



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国旅游住宿业 发展报告2016

——度假租赁的兴起

DEVELOPMENT REPORT OF CHINA'S
LODGING INDUSTRY 2016

—The Rise of Vacation Rental

中国旅游研究院



旅游教育出版社



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

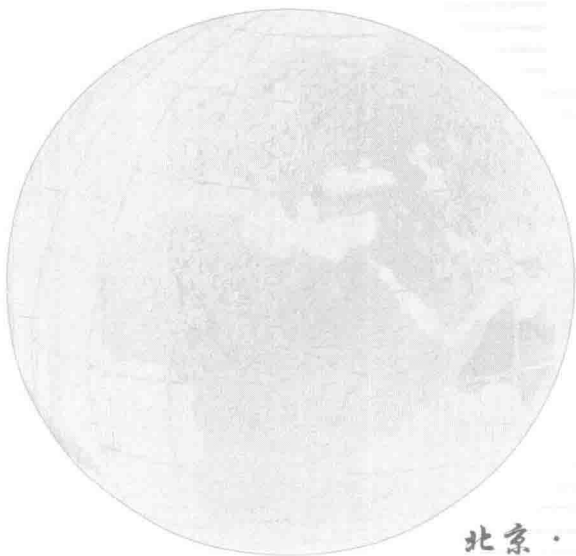
中国旅游住宿业 发展报告2016

——度假租赁的兴起

DEVELOPMENT REPORT OF CHINA'S
LODGING INDUSTRY 2016

—The Rise of Vacation Rental

中国旅游研究院



北京·旅游教育出版社

责任编辑:郭珍宏

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游住宿业发展报告. 2016, 度假租赁的兴起 /
中国旅游研究院著. --北京: 旅游教育出版社, 2016. 6
ISBN 978-7-5637-3430-6

I. ①中… II. ①中… III. ①旅馆—服务业—经济发
展—研究报告—中国—2016 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 150700 号

中国旅游住宿业发展报告 2016

——度假租赁的兴起

中国旅游研究院 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepdfx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	9.875
字 数	126 千字
版 次	2016 年 6 月第 1 版
印 次	2016 年 6 月第 1 次印刷
定 价	59.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《中国旅游住宿业发展报告 2016》编辑委员会

主任委员 戴 斌

编 委 (按姓氏音序排列)

戴 斌 李仲广 蒋依依 马晓龙 马仪亮 宋子千
唐晓云 夏少颜

《中国旅游住宿业发展报告 2016》编辑部

主 编 李仲广 杨宏浩

副 主 编 苏 娜

编辑部成员 宋子千 唐晓云 陈 刚 郑维佳 张 杨
战冬梅 何琼峰 吴丽云 肖建勇

大众旅游时代，住宿业如何共享

——在途家 2016 战略发布会上的主旨演讲

以市场效率为导向推进创业创新

李克强总理在 2016 年全国人民代表大会上所做的报告，使得“大众旅游”这一学术名词成为了社会显话题，并引发了政产学研各界和媒体的解读热潮。从十多年前“国民旅游”切换到“大众旅游”，并试图以此为基础重构当代旅游发展理论的那时起，我对大众旅游的理解都是从需求侧审视的：一方面是旅游消费需求进入了国民大众的常态化生活选项，2015 年国民出游率已接近 3 次，“吃有肉，住有楼，还有闲钱去旅游”，对于绝大多数人来说已经不再是梦想；另一方面是游客以自主、自助和散客化的姿态融入目的地城乡居民的日常生活。每年 40 多亿的国内旅游人次，超过 97% 都是非团队旅游者。旅行经验越来越丰富的游客不再满足于标准化的旅游产品和程序化的消费流程，他们希望自由地体验目的地的生活方式。旅游休闲需求的变迁呼唤住宿供给的多样性，也推动了生活场景化为代表的住宿空间和产品的创新。

对新需求的满足可以通过增加要素投入，向市场上投放新的产品和服务来实现，当然也可以通过对存量资源的有效利用，或者改变资源的原有用途加以实现。从全球范围内的商业创新实践来看，产品原创固然重要，可以说是建设强大的旅游产业的引擎，但是通过商业创新让市场变得更有效率则更为普遍。就我国旅游产业的阶段需求来看，放手发动社会和民间的商业力量，以市场效率为导向推进创业创新，无疑有着更为明显的现实意义。

共享经济在旅游领域中的现实可能

公民有权支配包括房屋在内的自有财产。这里所说的自有财产，可以是自己使用的生活资料，也可以是通过市场交易的生产资料，还可以是自己所拥有的自然禀

赋、专业能力和社会阅历。在入境旅游主导的时代，无论是酒店等供应商，还是旅行社等渠道商，如果想要成为市场主体，得是以有形资产为基础的企业法人。国民旅游兴起以后，政府对社会资本进入旅游业的管制更加宽松，但是主流的思想还是法人实体机构为主导。直到新一届政府确定了大众创业、万众创新的供给侧改革思路和相关法律法规的改进，自然人才有可能利用可自由支配的有形和无形财产而成为有效供给的市场主体的一员。

套用经典著作《资本论》中的一句话，共享生来不是旅游，但是旅游生来就是共享。以旅游住宿业为例，在居民的日常生活消费需求的基础上，叠加了外来游客的阶段性需求后，以房屋为代表的不动产市场的消费基础变得更厚实了，也有利于平衡旅游市场的淡旺季带给旅游住宿业的经营波动。而以星级饭店和国有酒店为代表的巨大资产存量，加上等待进入市场的中端和精品酒店增量，在带来“去库存”的供给侧改革压力的同时，也为共享经济在旅游领域中的实现提供了现实可能。

当然，这并不是一个单向前行的直线演化，我们看到无论是线上旅行商、网上购物平台，还是网络约车平台，所有对社会存量资源的有效利用，不管它是不是符合帕累托改进，都会遇到传统市场主体和既有监管体系强有力的阻击。在这一背景下，以途家为代表的共享经济和商业创新模式，无疑具有十分明显的样本意义。

途家，供给侧改革与商业创新的旅业样本

在我的印象中，罗军先生的“途家号”是一家有思想、讲逻辑，有视野、讲格局，有能力、讲义气，有团队、讲共享的新公司。如果把“四有四讲”逐一展开了说，材料和数据倒是足够支撑的，却容易被误解为政策宣讲课，那么就聊聊思想和逻辑吧。

途家是有思想的。大众旅游时代的企业家除了为股东创造利润，为公司创造价值外，应当也可以形成与时俱进的商业思想。从创业的那一天起，途家就承载开放与共享的发展理念，致力于为大众旅游者提供多样化的住宿选择，为私人拥有的房产提供了商业转换的现实路径。对于成长型的创业公司来说，它在致力于市场规模推广的同时，也努力为年轻人，特别是二三线城市的年轻人创造就业的机会，从而为成千上万家庭的财富自由及社会阶层流动提供了更多的现实可能。

途家是讲逻辑的。从有效利用住宿资源的社会存量，满足大众旅游者多样化的

个性需求这一逻辑原点出发，罗军先生带领他的“途家号”一路向前。当大家一开始以为这不过是 Airbnb 在中国的模仿者时，途家走出了一条“线上销售平台+线下统一运营管理”的新模式；当业界觉得它成长得确实很快，有可能被上千万独立业主的地面推广费用拖垮的时候，途家牵手 80% 的全国百强房地产开发商和城市运营商开展合作，直接参与了相关项目的前期运作；当有人担心它可能遇到法律障碍，无法与既有管制体系有效兼容的时候，它创造出了独立注册的区域公司去调动地方政府的积极性，让社区居民共享旅游发展的成果。特别是，当我们都以为今天被世界各大投资者追着跑的创业者该停下来喘喘气，享受享受美好人生了，罗军先生和他的小伙伴为我们带来了描绘未来宏图的《预见》。

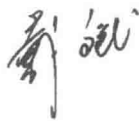
呼唤更多的旅游供给侧创新

在大众旅游时代，面对数十亿大众旅游者的住宿需求，面对数亿间有待盘活的住宿资源，哪怕我们有再强大的数据处理能力，有再强大的行政动员能力，也没有办法确保如此量级的计算过程的准确性和计划性。怎么办？只有发自内心地从理论上承认“让市场在旅游资源配置中起决定性作用”，在实践中以“功成不必在我”的心态推进市场主体的发育和成长，与大众旅游经济时代相适应的“非标准住宿为主体，标准住宿为补充的产品体系”才能真正建立起来。我们的行政体系是非常有力的，短期内动员社会资源特别是公共资本推进某项事业的效率是非常高的。正是因为对此既有学者的理性认知，又有实践参与者的感性认识，我往往很是纠结于行政支持与商业创新之间的关系。至少在现阶段，离开了行政支持，创业创新往往是走不远的，甚至可能会胎死腹中。然而，行政支持太强了，也会“水漫金山”。效率无法保障不说，还可能产生“投资挤出创业”的不利后果。所谓“大树底下好乘凉，大树底下也不长草”是也。

在开放与共享经济时代，希望以途家为代表的一批旅游创业创新先行者，不能只是满足存量资源的盘活，还要肩负起引领生产方式和生活方式创新的历史责任，团结和带领旅游商业共同体在世界经济发展和文明演化进程中发挥更加重要的作用。相对于那些墨守成规者，我们是先知先觉和先行者，可是把视野放宽些，再放长些，会不会有“山中无老虎，猴子称霸王”的感觉呢？罗总，你是有视野、有情怀的多次创业者，我是希望我们这个创业团队有这种意识的。我们必须清醒地认识到：不

是自己多么优秀，而是优秀的团队还没有出现。唯有如此，公司才会把更多的商业资源投入面向未来的商业研发和原始创新中去。事实上，刚刚结束的“两会”，对于市场主体的研发创新是寄予厚望，也是做了相应战略部署的。回顾过去十五年旅游住宿领域中的创新进程，无论是聚焦于商业旅行者核心需求的经济型酒店，满足休闲旅游者文化和品质诉求的精品酒店，还是着眼于消费需求升级的中端酒店，可以看到一条清晰的线索，那就是瞄准市场上已经存在，但尚没有被满足的需求。部分新创设的酒店品牌试图去寻找市场上还没有出现的新需求，就像郑南雁的铂涛系、季琦的华住系、朱晖的布丁系那样。

相对于为既有住宿需求提供新产品，相对于寻找和发现新的市场需求，我更期盼基于现代科技应用和商业革命意义的业态创新。一直在想，随着大众旅游向纵深和广化发展，什么时候才能出现具有划时代意义的伟大公司呢？不用对“划时代”这三个字咬文嚼字地伤脑筋，就想想定义现代管理学的福特汽车，推出智能手机的苹果，推出微信的腾讯，研发阿尔法狗的谷歌，制造可回收火箭的 Space X 等具有世界影响力的公司就可以了。它们的创新一定是脑洞大开的，影响则是“两只老虎打架，结果老鹰掉地上摔死了”的跨界颠覆。近年来，旅游固然已经成为大众创业、万众创新最为活跃的领域，但是总体而言，还主要聚焦于目的地信息收集、票务预订、旅游证件办理等渠道和分销领域，像途家这样着眼于社会资源整合的供给侧创新已经是难得的旅游思想者和创新实践者了。希望更多有知识、有技术、有理想、有情怀的年轻人能够跟上来，为中国和世界的旅游供给侧创新——不仅是改革——带来更多的惊喜和尖叫。



中国旅游研究院院长、教授、博士

目 录

CONTENTS

第一章 旅游业：大众旅游从初级阶段向中高级阶段演化	1
一、国民旅游超过 40 亿人次，入境旅游三年来首次增长	2
二、旅游创业创新活跃，旅游投资进入“黄金时代”	3
三、游客满意度持续提升	3
四、2016 年旅游发展面临四大利好，预期积极乐观	4
五、2016 年旅游发展关键词：繁荣、开放、改革、共享	5
第二章 当前中国旅游住宿业发展概况	7
第一节 星级饭店业平稳运行	8
一、星级饭店规模	8
二、季度情况	10
三、主要指标情况	10
第二节 广义旅游住宿业增长迅速	14
一、旅游住宿业规模	14
二、住宿预订	14
三、旅游住宿市场消费行为	15
四、投资情况	16
第三节 旅游住宿业总量过剩、结构不平衡	16
一、总量过剩	16
二、结构不平衡	17
三、“互联网+”为酒店行业注入新血液	17



第三章 2015 年旅游住宿企业分析	19
第一节 品牌分布情况	20
第二节 并购浪潮	22
一、锦江集团境内外并购活跃	22
二、首旅集团收购如家集团	23
三、复星收购地中海俱乐部	24
四、万达收购悉尼地块建酒店综合体	24
五、安邦收购美国华尔道夫酒店	24
六、海航集团全球并购活跃	25
七、携程收购艺龙，与去哪儿合并	25
八、酒店集团搭建战略联盟	26
九、其他并购	26
第三节 消费变迁与业态创新	27
一、消费主体变迁与深度内容体验需求	27
二、业态创新与跨界经营	28
第四章 行业景气与市场消费调查分析	31
第一节 2015 年旅游住宿业景气分析	32
一、旅游产业总体运行良好	32
二、旅游住宿业	34
第二节 住宿业消费者调查分析	36
一、游客出游时间	36
二、住宿消费行为分析	39
三、住宿服务质量	43
第五章 当前旅游住宿业热点领域	49
第一节 精品酒店发展的软品牌模式	50
第二节 中端酒店：协同发展与联盟共赢	53

一、中端酒店高速发展的动力·····	53
二、中端酒店个性化、品质化、盈利化的协同发展方向·····	56
三、中端酒店品牌的收购·····	59
四、国际中端酒店战略联盟·····	61
第三节 案例分析：“睿景”酒店品牌·····	64
一、需求导向，跟着消费者走，或者引领消费潮流·····	64
二、为消费者创造价值·····	65
三、选择好的品牌元素·····	66
四、做品牌，更要做产业·····	67
第六章 分享经济在旅游住宿业（一）：行业概况 ·····	69
第一节 度假租赁业的发展模式·····	70
一、度假租赁业的商业运营模式·····	70
二、住宿业类“淘宝”模式·····	71
三、在线 C2C 服务管理模式·····	76
四、类互联网酒店管理公司：途家网·····	80
五、非标住宿服务生态系统平台·····	83
第二节 度假租赁业在中国·····	85
一、度假租赁发展格局·····	85
二、度假租赁的区域布局·····	88
第七章 分享经济在旅游住宿业（二）：度假租赁的商业运营管理 ·····	93
第一节 组织架构·····	94
第二节 人力资本管理·····	96
一、人才来源·····	96
二、人才培养·····	96
三、考核激励·····	97



第三节 营销模式 (4P)	97
一、度假租赁业的产品 (Product) 设计	97
二、度假租赁业的渠道 (Place) 管理	98
三、度假租赁业的价格 (Price) 策略	100
四、度假租赁业的促销 (Promotion) 策略	100
第四节 运营绩效	101
 第八章 旅游住宿业的投资动向、市场创新与产业诉求	105
第一节 旅游住宿业投资的全球化布局	106
一、全球化投资的背景	106
二、对外旅游投资的主体	107
三、对外旅游投资的领域	108
四、对外旅游投资的发展和变化具有标志性的意义	109
五、问题和建议	110
第二节 旅游住宿业的市场变化与产业诉求	111
一、旅游住宿市场需求的变化	111
二、旅游住宿产业创新及其政策诉求	113
 第九章 2016 年中国酒店业形势分析与展望	117
第一节 形势分析	118
一、近两年酒店业和住宿业格局正在快速变革	118
二、中国酒店品牌正在成为世界性酒店品牌	118
第二节 前景展望	119
一、住宿业形态演化更加多元、更多层次	119
二、酒店和住宿业的规模、贡献和业绩被低估	121
三、品牌塑造：需要精益求精的工匠精神	122
四、“互联网+”战略：重塑酒店产业链	123

第三节 旅游住宿产业发展的政策建议	124
一、出台促进旅游住宿业发展的政策	124
二、形成准入和运营并重的监管体系	125
三、行业协会改革遵循市场为主的原则，扩大成员类型和服务范围	125
附 录	127
你也可以不一样	
——在“非标准住宿”研讨会上的主题演讲	戴 斌 128
给我一个酒店，味蕾绽放，梦里花开	
——在维也纳酒店全球峰会上的主题演讲	戴 斌 132
酒店人的信心从何而来？	
——在 2016 年中国酒店投资峰会上的开幕演讲	戴 斌 137
后 记	142

第一章

旅游业：大众旅游从初级阶段 向中高级阶段演化



近期以来,在全球经济缓慢复苏和国内宏观经济企稳的背景下,我国旅游经济顶住下行压力,旅游市场“两升一降”,旅游投资继续快速增长,旅游产业运行较为景气,旅游发展向大众旅游中高级阶段演化的趋势更为明显。主要表现为:一是经济发展基本面总体向好;二是保障和改善民生、提振内需政策持续发酵;三是旅游政策法规体系更加完善,旅游综合执法和市场秩序治理力度进一步加强;四是旅游消费意愿进一步增强;五是地方和企业旅游发展热情高涨。

在中央重视和国家旅游局“515”战略等推动下,2015年中国旅游经济发展光彩夺目。在国内经济面临结构调整和增速放缓压力的背景下,旅游业对消费和投资所起到的重要战略性作用更加突出。2015年全年接待国内外旅游人数超过41亿人次,旅游总收入突破4万亿元,分别较上年同比增长10%和12%,全面完成发展目标,实现了“十二五”时期旅游发展的完美收官,并开启了旅游发展的新时代。报告指出,在国内经济基本面稳健和旅游消费常态化的支撑下,当前旅游经济处于持续较快发展的通道,对2016年旅游经济的预期总体上偏向于积极乐观,预计国内旅游持续增长,出境旅游快速发展,入境旅游企稳回暖,旅游投资维持高位,旅游就业稳步增加。

一、国民旅游超过40亿人次,入境旅游三年来首次增长

2015年以来,旅游消费热潮不断,形成了暑期修学游和亲子游、周末周边游、小长假短程游、国庆长假中远程旅游等市场热点。2015年全年国内旅游接待总量达到40亿人次,国内旅游总收入3.43万亿元,分别较上一年增长10.0%和13.2%。休闲度假和观光旅游并重的局面初步显现,国内居民出游意愿调查结果显示,休闲、度假超过观光、增长见识成为第一大出游目的。入境旅游在近三年来首次出现增长,全年接待入境旅游1.33亿人次,较上一年增长4%,入境旅游外汇收入1175.7亿美

元,同比增长 0.6%。港澳台市场保持稳定增长,国外市场企稳,其中韩国、越南等近程国外市场率先回升向好。出境旅游继续保持高速增长,但增速有所放缓。全年出境旅游人数达 1.17 亿人次,同比增长 9.8%;出境游消费达 1045 亿美元,同比增长 16.6%。

二、旅游创业创新活跃,旅游投资进入“黄金时代”

自 2014 年第四季度以来,旅游产业景气指数均处于“较为景气”区间,其中 2015 年第一季度指数为 130.8,达到近三年以来最高水平。在人才、资本和技术新型变革要素的驱动下,旅游正在成为创业创新最为活跃的领域之一,呈现出“大众创业,万众创新”的蓬勃景象。大企业集团不断推出抢占制高点的重大计划,如中青旅发布“遨游网+”战略、阿里巴巴发布“未来酒店”战略、携程入股同程网等。成长型企业致力于新的突破,如旅游社交网站蚂蜂窝宣布实施大数据反向 C2B 创新战略、途牛网在美国上市等。基于互联网和分享经济模式的业态创新发展迅速,如住宿和交通领域的途家、易到用车、Uber 专车等均在 2015 年得到了快速发展。旅游企业全球化布局步伐加快,如锦江集团通过海内外一系列并购包括并购欧洲最大的经济型酒店集团,目前已经成为全球最大的酒店集团之一。越来越多的战略投资者、金融机构、产业基金和风险投资者开始进入旅游领域,并以其专业能力和商业行为影响产业走向。在线旅游更是成为资本竞相追逐的热点领域,2015 年以来发生了携程和去哪儿合并、滴滴和快的合并、美团和大众点评合并等多个对我国旅游产业影响深远的重大企业并购事件。

三、游客满意度持续提升

2015 年,围绕“515 战略”,国家旅游局推出了一系列创新举措,如推动“厕所革命”、发布《游客旅游不文明行为记录管理办法》、实施 5A 景区退出机制、启动国家级旅游度假区评选工作、推进旅游外交、提出“旅游+”战略思想、推广全域旅游等,得到了全行业的热烈响应和支持,赢得了全社会的广泛关注和赞誉。从



2015 年旅游经济运行情况来看,“515 战略”已经显现出其对旅游改革、创新和发展的巨大推动效应。特别是在“厕所革命”等推动下,各地旅游目的地建设水平有了明显提高,反映在游客体验上,旅游发展质量获得普遍认可,2015 年全国游客满意度为 76.01,达到“基本满意”水平,较 2014 年上升 1.92,高于全国居民消费满意度平均水平。

四、2016 年旅游发展面临四大利好,预期积极乐观

2016 年旅游经济发展形势总体较为有利。一是旅游经济发展的国际环境较为缓和。特别是 2016 年 10 月 1 日,人民币将正式加入 SDR (特别提款权),这有利于中国旅游业“走出去”,利用国际国内两个市场、两种资源提升企业竞争力。二是我国经济长期向好基本面没有变,特别是到 2020 年国内生产总值和城乡居民人均收入将比 2010 年翻一番,我国旅游经济发展的消费基础更加坚实。三是全面建成小康社会和五大发展理念为旅游经济快速发展提供了契机。旅游是人民生活水平提高的重要指标,旅游业是能够全面贯彻创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念的优势产业,党的十八届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》明确提出“大力发展旅游业”。四是旅游业自身积累了强大动能。国民参加旅游意愿持续高涨,旅游产业体系基本形成,旅游投资、区域合作和国际合作持续扩大与深化,将为旅游经济运行提供坚实的市场支撑和产业支撑。旅游经济在一定程度上已经进入自发展的成熟阶段,对于外部环境的依赖性和敏感性在降低。与此同时,旅游经济发展也面临国际金融危机深层次影响依然存在、贸易保护主义抬头、地区冲突不断、旅游业竞争加剧以及旅游业自身发展需要提质增效等挑战。

综合国内外发展环境和旅游业发展态势,对 2016 年旅游经济的预期总体上偏向于积极乐观。预计 2016 年我国旅游接待总量 44.88 亿人次,同比增长 9.4%;国民出游总量 44.83 亿人次,同比增长 9.6%;旅游总收入达 4.67 万亿元,同比增长 12%。