

酒店旅游信息采编



总第 163 期

8 月刊



目 录

业界动态.....	1
携程跨省游报告：英雄城市武汉成旅游网红.....	1
酒店“光盘有礼”大 PK：你最看好哪一家？.....	10
要闻精粹.....	22
行业要闻.....	22
旅游业“元气”逐步恢复，“微定制”“云服务”成出游新趋势	30
北京“最严民宿监管”下，城市民宿行业巨震.....	34
行家之音.....	38
戴斌 高质量发展是旅游业振兴的主基调.....	38
走进全球酒店.....	50
旧宅华丽改造而成的重庆南山里民宿.....	50



携程跨省游报告：英雄城市武汉成旅游网红

来源：品橙旅游 • 2020-08-20

“去武汉看看”。经过携手抗击疫情的洗礼后，国内旅游者重返湖北，英雄城市武汉成旅游网红。一份最新的报告显示，由于跨省游开放满月、加上湖北全省景区免费，国内赴湖北游客增长超三倍。随着我国进入防疫常态化和恢复正常生产生活，国人越来越愿意走出去旅游消费。旅游成为中国抗疫成功、回归美好生活的最好标志。

与此同时，武汉市用系列特色活动再次向全国人民发出邀请函，欢迎全国人民“打卡大武汉”。8月19日起，武汉将首期推出5万张“48小时惠游卡”，持卡用户可以在携程上预订后入住精选四到五星酒店一晚，并免费游览包括知音号、欢乐谷、黄鹤楼、海昌极地海洋公园、杜莎夫人蜡像馆等各个热门网红景点，每张卡能让游客综合得到400元以上的实惠。

武汉，我们回来了！去湖北的6大理由

7月17日，湖北省文化和旅游厅发布通知，即日起，湖北省旅行社及在线旅游企业可恢复经营跨省（市、区）团队旅游及“机票+酒店”业务。

8月7日起，湖北全省A级旅游景区向全国游客免门票开放，将一直持续到今年底。

来自上海的周女士，以往每年都会带着全家老小到外地旅游，今年，受疫情影响，一家人还没出过上海。得知湖北跨省游恢复的消息后，周女士立刻在携程上预定了湖北武汉3日2晚的私家团，出发前，他们收到导游发来的信息登记网页，通过手机申请好武汉当地的健康码。他们去往各个景区，只需出示身份证和当地健康码即可。

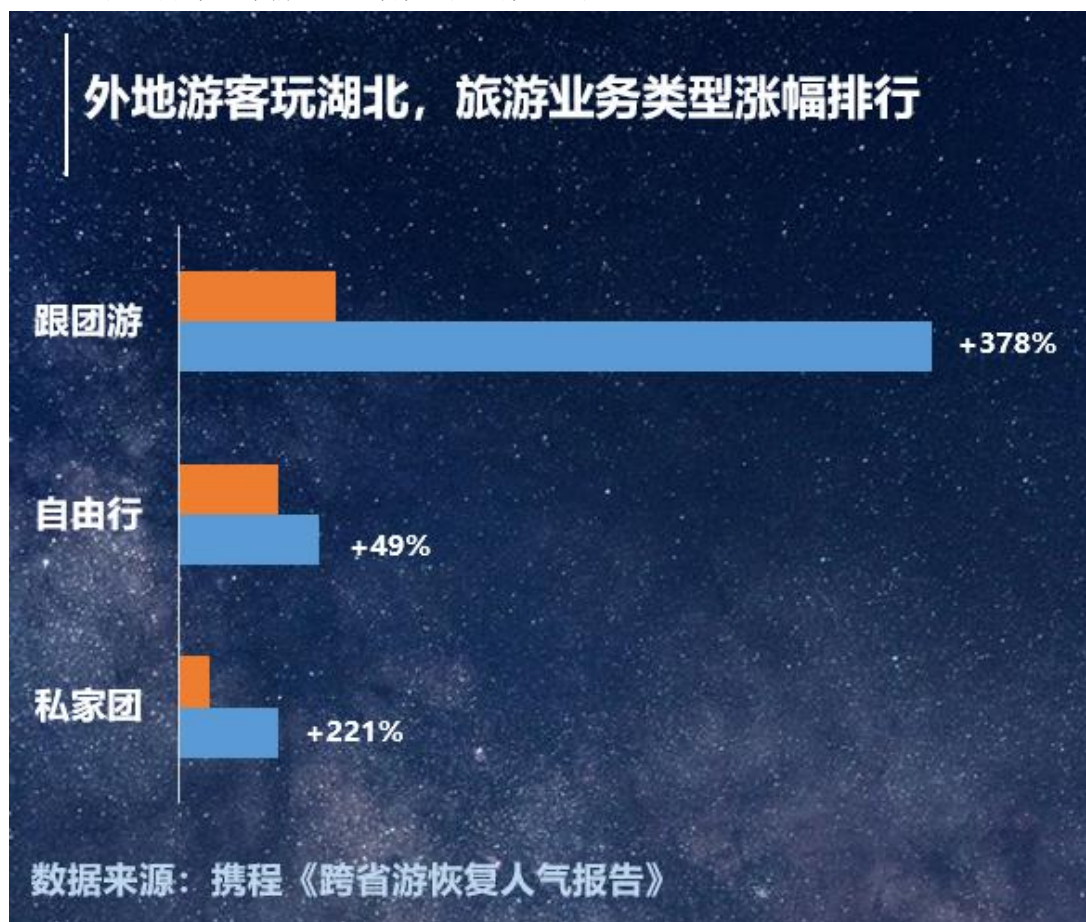


周女士表示：“湖北回来了，武汉回来了！这次去武汉旅游十分安全，感受非常好，私家团提供的车、导和服务、相关卫生工作、防护设施、景区服务等一切都很规范，很完善，我们玩得很开心也很放心”。

8 月 18 日，在湖北跨省游恢复一个月之际，携程根据平台上数千家旅行社产品的订单情况，以及全国数千家携程三品牌门店的报名，发布了《“武汉我们回来了！”——湖北跨省安心游人气报告》。报告显示，湖北正在成为国内最热门的旅游目的地之一。前往湖北旅游的外省游客人数环比增长达 300%。湖北人外出旅游的人数也在暑期大幅增加。旅游正在成为中国成功抗疫、回归美好生活的标志。

跨省旅游恢复正逢暑假，湖北人旅游人数大幅增加。报告显示，从 7 月 17 日以来的一个月，通过携程预订自由行、跟团游度假产品的湖北游客，相比跨省游恢复之前，增长了 700%以上，与此同时，前往湖北旅游的外地游客数量环比增长了三倍以上。

从游客搜索、预订行程、用户点评看，国内旅游者选择去湖北的 6 大理由主要是：去武汉看看这个英雄城市、去当地尝一尝热干面、去神农架避暑观光、游长江三峡和大坝、看恩施大峡谷、登武当山等。



“安心游”成为湖北旅游的主旋律

“安心游”成为湖北旅游的主旋律。近日，中青旅遨游、众信旅游、上海春秋、上海携程国旅、华程国旅集团、广州广之旅、深圳新景界、湖北康辉、海南椰晖、苏州文旅等各地 120 多家知名旅行社，共同发布《跨省安心跟团游自律公约与倡议书》，对吃住行游各个环节提出了防疫安心游标准。全国有超过 4000 家旅行社响应，与携程合作上线“安心游”标签线路和新跟团产品。其中，湖北产品达到 1500 多条。

这一动作有力地提升了旅游者信心和市场人气。报告显示，其中有超过 76% 的游客游湖北选择跟团游。省心省力、全程服务的跟团游，依然是旅游者的主流选择，人数环比增长 378%；精选航班、酒店，并且，提供打包价格优惠的携程自由行产品，人数环比增长 49%。热卖的产品是游恩施+神农架 7 日跟团游、宜昌+神农架+大九湖国家湿地公园 5 日私家团、武汉+黄鹤楼+东湖+长江三峡+三峡



大坝4日跟团游、武当山4日自由行等。



编号: 21987366
上海出发 携程自营

¥5402/人起① 338人出游

恩施+神农架+宜昌+荆州+武汉7日6晚跟团游(4钻) ◆◆◆◆

【携程自营·横贯湖北】赠长江夜游船+住1晚峡谷度假村, 品鄂西原味山水+城市风光, 登黄鹤楼游大武汉, 升级1晚5钻酒店, 品特色全鱼宴+交通任选

峡谷峡湾 古镇古村 全鱼宴 游船体验

安心游 每日消毒 全国测温 卫生用餐

4.6分 "导游服务好""行程棒" 44条点评>

六重保障 安心游 无购物 无自费

产品优惠 【与爱同行·惠游湖北】政府亿元补贴免... 共7个>



编号: 26560850
上海出发 携程自营

¥1838/人起①

湖北武汉3日2晚私家团(4钻) ◆◆◆◆

【携程自营·你好武汉 私家团】【2晚连住高性价比酒店, 2晚立用车】食在武汉: 周黑鸭+热干面+油焖大虾碰撞武汉大...+黄鹤楼+户部巷+楚河汉街【走, 来武汉吃虾】双飞往返

安心游 每日消毒 全国测温 卫生用餐

六重保障 安心游 无购物 成团保障

支付优惠 光大携程联名卡周边游支付券 共3个

跨省游开放后, 游客对安全性和品质更为看重, 小规模、私密性、个性化的“新跟团”产品最受旅游者青睐。报告显示, 湖北一单一团、专车专导的“私家团”成为了游客眼中的“香饽饽”, 游客人数增长超2倍。武汉、恩施、神农架、宜昌等地区的高质量私家团深受用户喜爱。



来湖北的外省游客量增长超三倍，武汉最受欢迎

跨省游开放后，湖北的旅游市场逐步得到恢复，全国游客的强烈旅游需求开始得到释放。携程提供的数据显示，来湖北旅游的人数，环比恢复前，增长了三倍以上。哪些省份的游客会把湖北考虑为旅游目的地呢？从携程跟团游、自由行产品订单看，来湖北旅游的外省（直辖市）游客人气排名前十位分别是：湖南、重庆、江西、上海、浙江、四川、广东、北京、江苏。湖北周边的省市人数最多，华东、华南、北京也是热门客源地。



众所周知，今年，湖北省和湖北人民为战胜疫情奉献了很多，荆楚文化一直深受外地游客的喜爱，全国人民在为湖北加油的同时，也对重启湖北的旅程期待不已。跨省游恢复后，湖北最受欢迎的目的地分别为：武汉、宜昌、神农架、恩施、黄冈、荆州、襄阳、咸宁、十堰、黄石。武汉排名第一。此前也有调查显示，武汉成为疫情后网民最想去旅游的城市。



8月8日起，湖北全省A级旅游景区向全国游客免门票开放，组团去湖北玩



景区成为今年的旅游“新姿势”，携程门票平台数据显示，8月8日以来，湖北景区关注度增长达几十倍，人气景区前十分别是：黄鹤楼、武汉海昌极地海洋公园、武汉欢乐谷、三峡大坝旅游区、神农架风景区、武当山、恩施大峡谷、赤壁古战场、木兰天池、古隆中。

湖北跨省游人气景区TOP10

1	黄鹤楼
2	武汉海昌极地海洋公园
3	武汉欢乐谷
4	三峡大坝旅游区
5	神农架风景区
6	武当山
7	恩施大峡谷
8	赤壁古战场
9	木兰天池
10	古隆中

数据来源：携程《跨省游恢复人气报告》

湖北人跨省游最爱湖南、云南、贵州

湖北人跨省游目的地省份人气排行榜TOP10



数据来源：携程《跨省游恢复人气报告》

从7月17日湖北省恢复跨省旅游以来，湖北人外出旅游的热情也迅速升温。



从携程平台的跟团游、自由行等产品看，湖北人跨省游，目的地省份人气排名的前十名是：湖南、云南、贵州、江西、海南、甘肃、四川、青海、广西、山西，湖北人最喜爱去这些目的地游玩。从目的地城市角度来看，长沙、昆明、贵阳、三亚、成都、丽江、兰州、西安、厦门、九江这十个目的地城市的人气最高，是湖北游客的心头好。



亲子游仍为湖北跨省游人群的主力，但比例下降

从旅游人群看，跨省游恢复后，也有一些变化。亲子游仍为湖北暑期旅游大军的主力，占比达到 41%。有 31% 的游客选择跟同事朋友一起出游，17% 的游客为夫妻情侣出游，带爸妈出游的比例则占 7%。另外，还有 4% 的游客选择当独行侠。



年龄层方面，31 岁到 45 岁之间的比例最高，为 26%，其次，是 46 岁到 60



岁（24%），以及，19岁到30岁（19%）。从携程网上报名的数据看，当下旅游市场的三大群体是，以90后为主的年轻上班族、大学生；父母带孩子旅游过暑假；中老年结伴看山水风光。独自旅游的比例也有所上升。



值得一提的是，暑假本应该属于亲子游的旺季，今年占比虽然仍最高，但比例下降约10个百分点。

旅游专家分析，虽然，国家开放跨省游刺激了旅游需求，但当下，旅游者需求依然受到多种因素抑制，仍需政府、企业多方携手合作，支持旅游业复工复产、优化游客消费环境，特别是，满足企事业单位职工、学生、亲子群体的旅游需求。

近日，旅游业界专家发文呼吁：作为暑期旅游的三大群体，即青少年的研学旅行和毕业旅行、老年人的避暑和康养旅游、职工疗休养和公务人员的集中休假，应受到教育、人保和组织部门的鼓励……最重要的是，取消限制人员流动和层层加码的“土政策”，撤除不利于游客深度参与本地生活的“土壁垒”。



酒店“光盘有礼”大 PK：你最看好哪一家？

来源：迈点网 • 2020-08-21

近日，文化和旅游部公布，正在制定、修订旅游住宿业和旅游景区标准，将反对食品浪费的内容列入其中，督促游客在旅游过程中做到节约饮食、绿色消费，引导和鼓励游客科学用餐，指导行业协会开展行业自律。

一餐一饭系民生，一瓢一饮是生活。建设文明城市离不开衣食住行。其中，“食”与每个人息息相关。食物浪费令人痛心，节约粮食需要从“你我他”开始，与餐饮息息相关的酒店又是如何积极响应杜绝“舌尖上的浪费”的呢？

我们征集了一些值得称道的酒店行动案例，哪家最打动你？

= 行动篇 =

西安华清御汤酒店

作为西安市 2020 年首批“文明餐桌”示范店，西安华清御汤酒店将持续积极开展“文明餐桌”实践行动，发挥示范带头作用，营造文明用餐新风尚。西安华清御汤酒店将持续坚决制止餐饮浪费行为，在全酒店营造浪费可耻节约为荣的氛围。



加强行业自律

引领绿色餐饮发展方向，打造节约型餐饮，倡导“厉行节约、反对浪费”的社会风尚，深入开展“光盘行动”，引导各部门采取有效措施，将制止餐饮浪费行为作为酒店常态化工作任务。

履行社会责任

将制止餐饮浪费纳入到餐饮生产、加工、服务的全过程，减少餐厨垃圾；提



示消费者根据用餐人数合理点菜、适度消费、避免浪费，并提供打包服务。

创新服务模式

科学合理设计菜单；餐桌上，放置公筷公勺，提倡分餐制；积极推行“位餐”餐制；推行N-1点餐模式，菜品数量以总人数减1为推荐数量。

营造良好氛围

通过张贴放置“光盘行动”、“谁知盘中餐、粒粒皆辛苦”等宣传标语海报，营造文明用餐、浪费可耻、节约为荣的良好用餐氛围。

在光盘行动之余，西安华清御汤酒店的餐饮也值得称道。

01 红豆桂花凉糕：凉糕香浓软糯，甜而不腻，以相思红豆夹心，淋少许桂花。层层分明，清甜可口，唤醒西安人的童年记忆。

02 鲜淮山芥蓝羊肚菌：羊肚菌，“素中之荤”，久负盛名的食补良品。搭配虾胶、鲜山药、芥蓝清炒，保留季节之味，最简单的烹饪方式，是对新鲜食材最大的信任。

03 避风塘虾酿豆角：以鲜虾酿入豆角，有别于传统干煸做法，运用港粤食谱中经典菜式——避风塘炒制，虾肉入味，充满弹性，脆而不糊，焦香四溢。



福州泰禾凯宾斯基酒店

餐桌上承载的不仅是人类的生生不息，更传承着一种餐桌文化，为贯彻落实光盘行动从我做起，即日起，在福州泰禾凯宾斯基酒店享用凯仕餐厅全天自助餐



《酒店旅游信息采编》2020 年第 8 期 总第 163 期

&泰福酒楼午市自助茶点的宾客，只要做到“光盘”，餐厅将奖励酒店官方微信商城 10 元红包（可用于下次消费满 100 元时抵扣使用）。



Kempinski Hotel
Fuzhou
CHINA
福州泰禾凯宾斯基酒店



光盘有礼

拒绝“剩”宴，红包奖励

CLEAR YOUR PLATE

A small effort makes a difference

餐桌上承载的不仅是人类的生生不息，更传承着一种餐桌文化
为贯彻落实光盘行动从你我做起
即日起，在福州泰禾凯宾斯基酒店享用
凯仕餐厅全天自助餐&泰福酒楼午市自助茶点的宾客
只要做到“光盘”，餐厅将奖励酒店官方微信商城**10元**红包
(可用于下次消费满100元时抵扣使用)

As long as guest eats up all the food on the plate,
he or she will earn RMB 10 which can be used upon his/her next
purchase above RMB 100 at the hotel's WeChat online mall.

Applicable to the buffet breakfast, lunch and dinner at K Coffee
and the Dim Sum lunch buffet at Taifu Restaurant.

中国福州市晋安区横屿路1号
No. 1 Hengyu Road, Jinan District, Fuzhou, China



福州泰禾凯宾斯基酒店的凯仕餐厅位于酒店一楼，您可以在一个色彩明艳及热情好客的氛围中，享受自助餐与全日零点。凯仕餐厅着重于质量、种类、新鲜度、口感和摆盘，主要焦点是海鲜产品，它是一个集社交和休闲于一身的美食场所。我们的专业厨师将在开放式厨房里，为来自世界各地以及本地的客人提供精选环球美食。无论是坐在室内，或是户外露台，都能欣赏到城中独一无二的花园



景观。



泰福酒楼推出充满传统精髓和艺术灵感的珍馐佳肴，上乘厨艺的专业团队经典再现传统粤菜、闽菜，以粤式点心和本地海鲜尤著。泰福酒楼结合传统点心予以全新演绎，为您呈现现点现做的 70 余款粤式茶点，点亮午间悠闲时光。

杭州西子湖四季酒店

杭州西子湖四季酒店金沙厅作为杭州惟一的“黑珍珠三钻”餐厅，也一直提倡“光盘不浪费”的理念。这里有很多菜品，除了份上，还可以按位上，比如：鲍鱼红烧肉可以点一块，珊瑚汁芝麻虾可以点一颗。

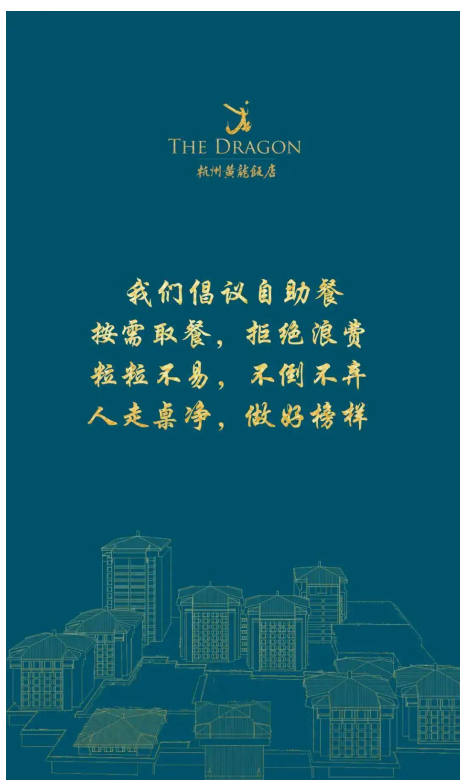
有的菜品也可以根据客人需求调整成半份出品。除此之外，客人点菜的时候，服务人员都会按照人数来推荐客人相应的菜量。还有，酒店热卖的下午茶是双人份的，但不会死板地让客人按照人数叠加，酒店会按照客人数量来建议，然后，附加单点的食物或饮品。



图/杭州吃货

杭州黄龙饭店

2020年8月12日，黄龙饭店正式发出通知，从自身管理着手，从餐品准备环节开始，杜绝浪费，节约用餐。





安吉文旅酒店

安吉文旅酒店通过酒店内 LED 屏、宣传海报、桌上温馨提示牌等，多渠道提醒消费者适量点餐、剩余打包、避免浪费；使用公勺、公筷，文明就餐；摒弃好面子、讲排场的陋习。

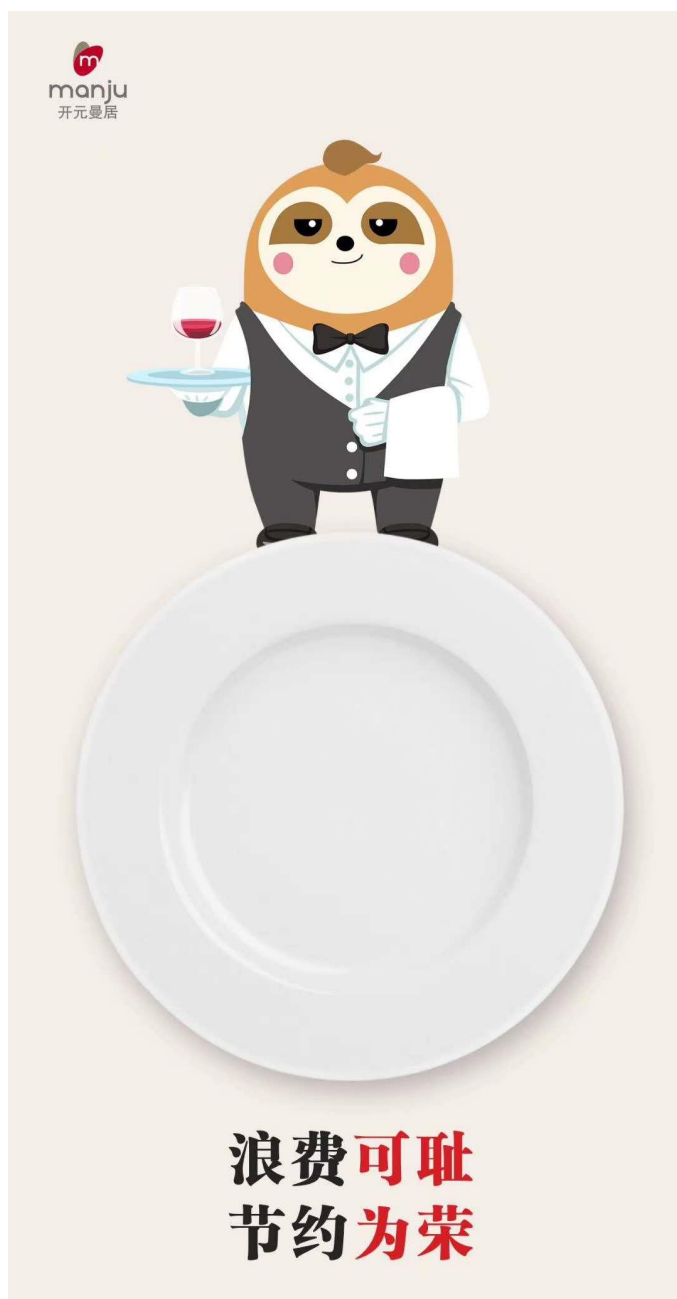


注重服务细节，开展光盘行动，根据客人的需求提供菜量，引导顾客吃多少、点多少，理性消费，主动为客人提供打包服务，并做好垃圾分类，为食品安全保驾护航。



= 倡议篇 =

开元曼居酒店



怡程酒店



君澜酒店集团





1. 创新经营服务方式

积极倡导“文明用餐”，深入开展“光盘行动”，引导广大消费者树立文明用餐的新理念，按照《餐饮分餐制服务指南》国标标准，推广落实分餐制，主动提供分餐位上。打造节约型饭店餐饮，主动提供“半份、半价”，“小份、适价”的服务方式，推广商务餐“分餐制”，提供更多可选套餐。

2. 营造酒店勤俭节约的良好氛围

通过在酒店内部较明显的位置张贴宣传标语、提示牌、菜单提醒以及宣传屏、公众号、小程序、直播等方式，积极营造“杜绝浪费，珍惜粮食”的良好氛围。

3. 提醒与引导，遏制浪费陋习

针对此次国家对餐饮行业的重要指示，迅速召开相应的会议，强化 4D 管理标准及优质服务话术培训，做到全员全知全会，切实落实施进行。在内部员工培训上，酒店强调，在服务过程中，必须在点餐时，温馨提示顾客理性消费，并且，把这项工作流程变成工作常态。

4. 鼓励节约，“光盘行动”

自觉抵制铺张浪费，倡导“适量点餐、剩菜打包”的用餐文化。酒店工作人员履行提醒义务，主动提醒顾客按量按人分配取餐量，增加顾客节约消费主动性，杜绝浪费。对于过度浪费现象，应当沟通和引导。

5、构建 4D 食品安全现场管理厨房

将制止餐饮浪费纳入到餐饮生产、加工和服务的全过程，减少厨余垃圾，推进餐厨垃圾集中化处理。同时，加强厨师队伍建设，减少原材料采购、备料中的浪费行为，以匠心提升烹饪技艺，以出品品质杜绝浪费。

丽呈酒店集团

在餐饮区，已有多家丽呈酒店集团在餐厅醒目地点摆放了“节约粮食”“光盘行动”等字样的标牌，希望提升住客这方面的意识，共同减少餐饮浪费。



(宁波天一广场新园丽呈酒店自助餐餐桌标牌)

为了让住客更多的参与到拒绝餐饮浪费的行动中来，丽呈酒店集团还以现金补贴的方式，针对旗下酒店的早餐自助餐开展“光盘换房费”的活动，只要晒出了早餐光盘照片，就能获得一张 30 元的丽呈酒店预订抵用券，让住客和酒店一起行动起来，共同减少餐饮浪费。



此外，丽呈酒店集团也号召旗下酒店对于菜品设置不同的份量，并且，在点菜时，要求餐厅服务员引导顾客理性消费，提醒顾客点餐的数量，如果不能做到



《酒店旅游信息采编》2020 年第 8 期 总第 163 期

“光盘”，主动提醒顾客可以将剩余菜品打包。

蝶来酒店集团

为更好地贯彻落实“坚决制止餐饮浪费行为，切实培养节约习惯”的指示精神，弘扬勤俭节约的中华民族传统美德，避免“舌尖上的浪费”，浙旅蝶来酒店集团发出“光盘行动”倡议，将“厉行节约，反对浪费”体现在蝶来人实实在在的行动中，倡导“餐桌文明、珍惜粮食”，践行企业社会责任。



你最欣赏哪一家酒店的倡议与行动？还有哪些酒店的倡议与行动打动到你呢？



行业要闻

整理编辑：马青

1、故宫：联合腾讯推出“数字故宫”小程序

来源：TechWeb • 2020-08-10

8 月 10 日消息，故宫博物院、新华社全媒编辑中心与腾讯集团携手打造的“数字故宫”小程序正式上线。

据介绍，“数字故宫”小程序进一步、全面地整合了故宫在线数字服务，不管是游故宫、逛建筑，还是赏文物、看展览，“数字故宫”小程序都可以“一站式”满足用户需求。

用户可以通过小程序快速定位、浏览“数字文物库”“故宫名画记”“全景故宫”；还可以在“相识大考验”趣味答题中了解文物知识，分享与文物的“缘分”。未来，用户将可以在小程序“一键查询”故宫所有的数字资源。

故宫博物院有 186 万余件馆藏，作为此次“数字故宫”小程序中一项重要升级体验内容，“畅游多宝阁”专题选取了 600 件馆藏珍贵器物，用户可以在浏览中去发现各式各样的精美纹饰。

腾讯集团副总裁、阅文集团首席执行官、腾讯影业首席执行官程武表示，去年，故宫博物院与腾讯深化战略合作，计划在三年内完成包括 10 万件文物高清影像采集精修在内的故宫深度数字化探索。“数字故宫”小程序是双方深化合作后的首个阶段性成果。

公开资料显示，故宫博物院与腾讯的合作已经有四年，双方合作的领域涉及动漫、音乐、游戏等新文创业态，打造出了《故宫回声》主题漫画、《故宫：口袋宫匠》建筑主题小程序游戏等产品。

2、全国人大常委会决定任命胡和平为文化和旅游部部长

来源：文化和旅游部官网 • 2020-08-11



十三届全国人大常委会第二十一次会议11日下午经表决，决定任命肖亚庆为工业和信息化部部长，胡和平为文化和旅游部部长。

胡和平，男，汉族，1962年10月生，山东临沂人，1986年8月参加工作，1982年6月加入中国共产党，日本东京大学土木工程系河川与流域环境专业毕业，研究生学历，工学博士学位，教授。

1980年9月至1986年8月在清华大学水利工程系农田水利专业、水资源工程专业学习，毕业后留校工作，曾任水利水电工程系党委副书记等职。1992年9月至1995年9月，在日本东京大学土木工程系河川与流域环境专业学习，毕业后，在日本INA株式会社河川计划部工作。1996年12月，回清华大学工作，历任土木水利学院党委书记、校党委组织部部长、教务处处长、人事处处长等职，2006年2月，任清华大学副校长，2006年8月，任清华大学党委常务副书记兼副校长，2008年12月，任清华大学党委书记（副部长级）。2013年11月，任浙江省委常委、组织部部长。2015年4月，任陕西省委副书记兼省委党校校长，2015年5月，兼任中国延安干部学院第一副院长（学院理事会副理事长），2016年3月，兼任省政府党组书记，2016年4月，任陕西省委副书记，省政府省长、党组书记，省委党校校长，中国延安干部学院第一副院长（学院理事会副理事长），2017年10月，任陕西省委书记，省政府省长、党组书记，2018年1月，任陕西省委书记、省人大常委会主任。2020年7月，任中央宣传部副部长，文化和旅游部党组书记。2020年8月，任中央宣传部副部长，文化和旅游部党组书记、部长。

中共第十八届中央候补委员，十九届中央委员，中共十八大、十九大代表。第十二届、十三届全国人大代表。

3、法国扩大对旅游业扶持范围 预计经济复苏需时两年

来源：海外网 • 2020-08-11

法国旅游业的直接收入损失至少在300亿至400亿欧元。

当地时间10日，法国经济部长布鲁诺·勒梅尔和负责中小企业事务的部长级代表阿兰·格里塞访问上比利牛斯省的卢尔德，与当地商家交流。布鲁诺·勒梅尔宣布，法国将扩大对旅游业的扶持范围。

据法新社报道，布鲁诺·勒梅尔承诺，政府会在几天之内将税收减免和“非



全时失业”计划等扶持措施扩大到旅游业一些尚未覆盖的活动领域，比如，纪念品和礼品店、商场、机场商店、特产店、朝圣场所、艺术工作者、翻译和口译人员等。对于上述领域，“非全时失业”计划将延长到2020年底，并在法令颁布后的四个月内免除社会捐金。如果自2019年以来营收下降至少50%，每月可获得1500欧元的补贴。

布鲁诺·勒梅尔强调，国家每天都在努力确保经济复苏在尽可能好的条件下、尽可能快地进行，这预计需要两年时间，也就是说法国可望在2022年能够恢复到2019年的经济发展水平。

按照法国负责旅游事务的国务秘书让-巴蒂斯特·勒莫尼的说法，法国是世界上最大的旅游目的地，正常情况下，每年能迎来9000万外国游客，旅游业的年收入为1800亿欧元，其中600亿欧元来自国际旅游业。此次新冠病毒疫情危机，导致法国旅游业的直接收入损失至少在300亿至400亿欧元。约70%的法国度假者选择留在国内度过暑假，这挽救了基本营收，但现阶段旅游业的复苏非常脆弱，因为一旦出现集群感染，就会立即对预订产生影响。对于法国许多旅游运营商来说，到今年底，营业额将下降20%到25%。

4、法国航空：8月20日起恢复北京航线客运服务

来源：品橙旅游 · 2020-08-17

随着中国有关部门开始放宽旅行限制，在获取必要批复后，法国航空将于2020年8月20日起，恢复中国大陆北京航线的客运航班服务，自此，法航在中国大陆与法国之间每周开始运营三个航班。此前，法航在巴黎-上海航线上，每周运营两个航班。根据中国的有关健康卫生规定，从巴黎戴高乐机场起飞的去程航班入境目的地将为天津(TSN)，回程航班将从北京首都国际机场(PEK)起飞。航班将由波音B777-300ER机型执飞。

法航荷航集团大中国区总经理庞道安表示：“受新冠疫情影响，时隔半年后，我们非常荣幸且自豪地成为第一家重启北京航线客运服务的欧洲航空公司。北京是法航在大中国区乃至全球最重要的目的地之一，迄今，运营法航客运航班已达47年之久。恢复北京航线再次凸显出我们对中国市场的承诺，也标志着法航在全球航线网络逐步恢复中迈出了重要一步。我们也在竭力为所有乘客带来更加安全、更加舒适的法式旅行体验。”



5、开元酒店上半年收入同比下降 39.9% 净亏损约 9070 万

来源：观点地产网 • 2020-08-19

8月18日晚间，浙江开元酒店管理股份有限公司发布截至2020年6月30日止，六个月的未经审核中期业绩公告。

观点地产新媒体查阅公告获悉，截至2020年6月30日止六个月，开元酒店收入5.44亿元，同比下降约39.9%；集团利息、税项、折旧及摊销前利润1.35亿元，同比减少约57.6%；集团截至2020年6月30日止，六个月的EBITDA率由2019年6月30日止六个月约35.3%降至约24.8%。

此外，报告期内，开元酒店毛利约为1650万元，较去年同期下降约93.2%。毛利率水平约3.0%，与2019年同期约26.9%的毛利率水平相比，下降88.7%，主要由于经营收入大幅下降，但人力成本、租金等相对固定开支仍存在且不能大幅度减少。

截至2020年6月30日止六个月，开元酒店净亏损约为9070万元，而截至2019年6月30日止，六个月的净利润约8090万元。截至2020年6月30日止的六个月，公司拥有应占亏损约为9220万元，每股基本及摊薄亏损约为0.33元。报告期内，集团签约酒店62家，签约数量受疫情影响，较去年同期有所下降。于2020年6月30日，酒店组合遍布于全国的261家在营酒店，酒店客房数量约52,668间，较2019年12月31日增幅分别为约20.8%和约17.6%。于该等261家在营酒店中，190家酒店根据全方位服务管理协议经营；27家酒店根据特许经营协议经营；2家为自有酒店；3家为第三方管理酒店；及39家酒店根据租赁协议经营。

于2020年6月30日，已签约待开业酒店达到251家，客房数量超过46,000间，分别较2019年12月31日增长5.0%和2.9%。

报告期内，酒店经营分部为集团带来约4.89亿元的收入，较去年同期下降约39.3%。收入下降主要由于受疫情影响；酒店管理分部为本集团带来约5480万元的收入，较去年同期下降约44.7%。

2020年6月30日，集团的现金及现金等价物结余总额约为2.55亿元，另有各类受限制现金约7.75亿元。集团无任何银行借款。

6、制止餐饮浪费！漯河一酒店设立巡视员，剩菜超15%服务员将受罚



来源：东方今报 • 徐先友、孙晓永 • 2020-08-21

“得知自己多点菜吃不完的话，相关的服务员很可能会受罚，绝大多数客人都理解并减少点菜量。”

“今天，是我父亲过生日，全家人来饭店庆祝一下，我们 11 个人，点了 9 道菜、一份面点和一个汤。这家饭店的菜品就很实惠，9 个菜说起来不多，但最后还是没吃完。你看，这个烧茄子基本上都没有动筷子，打包回去晚上热热吃，不能浪费啊！”8 月 17 日中午，在漯河市盛唐国宾酒店一包间里，市民刘先生和家人聚在一起为老人庆生，其乐融融的同时，也给晚辈们传递着孝亲和勤俭节约的传统美德。

记者现场了解到，该酒店共有 6 个大厅和 30 多个包间，能同时容纳 2000 人就餐，属于大型婚喜宴及旅游商务型的酒店。饭店餐桌上，摆放有“适量点餐、光盘行动、杜绝浪费”的温馨提示牌，大多数餐桌上，都吃得比较干净。

“作为酒店，我们虽然以经营为主，但还是建议客人适量点餐，哪怕我们少赚一点，也不愿看到大肆浪费。”该酒店负责人潘铭奇告诉记者，自从提倡‘制止餐饮浪费 倡导光盘行动’以来，酒店从源头着手，要求从采购到后厨加工各个环节杜绝浪费，定桌定量去采购。同时，他们还推出定人定量的套餐业务，如有客人单点菜品，服务员会根据人数善意提醒不超额点菜，如餐后有剩菜，会主动提供打包服务。除此之外，他们还专门设立了巡检员这一岗位，是否浪费和光盘就是监督的其中一项。

7、美联航：加密中美航班 上海-旧金山增至每周四班

来源：品橙旅游 • 2020-08-21

近日，美联航宣布将进一步加密中美航班，自 2020 年 9 月 4 日起，其上海至旧金山航线将由每周两班增至每周四班。该航班自上海浦东国际机场起飞，经停首尔仁川机场，由波音 777-300ER 客机执飞。旅客可于每周三、周五、周六和周日搭乘该航班从旧金山抵达上海，或于每周一、周四、周六和周日从上海出发飞往旧金山。即日起便可登录美联航官网或 APP 预订机票。

美联航国际航线网络与联盟副总裁 Patrick Quayle 表示：“美联航已运营中美航线三十余年，通过即将于 9 月增加的两个航班，我们希望能服务更多旅客，助力他们便捷地往返上海和美国之间。”



美联航于今年 7 月恢复了每周两班的上海浦东-旧金山经停首尔仁川机场的航线。由于新冠疫情原因,美联航于今年二月暂时停飞往返中美间的航班。此前,美联航是运营最多中美航线的美籍航空公司,每天运营五班从上海出发至美联航枢纽城市——旧金山、洛杉矶、芝加哥和纽约/纽瓦克的航班。

8、Airbnb: 正式宣布“全球派对禁令”

来源: 品橙旅游 • 2020-08-21

建立信任和维护社区安全是 Airbnb 爱彼迎社区发展的重中之重。近日, Airbnb 爱彼迎正式宣布一项全球范围内的“派对禁令”, 禁止一切形式的派对活动在爱彼迎房源内举行。在进一步通知前, 这项禁令将适用于爱彼迎在全球范围内的所有未来预订。

爱彼迎一直严格禁止未经房东授权的派对活动。在全球范围内, 有超过 73% 的房源已经在“房源守则”中明确禁止派对活动, 绝大部分房客也都能遵守这些规定。爱彼迎在过去曾经允许房东可以根据房源和周围社区情况, 自主决定是否允许房客举办包括生日派对在内的一些小型派对活动, 并在去年进一步加强了相关的限制政策。

随着新冠肺炎疫情在全世界范围内的流行, 保持“社交距离”成为维护公共健康利益以及负责任出行的重要一环。基于此, 我们也更新了相关的社区政策。爱彼迎将开始从平台中移除与派对活动相关的搜索选项, 以及移除包括“允许派对活动举行”字样的房源描述。更为重要的是, 爱彼迎全新推出的社区政策要求所有用户必须遵守本地的新冠疫情防控要求。同时, 许多地方政府也对人群聚集提出了更为严格的管控政策, 有效地阻止了许多派对活动的发生。

根据以上这些因素, 爱彼迎认为有必要为公共健康利益制定一项针对全球范围内的“派对禁令”。这一禁令的具体内容包括:

在所有未来预订中, 全面禁止派对活动。

单个爱彼迎房源的最大待客容量限定为 16 人。这主要是针对一些面积较大可以接待较多人数的房源而进行的规定。

9、泰州: 在沪投放 1000 万元旅游消费券 加速一体化

来源: 品橙旅游 • 2020-08-21

为加速融入长三角区域旅游一体化发展, 加快推动上海和泰州在旅游领域的



全面接轨与深度融合，今年7月，泰州市在上海投放了1000万元旅游消费券，以此引导申城旅行社开发泰州旅游产品，鼓励上海市民到泰州游玩。该举措引起了社会各界广泛关注，目前，已有33家上海旅行社为上海市民定制了一系列高品质的泰州团队游线路，并已上线销售。

实施长三角一体化发展战略，是引领全国高质量发展、完善我国改革开放空间布局、打造我国发展强劲活跃增长极的重大战略举措。2018年11月5日，习近平总书记在首届中国国际进口博览会上宣布，支持长江三角洲区域一体化发展并上升为国家战略。两年多来，长三角各地文旅局积极思考、创新策划，举办了各类特色节庆活动，推进长三角一体化国家战略，泰州也为此使出了浑身解数。泰州地处江苏中部，历史悠久，风情独具，兼融吴楚越之韵，汇聚江淮海之风，历来是上海市民的最佳出游目的地之一。今年7月，沪苏通铁路全线启动，上海与泰州之间实现了动车直达，很大程度上提升了出游的便捷度与舒适度。而随着新冠疫情的有效控制，全国跨省(区、市)团队旅游已逐步有序开放，此次消费券的发放正是为了提高泰州旅游产品在上海客源市场的占有率，扩大泰州旅游品牌在沪的影响力。

10、商务部：加强国际合作 积极发展入境游

来源：人民网 • 2020-08-23

商务部近日印发《全面深化服务贸易创新发展试点总体方案》(以下简称《方案》)。《方案》提出8项试点任务，其中明确要创新传统服务贸易发展动能，优化消费环境，着力推动旅游、运输、医疗、教育、文化等产业国际化发展，在疫情防控常态化条件下，着力加强旅游、体育等领域国际合作，积极发展入境游特别是中高端入境游，促进来华留学、就医和购物，提升生活服务业国际化水平，引导消费回流，吸引入境消费。要聚焦旅游、运输、金融、教育、数字贸易等重点领域，在试点地区之间推进错位探索、共性创新、优化监管，探索监管创新的容错机制。

《方案》围绕全面探索完善管理体制、扩大对外开放、提升便利水平、创新发展模式、健全促进体系、优化政策体系、完善监管模式、健全统计体系等8项试点任务，提出了122项具体举措，并于3年试点期限内，在北京、天津、上海等28个全面深化试点地区先行先试。



《方案》提出,要进一步下放港澳服务提供者投资设立旅行社的审批权限至试点地区所在省(自治区、直辖市)旅游行政管理部门。简化试点地区外资旅行社审批流程、缩短审批时限。支持在粤港澳大湾区、京津冀、长三角试点地区创立粤港澳大湾区、京津冀、长三角艺术创研中心。出台支持政策,在试点地区率先推进中外数字创意、影视培训等合作。实现旅游景点、酒店和大中型商品在线支付、终端支付全覆盖。推动邮轮旅游经济发展,在具备条件的试点地区,率先推进中国邮轮旅游发展实验区建设。在具备条件的试点地区,推进对外国旅游团乘坐邮轮从试点地区海港口岸入境实行15天免签政策。开展体育消费试点工作,确定一批国家体育消费试点城市,积极推进山地户外、水上、航空、汽摩、冰雪等体育项目与入境游深度融合。进一步完善海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区政策,结合发展中医康养,面向国际市场打造健康城。

11、菲律宾:今年前7个月外国游客旅游收入下降72%

来源:驻菲律宾大使馆经济商务处 • 2020-08-17

据《菲律宾星报》(Philstar)8月12日报道,菲律宾旅游部表示,7月入境旅游收入继续下降,2020年前7个月累计下降达72%。1-7月,约130万人次外国游客抵菲,同比下降73%,入境旅游收入810亿比索,同比下降72%。

旅游部表示,旅游业受到新冠肺炎疫情严重影响,特别是3月中旬,实施入境旅行限制后。目前,尚不确定何时能开放国际旅客入境,旅游部正在将重点放在国内旅游市场上。

菲律宾拥有庞大的国内旅游基础,2019年国内旅行人次达1.09亿次,旅游部表示有信心开拓本土旅游市场,刺激本地游客需求,国内旅游市场将帮助旅游行业复苏。菲国内旅游市场占整个旅游业收入的大部分,2019年国内旅游占整个旅游业收入的85%,占GDP比重达10.8%。

旅游部表示,近期的国内旅行调查报告显示,77%的受访者表示愿意在接种疫苗后进行国内旅行,表明菲国内旅游市场复苏具备很大潜力。受新冠肺炎疫情影响,全球旅游行业均遭受损失。据联合国世界旅游组织报告显示,今年1-5月,全球旅游业损失达3200亿美元,是2009年全球金融危机期间损失的三倍多。



旅游业“元气”逐步恢复，“微定制”“云服务”成出游新趋势

来源：南方日报 · 周人果 · 2020-08-21

政企协同推动旅游市场重启，是跨省团队游恢复后，旅游市场的主要特征。

日前，跨省团队游恢复“满月”，正逢暑假出游旺季，被压抑了半年之久的出游需求在恢复首月得到了较大释放。广州一家旅行社方面的数据显示，跨省游恢复一个月以来，暑期团队游人数已恢复至去年同期六成，旅行社周平均输出游客量超过8000人次。记者观察发现，政企协同推动旅游市场重启，是跨省团队游恢复后旅游市场的主要特征。值得提醒的是，游客出游仍然需要注意防控，及时关注了解旅游目的地景区售票、客流、交通管控等情况，提前预订好景区门票。游玩过程中，人员之间，应保持合理的安全距离，确保游览安全。

政企协同打好惠民“组合拳”

一手抓疫情防控，一手抓经济发展。据了解，在跨省旅游恢复阶段，各地政府相继出台了有效的补贴帮扶政策；此外，航空、酒店、景区等旅游产业链上下游企业，同步推出各类优惠，进一步搅热旅游市场。作为旅游产业链“重要枢纽”的旅行社，通过有效整合各类优质旅游资源和优惠政策，推出品类多样、优质优价的旅游产品，助力推动跨省游重启即迎来出游高峰。

8月20日，广东恢复跨省团队游迎来“满月”。300名游客参与由广之旅组织的旅游包列团队游，齐赴贵州毕节。据了解，此次包列线路均围绕贵州毕节一地深度及周边避暑资源展开，包括赏毕节韭菜坪天上花海的4天游、乌江画廊+黄果树+乌蒙草原5天游、毕节+黄果树+西江+荔波大小七孔+天眼全景6天游。该旅游包列得到了毕节市文化广电旅游局多重惠民政策支持，包括：给予活动补



贴、毕节景区门票全免、贵州精华景区门票五折优惠等；旅行社通过酒店包房、旅游交通包车等规模采购，进一步降低出游成本，线路较暑期优惠 600 元。

报名参加毕节一地 4 天深度游的市民邓女士表示，旅游包列团在当地有官方接待、专场欢迎晚宴、当地伴手礼，整体体验相当好，加上政府补贴和旅游企业的优惠，性价比很高。

广之旅国内游总部常务副总经理江向华表示，除了此次的贵州毕节旅游包列，贵州全省 A 级景区门票五折优惠政策将一直持续到年底，同时，此前，广州政府派发的文旅消费券仍可在 3 个月有效期内使用，旅行社也将继续加大开放、共享、匹配、整合力度，联动景区、大交通、酒店等上下游旅游资源供应商，多重优惠叠加，用惠民、优质的旅游线路，助力推动旅游市场的提振。

应季草原游、避暑游、民俗游受热捧

自 7 月 19 日广东省文化和旅游厅发布通知，旅行社跨省团队游业务可有条件恢复，因新冠肺炎疫情暂停数月的广东跨省游终于迎来重启。

岭南控股广之旅首批过万款跨省游团队线路随即上架，市民游客的出游热情也被迅速点燃。随后，跨省游相关产品的搜索、咨询、报名热度，呈现出持续上升的态势。广东人的出游热情尤高。携程大数据显示，广东位居“跨省游出发省市人气排行榜”第二，仅次于四川。据广之旅方面介绍，跨省团队游重启以来，跨省游日均搜索、咨询量超过 1 万人次；短短一个月，该社组织团队游出游人数已恢复至去年同期六成，累计输送游客量近 30000 人次。贵州、云南、广西、内蒙古、甘肃、青海、湖南、河北、四川等成为跨省游恢复后最受广东游客欢迎的国内旅游目的地。

而应季草原游、避暑游、民俗游则是重启后热度排名前三的出游主题。江向华预计，即将到来的金秋季节，国内从 9 月开始，自北向南将陆续迎来赏秋最佳旅游季，有望推动跨省旅游的加速恢复。

“微定制” “云服务” 成趋势



受疫情影响，旅游业有了新的变化。首先，出游趋势正在发生变化。私密度和自由度更高的小团出游形式“家庭微定制”成为市民出游新趋势。从广之旅近期收客数据可以看到，“微定制”的需求较去年同期有明显增长，增长超过50倍；自7月中跨省游重启以来，广之旅已组织包括2/4/6人成团、14人封顶、一订单一团以及“精品小团”等“家庭微定制”团队接近100个。

跨省游恢复后，一单一团、专车专导的携程“私家团”，恢复程度已经达到去年同期的50%以上，情况明显好于常规跟团游，交易份额占比提升一倍以上。从携程自营产品看，私家团的营收占比在整个国内自营跟团游板块达到了破纪录的25%，而去年同期比例只有9%。这类产品平均每团人数只有3到5人，无陌生人同团。据统计，全国旅行社在携程旅游平台上线了3万多条私家团、2万多条精致小团，占到线上产品总数的一半。

另外，新冠肺炎疫情不但让消费者的生活方式与消费习惯发生改变，同时，也加快了旅游行业线上线下融合发展。来自广之旅的收客数据显示，通过“在线联系广之旅专属顾问预订产品”的游客已超65%，从了解最新旅游资讯、签订电子合同、线上缴费全流程“无接触”的报名参团，已成为游客报名出行新风尚。

警惕低价陷阱

跨省游恢复后，国内游明显复苏，但市场依然没有恢复到正常水平，由于有效需求不足和旅游消费受到限制，一些消费者依然不放心出门旅游，全社会还没有形成全面支持旅游业复工复产、支持国人旅游消费的氛围。大部分旅游企业、线下门店依然承受很大压力。

业界人士表示，影响旅游复苏的主要因素有：虽然国家有低风险地区绿码人员正常流动的政策，也开放了国内跨省旅游，但因为疫情，一些市民对外出旅游仍有顾虑；部分地方的政策层层加码，制约了人们的出游行为；部分省市限制学生群体旅行，也会影响家长孩子的正常出游。

此外，目前，市场上一些线下企业、电商平台、社交平台出现了不少不合理低价产品，严重影响了旅游业复苏和正常市场秩序。还有一些景区只接受散客凭手机号自行预约，不利于旅行社组织有秩序的旅游团参观。专家提醒，消费者购



买旅游产品时，应警惕低价陷阱，选择在正规旅行社和在线旅游平台上进行购买。

如何进一步提升国人旅游消费信心、推动企业复工复产和旅游产业发展？业界提出了几方面的建议：

- 1、全国低风险地区实现“绿码走全国”。对于青少年等群体在国内旅行，给予积极指导规范，而不是一刀切限制。
- 2、拒绝低价低质团，让大众旅游更纯净、更健康。
- 3、建议景区在开放和优惠政策中，充分考虑旅行社和团队游客的需求，为旅游企业开放一些主流场馆的团队预约通道；
- 4、希望更多优惠券定向发放，用于广大旅行社、在线旅游平台，以帮助旅游企业的复苏；
- 5、支持更安全可控、符合防疫需要的跟团旅游，特别是私家团、高钻级、定制化的产品，实现高质量复苏。



北京“最严民宿监管”下，城市民宿行业巨震

来源：经济观察网 · 饶贤君 · 2020-08-16

对北京的城市民宿行业立规，是行业走向合法化的开始。

8月10日，北京市住建委、市公安局等部门联合发布的《关于规范管理短租住房的通知（征求意见稿）》，通知中提到，要对利用居住小区内的住房，按日或者小时收费，提供住宿休息服务的经营场所。

此征求意见稿被业内称作对城市民宿行业的“最严监管”。多位从业人士表示，如果按照目前公布的监管方式与力度，几乎没有一家个人创业型的城市民宿品牌能够通过监管要求，北京的城市民宿将面临“团灭”。

不过，也有很多从业者认为，对北京的城市民宿行业立规，是行业走向合法化的开始，一定历史阶段内的阵痛无法避免，行业终将走向更好，“团灭”之后将是绝地“翻盘”。

民宿一夜

8月9日，记者通过互联网平台预订了位于北京市建华南路6号院地杰长安驿小区的一家民宿，并顺利入住。8月10日深夜，当记者再次进入小区入住时，被小区物业工作人员拦在了门外。

这位张姓物业工作人员对记者称：“你住的是违法日租房，就算现在我让你住进去，一会儿，派出所的民警过来，也会把你赶出来，到时候，你更麻烦。”

记者随即向该工作人员表示，民宿的住宿费用已经支付，且已是深夜近11点，能否住一晚再与民宿主商议后续的退房事宜。

该物业工作人员称：“你付过钱这件事跟我們没有任何关系，我现在不让你进去是按照派出所的要求，房间在哪里订的你就上哪要钱。”他同时要求记者查看小区大门上张贴的一份告知。



该告知由建外派出所张贴，告知称，小区内的所有酒店都是非正规酒店，不建议消费者居住。

记者随后拨打了建外派出所的电话，办事民警对记者表示，没有合法民宿经营牌照的日租、时租房都是违法日租房，租住在违法日租房内，租客的安全和财产安全无法得到保障，物业禁止租客进入违法日租房的行为是正确的，租客与运营者之间的退款问题不属于派出所的管辖范围，如果无法得到退款，租客应该寻求消费者协会的帮助或走法院流程。

在此期间，记者提出，笔记本电脑等贵重物品还留在民宿房间内，希望能回房间将贵重物品取回，张姓物业工作人员拒绝了这一要求，而办事民警则要求物业指派一位安保人员与记者一同取回物品后，再将记者带出小区。

由于无法入住，记者联系了民宿的运营者并说明了情况，该运营者表示，时间已经远远超过了可以退房的时间点，该房源今晚的空闲损失无法收回，退款问题很难协调。

在记者多次表达了事件的不可抗性并让运营者直接与物业工作人员对话后，运营者提出了解决方案，即让记者入住他管理的另一间民宿房源，他向记者承诺，另一间房源一定可以入住。

最终，记者去往民宿运营者提供的另一间房源，并顺利入住。

从禁止入住到换房的环节中，“民宿”这一产品，事实上丧失了作为合法商品的属性。

从物业的角度，租客是转了超过二手的“房东”，与该物业没有签订正式租赁合同，不属于被服务对象；从派出所的角度，没有经营牌照的民宿是不受官方认可的违法经营；从民宿主的角度，即使其运营的房源符合相关规定要求，也只能在政策边缘经营；对租客而言，原本简单的租赁交易行为，由于规则的缺失，成了复杂的民事案件与经济纠纷。

城市“灰色地带”

此前，北京的城市民宿一直处于政策的“灰色地带”。

温度民宿创始人李奋斗在北京有 16 个民宿，大部分房源都位于普通住宅小



区内，这些城市民宿最大的痛点就是没有合法身份。

“2008年奥运会前后，北京发放了一批城市民宿的合法经营牌照，发放对象以大型企业、国企背景品牌为主，在这之后，民宿主没有途径取得合法经营牌照了。”李奋斗称。

但他认为，现阶段，民宿完全能够通过增加基础设施、利用科技手段，达到消防、安防等各方面要求，“比如说，通过人脸识别技术，就可以对租客进行身份确认，大门口安装摄像头允许公安实时调取，解决安防方面的担忧，保障民宿安全稳定其实已经没有技术壁垒了，如果从税收方面来讲，通过途家、美团、爱彼迎等平台，我们都是可以也愿意纳税的。”

然而，在缺乏合法经营牌照的情况下，城市民宿的定位极其尴尬，因疫情停工时间较长，也经常需要面临违法日租房的拷问。

李奋斗表示，如今的入住率还不到去年同期的十分之一，入住的客人主要是商旅人士以及来北京看病的病患及家属群体，游客的比例接近零，而此时，北京在行业接近冰点的时期发布《关于规范管理短租住房的通知（征求意见稿）》，令包括他在内的大批民宿运营者感到困惑。

此次的征求意见稿被业内认为是“最严监管”，根据要求，城市民宿必须符合小区管理规约或业主大会决定，取得房屋业主的书面同意，并符合建筑、消防、治安、卫生等方面的安全条件，依法办理房屋出租登记，如果小区没有管理规约或业主大会，则需要取得本栋楼内其他业主的书面同意。

此外，征求意见稿还对城市民宿经营者当面核实住宿者身份、发布短租信息互联网平台承担核实责任等各方面提出了严格要求。

李奋斗表示，“除非是一整栋楼大家都做民宿或者办公，有相对一致的属性，或者是独栋、房东就可以代表整栋楼的业主，除此之外，广泛分布在普通小区里的民宿都无法符合监管标准，想在医院旁边短租有厨房房间的病患、家属，家庭出游的一家人，商务出游的团队，一大批刚需群体的需求可能就被抹去了。”

包括李奋斗在内的多个民宿运营者直言，如果完全按照此标准，北京绝大多数的城市民宿将从此由模棱两可的灰色彻底转为不合规的“黑色”。

“阵痛”之后



“作为平台，我们非常理解很多民宿品牌主现在的担忧，一个规范出来的过程中，肯定是会有市场震动的，但是，我们可以看到，从大的趋势上来讲，国家希望这个行业有健康的发展，各地民宿的管理规范、管理条例层出不穷的出台，都是为了让行业能站在阳光下发展。”途家执行副总裁兼首席商务官李珍妮认为，行业走向规范的阵痛是发展的必经之路。

以民宿行业发展先行一步的日本为例，2018年，日本发布了《日本民宿新法》，从法律层面为日本民宿的合法化“解禁”，而在新法发布前，日本政府征询了不下20稿的建议稿。

途家在日本民宿新法面向社会征询意见期间，也参与其中，李珍妮表示，最早期的新法意见中，日本政府要求停止东京所有民宿的经营，因为，日本政府认为东京城区主要是以商务为主，而且，东京是日本政治经济中心，有很多国际会议举行，但在修订过程中，在开放运营时间、开放运营区域等各个方面，都逐渐有了适合的规范细则，这使得新法最终取得了不错的效果。

包括李珍妮在内的一批业内人士代表了行业内更偏向乐观的一面，北京作为国家的政治经济中心，如果能够先立规后立法，为城市民宿真正走向合法化画出一个清晰的界线，为民宿主申请到合法运营牌照，提供一个完整的路径，这无疑对全国民宿的合法化发展有着借鉴意义。一家国内民宿互联网平台的创始人对记者表示，“民宿行业通过很多年、很多代创业者的努力，完成了早期的市场教育，时至今日，从客户群体到平台再到民宿主，整个民宿行业已经是一个能够自洽的内循环生态，但问题在于，光有内循环是不够的，北京的新监管就是在打破民宿长期处于灰色地带的舒适圈，让它能够进入阳光下的合法合规发展的大循环。”

李珍妮则认为，行业从业者应该首先进行反思，监管终究来源于目前行业生态的不健康，如果单从平台交易量的角度来看，北京的城市民宿在每个民宿互联网平台上，都占据了极高的成交量，“在途家，北京始终在成交量TOP10之内，甚至，时常在TOP3，但是，我们很明显看到，每个平台都在积极配合相关部门的要求，并针对意见稿给出相应的反馈，积极推动行业立规立法，让行业有一个合法的‘身份证’，这是大家都希望的结果。”



戴斌 | 高质量发展是旅游业振兴的主基调

来源：中国旅游研究院 • 2020-08-07

春节以来的新冠疫情已演变为全球旅游业的“黑天鹅”，也为持续高速增长的中国旅游业按下暂停键。如果疫情 5 月底至 6 月中旬结束，旅游市场得以全面恢复，则疫情将显著影响上半年旅游经济。预计 2020 年一季度及全年，国内旅游人次分别负增长 56% 和 15.5%，全年较上年减少 9.32 亿人次；国内旅游收入分别负增长 69% 和 20.6%，全年较上年减收约 1.18 万亿元。入境旅游人次和国际旅游收入分别负增长 51.7% 和 59.8%、34.7% 和 40.6%，全年分别较上年减少 5032 万人次和 534 亿美元。出境旅游人次分别负增长 42.6% 和 17.6%，全年较上年减少 2763 亿人次。在各级旅游主管部门和旅游战线的共同努力下，旅游业已经从全面停滞转向有序复工，并正在谋划疫后振兴的政策与战略。后疫情时的旅游业不是简单地回到过去，而是要有新思维、新动能和新模式

一、疫情中反思：传统旅游发展模式才是最大的危机

旅游业的发展从来不是一帆风顺的，外部环境的冲击和影响始终存在。在疫情之前，行业已经呈现出“宏观报喜，微观报忧”的现象。旅游消费的繁荣和旅游市场快速增长的同时，多数旅行服务商、旅游景区和旅游住宿业却长期处于微利甚至亏损运营的状态。在市场内生动力积弱的情况下，只靠国家扶持政策，旅游业是无法实现疫后振兴目标的。

1. 外来游客和本地居民消费市场的二元分割限制了旅游业发展空间

人们对于当代旅游业的认识是从团队旅游开始的，而且，团队在很长时间内，



也是游客出游的主流方式,导致了政府和业界对旅游市场的认知长期受限于团队旅游。过去,外国人、海外华侨、港澳同胞、台湾同胞到访,才是游客。后来,国内旅游和出境旅游起来了,参团观光走线路的国民也成了游客。事实上,自助游的散客,而非团队游客,才是当今旅游市场的主流。每年60多亿人次的国内旅游市场中,旅行社接待的团队游客占国内旅游市场的份额只有4%不到,出境旅游团游高一些,但也不到40%。今天的游客已经从狭义的景区走向广泛目的地居民的日常生活空间,外地游客旅游和本地居民休闲已经融为一体,并为旅游业带来更加丰厚的市场空间。

按照《旅游调查统计制度》测算的60亿人次的国内旅游市场规模,人均旅游时间约为7.65天。平均到每一天,再平均到每个省、每个市、每个县,这个数据是很小的。与餐饮、购物、文化、娱乐、休闲等本地生活消费相比,频次就更低了。本来就低频的消费,若再用狭窄的团队观光游的思维去做市场,继续用传统旅行社的视角去看旅游经济,让3.8万家旅行社、2万家旅游景区、数十万家旅游住宿机构,在如此逼仄的市场上竞争,就是没有疫情,旅游业也是危机重重。随着旅游消费的增长和产业边界的扩大,旅游业需要突破原有对市场认知的自我设限,让市场基础变得更加厚实。

2. 资源驱动型发展模式导致旅游发展动能长期得不到更新

得益于改革开放的政策红利和人口红利,受团游操作模式的影响,“人山人海吃红利,圈山圈水收门票”的模式,在很长时期内,是行之有效的。在需求散客化、个性化的时代,这种资源依赖和自发成长的模式已经无法继续引领行业发展,也阻碍了产业发展动能和企业研发机制的更新。受上个世纪八十年代入境旅游的影响,普遍认为旅游业少投资、见效快,甚至,是不用投资就能够持续发展的“永远的朝阳产业”。在发展模式上陷入了资源开发的路径依赖,总是盯着老祖宗和老天爷留下的有限资源。游客行前的信息收集、票务预订、非在地体验、客源地小交通、中转和集散地,比如,机场和高速公路的商业形态,长期隔离在旅游业的视野之外。

这次疫情期间,除了港中旅、华侨城、携程、岭南、锦江、开元等少数旅游



集团拥有较好的资本储备和银行授信以外，多数中小微型旅游企业的现金流很快就捉襟见肘。过去三十年，每当出现政治动乱、经济萧条、地震海啸、“非典”“新冠”等危机事件，旅游业就会出现既没有内生性动能储备，也没有外部产业协同的被动局面。究其原因，旅游业的资本在机构成长期方面，低于国民经济各行业的平均水平，技术进步对商业模式的改造速度相对缓慢，与文化、教育、科技、金融、工业、农业等领域有表面关联，无深度融合。市场主体唯有不断扩展视野，秉承开放的资源观和融合的产业观，才能够与需求侧同频共振。

3. “政府主导、适度超前”的目的地建设思路无法适应当代旅游经济发展形势

多年来，中央和地方采取的“政府主导，适度超前”的旅游发展模式，主要指向旅游目的地建设，而非旅游经济发展。政策目标主要是游客人数、消费总额，以及，旅游对经济增长和社会就业的贡献率，政策工具局限于基本建设项目投资。长期以来，国民旅游观念的更新、旅游权利的保障和对外宣传推广创新的滞后，加之中转、集散和地接的共享体系和公共服务的不够完善，使旅游业很难形成应对危机的自我修复功能。随着市场主体的多元化，直属单位、国有企业所占的比例越来越小，依靠传统的行政主导的发展模式，只靠领导指示、政府文件、开会办活动，无法培育出真正具有市场活力的旅游产业体系。无论是产业升级，还是服务创新，都依靠科技对旅游企业的数字化转型，然而，以中小企业为主的旅游市场主体却无力承担庞大的基建成本。除旅行社质量保证金、旅游景区和旅游度假区等手段外，旅游主管部门尚缺乏行之有效的政策工具，对综合部门的牵引与协调力度也较弱。中央旅游主管部门在指导地方应对旅游业危机和振兴市场方面，应急指挥平台建设、专业队伍、信息收集、数据生产和形势研判等方面，还需要进一步加强前瞻性、主动性和权威性。

4. 陈旧旅游话语体系无法支撑旅游大国地位

上世纪八十年代，是入境旅游的“黄金十年”，并不是因为我们的市场宣



传、营销推广做得多么好，机场、铁路和公路等基础设施多么完善，酒店、景区和旅行社、导游等服务界面质量多么高，而是受益于“开放红利”。本世纪初兴起并持续增长的出境旅游市场，也同样是经济社会发展的结果。多年以来，尽管双边和多边的国际旅游合作方面设立了旅游年、中日韩旅游部长会、中美旅游高峰对话等平台 and 机制，并在上海合作组织、一带一路高峰论坛、亚洲文明对话等拥有了更多的发言机会，尽管在港澳台旅游交流合作方面，取得了双向“自由行”、“澳门世界旅游休闲中心”等系列成果，但是，在国家旅游形象建构、专业推广、国际旅游环境完善和品质提升等方面，还有很大的提升空间。2019年，我国入境旅游进入企稳回升通道，游客综合满意度指数为83.5，同比增长4.2%。承载“中国梦”的经济社会发展成就和当代城乡居民的美好生活正在成为入境旅游发展新动能。LETS、HiChina Travel等入境旅游创业团队，依托美食、非遗等生活资源，研发独具特色的新项目、新线路，让入境游客感受到更加真实的中国。如何引导自发增长的出境旅游市场，保护出境游客在海外的生命和财产安全，促进旅游企业的国际成长等战略课题，也有待于深化研究和务实推进。

二、疫情后展望：旅游市场还在，发展动能变了

疫情终会过去，旅游业终会振兴，但是，传统的旅游发展模式及其相适应的旅游发展理论，以及，资源规划、发展动能和组织方式，很可能会一去不复返了。

1. 旅游需求没有消失，但无法简单地回到过去

中国旅游研究院、携程旅游大数据联合实验室发布的“2020疫后旅游大数据调研报告”显示：40%的受访者经常关注旅游和优惠促销信息，43%的人表示如果疫情结束，会选择在上半年旅游，预计五一假期可能会出现旅游高峰。这说明旅游需求并没有因为疫情消失，只是延后了。就是在疫情最严重的时期，北京颐和园等开放空间和城市公园也没有间断过本地休闲游客。至于探亲访友和商务旅行等非观光团队游客，则是一直都存在的。据中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）综合测算，春节假期前7日（除夕至大年初六），全国接待国内游客



2.48 亿人次，同比减少 40.3%；实现国内旅游收入 2781 亿元，同比减少 45.9%。十天春节假期（除夕至大年初九），全国共接待国内游客 2.61 亿人次，实现国内旅游收入 2844 亿元，旅游人次和收入大幅减少。只要人民有需要、市场有基础、地方有动力，旅游市场的疫后振兴是早晚的事情。

这些数据是疫后旅游市场振兴的信心之所在，却也是可持续发展的忧心之所在：看到五一假期、暑期档、国庆节、春节等那么几天的旅游消费起来了，以为又可以回到过去的模式和日子，浑然不知更大的危机，即周期调整的战略危机正在不远处等待。国内旅游市场振兴是当前旅游战疫的首要任务，但不应当，也决不能简单地回到过去。旅游市场的恢复、旅游产业的振兴与具体旅游企业的振兴是相互关联的，但又不是一回事儿。地方政府为振兴旅游市场，在一定范围内短期减免景区门票，对于树立市场形象和提振消费信心是有益的，但不能成为政策的标配。行政主管部门的节奏要考虑复工企业的市场节奏，也要考虑可能引发的非理性价格竞争，应理性助力景区转型升级和高质量发展。

未来旅游目的地的竞争是地方经济社会发展水平和综合实力的竞争，而不是传统的自然资源和历史遗存的竞争。地方政府，尤其是旅游主管部门，继续盯着 A 级景区和星级酒店的数据而沾沾自喜的话，就不可能理解上海、苏州、杭州、厦广州、深圳等地为什么在旅游接待人次、旅游收入、旅游企业全员生产率、创业创新活跃度、游客满意度等发展指标上，远远超过中西部那些看上去资源很丰富的全域旅游示范区。

2. 碎片化的消费需求和多元叠加的旅游市场正在形成

旅游消费正变得前所未有的复杂，新的需求正在积聚，居民休闲、商务旅行开始与观光旅游交融叠加，而成全新的当代旅游市场。如果旅游业把握这个战略性机遇，全面介入居民生活、国民经济和社会发展的新格局，将会驶入全新的蓝海。如果任由这个十年一遇的机遇与旅游业擦肩而过，则可能会像陷入中等收入陷阱一样，很难跳出“大众旅游初级阶段陷阱”，即“低频消费——低价格竞争——低品质供给——低游客满意度——更低频消费”，尤其，对于同质化极强而服务质量极低的产品和服务，被抛弃和替代的风险更大。



当旅游成为生活方式，我们不仅要关注游客在异地的生活，也要关注本地人的休闲生活，这两者不仅不能分割来看，而且，事实上，正在加速融合。本地生活有品质和调性了，外来游客就愿意来分享。旅游景区、主题公园、游乐园、度假酒店和旅游综合体有生活场景和品质体验了，就会引来本地人的高频消费。景观之上是生活，寻常生活客自来，万丈红尘最温暖。想一想，能够吸引远方游客一再到访的国家、地区和城市，又有哪个是只依靠自然风光和打卡符号，就能把国际一流旅游目的地建成的？如何将相对低频的旅游和相对高频的本地休闲统一到两者兼顾的旅行服务模型和目的地建设中来，可能是提高市场主体抗风险能力的切入点，也是行政主体引领目的地建设的出发点。

业界有一种说法，美国运通一家的营业收入是我国旅行社收入的总和，日本交通公社（JTB）是全球唯一进入 500 强的旅行社集团。而这背后显而易见的事实是：美国运通是依靠旅行支票起家的，其核心竞争力是旅游旅行相关的金融服务；JTB 是多元化的旅行生活服务商，向城乡居民销售啤酒券和电影票都是其业务范围。近年来，携程等在线旅行服务商开始向线下渗透，向商务旅行和本地生活延伸。美团点评则携带服务本地居民生活的巨大流量，转向旅行服务市场，还有拼多多、京东“云小屋”等计划，以及，疫情期间的景域驴妈妈、巅峰智业等旅游企业进入地方土特产品展示和销售市场，都是值得关注的动向。这意味着，旅行服务混业经营的时代正在到来，旅游住宿、旅游景区、主题公园等典型行业也开始从单一型态向复合型生活场景方向变迁。对于具体的企业而言，这才是趋势性的战略危机。

3. 科技与文化正在取代传统资源，成为旅游业发展主动能

科技、文化、时尚、教育、创业正在改变经济组织和社会发展方式，也为旅游业注入全新的动能。旅游是不是现代服务业，是生产性服务业，还是生活性服务业？这个问题不应当，也不需要再讨论了。2009 年，国务院以 41 号文件发布的《关于加快旅游业发展的意见》（需核对），已经明确旅游业在国家战略体系中的定位，即：国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。这一定位，在过去十年的政府文件和产业实践中，不断得到强化，旅游兼具生产性



和生活性的现代服务业属性越来越明显。美国运通、日本 JTB、欧洲的途易等大型旅游集团对当代科技和文化创意的战略性思考和系统化应用，宝格丽、无印良品等时尚品牌对高端和轻奢酒店的介入，都明确无误地告诉我们：传统正在消逝，而未来已来。

1841 年，托马斯·库克旅行社的建立开创了现代旅游业。自那时起，旅行社就一直是旅游业的“龙头”和最有代表性的业态。导游则是服务界面的主导者，“祖国山河美不美，全靠导游一张嘴”。然而，就是这样一家具有标志性的世界级百年老店，去年，破产倒闭了。过去的 180 年里，创业和传承者一直在努力，并保持了公司在行业的领导地位。就像曾经的山西票号、柯达胶卷、诺基亚手机，托马斯·库克的倒闭是传统旅行社经营管理无法适应时代的变化和周期性挑战的结果。面对广大散客的碎片化需求，以及，融入城乡居民日常生活的分散化供给，传统的人工操作模式和历史经验无法告诉旅游业未来的答案。日渐走入日常生活的 5G、人工智能、大数据、无人驾驶、机器翻译、无接触服务，已经从根本上颠覆了传统的旅游消费方式，下一步，必然会颠覆传统的旅游服务方式。插上科技和人文两个翅膀的旅游业才可能应对下一个十年的周期性或者战略性危机。

4. 地方旅游发展模式和治理能力面临更大的压力

如果需求牵引的市场主体已经走在了产业创新的前面了，政府和公共部门还能沿用传统的“政府主导、适度超前”的发展模式吗？答案显然是否定的。与四十年前相比，旅游市场基础、产业动能和国家治理体系治理能力都发生巨大的变化。改革开放初期的入境旅游发展时期，政府拥有旅游发展所需要的资金、人才、项目、信息和政策等几乎全部资源，除国旅、中旅、青旅三大国有旅行社，政府接待宾馆和风景名胜区等国有企事业单位，民间性和社会化的市场主体近乎于无。今天，民营和外商占有旅游企业一半以上的份额，线上旅行代理商、经济型酒店、主题公园、廉价航空等业态创新层出不穷，人力资源更是呈现高学历、高水平 and 低年龄的“两高一低”态势。移动互联网和大数据进一步减弱了政府与市场之间的信息不对称，假日制度调整 and 标准推进等政策的边际效应开始递减。依法治国理念的落实 and 法治化进程的推进，行业协会的完善，让市场主体与政府之



间的互动变得更加理性、规范和透明。“充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用”，是坚持社会主义基本经济制度，推动经济高质量发展的要求，也是完善党和国家在旅游领域推进治理体系和治理能力现代化的必然要求。必须建立并完善基于大数据的旅游经济运行监测与预警平台，使之成为周期性危机，以及，公共卫生、自然灾害和目的地动乱所引发的偶发危机的“吹哨人”，及时预警旅游业的“灰犀牛”和“黑天鹅”。

三、疫后振兴战略：加速推进旅游业高质量发展

旅游业疫后振兴不是简单地回归传统发展模式，而是，着力破解“大众旅游初级阶段陷阱”，加速推进旅游业高质量发展，即国民旅游权利保障更好，游客的满意度更高；市场主体的竞争力更强，产业发展的后劲更足；治理体系更加完善，治理能力有效提升。

1. 坚持发展旅游与提升本地居民休闲生活相结合

抓旅游，必须抓休闲，抓国民生活水平的提升。以主客共享的美好生活新空间，把外来游客和本地居民统一到共同消费市场。万丈红尘最温暖，品质生活客自来。中华民族伟大复兴和人民幸福生活的中国梦，正在成为新时代旅游发展的全新动能。没有本地居民的幸福生活，却要吸引大规模的外来游客的到访，这是行不通的。如果旅游业的发展成果不能反哺社区的发展，不能让社区居民有获得感，旅游业就不会有可持续发展的未来。这个理念在乡村旅游发展进程中，尤其重要，江苏周庄通过“嵌入式”民宿经营模式提高了周边农村居民的生活水平，提升了教育、医疗、养老等公共服务水平，改善了人居生活环境。虽然，短期内，多付出了些成本，账面上少了些利润，但是，社区居民和从业者的综合素质提高了，人民拥护了，企业应对危机和可持续发展的社会基础就有了。相反的例子是，一些地区过于强调资本意志和商业利益，导致社区发展后劲不足，居民短期利益受损。结果，农民把猪马牛羊赶到路上，堵住景区大门，投资者和管理当局不得不花费更大的成本消除影响。人民的美好生活就是我们的奋斗目标，不应只是空



喊的口号，而应该是实实在在的行动。共产党领导的社会主义国家，不能搞加勒比和南太平洋某些岛国那样的“旅游飞地”，只能走主客共享美好生活的旅游目的地发展模式。

2. 抓住“新基建”机遇，培育新型旅游市场主体

各级旅游主管部门管旅游，更要管经济，管消费需求的促进和市场的繁荣，抓住“新基建”的机遇，培育壮大各级各类旅游市场主体。无论是市场下沉，还是产业升级，无不取决于旅游企业的数字化转型，但是，无论在技术研发，甚至是技术应用层面，旅游业恰恰都不够理想，更没有几家企业是真正以技术创新来驱动商业模式升级，基本都还在策略，甚至是概念上，打转。地方政府，尤其是旅游主管部门，必须要给予实质的规划引领和投资推动，以信息优势和专业能力提升旅游领域的营商环境。不管我们愿意不愿意，旅游领域都将迎来市场、资本、管理、技术和数据全面开放的新时代。

从旅游集团二十强的演化趋势来看，传统旅游资源和市场主体集中化，甚至，在局部市场垄断的迹象，越来越明显，但是，数字化生存和文化创意发展的新型市场主体者刚开始萌芽。不能搞市场经济原教旨主义那一套，坐等市场主体的自发成长，坐等跨国旅游集团的攻城掠地，结果，只能是传统旅游企业的残酷倒闭和从业员工的大规模失业。为此，各级主管部门必须同时加强顶层设计，来识别和预警潜在风险。同时，也需要夯实底层建设，加强公共服务建设，尤其，降低中小企业转型成本。2020 年 3 月 19 日，工信部印了《中小企业数字化赋能专项行动方案》，正是旨在解决中小企业的数字化转型需求与中小企业不可承受的高研发成本之间的矛盾。

智慧旅游的建设在形成共识、建设数据中心、应急指挥平台等方面的成就有目共睹，但也普遍存在“重硬轻软、重建轻管、重政府轻市场”的问题。智慧旅游不是政绩工程，必须在便捷、效率和品质方面，让游客可知可感；必须在动能和效益方面，让市场主体可知可感。如此，才能落地生根。为应对新冠肺炎疫情影响，全面完成全年经济社会发展任务，中央启动了涵盖 5G、人工智能、大数据等七个领域的“新基建”。新基建对于经济增长，特别是，对数字经济、智能



经济、新一代信息技术等业态增长，有明显的推动作用，进而，对旅游业高质量发展形成有效支撑。长远来看，新基建有助于促进旅游服务便利化、旅游业态多元化和智慧化管理的全面发展。疫后，市场振兴也好，新基建投资也罢，都不能只着眼于短期应对。

3. 坚持文化与旅游融合发展，既要“旅游+”，也要“+旅游”

文化和旅游部的组建已两年多了，文化和旅游融合发展才刚刚破题，真融合、深融合、广整合和实融合的道路还很漫长。未来的旅游目的地，也一定是文化高地。没有文化吸引力的城市和乡村不能建成一流的旅游目的地，也无法持续吸外来游客的到访。从旅游发展的角度来看，游客可触可感可体验的文化才是人民需要的文化。当代文化不只是舞台艺术和文化遗产，而是系统浸入百姓日常生活的，不是高高在上的、疏离的、非消费的。

着眼于文化和旅游融合发展，需要主动融入国家文化公园建设和传统文化复兴工程，统筹推进长城、大运河、长征、长江、黄河等国家旅游线路建设和推广工作；需要用好文物公益基金、旅游发展基金和产业基金，务实推进文物传承保护利用和文化遗产活化工作。无论是文化事业、文化产业，还是旅游业，都要以人民的文化权益和旅游权利为中心，回归国民休闲，回归大众旅游，从项目、产品和服务界面上，切实把文化和旅游融合到一起。

过去，我们强调旅游对经济社会发展的带动作用，推动全域旅游和“旅游+”，积累了很好的经验。今后，要更加重视新型城镇化、新农村建设、国家公园、国家文化公园对旅游带动作用，不断满足广大游客的新型消费、升级消费和品质消费。购物+旅游、科技+旅游、教育+旅游、体育+旅游、交通+旅游等新业态，都是可能的，也是可行的。作为异地的生活方式，没有商业环境的支撑，怎么行？

4. 坚持旅游领域新一轮的深化改革和扩大开放。

上个世纪八十和九十年代，旅游发展得益于改革开放，也在一定程度上引领了改革开放。文化和旅游系统既要落实中央深改委要求的边境旅游示范区和跨境



旅游试验区，以及，一带一路、亚洲文明对话、国家文化公园、澳门世界旅游休闲中心、海南自贸区等国家战略对旅游业的要求，也要在工作层面上，向市场放权，向企业让利。旅游饭店的星级标准可以放给行业协会，旅游景区的A级标准为什么不可以放给行业组织或者第三方机构？旅游业标准都需要政府制订、政府批准和政府实施吗？为什么不可以有大力发展地方标准、团体标准和企业标准？说到底，还是传统的思维方式和工作惯性制约了改革创新。

开放意味着双向的开放，中国的旅游企业和关联机构要出去，其它国家和地区的旅游企业和关联机构，还有，跨国公司，也要进来。以旅游推广为例，可以采取国际惯例，请更加熟悉客源市场的当地机构和人员做“美丽中国”宣传营销，这样，可以倒逼国内旅游目的地营销机构在竞争中成长。谷歌、推特、Ins等愿意也有能力为中国提供旅游营销和大数据服务的海外社交平台，完全可以借鉴上个世纪八十年代的海外电视节目在星级饭店落地的经验，在特定的空间和场所，实行有管制的落地。国际游客多了，世界旅游集团来了，传媒、金融、保险、自驾等关联机构入驻了，旅游业的高质量发展进程无疑会加快。

5. 坚持完善旅游治理体系，持续提升旅游治理能力。

从这次疫情应对过程来看，不仅旅游业界，就是海外旅游目的地，都对政府旅游主管部门寄予厚望。从中央层面来看，相较于2003年的非典应对，此次疫情期间的政策组合拳更多是市场化而非行政化的，是普惠性而非差别化的。比如，针对中小微型企业增值税及其附加、五险一金、房屋租金的减免，以及，银行贷款展期等，就不再区分行业和领域，只要是符合国家标准的中微型企业和个体工商户，都可以享受相关待遇。各级旅游部门也在防控疫情、推进有序复工、扶持旅游企业等方面，做了大量的工作，但是，相对于财政、金融、发改、商务、工业与信息化、农业农村等部门来说，既缺少足够的政策储备，也缺乏政策传导和落地的政策工具。政策好不好是需要让广大市场主体和广大员工有感的。

除了所谓的顶层设计，关键在于各级部门的治理能力和执行效率，我们不能只会做锦上添花的事，更要做雪中送炭的事。文化和旅游部关于退还80%的旅行社质量保证金的政策，已经出台一个多月了，还有少数疫情严重、旅游业损失较



大地区的旅行社居然还没能拿到手。调整一定比例旅游发展基金使用方向，用于旅游企业贷款贴息的政策已经公布，也没有很快见到各地实际操作的案例。旅游政策设计和制度创新，既需要自上而下的高位推动，也需要自下而上的总结推广，还需要同级协调和区域协作。

各级行政主体作为公共服务的提供方，要保障游客权利，尤其是游客的生命安全和身体健康，这是必须坚守的底线。疫情防控和疫后振兴都需要旅游公共服务的支持与保障。在当前复工复产的关键时期，各级主管部门需要加强专业指导工作，重点加强游客服务中心、旅游厕所，以及主要旅游城市游客集散中心等重点场所的疫情防控。同时，需要做好市场恢复和产业振兴的准备工作，以重塑旅游业整体形象为重点，分阶段推进旅游业恢复与振兴，并持续完善旅游安全和应急管理体系。



旧宅华丽改造而成的重庆南山里民宿

来源：旅行之家网 • 2019-11-19

该项目位于中国重庆市南岸风景区，原址是一处 20 亩相对独立老旧院子，其中，建筑为上世纪末期有些随意的多个单体建筑，地块地形起伏很大，植被茂密。所以，自然环境的丰富层次是我们最大的优势，老旧建筑的改造难度是我们最大的挑战。

▼建筑外观，民宿位于起伏的地形上



重庆的最大特点之一，是地形高差起伏很大，地形多变，是个极为立体的城市。项目地块在南岸区的山里，所以，取名南山里民宿，我们的灵感来源是大山的轮廓、树梢的轮廓、云朵的轮廓、天空的轮廓，我们希望能再塑一个介于自然和建筑之间的轮廓，给大山一个新的层次，给建筑一个更环抱自然的体验感。



▼餐厅外观，位于树梢之上



项目地块位于山的南岸，南北地形高度落差约有13米，入口在北侧，南侧树梢以上远眺视野极佳，所以利用好地形的高差和最佳视角是我们第一步要做的事。

▼屋顶轮廓，塑造出一个介于自然和建筑之间的轮廓







原有建筑各自的高度、角度、前后关系都不同，是一种各自为政的组合，没有整体的连贯性，实际使用和空间感受都受很大的局限，所以，我们的改造除了梳理每处的空间关系以外，主要集中在“加一个室外连廊”上，让它从功能上，串起所有建筑。使用者从大堂出发，可以不需要经过任何踏步楼梯，就能到达建筑的任何位置，自由穿梭在各个建筑间、树梢里；从体验感上说，植被包围建筑还是建筑包围植被的界限被模糊化，建筑语言和自然景观更好地融为一体。

▼室外连廊立面，从功能上串起所有的建筑空间







▼连廊内部



作为一处民宿，客房的体验感是最核心的空间感受之一，我们希望每间客房都有拥抱自然的感觉，让使用者感受到自己的房间就是大山轮廓的一部分。

▼客房外观，客房融于大山的轮廓，拥抱自然





餐厅空间，我们希望尽量通透。所以，我们给它的中部一个室外的天井，使其平面形成一个“回”字形。这样，使用者能最大限度地感受自然的环抱和极目远眺的视野。

▼餐厅中部的天井空间，享有极好的自然景观视野





跟着旅行之家网到处走走，看看，你的生活总会不一样！



成都银杏酒店管理学院 GINGKO COLLEGE OF
HOSPITALITY MANAGEMENT

主办单位：成都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：2020 年第 8 期（总第 163 期）

投稿方式：yxxytsg@163.com

联系电话：028-87979510