Be part of our newsletter evolution. Be part of china tourism evolution.

02/27/2019 ▶ P1 信息发布/info@tlmchina.com 广告合作/ad@tldchina.com





TRAVEL LINK DAILY微信...

#### 观察/

与本土酒店的争夺战中, 国际酒店靠什么占据领先优势?



#### 业者说 /

旅游度假迈向精致自由行时代南 澳特色主题产品圈粉"小众客"

**p**3

#### 资讯 /

途家换帅: 原 COO 杨昌乐担任 CEO,创始人罗军卸任



## 2018 年赴迪拜中国游客数量 增长 12%

阿拉伯联合酋长国迪拜旅游局 24 日公布的统计数据显示, 2018 年入 境迪拜过夜的国际游客数量为 1592 万人次, 同比增长 0.8%, 其中中 国游客数量达 87.5 万人次,同比增长 12%,中国超过阿曼成为迪拜 第四大旅游客源市场。

在入境迪拜的国际游客中,印度游客数量仍占据第一位,2018年共有 超过 200 万人次印度游客到访迪拜, 跟 2017 年基本持平。排在第二 位的是沙特阿拉伯游客, 共有 160 万人次。紧随其后的是英国游客, 共有 120 万人次。



# 2月25日凌晨,海南航空

深圳 - 都柏林航线正式起航。 首航航班 HU755 于 1:30 从深 圳出发, 7:00 抵达都柏林(以 上时间均为当地时间)。这是中 国大陆开通的第二条直飞爱尔兰 岛的航班服务。该航班采用波音 787 梦想客机执飞,将在每周 一、周五运营航班。

海航第二条中国大陆直飞

都柏林航线正式开通

#### 2019奧地利冬季运动主 题洽谈会在崇礼举办

2019年2月22日, 奥地利 国家旅游局携手六家奥地利合作 伙伴,与北京旅业同仁相聚 2022 年冬奥会举办地崇礼,共 同探讨奥地利对华旅游推广的新 思路,深入交流彼此间合作的新 空间、新元素,极大地提升了"冰 雪王国——奥地利"在中国业界 的影响、形象,进一步增强了业 界对奥地利冰雪旅游产品的研发 与热销, 为更多国人走进奥地 利,乐享阿尔卑斯冰雪人文、自 然,夯实坚定基础。

#### 赴日旅游小心: 日本麻疹疫情蔓延,高达222人确诊

据日本 NHK 电视台 26 日报道,截至 17 日,2019 年日本国 内的麻疹患者已高达 222 人,数字占去年总数的 7 成。其中大阪 感染人数最多, 共有 77 人确诊。目前大阪患者最多, 其次是三重 县的49人、爱知县的20人、东京都的14人、京都府的9人等。







# 与本土酒店的争夺战中, 国际酒店靠什么占据领先优势?

不似往日的平静,国内酒店圈在2019开年便频频爆出新动作。先有零售 巨头京东收购北京翠宫饭店 100% 股权, 开拓酒店业板块; 后有携程系丽呈 集团与远洲旅业签署战略合作,加紧共建新型酒店生态圈。场场大戏背后除了 资本助力,可以看出本土酒店正在呈现出"春意盎然"之态。而对于同样加码 中国市场的国际酒店集团,"外来和尚"又是如何念好中国这份经?



全球经济一体化和旅游业的兴旺带动了中国酒店行业的快速发展。在市 场经历了 2013 年的拐点后, 跌入谷底的住宿行业"奋起直追", 在近6年中 迎来了总体向上的发展大趋势。

然而也正是受经济大环境的持续发展、旅游住宿行业日趋成熟的影响,曾 经不可一世的国际联号酒店开始受到国内本土酒店的挤压。从曾经改革开放后 的"国营酒店体系"到当前如绿地集团推出的自有高端品牌,阿里巴巴的未来 酒店等,国内酒店品牌在经历长时间的学习与重塑后,正在对品牌化建设、系统 搭建、标准化运营以及人才培养等方面做足功课,获取更大的市场份额。

对比本土酒店品牌的一片繁荣,国际酒店所处的"大环境"仿佛有些差 强人意。经历上海希尔顿酒店、北京万达索菲特大饭店以及长安街 W 酒店等 一系列酒店撤牌潮后,经营不善、口碑断崖等等问题都为国际酒店在中国市场 的发展蒙上了一层阴霾。

但对于将中国视为最重要市场的国际连锁酒店品牌,"收缩"并没有出 现在任何品牌新一年的计划中,恰恰相反的是各家品牌正在学着用更多元、更 接地气的模式找回曾经属于自己的那份骄傲。

#### 扩张力度不减: 以特许经营模式布局中端市场

随着中国消费结构的转型,国内经济型酒店发展"红利期"已过,而中端 酒店市场正快速崛起。根据中国饭店协会联合盈蝶咨询发布的《2018中国酒 店连锁发展与投资报告》显示,和经济型酒店发展放缓不同,中端酒店增势良 好,呈现了百花齐放局面。截至2018年1月1日,中端酒店营业数为3519家; 客房数 403337 间,客房同比增长 31.43%。

#### 2013-2017中端连锁酒店规模增长



数据来源:根据上市公司财报、酒店官网和盈螺咨询数据整理,统一以2018年1月1日已开业酒店的客房数为标准,不含筹建数。

也正是看到了中端酒店背后蕴藏的极强优势,本土经济型酒店出现了 "疯狂扩张"的态势,例如华住推出了漫心、美居、桔子水晶等品牌;锦江推 出了康铂、锦江都城、维也纳等;如家推出了YUNIK品牌等。

而眼看着中端市场这块大肥肉从眼前划过而坐视不理吗? 国际酒店可是 万万做不到。相反,各大国际酒店则拿出了各自经营酒店的另一套招数——特 许经营模式,与中国伙伴合作共赢。

在国际酒店市场上,"委托管理模式"和"特许经营模式"是各大酒店 集团最为常用的业务形式。如果深入探究会发现,实际上当前最大的两家酒店 集团,即万豪与洲际酒店集团,其特许经营模式在整个业务版图中占据了相对 较高的比重,酒店数量上甚至远超委托管理模式的酒店。

基于特许经营模式的特性,很多进入中国多年的国际品牌都没有进行尝 试。考虑到从前中国业主方的管理水品、服务人员水平,或许将管理权掌握在 自己手中会更适宜当时的发展需要。但是,随着中国酒店业人才的逐渐完善, 本土业主的经营管理水平提升,为了更好的抢占线下优势位置,"特许经营模 式"便顺势成为了国际酒店快速抢夺中端酒店市场的必备利器。

以希尔顿与铂涛集团合作推出的欢朋为例,自2014年10月至今已签约 超过300家,截止2月份开业60家酒店,平均6天便能签约1家;而在华住 的助力下,雅高酒店在中国的酒店数量增加了52%。此外,他们还丰富化品牌 合作模式,借此加速品牌在市场的扩张;以洲际酒店为例,2016年5月,洲际 酒店宣布开放智选假日酒店的特许经营,借此,2017年全年新签约73家,全新 智选假日酒店中有54家是特许经营模式。随后,洲际酒店集团将特许经营模式 扩展至皇冠假日酒店以及假日酒店品牌,以期获得更为快速的发展。

万豪国际集团酒店业务发展中国地区副总裁李理曾公开表示:"特许经 营维护了品牌标准的情况下,给业主一定的自主权,实际也是本地化的一种体 现。"强劲的扩张势头让国际酒店再次赢得了中端市场的"话语权",同时也 为中国酒店市场成熟与产业细分做了范本。

#### 顺应市场趋势:下沉到二三线城市

据美团酒店大数据显示,今年春节期间,三线及以下城市用户数占比较平 日上涨 20%。常驻一二线城市的用户中,春节期间预订三线及以下酒店占比 较平日涨幅高达 26%。

新零售品牌看中中国二三线城市"人口红利"、短视频看中二三线城市 被激发出传播欲; 旅游企业则看中了二三线城市的消费潜力, 随着国家对二 三线城市在政策层面的扶持,"下沉"已成为了各个行业发展的全新突破口。 而这,对国际酒店集团的再次崛起同样适用。

洲际酒店集团大中华区 CEO 周卓瓴 (Jolyon Bulley) 曾在北京的品牌 发布会上表示,洲际在稳定一线城市酒店品牌供应量的同时,已经在二三线城 市不断地加速品牌供应,二三线城市都会对集团整个大中华区的市场表现作 出强大贡献。根据洲际酒店集团 2018 年半年报,大中华区上半年一线城市 RevPAR(平均每间可售房房价)同比增长达10%,而二、三、四线城市也得 益于企业客户以及会务需求,同比增长了8.4%。

而对于在中国市场起步比较晚的万豪来讲,直到 1997 年才以香港太古 万豪酒店为切入点进入市场的他,在进驻二三线城市上并没有犹豫。2016年, 万豪与东呈合力推出"万枫"品牌,并计划将部分酒店安排在北京与上海的 非中心区域,另一部分将落户在西安与大连等二线城市。

同样操作的品牌还包括希尔顿。日前通过对中国消费者渴望追求的旅行 体验与个性化需求,希尔顿隆重推出其生活方式品牌希尔顿嘉悦里,并宣布首 家店将落户成都,而非北上广地区。"亚太区首家希尔顿嘉悦里酒店在中国推 出,表明了我们对中国市场及消费者的高度重视。希尔顿从战略高度进行品牌 布局,不断满足宾客提出的旅行需求。"希尔顿亚太区总裁艾伦瓦茨认为。

伴随新型城镇化建设的推进,二三线城镇消费能力的增强,以及非一线城 市人力、物资成本较低的优势,未来二三线城市能为酒店业提供的是一条更加 宽广的发展空间。

#### 背靠流量 + 整合直销,销售渠道双管齐下

2017年,一场携程针对高星级酒店进行强行减流、排名置底的闹剧彻底 揭开了酒店与 OTA 间不可协调的矛盾。曾几何时,国人在没有太强酒店品牌 忠诚度时, 如携程、艺龙等中文预定平台都是出行的最佳选择, 然而经过这样 一番折腾,或许坐不住的不仅仅是酒店方。

酒店行业专业人士分析表示,高星酒店最初与中国在线平台合作时,选择 性比较小,同时迫于酒店业绩下滑的市场行情,不得不忍受高达 25% 的 OTA 佣金。与此同时,早些年间,中国用户的消费水平与品牌认知都没有现在 这样成熟,所以更不用提用户依赖度,所以即便酒店推广了自家的直销渠道也 很难打动用户。而随着时间的流转,线上平台的多元化、市场的成熟度提升,让 国际酒店品牌有了更多的自主选择权。

所以面对携程的打压,坐拥上百万间客房和雄厚资金的高星酒店自然不 会坐以待毙,拥有强大品牌能量的高星级酒店一方面利用整合会员直销渠道 的方式加紧吸纳更多忠实用户,另一方面则转向与同样具备流量优势的平台 展开合作。

比如 2017 年 8 月 7 日, 万豪集团与阿里巴巴, 宣布在华成立合资公司, 合资公司的负责人为当时的飞猪副总裁蔡永元。背靠中国最大的电商平台,飞 猪拥有天然的流量优势,而且消费者层次更为年轻,符合万豪获取更多年轻消 费者的需求,与万豪的合作可谓互补。对于万豪来说,与飞猪的合作不仅是一 种销售渠道的增加,而且是新的流量获取方式。而飞猪也不负众望,通过万豪 会员互通计划,在6个星期内为万豪带来了6000个新会员。

而随着飞猪平台的发展,希尔顿、香格里拉、洲际等国际酒店品牌也纷纷 入驻其中,为平台形成了丰富的酒店库存阵营同时,也为品牌赢得了佣金低至 2% ~ 8%的流量平台。

当然,除了紧抓流量,国际酒店品牌也没有停止建立自家直销渠道,为其 在中国的"跑马圈地"提供更多的可能。此前,希尔顿 CEO Chris Nassetta 表示,2018年希尔顿在中国市场扩张、忠诚度会员增长都取得了不错的成绩。 而这也为其在 2019 年的持续增长打下强劲基础。"希尔顿了解到中国用户 对于移动平台的使用度非常高,而针对这样的趋势希尔顿将持续加强数字化 与移动化方面的建设,这包括希尔顿去年推出的中文版荣誉客会应用程序及 微信小程序。希尔顿的会员可以通过移动端随时随地的预定喜欢的酒店,同时 还能获得不同的积分奖励。"希尔顿大中华区及蒙古商务发展高级副总裁 Wendy 表示。

在整体市场回归理性的当下,酒店行业已经进入完全竞争时代。但伴随 "杯子门"、"数据泄漏"等酒店业暗黑时刻,在中国发展的国际酒店是否能 按照自己的预想收获一份完美的年报? 或许低下身段、认真反思也是国际酒 店集团再次被市场欢迎的重要举措吧。

#### 豪业者说

# 旅游度假迈向精致自由行时代 南澳特色主题产品圈粉"小众客"

"就在2019年的春节期间,上海及周边地区有非常多的游客选择前往温 暖的南半球度过黄金周。而这其中不乏亲子游、家庭游等不同形式的自由行客 群。"热情向记者介绍春节"战况"的正是华东地区知名的澳新批发商——上 海同之盛国际旅行社有限公司的陈占义董事长。

在刚刚结束了"春节大考"后,陈总对开年的澳洲整体出境游形势感到很 欣慰。在他看来,精彩的目的地始终吸引着越来越多的中国游客前去探访,而作 为游客与目的地之间的一座桥梁,旅行社更是该以创新的思路与工匠的精神去 为更多样的客群带来有意义的旅行选择。

而南澳大利亚,正是被他看中的"新热点目的地"



对于客群旅行方式的变化、选择目的地的喜好以及针对不同游客推广南澳 的策略,陈总向记者娓娓道来。

#### 借自有资源优势 拓宽产品渠道

"上海同盛旅游是一个以旅游批发商起家的公司,我们一直专注于澳新目 的地的旅游。通过多年的用心经营,上海同盛旅游便以优质的产品和较大的规 模获得了'澳大利亚旅游局优选合作伙伴'的荣誉。可以说,对澳新目的地的上 游资源、产品开发以及下游销售这一全产业链的把控,造就了今日口碑声誉良 好的同盛旅游。" 陈总介绍称。

洞察市场、紧随客群需求,同盛旅游的产品也变得更具竞争力。"以南澳为例, 同盛旅游的产品不少都是我们独家推出的,而这也主要在于我们与地接社之间互 相沟通与研发的结果。比如当地酒店升级,那么我们的产品也会随之升级;针对高 端线路,我们会在产品中加入小众酒店及高体验度的产品,做到更具差异化。"

"那么作为传统旅行社出身的我们,不仅在细化高、中、低档产品上下功夫, 对于产品渠道的选择也是与时俱进的。"陈总介绍称,同盛旅游很早就在与 OTA 进行合作,除了承接 OTA 的订单做幕后服务商,也转向台前,在携程、天 猫、马蜂窝等平台开设店铺,增加分销渠道,为企业引流,提高客户的认知度。"

### 为自由行客群打造南澳玩乐产品

"从整体占比看,南澳大利亚这个极具特色的旅游目的地,在同盛旅游的产 品中占到 10%-15% 的比重,可以说其地位极其重要。" 陈总通过近几年游客 选择上的变化,也正在逐步加紧布局南澳的主题产品。

"其实可以看得出, 自 90 年代开放澳洲 ADS 以来, 不少著名景点所在州 的旅游线路都还保持着陈旧的风格,没有太大新意,但南澳不同,当地有很多适 宜80、90后等自由行人群追捧的旅游亮点。"陈总分析道。

针对自由行游客个性明显,旅游观念成熟的特点,同盛便利用已经打通的 C 端线上渠道,开发出更具针对性的目的地定制游及玩乐产品。" **比如南澳最** 适宜接触动物,所以同盛旅游就围绕阿德莱德开发了袋鼠岛这样的三日游或四 日游产品,游客们可以在远离城市喧嚣的"世外桃源"看到多种野生动物,比 如袋鼠、猎鸟、海豹、考拉等等;而对于喜爱美食美酒的游客,我们也推出了体 验芭萝莎酒庄并品尝美味红酒、出海海钓品尝龙虾鲍鱼的自由行产品;当然, 对于**热爱自然和推崇精致生活的客人**,**我们也挖掘了茱莉蔻农场等庄园类体验** 产品,在合适的季节亲手采摘鲜花制成食品或护肤品,感受澳洲最纯粹的自然 之美。总之,这样的当地产品因其灵活性与针对性,非常适合不同需求的自由 行用户进行拆分组合,因而在投向市场后也得到了很多自由行用户的追捧。" 陈总如是说。





除了为自由行消费者推出方便的玩乐产品外, 陈总也分享了他所观察到的 市场动态。"近年来,游客的旅行需求已经从以往纯粹的观光、购物旅游逐渐向 互动感强、有所获的体验型旅游转变。简单说来,他们旅游前已经对这个目的地 做了很深入了解,所以这样的客群特性也在倒逼我们这些从业者加紧对目的地 的更深入了解。市场需要我们花更多的心思去思考如何做出更多个性化的体验 型产品,以应对消费者挑剔的眼光。"

#### 推广策略出奇制胜 注重游客口碑营销

除了在产品端为用户开发更多样、精致的南澳旅游产品,陈总也介绍了在 营销策略上的一些心得。"其实市场中不只有年轻人需要自由行的产品,老年市 场也蕴含着巨大的潜力。**就拿南澳来讲,多样的主题游产品就非常适合老年群** 体。比如动植物之旅,前往袋鼠岛、海豹湾欣赏可爱的动物,亲手抱一抱考拉,感 受澳洲的风土人情。**或者参与户外骑行主题游,体验澳式风情混合动力脚踏车** 等趣味项目。"



"一般对这样行程感兴趣的老年客群基本上满足有消费水平和欣赏水平 这样的条件,所以我们也针对这样的需求采取了社群营销的方法。打造老年俱 乐部,并针对有自由行或定制游需求的老年人打造产品。产品中的行程要精细 到每一餐的菜单和餐厅名称,同时保证老年人的舒适与安全。"

"这样的营销模式很快就吸引了更多老年人,产生了口碑营销的效应。而 对于每年增长三到四百万退休老人的上海来说,这个市场还是非常有前景的。"

通过这样的尝试,同盛旅游也在向规模比较大的协会、集团公司展开社群 营销的模式。"通过最有效的营销渠道和优质的产品,南澳的推广效果或许会超 过澳洲的其他几个州。"

## 注重人才培养 助力产品迭代

"开发有竞争力南澳产品的前提是我们需要有一批专业的人才。"为了更 好的服务用户,同盛旅游非常注重公司内部人才的培养。"首先来说,我们会 定期组织南澳旅游局的负责人对员工进行面对面培训,增加对目的地知识的 储备;同时员工们会在澳洲旅游专家业务培训课程的南澳模块展开学习。当 然我们也很期待南澳大利亚州即将上线的"南澳旅游专家培训课程"。希望通 过这样的专业平台,我们的工作人员能够不断巩固、更新目的地产品的新知识, 且在学习目的地知识时更有针对性,能够对目的地的了解更加系统和深入,有 助于旅游从业者获得推广产品的新灵感,进而为客户提供最新、最符合其要求 的产品。"

"南澳有着多样且独特的旅游资源及体验方式,我期待在南澳旅游局 以及业界同仁的共同努力推广下,吸引到越来越多的游客前往南澳。我相信 凭借'世界宜居城市'称号而被国人向往的南澳将在明年继续呈现平稳增长 的态势。随着自由行、家庭小包团数量的增加,南澳在中国市场的发展潜力 将不容小觑。"

### 凯悦首旅如家成立合资公司 发力中高端市场

2月26日, 凯悦酒店集团与北京首旅酒店(集团)股份有 限公司正式宣布,凯悦旗下关联公司将联手首旅旗下的如家酒店 连锁(中国)有限公司,共同创建合资酒店管理公司,并创建全 新酒店品牌。

双方表示,即将面世的新品牌将面向中高端市场,面向不断 增长的中国年轻商旅出行人士提供旅行服务。全新的合资公司将 结合双方公司的优势,充分利用首旅如家酒店集团作为国内最大 连锁酒店品牌之一的规模,同时融合国际酒店品牌凯悦在全球范

围提供入住服务的经验,共同开拓中国不断增长的旅游市场。

## 葡萄牙马德拉狂欢节已于 2 月 26 日盛大开启



葡萄牙一年一度的马德拉狂欢节于 2 月 26 日在其首府首 府丰沙尔盛大举办。受传统和现代巴西狂欢节影响,这一周的 派对充满了欢乐和节奏。届时将有超过一千名狂欢者参加嘉年 华游行,还有精美的花车表演不容错过。

# 途家换帅:原 COO 杨昌乐担任 CEO,创始人罗军卸任



2月26日,途家发内部信宣布,途家原COO杨昌乐即日起担任途家集团首席执行官(CEO),途家创始人罗军将卸任途家集团CEO,继续担任斯维登集团CEO及途家董事。内部信中提到,杨昌乐在2010年加入携程集团,历任去哪儿网高级总监,去哪儿网先线事业部产品副总裁、去哪儿网集团高级副总裁等职位,于2016年10月加入途家。

### 广东长隆: 修改儿童票标准 广东消<del>委会</del>撤诉

2月26日,广东省消费者委员会发表声明,称此前起诉的广东长隆集团已对其未成年人优惠标准作出调整,因此向法院提出撤诉。广东消委会表示,希望通过这起诉讼,对行业形成鲜明导向,从而纠正整改侵害未成年消费者合法权益的行规惯例。

广东消委会提起诉讼后,长隆集团对相 关景区项目做出调整。目前,长隆集团官方网 站相关信息已更新。

# 厦门航空: 任命新董事长赵东总经理王志学

2月26日,夏航召开干部大会,宣布了 赵东任厦航党委书记、董事长;王志学任厦航 党委副书记、总经理、企业法定代表人。

据公开资料显示,赵东出生于1965年,历任中国民航总局航行司、厦航航务部航行情报主任、厦航航务部经理、公司总经理助理、公司副总经理。2016年12月起担任厦航总经理。

## 海昌海洋公园: 2018 年度利 润将大幅减少

2月26日,海昌海洋公园控股有限公司 发布公告称,预期2018年度所录得的母公司 拥有人应占盈利将较2017年度的盈利将大幅减少。

据公告披露,减少的原因主要为上海海昌海洋公园于2018年10月1日启动试运营,并于2018年11月16日正式开园;及三亚海昌梦幻海洋不夜城于2018年12月28日启动试运营,二者所产生的一次性开办费所致。

## 凯撒旅游携手 Airbnb 爱彼迎, 为游客打造更便利的个性度假 住宿体验

近日,凯撒度假旗下大住宿板块与 Airbnb 爱彼迎达成合作,引入其全球 500 万家民宿资源以满足自由行用户更个性化 的住宿需求,为游客打造更便利的个性化旅 行住宿体验。日前,与其同名的" 爱彼迎民 宿" 频道已经同步上线凯撒旅游官网和凯 撒旅游 APP。

# 北京大兴机场:将建城铁直通天津全程36分钟

日前,中国铁路设计集团有限公司对"天津至北京大兴国际机场联络线"进行了首次环评公示,未来从天津出发也有望乘坐高铁直达新机场,全程只需36分钟。据了解,天津至北京大兴国际机场联络线是一条高等级的城际联络线,将新机场和天津进行连接,中途还将经过河北的永清和廊坊。

#### 中青旅联合嘉伟士杰 8.5 亿元 受让古北水镇 10% 股权

2月26日晚间,中青旅公告称,于当日与京能集团签署了产权交易合同。中青旅与珠海嘉伟士杰股权投资合伙企业(有限合伙)组成联合体,成为北京产权交易所北京古北水镇旅游有限公司10%股权项目的最终受让方,受让价为8.5亿元,与挂牌底价持平。

## 



资深编辑高端定制

● 工作地点:上海黄浦

职位亮点:打造精品旅游品牌, 在旅业新媒体独树一帜



经典欧罗巴德法意瑞 4国14天

4月3日 5月1/8/15/22/29日 6月5/12/19/26日

6799 x #2

**爱在巴黎** 

4月17日 6月5/12/19/26日

7999/人起

浪漫欧罗巴 新天鹅堡+德法意瑞 4国14天

4月3日 5月1/8/15/22/29日 6月5/12/19/26日

11499/人起

漫步欧罗巴 新天鹅堡+德法意瑞 4国14天

4月3日 5月1/8/15/22/29日 6月5/12/19/26日

12799/人起

漫步欧罗巴之荷你在一起 新天鹅堡+德法意瑞荷(比)5国/6国14天

4月3日 5月1/8/15/22/29日 6月5/12/19/26日

12799/人起

赞礼欧罗巴

新天鹅堡+德法意瑞 4国14天

5月1/8/15/22/29日 6月5/12/19/26日

19800/人起