

· 资讯 ·

## 中国酒店及旅游业论坛在京开幕

近日,由浩华管理顾问公司、STR Global以及中国旅游饭店业协会主办的2016年CHAT北京(中国酒店及旅游业论坛)在北京万达索菲特大饭店举办。

据了解,此次论坛以“破·立”为主题,在结构和内容上突破创新,呈现了“干货专场”、“经典专场”、“活力专场”三大专场。在论坛第一日的全生命周期资产管理的运营环节中,喜达屋资本高级副总裁兼集团亚洲区酒店投资主管柯冠龙就时下最热话题——如何看待当前安邦和万豪收购喜达屋表示,更看好安邦,并认为中国市场的前景更广阔,而万豪则要看其成本协同效应。绿地国际酒店管理集团常务副总经理李瑞忠则就“绿地发行房企最大REITs,将酒店资产打包赴新加坡上市”一事,分享了资产如何从增值到变现的过程。

另外,本次CHAT论坛吸引了包括酒店业主及开发商、酒店管理公司的高层管理精英、律师、建筑师、酒店设计师以及其他行业专家在内的近700位嘉宾。

## 内地今年将开首家Hard Rock酒店

Hard Rock International近日在香港举行发布会,介绍旗下品牌在亚洲市场的发展计划。据悉,Hard Rock此前在深圳签约的酒店将于今年四季度开业,这将是Hard Rock在内地首家开业的酒店。

早在2012年,Hard Rock International就与观澜湖集团合作,将旗下Hard Rock酒店品牌引入内地,两个项目分别落地深圳和海口。此次发布会上,Hard Rock International负责亚洲和印度酒店业务的高级副总裁Leong Wy Joon正式介绍两个项目的开业时间,深圳项目将于今年四季度开业,海口项目则配合业主方的一些计划将于2018年开业。此外,Leong Wy Joon还介绍,除了与观澜湖合作的两个项目外,集团还与鲁能地产合作,在大连开一家内地的第三家Hard Rock酒店,预计2018年完工。Leong Wy Joon介绍,独特的音乐文化体验是Hard Rock酒店一贯的特色,中国内地的几个项目也将延续这一风格。

## 匈牙利美食亮相民族饭店

3月18日,北京民族饭店携手匈牙利驻华使馆、匈牙利文化中心,共同举办“品味匈牙利”第二届匈牙利美食节,意在让北京民族饭店的顾客品尝到更地道的匈牙利美食。

据悉,匈牙利有世界著名的古拉什牛肉汤以及好吃的甜品。北京民族饭店相关负责人介绍,“我们特别聘请到匈牙利本土大厨Andrew,使用最简单的食材调制出匈牙利的美味。餐食以肉类为主,搭配匈牙利丰富盛产的水果、蔬菜及调味料”。匈牙利美食节将为期一个月,每周五还将举办主题日活动,意在让顾客从美食、美酒、文化的主题活动中多方面感受匈牙利文化。据了解,4月15日晚还将举办红酒品鉴,届时将引入更多的匈牙利红酒供给顾客品尝。

## 大清邮政重张变身博物馆

3月20日,中国邮政迎来了开办120周年的诞辰,当日,《中国邮政开办一百二十周年》邮票在烟袋斜街广福观举行首发式,在改造后的大清邮政信柜重张迎宾的同时,有关方面还与什刹海接待、景区管理处合作推出了首发的《什刹海集印本》。

南新仓文化休闲街

文化 美食 旅游

联系电话:  
010-64010843

官方网站:  
www.bjnx.com.cn

官方微博:weibo.com/bjnx



北京商报综合报道

人物专访

希尔顿全球高级副总裁李威豪:

# 高端酒店投资将变谨慎



在国内高端酒店市场持续低迷下,外资酒店已经逐渐将扩张的步伐调整到中档品牌上。从一线城市核心商务区,再到热门旅游度假区,都不乏外资酒店的身影。就在众多外资酒店纷纷跻身城市核心地段时,一些边贸区也开始进入酒店投资者的视野。本期北京商报记者就希尔顿全球在华布局采访了希尔顿全球大中华及蒙古区项目发展高级副总裁李威豪。

### 开发商投资更加谨慎

北京商报:目前中国整体的酒店行业进入了一个相对的发展低谷,尤其是高端酒店的开发,整体经济层面,中国经济增速也放缓了,未来希尔顿在高端酒店上的拓展是怎样的?

李威豪:由于中国是偏向于委托管理,意味着需要有开发商和我们合作,这样资金来源一方面是银行贷款,另一方面是房地产预售。美国主导的模式是特许经营,是指开发商有一块地并且拥有酒店管理能力,但需要作为一个加盟商跟我拿希尔顿这个品牌。

酒店做得太华丽或者房间数量过高,会存在一定风险,之前开发商不是很在乎,但现在开发商则更加慎重。例如一些项目中,建筑面积会缩小,而且整个酒店的华丽度比较针对这个市场做相应的调整。

之前,我们推出了四星级的袖珍型酒店,面积限制在两万平方米以内。五星级的酒店基本上是350-500间客房,这样的酒店需要5万-6万平方米的面积,整体上酒店的规模已经缩小了,装潢也降低一些。并不是说当前没有奢华酒店、五星级酒店开发的机会,只是开发商会更加严谨。

### 将引入更多三星级品牌

北京商报:希尔顿酒店的投资回报率怎么样?

李威豪:很多五星级酒店,并不

只是我们,尤其是在二三线城市都是以综合体的形式存在,这跟政府的需求有关。原来五星级酒店的辐射范围跟开发商楼市的销售以及整个综合体的开发都有密切的关系。现在,开发商对光芒的重视就稍微削减了一点,更加理性地关注这个单体的回报情况。

比如说债券市场,分拆上市或者是整个房地产的证券化,在国外有很多案例,比如我是开发商,我有写字楼、住宅,住宅是卖掉的所以不算,我有商场、酒店,可能我们会把它分拆下来,按照不同的路线打包上市。在这种情况下,就不能非常笼统的或者是综合的看待一个项目的成功,你要去关注单体元素。

北京商报:以后会更多引入中档品牌吗?

李威豪:未来3-5年内还有一个机会,我们会把一些海外已有的新品牌引入到中国来,接地气、恰当地在中国开发出来。具体来说,在中国会更多引进三星级的品牌,之前我们引进的主要是偏向以高端为主的。

例如希尔顿欢朋酒店,这方面将结合本土品牌以及当地商家,因为本土企业有中国市场的运营经验和执行能力。2014年我们和铂涛集团合作,铂涛集团也是我们在中国内地的委托方,市场定位和一切元素是由希尔顿来定,铂涛去找开发商,同时去开发这个酒店,并由他们自己来做委托管理,这也是一个比较特殊的模式。

### 中国边贸区是新兴市场

北京商报:未来开发酒店将会侧重哪个区域呢?

李威豪:酒店的生意跟一个城市的消费层次有关系,同时也要看风险,假如明天北京开出500家五星级酒店,生意肯定很惨淡。反倒是一些边贸地带严重缺乏酒店,我很看好这些地方,丹东那个酒店我带团队去开发的。此外,中缅边境,一方面是旅游,另一方面是贸易,东南亚有很多人文景观,缅甸的景色很美,并且与中国的贸易也非常积极,玉、水果等。

北京商报:开发新兴领域会注重哪些要素?

李威豪:最根本的问题还是客人的需求,比如说大城市的餐饮需求和度假需求是不太一样的。例如,中国游客到日本买马桶盖,日本的酒店储藏室已经不够容纳中国客人买的马桶盖,所以酒店把它加宽加大。通过这样一个非常细小的例子,来把一个酒店打造成可以真正很恰当应对客人需求硬件的盒子。酒店客群中有出差的,也有出去游玩的,度假酒店就需要把房间做大一些,而商旅客基本上是睡觉、洗澡。开发选择上,比如说巴基斯坦矿产资源丰富,虽然矿物价格现在跌下来了,但是总会有反弹的一天。这些地方都有严重的酒店短缺,所依赖的经济核心蓬勃起来的时候,肯定会有酒店开发的机会。

北京商报记者 关子辰

# 去哪儿网推“宋仲基”希腊旅游同款线路

“跟着剧情去旅行”已成为时尚。随着《太阳的后裔》爆红,剧中清澈碧蓝的希腊扎金索斯“沉船湾”火了。

记者了解到,去哪儿网已火速推出同款线路。消费者只需在去哪儿网度假频道,搜索“太阳的后裔”、“扎金索斯”、“沉船湾”等关键词,即可快速找到心仪线路。

扎金索斯岛位于希腊西部,被称为“让人忘记天堂的地方”。这里海岛幽静,中国游客并不多。主要城市扎金索斯镇位于东岸,而西岸则是悬崖陡立。业内旅游专家预测,随

着剧情带动,扎岛有望成为年内新晋海岛胜地。

对此,去哪儿网度假事业部CEO高兴表示,热播剧对于小众旅游地的触发效应明显。

之前国人最爱希腊的圣托里尼,而近期扎金索斯上升势头鲜明。去哪儿网通过大数据分析发现,游客去一趟希腊不容易,所以更希望将圣岛和扎岛一站走齐,将蓝白教堂与沉船湾一同收纳眼底。

去哪儿网随即上线希腊圣岛+扎岛10日游线路。从当前的游客咨询情况来看,部分线路已预

约到今年6月。

记者在去哪儿网搜索发现,北京至希腊圣托里尼+扎金索斯10日游,包含剧中“沉船湾”及“蓝洞”,并可享受北京往返直飞航班,人均报价仅约1.4万元;广州至希腊圣托里尼+扎金索斯10日游,人均报价约1.35万元;上海至希腊圣托里尼+扎金索斯10日游,人均报价约1.5万元。高兴表示,扎金索斯线路报价并不算贵,仅与马尔代夫五星岛线路报价相当。“然而时间长一倍,看到的景色也更加丰富。”非常适合情侣游、蜜月游人群尝鲜。