。

迪士尼证实达成了一项协议，在休假期间维持健康保险和其他福利，此举将于 4 月 19 日开始生效。

迪士尼发言人在一份声明中说：“迪士尼已经与几个工会针对按小时付薪水的员工们达成了协议，这些员工将在 4 月 19 日生效的临时休假期间保有自己的健康保险福利、教育支持和其他员工援助计划。”

在乐园关闭期间，一小群不到 200 名员工将继续工作。此前几周，迪士尼已宣布计划在其设在美国的主题公园临时解雇一些非工会成员，并停止收取其年度公园通行证的费用。整个迪士尼乐园、体验和产品部门有大约 177,000 名演员，其中包括在其主题公园和迪士尼商店等零售地点工作的人。



全球旅游业价值链“战疫”中的同道与殊途

来源：品橙旅游 • 2020-04-09

目前，中国的新冠肺炎疫情基本得到控制，但全球范围内确诊病例已超150万例，旅游业承受正面冲击，旅游业价值链上的7500万从业人员受到影响，企业不得不使出浑身解数自救和求救，打响生存之战。

倾巢之下，航司各行其是

国际航空运输协会（IATA）关于新冠疫情冲击的最新分析指出，第二季度（2020年4月1日至6月30日），航空公司的现金流支出将高达610亿美元，季度净亏损390亿美元。持续三个月的严格旅行限制将使航空业损失2520亿美元的客运收入。

要是没有财务援助，大部分航司会相继破产。一方面，IATA呼吁亚太地区18个国家政府向航空公司提供紧急援助，另一方面，OTA们也担心航司如果延长付款期限，退款将会延误，导致自己的资金链断裂。各方自顾不暇，都有自己的算盘。

3月初，成立于1979年的英国区域航司、欧洲最大支线航司Flybe宣布破产，这是第一家因新冠肺炎倒闭的航司。随后，美国Trans States Holdings旗下两家区域航司Compass和Trans States也宣布倒闭，4月停止运营。今天有消息称，汉莎航空或将关闭旗下廉航德国之翼。区域航司倒闭已成为全球航司倒闭潮的开始。

美国参议院近日投票通过一项580亿美元的救助方案，包括政府担保的贷款、现金补贴，税费减免等，其中一半将提供给美国航空、达美航空、西南航空等航司来支付员工的工资，但政府可能会让他们拿股份来换取救助资金，还要求航司限制高管薪酬，禁止回购股票和派息，9月底前不得削减员工薪酬或裁员。业内人士预计，大多数航司都会获得这笔赠款，它们需要支



付雇员的薪水，但某些航司不想背上更沉重的债务，可能不愿接受贷款。

而拿到了这笔救命钱的航司依然警告称：它们迫切需要更多救助措施，这些资金必须尽快支付。美航此前威胁称，如果没有得到救助，将在几天内迅速开始裁员数万人。美国航司和美国运输部还将考虑整合全美数十个城市的航线服务，以帮助航空公司减少亏损。

那么，得到了救助的航司们是否在保障旅客的权益？《今日美国》报道称，由于新冠病毒疫情导致航班被取消，许多航司提供代金券或通过电话重新预订，而不是全额退款。无独有偶，虽然欧盟要求航空公司用现金退还取消的机票，但它们现在退还的却是不可退款的代金券。

新加坡航空已获得大股东、国有基金淡马锡和新加坡最大的银行星展集团高达 190 亿新元（约合 130 亿美元）的救助资金；维珍品牌旗下企业将获得创始人 Richard Branson 2.5 亿美元投资，以在疫情危机中保证员工的工作；澳航集团也在新一轮债务融资中获投 10.5 亿澳元（约合 6.25 亿美元）；意大利航空公司已经被政府列为新冠疫情下国家整体经济救助计划的一部分，将被收归国有；作为阿联酋航空股东的迪拜政府将向它注资……

但其他航司就没有这么幸运了。正常商业融资安排无法帮助大多数航司度过危机，不是每家航司都能获得新航从淡马锡得到的那种条款。他们也许能够在几乎没有收入的时候获得现金来支付月租等账单，但这样做的资本成本非常高，反而会限制和减缓某些市场航空运输的潜在复苏能力。

理想状态下，各国在采取措施时不仅应考虑自身，还要与邻国和贸易伙伴协同共同应对危机，但很多地方目前还处于各自为政的阶段，而正是这种“只顾自己一亩三分地”的心态让各国低估了疫情的严重性。随着航司进一步削减航班和更多国际机场限流，全球航空业的日子无疑会更加难熬。

没有一家酒店可以置身事外

STR 和 Tourism Economics 的预测数据显示，由于受到新冠肺炎爆发的影响，美国酒店业 2020 年每间可销售房收入（RevPAR）将下降 50.6%。目前平均 10 间客房中有 7 间空着，平均每日房价也降到了六年来的最低水平。

奥运会等国际大赛的推迟或取消，使一大批酒店业绩大滑坡。整个酒店



业正在寻求全球政府的帮助，以度过这场前所未有的危机。中国和日本等国都已经出台多个支持企业复苏的宽松政策，比如低息或无息贷款，减免税收和社保金，延缓缴纳各类社保税收等。而酒店综合竞争力在这个时候也显得尤为重要，良好的企业信誉能为酒店带来多渠道的资金支持。

由于全球进入更加不确定的时期，为了保留尽可能多的现金，更多酒店将关闭，大量员工短期失业，酒店削减营销预算，暂停装修计划，暂缓推出新业务，延迟签约新物业，支取信贷资金，撤回业绩预期。即使仍处于营业状态的酒店，也很可能会暂时关闭多个楼层，减少服务员工。

万豪上万名员工已在3月下旬开启无薪假期，关闭部分托管物业，但员工将继续获得由酒店提供的医疗福利。与此同时，希尔顿的酒店业主也采取各种行动减轻损失，比如采用弹性工作时间、带薪休假、缩短工作时间、轮换工作等等。

3月24日，美国酒店住宿协会（AHLA）发起了“*Hospitality for Hope Initiative*”计划，将酒店与当地医疗服务供应商和政府联系起来。据AHLA称，现已有约1.5家酒店完成该计划的注册程序，以待提供包括安置医务人员、急救人员、医院中的其他病患，或隔离服务。

在欧洲，法国雅高集团目前已建立CEDA电话服务台（*Coronavirus Emergency Desk Accor*），与集团旗下的酒店业主及相关部门合作，汇总法国各地的住宿需求，并提供住宿方案，向法国一线医务人员和所有为抗击疫情做出贡献的民众以及弱势人群提供服务。

对于酒店和团队而言，应对措施因各自情况而异，比如业务需求、集体谈判协议和当地法律法规。在新冠肺炎爆发期间，并非所有人都要与公司一起陷入危机，于是前期在国内兴起的“共享用工”模式也开始被国外巨头公司采用。

目前希尔顿和IHG都推出了就业中心，为其数万名休假员工在服务需求大幅增长的医疗、食品杂货和电子商务供应链中寻找临时工作。通过虚拟招聘会、面试和试用，这些员工现在可以快速地应聘和入职亚马逊、沃尔玛、CVS Health（手握美国医疗服务和处方药等）、Albertsons和Publix等杂货店，以及必胜客、家得宝、Dominos和Lowe's。



不过，鉴于这种模式仍在初期大量应用阶段，难免会有一些潜在的问题和改进的空间，应做好权责切割，注意各种劳动劳务关系，让劳动者和企业双方都降低法律风险。

希尔顿曾根据 2003 年 SARS 进行推算，认为集团未来半年至一年的业绩将受影响。但没有人能准确预测这场疫情何时会过去，全球都在采取行动。理智的酒店现在还应该重视管理与客户的关系，并利用这段时间来“树立商誉”，以便恢复正常业务时能有条件与同行竞争。

山川异域，风月同天？

世界旅游组织（UNWTO）最新预测，由于冠状病毒疫情持续，2020 年国际游客人数将比 2019 年下降 20% 至 30%。预计入境人数的下降将导致国际旅游收入估计损失 3000-4500 亿美元。根据过去的市场趋势，这意味着疫情将导致价值 5 至 7 年的增长损失。

目前，澳大利亚旅游集团 Flight Centre 计划关闭 800 家门店，裁员 6000 人，以期削减 12 亿美元成本。集合了 Amadeus、Travelport、Booking.com、Expedia Group、Tripadvisor 等著名旅企的欧洲游说组织 EU Travel Tech 将代表成员争取政府救助资金，其中多家企业已经宣布大力削减成本，整个旅游业价值链受到极大考验。

为遏制新冠疫情的传播，许多景区和室内场馆被迫关闭，人们无法开展正常的旅游文化艺术活动。为了缓解人们焦虑紧张的情绪，各国的博物馆加快了数字化创新的进程。中国的故宫博物院、国家博物馆、甘肃省博物馆、苏州博物馆等上线了更多在线资源，还举办多场“云旅游”直播。而谷歌开发的在线艺术文化平台 Google Arts & Culture 更是提供如伦敦大英博物馆、巴黎卢浮宫、华盛顿国家美术馆、日本东京富士美术馆等 2500 多家世界级博物馆、美术馆和歌剧院的内容供大家足不出户地在线免费观赏。

随着以武汉市为主战场的中国本土疫情传播已基本阻断，在坚决遏制境外新冠肺炎疫情输入风险高发态势的前提下，国内交通逐渐恢复，多地旅行社可以正常组团，酒店开启预售，游客重新走进景区，国内旅游业的原地重生近在眼前。SARS 疫情之后的 17 年以来，中国的政治、经济、交通、文化、科技和电子商务水平都已不可同日而语，也有信心让一切更快回到正轨。



解封第一天，武汉民宿主的76点滴

来源：品橙旅游 • 2020-04-09

4月8日零时，伴随武汉市解除离汉离鄂通道管控措施，人们脸上带着兴奋从火车、飞机、高速三大离汉通道鱼贯而出，在过去“封城”的76天，武汉用900万人的坚守，等来了“重启”。

在武汉解封的第一天，品橙旅游记录了几位在武汉经营民宿短租生意的房东，他们身份不同、年轻不一，在这次疫情当中扮演的角色几乎没有相似之处，但也是这次疫情，让他们体会到了人情冷暖，对房东这个身份有了更深的认识，更对这个饱经风霜的城市爱的深沉。

张与天 途家平台宿逅创始人 “长期坚持做对的事”

我是武汉最大的高端租赁运营商宿逅的主理人，旗下拥有几百套房源，遍布武汉各大高端租赁板块，主要服务于高净值人群长短租租赁需求。

在这次疫情之后，这些房源在短时间内都遭受到了严重损失，本身城市民宿和乡村民宿产品模型不同，城市公寓租赁成本占经营成本40%，经受疫情冲击，OCC入户率几乎为零，尤其在春节期间，光订单取消的损失就达到50万之多。

可怕的是，疫情的影响还在持续扩散，在封城初期，大家都已经意识到了问题的严重性，在这种高度恐慌的情况下，我们只能在家待着，那段时间，市场一直处于停滞状态。

入不敷出的现状让很多同行选择直接退出武汉市场，我们不止要面临来自上游客户的房租压力，我们下游的租户还还在盼着你减免房租，那段时间真的不好过。但是着急也没有办法，大家都难，只能互相体谅。不只是我们难，在武汉“战斗”的医护人员更难，看到武汉的医护人员没有住处，我觉得我还是应该尽一份力，加入“日月同心”爱心医护人员住宿平台，免费提供600个间夜给予医护人员入住。



为防止医护人员交叉感染，主力房源两房三房只为一位医护人员提供入住。很多医护工作者通过平台寻求帮助找到了房子，我真的觉得这个事没白做，空置为零价值，损失一些水点燃成本，但产生了价值。也算是为这个城市尽一份力。疫情期间心态都不能说特别好，我能做的就是以身作则，动员公司同事以及公司上下游供应链渠道商都参加了志愿者服务组织。

在参加志愿者服务的时候，我见到了来自社会各界的人，说明大家都真心爱这座城市，我也真的特别心疼参与社区工作的孩子们，还在上大学的年纪，就要帮着我们一起做事，有时候看瘦瘦小小的女孩子一个人背40-50斤的菜，想必都有一个共同的目标，希望我们的城市快速的苏醒过来。

武汉解封是一件非常开心的事情，但是我觉得在开心之余还是要防止疫情反弹，现在我正忙规划今年以及明年战略布局。

目前看来，武汉的民宿市场恢复可能要等到7-8月左右，作为国家中心城市，而且房价较低，购买力需求依然刚需，所以我认为未来武汉的房产市场会慢慢回升。应对这次大洗牌，相信很多经营者会看到自身的缺陷，以及改进的地方。在夹缝中求生存，是一门深奥的学问，无论重数据和方向上来看，我对武汉未来民宿市场充满信心。

Lillian 爱彼迎平台房东 “逃兵” - 社区志愿者

我是一位土生土长的武汉人，因为对武汉城市文化的热爱与先生一同运营武汉城市特色的历史建筑民宿“结庐里”，在武汉宣布封城的那一天，我已经跟老公回到东北过年。疫情之中，很多人都跟我说“还好你不在武汉”，但我觉得自己是武汉的“逃兵”。

我不在武汉，但我的家人、朋友们都还在，待在其他更“安全”的城市并不会让我更安心。在封城这一特殊的历史性时刻，我作为武汉人却没有留在武汉，心中觉得愧疚又无能为力，我想每一个人对自己的家乡都会有这样的情感。

对武汉的挂念让我在疫情平稳稍安后第一时间办理相关手续回到武汉，成为一名社区志愿者，入户巡查、物资配送、值守大门……

值守社区的过程中我也遇到了一些困难。如今武汉疫情解除，复工迈出了第一步，但很多小区还未完全开放，解封是为了复工复产而非走街串巷，由于目前



无症状患者还存在，爆发二次疫情实属严重，然而很多商家会认为已经解封就等于可以和疫情之前一样做生意，他们也无法理解我们的焦虑和担心。

还有一些怕绕远路钻护栏的群众，我们只能好言相劝，限制单一出入口是为了做到行动轨迹跟踪，如果人人都只想到一时方便，事态将难以控制。

就是这种生活中的许多小的问题成了社区服务中的大苦恼，为了不去洗手间我们常常一天都不喝水，最近天气渐暖我们常打趣不用怕饭还没吃两口就凉了。值守中会因为不理解、恶言相向居民而生气懊恼，转眼会被陌生人的一句“你们辛苦了，注意安全啊”而感到治愈。

社区志愿者的体验让我得以想象医护该有多辛苦，目前在社区办理相关手续后租户可以进出，这是武汉民宿迎来曙光的第一步，为了迎接接下来的民宿市场复苏，我们正将民宿开放运营之后的日常消杀工作提上日程，也会为住客提供日常的消毒用品。

根据爱彼迎对用户的调研，有97%的人在搜索房源是最看重“卫生清洁情况”，还有超过84%的人关注“消毒状况”，53%以上的人希望明确房源是否提供消毒用品。为了努力达到平台的标准，我也将升级房屋清洁水平，我正考虑把消杀过程记录下来，一方面是完善复工日记，另一方面，也是让房客住的更加安心、放心。

疫情让我的房源在短时间内遭受了巨大的损失，而爱彼迎平台的周租月租活动，也让我们长舒了一口气。为了缓解疫情带来的冲击和压力，我计划将房子以周租、月租的方式长期租赁出去，减少人员的必要流动，保障周围住户的安全。同时，在疫情期间，我还通过微博和微信公众号与房客及时沟通，同步武汉的情况，让房客放心的同时也联络了感情。

樊玥 爱彼迎平台房东 中医世家

我是樊玥，和其他爱彼迎的房东没有什么不一样，在疫情初期，我跟他们一样，积极地联络每一位订房的房客，帮助他们退订房源。若要说我与大多数房东不一样的地方，那就是我的另外一重身份——我来自一个中医世家，是中医世家中的新生代。



武汉封城后，武汉的医疗资源紧张，很多医院都只接收新冠肺炎病人，导致很多基础科室面临停摆，有三年义诊经验的我和家人意识到，虽然不能上前线，但我们还是可以帮助很多普通的民众。

此时，家庭诊室应时而生，线上接诊量很快飙升到往日的十倍以上，每天有100多人前来问诊。由于冬季是流感季节高发期，所以很多人前来咨询，甚至有很多人由于过于紧张担心自己是不是患上了新冠肺炎而前来问询，我们也充分理解病患的忧心和焦虑。

在这种情况下，我们一边耐心解释新冠肺炎的症状表现，一边安抚他们的情绪，我能提供的帮助微不足道，但发挥小小作用的我能帮助到身边的人，也十分宽慰。

在接诊过程中我还遇到了一件印象非常深刻的事，那是2月的一个下雪天，有一位孕妇因为体温稍高无法在之前就诊的医院生产，几经辗转找到我后，我只能一边安排她到一套空置房源里休息，一边不停地给医院打电话，所幸最终找到了医院，这也算是万幸。一个小生命借由我的帮助来到这个世界，这个冬日好像都更有希望了。

现在武汉解封，我也做好了充足的准备。在疫情期间响应爱彼迎平台的倡议，作为房东的我积极思考、修炼内功、总结经验，也将房源做了彻底的升级改造以及装潢更新，对房间的通风设施重新检查，安装新的空气净化器，还为租住房间的医护人员提供了口罩、酒精。

在疫情结束后，我还想在爱彼迎平台上上线一些更有武汉特色的民宿产品，让每一位在未来来到武汉的游客都吃得好住得好，体验到武汉人的热情，感受旅行的乐趣。



爱彼迎中国区总裁：入住率降 70.3% 共享住宿行业 “危中有机”

来源：迈点网 • 2020-04-07

爱彼迎中国区总裁透露，公司维持 2020 年上市的计划没有改变。

春暖花开之际，共享住宿行业也开始缓慢复苏。

“新冠肺炎疫情给我们带来了前所未有的挑战，尤其是一二月份，大量订单退掉。好在那个阶段已经过去了，旅游和共享住宿作为刚需，未来仍是一片蓝海。”

3月27日，爱彼迎中国区总裁彭韬在接受21世纪经济报道记者专访时透露，公司维持2020年上市的计划没有改变。

当天，爱彼迎在中国正式启动爱彼迎社区振“心”计划，拟推出7000万专项基金，从房东、房客、社区三个方面振兴共享住宿行业。爱彼迎联合创始人柏思齐表示，疫情不会改变中国在爱彼迎业务版图中的重要位置，将持续在华投资。

入住率下降 70.3%

过去的两个月，以爱彼迎为代表的民宿行业，正经历着一场空前的打击。世界旅游业理事会(WTTA)测算，新冠肺炎疫情给全球旅游业造成的损失高达220亿美元，民宿行业在其中受牵连严重。

中国饭店协会3月11日发布的《新冠疫情对中国住宿行业的影响与趋势报告》显示，2020年1-2月期间，74.29%的酒店和民宿选择了直接闭店，平均闭店天数达到27天，民宿的入住率平均同比降幅为70.30%。

而在此之前，作为住宿行业最火爆的细分领域，民宿颇受资本青睐。国家信息中心分享经济研究中心数据显示，2018年我国共享住宿市场交易额为165亿元，同比增长37.5%。报告预测，未来三年，市场规模将继续保持50%左右的增



长速度。

疫情显然给民宿行业按下了暂停键。“回顾历史数据发现，旅游行业是一个最具韧性的行业。从大型危机事件恢复的时间逐年缩短。2001年美国受到恐怖袭击，那一次是26个月恢复。2018年自然灾害的恢复我们只花了10个月。”彭韬认为，共享住宿还是一个连接人与人的平台，刚需也一直都存在。

随着各地复工的开始，民宿行业回暖缓慢。数据显示，截至2月底，已经复工的住宿企业比例达到63.3%，员工复产率达到65%。预计一季度全国酒店和民宿业平均入住率约18%。

在部分旅游业发达的地区，为了防止输入性病例，民宿开业后只能接受地区内的游客，外地的游客暂不允许接待。运营成本高、客流量低迷、现金流吃紧等问题，仍然困扰着从业者们。

3月25日，爱彼迎与银行家们举行了一场电话会议，讨论延长现有的10亿美元债务融资安排事宜。全球疫情肆虐的情况下，爱彼迎试图筹措更多资金，以应对疫情带来增长减缓的影响。

开拓新场景

各平台也开拓新的消费场景。在疫情期间，爱彼迎推出了月租和周租的房源。彭韬称，没想到这类需求表现比平常更加火爆，爱彼迎房客营销中心的周活用户较活动上线前上涨96%。

从房客端看来，周租用户中有超过1/3的房客查看过爱彼迎；月租用户中则有接近1/3的用户查看过爱彼迎。同时，有六成的房东愿意继续增加周租月租的比例，以缓解经营压力。

“我们预期旅游行业会从短途同城、周边游开始复苏，再逐步向跨省、跨市扩散。”彭韬表示。

而民宿从业者还在煎熬中。在上海从事民宿行业的杨阳告诉21世纪经济报道记者，自己在陕西南路、新天地等市中心地段一共租了9个房间，全年租金72万元，全年营业额在100-110万之间。而自从1月20日开始，原本火爆的市场订单全部取消。“这些房源都在居民区，现在也不能接待游客，投进去的租金都打水漂了。”



如果行业仍然没有好转，他不打算再持续投入。违约的话，则要损失12万元的押金。“今年本来准备全职做民宿，都把工作辞掉了。现在我准备重新找工作。”杨阳说。

为了助力民宿房东缓解现金流压力，爱彼迎近期将面向其平台上全国品牌民宿房东推出房源预售预付活动，对于参与活动的房东符合活动条件的订单，平台承诺提前将实际应付金额的50%预付给房东，助力品牌民宿房东们提前锁定收益。

目前，该平台调研数据显示，99%房东对于未来从事民宿行业保持积极或中性态度。其中，在保持积极态度的房东中，72%的房东表示未来“规模不变”或者“增加规模”。

为了恢复行业信心，大部分平台都在行动中。途家民宿联合携程、去哪儿、蚂蚁短租等平台推出“早鸟报喜”线上营销活动，通过整合多家亿万级的流量渠道和推广资源，帮助平台房东更快收获订单。美团则再推“春风行动”升级版，宣布7大举措，推动酒店、民宿及景区恢复经营。

爱彼迎内部数据显示，今年“五一”小长假的境内游房源搜索量，较去年同期增长了2.5倍，今年暑期境内游房源的搜索量也高于同期。这意味着，疫情日趋稳定后，国人已经渐渐开始计划未来假期的安排，出游意愿比以往强烈，尤其是同城、周边、短途游。

在彭韬看来，市场淡下来，正是平台和房东修炼内功的时机。“我对整个行业的复苏很有信心，一些新的增长点带来新的机会。在未来，高品质的民宿会更容易生存，家庭旅行、周租月租、房屋置换的需求一直都存在。总会有意想不到的新产品出来。”



专访铂涛集团总裁周奎：疫情加速单体酒店整合 中端

酒店竞争加剧

来源：21世纪经济报道 • 2020-04-10

冬去春归，国内疫情趋于平缓，酒店业稍显复苏迹象，后疫情时代酒店行业发展面临变与不变。

经此艰难一“疫”，酒店行业受到不小冲击。中国饭店协会于2月发布的报告表示，疫情中，档次越高的酒店抗风险能力越强，而低端酒店一般为单体酒店，体量较小，客群不稳定，抗风险能力差，在疫情中受到影响最大。

冬去春归，国内疫情趋于平缓，酒店业稍显复苏迹象，后疫情时代酒店行业发展面临变与不变。对此，铂涛集团总裁周奎向21世纪经济报道记者表示，疫情加速了原本的单体酒店整合趋势，而今年年末到明年初，则很可能成为一个优质资产整合的好时机。

中国文旅40人——2020文旅重生“计”系列专题，围绕“疫后”经济复苏中的“旅游振兴”，邀请入选“中国文旅40人”的文旅界领军人物，就行业“重启”从个人视角以及企业实践提出建议和展望，展现业界领军人物的探索、思考与力量。

酒店业整合迎机遇

《21世纪》：目前看来，中国酒店品牌连锁占比22%，单体酒店占比78%，单体酒店占据了整体行业的大部分江山，但酒管集团同时也发展迅速。这次疫情会不会成为一个加速器，加速整个行业，单体酒店收编整合的速度？



周奎：是的，现在的单体店大多是资源型的，要么有自己的物业；要么它地租较低，有租金红利；要么是具备景区周围自带流量、地理位置好的优势。再加上一些通过 OTA 带来的客流，平时盈利情况不错。通常而言，单体店选择加盟一般看中的是集团能够带来良好的管理能力和会员流量。简单来说，就是单体店线上需要系统和会员，线下需要店长，这是一个线上线下协同的过程。而同时具备这两个资源的，一般是行业里的龙头集团。

业内将时下疫情带来的挑战称为“潮水退去，看谁在裸泳”。对于单体酒店来说，好资产能够扛久点，而差的资产现在已经扛不住了。但是，好的单体酒店可能最多也就扛到年末，所以预计今年年末到明年年初，是一个优质资产整合的好时机。这个阶段酒店经营可能会变得很困难，但是非常适合资产整合。

《21世纪》：疫情之前，大多数单体酒店通过 OTA 也能获得相对充足的客流量，那以后的趋势会是单体酒店被纳入大型轻资产酒管集团麾下？

周奎：应该说有一部分单体酒店会被酒管集团纳入管理。前些年，因为 OTA 自身流量很大，而且大家养成了在平台订房的习惯，OTA 获利丰厚。而大部分的单体酒店基本上已经被 OTA “绑架”了。OTA 利用自身平台的流量吸引单体酒店进驻平台，起先将服务费收得很低，但是一年半载以后，收费不断上升。而这时单体酒店再退出来建自己的渠道已经很难了。如今世道变了，现在酒店可以直接跟快手、微信、抖音等流量大的平台合作，不仅仅通过 OTA 获得流量。

《21世纪》：经过这次疫情之后，文旅行业可以从中得到哪些启发和思考？存量市场是酒店行业的“兵家必争之地”，目前国内酒店业的发展趋势和机遇有哪些呢？

周奎：一定要建立非常专业的风险防控长效机制，增强应对突发事件的抗风险能力，这个是需要经验和前瞻性的，事实也证明轻资产连锁酒店集团预防和抗御风险的能力更强。参照欧美、日本这些国家，酒店行业的正常结构是橄榄形或者纺锤形，而目前中国的酒店业结构呈三角形，高端酒店量少，中端在崛起，而经济型酒店数量多。在这样的情况下，经济型酒店的量其实已经足够了，虽然中端现在竞争激烈，但是空间非常巨大。国内酒店业的发展趋势不光是从单体变成连锁，还有从经济型变成中端。对于具备品质感和个性化的酒店而言，翻牌升级的机会很大。



首先是品质化，消费主体结构已经发生变化，注重品质感的年轻消费群体和中产阶级在崛起。另外，年轻消费者群体注重个性化，现在市场上具有调性的设计师酒店可以卖到很高的价格，生意也很好。如果有酒管集团可以把个性和规模有效地结合的话，就是在品牌和调性上具有个性化，而运营管理连锁化，将会非常有前景。

同时，酒店和房地产高度相关。基建也使得一线城市诞生新的物业机会，像北京、上海这种国际的一线大都市的话，品质好的酒店是多多益善，只要有物业就可以开。而二线城市高速发展之后，城市化进程加快，也诞生了很多新的物业。还有一些国资、军工的物业，也在逐步释放。

中端市场竞争加速

《21世纪》：无论是形式上从单体到加盟，还是品类上从普通的经济型转向中高端，疫情都在加速它转变的趋势？

周奎：是的，虽然酒店业原本也会这样按这个方向走，但是疫情会加快这个进程。复工之后已经有这种现象，就是中端酒店的入住率提升得比经济酒店更快。包括之前很多酒管集团把经济型酒店开在一些景区里面，比方说在海南三亚海边，其实生意并不好。一是因为消费者到旅行目的地较少选择入住经济型酒店，二是觉得中端酒店品质好一点，安全性高一点，服务也好一点，一分钱一分货。任何人挡都挡不住人们进步向上、追求更好生活品质的这种诉求。

《21世纪》：目前中端市场已经成为红海，如果行业的整个趋势都是从经济型转向中高端酒店的话，以后酒店行业的竞争会不会就更加集中于这个区域？

周奎：国内的高端酒店基本上是国际品牌，国内的品牌比较少，有也是区域性品牌。所以这几年行业内竞争比较激烈的是中端市场，一下子从蓝海变成红海了。但是中端市场盘子够大，哪怕一座一线城市也可以容纳好几个酒店集团的中端盘子。

中端市场中有很多优秀国资背景的企业，国企的机制会相对较慢、较稳。从长期来说，国企下的酒店整个效率也会往国字头的方向转化，尽管一些酒店集团也开始做混改，但是这个机制依然很难打破。国企发展速度趋向平稳，其实给了



私有企业一些机会，在未来5~10年里，这些企业里面很可能会涌现出优秀的酒店集团。

《21世纪》：目前铂涛集团旗下的酒店复工情况如何？

周奎：现在复工率和入住率都越来越高。酒店复工率已经超过90%，能开的门店已经恢复运营。刚开始复工的时候，酒店入住率比较低，比如100间房可能只来20个客人。现在入住率每周增长5%-8%，中端酒店入住率已经超过50%，经济型酒店的入住率超过40%。

《21世纪》：目前一些地区的周边游已经在慢慢复苏，那文旅行业期待的“报复性消费”会不会真的到来？

周奎：我觉得会是“波浪式前进，螺旋式上升”。多么好的或者差的商业模式，其实都熬不过人性。虽然不一定会是“报复性消费”，但是人活动的自由度会提升。虽然后续差旅可能会因为线上办公开展、企业削减差旅开支而受影响，但是一旦疫情真正过去之后，旅游业绝对是爆发式增长的。首先，自从中国的人均GDP提升后，国内游客对于国内、国际游的热情高涨；而且目前国外疫情还在蔓延，而国内一旦稳定之后的话，之前本来要出国的可能在国内游，国内的优质景点将会非常之火热。



走进全球酒店

走进全球酒店

中国最美景观酒店

来源：新浪网

1、莫干山裸心谷度假村

裸心谷度假村位于浙江省田园胜地莫干山，距离上海两个半小时车程，距离杭州半小时车程，占地 360 亩，与一些“国际化”度假村不同，更加契合“中国的”、“原乡的”概念。





水库、翠竹、茶林以及数个小村庄环绕，利用当地的天然材料，就地取材，降低对环境的影响，与自然融为一体。



裸心谷度假村住宿区分布在中南部，共 121 间、包括 40 个夯土小屋，30 栋宽敞而豪华的树顶别墅，配有泳池、有机餐厅、露天剧场等，采用当地的风格，融合非洲热情粗狂的特色，形成了一个高端奢华度假村。



龙胜梯田理安山庄位于龙胜县东南部和平乡境内的平安村，富有盛名的龙脊平安壮寨景区的七星伴月上方，具有非常好的观看梯田的视野。



整个山庄风格彰显古朴风范，采用中国传统木结构建造，没用一颗钉子，室内也是传统中式，所见之处各项细节典雅精致。



客房只有 16 间，每个房间都有不同的主题，分别名为丝绸、芳香、丰收、双喜、年画、蓝白等，并配以不同的艺术品收藏，介绍不同的中国民间艺术文化，使得每一间都是一个小小的主题收藏馆。

3、海口观澜湖度假酒店



海口观澜湖酒店位于中国海南岛海口市的火山区，坐落于一望无际的绿野之中，集旅游度假、休闲娱乐、环球美食和温泉水疗于一身，是海南一绝佳旅游目的地。



酒店里有 168 个冷热天然矿温泉汤池，室内泳池、户外泳池、趣味十足的水上乐园、人造沙滩、健身中心、足浴中心、桌球及儿童艺廊等，同时华谊冯小刚公社也在此地，贺岁电影《私人订制》取景地。

4、长白山天域度假酒



长白山天域度假酒店位于中国“十大名山”之一的长白山保护开发区池西区，坐落于长白山针阔混交林带，松江河等三条溪流从区内蜿蜒穿过，周边山林茂密、林道纵横，生态条件优越、自然景观壮美，紧邻两座大型滑雪场。



北欧风格建筑外观，整体使用原木装饰，附近有森林栈道散步消食、在天然氧吧呼吸纯净空气，还可以骑山地自行车、自驾四轮越野车穿越森林，或乘坐热气球纵览迷人的风景。



拥有超大面积豪华客房 280 间，宽大观景玻璃窗，根据房型和位置可观看长白山、森林花园、人工湖等，打开房门，远山、近园兼而得之，与大自然真正的零距离亲密。

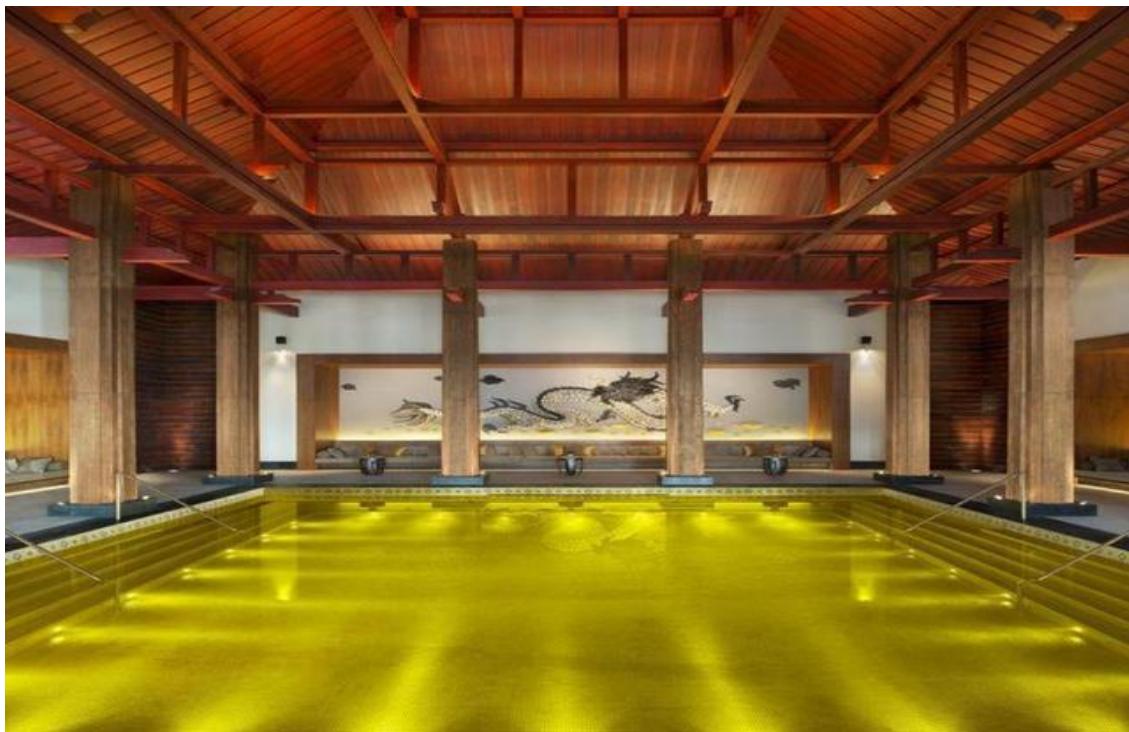


《酒店旅游信息采编》2020年第6期 总第157期
5、拉萨瑞吉度假酒店



作为西藏首家国际品牌酒店——拉萨瑞吉度假酒店，位于古老的八廓街地区，坐落在拉萨市中心主干道江苏路上，整个酒店占地面积 3.2 万平方米，投资总额据说超过 7 亿人民币。





拥有 162 客房含 14 间套房，同时配有高档中餐厅、藏餐厅、茶室、红酒屋及 SPA 水疗中心、健身中心等酒店，并且还要紧密贴合当地的文化。

6、德钦松赞梅里酒店



松赞梅里曾入选“世界上最好的 101 酒店”，而德钦松赞梅里酒店云南升平镇各几农村，并被 CNN 评为“中国九家风景绝佳的酒店”之一。



德钦松赞梅里酒店原址是一座毁于十七世纪的藏传佛教寺院，至今遗迹得到保留。



无论身处书吧、露台、或房间，都可以梅里雪山，运气好的时候还能看到“日照金山”



成都信息工程大學銀杏酒店管理學院
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：夏利君

出版期号：2020年第6期（总第157期）

投稿方式：yxxytsg@163.com

联系电话：028-87979510