

竞争加剧 中端酒店趋向精品化

2018年上半年,环顾整个住宿业,国际及国内高端酒店出现阶段性放缓,中端酒店市场增势良好且精品化酒店渐成规模,而平价酒店的影响力则被不断削弱。据迈点网发布的酒店趋势显示,国内多个大型酒店集团都在发力中端、精品化酒店市场,竞争越发激烈。北京商报记者注意到,首旅如家上海今年首推年轻化酒店品牌Yunik、华住则完成对国内精品度假酒店品牌花间堂的收购……有业内人士分析,在消费升级推动住宿业个性化打造与特色化品牌改造的过程中,中端精品酒店成为市场的“香饽饽”,然而酒店产品需做好差异化且硬软件水平过关,才能吸引更多客群留存。



于激烈,行业利润率水平可能会持续下行。酒店集团或者精品酒店业主要要强化核心竞争力、培养忠诚的品牌粉丝群,多会选择开放加盟权的方式,扩大品牌线业务规模。但精品酒店的加盟门槛要比经济型酒店高,投资者的加盟意愿也因此受影响。

对此赵焕焱表示,在精品酒店领域,品牌方收取管理费和特许经营费属于旱涝保收。为了维护品牌声誉,品牌持有方会提高加盟的硬件水平门槛,但管理费和品牌特许经营费却没有提高的市场基础。如果酒店的经营状况不容乐观,业主方的投资回报率就没有保障。

“据了解,目前行业中对于精品酒店的概念没有统一的标准,而关于精品酒店标准化发展的问题,实际上是确保精品酒店的软硬件水平的问题。对于国内情况而言,硬件水平符合标准问题是不大;但是软件水平,即服务水平要达到相应水平则难度不小。”赵焕焱说道。

另有业内人士就精品酒店未来的发展方向分析称,未来精品酒店行业平均利润率降低将会拉长这一业态的回报周期,精品酒店品牌想要实现集团化、品牌化发展,业主可以选择将直接经营权委托给专业的管理公司,无形资产输出更容易获利。

此外,酒店业主也可以将精品酒店的投资思路落在房地产市场上,从房地产增值中赚取利润。

北京商报记者 武媛媛

中端酒店竞争加压

中端酒店一直是当前各家酒店集团竞争的主阵地。据迈点研究院数据报告显示,2018年上半年,高端酒店品牌国内新增客房供应量21091间,同比2017年提升26.11%。高端全服务和有限服务酒店大部分品牌在波动状态中增长,但4-6月间出现阶段性放缓。目前,由于住宿业市场更加关注“精品化”发展,中端市场头部品牌渐成规模,而平价酒店的影响力正在被削弱。目前,国内中端酒店市场越来越趋向于快消品竞争,这意味着在住宿方面,酒店行业和品牌管理行业产品开发已经到了比较均等的市场水平。

随着物业成本以及人力成本的增加,很多酒店集团纷纷升级品牌,加码中高端酒店市场。酒店资深专家赵焕焱指出,跨国公司酒店集团的中端品牌纷纷开展特许经营模式,中端品牌在本地经济型酒店集团的内部比例也

逐步扩大。但需要注意的是,中端酒店数量增加后,供求关系也相应发生变化,部分地区的中端酒店经营水平出现下降,中端酒店市场竞争压力陡增。

消费升级促精品化延伸

消费升级背景下,除经济型酒店进入中端市场成为趋势外,消费者对品质住宿需求渐高,推动酒店行业个性化打造、特色化改造,精品酒店市场不断扩容。目前,国内多个酒店集团均已在酒店“精品化”方面作出布局和探索。

北京商报记者了解到,首旅如家指出要探索“酒店+”的发展路径,对旗下如家、莫泰、欣燕等几大主力经济型品牌改造更新,并推出年轻个性化中端品牌Yunik Hotel;华住集团近几年逐步扩展中高端品类,今年8月完成对国内精品度假酒店品牌花间堂的战略收购,意在丰富其中高端产业布局;铂涛酒店集团旗下则拥有希岸、■枫酒店、ZMAX、■

啡酒店等多个精品酒店品牌。

赵焕焱表示,精品酒店是在体验经济的背景下逐步由传统酒店形式演变而成。海外的精品酒店房价高于高端酒店,客房数量一般在150间以下。国内一般把非标准化的高端酒店视为精品酒店。精品酒店品牌依靠特色化在高端、中高端酒店中出类拔萃,从而在众多品牌中别树一帜。就当下行业环境来看,住宿业如果依靠传统收益模式,仅通过满足消费者底层功能需求赚取租金差,酒店运营难免遇阻。未来的酒店模式应该是一个生活环境需求的综合体。

服务水平待提升

值得一提的是,精品酒店虽然市场潜力大,但对于酒店经营者而言,并非赚取暴利的入口。有数据显示,精品酒店需要在硬件设备等方面的投入几乎是经济型酒店的两倍,整个行业的平均回报率不足30%,且随着市场竞争趋

携程CEO孙洁：搭建全球旅行SOS平台 提升中欧双向旅游服务



10月23日,携程CEO孙洁应邀出席在中国澳门举行的第七届“世界旅游经济论坛”。孙洁在当天的主题演讲中指出,携程将与欧洲旅游委及各国保持密切合作,输送更多游客赴欧,搭建中国

与欧洲之间的旅游桥梁。

携程大数据显示,目前欧洲已成为中国游客青睐的第二大出境目的地区域。孙洁表示,携程将服务好每一位前往欧洲或欧洲赴中国旅行的游客。其中,业界首个“全球SOS服务平台”及携程位于英国爱丁堡的首个海外呼叫中心,将承担和发挥重要作用,助力中欧旅游年。

本届“世界旅游经济论坛”吸引来自全球多个国家及地区1500位旅游及相关部长级官员、业界领袖、专家学者及嘉宾出席,包括欧盟28个成员国及广东省的代表团,逾120位海内外及本地传媒代表参加了论坛。

欧洲成中国游客第二大出境旅游目的地

2018年是中欧旅游年,伴随着中欧旅游合作的推进,旅游利好频出,进一步提振了赴欧旅游市场。

“今年上半年,对中国游客提供免签、落地签入境

便利待遇的欧洲国家达7个,其中包括俄罗斯、乌克兰等国在内。”孙洁称;同时,中国与欧洲在民航领域上的合作进一步加深,陆续开通了北京-都柏林、武汉-伦敦等新航线,为赴欧旅游创造了更多便利。”

值得一提的是,近日,在李克强总理和荷兰首相马克·吕特的共同见证下,携程与荷兰皇家航空签署战略合作协议,双方将深耕中欧航线,这是“中欧旅游年”框架下民航领域发展合作的又一里程碑。

孙洁透露,受益于上述多重旅游利好,欧洲正受到越来越多中国游客的欢迎。携程此前发布的数据显示,欧洲是中国游客选择的第二大出境目的地区域,2018年二季度预订欧洲游的人数同比增长超过100%。其中,法国、德国、意大利、西班牙、俄罗斯、英国、瑞士、希腊、捷克、匈牙利是赴欧旅游十大热门目的地国家。

根据携程大数据显示,上海、北京、成都、深圳、重庆、广州、武汉、南京、厦门、西安、昆明、杭州、青岛、长沙、郑州等15个城市是2018年赴欧洲游客的主要客源地。

赴欧定制游兴起

随着前往欧洲的中国游客人次日益增加,且旅行经验更为丰富,赴欧旅游市场出现了新的发展趋势。

携程大数据显示,2018年上半年,通过携程预订欧洲旅游的中国游客里,跟团游占比达67%,依旧是中国人赴欧洲旅游的主要方式。跟团游占比高,主要受制于语言障碍。不过,中国游客赴欧洲自由行的比例在快速提升。”孙洁说。

孙洁在演讲中提到,随着“80后”“90后”逐渐成为旅游消费主力人群,他们更喜爱自由行、更追求个

性化、更重视旅游体验等消费习惯,正在引领赴欧旅游的新潮流。

当前,个性化、深度游已成为新风向标,这在携程定制游业务中得到了体现。从携程定制游平台统计数据来看,欧洲定制游业务迎来爆发式增长,在出境定制游整体订单中占比为10%。2018年上半年,选择“私人定制”旅游服务的游客大幅增加,赴欧定制游需求单量同比增长近1.2倍。

“全球旅行SOS”服务赴欧游客

实际上,在赴欧旅游人数快速增长的同时,中国游客对欧洲签证申请和办理、旅游产品、消费服务、旅游安全等方面还有更高的要求。

“携程拥有3亿多用户,每天产生50TB数据。通过对这些大数据的分析,可以帮助欧洲各国更清晰地了解中国游客的需求。”孙洁说;这样一来,能够提供更优质的旅游产品、更好的服务,吸引更多中国游客前来旅游,进而带动当地旅游业持续发展。”

除了大数据方面的协作,针对中国游客关注的旅行安全问题,携程正通过“全球旅行SOS”服务,为携程用户免费提供紧急援助,尽全力保障其顺利出行。

据了解,2017年,携程推出了“全球旅行SOS”服务,不仅提供翻译帮助、医疗指引、失物招领的服务,还能够自然灾害和恐怖袭击这种紧急情况下为游客提供及时的援助。在普吉岛沉船事故、巴厘岛火山爆发和最近的北海道地震事件中,携程均在第一时间作出有效响应。