

2014 旅行社——

散客时代到来

2013年的一部《旅游法》让旅游行业经历了一场变革，旅行社自身的经营模式以及相关从业人员的薪酬机制发生了改变。对“零负团费”操作模式坚定不移地取缔，使跟团游团费价格普遍上涨；随着游客旅游经验的丰富和网上预订业务的普及，“自由行”人数比例进一步升高。2014年的自由行的发展令人期待。

猜想 1——出境游持续高温不退

■缘由：《2013中国旅游业发展报告》显示，2012年，我国首次成为全球最大的出境旅游消费国，国际旅游支出高达1020亿美元，约占全球出境游消费总额的9.5%。数据表明，2013年中国公民出境旅游人数首次超过9000万人次，目前这一数字仍呈上升趋势。

纵观全球，为吸引购买力旺盛的中国旅游者，现已有多个国家和地区逐渐抛出“放宽对华签证”系列措施，形式涉及延长签证时间、提高签发率、缩短办理时间、减少签证费用、提供多次往返签证、简化签证手续、在材料提供方面降低要求等。最近签署的中国与巴哈马、委内瑞拉的免签协议，增加了中国“免签”国家数量。政策绕开繁琐的签证手续，极大地刺激了自由行出境旅游者的出游热情。

猜想 2——半自由行成出游新趋势

■缘由：半自由行是一种将自由行和松散的固定行程相结合的旅游方式，不少半自由行产品是在自由行提供的“机票+酒店”套餐基础上，为游客安排景点导览行程。游客可以在行程中的部分时间由地陪人员带领，去旅行社推荐的景点游玩，行程中仍会保留充裕的自由时间。

面对后《旅游法》时代市场需求的改变，旅行社推陈出新，将自由行和跟团游的优势充分结合。捷达假期筹划将自由行和当地一日游结合，在此类产品中旅行社负责酒店机票等服务，境外供应商提供更加灵活的当地一日游产品。

■猜想：半自由行不仅省去游客自己

猜想 3——泰国领衔最热出境目的地

■缘由：据统计，泰国目前是除了中国港澳之外，我国公民第一大出境目的地。国家旅游局数据表明，去年我国公民赴泰国旅游人数呈逾100%的激增状态，1~11月赴泰国旅游的中国内地游客达441万，远超2012年的278万。日前中国外交部透露，与泰国的免签协议有望签字达成。免签证利好将进一步刺激赴泰旅游，特别有利于自由度大、出游频率高的休闲散客；曼谷、芭提雅、清迈等地作为自由行的当红目的地，受到自由行旅客的一致热捧。

■猜想：2014年受到免签利好的推

买门票、车票的麻烦，也改善了跟团游过程中，面对安排的“自由活动时间”无所事事的尴尬局面。中旅、国旅、康辉等旅行社都已纷纷开始在其官网和淘宝网店主推自由行或半自由行产品。2014年，半自由行会被越来越多的旅行者所选择和接受，成为旅游产品的新趋势。

■业界点评：业内人士表示，越来越多客人选择半自由行，规避团费价格波动。捷达旅游市场部经理杨维一认为，产品的选择应根据目的地的具体情况来看，像普吉岛、民丹岛等休闲目的地较适合半自由行；文化、历史景观集中的目的地比如北京，更适合跟团游。

动，赴泰游市场将加速增长，泰国有望成为最热门的出境目的地。其中普吉岛、苏梅岛等海岛以休闲度假为主，将成为自由行旅客泰国之行的不二选择。

■业界点评：国旅综合管理部总经理何声康告诉记者，中国1/3的出境游客选择东南亚为目的地，其中赴泰游客又占据50%以上。中国环境国际旅行社有限公司总裁钟晖认为，中泰互免签证一旦实现，国内赴泰产品数量将大幅增加。相对于跟团游产品，互免签证后自由行产品比例也将逐渐增大。

2014 酒店——

中端品牌崛起

2013年是中国酒店业陷入困境的一年。高端酒店遭遇“寒潮”，经济型酒店进入薄利期。对于酒店大鳄而言，中国酒店市场的发展还远远不够，更多的变革与创新将会不断呈现。

猜想 1——高端酒店欲“俯身”揽客

■缘由：2013年中国经济整体仍处于2008年以来的下滑周期，“三公”消费大幅缩水，使高端酒店进入了“寒冬”期。高端酒店难抗需求疲软、业绩大幅下滑的趋势。

通常情况下，酒店房间出租率保本线是60%，去年中国旅游饭店业协会调查显示，全国多个城市的2000多家三星级及以上星级酒店的平均出租率已经跌破了“保本线”。中国饭店业目前面临“四升一降”的难题，即劳动力成本、物业成本、原辅料成本和能源费用上升，利润空间下降。

■猜想：团购网站、普通餐饮企业频频出手让利，热衷推出“拦腰价”、“白菜价”，高端一些的星级酒店也跃跃欲试。2014年，面对中央“八项规定”、“限宴令”等政策，将会有更多的高端酒店“俯身”揽客。

经价格坚挺、不愁客源的高端酒店市场，将面临新一轮挑战。

不少团购一族表示，高端酒店的“低姿态”让人心生欢喜，有望勾起普通群体的消费热情。除了丰富、相对高品质的餐品，星级服务成了最大“卖点”。不少业内人士认为，高端酒店以中端价格抢市场，优势很大。

■业界点评：业界人士表示，高端酒店价格下调的同时，还应保持服务的品质。降低经营性成本是减少效益下滑的手段之一，对于有巨大经营压力的酒店而言，在压低售价、做旺人气、降低经营性成本、压缩采购成本的同时，不应忽略人才培训、降低服务品质，舍本逐末的经营模式极易让高端酒店陷入品牌危机。

猜想 2——酒店将“联姻”体验式购物中心

■缘由：在政策调控背景下，大量的酒店开始兴建可能导致某些城市的酒店投资过热或出现供大于求的现象。在这种情况下，酒店该选择什么样的物业进驻尤为重要。据不完全统计，我国目前已经拥有近十余万家购物中心。在商业竞争高度白热化的当下，扎堆发展的购物中心逐渐陷入同质化竞争的困境。以休闲、娱乐、餐饮、儿童教育等业态组合的体验式购物中心，在新时期下正受到各方青睐。

■猜想：随着二三线城市商业地产的升温，酒店已成为大型综合体必不可少的业态组合；酒店联姻地产，共同占据市场的开发模式，如今已全面开花。对于购物中心而言，知名酒店在聚集人气、促进商场消费方面都有积极影响。万达集团自有的酒店品牌，几乎都以万达广场为依托。未来，其他酒店集团或许也将青睐体验式购物中心。

而对于酒店的选址，凯宾斯基饭店股份有限公司中国区总裁MichaelHenssler坦言，其未来的酒店希望与体验式购物中心合作。酒店并不能只看重短期的利润回报，而要将目光放在更加长远的未来收益。“体验式购物中心不仅能满足人们的购物、娱乐、餐饮等基本需求，还能将所有的功能整合起来，最终提供全方位、一站式的服务。

猜想 3——中端酒店将成投资新宠

■缘由：去年12月底，铂涛酒店集团旗下新中端酒店品牌ZMAX正式开始进驻北京及华北市场，京津地区当天签约13家加盟商，成绩亮眼。与此同时，华住、如家、锦江等以经济型酒店起家的集团，纷纷推出中端品牌，抢食这一市场。在租金上涨、利润摊薄的情况下，经济型酒店已渐渐远离“黄金年代”。

■猜想：未来三五年，中档酒店板块的增长将高于其他板块。华住旗下中档品牌星程酒店通过对100家外资企业调查显示，其中70%以上差旅预算为300~400元人民币。浸淫市场多年的酒店大鳄们，早已看到中档酒店市场存在的巨大成长与整合空间，众多强手虎视眈眈中档酒店的盟主宝座。2014年，中端酒店将迎来爆发期，众多中端酒店品牌将在这一年中崛起。

■业界点评：中国中产阶层的人数日益增多，是酒店市场中一个庞大的理性消费人群，具有高性价比的中档酒店往往更能符合他们的需求。此外，中央倡导厉行勤俭节约、反对铺张浪费、限制“三公”消费，使更多的客源流向中端酒店。

(北商)