



2019年,包括酒店、乡村民宿在内的旅游住宿业都进入了转型关键期。2020年,市场形势依然不容乐观成为业界的共识。刚刚结束的全国文化和旅游厅局长会议上明确提出,要完善星级饭店管理制度,这对旅游住宿业提出了更高的要求。新的一年旅游住宿业的发展机遇在哪儿?

2020

2019 旅游住宿业 热点回顾

◆ 全国旅游星级饭店评定委员会连续三次发布“摘星”公告

2019年,为推动旅游住宿业高质量发展,针对星级饭店行业存在的问题,文化和旅游部针对星级饭店队伍中最高等级的五星级饭店,以卫生、消防、安全等为重点,在全国开展了专项整治工作。2019年1月至7月,文化和旅游部派出27个暗访组,54人次,分三轮对广东、江苏、北京、浙江、山东、上海、天津、重庆、辽宁、河南等10个重点省份的部分五星级饭店进行了暗访检查。全国旅游星级饭店评定委员会根据暗访检查结果,已对20家五星级饭店做出取消星级的处理,对26家五星级饭店做出限期整改12个月的处理。暗访检查频率之高、处理力度之大,前所未有。

◆ 多地实施旅游住宿业不主动提供一次性日用品

垃圾分类倡导减量化、资源化和无害化处理,其中最关键和最首要的就是减量化处理。尽量减少使用一次性用品是酒店垃圾减量的重要一步。7月1日,上海7000多家旅游住宿企业根据《上海市生活垃圾管理条例》的规定,将牙刷、剃须刀等一次性日用品全部撤出客房,若住店客人索要,酒店按需提供。随后,济南、广州、北京的部分酒店和民宿均开始试点推行减量使用一次性日用品的举措。相关数据显示,同比2018年,上海旅游住宿业实施“不主动提供一次性日用品”的4个月来,规定不主动提供的一次性日用品的减量约为30%至50%。

◆ 存量市场起硝烟,中低端连锁酒店加盟模式变“轻”

数据显示,中国酒店存量市场中有约92万家单体酒店,占比超过85%,可触达的市场规模接近1万亿。这个庞大的市场不仅引来了新的“掘金者”,也出现了新的“玩法”,2019年可谓是存量市场的爆发年。“免加盟费、推广阶段仅收取酒店营业额的一定百分比作为管理费、向酒店业主提供平均每家店上万元的改装费”这种带着互联网思维的轻加盟方式不仅让在印度起家的OYO酒店在国内酒店存量市场中狂揽近万家加盟店,也引得传统酒店和OTA以相同的模式纷纷入局,但这种颠覆传统的加盟模式是否可以在行业立足还有待观察。

◆ 市场下沉成趋势,多家酒店集团加速布局三四线城市

相关数据显示,三四线城市成为2019年中国大陆地区中端及以上国际品牌酒店签约的主战场。多年来各大酒店集团一直在一线城市布局,随着我国土地和物业资源的减少,无论从酒店项目拓展,还是产品营销方面酒店集团都面临着激烈的竞争,他们能够获取的红利也正在减少和消失。因此,要扩张和发展,必然要寻求新的途径。此外,三四线城市的人口规模正在不断扩大,尤其是三线城市总人口数量的增长明显比一线城市要快得多。随着三四线城市的红利突显,各大酒店集团也都找到了下一步扩张的方向。

◆ 上市、收购、合并,资本大戏仍在上演

相较前几年来说,今年酒店市场的资本大戏少了许多,但是仍有几出精彩的。2019年3月11日,浙江开元酒店管理股份有限公司于香港联合交易所有限公司(简称香港交易所)主板上市。从2005年首次对外宣布即将赴港上市到上市成功,历时14年。通过收购来补齐短板,增强竞争力一直是大型酒店集团的选择。2019年,洲际酒店集团以3亿美元现金收购六善养生及酒店集团,六善的加入使洲际酒店集团在豪华酒店板块中的竞争力进一步增强,洲际酒店集团也可以更精准地触达高端度假养生这一细分市场。为加快布局国际中高端市场,华住集团在新加坡的全资子公司China Lodging Holding Singapore完成了对Deutsche Hospitality德意志酒店集团100%股权收购协议的签署,这也是华住首次收购海外酒店集团百分之百的股权。

◆ 提质升级,酒店还需严守卫生、安全关

2019年品质化发展成为了许多酒店工作的重中之重。但是涉及卫生和安全的底限问题依然无法杜绝。使用客用毛巾擦马桶的事件,以及在酒店客房安装偷拍针孔摄像头的事件仍屡有发生。当然,也有一些酒店已经开始启动“反偷拍”行动,有的酒店在查房流程和监控技术上都进行了防控处理,同时在卫生清洁方面展开了一系列行动。

旅游住宿业发展需要注入新的动力

住宿业发展随社会经济脉搏而动,目前正经历由量到质的嬗变,高质量发展是其未来一个时期的奋斗目标,需要不断注入新的发展动力。

□ 杨宏浩

业绩出现暂时回调

住宿业绩效自2014年达到谷底后逐步回升,2019年受宏观经济和中美贸易战的影响,有所反复,但相信未来随着供给增量的减缓和消费需求的上升,总体趋势会逐步向好。从区域市场看,各地酒店市场冷热不一,三亚已经从曾经的平均房价和平均出租率“双高”榜单上退下来了,上海的平均房价开始位居榜首,而南京的平均出租率冲上首位。一些旅游城市,如丽江、黄山等的数据呈现出持续改善回落的趋势。

在住宿业增量市场,由地产带动的酒店投资力度在减弱,民众投资民宿的动力在增强。文旅和园区等配套酒店项目有所增多,还有部分类似斯维登模式的新增量,但整体上新增酒店项目在减少,存量优化是未来主基调。随着下沉市场成为热点,市场红利正在被发掘。一些酒店集团为此专门设立新品牌或对已有品牌进行改造,以更好适应市场需求。而尚美生活等创业伊始就主要专注于下沉市场的公司快速成长,OYO、你好酒店和轻住等一批轻连锁模式公司也如雨后春笋般冒出来。下沉市场正成为存量优化的主战场。

市场集中度不断提升

住宿业在从增量市场变成存量市场过程中,品牌价值的重要性开始凸显,并将加速市场份额的集中。继经济型酒店之后,中端酒店也快速跑马圈地,华住、维也纳、东呈等都有年增千家店,几年后实现1万家规模的计划。仅靠自然

增长难以快速实现目标,并购成为不二法宝,进入世界前十的锦江、首旅、华住毫不例外都采取了并购手段。当然,中国特色的“资产划拨”整合模式一直以来都扮演着重要作用,去年金陵、如今军队以及各省市酒店资产的整合,未来不排除铁路、烟草等系统酒店资产整合的可能。此外,轻连锁模式也是加速市场集中的新主力军,它们的主战场是下沉市场中的存量市场,也是一个巨量市场。规模不会必然带来质量的跃升,但规模为竞争力提升奠定了坚实基础。已有3家本土酒店集团进入世界前十,因此规模上追赶不再是追求的目标,提升竞争力才是关键。在这个高质量发展的转折点,不仅要借助于资本、土地和人力要素,更要借助于文化、技术、数据以及企业家精神等创新动力来推动行业发展。

文化自信促进品牌自强

文化因素对住宿业的重要性越来越显化,文化能有效提升住宿产品附加值和丰富消费者体验,文化创意和IP是“有戏”等主题酒店、“松赞山居”等精品酒店的核心支撑。企业文化是住宿企业基业长青的基础,文化更决定着本土品牌的可持续性,其源动力来自于文化自信。当前中国已经具备培育世界知名品牌的土壤,有着庞大的消费群体,大型城市群和湾区正在崛起,“一带一路”布局基本成型,出境游高速增长远未结束,有待加强的就是文化自信。要以文化自信促进品牌自信,进而促进品牌的自强和品牌成长。

做好品牌需要“四心”,即初心、匠心、信心和恒心,核心还是文化。住宿企

业的初心是为客人提供美好的住宿体验,其他各种功能都是衍生品。实现初心必须要用匠心,这需要崇尚服务的文化、质量至上的文化。还需要有信心,这既需要文化自信,也要品牌自强,还需要媒体更多正面看待本土品牌。一批企业正致力于打造中国文化特色的住宿品牌,如东呈酒店以东方文化作为品牌基石,书香酒店将书香文化融入各品牌,花间堂致力于做中国文化的推手,让世界透过花间堂看到中国文化之美。最后还需要企业持之以恒坚守初心,但有信心才会有恒心。

数据价值开始凸显

数字技术已开始赋能住宿企业提升服务品质和运营效率。随着人力资源成本的上升,AI在住宿业的应用会更为普遍,特别是中低端酒店的应用程度会更高。数字技术将重建新的消费场景,催生新业态、新模式、新产品,例如无人驾驶汽车可能变身移动智能酒店,酒店客房定制将成为现实。区块链在住宿业的落地,将有可能重构整个住宿经济体系。

现在“数据”也成为重要生产要素。提供大数据服务的机构Str被溢价收购,凸显了住宿业数据的价值。目前官方和民间数据存在割裂的现象,亟需主管部门建立完善的住宿业统计体系。随着云PMS的广泛应用,主管部门可以建立数据共享平台,汇聚整合一个个“信息孤岛”,建成全国住宿业的“数据大脑”。其实,携程等OTA也好,宝库在线等差旅平台、旅游供应链平台、众筹平台以及旅游攻略和旅游点评等互联网社区平台也好,究其本质是一个大数据平台,做的是数据生意,它们依靠长期积累的数据垒

政府引导 市场主导

乡村民宿进入发展关键期



2020年,我国民宿发展已经进入到第二个十年。在全国社会建设、经济发展的宏观环境下,在文旅融合、5G应用的推动下,在规模与结构都在变化的消费市场引导下,新的发展期既有自我发展的惯性,又有政府主导的介入。

□ 张晓军

政策环境加速优化持续改善

2019年12月26日,北京市文旅局会同有关部门联合印发了《关于促进乡村民宿发展的指导意见》。这个“意见”重点解决了乡村民宿经营合法性问题,并弥补了审批监管短板,让曾经因无规可依、证照难办而游走于灰色地带的北京乡村民宿可以拿到合法“身份证”。作为全国第五个省市自治区层面的政策文件,该意见不啻为2019年全国民宿发展制度完善的鼎力之作,也预示着2020年,将会是全国省级层面民宿政策密集出台的高峰年。经过10年的发展,民宿企业的自然发展已经遇到天花板,发展速度在2019年显著趋缓,亟需通过深化改革进行制度创新和政策松绑,以进一步解放生产力。以省市自治区层面出台相关政策,不仅可以让民宿灰色变阳光,盘活已在运营的增量,更可以提振观望者信心,实现民宿供给存量。通过制度创新“筑巢”,从而助推民宿招商“引凤”,应该成为2020年诸多地方政府科学发展民宿产业的共同逻辑。

国家文化公园建设带来全新机遇

2019年7月24日,中央全面深化改革委员会第九次会议审议通过了《长城、长征、大运河国家文化公园建设方案》,标志着国家文化公园将拉开全新的建设篇章。三大国家文化公园建设,将为民宿的发展带来前所未有的机遇。民宿行业应迅速行动起来,凝聚共识、主动作为,把握政策机遇、空间机遇、主题机遇、资金机遇、市场机遇,在已有“运河人家”、“长城驿站”等地、点状开发的业态基础上,争取将主题民

宿(群)开发作为国家文化公园建设的重点项目纳入总体规划。以长征国家文化公园建设为例,长征沿线区域的民宿开发建设与管理运营应主动谋篇占位,与公园建设相对接,服务于长征文化的挖掘、保护与传播,推出以“长征路上好民宿”为品牌,以“红色民宿”为基因的新业态、新品牌,填补长征沿线区域的乡村住宿业空白,提升已有住宿业态的产品服务品质。

学术研究为民宿发展提供指引

产业的可持续发展,离不开学术研究的科学指导。作为城乡融合的产物、住宿业态的创新,民宿以其产业性、事业性兼具,经济职能和社会责任并重引起专家学者的广泛关注。其中最重要的指标是近几年以民宿为研究对象的博士、硕士论文数量逐渐增加。民宿作为一种复杂的社会经济发展综合现象,对其的研究应该是多学科、多专业的交叉、综合研究。2020年,民宿学术研究将进入一个以“民宿学”为开端的全新时代。

社会团体发挥更大作用

2019年,是民宿社团“扩容强体”的一年。在这一年里,除中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会一如既往地开展工作、组织活动、发挥作用外,中国饭店协会民宿客栈委员会进行了换届与更名,中国城镇促进会也成立了民宿分会。北京、陕西、河南、广西、江西成立了省一级的民宿社团,四川在原有民宿分会基础上重新成立了民宿客栈与精品酒店分会。全国市、县两级民宿社团更是新生众多。从一个地区民宿社团的有与无和其活跃程度,可以看出这个区域的民宿产业发展水平。通过为地方政府、企业和消费者提供适度、专业服务,民宿

社团将在培训、会展、招商、运营等民宿产业发展各个领域发挥积极作用。

星级评定推动品质化发展

在文化和旅游部的带动下,依据标准对民宿进行等级评定已经成为各地各级文化旅游部门的普遍共识和一致行动。2020年,行业瞩目的全国第一批星级民宿应该会面世。而在此之前,上海市已经依据地方标准评定了该市历史上第一批星级民宿。中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会指导途家网开展的“中国好民宿”评定,已经在行业内产生了广泛而深刻的影响。在以等级评定为引领的民宿品质发展过程中,以业态创新为支撑的品类认证也会在2020年大行其道。研学民宿、艺术民宿、亲子民宿、宠物民宿、康养民宿等由细分市场和新兴需求引导产生的全新民宿业态将批量涌现。

专业会展增量提质

会展的数量和水平,是民宿行业产业化发展和区域民宿发展水平的标志。目前全国性的民宿会展有全国民宿大会、宁波民宿国际博览会、华东、华南、西南和京津是民宿会展主要区域。随着各级各地政府对民宿发展重视程度的空前高涨,2020年民宿会展的数量规模与品质将同步提升。全国性、行业性的会展,如全国民宿大会、全国民宿博览会将会创新性举办,专业性、地域性会展将大量举办。举办地点上也将会更加均衡,东北和西北地区将实现民宿会展活动零的突破。

轻资产拓展、集群化发展成主流

十年的发展,对民宿企业是难得的宝贵历练和教育。建立现代企业管理制度、引入先进发展理念、符合产业发

展规律等已经成为民宿企业发展和拓展的自觉。与近年投资型、外延型拓展模式不同,2020年以品牌输出、管理输出、市场输出等为核心的轻资产模式将成为品牌型民宿企业异地、多地发展的主流行为。同时,产业要素集中和相关业态集聚而成的民宿产业集群发展模式已经被业界普遍接受,在地方政府的政策引导和着力培育下,将有更多的民宿集群在民宿后发地区涌现。

助力景区高质量发展

在观光走向度假,由门票经济升级为复合营收的景区提升过程中,发展具有替代业态空白、提升住宿能力和自带IP流量的民宿逐步成为景区发展共识。2019年,黄山投资开发了自有品牌民宿,黄果树将民宿的招商引资作为主要工作。2020年,开发建设自有民宿产品,带动周边民宿提升品质将成为国内高等级景区尤其是5A级景区和国家旅游度假区的普遍行动。

民宿消费市场发生结构性嬗变

消费升级,意味着产品和服务要遵循“品牌—品质—品味”的规律进行迭代。2020年,消费市场的变化对民宿发展的根本性影响将更加显现。与经济下行等宏观因素导致的市场规模盘整对民宿的影响相比较,年龄、需求等民宿消费市场的结构性变化对民宿的影响更为显著和深刻。毫无疑问,80后亲子家庭出游群体依然是民宿主力市场,90后已经成为民宿新兴市场,而00后已经成为民宿不能小觑的新生力量。红色旅游、康养旅游、研学旅游等对于民宿的市场支撑作用将进一步放大。(作者单位:中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会)