



新闻|启|迪|财|智

高端旅游周刊 Business Travel Weekly

总第300期 今日4版 每周二出版
联合主办 北京市旅游发展委员会 北京日报社
主编 关子辰



BBTravel订阅号

B1-B4

2018.12.25

2018年旅游业的变与不变

在即将过去的2018年,旅游消费虽然继续增长,但是旅游行业的部分业态也在承受着巨大压力,经历着行业变革。一方面,新兴业态的崛起让市场不断受到热捧,另一方面,部分传统业态的低迷让旅游企业必须寻求整合之路。北京商报《高端旅游周刊》通过回顾2018年中国旅游业的变与不变,展现今年旅游行业的风向标,同时也希望给未来旅游业的发展提供一份参考。

变

邮轮:回撤

在经历2017年邮轮市场低谷之后,中国邮轮行业继续进入调整期。2018年,一些国际邮轮公司回撤了邮轮,收缩了航线。

今年3月20日,携程便与皇家加勒比国际游轮共同宣布在2018年底关闭天海邮轮合资公司,而天海邮轮旗下的新世纪号邮轮也被出售,这意味着运营三年多的中国第一家本土豪华邮轮公司停摆。2018年7月,诺唯真游轮发布公告,旗下诺唯真喜悦号也将于2019年4月离开中国市场,这艘16.8万吨的大船在中国运营仅一年多便宣布撤离中国市场。此外,定位高端的公主邮轮也宣布2018年9月-2019年,旗下盛世公主号也将暂别中国,转至澳洲市场运营。

据中国交通运输协会邮轮游艇分会(CCYIA)、上海海事大学亚洲邮轮学院、中国港口协会邮轮游艇码头分会三家联合出品的《2017-2018年中国邮轮发展报告》显示,2018年1-8月,全国11个邮轮港口接待出入境邮轮旅客人次增长了5.5%,但接待邮轮艘次却下降10%,增速方面,相比2017年增长8%的增速再次放缓,其中在接待邮轮艘次方面也首次出现了下降。中国交通运输协会邮轮游艇分会常务副会长兼秘书长郑炜航表示,随着邮轮市场进入调整期,竞争也逐渐回归理性。

旅游小镇:收紧

近年来,旅游特色小镇迅速崛起,但与此同时,同质化现象严重,也暴露出旅游小镇的诸多问题。据了解,截至2018年2月,全国两批特色小镇试点403个,加上各地方创建的省级特色小镇,数量更远超2000个。

2018年,国家针对旅游小镇的政策也开始收紧。据了解,国家发改委、国土资源部、环境保护部和住房和城乡建设部此前还联合印发《关于规范推进特色小镇和特色小城镇建设的若干意见》,其中明确提出“两不能”和“四严”。即不

能把特色小镇当成筐、什么都往里装;不能盲目把产业园区、旅游景区、体育基地、美丽乡村、田园综合体以及行政建制镇戴上特色小镇“帽子”。同时,严防政府债务风险;严控房地产化倾向,防范“假小镇真地产”项目;严格节约集约用地;严守生态保护红线。

北京联合大学旅游产业经济研究所所长张金山认为,特色小镇项目过度上线,实则暗藏很大的风险。项目投资规模持续加大,会出现投资回报率逐步降低的情况,这很有可能会使投资方陷入更大的债务困局。

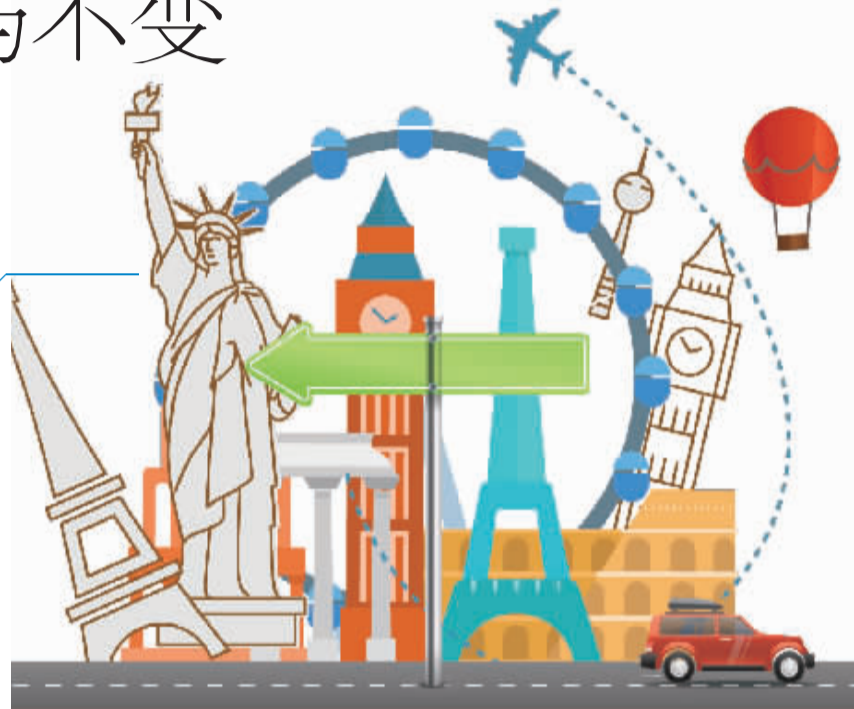
航空:整合

今年初,民航新政实施,放宽三大航国有或国有控股要求,允许国资相对控股,由此也让混改成为行业全年的关键词。继引入达美和携程后,中国东方航空股份有限公司宣布,与吉祥航空和其母公司均瑶集团交叉持股。由此,国有航企迈出了与民营航企“联姻”的第一步。随后,春秋航空以自有资金8.46亿元认购南方航空股票,交易完成后,春秋航空成为南航第五大股东。而作为民航业中参与混改试点的重点单位,国航则将国货航51%的股份出售,混改进程再提速。民航业专家蔡琦认为,政策松绑,再加上三大航空集团由全民所有制企业变更为国有独资公司,进一步明确了集团权属,为国有三大航旗下的航空业务和资产混改扫清了障碍,接下来航企混改还将继续行驶在快车道。

民宿:规范

2018年民宿市场持续火热,与此同时,民宿领域也不断曝出安全、卫生等问题。针对这一问题,今年11月15日,由国家信息中心分享经济研究中心牵头组织,联合行业内各家共享住宿企业,共同发布了国内共享住宿首个规范,对于民宿行业的规范起到了参考作用。

实际上,早在今年4月,蚂蚁短租就推出了中国首个舒适型民宿连锁品牌“有家民宿”,并上线房源,试图通过民宿连锁化运营破解民宿卫生、安全问



题。今年7月,在海南省旅游发展委员会与小猪短租共同举办的共享经济振兴乡村发展战略合作发布会上,有消息还指出关于共享民宿行业标准有望在海南率先试点。一系列举措都表明,对于民宿市场规范,已经成为业界的共识。

中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会会长张晓军认为,共享住宿行业规范的出台,一定程度上对共享住宿行业起到了规范作用,但该规范并不是强制执行标准,很多细则需要国家有关部门制定完善,同时,针对城市民宿的合法性,有关部门还需要进一步研究完善。

景区:降价

今年以来,降价成为了景区的关键词。2018年5月底,湖北黄鹤楼多年来首次对门票进行降价,单人价格从80元下调至70元;6月1日起,山东曲阜“三孔”景区门票价格下调;陕西华山风景名胜区旺季门票价格由180元降为160元;扬州瘦西湖票价则从旺季150元降到100元。据统计,截至目前,已有超过21个省市出台景区降价措施,其中免费开放和降价幅度在两成以上的景区占比超过30%。

今年6月,国家发改委发布了《关于完善国有景区门票价格形成机制降低重点国有景区门票价格的指导意见》指出,各地区要以5A级国有景区为重点,通过开展定价成本监审或成本调查,清理规范门票价格“额外负担”等,在今年“十一”黄金周之前,切实降低一批重点国有景区门票价格。

对于这些景区门票价格偏高的原因,国家发改委价格司副巡视员程行云解释称,其中重要因素之一是景区成本构成不合理、不规范,承担了一些“额外

负担”。而景区降价之后,游客数量增加,景区总的门票收入并不一定会减少。亦有专家认为,降价还有利于倒逼景区改革,助力景区破解门票依赖症。

不变

主题公园:扩张

2018年中国主题公园依旧处于快速发展期。有机构预测,2020年,中国主题公园整体游客量将超越美国,成为世界最大的主题娱乐市场,游客量预计达2.3亿人次。

庞大的人口红利催生大批国内主题公园上线的同时,也吸引迪士尼、默林娱乐、环球影城、美国六旗、索尼等多个外资集团布局中国主题娱乐市场。目前,就本土主题公园而言,仍然存在核心IP缺失、创新性不足、同质化程度高等老生常谈的问题,掣肘我国主题公园发展。部分主题公园执着于创建和强化自有IP,还有很多主题公园则转向“无明显主题/器械”类发展。而外资主题公园集团落子,主要扎堆在经济较为发达、政策利好的长三角、珠三角以及海南自贸港,虽然进驻中国市场后收获不少市场份额,但发展较为成功的也屈指可数。有业内人士表示,随着外资主题公园品牌的不断增加,后来者想要分市场一杯羹,显然难度也在加大。

酒店:跨界

在住宿业消费升级环境下,消费者对住宿品质的需求持续扩大,中国酒店企业依然在持续加码高端和中端连锁酒店。另一方面,当精品酒店百花齐放的同时,单体酒店仍然处于寒冬中。

(下转B2版)