



# 私人消费和个性化消费的兴起促进发展 三亚家庭旅馆 要玩出新个性



## ITIA首次发布 年度行业趋势报告

# 九大态势 引人注目

2014年,中国经济步入“新常态”,但中国旅游投资却在突飞猛进,继续着大跃进式的“神话时代”。ITIA国际旅游投资协会发布《中国旅游投资行业2014年发展态势报告》,概括出全行业最为明显的九大态势。

### 1 市场政策双重利好 旅游投资持续升温

2014年,受中国旅游消费的爆发式增长和8月份国务院《关于促进旅游业改革发展若干意见》出台的双重影响,各种社会资本更加青睐旅游行业,特别是在全国住宅地产持续疲软、商业地产饱受电商挑战的大环境下,中国众多房地产开发商纷纷持币投资开发旅游。

### 2 “旅游+地产”模式遭遇困境 旅游地产投资明显放缓

2014年,受中央宏观调控和经济结构调整的影响,全国70个大中城市的房地产成交价格全部出现同比下降,中国房地产市场步入深度调整期。受房地产市场不景气影响,曾经风光无限的“旅游+地产”模式,受到严峻挑战,旅游地产投资明显放缓,不少旅游地产项目陷入停顿状态,旅游地产投资风险不断加大。

### 3 主题公园投资持续旺盛 国际主题公园巨头强势切入

2014年9月,美国环球影城正式落户北京,成为继迪斯尼落户上海后,国际主题公园巨头投资中国又一重大项目。与此同时,派拉蒙、福克斯、威秀、六旗等国际主题公园集团与中国旅游投资商进行了广泛的合作洽谈,纷纷谋划进入中国。国内的主题公园集团也在紧锣密鼓进行新项目开发和老项目提升,以迎接国际主题公园项目的竞争。

### 4 旅游演艺风头正劲 轻资产扩展成为新模式

作为旅游业和文化业相融合最早的突破点,演艺行业与旅游业快速融合,旅游演艺成为中国旅游业重要的新产品新内容,也成为2014年中国旅游投资的新亮点。不过,与主题公园类似,旅游演艺也面临投资成本大、运营成本高的挑战,项目盈利能力总体较弱,《印象·海南岛》、《梦归琴岛》等相当比例的旅游演艺目前都处于亏损状态。2014年8月,万达集团的《海棠·秀》停演,让旅游演艺行业的投资者在激进过后初尝了市场的残酷。

### 5 主题精品酒店异军突起 引起投资界广泛关注

受中央“八项规定”和“六项禁令”等政策影响,公务旅游消费急剧下降,商务旅游消费明显放缓,国民休闲旅游消费增长势头强劲,传统的高星级酒店遭遇滑铁卢,经营业绩显著下降。与此同时,面向快速增长的中产阶级的主题精品酒店,在2014年异军突起。

### 6 在线旅游风起云涌 互联网大鳄纷纷进军旅游业

2014年,科技和互联网更快速、更全面地渗透旅游业,旅游业也更加开放地拥抱互联网,在线旅游投资成为中国旅游投资的热点。阿里巴巴巨资推出阿里旅行——去哪儿网,腾讯战略投资去哪儿网,携程与京东投资途牛网,由此造成价格战如火如荼、风起云涌。在线旅游一片红海竞争中,乌镇剑走偏锋,成为旅游目的地拥抱互联网的领头羊。

### 7 通用航空、房车、游艇、露营地 成为旅游投资新亮点,高尔夫再遭厄运

随着国人生活方式和旅游方式的变化,加上国家政策的利好和传统禁令的解冻,通用航空、游艇、房车、露营等新兴旅游方式不断涌现,受到高端市场及中产阶层的欢迎,也因此成为中国旅游投资新亮点。但总体而言,房车和露营地投资不温不火,始终缺乏强有力的联手经营者形成联动的商业模式。

### 8 金融资本开始大规模介入旅游投资行业 成为旅游投资加速的催化剂

2014年,从住宅地产行业逐渐退出的金融资本,俯下身来关注投资回报期较长但投资回报相对稳定的旅游行业,金融资本深度介入旅游行业,成为中国旅游投资的催化剂。与此同时,旅游企业和地方政府也开始与金融机构合作成立基金,企图打通融资途径。

### 9 中国旅游海外投资启动 未来前景广阔

2014年,中国旅游业入境游人数继续下滑,出境游人数却大幅增长。随着上亿人次的中国游客走向世界,中国旅游投资走向海外已经成为必然,“一带一路”国家战略则进一步推动中国旅游投资“走出去”。

客人在一家庭旅馆阳台休闲。

本报记者 武威摄

## 600家庭旅馆补充三亚住宿业

“在这里,很惬意。你来看看这手绘地图,个性化便利贴,乃至每个房间的墙面图片布置,都让人觉得很温暖。”近日,坐在三亚远方有条巷精品客栈,游客陈晓轻松地喝着果汁,享受南国温暖冬日。

随着住宿业逐渐走向多元化,家庭旅馆日渐受重视,重个性消费的游客青睐,这里面,不仅有年轻的消费群体,也包括了“银发一族”。

据不完全统计,三亚目前共有1300多家涉旅企业,家庭旅馆就占到600多家。分布在三亚市区、三亚湾、大东海、海棠湾等地的家庭旅馆,已成为三亚旅游业发展的一道特色风景线。目前,三亚已对家庭旅馆做出明确规定,即当地户籍居民利用独立单产权住宅按有关规定改造符合相关要求,客房数在15间以下,以家庭方式经营的小型旅馆。

“我们致力于将家庭旅馆发展成为有特色、有品牌、有规范旅游接待设施,成为三亚旅游接待系统的重要组成部分,在旅游旺季起到‘蓄水池’的减压缓解作用,成为三亚市旅游产业新亮点。”三亚市旅游委有关负责人透露,该市正全面推进家庭旅馆升级改造和质量提升,将其发展成为热带风情浓郁、建筑风格迥异,服务质量一流、品牌特色鲜明的旅游接待设施。

纵观三亚既有的家庭旅馆,其主要面向中等或中等以下收入,自助型、家庭式、银发客源市场,包括青年、学生、背包客、老年人、自由职业者以及部分自驾车游客。家庭旅馆市区分布多,郊区乡村少;附设式居多,独栋式占少;普通建筑多,特色个性少。存在总体数量多,符合要求少;供远大于求,呈现饱和;法规不完善,管理不到位;扶持政策少,乡村受惠少等系列问题。

## 家庭旅馆特色明显

三亚作为知名的度假目的地,一直以来,住宿业尤其是星级酒店的发展,在全国占据重要位置。《旅游法》实施后,散团比例出现变化,私人消费市场的不断拓展,家庭、婚庆游的快速发展,为家庭旅馆业的发展提供了难得机遇。“三亚的酒店很舒服,但不太适合一家出游的需要,我们一般喜欢在一个地方呆上1-2周,白天陪孩子玩玩海,

晚上自己采购一些当地的原材料,自己下厨。酒店不具备私人厨房的设施,但很多家庭旅馆就可以提供这样的服务。”京籍游客张旭说。对于很多青年游客而言,来琼度假选择家庭旅馆,更多是一种情怀的体现。“现在在三亚的很多家庭旅馆都很有味道,经营者都会设置不同的主题,如亲海、浪漫、简约等,能满足青

年人追求格调的小心思。”旅行爱好者小妮子透露,家庭旅馆的价格集中在100元至400元之间,比较符合青年人的消费能力,特色明显,再加之在线旅游的快速发展,很多家庭旅馆都线上销售,也符合青年人的消费习惯,自然受欢迎。在“候鸟”老人张阿姨看来,家庭旅馆更像是她的第二个家。

由于无法忍受北方的寒冷天气,又不愿异地购房,张阿姨在子女的支持下,干脆在三亚选择一家家庭旅馆进行4个月的居住。类似张阿姨这样的“候鸟”群体在三亚并不鲜见,三亚很多的家庭旅馆也从中嗅到商机,提供集住宿、看护、旅游等为一体的短租服务,撬动“银发市场”。

## 打造个性化的“三亚人家”

“只有融入环境,体现人性化,才能更好的让游客参与,进而获得情感上的满足,突显家庭化的营销主题。家庭化、人性化、参与性,三者相辅相成,互为补充,共同组成了一个系统的家庭旅馆营销理念。”业内人士表示,家庭旅馆市场大有可为,家庭氛围是家庭旅馆与旅游饭店相比最大的优势所在。经营者可通过有形、无形的细节运用,塑造家庭的氛围,使

客人得到“家外之家”的情感体验。面对家庭旅馆广阔的市场空间,三亚也积极引导该业态的健康发展,致力于推动家庭旅馆突出家庭味、乡土味、人情味,并利用天然的资源,配合当地的文化特色,以提供住宿和餐饮服务,让住宿游客能充分享受悠闲的情趣,突出“家”的感觉,打造不同于社会旅馆和旅游饭店的特色,为八方来客打造个性化的“三亚人家”。

“我们重视引导家庭旅馆业健康发展,推动有能力、有特色的家庭旅馆平稳发展,远方系列备受游客好评,为三亚家庭旅馆的发展做出了有益的尝试。目前,我们已经制定三亚市家庭旅馆发展规划,从安全、规划等方面对其进行引导。”三亚市旅游委有关负责人说。目前,三亚已提出家庭旅馆业“一心一带三区六镇”空间布局。在类型

结构方面,致力于打造国家海岸、阳光海岸、现代黎家、传统黎家、浪漫海角、历史文化等不同特色。如市区从三亚市区现有的南方特色骑楼和南洋风格建筑中提取独特符号,配合鹿城形象,打造活力休闲意境。海棠区深化海棠传说、海棠花等本土元素,发展乡野公寓模式,打造浪漫高雅的地中海风格建筑。吉阳区以生态绿色为主色调,打造崇尚自然的清新意境。

### 热点聚焦

家庭旅馆是鹿城最具活力、最富特色、最有吸引力的旅游要素之一,已成为三亚旅游住宿业不可缺少组成部分。随着私人消费和个性化消费的兴起,各具特色的家庭旅馆让不同消费层次、消费偏好的游客,在鹿城找到了心仪的“家”。

■ 本报记者 黄媛艳



游客在家庭旅馆享受休闲时光。本报记者 武威摄



三亚一家庭旅馆的房间。本报记者 武威摄

## 推出包价优惠套餐、提供养生贴心服务

# 酒店抢占银发“酒窝族”市场

■ 本报记者 符文润

“在这里我们每天什么都不用管,醒了就去锻炼,到点就去餐厅用餐,下午再去泡泡温泉,真是舒服得很呢!”1月11日,在位于琼海嘉积镇的一家度假酒店内,来自哈尔滨的67岁老人杨国忠在吃过早餐后,挎上相机准备和老伴一同出门“扫美景”。

如今,每到入冬,海南这座温暖的岛屿就开始陆续迎来众多到此过冬的北方“候鸟”老人。现在,和大多数在此买房或者租房的“候鸟”老人不同,很多有经济能力的老人选择住进了当地的酒店,当起了银发“酒窝族”。

作为冬季一部分重要的客源,这些银发“酒窝族”已经成为各家酒店抢占的对象。很多酒店也纷纷行动起来,推出包价优惠套餐,希望能够在市场中分得一杯羹。



候鸟老人们聚在一起练习瑜伽。本报记者 张杰摄

### 酒店贴心服务 让老人过冬更无忧

来自黑龙江70岁的王阿姨已经连续当了5年“候鸟”,对海南的好环境赞不绝口,“在这里住久一点人肯定会长寿。”“今年我们酒店入住的‘候鸟’老人尤其多,入住的‘候鸟’老人人数最多的时候占了我们酒店入住客人总数的60%。这也和政府在对外营销中宣传海南‘长寿岛’品牌很有关系。”万宁兴隆一家酒店的有关负责人告诉《旅游周刊》记者,不少第一次到海南过冬的游

客都是冲着“长寿岛”来的。而这些选择入住酒店过冬的老人们,则是看中了酒店能够提供的系列优质服务。“对于那些不能陪伴老人来海南过冬的子女来说,让父母住进酒店更让他们放心。一方面老人们在酒店不用为家务事操心,另一方面万一有意外酒店也能及时提供救助。”三亚一家度假酒店的有关负责人说。

“酒店的工作人员对我们服务十分细心,他们很关心我们的身体。我们在酒店什么都不用担心,不用买菜做饭不用打扫卫生。我儿子对我说,我只要每天负责开开心心地玩就好了。”73岁的

### 为老人提供 系列康体娱乐设施

“我们年年都来这里过冬。这家酒店不但有好多温泉池,还有供我们娱乐和锻炼的棋牌室、户外健身器材、阅览室、小型歌舞厅等,我们每天的活动可丰富了。”65岁的杨元印老人对自

己所住的万宁兴隆太阳岛度假酒店十分满意,这也是他为什么选择第三年住进这家酒店过冬。

在琼海一家温泉度假酒店,每年大批到此的“候鸟”老人也成为这个季节酒店主要的客源之一。为了方便老人们居住,酒店不但对其内部环境进行了逐步的改进,还设置了康复疗养院、音乐厅、体育馆等系列活动,为来到这里过冬的老人们提供了周到的疗养条件。

“老人们喜欢热闹,也注重锻炼,我们为他们提供锻炼的场地,也吸引了周边的很多‘候鸟’老人,他们很快就组成了一个团体,大家在一起锻炼

很开心。”三亚某酒店负责人表示,除了酒店内部提供足疗、中医按摩等养生保健的服务外,还会为老人们提供户外锻炼的场地。

### 组织各种活动 丰富老人生活

“酒店除了要对内部环境和设施进行相应的调整外,还针对老人推出相关的餐饮、养生服务,举办丰富多彩的老年人活动来吸引更多的客源。”在琼州学院教授黄丽华看来,酒店要想抢占商机,为到此过冬的“候鸟”老人提供周全细致的服务也十分重要。

在琼海某温泉度假酒店里,就设立了老年大学。这所老年大学共有摄影、英语、书法、台球、门球、太极拳等11个兴趣协会,并经常组织英语沙龙、健康养生讲座、文艺汇演等活动,让来这里度假的老人们老有所乐。

“我们针对住店的老年人推出了相关的养生产品,并推出了系列养生套餐。这些套餐都是采用本地新鲜的农家食材,并请营养师进行搭配。”三亚湘投银泰酒店有关负责人介绍。

除了加强自身的设施和服务的提升,很多酒店也开始注重针对这个客户群体的营销。“我们这几年加强了和外地团社的对接,面向这些老人直接进行宣传。”万宁某度假酒店负责人告诉《旅游周刊》记者,这样的营销取得了不错的效果,每年都会为酒店引来不少到此过冬的老人。

制图 石梁均