

# China Hotel Magazine

## 中国饭店

2019年12月刊 总241期

特辑  
ISSUE

金马传奇

CHINA GOLDEN  
HORSE AWARD  
LEGEND

# 季琦

吾心即宇宙 宇宙即吾心

JI QI

MY HEART IS THE UNIVERSE

社交型酒店  
“城市客厅”新属性

SOCIAL HOTELS NEW CHARACTERISTIC OF  
URBAN LIVING ROOM

得年轻人得天下

ALL DEPENDS ON THE YOUNG



扫我吧!  
中国文旅首席新媒体





20<sup>th</sup> GOLDEN HORSE  
AWARDS  
OF CHINA



# 第二十届中国文旅全球论坛

THE 20<sup>th</sup> CHINA CULTURAL TOURISM GLOBAL FORUM

2020年3月26-28日 中国·广州

最新动态请留意组委会官方网站:

[WWW.CHF163.COM](http://WWW.CHF163.COM)

## 主要活动:

- 第二十届中国文旅全球论坛
- 2020中国酒店供给侧交易会（春季）
- 第二十届中国金马奖盛典
- 世界酒店设计论坛 2020年会
- 全联房地产商会高尔夫俱乐部 2019-2020年度总决赛
- 2020魅力中国·名流绘宴

中国金马奖源自中国优秀旅游城市标志“马踏飞燕”，由原国家商业部部长、原国家旅游局局长刘毅先生倡导发起创办，象征行业先导，是全球酒店及旅游业至高荣誉之一，行业发展的风向标，经过连续二十年的塑造和传播，已经在亚太地区乃至全球享誉盛名，拥有广泛知名度和美誉度，被媒体喻为大文旅产业的“奥斯卡”颁奖盛典，获奖企业被业界公认为行业的丰碑，获奖者被业界公认为行业的标杆。

## 组委会秘书处

贵宾专线：020-89899000

电子邮箱：[chf@chf163.com](mailto:chf@chf163.com)

## 大咖说，参加 CTGF 论坛，能收获什么？

Pioneers' opinions: Values of CTGF

- 聆听顶级大佬的观点和洞见，开阔眼界和思路，汲取最丰盛的营养；
- 了解行业最新趋势、把握市场最新动态，因势而动，顺势而为；
- 探索领悟地产、旅游、酒店及餐饮业成功经验。

(注：以下为摘录要点。)

Listen to perspectives and observations from first-notch experts to broaden your horizon and thoughts, and to absorb the richest essence;  
Keep pace with the latest trend of the industry and market to update by trends;  
Probe into cultural tourism, hospitality and catering industry globally and learn successful experience.



### 张力

富力集团董事长、总裁  
全联房地产商会会长

Zhang Li  
President and Chairman of R&F Properties  
President of CRECC

“合作共赢、互惠互利是如今时代的主流，也是参加论坛后最深的感受。每年，来自五湖四海的地产、酒店及旅游业各路领军人物，总不会忘记共赴年度盛会，共叙友情，分享商机，促进合作。小合作要放下态度，彼此尊重；大合作要放下利益，彼此平衡；一辈子的合作要放下分歧，彼此成就。”

“Win-win cooperation and mutual benefit are the contemporary mainstream and the deepest feeling after participating in the Forum. Every year, leading figures from real estate, hotels and cultural tourism will go to the annual forum to share friendship, share business opportunities and cooperation.”



### 孙宏斌

融创中国控股有限公司董事会主席  
Sun Hongbin  
Chairman of Sunac China Holdings Limited

“企业家精神就是要承担风险，因为风险和机遇是共存的。关注出现的问题，坦然对待，互相合作，通过平台沟通去厚道地与人相处。”

“Entrepreneurship is undertaking risks because of the coexistence of risks and opportunities. We need to concern on the problems, treat each other frankly, cooperate with others, and communicate with others through the platform.”



### 郭广昌

复星国际董事长  
Guo Guangchang  
Chairman of Fosun

“打造产品力需要加强和客户之间的直接互动，通过对商业流程的改造，更好的响应客户需求。我们可以利用自身对产业的理解和平台的深厚积累，把企业变好，赢得更多消费者。”

“Building a product force requires strengthening direct interaction with customers and better responding to client needs through the transformation of business processes. We can use our own understanding of the industry and the deep accumulation of the platform to develop better.”





### 吕志和

嘉华集团主席  
香港酒店业主联合会主席  
Lui Che Woo  
Chairman of Jiahua Group  
Chairman of the Federation of Hong Kong Hotel Owners

“酒店品牌之路，任重而道远，望与各位业界精英及专家一并努力耕耘！中国文旅全球论坛集结了行业思想精粹，为与会者带来一场高品质的思想盛宴，搭建了一个很好的学习交流平台。”

“The establishment of hotel brand shoulders a heavy responsibility and a long course. We are in the hope of making efforts with elites and experts in this industry. With the constellation of wisdom, China Cultural Tourism Global Forum brings attendees a high-quality ideological feast, and also establishes an excellent platform for learning and communication.”



### 苏安励

万豪国际集团总裁兼首席执行官  
Arne Sorenson  
President & CEO of Marriott International, Inc.

“感谢该盛会，让全球各路领军人物，为了行业的发展，更为了拉近世界彼此的距离这个共同目标，齐聚一堂，共襄盛举。国际旅游业正以惊人的速度向前发展，我们需要传递积极的情绪给游客，尽享旅游发展带来的红利。”

“Thanks to the Forum, the leading figures around the world have gathered together for the development of the industry and the common goal of bringing the world closer to each other. We need to convey positive emotions to tourists and enjoy the dividends brought by tourism development.”



### 柏思远

洲际酒店集团全球首席执行官  
Keith Barr  
CEO of InterContinental Hotels Group

“文旅全球论坛为行业同仁切磋交流创造了极佳的平台。中国旅游业有着惊人的发展。相信未来中国市场的机遇和潜力，能打造出更多成功的品牌系列。”

“The Cultural Tourism Global Forum has created an excellent platform to exchange ideas. China's tourism industry has an amazing development. I believe that the opportunities and potential of the Chinese market will create more successful brand series in the future.”





### 于德励

凯悦酒店集团亚太区总裁  
David Udell  
CEO of Hyatt Hotels, Asia Pacific Region

“随着‘一带一路’倡议如火如荼地推进，文旅全球论坛一如既往，持续不断为文旅及酒店业献计献策，助推发展。这是一个为国内外宾客带来全新而富有创意体验的机会。”

“With the implementation of The Belt and Road policy, the Cultural Tourism Global Forum continues to contribute to the development of the Cultural tourism and the hospitality industry. This is an opportunity to bring new and creative experiences to domestic and foreign guests.”



### 张建明

明宇实业集团有限公司董事长  
Zhang Jianming  
Board Chairman of Minyoun Industrial Group Corporation Limited

“明宇集团作为民族酒店品牌的代表，通过持续创新与恒久坚持，让中国人的酒店品牌走出国门。望能与中国饭店金马奖一道，让民族品牌屹立于世界品牌之林。”

“As the representative of China's national brands, Minyoun has promoted the internationalization of China brand through consistent innovation and perseverance. We hope to exchange information with others and make contributions to the establishment of national brands in the world.”



### 宁奇峰

万达商业管理集团股份有限公司首席副总裁  
万达酒店及度假村总裁  
Jeff Ning  
Chief Vice President of Wanda Commercial Management Group Co., Ltd.  
President of Wanda Hotels & Resorts

“怎么去满足需求，有各种不同的方式。应该拥有开放的心态和开放的思路，在与他人的合作交流中，才能看清自己的资源所在，达到健康合理的需求满足。”

“Various methods can be used for satisfying different needs. It is necessary to have an open attitude and mind in the communication with others for realizing what you have to satisfy the demands reasonably and healthily.”





### 王建平

君澜酒店集团总裁  
Wang Jianping  
Chairman of Narada Hotel Group

“饭店人要有“永攀高峰”“拨云见日”的精神和勇于攀登行业的高度，只要你站的足够高，便会遇见美丽的风景。”

“Pioneers and strivers in the Hospitality Industry must have the courage to fight and arrive the higher peak. As long as you stand high enough, you would meet the amazing view.”



### 郑南雁

铂涛集团创始人  
Alex Zheng  
Founder of Plateno Group

“大家来自不同背景的公司，不同的地域，有着不同的工作或创业经历，交流不同的看法，这是一种充满新鲜感的学习过程。灵感与创意的火花往往在此碰撞。”

“From different regions and companies, with diverse experiences and career backgrounds, we gather here to exchange different opinions, which is a meaningful learning process. It arouses sparkles of inspiration and creativity.”



### 程新华

东呈国际集团创始人  
董事长兼 CEO  
Allan Cheng  
Founder, Chairman & CEO of Dossen International Group

“酒店品牌要有自身的主力品牌领域，也要通过交流知晓其它细分市场，更好地立足于个性化市场。”

“The hotel brand needs to focus on the area of which you are good at and to realize about other niche markets to have a better development in personalized market.”



## 大师作，金马传奇

Master's Work, Golden Horse Award Legend

- 摘得全球酒店及旅游业至高荣誉，享誉中外；
- 聚焦上百家国内外媒体的镁光灯，蜚声国际；
- 振奋团队士气，吸引更多优秀人才和资源汇聚。

Gaining the highest honor of China's Cultural Tourism Industry as well as good reputation across the nation;  
Becoming the focus of hundreds of media both at home and abroad;  
Encouraging the team and attracting more talents and resources.



### 汤姆士·普利兹克

凯悦酒店集团创始人  
Thomas J. Pritzker  
Founder of Hyatt Hotels Corporation

“世界酒店业的发展离不开中国酒店业及其市场这一中坚力量，我们建筑和管理的不只是酒店，还有未来，谈未来的酒店业发展不能不谈中国，就如我们也关注中国金马奖。”

“Chinese hotel market is an important part of the worldwide market. We see great value and opportunity in the Chinese market and we trust and focus on the China Golden Horse Award.”

凯悦 Hyatt 酒店集团，总部位于芝加哥，是一家世界知名的酒店集团，秉承着关爱每一个人以让他们发挥最大潜力的服务理念，目前在全球 56 个国家拥有 13 个品牌 700 多家酒店。

Hyatt Hotels Corporation is a world-famous hotel group, headquartered in Chicago, with more than 13 hotel brands and 700 hotels in 56 countries, and they follow the principle that love can stimulate the potential of employees.

### 凯悦

获第十八届中国金马奖  
“十佳国际酒店管理公司”

Hyatt Hotels Corporation  
Won The 18<sup>th</sup> China Golden Horse Award  
Top 10 International Management Company



### 周卓瓴

洲际酒店集团大中华区首席执行官  
Jolyon Bulley  
Chief Executive Officer of IHG Greater China

“品牌的塑造不是一蹴而就的，坚持品牌背后传递的服务承诺，任重道远。中国金马奖本身是非常不错的品牌，也是一个很好的产业品牌孵化平台。”

“The mission of transmitting the promise of services behind the brand has a long way to go. The China Golden Horse Award itself is a fairly good brand and a platform for breeding the new brands.”

洲际在全世界近 100 个国家和地区拥有超过 5,200 家酒店，780,000 间客房。上亿注册客人享受全球最具价值的客户忠诚计划之一——IHG® REWARDS CLUB 优悦会计划。

There are more than 5,200 hotels and 780,000 guest rooms in nearly 100 countries and regions in InterContinental Hotels Group. And a hundred million registered guests enjoy the treatment of one of the most valuable customer loyalty programs in the world - IHG® REWARDS CLUB.

### 洲际

获第十八届中国金马奖  
“十佳国际酒店管理公司”

InterContinental Hotels Group  
Won The 18<sup>th</sup> Golden Horse Award  
Top 10 International Hotel Management Company



### 塞巴斯蒂安·巴赞

法国雅高集团主席兼首席执行官  
Sebastian Bazin  
President & CEO of Accor Hotels Group

“中国金马奖，是挑战，更是认可，它指引着我们向更远、更先进、更优秀、更有挑战的目标迈进。”

“China Golden Horse Award is a platform of presenting the innovation of Chinese service to the world.”

雅高酒店集团是国际领先的旅游及时尚生活集团，并通过数字化创新在全球 4,300 多家酒店、度假酒店和住宅以及 10,000 余家优质私人住宅中提供独一无二的体验。雅高酒店集团拥有酒店投资和酒店运营的双重专业经验，足迹遍布全球 100 多个国家。

Accor Hotels Group is a leading International tourism and fashion group, with the application of digital innovation in more than 4300 hotels and resorts as well as over 10,000 high-quality private houses, Accor Hotels Group offers the most unique experience for guests. With professional experience on hotel investment and hotel operations, AccorHotels Group have global footprints in more than 100 countries.

### 雅高

获第十八届中国金马奖  
“十佳国际酒店管理公司”

Accor Hotels Group  
Won The 18<sup>th</sup> China Golden Horse Award  
Top 10 International Hotel Management Company



### 张辉

中国金茂控股集团高级副总裁  
Zhang Hui  
President of China Jinmao Group Co., Ltd

“站在风口，瞄准时机，顺势起舞。中国金马奖是一个向世界展示‘中国服务’的创新与理想的舞台。”

“China Golden Horse Award is a platform of presenting the innovation of Chinese service to the world.”

2016年8月28日，由金茂自营的丽江金茂古镇精品客栈在圣洁的雪山脚下开业迎客，标志着中国金茂控股集团“轻资产”元年的开启。作为中国知名的高档商业不动产运营商，金茂通过专业化的“精益运营”，已经形成了一批资产质量优良、现金流回报稳定的酒店资产组合。近年金茂成功布局华中地区，并成为与万豪、凯悦、希尔顿等国际知名酒店集团合作最多的业主之一，品牌价值逐年攀升。

Lijiang Jinmao Valley boutique hotel opened up on August 28, 2016, located at the foot of the Yulong Snow Mountain, which also symbolized the beginning of the first year of “light assets” of China Jin Mao Group Co., Ltd. As a well-known high-end commercial real estate operator, Jin Mao starts with a professional lean operation” with the purpose of forming a group of hotel assets with good quality and stable return. In recent years, Jinmao has been successfully deployed in Central China, and has become one of the most cooperative owners with Marriott, Hyatt, Hilton and other international renowned hotel groups, and its brand value of the enterprise has risen year by year.

#### 金茂集团旗下丽江金茂君悦酒店

获第十七届中国金马奖  
“最佳旅游度假酒店”

Grand Hyatt Lijiang of China Jinmao  
Won The 17<sup>th</sup> China Golden Horse Award The Best Resort Hotel



### 钱进

希尔顿酒店集团大中华区及蒙古总裁  
Qian Jin  
Area President of Hilton Great China&Mongolia

“中国金马奖自创办至今，见证了众多酒店品牌的成长与腾飞。希望未来，能有更多的酒店品牌能在这个平台上实现从平凡到不凡的转身。”

“Sine its foundation, the Golden Horse Award has witnessed the development of many hotel brands. We are in hope that more hotel enterprises can leap form the ordinary to the extraordinary in this platform.”

希尔顿国际酒店集团为总部设于英国的希尔顿集团公司旗下分支。希尔顿国际酒店集团以“微笑服务”为理念，以打造“宾至如归”的奢华舒适体验为目标，经营管理着遍及90个国家和地区的近5,000家酒店，10多品牌。

Hilton International is part of the UK-based Hilton Group. With the concept of “smile service”, Hilton International Hotel Group aims to create a “comfortable and attentive” luxury experience, managing nearly 5,000 hotels and more than 10 brands in 90 countries and regions.

#### 希尔顿

获第十八届中国金马奖  
“十佳国际酒店管理公司”

Hilton Hotels Corporation  
Won The 18<sup>th</sup> China Golden Award Top 10 International Management Company





### 肖徐哲

保利商业地产投资管理有限公司董事长  
保利酒店管理有限公司董事长  
保利公寓管理有限公司董事长

Nathan Xiao

President of Poly Commercial Real Estate Investment & Management Co., Ltd.  
President of Poly Hotel Management Co., Ltd.  
President of Poly Apartment Management Co., Ltd.

“品牌、运营商和开发商是一个双向甚至三向的选择。品牌固然重要，但购物中心的营运更加重要，营运和品牌结合才能给一个项目带来更好的发展。”

“The Brands, operators and real estate developers form the tripartite promoting. The Brand is indeed important; however, the operating of shopping malls matters more. The good combination of operating and brands will truly support a project.”

中国保利集团公司（简称保利集团）是国务院国有资产监督管理委员会监管的大型国有中央企业。公司是中国最大的军火进出口集团公司，兼营房地产、文化艺术经营、和矿产资源投资开发等其他业务。2018年时，保利集团资产总额已突破10000亿元。2019年上半年，净利润104亿元，比上年同期增长59%，并在世界500强排行榜中攀至第242位。

China Poly Group Corporation is a large state owned Chinese business group among 102 central state owned enterprises under the supervision of State-owned Assets Supervision and Administration Commission of the State Council. It is the China's largest arms import and export group, and also engages in other businesses such as real estate, cultural and art management, and mineral resources investment and development. The company's total assets were more than 1 trillion yuan in 2018. In the first half of 2019, the net profit reached 10.4 billion yuan, an increase of 59% over the same period of last year, and climbed to the 242nd place in the list of the world's top 500.

获第十九届中国金马奖

“改革开放四十年大文旅产业功勋人物奖”

“全球酒店及旅游业影响力人物”

The 19th Golden Horse Award

Pioneering Figure of 40-year Reform and Opening Up in Cultural Tourism Industry/ Influential Figure of Global Hospitality and Tourism Industry



### 伍沾德

美心集团荣誉主席

James T. Wu

Honorary Chairman of Maxim's Caterers Limited

“中国金马奖，成就并见证了大批中国酒店及餐饮品牌从成功迈向卓越。”

“China Golden Horse Award has witnessed a brunch of Chinese hotels and catering groups growing from zero to hero.”

香港美心集团为香港最大之饮食集团，总部位于香港中区置地广场告罗士打大厦。于香港经营中菜、西菜、日菜、东南亚菜、快餐、西饼、星巴克咖啡店、东海堂，以及提供为多间本地工商、教育等机构及医院提供机构餐饮服务。该公司由祖籍广东台山商人兄弟伍舜德及伍沾德创立于1956年。美心的宗旨是成为“三益公司”，“三益”是指对雇员、顾客及雇主三方均受益。

Hong Kong Maxim's Group is Hong Kong's largest food & beverage company, headquartered in the Central District of Gloucester Tower in Hongkong landmark. With the business scope of Chinese dishes, Western dishes, Japanese dishes, Southeast Asian dishes, fast food, bakery cakes, Starbucks Coffee, Arome Cake Shop, as well as providing catering services for a number of local industrial and commercial, educational and other institutions and hospitals.

### 香港美心集团

获第十七届中国金马奖

“中国十大餐饮品牌”

Maxim's Caterers Limited

Won The 17th China Golden Horse Award

Top 10 Famous Catering Management Companies of China



### 董振祥

北京大董餐饮投资有限责任公司董事长

Dong Zhenxiang

Board Chairman of Beijing Da Dong Catering Investment Co., Ltd.

“中国金马奖是表彰行业先进，推广企业知名度的优秀平台，获得金马奖，是对大董团队的认可和鼓励。”

“The China Hotel Golden Horse Awards is an excellent platform to commend outstanding enterprises and promote brand popularity. It represents the recognition and encouragement for the working team of Da Dong Group.”

北京大董烤鸭店成立于1985年4月28日，在餐饮行业中一贯注重顾客的消费体验，重视消费者的价值实现。不断创新，并以大董“酥不腻”烤鸭的低脂少油引领了健康消费的新时尚！近年，由董振祥先生领衔打造的“中国意境菜”更是蜚声中外。

Beijing Da Dong Roast Duck restaurant was established in April 28, 1985, and devote continuously to advance the consumption experience more sentimentally. From constantly innovating, it leads the healthy, stylish consumption trend by the new dishes, with a crisp and greasy taste and low calorie. In recent years, "Chinese artistic conception dish" has become famous both at home and abroad, led by Mr. Dong Zhenxiang.

### 大董餐饮投资有限公司

获第十七届中国金马奖

“中国十佳餐饮管理公司”

DaDong Food & Beverage Investment Co., Ltd.

Won The 17th China Hotel Golden Horse Award

Top 10 International Hotel Management Company





### 钱建农

复星集团全球合伙人  
复星旅游及文化集团董事长兼首席执行官  
Jim Qian  
Global Partner of Fosun Group  
CEO & President of Fosun Tourism Group

“金马奖见证中国酒店业发展腾飞，走向世界舞台，复星愿与金马奖共同成长，推动中国文旅产业的巨轮前行。”

“China Hotel Golden Horse Award has witnessed the development of china's hospitality, and Fosun Group is willing to grow up with China Hotel Golden Horse Award in order to keep the industry of China culture and tourism moving forward.”

复星创建于1992年。作为一家致力于成为全球领先的专注于中国动力的投资集团，复星先后投资复星医药、复地、复星旅文、豫园、建龙集团、南钢联、招金矿业、海南矿业、永安保险、分众传媒、Club Med、Folli Follie、复星保德信人寿等。

Fosun was founded in 1992. Dedicating time to become a world's leading investment group focused on China energy, and has invested Fosun medicine, Forte, Fuliday, JianLong group, NanJing steel, ZhaoJin Mining, Hainan mining, Yong An Insurance, Focus Media, Club Med, Folli Follie, and Pramerica FoSun.

获第十八届中国金马奖  
“全球文旅及酒店业影响力人物”  
The 18<sup>th</sup> Golden Horse Award  
Influential Figure of Global Cultural Tourism and Hotel Industry

汇聚成长力量



### 张敏

华住酒店集团执行副董事长  
Jenny Zhang  
Executive Vice President of Huazhu Hotels Group

“品牌是企业之本。中国金马奖在业界享有不容置疑的权威性和影响力，提升了一批匠心品牌的美誉度，为推动中国品牌走向世界做出了非凡贡献。”

“Brand building is the foundation of enterprise. China Hotel Golden Horse Awards enjoy its unquestioned authority and influence in the hospitality industry, which reflects on advancing a number of brands' reputation, and is also a stage for introduce the china's brand to the world.”

华住酒店集团，是国内第一家多品牌的连锁酒店管理集团，在中国360多个城市里已经拥有3,000多家酒店和60,000多名员工。目前，华住位列《Hotels》公布的全球酒店集团排名第9位，旗下汉庭酒店连续五年荣登BrandZ最具价值中国品牌100强。

Huazhu Hotels Group is the first multi brand chain hotel management group in China. It has more than 3000 hotels and more than 60000 employees in more than 360 cities in china. At present, Huazhu Hotels Group occupies the top 10 of the global hotel group released by "Hotels", and the China Lodging Group managed by Huazhu Hotels group has ranked the top 100 most valuable Chinese brands in BrandZ for five successive years.

获第十七届中国金马奖  
“中国酒店业年度十大影响人物”  
Won The 17<sup>th</sup> China Golden Horse Award  
Top Ten Influential Figures of China's Hospitality Industry

华住酒店集团  
成就美好生活



### 杨贯一

世界御厨  
Yang Guanyi  
Celebrity Chef

付出努力，总希望获得回报，辛劳的中国饭店人需要掌声与鼓励，中国金马奖一生的荣耀与梦想！

“Hoteliers need applause. The China Golden Horse Award carries the dreams and honor of Chinese hoteliers.”

杨贯一，男，汉族，1932年生，祖籍广东中山，现居香港，国家级烹饪大师，中国烹饪一代宗师，鲍鱼之王，中华金厨，曾获世界C.C.C.金章、法国厨艺大师最高荣誉白金奖、美国厨艺界最高荣誉五星钻石奖、餐饮业终身成就奖等尊贵荣誉，香港富临饭店创办人，世界御厨，世界御厨协会亚太区副总裁，欧洲名厨联盟亚洲区荣誉会长，国际著名烹饪大师，世界御厨杨贯一大师基金创始人。

Yang Guanyi, male, Han nationality, born in 1932, a native of Zhongshan, Guangdong, now living in Hong Kong, national treasure class master, Chinese cooking master, was well known as Abalone King, Chinese gold kitchen, won the world CCC gold chapter, French culinary master highest honor Platinum Award, the United States culinary industry's highest honor five-star diamond award, the restaurant industry lifetime achievement award honorable honor.

获第十七届中国金马奖  
“推动行业发展功勋人物奖”  
Won The 17<sup>th</sup> China Golden Horse Award  
Pioneering Figure in Catering Industry



### 洗 锋

中商集团（亚洲）投资有限公司 CEO  
Xian Feng  
CEO of China Commercial Group (Asia) Investment Co., Ltd.

#### 主要社会及行业任职:

教育部工商管理类学科教学指导委员会特邀委员  
中国商业联合会专家委员会委员  
中国社会科学院旅游研究中心研究员  
北京大学中国职业研究所特约研究员  
中山大学校友总会高尔夫俱乐部创会理事长  
亚太酒店协会执行会长  
中国饭店业名人俱乐部主席  
全联房地产商会酒店投资分会执行会长  
全联房地产商会高尔夫俱乐部执行主席

#### 参与投资:

联合国可持续发展文化旅游影响力投资基金  
(SDG 文旅基金) 主要发起人、董事  
中商（广州）投资有限公司执行董事  
全商联（深圳）资产管理有限公司执行董事  
全商联（广州）产业链管理有限公司执行董事  
中国饭店管理有限公司董事长  
中国饭店杂志社出版人、社长  
悦旅新媒体出品人  
广州国悦文化传播有限公司董事长  
广州半岛酒家饮食有限公司股东

## BUILDING A LANDSCAPE OF CULTURAL TOURISM INDUSTRY BY TECHNOLOGICAL NEW POWER AND HIGH-QUALITY DEVELOPMENT

### 科技新动能，发展高质量，共筑文旅新生态！

近十年来，我国旅游业一直保持着稳定、高速的发展态势，旅游收入逐年递增。同时，“炒房热”、“投资热”也烘焙着我国房地产业持续升温。

今年，中央在多次重要会议上强调“房住不炒”和“不将房地产作为短期刺激经济的手段”，调控力度加大，金融监管收紧，从中央到地方、从需求管理到供给管理体现出了高度的政策协同。

日前，“全联房地产商会 2019 年会”、“2019 中国旅游集团发展论坛”在北京召开，分别从数字化新趋势、文旅融合、城市更新、康养产业等几个维度展开深度探讨，与会者认为过去十年是住宅地产的“黄金十年”，未来十年将是文旅产业的“黄金十年”，与会代表形成了“科技是旅游集团成长和产业升级的第一推动力”的理念共识。

在“地产”与“文旅”的融合、迭代拐点，受城镇化率提高、市场需求转变等多种因素的驱动，两个行业的交融与合作更加紧密。一时间，旅游地产投资成为了众实力地产开发商、文旅项目投资商的热点话题。

“旅游地产投资热”形成多方蓄力的向荣之态。

从政策方面看，积极的财政政策以及政府对相关旅游项目的支持为投资热高升提供了重要动力。

此外，良好的经济态势为投资热奠定了经济基础：宏观经济平稳向好，因而稳定着人均可支配收入不断增长，激活消费者的旅游热情和消费需求，消费者的休闲度假需求正在持续上升；同时，旅游热的高涨也使得居民们将更多的时间投向旅游，中国旅游研究院发布的《中国国民休闲发展报告（2019）》指出，调查中，30%的受访者利用闲暇时间旅游，旅游已成为城乡居民闲暇时间的重要选择之一。

政策与经济的后备动力让旅游地产投资生机勃勃，也让“旅游”+“地产”模式呈现出繁荣、蓬勃的增长。旅游业为地产的发展注入源源不断的高人气，而地产则为旅游业提供资本，双方融合发展，互促共赢。与此同时，文旅项目的利好也辐射、带动着相关联动产业迅猛发展，提升区域生态环境的质量和水平。

在此基础上，旅游地产投资的发展需要正确的投资定位与规划方向。

目前，差异化、个性化的市场需求要求我们更加注重旅游地产的文化内涵、度假内容等元素，与珍贵的自然旅游资源相结合，打造高质量的旅游产品。例如创意在线、内容上佳的特色小镇、全域旅游等优秀项目，将旅游资源得到充分的利用和增值。


另外，随着高新技术的发展，旅游产品正经历着新一轮的迭代升级。目前，已有多个景区引入 5G 技术，与 AI、VR 等技术相结合，推动智慧旅游、全域旅游的崭新局面。

未来，聚力多方资源和动力的大文旅业将持续爆发活力，科技新动能，发展高质量，共筑新生态，迎来美好前景。

Increasing developments in the tourism and real estate industries, urbanization rates and market changes have fastened the connections between the two industries.

It is helped by varies of powers. First is the policy support. Second are the good economic environment and the rising traveling demand coming behind. Third is the two-way boosting of the two industries – tourism products can bring with high popularity and flows while real estate owners provide the capital in need.

Now, the tourism real estate industry needs proper future plans and better developments based on such a good foundation. The fist one is from the market, which requires product diversity and new blood. Moreover, new techniques will boost the Smart Tourism and all-for-one tourism updating.

We believe a bright future of cultural tourism is waiting. 

# FUTURE TREND: THE INTEGRATION OF TOURISM AND OTHER INDUSTRIES

## 旅游与产业的融合一定是未来的趋势

中国经济未来非常大的亮点就在于动能的转换或结构性调整。结构性调整分两块，其中之一是行业之间的结构性调整。这几年，各个行业都在飞速发展，无论是基础设施，还是食品、服装、奢侈品、房地产、汽车，但行业下一个亮点是文旅产业。全球旅游业是最好的行业之一。

第一，规模非常巨大。

旅游业占经济总量的10%左右，就业也是10%左右，此比例在前年是10%，去年已经达到11.04%。同时，旅游业的增速远远高于GDP的增速。然而，在这样一个大的行业，一个增长速度非常快的行业，真正领先的、或者说巨头企业并不多，行业非常分散，因此也有非常大的发展潜力。从整个旅游市场的分布看，欧美发达国家依然是旅游市场的主体，占大概64%的市场份额。亚洲紧随其后，是第三大的旅游市场，但是亚洲的增长非常快，中国旅游市场的增长尤其迅速。

复星文旅的投资基本基于这几大市场进行收购兼并，在欧洲市场的营业额占整个复星旅游文化的47%左右，接近总营业额的一半；约33%的营业额在亚洲市场，也是增长最快的市场；其他10%+的营业额在北美和南美。

第二，中国消费力、旅游消费力的增长远远超过欧美。

旅游人次和旅游频率是衡量旅游业发展的两个重要的数据。中国在过去5年，它们实际上都是以10%以上的速度成长。而美国和欧洲基本没有很多成长，有的甚至是负成长。相比之下，中国旅游市场的增长是非常迅速的。

中国旅游市场的休闲度假的比例才刚刚起步，占全球旅游市场收入的59%左右，预计未来几年会突破60%。而中国的休闲度假刚开始，所以中国未来的旅游发展潜力巨大。然而巨大的发展潜力离不开旅游本身的结构调整。中国人的收入、消费品位在不断提升，消费习惯也在改变，而中国的旅游产业却依然停留在过去观光旅游的阶段。此外，中国的旅游产品极其缺乏，这也是我们的一大机会。

此外，护照拥有率也是另一个值得我们关注的数字。目前中国的护照拥有率只有9%，而美国是42%，日本也达到了25%，欧洲也超过了20%。而中国拥有护照的9%消费者很难经常出国，但即使是这么小的比例，全球著名的旅游景点却遍布着中国人。如果这个数字继续提升的话，出境游未来一定是非常好的业务，过去十年，出境游基本上都是以每年14%以上的增速成长，今年上半年也依然维持接近14%的增长。

另一个变化是消费者自身的变革。

随着千禧一代、中产阶级在成长可支配的自由时间变长，其消费观念发生了非常大的变化，他们更追求的是幸福感，是如何应用现代媒体分享生活。面对未来旅游的主力人群，如何提升我们的旅游产品是亟待解决的问题。优秀的旅游产品往往能够带动整个区域旅游的成长，提高复购率。

未来新的商业模式必须从消费者的需求出发，关注其一站式需求。如今中国的旅游市场体系正将消费的需求割裂，预定在一个环节，入住酒店又是另外一个环节。

最后我想说，旅游产业不是独立发展的，它始终需要与其他产业相结合。比如，许多日本的旅游产品与动漫相结合。我认为旅游与其他产业的融合一定是未来的趋势，另外还有旅游的便利性、旅游的国际化和等等。总之，旅游业未来的趋势一定不是传统意义上的旅游。



钱建农

复星国际全球合伙人  
复星旅文集团董事长兼 CEO  
全联房地产商会酒店投资商分会联席会长  
亚太酒店协会联席会长


Jim Qian

Global Partner of Fosun Group  
Board Chairman & CEO of Fusun Tourism Group  
Joint President of APHA & CRECC

Four several years, the global tourism has been growing rapidly, however, as domestic tourism industry is now still at the starting stage, there is and will be huge development potency in store.

The market never stops changing, only the satisfying products should increase repurchase rates and even boost the local economy.

Consumers' demand is cut apart as every part of travelling such as making the orders or hotel checking in is individual with less connections.

In the future, the tourism industry needs integration with many other industries instead of following the traditional developing mode. 

# XIAOBO WU: ADVICE FROM IRRATIONAL EXUBERANCE

## 来自非理性繁荣的忠告

2000年，席勒出版《非理性繁荣》(Irrational Exuberance)，他预言，美国的股市正处在“非理性繁荣”的高点，股价很可能会出现拐点。就当这本书刚刚被摆上各地书店的书架时，美国互联网泡沫破灭，纳斯达克指数从5133点崩盘式下跌，在接下来的两年多里，跌到1108点，跌幅高达78%，数万亿美元烟飞灰灭。

在书中，他画出了自1860年以来，美国股市的市盈率曲线图，发现在140年的历史中，出现过1901年、1929年和1966年三个峰值点，而历史的事实是，它们都成为了大股灾的前奏时刻。在这个曲线图上，2000年是第四个峰值，而且是前所未有的“20世纪高峰”，所以，灾难的出现带有历史的不可避免性。

在人类的经济行为中，投机是贪婪天性的一部分，它像基因一样难以被更改，而对股票波动的预测，则如同上帝的骰子，无法捉摸。在金融理论界，一直有针锋相对的两派意见。一派是有效市场假说。代表人物是尤金·F·法玛(Eugene F. Fama)，来自美国西部的自由主义大本营芝加哥大学。另一派当然就是有效市场假说的反对者。

在罗伯特·J·席勒看来，股市的非理性，是由市场的缺陷和人性的缺陷共同塑造的。“投资者的情绪、媒体、专家叠加成为市场情绪，与股价变动形成反馈环。最终形成泡沫。”因此，我们应该牢记，“股市的定价并未形成一门完美的科学”。

他提出了制度和心理的“自我实现”。当经济不好的时候，政府就会出台种种刺激政策，从而唤起人们投资和消费的热情，当这一行为被认定为趋势，那么市场就会转热。而在热度越来越高的时候，恐惧就会累积，甚至美联储主席的一个新名词，就能造成市场的动荡。

《非理性繁荣》成为一本研究股市波动及制度分析的经典之作。席勒在书中，先是从结构性因素、文化性因素和心理性因素三个方面，对现代股票市

场自创建以来的上涨与下跌进行了系统性的分析，继而有效市场假说理论进行了辩驳，最后，对“新千年初期的股市”做了展望，并提出了政策性的建议。

在2005年的修订版中，席勒回到自己最熟悉的领域，新增了关于房地产市场分析的章节，他指出，当时的美国房产市场的繁荣隐含着大量的泡沫，房价可能在未来几年内下跌，而这种“非理性繁荣”的源头，是现有金融体系安排存在重大缺陷。在修订版出版的一年多后，由房地产泡沫破灭而引发的次贷危机真的如期而至了，罗伯特·J·席勒的预言再次应验。

2012年，席勒出版了《金融与好的社会》(Finance and the Good Society)一书，它可以被看成是12年前《非理性繁荣》的续篇。在这十多年里，美国股市先是收复了全部的失地，并创造了新高，然后又在2007年再度泡沫破灭，接着又实现了稳定和反弹。在两个周期的大波动中，市场和政府监管当局展现了全部的智慧、无知与不平等。

席勒分析了活跃在资本市场的所有参与者的角色、责任与合约缺陷，在他看来，目前的金融秩序其实无法化解非理性所带来的风险。他建议设立一个包含各种风险信息并能够对其进行及时处理的数据系统，构成金融新秩序的物质基础。在这个“超级大脑”的帮助下，反映所有的风险，并从此创造出新型金融工具。

在席勒看来，只有通过这样的金融创新，才可能实现金融民主化，从而分散风险，让每一个普通公民都能享受商业进步的红利。他感叹说：“金融应该帮助我们减少生活的随机性，而不是添加随机性。为了使金融体系运转得更好，我们需要进一步发展其内在的逻辑，以及金融在独立自由的人之间撮合交易的能力——这些交易能使大家生活得更好。”


(节选自吴晓波频道)



吴晓波  
著名财经作家  
“蓝狮子”财经图书出版人

Xiaobo WU  
Famous Financial Writer  
Publisher of the Blue Lion Publishing House

*Irrational Exuberance*, published by Robert James Shiller in 2000. He predicted that the US stock market was at a high point of "irrational exuberance," and that stock prices were likely to have an inflection point. When the book was just placed on the shelves of bookstores in various places, the U.S. Internet bubble burst, and the Nasdaq index crashed from 5133 points. In the following two years, it fell to 1108 points, reduced 78% and trillion dollars disappeared.

Shiller analyzes the roles, responsibilities, and contractual deficiencies of all participants active in the capital market. In his view, the current financial order cannot actually resolve the risks caused by irrationality. He suggested setting up a database system containing various risk information and capable of processing it in a timely manner, which constitutes the material basis of the new financial order. With the help of this "super brain", all risks are reflected, and new financial instruments have been created ever since. 



木蓮莊酒店  
The Mulian Hotel

生活，是启发的开始

LIVE THE MOMENT OF INSPIRATION



在坚守“于浮世喧嚣间，觅一处静心之所”的初心，木莲庄为自身注入全新的基因——倡导“生活，是启发的开始”，主张将个性化、艺术场景融入酒店生活中。

[www.themulian.com](http://www.themulian.com)



立即预订



立即关注

广州 | 成都 | 杭州 | 苏州 | 深圳 | 武汉 | 西安 | 更多  
GUANGZHOU | CHENGDU | HANGZHOU | SUZHOU | SHENZHEN | WUHAN | XIAN | ANDMORE

# A NEW CHAPTER IN CHINA-ARAB TOURISM COOPERATION

## 中阿旅游合作翻开新篇章

新中国成立后，中阿经济贸易和文化交流翻开了新的历史篇章。1956年，埃及与中国建交。到目前为止，22个阿拉伯国家均与中国建立了外交关系。中阿还互为重要的贸易伙伴，2018年，中阿贸易额达到2443亿美元，同比增长28%。中国还是巴林、阿联酋、卡塔尔、埃及、约旦、沙特等10个阿拉伯国家的最大贸易伙伴。截至2019年4月，中国—阿拉伯国家合作论坛已举行8届部长级会议、15次高官会，并召开了4次中阿高官级战略政治对话。除部长级会议和高官会外，文明对话研讨会、北斗合作论坛、企业家大会、能源合作大会、城市论坛、中阿新闻合作论坛及中阿互办文化节等合作机制也在有序进行。在2018年中阿合作论坛第八届部长级会议期间，中阿双方达成并签署了《中阿合作共建“一带一路”行动宣言》，指出中阿是共建“一带一路”的天然合作伙伴。中国与11个阿拉伯国家签署了双边文化合作协定和年度执行计划，促成53个政府文化代表团互访，组织196个文艺展演团组，4604艺术家和文化工作者互访。中阿双方的高层互访、政治互信、经贸往来和文化交流，为旅游交流合作奠定了坚实的政治基础和互动空间。

过去二十年，是中国公民出境旅游市场高速增长的二十年，也是中阿旅游交流合作不断深化的二十年。2013年，习近平主席提出“一带一路”重大倡议，2017年阐述共商共建共享的人类命运共同体的理念，今年5月又在亚洲文明对话大会发表主旨演讲，倡议实施“亚洲旅游促进计划”。习主席的倡议得到了科威特、阿联酋等9个阿拉伯国家的积极回应，并与中国签署了“一带一路”协议。国之交在于民相亲，一带一路倡议五年以来，中国和阿拉伯国家民间往来持续增长，旅游互访人数年均增长高达16.5%。其中，阿拉伯国家来华过夜旅游人数从2014年的27万人次增加到2018年35万人次，年均增速为7%，远高于同期中国入境过夜旅游市场的整体增速，正在成为中国入境旅游潜在的新兴客源市场。与此同时，也受益于近些年中国出境旅游市场的高速增长，中国公民首站赴阿拉伯国家的旅游人数年均增幅高达20%，中国赴阿拉伯国家的出境过夜旅游人数从2014年77万人次，增加至2017年的158万人次，不到五年就翻了一番，预计2019这一规模将突破200万人次。

我呼吁中国旅游集团这样的大型运营商，还需要更多的金融资本、产业资本，以及文化机构、艺术家和专业人士的积极介入，打造更美好的未来。

（节选自“2019中国—阿拉伯国家旅游合作论坛”演讲节选）

After the founding of New China, China-Arab economic, trade, and cultural exchanges opened a new chapter in history. In 1956, Egypt established diplomatic relations with China. So far, 22 Arab countries have established diplomatic relations with China. China and Afghanistan are also important trading partners for each other. In 2018, China-Arab trade volume reached 244.3 billion US dollars, a year-on-year increase of 28%. China is also the largest trading partner of 10 Arab countries including Bahrain, the UAE, Qatar, Egypt, Jordan, and Saudi Arabia. As of April 2019, the China-Arab Cooperation Forum has held 8 ministerial meetings, 15 senior official meetings, and held 4 Sino-Arab senior strategic and political dialogues.

The past two decades was the rapid growth of the Chinese citizens' outbound tourism market, and the deepening China-Arab tourism exchanges and cooperation. In 2013, President Xi Jinping put forward a major "Belt and Road" initiative. In 2017, he expounded the concept of building a shared community of shared future for mankind. He also delivered a keynote speech at the Asian Civilization Dialogue Conference in May this year and proposed the implementation of the "Asia Tourism Promotion Plan". President Xi's initiative has received positive responses from nine Arab countries, including Kuwait and the UAE, and signed the "Belt and Road" agreement with China.

The average number of Chinese citizens traveling to Arab countries for the first stop increased by 20% annually, and the number of overnight outbound Chinese tourists to Arab countries increased from 770,000 in 2014. It increased to 1.58 million person-times in 2017 and doubled in less than five years. It is expected that this size will exceed 2 million person-times in 2019.

I call on large operators such as China Tourism Group to need more financial capital, industrial capital, and the active involvement of cultural institutions, artists and professionals to build a better future. 41



戴斌  
国家文化和旅游部数据中心主任  
中国旅游研究院院长

Dai Bin  
Director of Data Center of Ministry of Culture and Tourism of PRC  
Dean of China Tourism Academy

戴斌

OCT East Theme Hotel Cluster

深圳东部华侨城主题酒店群

## 世外静谧花园 山海疗愈之所

  
THE  
INTERLAKEN  
SPA  
茵特拉根温泉

典雅幽静的茵特拉根温泉就坐落在东部华侨城茶溪谷茵特拉根湖畔，栖身于欧洲风情小镇之内，如同湖边兀自盛开一朵空谷幽兰。近20000平方米的广阔空间构建起这座世外桃源般的秘密花园，集健康管理、SPA美疗、保健养生、水陆健身、美食娱乐于一体，各主题欧式风格山林矿泉SPA更是以“信心”打造产品，为宾客提供热心、用心、耐心、诚心、细心的“六心”级服务，令身在其中的人们忘却外物、心旷神怡。茵特拉根温泉所能带来的，远不止是一个疗程或一次体验，它所倡导的水疗养生方式，旨在让每一位来到此处的宾客，都能够在秀丽环境中全然放松，疗身，疗心，疗神。



# LISTEN TO THE CUSTOMERS, COLLABORATORS AND OTHER ENTREPRENEURS FOR THE BEST SOLUTIONS

## 家族企业生存之道： 最佳方案来自客户、合作者和其他企业家

今年，怡东维多利亚大酒店开业 185 年。如今，第五代继承人兼首席执行官 Guido Fiorentino 巧妙地在传统与现代品味之间取得了平衡。许多发展都是必不可少的，但有些是多余的。酒店的任务是预期哪些创新将帮助客人，明确一些降低成本的措施。技术和数字工具上的投资确实简化了客人的预订流程。在相关的技术进步方面，除了覆盖整个酒店的 WiFi 连接，酒店还为客人提供特斯拉和宝马充电站。

This year, the Grand Hotel Excelsior Vittoria turns 185 years old. It's been a family affair for generations. Today, fifth-generation owner and CEO Guido Fiorentino is artfully balancing heritage with modern tastes.

"Our focus is offering a truly memorable experience to our guests: full of culinary, musical and artistic ingredients, accompanied by the spontaneity and professionalism typical of a family that has been passionately managing an iconic hotel for more than 185 years," said Fiorentino.

"This is a family history that has always had a strong passion dedicated to this history. We take the time now to pause and reflect, to say thank you: thank you to my forefathers, thank you to our staff and our loyal guests," he said. "Everyone has been instrumental in building the spirit of the Excelsior Vittoria. I often look back on my predecessors and see what they did. They have been very innovative and visionary to promote the nascent tourism industry with hotels in Sorrento, Naples, Milan and many other well-known cities in Italy. I would say that the next generation will be the best judge. I'm doing my best to grow and become a place where our guest feels at home, a place that they trust."

Today, in a world that is evolving more and more rapidly, Fiorentino believes it is fundamental to listen to everyone.

"Listen to the customers, collaborators and other entrepreneurs; confront each other on various themes, and try to summarize and adapt the best solutions to improve the overall guest experience," he said.

It's about the personal touch, too. Fiorentino and his team still communicate through handwritten letters to certain guests.

"We receive very few handwritten requests to book from guests now, and they are usually from our older but most loyal return guests," he said. "We reply by mail to confirm their booking as we must always meet our guests' desires. It is crucial to make them understand that we keep them in mind and that they are the center of our attention. We do see a large portion of guests book over the phone, but we have revamped our online reservation system and have even seen some guests book from social media."

Staying relevant in today's digital landscape is key for a long-standing hotel like the Excelsior Vittoria. Fiorentino strives to keep a balance between classic and modern.

"Leading Hotels of the World (LHW) assists us in having a global presence with marketing activities that otherwise would be impossible to have for an independent hotel unless you take on very high costs. We are committed to very high service-quality standards, and the product and LHW helps us to identify and meet the new needs of our guests," he said.

"On the other hand, regarding technology improvement, we must always evaluate things carefully," he said. "Many developments are essential, but many are just excesses. Our task is to anticipate which innovations will help guests and which are just gimmicks or, presumably, cost reduction measures. We do invest in technology and on the digital tools to enhance the seamless booking process for our guests. In terms of relevant technological advances, the hotel has WiFi connection throughout the property and we do have Tesla and BMW charging stations for our guests." 



**Guido Fiorentino**  
怡东维多利亚大酒店第五代所有者兼首席执行官  
**Guido Fiorentino**  
fifth-generation owner and CEO of the Grand Hotel Excelsior Vittoria



德利丰家居  
DELPHONE HOME



# 大岩板 石代 德利丰 大岩板

2019亚太酒店与地产合作论坛高级合作伙伴

电话：400-118-1838  
[www.delfone.com](http://www.delfone.com)



# CONTENTS

2019年12月刊总241期 | 目录 |



074

## 人物

### 074 封面故事

季琦：吾心即宇宙 宇宙即吾心

### 080 对话风云

寄情山水，执笔酒店江湖

### 010 智库

#### 010 社长 / 客座 / 财眼 / 导航 / 思者

科技新动能，发展高质量，共筑文旅新生态！

旅游与产业的融合一定是未来的趋势

来自非理性繁荣的忠告

中阿旅游合作翻开新篇章

家族企业生存之道：

最佳方案来自客户、合作者和其他企业家

### 034 驱势而为

领航者，驱势而为——

第二十届中国文旅全球论坛新闻发布会在北京召开

科技新动能 发展高质量

悦聚北京 凝聚行业力量 共创美好未来！

潮起深圳 载酒问道 观往知来

### 070 纵产经

2019 中国冰雪旅游政策及产业专题研究报告（精华版）

存量时代，看酒店与地产如何相爱共生？

### 105 悦读

#### 105 品牌制造

美高梅进驻深圳小梅沙

#### 110 设计语言

澳新假日酒店·城市记忆

#### 112 科技之光

“11.11”直客通助力合作高星酒店 官方微信直销交易额破5.5亿

新联纬讯：景区之“眼”，一览客流安全

#### 116 闻香识酒店

探访“老上海”，回味经典海派风情

#### 118 香氛物语

东方味道，吾心安处



056

## 行业聚焦 社交型酒店“城市客厅”新属性

得年轻人得天下

“城市客厅”的DJ

ACE社交酒店“帝国”的进与退



089

## 特辑 金马传奇

### 广告索引

封二 第二十届中国文旅全球论坛

013 木莲庄

015 东部华侨城

017 德利丰家居

019 金牌亚洲瓷砖

021 科勒

022 金凤凰

027 福州海瀛佰翔

029 源志诚家纺

031 穗宝

033 干邑

069 芝华仕

079 明辉

083 锐捷网络

084 欢乐欧洲：

哥瑞纳 - 帕达诺奶酪 & 帕尔玛火腿

087 永益食品

088 明辉

108 雅斯特

封底 简一大理石瓷砖

# 金牌亚洲·大板磁砖

——大·不相同——

金牌亚洲磁砖

荣膺第十九届中国金马奖

“中国地产及酒店投资商首选陶瓷品牌”



宽1.6米

长3.2米



# CONTENTS

DECEMBER, 2019 ISSUE 241



## THINK TANK

- 010** Editor in Chief / Guest / Economist / Navigations / Thinker  
Building a Landscape of Cultural Tourism Industry by Technological New Power and High-Quality Development  
Future Trend: The Integration of Tourism and Other Industries  
A New Chapter in China-Arab Tourism Cooperation  
Xiaobo Wu: Advice from Irrational Exuberance  
Listen to the Customers, Collaborators and Other Entrepreneurs for The Best Solutions

## 034 MOVE BY TRENDS

- Move by Trends: 20th China Cultural Tourism Global Forum Press Conference Held in Beijing  
Technological New Power and High-Quality Development  
Gathered in Beijing to Create Bright Future Together  
Gathered in Shenzhen to View the Past and Gaze into Futurity

## 056 FOCUS

- Social Hotels : New Characteristic of Urban Living Room**  
All Depends on the Young  
DJ of 'City Living Room'  
The Advance and Retreat of Ace Hotels

## 070 INDUSTRIAL ECONOMY

- 2019 China Snow Tourism Policies & Industry Special Research Report (Selection)  
Hotels Drive Stock Market Dossen International Group Opens the New Era of "Hotel+Estate"

## PEOPLE

### 074 COVER STORY

Ji Qi: My Heart is the Universe

### 080 DIALOGUE

Cai Haiyang: A Composed Plotter of Hotel Management

### 089 ISSUE

Golden Horse Award Legend:  
Retrospective Feature of Winning Hotels of China Golden Horse Award (Selection)

## JOYFUL READING

### 105 BRANDING

MGM Shenzhen on Schedule to Create the World-Class Urban Coastal Leisure Vacationland with SDG

### 110 DESIGN CODE

Aoxin Holiday Hotel

### 112 LIGHTING IDEAS

Zhiketong Technology:

Direct Marketing Transaction Breaks 550 Million on Single Day Festival

Newlan: 'Eyes' of Scenic to Observe Passenger Flow

### 116 SCENT OF A HOTEL

Discover the Star-Studded Past and Eclectic Character at

Hotel Indigo Shanghai Jing'An

### 118 VILAI

Oriental Scent

## ADVERTISEMENT INDEX

COVER II 20th China Cultural Tourism Global Forum	031 Somnopro
013 The Mulian Hotel	033 Cognac France
015 OCT East Theme Hotel Cluster	069 Cheers
017 Delfone Home	079 Ming Fai
019 Goldme	083 Ruijie Networks
021 Kohler	084 Happiness from Europe
022 Gold Phoenix	087 Dongguan Yongyi Foods
027 Fuzhou Seaview Fliport Resort	088 Ming Fai
029 Yuanzhicheng	108 Yeste Honor Hotel Group
	BACK COVER Gani Marble Tiles

KOHLER  
*Exquisite*





## 金凤凰家具 匠心雕琢 艺术臻品

金凤凰专注高端酒店家具设计制造业，凭借深厚的环境艺术造诣及卓越品质，成为全球著名酒店管理集团的优质合作伙伴，其中四季、宝格丽、希尔顿、万豪、洲际、喜达屋、凯悦、文华东方、温德姆、凯宾斯基、美高梅、香格里拉等均保持长久的合作关系。



客服电话：**13603004046**



金凤凰家具集团为西安万众W酒店、张家港万豪酒店完成家具配套工程



## 工程项目(部分)

哈萨克斯坦总统府  
西班牙国王府  
越南卡姆拉恩威斯汀酒店  
越南岷港万豪酒店  
越南岷港喜来登酒店  
马来西亚吉隆坡悦榕庄酒店  
马来西亚艺力公寓  
马来西亚国家议会中心  
马来西亚国王皇宫  
马来西亚国家博物馆  
印度孟买四季酒店  
沙特阿拉伯凯宾斯基酒店  
埃塞俄比亚万豪酒店  
阿布扎比航空新综合楼  
外蒙古最佳西方酒店  
澳门美高梅酒店  
澳门金沙酒店  
法国瑞吉酒店  
伊朗玛丽娜花园酒店  
中东迪拜凯宾斯基酒店  
美国拉斯维加斯威尼斯人酒店  
北京北控雁栖湖国际会都  
北京万达酒店总统套房  
北京文华东方酒店(中央电视台总部大楼)  
北京宝格丽酒店  
北京珠三角JW万豪酒店  
北京JW万豪酒店  
北京王府井希尔顿酒店  
北京华彬费尔蒙酒店  
北京东亿电影主题酒店  
北京市对外友好酒店  
北京奥林匹克国家会议中心  
北京临空皇冠假日酒店

北京大兴国际机场航站楼  
张家口容辰华邑酒店  
张家口通泰国际大酒店  
唐山国丰维景国际花园酒店  
廊坊霸州国际酒店  
廊坊阿尔卡迪亚酒店  
天津丽思卡尔顿酒店  
天津威斯汀酒店  
广州W酒店  
广州天誉威斯汀酒店  
广州星河湾酒店  
广州保利酒店  
广州恒大售楼中心  
广州长隆大酒店  
深圳华侨城JW万豪酒店  
深圳南山万豪酒店  
深圳博林天瑞喜来登酒店  
深圳平安金融中心柏悦酒店  
深圳卓越四季酒店  
深圳华润君悦酒店  
深圳星河丽思卡尔顿酒店  
深圳华侨城洲际酒店  
深圳凯宾斯基酒店  
深圳福田香格里拉酒店  
深圳金沙湾万豪度假酒店  
深圳聚豪高尔夫酒店  
武汉万达瑞华酒店  
武汉光谷希尔顿酒店  
武汉国际博览中心洲际酒店  
武汉丽笙酒店  
海口鲁能希尔顿逸林酒店  
三亚半山半岛  
三亚财经国际论坛中心

江西石城翡翠洲际酒店  
万宁石梅湾威斯汀酒店  
大理实力希尔顿酒店  
沈阳希尔顿逸林酒店  
海航国际广场希尔顿酒店  
丹东皇冠假日酒店  
泉州泉商希尔顿逸林酒店  
张家港万豪酒店  
安顺百灵希尔顿逸林酒店  
九寨沟鲁能丽思卡尔顿酒店  
湖南常德喜来登酒店  
成都费尔蒙酒店  
合肥利港喜来登酒店  
重庆喜来登大酒店  
太原万达威斯汀酒店  
西安万众W酒店  
西安威斯汀博物馆酒店  
南京威斯汀大酒店  
郑州美盛喜来登酒店  
大连君悦酒店  
大连城堡酒店  
长白山万达柏悦酒店  
成都棕榈泉费尔蒙酒店  
成都万达瑞华酒店  
昆明万达文华酒店  
安徽阜阳万达嘉华酒店  
上海世茂深坑洲际酒店  
上海万达瑞华酒店  
上海世博洲际酒店  
上海宝丽嘉酒店  
... ..

# China Hotel 中国饭店

Appointed Brand Journal for Asia-Pacific Hotel Association / 亚太酒店协会指定品牌刊物

本刊理事单位 (排名不分先后) Council Members



## China Hotel Journal Council

### Senior Advisors:

Zhou Tienong (Vice Chairman of the National People's Congress)

Huang Mengfu (Vice President of CPPCC)

### Academic Advisor:

Yu Qiuyu (Renowned Scholar, Professor)

### Senior Legal Advisors:

Liu Jiachen (Former Vice Dean of Supreme People's Court)

Huai Xiaofeng (Former President of National Judges College)

### Honorary Director:

Liu Yi (Former Director of National Tourism Administration/Former Minister of Ministry of Commerce of PRC)

### Director:

Xian Feng

### Deputy Directors(In Random Order):

Zhang Hui, Jim Qian, Jeff Ning, Simon Zhuang, Xu Gourong, Golden Sun, Xiao Xuzhe, Wang Chuan, Chen Miaolin

Zhang Jianming, Raymond Lee, David Sun, Zhang Qian, Qian Jin, Lin Cong, Huang Deman, Chen Xueming

Dai Yu, Zhou Feng, Chen Shujie, Wu Wai Tsuen, Li Kwok Hung, Liu Hanhua, Ou Yousheng

### Experts Committee Members (in Random Order):

Zhang Guangrui, Yuan Zongtang, Wei Xiaolan, Wang Dawu, Yang Xiaopeng, Peng Shubao, Dai Bin, Zhang Yuren, Jerry Huang

Yang Weimin, Zheng Weiling, Lv Shanghuai, Wei Ling, Yang Guanyi, Zhuang Chen, Wei Jie, Chen Shaofeng, Ma Yong

Gao Jun, Tian Li, Song Haiyan, Liang Wenhui, He Jianmin, Peng Qing, Zou Yimin, Xiao Xing, Qiao Yi

Publisher: Xian Feng

Chief Editor: Nancy Yin

Editors/Reporters: Annabelle/Iliana/Misa/Josie/Irene

General Designer: Winger Yin

Experienced Graphic Designer: Cyltze

Deputy Director of Marketing Department: Osman Ou

Marketing Managers: Yuan Hua/Lydia

Assistant Marketing Manager: Territ/Sandy/Joop

Regional Director: Thomas Chow

Manager of Magazine Circulation Department: Cheryl

Advertisement Agent: Guangzhou Guo Yue Culture Communication Co., Ltd.

International Standard Book Number: ISSN1006-8186

National Unification Book Number: CN11-3083/G

### Address:

Room 1303, No. 25 Yuetan North Street, Xicheng District, Beijing

Room 608, South Tower, Poly International Plaza, No.1 East Pazhou Avenue, Haizhu District, Guangzhou

No 1537, Alley5777, South Yanggao Road, Pudong District, Shanghai

Hong Kong: Rm B18, 11/F, International Industrial Building, 501-503 Castle Peak Road, Kowloon, H.K.

Website: www.hotels263.com

Email: chinahotelvip@126.com

Price: 60.00

China Hotel Management Co., Ltd. offers China Hotel Magazine 2019 to members of Asia Pacific Hotel Association and Hotel Investors Association of CRECC; council members of China Hotel Association and China Tourist Hotel Association; platinum members of China Hotel Celebrity Club.

All rights reserved. No article shall be reprinted without the former permission of China Hotel Magazine.

The writers shall be solely and fully responsible for the consequences of their articles and views, and this magazine shall not undertake any joint liability upon any form of infringement of texts or pictures.

All signed articles presented on this magazine do not represent the views of China Hotel Magazine.

## 本刊理事会

### 高级顾问:

周铁农 (第十一届全国人大常委会副委员长)

黄孟复 (第十一届全国政协副主席)

### 高级学术顾问:

余秋雨 (著名作家、文化学者)

### 高级法律顾问:

刘家琛 (最高人民法院原副院长)

怀效锋 (国家法官学院原院长)

### 名誉理事长:

刘毅 (原国家商业部部长 / 原国家旅游局局长)

### 理事长:

冼锋

### 副理事长: (排名不分先后)

张辉、钱建农、宁奇峰、庄启明、徐国荣、金阳、肖徐哲、王川、陈妙林

张建国、李瑞忠、孙坚、张谦、钱进、林聪、黄德满、陈雪明

戴玉、周锋、陈树杰、伍威全、李国雄、刘汉华、区又生

### 专家委员: (排名不分先后)

张广瑞、袁宗堂、魏小安、王大悟、杨小鹏、彭书宝、戴斌、张宇人、黄德利

杨卫民、郑玮玲、吕尚怀、唯灵、杨贯一、庄臣、魏杰、陈少峰、马勇

高峻、田里、宋海岩、梁文慧、何建民、彭青、邹益民、肖星、乔毅

出版人 / 社长: 冼锋

主编: 尹欣

编辑 / 记者: 伍锦琛 / 林欣 / 陈丽媛 / 赵子婕 / 周淑圆

设计总监: 殷中山

资深美编: 曹亚萍

市场部副总监: 区伊捷

市场部经理: 袁华 / 杨万叶

市场部助理经理: 曾梓峰 / 毕龙山 / 李志鹏

区域总监: 周国英

发行部经理: 陈丽群

广告总代理: 广州国悦文化传播有限公司 (020 - 89899000)

国际标准刊号: ISSN 1006-8186

国内统一刊号: CN11-3083/G

### 地址:

北京市月坛北街 25 号国务院国资委机关办公区 1303 室

广州市海珠区琶洲大道东 1 号保利国际广场 608 室

上海市浦东新区杨高南路 5777 弄 1537 号

香港九龙荔枝角青山道 501-503 号国际工业大厦 11 楼 B18 室

网址: www.hotels263.com

电邮: chinahotelvip@126.com

定价: 人民币 60 元

中国饭店管理有限公司向亚太酒店协会会员、全联房地产商会酒店投资商分会会员、中国饭店协会理事、中国旅游饭店业协会理事、中国饭店业名人俱乐部白金会员敬赠 2019 年度《中国饭店》杂志

版权所有, 如有转载请与本刊联系。本刊作者文责自负, 对于侵犯他人版权

或其他权益的文字、图片稿件, 本刊概不承担任何连带责任。

本刊署名文章乃个人观点, 不代表本刊立场。

本刊某些版面刊登了部分资料或图片, 敬请相关作者及时与本刊联系, 领取稿酬。



**全联房地产商会酒店投资商分会**  
Hotel Investors Association of  
All-China Federation of Industry & Commerce

全联房地产商会（全国工商联房地产商会）由国务院批准成立、在国家民政部正式登记注册的国家一级社团法人，成立于2001年，业务主管单位为全国工商联，社团主管单位为国家民政部。商会目前拥有会员企业6000多家，其中890多家为上市公司，以地产开发商、文旅综合体投资商、酒店投资商及相关产业链优秀商家为主。

全联房地产商会酒店投资商分会（中国酒店投资商会）是全联房地产商会直属机构，由投资旅游地产、商业地产或“酒店+房地产”发展模式的开发商、投资公司、投行、互联网金融机构、基金管理者及持有人，文旅项目、酒店及餐饮企业，上下游产业链商家，与本行业领域相关的企业、团体和个人自愿结成的行业性、全国性、非营利性社会团体。

中国酒店投资商会是亚太酒店协会的团体会员、会长单位。

执行委员会主席团成员企业（部分，排名不分先后）  
Member Units of Presidium Executive Committee (All in Random Order)


### 人口老龄化中长期规划

近日，中共中央、国务院印发了《国家积极应对人口老龄化中长期规划》（以下简称《规划》），明确到2022年，我国积极应对人口老龄化的制度框架初步建立；到本世纪中叶，与社会主义现代化强国相适应的应对人口老龄化制度安排成熟完备。《规划》从5个方面部署了应对人口老龄化的具体工作任务。

### 无偿献血

近日，国家卫健委会同多部门印发了《关于进一步促进无偿献血工作健康发展的通知》，提出建立无偿献血激励机制。通知提出，各地应探索将无偿献血纳入社会征信系统，建立无偿献血激励机制，对献血者使用公共设施、参观游览政府办公

园等提供优惠待遇。通知称，要提升贫困地区血液保障能力。将提升贫困地区血液供应保障能力作为完善血液供应体系、保障民众生命健康权益的重要内容，加大贫困地区采供血网络建设力度。

### 农村居住环境

11月18日，农村人居环境整治工作领导小组第一次会议在北京召开。会议要求，切实改善农村人居环境。要突出整治实效，推动各地遵循乡村建设规律，注重同农村经济社会发展水平相适应，同当地自然条件和风土人情相协调，要加强经验总结和典型示范，发挥基层干部群众智慧创造，因地制宜提出针对性整改建议，督促指导各地更好推进农村人居环境整治。

### 氧吧

近日来，印度德里空气污染一直持续，一些付费呼吸新鲜空气的“氧吧”走红，已经成为一种新的时尚，但同时也引发了争议。在所有对抗德里严重空气污染的措施中，你还有一个新的选择，那就是提供“纯净空气”的氧吧。德里首个氧吧名为“纯净氧气”，顾客在这里可以呼吸15分钟纯度为80%到90%的氧气，起价299卢比（约合29元人民币）。顾客会得到一个很轻的鼻管，用来吸入氧气。吸氧设备放置在顾客的鼻孔附近，这样顾客就可以吸入充满芳香的氧气

商家承诺，顾客选择不同的香味，可以在每次吸氧后改善鼻窦炎、睡眠模式和消化状况，治愈头痛和偏头痛，甚至治疗抑郁症。

## 发现

### 盘点世界上最美的教堂



#### 意大利米兰大教堂

米兰大教堂，意大利著名的天主教堂，位于意大利米兰市，是米兰的主座教堂，也是世界五大教堂之一，规模居世界第二。于1386年开工建造，1500年完成拱顶，1774年最高的哥特式塔尖上的La Madonnina（镀金圣母玛利亚雕像）由Giuseppe Perego建造，是米兰市的象征。整个教堂1965年完工，历时五个世纪。拿破仑曾于1805年在米兰大教堂举行加冕仪式。

教堂的外部总共有2000多个雕像，甚为奇特。如果连内部雕像总共有6000多个雕像，是世界上雕像最多的哥特式教堂。因此教堂建筑格外显得华丽热闹，具有世俗气氛。这个教堂有一个高达107米的尖塔，出于公元15世纪意大利建筑巨匠伯鲁诺列斯基之手。塔顶上有圣母玛利亚雕像，金色，在阳光下显得光辉夺目，神奇而又壮丽。



#### 莫斯科圣瓦西里升天大教堂

圣瓦西里大教堂（华西里·伯拉仁内教堂）位于俄罗斯首都莫斯科市中心的红场南端，紧傍克里姆林宫。由俄罗斯建筑师巴二马和波斯特尼克根据沙皇和伊凡大公的命令主持修建，于1560年建成。教堂的名字根据当时伊凡大帝非常信赖的一位修士瓦西里的名字而取。中央的塔高65米，共有九个金色洋葱头状的教堂顶。这九个教堂顶不是一开始就有，而是后来分别加上去的。



#### 德国科隆大教堂

科隆大教堂是位于德国科隆的一座天主教主教座堂，是科隆市的标志性建筑物。在所有教堂中，它的高度居德国第二（仅次于乌尔姆市的乌尔姆大教堂），世界第三。论规模，它是欧洲北部最大的教堂。集宏伟与细腻于一身，它被誉为哥特式教堂建筑中最完美的典范。它始建于1248年，工程时断时续，至1880年才由德皇威廉一世宣告完工，耗时超过600年，至今仍修缮工程不断。



#### 梵蒂冈圣彼得教堂

圣伯多禄大教堂（St. Peter's Basilica Church）又称圣彼得大教堂、梵蒂冈大殿。由米开朗基罗设计，是位于梵蒂冈的一座天主教宗座圣殿，建于1506年至1626年，为天主教会重要的象征之一。作为最杰出的文艺复兴建筑和世界上最大的教堂，其占地23,000平方米，可容纳超过六万人，教堂中央是直径42米的穹窿，顶高约138米，前方则为圣伯多禄广场与协和大道。虽然并不是所有天主教堂的“母堂”亦不是罗马主教（教宗）的主教座堂，圣伯多禄大教堂仍被视为是天主教会最神圣的地点。堂内保存有欧洲文艺复兴时期许多艺术家如米开朗基罗、拉斐尔等的壁画与雕刻。

# 亲水度假 触手可及



 福州海瀛湾佰翔度假酒店  
FUZHOU SEAVIEW FLIPOINT RESORT  
翔业集团成员企业

福州海瀛湾佰翔度假酒店，定位于提供高标准海景住宿、餐饮、娱乐、休闲为一体的商旅会议度假型酒店。酒店客房总间数为670间，会场总面积约3000平方米，最大宴会厅1200平方米。酒店位于福建省福州长乐国际机场，毗邻海峡高尔夫球场和东湖VR数字小镇，得天独厚的地理位置为商务会议和度假客人提供便利条件。

Fuzhou Seaview Fliport Resort is a business resort which provides high standard sea view accommodation, dining and entertainment. Hotel has total 670 guest rooms, the total meeting venue is about 3000 square meters, and the largest banquet hall is 1200 square meters. The hotel is located near Changle International Airport, Fuzhou, Fujian Province, adjacent to the Haixia golf course and the East Lake VR digitaltown. Its unique location provides convenience for business conference and leisure guests.



电话：0591 - 6263 8888

地址：福建省福州长乐国际机场迎宾大道1号

网址：www.fliport.com



## 桥本环奈

桥本环奈（はしもとかんな、Kanna Hashimoto），1999年2月3日出生于日本福冈县，日本演员、歌手，偶像团体 Rev. from DVL 前成员。因为外表可爱，被日本网友评为“太像天使”、“千年一遇美少女”，其经纪公司的官方网站亦因浏览量太大而出现故障。因为桥本在网络上广为流传，以及随之而来的众多传媒采访与广告代言，进而打开了她在日本的知名度。

2009年，桥本环奈成为了偶像团体“DVL”的成员。2011年，出演个人首部电影《奇迹》。自一夜蹿红，她从一个籍籍无名的地方偶像团体成员，成为了日本最当红，最放飞的人气女演员，小天使。从小就是个美人胚子的 Kanna 酱，小学三年级时候就被福冈当地的经纪公司挖掘，开始出镜拍摄广告。2010年，Kanna 酱就参演过是枝裕和导演的电影《奇迹》，那时候 11 岁的小豆丁在镜头前一脸认真地说希望自己将来会长高。可爱又努力的她，很快通过了试镜，投入到电影的拍摄之中。在选拔新人演员方面很有经验的是枝裕和导演，也在拍摄结束之后，对这个女孩倍加称赞。接下来几年的时间，Kanna 酱陆续出演了不少影视作品和广告，还为许多杂志报刊拍摄写真。从小面对着镜头的 Kanna 酱，毫无偶像包袱，一点都不在乎扮丑破坏自己的美貌。当被记者采访，问到自己最擅长的事情是什么，笑盈盈，超肯定地回复：“做鬼脸！”。天气转寒，这个总是带着温暖笑容的日本女孩，最爱吃的就是冬日里妈妈煮的日式寿喜锅啦。



### 日式寿喜锅

#### 用料：

娃娃菜、豆腐、口蘑、香菇、茼蒿、肥牛、鸡蛋、魔芋丝、大葱、酱油、糖、黄油、料酒、海带水

#### 做法：

1. 准备食材。
2. 煎豆腐，煎至金黄
3. 酱油和料酒 1: 1 调好，加入适量糖。
4. 用黄油炒肥牛，快熟加入上步调好的调料。
5. 把之前切好的菜和大葱放到锅里。
6. 倒入事先煮海带的水，煮好啦，如果喜欢可以用煮好的菜沾着生鸡蛋吃，提升鲜味。

由文化和旅游部批准举办的 2019 “一带一路” 文旅发展论坛暨粤港澳大湾区文旅融合论坛在深圳举办。论坛旨在积极践行粤港澳大湾区建设规划部署，推动“一带一路” 沿线国家文明互鉴，粤港澳大湾区文化旅游深度融合，实现资源共享，优势互补，协同并进。

### 广东省文化和旅游厅党组书记、厅长汪一洋

广东省文化和旅游厅认真学习宣传和贯彻落实国家战略决策和省委、省政府工作部署，紧紧把握大湾区建设这个新时代改革开放的“纲”，举全省文化旅游系统之合力，与香港、澳门特区文化和旅游部门紧密合作，共同促进文化和旅游的交流创新发展，携手推进粤港澳大湾区、休闲湾区建设，打造粤港澳大湾区世界文化和旅游高地。

### 民革广东省主委程萍

“一带一路” 建设是促进文旅交流的桥梁，它跨越发达国家、发展中国家、欠发达国家三类经济体，同时连接了全球主要旅游客源地与目的地，带来了各文明间的交流互鉴，为相关国家民众加强交流、增进理解搭起了新的桥梁，为不同文化和文明加强对话、交流互鉴织就了新的纽带，推动各国相互理解、相互尊重、相互信任。

### 南方科技大学党委副书记、深圳大学文化产业研究院院长暨国家文化创新研究中心主任李凤亮

城市共同体是一种最高空间组织形式，是城市发展到成熟阶段的重要标志。在大湾区背景之下，我们国家开启了新一轮发展的创新引擎。文化因交流而生动，因包容而辉煌，文化的交流可以促进不同文化要素的产生。下一步，我们需要不断扩大和提升我们的文化内容，加强文化交流，以更好地推动文化旅游产业朝着好的方向发展。

### 埃塞俄比亚驻华大使特肖梅·托加

非洲国家与中国的关系一直在加深和扩大。2000年中非合作论坛成立，2013年共建‘一带一路’倡议正式启动。”中非人文交流呈现前所未有的良好势头，中非合作水平不断提高，近5年中国赴非旅游人数稳步增长。据估计，今年约有1.8亿中国人出国旅游，而2018年的出境人数为1.49亿。



源志誠

全球700多间五星级酒店布艺供应商

More Than 700 Five-star Hotels Fabric Suppliers Around The World

设计研发

Product Design & Development

织造染整

Fabric Weaving & Dyeing

成品加工

Product Processing

订制绣花

Custom Embroidery

电动产品

Electrical Products

配套安装

Assortment & Assembling

销售服务

Sales And Service



Yuanzhicheng  
源志誠家紡

源志誠家紡有限公司  
Yuanzhicheng Home Textile CO.,LTD.

[www.yuanzhicheng.com](http://www.yuanzhicheng.com)

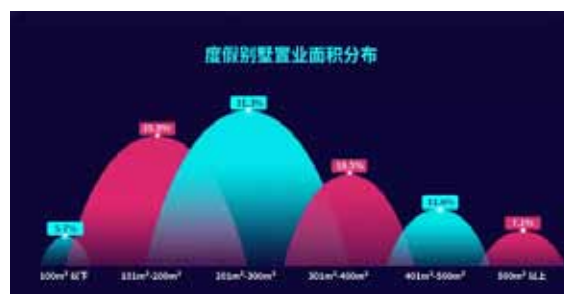
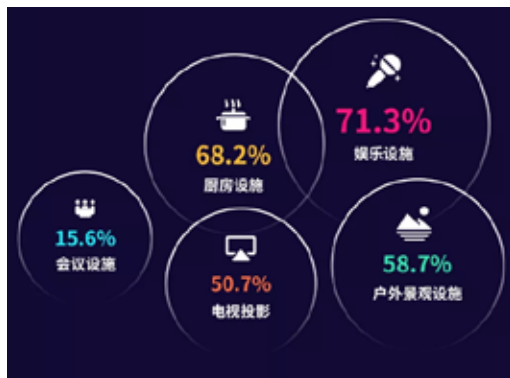
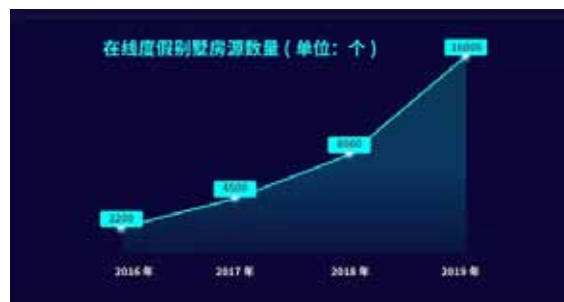
62-64#, Danan Road Yuexiu District Guangzhou, Guangdong Province, China 中国 广东省 广州市越秀区大南路62号

Tel: 86-20-83302177 / Fax: 86-20-83304376 E-mail: yzc@yuanzhicheng.com

STATISTICS

伴随出游观念的改变，旅游市场需求点也随之改变，消费者对非标住宿的需求也在发生变化，产品细分化、多样化、品质追求成为趋势。别墅度假相比传统住宿提供的标准化产品和服务而言，更加注重用户的个性化需求，高端别墅住宿业正在迎来行业发展的春天。

为此，趣墅联合新旅界发布《别墅度假行业发展报告-2019》。报告分别从行业发展状况、别墅度假行业消费者用户画像、别墅度假业主画像、别墅投资房产投资偏好等四方面做了解读。



**钱梦丹女士**  
任宁海安岚市场销售总监

近日，钱梦丹 (Crystal Qian) 女士被正式任命为宁海安岚市场销售总监一职，全面负责宁海安岚的市场销售工作，包括客房、宴会、餐饮的销售及市场传媒、预订等分部门的管理。

从业至今，钱梦丹一直热情饱满得对待每一位客户，积极开发新的市场以及勇于尝试不同的营销模式。尤其在刚刚过去的2019双十一，创造出宁海安岚飞猪旗舰店单店1000万的业绩，打造一场行业神话。这和她敏锐的市场洞察力和出色的产品规划能力密不可分。

加入宁海安岚酒店后，她运用自己多年的市场销售经验，用热情和创意带领销售团队，鼓励整个团队再接再厉，在即将到来的安岚旺季，开启一段充满激情的温泉休闲之旅，打造宁波地区的最潮的度假及 MICE 目的地。



**Benjamin Bahn 先生**  
任瑰丽酒店集团  
区域市场及销售副总裁

Benjamin Bahn 日前被瑰丽酒店集团任命为区域市场及销售副总裁，他将全面负责集团位于亚太及中东地区所有酒店的销售与收入业绩。此外，他还将为集团旗下筹备开业的酒店提供大力支持，指导销售及市场战略，并臻选有潜力的优秀人才。

加盟瑰丽酒店集团之前，他担任璞富腾酒店及度假村亚太地区的全球销售副总裁一职。此前他还曾效力于香港奕居、香港四季酒店与喜达屋酒店集团，分别担任销售、市场及营运部门的高级职位。

Benjamin 毕业于美国罗德岛新港大学，拥有商业管理学士学位。



**郭慧群女士**  
任海口华彩华邑酒店  
市场销售总监

于2015年12月19日正式开业的海口华彩华邑酒店（洲际旗下），近日，正式任命郭慧群女士为市场销售总监，并于日前正式接任。坐落于海口湾一隅的海口华彩华邑酒店在开业三年多以来，已成为旅居于海岛社交达人们备受青睐与喜爱的高端居所之一。

郭慧群女士拥有15年海南度假酒店从业经验，曾就任于洲际、凯宾斯基和美高梅，万豪等国际品牌旗下的酒店，上一家任职的酒店是三亚亚龙湾瑞吉度假酒店，她在市场营销、收益管理及公共关系方面拥有丰富的运作及管理经验。



**多利安·隆梅尔先生**  
任北京环球度假区  
酒店管理分公司总经理

北京环球度假区宣布任命多利安·隆梅尔 (Dorian Rommel) 为酒店管理分公司总经理。在新岗位上，隆梅尔先生将为酒店管理分公司提供战略性的领导，并负责管理北京环球度假区酒店的开业筹备和日常运营工作。加入北京环球度假区前，隆梅尔先生在由老上海石库门打造的上海建业里嘉佩乐酒店担任总经理一职，负责这座超奢华地标性酒店的开业筹备和日常运营。

隆梅尔先生毕业于摩纳哥的专业酒店学校，并完成了康奈尔大学的酒店管理课程。此后，他还取得了法国兰斯商学院的工商管理硕士学位。

APPOINTMENT

# 48年匠心传承 缔造百亿品牌

## 穗宝床垫 1971中国创造



### NEW DREAM OF ORIGIN SINCE 1971

Somnopro's research on high quality deep sleep dates back to nearly half a century ago since 1971 when it launched the first spring mattress in China. It has been engaging in mattress, studying Chinese consumer sleeping mode, optimizing products based on the study result and continuously improving users' sleeping experience for almost 50 years, just in order to ensure 8 hours of deep sleep for everyone. With the possession of innovative technologies and trustful product quality, the brands and products of Somnopro Group have obtained numerous awards at home and abroad. Being on the list of "China's 500 Most Valuable Brands" for a continuous 15-year, the brand value of Somnopro Group is as high as CYN 15.392 billion.

自1971年生产出第一张中国人的弹簧床垫，穗宝关于优质深度睡眠的研究已有近半个世纪的历史，目前是国标GB/T 1952.2-2011《软体家具-弹簧软床垫》起草单位之一。近五十年来，穗宝一直专注床垫，专注中国消费者的睡眠研究，针对中国人特点进行优化创新，不断提升国人的睡眠体验，只为成就每个晚上8小时的优质深度睡眠。凭借不断革新的研发科技和深受消费者信赖的产品品质，穗宝集团旗下品牌和产品屡获国内外大奖，连续15年荣膺中国500最具价值品牌，品牌价值高达153.92亿元。



### FOR EVERYONE FOR EVERY AGE

BellaRest is a professional Australian mattress brand. In 2007, a formal strategic partnership was formed with Somnopro Group, a renowned furniture manufacturer in China. Meanwhile, Somnopro Group was selected to take charge of production and quality control to ensure the highest quality of each BellaRest product. BellaRest holds "For Everyone For Every Age" as its brand value and design concept. Based on the needs of sound sleep from different age, it provides professional and optimal mattress products to ensure comfortable sleep and quality lifestyle. A new era of "Mattress for All-age" has come.

百纳璐诗(BellaRest)，是澳洲专业床垫品牌。2007年与中国著名家具企业穗宝集团达成战略合作伙伴关系，并由穗宝集团全面负责产品生产以及质量监控，以保证百纳璐诗每件产品均拥有最高质量保证。百纳璐诗秉承“龄爱一生”的品牌价值和设计理念，以不同年龄段的睡眠需求作为产品设计的基础，为人生不同年龄阶段度身设计最合乎舒适健康睡眠标准的专业睡眠产品，并开创了“全龄床垫”的新时代。



### CENTURY'S FOCUS ON ZONING SUPPORT

Established in the United States in 1926, Spring Air has been focusing on zoning support for a century. Spring Air has branches across the globe to delicately provide a comfortable and suitable sleeping experience to all.

诗贝艾尔(SpringAir)，始于1926年，源自美国，百年专注分区承托。遍布全球各大洲，精准为每一位体验者带来舒适、贴合的睡眠感受。

#### 联系方式



全国四大生产基地 Four Manufacturing Bases in China  
 广州、上海、天津、雄安新区 Guangzhou, Shanghai, Tianjin, Xiongan New Area  
 总部：中国广州·万福路133号 Headquarter: No. 133 Wanfu Road, Guangzhou, China  
 联系电话：020-8339 9950 Tel: (+8620)8339 9950  
 服务热线：400 188 1971 Service Hotline: 400 188 1971



Singing like a canary

Gordon Sondland, America's ambassador to the EU and the star witness in the impeachment inquiry into Donald Trump, gave his public testimony to the House. Mr Sondland said he and others had followed orders from the president to put pressure on Ukraine to dig up dirt on Joe Biden and that the Ukrainians knew there would be a clear "quid pro quo" if they co-operated. He also said "everyone was in the loop", including Mike Pompeo, the secretary of state, and Mike Pence, the vice-president.

A show of defiance

Large protests erupted in Iran after the government increased the price of heavily subsidized fuel. Demonstrators blocked traffic, torched banks and burnt petrol stations. Ayatollah Ali Khamenei, the supreme leader, called the protesters "thugs" and blamed foreign powers for the unrest. Dozens of people have been killed by the authorities, say human-rights groups.

Conservative VS. Labour

Britain's two main party leaders clashed in the first televised election debate. The courts rejected demands from the Liberal Democrats and the Scottish National Party that they should be included. Boris Johnson, the Conservative prime minister, did slightly better than Jeremy Corbyn, the far-left leader of the Labour Party. The Conservatives' press office altered its Twitter account to look like a fact-checking service.

The Word of 2019

Oxford Dictionaries has declared "climate emergency" the word of the year for 2019, following a hundred-fold increase in usage that it says demonstrated a "greater immediacy" in the way we talk about the climate. 'Climate emergency' means a situation in which urgent action is required to reduce or halt climate change and avoid potentially irreversible environmental damage resulting from it.

《寂静的夏日》周羊

有人说，只有孩子的夏天才能称得上是夏天。是小镇里的男孩，三五成群，下午的时候趁着大人们都睡了，结伴偷跑到河里游泳，阳光晒在半褪色的红泳裤上。满心里渴求一副杂货铺里的潜水镜，没有钱买，拼拼凑凑，又遇上耍无赖的大人和一些危险，笑呀闹呀，最后有惊无险的长大。就是这样的夏天的故事。



《南方最后的夏天》温凯尔

女青年婉玲因习惯独自去茶餐厅用餐，而与餐厅老板卢棋暗生情愫。两人感情逐渐升温，婉玲决定带卢棋回老家，与母亲见面。这一决定也获得卢棋应允。但与此同时，卢棋决定盘出餐厅回港，婉玲上司李东一也对婉玲表示出好感，而卢棋在香港的妻子也进入婉玲视线。横亘复杂的线条，逐渐打破了她惯有的平淡。



《君猫的四个夏天》易别景

埃尔·卡菲尔编年纪系列之一，一个年少时曾做过小偷，拥有灵巧双手的男人的发家史，在热烈的夏天里与深爱的女孩数次聚散，讲述了一段洗净自身罪孽找寻真实内心的人生旅程。

作者曾获中国银河奖长篇奇幻小说奖，奇妙的世界观与故事性获得了诸多好评。虽然魔法世界奥妙无比，但不管岁月怎样变迁，魔法如何神奇，人类情感的核心内容是不会变的，渴望爱，渴望被理解与尊重。



《玻璃幕墙》文君

大战后的世界，面目全非，幸存文明高度发达的信息科技却反衬出众人灵魂的简陋。

文明的迟暮，冰冷而又坚硬。

雪港市的海洋气象分析员被诬陷谋杀，在逃亡过程中加入反抗城市联邦的寻路者组织，展开革命般的冒险旅程。

这是一个末世中不甘寂寞、奋起抗争的故事：「即使昙花一现，我至少品尝过雨露；即使流星陨落，我至少照亮过天空。」





# COGNAC

FRANCE

## 干邑佐餐：一场入心入胃的味蕾诱惑大赏

从西餐到中餐、从头盘到甜点，更淋漓尽致地搭配各式香气浓郁、滋味丰厚的菜肴，探索极致绚丽的滋味与丰富诱惑——因为干邑。

“这是一味众神的灵药，一滴生命之水。若你禁不住诱惑沾惹了一滴，就会一世成瘾。”这是法国文豪雨果对干邑的赞叹。

以陈酿时间为等级划分，干邑分为陈酿至少2年的VS干邑（Very Special）、陈酿至少4年的VSOP干邑（Very Superior Old Pale）和至少陈酿10年的XO干邑（Extra Old）。陈酿时间越长，干邑越复杂迷人、丰富而诱惑，赋予美食更诱惑的味道，同样让人一世成瘾。



### 烤鸭

© BNIC / Expérience Sur Mesure - Gabriel Chatenet  
菜谱研发：Expérience sur Mesure - Cédric Coulaud

VS干邑往往散发出葡萄、柑橘、梨、李子，以及葡萄花、矮牵牛花、紫罗兰的香气，当它遇到烟熏鲑鱼，能够充分烘托烟熏味和鲑鱼特有的矿物质鲜感。而将VS干邑在零下18°C的冰箱里保存，饮用时取出，称为VS冰干邑，更是一种别样体验，搭配鲑鱼大幅提升入口的鲜爽感。

VSOP干邑会散发出胡椒、丁香、麝香和果脯的香调，搭配具有风土特质的奶酪总能给人以惊喜，如特级熟成（18-24个月）的米莫雷特干酪佐干果酸辣酱，干酪的新鲜坚果气息和烧烤、焦糖及咖啡的香气，与VSOP干邑的辛香与果香如魔法般交织，久久萦绕舌间。

时间将橡木桶的单宁全部融化，酒体变得脂滑，XO干邑特有的皮革、名贵木材、香料、茉莉和异域水果的香气与野味和热烈的甜点构成的复杂搭配。无论是橙肉炖鸽子或柔软的反烤苹果挞，这个等级的陈年干邑都是绝配。

而在美食美酒拥有至高地位的中国，干邑佐餐更是一场入胃又入心的味蕾诱惑大赏。

有着强烈香草味和肉桂、肉豆蔻香料味的VS干邑搭配蒜香茄条，能够让独特的蒜香味加倍释放且绵延不绝，菜肴味道更复杂丰满。口感更清爽的

### 中式煨牛肉



© BNIC / Expérience Sur Mesure - Gabriel Chatenet  
菜谱研发：Expérience sur Mesure - Cédric Coulaud

冰VS干邑则更能平衡蒜香茄条的油腻感。而带有更多坚果香的VSOP干邑让蒜香茄条在唇齿中展现出更多质感。令人“努力加餐饭”。

XO干邑是所有品种的干邑中味道最为浓郁的极品佳酿。用它搭配中式烤猪肉堪称极致诱惑。XO干邑中皮革、高档木材和熏香的气息与猪肉的烘烤香相映成趣，其芒果、菠萝的果香，茉莉花、金银花的花香和藏红花类甜香料的的味道与复杂的中式料汁如天作之合，一口成瘾。



The content of this invitation represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for any use that may be made of the information it contains.

\*SPIRIT DRINK WITH EUROPEAN GEOGRAPHICAL INDICATION



驱势而为/CH  
MOVE BY TRENDS

# MOVE BY TRENDS

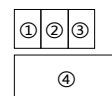
20<sup>TH</sup> CHINA CULTURAL TOURISM GLOBAL  
FORUM PRESS CONFERENCE HELD IN BEIJING

## 领航者，驱势而为

第二十届中国文旅全球论坛新闻发布会在北京召开

2019年12月10日，由全国工商联指导，全联房地产商会主办的全联房地产商会2019年会在北京富力万丽酒店盛大开幕，以“把握大势、坚定信心”为主题，瞄准行业发展大势这一着力点，分别从数字化新趋势、工业化新发展、城市更新、康养产业等几个维度展开深度探讨，充分论证“房地产发展新航道”的多种可能。





- ① 全国工商联党组成员、副主席鲁致辞
- ② 全联房地产商会会长  
富力集团董事长 / 总裁张力讲话
- ③ 全联房地产商会创会会长聂梅生讲话
- ④ 全联房地产商会 2019 年会现场

全国工商联党组成员、副主席鲁勇，全联房地产商会会长、富力集团董事长兼总裁张力，全联房地产商会创会会长聂梅生，中交房地产集团董事长、党委书记赵晖，融创中国执行董事商羽，华为技术有限公司 EBG 全球智慧城市业务部总裁郑志彬，亚太酒店协会会长、全联房地产商会酒店投资商分会会长、中国金茂控股集团高级副总裁张辉，亚太酒店协会执行会长、全联房地产商会酒店投资商分会执行会长、中商文旅 CEO 冼锋等领导出席活动，知名经济学家、地产专家、酒店投资商、文化旅游企业领袖及上下游产业链优秀商家代表等 1000 余人齐聚一堂、共襄盛举。

与此同时，在 12 月 11 日举行了第二十届中国文旅全球论坛新闻发布会引发了与会代表和媒体的广泛关注。





时光的滚滚车轮即将跨入2020年，对于中国文旅产业而言，2020年将是重要的时代拐点！十年前的冬天，2009年12月，国务院《关于加快发展旅游业的意见》提出：“力争到2020年我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平”。

十年过去了，中国文旅产业取得了举世瞩目的成就。数据显示，过去五年行业需求规模复合增长率为13.68%，仅2018年中国文旅产业消费需求就达到了2.7万亿的规模。未来，中国文旅产业消费需求的年度规模将有望突破10万亿。

面对如此庞大的市场需求，大文旅时代，如何驱势而为？谁，能成

为时代拐点上的领航者？备受业界和国内外媒体聚焦的中国文旅全球论坛已经走过十九年的不凡发展之路，将一如既往地肩负起与践行着满足人民日益增长的美好生活需要的伟大使命。新闻发布会上，组委会新闻发言人、中国互联网新闻中心副主任、中国网副总裁李富根现场发布：第二届中国文旅全球论坛将于2020年3月26日-28日在花城广州盛大举行。

据悉，第二届中国文旅全球论坛由联合国开发计划署、世界旅游组织支持，全联房地产商会、亚太酒店协会主办，中国饭店杂志社承办。本届盛会以“驱势而为”为主题，以为参会者提供“学习交流的机会、

商务合作的平台、友谊升华的桥梁、投融资对接的纽带”为目标。届时，来自全球地产、酒店及旅游业的杰出代表超过 1000 人将现场出席，预计有数百万人通过首席合作媒体中国网和中国文旅首席新媒体“悦旅”公众号的宣传报道和现场直播参与其中、互动交流。

据悉，本届盛会将着重打造、特别呈现以下环节：

第一，发产业强音，塑意见领袖。聚焦“政策之势”，关注新机遇与新挑战，论道产业经济，发布研究报告，预见产业趋势。

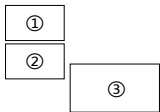
全球贸易新格局下，哪些新的资产管理方案、品牌打造策略、采购供给模式，将在 2020 年为酒店及旅游业带来重大影响？

本届盛会将邀请专家学者、知名文旅集团、酒店集团、餐饮集团的领军者发表具有前瞻性、启发性的主题演讲，深入剖析格局大势。更有精彩的“主题互动秀”和对话文旅大咖的“煮酒会英雄”环节为现场嘉宾预测时代拐点的新风向。重磅的领袖圆桌峰会将分别围绕“制高点（文旅大咖专场）、升效能（资管专场）、扬优势（品牌专场）、固根基（招采专场）”等话题展开。

备受关注的 2019-2020 年度《业主视角：酒店管理公司指数排行榜》由中国旅游研究院、国家文化和旅游部数据中心、全联房地产商会、全联房地产商会酒店投资商分会组织调研，金茂、富力、复星、保利、雅居乐、中粮、万达、绿地、世贸等企业发起并联合发布，将在第二十届中国文旅全球论坛上正式由中国网、悦旅新媒体向全球首发。

此外，2019-2020《文旅全球趋势调研报告》将继续由联合国开发计划署、联合国世界旅游组织提供数据支持，由携程大学和悦旅新媒体组织调研并发布。

以政策形势为帆，以市场之势为桨，本届盛会精彩纷呈，值得期待。



- ① 亚太酒店协会会长、全联房地产商会酒店投资商分会会长、中国金茂控股集团高级副总裁张辉讲话
- ② 中国互联网新闻中心副主任、中国网副总裁李富根发布新闻稿
- ③ 亚太酒店协会执行会长、全联房地产商会酒店投资商分会执行会长、中商文旅 CEO 冼锋接受媒体采访



第二，树行业标杆，导航产业未来。“金马奖”——中国酒店及旅游业崛起与腾飞的推动者与见证者。

给梦想一对翅膀，给起飞一个平台。中国金马奖，经过十九年的塑造和传播，已经在亚太地区乃至全球享誉盛名，获奖企业被业界公认为行业的丰碑，获奖者被业界公认为行业的标杆。

中国金马奖是一个向世界展示“中国服务”的舞台。从2019年11月8日起，第二十届中国金马奖的评选活动已经正式拉开序幕，目前申报、评审的工作正在有序进行中，2020年3月28日将如期揭晓榜单并举行全球瞩目的颁奖盛典。

第二十届中国金马奖仍然坚持参照“奥斯卡”评审委员会的国际评选惯例，将从入围2019-2020年度旅游、酒店及餐饮百佳，产业链百佳合作伙伴(大文旅产业链，旅游地产、商业地产，制造商、服务商、供应商、酒店设计机构)，中国特色旅居小镇、精品民宿、生态农庄等，以及《中国文旅英才榜》年度影响力100人中遴选产生。

往届金马奖为繁星品牌披上了金纱羽翼，洲际、朗廷、四季、雅高等酒店品牌都曾走上梦想的星光大道。本届金马奖的舞台，又会有怎样的传奇品牌闪亮登场呢？

辛勤付出的地产人、文旅人、酒店人、餐饮人需要掌声与鼓励，卓

越的品牌需要传播与升华，金马奖星光大道，让荣耀时刻隽永。

第三，助推产业链创新、协同发展。支持创办“亚太酒店与地产采购协作委员会”、“世界酒店设计联盟”，商之蓝海，美美与共。

为了落实《联合国2030年可持续发展议程》，推动文旅全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展。秉持共商共建共享原则，由联合国开发计划署、亚太酒店协会、全联房地产商会、全联房地产商会酒店投资商分会、全联房地产商会高尔夫俱乐部、中国饭店业名人俱乐部、中国饭店杂志社等机构支持创办的“亚太酒店与地产采购协作委员会”、“世界酒店设计联盟”将在本届盛会上举行成立仪式，发挥商会的桥梁和纽带作用，助推产业链创新、协同发展。

此外，2020中国酒店供给侧交易会（春季）将与第二十届中国文旅全球论坛同期举行，参展企业为定向邀约，要求是中国酒店投资商供给侧联盟成员机构及主办方特邀商家（各系列、领域的品牌企业、龙头企业），包括地产、酒店及文旅项目的策划、定位、选址、调研、设计、建设、装修、筹备、开业、运维等各个环节的开发商、运营商、服务商、供应商。

中国酒店投资商供给侧联盟是响应国家“供给侧改革”，参照“欧





盟”、“东盟”等组织的国际惯例创办的“地产+文旅+酒店+餐饮+全产业链供应商、服务商”的跨界精准合作平台。在本届盛会上，主办方将为合作伙伴事先预约精准目标客户（地产、文旅及酒店业投资商与运营商的直接分管领导、采购总监、工程总监等），安排“一对一”的交流机会及商机链接。实现资源互联最大化、市场占有率最大化、合作效益最大化。

第四，设计赋能文旅产业。国际设计大咖云集“世界酒店设计论坛 2020 年会”。

即将与第二十届中国文旅全球论坛同期并行举办的“世界酒店设计论坛 2020 年会”是本届盛会的又一亮点活动。以“独特”著称，为深圳柏悦酒店、北京华尔道夫酒店、广州瑰丽酒店等顶级奢华酒店赋予了灵魂的全球顶级设计师雅布；向世人呈现了香港瑰丽酒店、深圳安达仕酒店、上海柏悦酒店等经典传世之作的美籍华人顶级设计师季裕棠；创作了北京三里屯通盈中心洲际酒店、深圳瑞吉酒店、上海佘山世茂深坑洲际酒店的国际著名设计师郑忠等全球顶尖酒店设计大师

将获邀出席“世界酒店设计论坛 2020 年会”。

“世界酒店设计论坛 2020 年会”将分为“前沿设计”、“跨界设计”、“尖叫设计”三个篇章。通过“设计大咖说”的形式从设计与区块链、隐奢与至简、借景与涅槃、破与立、聚与变、跨界与共生、打造爆款精品酒店、民宿里的中国、狂人设计等维度，由国际顶级酒店设计大师分享设计理念及空间进化案例。此外，在“互动对话”环节将就“如何让设计提升价值、洞见酒店设计新风向”等话题展开研讨。“世界酒店设计论坛 2020 年会”将带领大家一起探索与领悟设计赋能文旅产业。

#### 察势者明，趋势者智，驭势者赢！

二十年韶华，由中国饭店杂志社发起创办的中国文旅全球论坛，每年度举办一届，已成为中国酒店及旅游业对话世界的优选“窗口”，是世界感知大文旅产业发展速度的主要“风口”，是人们向往美好生活启航的理想“渡口”，第二十届中国文旅全球论坛值得期待，领航者，驱势而为。☑

# TECHNOLOGICAL NEW POWER AND HIGH-QUALITY DEVELOPMENT

## 科技新动能 发展高质量

亚太酒店协会代表应邀出席文化和旅游部部长专题座谈会  
并参加“2019中国旅游集团发展论坛”

日前，亚太酒店协会会长、全联房地产商会酒店投资商分会会长、中国金茂控股集团高级副总裁张辉，联席会长、复星旅文集团董事长钱建农，执行会长、中商文旅 CEO 冼锋，中国饭店业名人俱乐部副主席、开元旅业集团创始人陈妙林，中国饭店业名人俱乐部副主席单位代表、北京宴董事长、俏江南集团 CEO 杨秀龙等应邀出席“文化和旅游部党组书记、部长雒树刚专题座谈会”（小范围，定向邀约，共约 30 位），并参加“2019 中国旅游集团发展论坛”（共约 500 人出席），钱建农联席会长、陈妙林副主席、杨秀龙副主席担任上台发言嘉宾。

中国旅游研究院院长戴斌、中国旅游协会会长段强、中国旅游集

团有限公司总裁杜江、中国旅游研究院产业所所长杨宏浩、携程集团 CEO 孙洁、华侨城集团总裁姚军、岭南集团董事长冯劲、首旅集团董事长宋宇、腾讯文旅总裁舒展、春秋集团董事长王煜、浙江省旅游集团董事长方敬华、江苏省文旅投资集团董事长盛蕾、福建省旅游发展集团董事长陈扬标、湖北省文旅投资集团董事长刘俊刚、南京旅游集团董事长谢国庆、山西省文旅集团董事长王文保等业界先进出席，围绕“科技新动能，发展高质量”这一主题展开探讨，达成了“科技是旅游集团成长和产业升级的第一推动力”的理念共识。





①	②
③	④

**专题座谈会现场**

文化和旅游部党组书记、部长雒树刚（图①左2、图2左3、图3左3）、戴斌院长（图①左4）、张辉会长（图①左1）、钱建农联席会长（图②左1）、冼锋执行会长（图③左1）、孙洁（图①左3）、冯劲（图③左2）、陈妙林（图④）等代表出席座谈会。







来自文化和旅游部相关司局、各大旅游集团、旅游企业、研发机构的代表和相关负责人参与了主题发言、企业家战略对话会、旅游与科技融合新成果发布及研讨会等环节。

#### 2019 中国旅游集团发展论坛现场

①	②
③	④

- ① 亚太酒店协会联席会长、复星旅文集团董事长钱建农
- ② 中国饭店业名人俱乐部副主席、开元旅业集团创始人陈妙林
- ③ 中国旅游研究院产业研究所所长杨宏浩
- ④ 中国饭店业名人俱乐部副主席单位代表、北京宴董事长、俏江南集团 CEO 杨秀龙



部分与会嘉宾合影留念

# GATHERED IN BEIJING TO CREATE BRIGHT FUTURE TOGETHER

## 悦聚北京 凝聚行业力量 共创美好未来！

亚太酒店协会秉承“提供服务，反映诉求，加强自律，引领发展”的宗旨，致力于实现“投资方与管理方、业主方与设计方、资金与项目、人才与企业、产品与渠道”五大精准对接的目标。

亚太酒店协会执行会长、全联房地产商会酒店投资商分会执行会长、中商文旅 CEO 冼锋一行于 12 月 11 日 -12 日，在北京走访了中国金茂控股集团、钓鱼台美高梅酒店集团、万达商管集团 / 万达酒店及度假村总部、伟光汇通集团、合生创展集团、大悦城控股集团股份有限公司等会员企业，加深了解，挖掘潜能，整合资源，推动产业创新协同发展！



## JINMAO 中国金茂

### 中国金茂控股集团 释放城市未来生命力

中国金茂高级副总裁张辉、中国金茂产城发展部总经理梁笑辰、中国金茂投资发展部副总经理张芙蓉、中国金茂产品管理中心招采高级经理黄玺柱、中国金茂产品管理中心合约顾问李灏、中国金茂产城发展部产业发展顾问路玉彬、中国金茂产城发展部高级经理刘茂华等相关部门负责人出席交流会，与探访团成员互联互通、共建共享、共创共赢。

张辉总介绍了金茂控股的“开发+持有”的双轮战略，“服务+金融”的两翼战略，诠释了金茂“品质”、“城市运营”的关键词，致力于成为品质城市引领者。同时，他希望商会成员企业之间，更多的互动交流，加深了解，凝聚行业力量，共创美好未来。

#### 【友情链接】

中国金茂控股集团是中国中化集团(世界500强第88位)旗下房地产和酒店板块的平台企业，金茂于2007年在香港联合交易所主板上市。自2005年以来，“金茂”品牌已连续十五次入围“中国500最具价值品牌”榜。2019年，“金茂”以285亿元的品牌价值位居第190位。中国金茂正在经营中的有金茂北京威斯汀大饭店、上海金茂君悦大酒店、金茂三亚丽思卡尔顿酒店、金茂三亚希尔顿大酒店以及金茂深圳 JW 万豪酒店、金茂丽江酒店等多家超豪华酒店。

#### 考察行程：

12月  
11日

探访中国金茂控股集团  
探访钓鱼台美高梅酒店集团  
午餐（鸣谢：钓鱼台美高梅酒店集团）  
探访万达商管集团、万达酒店及度假村总部

12月  
12日

探访伟光汇通集团  
（国开金融文化旅游产业投资平台）  
探访合生创展集团  
午餐（鸣谢：合生创展集团）  
探访大悦城控股酒店与长租公寓管理公司





## 钓鱼台美高梅酒店集团

### 创新旅居生活

美高梅国际酒店集团中国区总裁、钓鱼台美高梅酒店集团总裁周锋先生，钓鱼台美高梅酒店集团开发/设计/品牌/住宅副总裁李军先生、钓鱼台美高梅酒店集团开发可研部副总监张钰瀛女士等相关部门负责人出席交流会，与探访团成员进行了需求对接，行业资讯共享。

李军总介绍了钓鱼台美高梅酒店集团的“中国神、国际范”定位，力求在“品质化”、“差异化”、“独特化”三个维度打造自身特色，希望借助商会的平台，与更多的酒店投资商、文旅项目开发商、产业链优秀商家建立合作关系，共赢发展，共创全产业链资源整合目的地。

座谈会后，周锋总裁及团队核心成员与探访团成员在东方君悦大酒店共进午餐，进一步深度交流、碰撞思想火花、达成多项共识。

### 【友情链接】

钓鱼台美高梅酒店集团是由钓鱼台国宾馆携手美国美高梅国际酒店集团合资成立的高端酒店管理平台，目前旗下拥有五大酒店品牌：钓鱼台、宝丽嘉、美高梅、美高梅美幻及美高梅美荟，在国内乃至全球签约多个项目。其中，位于亚龙湾的三亚美高梅度假酒店、位于宽窄巷子的成都钓鱼台精品酒店、位于钱塘江畔的杭州泛海钓鱼台酒店和位于北外滩的上海苏宁宝丽嘉酒店已开业，法兰克福钓鱼台酒店和南京鲁能美高梅美荟酒店也将分别于2020年亮相，值得期待！





**万达集团  
以礼至善生活**

万达商管集团首席副总裁、万达酒店及度假村总裁宁奇峰，万达酒店及度假村品牌部总经理王鑫等相关部门负责人出席交流会，并与探访团成员就“务实创新，发扬华文化！打造酒店开发、设计、建设及管理的全产业链公司”等话题展开分享、交流、合作机会探讨。

宁奇峰较详尽地介绍了万达的供应链管理新模式，用互联网的思维、平台做传统服务业的产业链创新、协同发展，宁总透露万达与华住近日刚达成了供应链联盟共享，往后会加大这方面的合作维度。并与会代表分享了中央政府打造“国家文化公园(长征、长城、运河)”为酒店、文旅产业带来的商机，大家对未来产城地产、旅游地产的发展前景看好。



**【友情链接】**

万达酒店及度假村始于1996年，秉承“以人为本”，关爱每位员工，温暖每位客人，打通酒店开发、建设及管理的全产业链公司，涵盖酒店设计、酒店建设、酒店管理三大核心板块。旗下拥有奢华酒店-万达瑞华、豪华酒店-万达文华、高端酒店-万达嘉华、高端优选酒店-万达锦华、超中端酒店-万达美华等五大酒店品牌。目前拥有已开业酒店88家，筹建及待开业酒店130余家，覆盖全球120余座城市。





【友情链接】

伟光汇通旅游产业发展有限公司（简称“伟光汇通旅业”），是中国领先的文化旅游古镇运营集团，总部设于北京，在全国设立多家分支机构。伟光汇通旅业作为国开金融旗下的文化旅游产业投资平台，致力于古镇开发运营与中国传统文化相结合，着力打造“文旅古镇”、“特色小镇”、“市民农庄”三大产品体系。

伟光汇通集团  
让城市更中国

伟光汇通集团（国开金融文旅产业投资平台）总裁王军、伟光汇通集团运营事业部总经理翟巍、伟光汇通集团运营事业部副总经理史鹏程、伟光汇通集团资源整合中心总经理起海焰、伟光汇通集团酒店民宿事业部总监刘海波等相关部门负责人出席交流会，与探访团成员进行了深度高效的交流，为进一步合作奠定了基础。

王军总介绍了伟光汇通采用 T0 B 的平台开放的合作模式，非常愿意与各酒店品牌、餐饮品牌、特色民宿，各产业链商家合作，共同为文旅产业小镇的游客、消费者提供优质的“吃、住、行、娱、购、游”服务。冼锋执行会长就伟光汇通集团“产业引进，构建文旅产业全生态链”进行了深入分析，并表示乐意将历届中国金马奖—百强酒店、百佳餐饮、中国最美民宿 100 家，以及中国酒店供给侧联盟的优秀供应商、服务商精准对接给伟光汇通集团，助力“让城市更中国”。与会者围绕“洞察、精耕、匠思、至臻”关键词展开探讨，考察访问团代表纷纷发言，介绍自身优势、表达合作意愿，一起为文旅赋能，给城市点赞！





## 合生创展集团

### 优质生活，完美体现

合生创展集团高级副总裁、奢华地产事业部总经理邱杰安排设计总监何陈林、营销中心副总经理李雨桐、缙合酒店经营管理有限公司总经理但昊霖等相关部门负责人出席交流会。

何陈林总介绍了 MAHÁ 安缦与合生创展集团联合打造的顶级生活方式品牌“缙合中国”，将安缦的“宁静而伟大”的生活理念带入中国。“缙合中国”包含超星级酒店、高端酒店式公寓、超奢华住宅、精品住宅，城市圈层资源平台、高端会所等多个产品线，涉及酒店、品牌住宅、会所、高端零售、高端社群等多种业态。

### 【友情链接】

合生创展集团成立于1992年，1998年在香港联交所主板上市。合生创展集团已成为涵盖住宅、商业、酒店、产业投资、物业管理和旅游度假等泛地产行业的大型综合性企业。在全国成功开发近百个项目，累计开发面积超3000万m<sup>2</sup>。

同时，MAHÁ 安缦与合生创展集团联合打造的顶级生活方式品牌“缙合中国”整合了全球专属顶级生活方式平台，包括哈兰酒庄、MAHÁ 游艇俱乐部、萧邦珠宝私人会所等在内的定制专属的“全球私享计划”，创享返璞归真、私密而专属的极大丰盛，涵盖高尔夫教学、纳达尔网球教学、路虎体验、马球、马术、顶级录音棚、印度专属温泉和SPA、F1等全球最高端、最舒适的生活模式与平台即将陆续面世，带来回归生活本质的顶级体验。





### 大悦城控股集团股份有限公司 大悦中国，赋美生活

大悦城控股酒店与长租公寓管理公司总经理助理史健、大悦城控股酒店与长租公寓管理公司长租公寓管理部总监吕天楷、大悦城控股酒店与长租公寓管理公司酒店管理部总监王怡、大悦城控股酒店与长租公寓管理公司技术支持部（招采）副总监许长秋、大悦城控股酒店与长租公寓管理公司长租公寓管理部高级经理龚倩、大悦城控股酒店与长租公寓管理公司酒店管理部高级主管郭晓爱等相关部门负责人出席交流会，向探访团成员介绍集团运营情况及发展愿景。

史健总介绍了大悦城控股旗下北京华尔道夫酒店、三亚亚龙湾瑞吉酒店、三亚亚龙湾美高梅酒店等项目的运营情况，并重点介绍了于今年5月首度面世的大悦城控股自有酒店品牌“北京大悦酒店（Le Joy Hotel）”，该酒店结合大悦城商城的特点，打造一系列的特色主题房，别具一格。此外，大悦城控股酒店与长租公寓管理公司长租公寓管理部总监吕天楷介绍，顺应“租购并举”政策，推出长租公寓品牌“大悦乐邑”，满足居住，更懂生活。



#### 【友情链接】

大悦城控股集团股份有限公司（简称“大悦城控股”）是中粮集团（世界500强第134位）旗下唯一的地产投资和管理平台。中粮集团是国资委首批确定的16家以房地产为主业的中央企业之一。

大悦城控股坚持“双轮双核”的发展模式，以“持有+销售”双轮驱动，稳健发展；以“产品+服务”双核赋能，不断创造新的价值增长点。持续驱动多业态立体联动，助力城市升级与服务。



# 亚太酒店协会 全联房地产商会 VIP 商务考察访问团（北京站）

## 出席名单（部分，排名不分先后）：

张 辉	协会会长 中国金茂控股集团高级副总裁	刘海波	伟光汇通集团酒店民宿事业部总监
冼 锋	协会执行会长 中商集团（亚洲）投资有限公司 CEO 全商联（广州）产业链管理有限公司执行董事 中国饭店杂志社社长、悦旅新媒体出品人	邱 杰	合生创展集团高级副总裁、奢华地产事业部总经理
杨宏浩	国家文化和旅游部数据中心副研究员、清华大学博士后 中国旅游研究院产业所所长、博士后联合导师	何陈林	合生创展集团 - 奢华地产事业部设计总监
徐 韬	鲁能集团商旅公司副总经理	李雨桐	合生创展集团 - 奢华地产事业部营销中心副总经理
李宝丰	河南泽亿房地产开发有限公司董事长 香港云邑奢华酒店投资发展有限公司董事长	但昊霖	合生创展集团 - 缙合酒店经营管理有限公司总经理
梁笑辰	中国金茂控股集团产城发展部总经理	史 健	大悦城控股酒店与长租公寓管理公司总经理助理
余 浩	中国金茂控股集团产城发展部副总经理	吕天楷	大悦城控股酒店与长租公寓管理公司长租公寓管理部总监
张芙蓉	中国金茂控股集团投资发展部副总经理	王 怡	大悦城控股酒店与长租公寓管理公司酒店管理部总监
黄玺柱	中国金茂控股集团产品管理中心招采高级经理	许长秋	大悦城控股酒店与长租公寓管理公司技术支持部（招采）副总监
李 灏	中国金茂控股集团产品管理中心合约顾问	龚 倩	大悦城控股酒店与长租公寓管理公司长租公寓管理部高级经理
路玉彬	中国金茂控股集团产城发展部产业发展顾问	郭晓爱	大悦城控股酒店与长租公寓管理公司酒店管理部高级主管
刘茂华	中国金茂控股集团产城发展部高级经理	邓源津	源志诚家纺集团董事长
周 锋	美高梅国际酒店集团中国区总裁 钓鱼台美高梅酒店集团总裁	张少军	金凤凰（国际）家具集团董事总经理
李 军	钓鱼台美高梅酒店集团开发 / 设计 / 品牌 / 住宅副总裁	陈晟宇	泰国陈和盛文旅集团中国区副总经理
张钰瀛	钓鱼台美高梅酒店集团开发可研部副总监	胡 波	佛山市银河兰晶照明电器有限公司董事长
宁奇峰	万达商管集团首席副总裁 万达酒店及度假村集团总裁	谢 燕	深圳市耀辉照明电器有限公司董事长
王 鑫	万达酒店及度假村集团品牌部总经理	洪志民	中国南光 - 梦幻视界文化集团董事长
王 军	伟光汇通集团董事、总裁	王 征	远东智慧能源股份有限公司副总裁
翟 巍	伟光汇通集团运管事业部总经理	袁小飞	广东金牌陶瓷有限公司总裁助理、战略营销中心总经理
史鹏程	伟光汇通集团运管事业部副总经理	朱金辉	惠州市西顿工业发展有限公司大区总监
起海焰	伟光汇通集团资源整合中心总经理	赵爱妮	惠州巴赫照明科技有限公司大客户总监
		佟继伟	内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司特通业务渠道经理
		周海斌	北京多彩投网络科技有限公司合伙人
		何玲玲	CHEERS 芝华仕大客户总监
		姬可欣	佰草姬食品科技有限公司董事总经理
		刘娜娟	960 时代（北京）国际商贸有限公司总经理
		尹 欣	协会秘书长 中国饭店杂志社主编、悦旅新媒体主编

# GATHERED IN SHENZHEN TO VIEW THE PAST AND GAZE INTO FUTURITY

## 潮起深圳 载酒问道 观往知来

亚太酒店协会秉承“提供服务，反映诉求，加强自律，引领发展”的宗旨，致力于实现“投资方与管理方、业主方与设计方、资金与项目、人才与企业、产品与渠道”五大精准对接的目标。

亚太酒店协会执行会长、全联房地产商会酒店投资商分会执行会长、中商文旅 CEO 冼锋一行于 12 月 3 日 -4 日，前往“社会主义先行先试区”深圳走访会员企业，加深了解，挖掘潜能，整合资源，推动产业创新协同发展！期间，在深圳柏悦酒店举行了“会长交流酒会及联谊晚宴 - 深圳”，叙友情，洽商机，促发展！



探访：

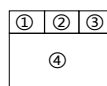
招商酒管公司

12月4日协会执行会长冼锋一行在深圳蛇口招商局广场，拜访招商酒管董事长张跃农，共商产业发展大计，赋能诗和远方！



友情链接：

招商酒管公司是世界500强-招商局集团全资子公司，负责招商局集团旗下全球酒店板块业务的投资开发、委托管理、品牌推广及运营管理，所管辖业态涵盖高星级酒店、精品度假酒店、服务式公寓、高端会所等。目前已开业高端酒店18家，正在筹建中、近年将新增开业的高端酒店20多家，正在洽谈、并购重组中的酒店数十家！招商局集团是全联房地产商会副会长单位，招商酒管公司是全联房地产商会酒店投资商分会常务副会长单位。



- ①冼锋执行会长（左）、招商酒管董事长张跃农
- ②招商酒管董事长张跃农（左4）、雅高酒店集团亚太区首席执行官 Micheal Issenberg（左5）等
- ③招商蛇口项目
- ④希尔顿集团全球总裁兼首席执行官 Christopher J.Nassetta（左4）、招商酒管董事长张跃农（左5）等



### 筹备：世界酒店设计联盟

为落实《联合国 2030 年可持续发展议程》，推动文旅全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展，秉持共商共建共享原则，由联合国开发计划署、亚太酒店协会、全联房地产商会、全联房地产商会高尔夫俱乐部、全联房地产商会酒店投资商分会、中国饭店业名人俱乐部、中国饭店杂志社等机构支持创办的“亚太酒店与地产采购协作委员会”、“世界酒店设计联盟”将在第二十二届中国文旅全球论坛上举行成立仪式，发挥商会的桥梁和纽带作用，助推产业链创新、协同发展。

深圳有“设计之都”的美誉，协会执行会长冼锋一行应邀拜访了 CCD 香港郑中设计师事务所创始人 / 董事长、深圳市亚泰国际建设股份有限公司董事长郑忠，HHD 假日东方国际设计机构创始人 / 董事长、深圳市室内设计师协会会长洪忠轩，文格空间设计品牌创始人 / 董事长、溪山行旅文创发展创始人 / CEO 林文格，PLD 刘波设计顾问（香港）有限公司董事长刘波，深圳中韵建设集团董事长、CHD 香港邹春辉（国际）设计事务所董事长邹春辉等知名设计机构负责人，探讨“世界酒店设计联盟”筹备事宜、并就“世界酒店设计论坛 2020 年会”的话题收集及上台嘉宾推荐交换了意见。



友情链接：

全球第三

CCD 香港郑中设计师事务所

CCD 香港郑中设计师事务所由著名设计师郑忠先生创立，专注于为国际高端酒店品牌提供专业的室内设计及顾问服务，是国际顶级品牌酒店室内设计机构之一。2019 年，CCD 郑中设计荣登“亚洲品牌 500 强”；在美国《室内设计》杂志 2013 年 10 月的全球酒店室内设计百大排名中名列第 3，多年来获得了金钥匙奖，IIDA, HD 等数十个国际室内设计奖项。

**HHD 假日東方國際設計機構**  
EASTERN HOLIDAY INTERNATIONAL DESIGN INSTITUTION  
七星酒店設計者

主题文化酒店精品打造者

HHD 假日东方国际设计机构

HHD 假日东方国际设计机构是全球知名集团性酒店设计机构，设计的酒店类型涵盖文化娱乐主题酒店等多种类型酒店与文商旅综合体。洪忠轩先生在香港创办事务所开始，多年钻研于酒店设计领域，创建了超过 200 人的国际酒店专业设计团队，为全球客户提供综合性的一体化设计服务和可行性方案。

**PLD**  
PAUL LIU DESIGN CONSULTANTS (HK) CO., LTD  
劉波設計顧問(香港)有限公司

“独立设计”的先河

PLD 刘波设计顾问（香港）有限公司

PLD 刘波设计顾问有限公司，是目前最具创造力的国际化专业酒店室内设计公司之一，PLD 曾担任海口万豪酒店、武汉万怡酒店、郑州东方维景精品酒店的室内设计团队，将酒店的管理理念和每个专案的特色完美结合。



优雅相容，多元无界  
文格空间设计品牌

文格酒店空间设计事务所由著名设计师林文格创立于2005年，是中国目前最优秀的室内设计公司之一。文格酒店空间在亚太区享有广泛声誉，致力于为酒店、餐饮、娱乐、会所等各类商业行业提供专业的室内设计综合服务。



融合自然，互动古今  
CHD 香港邹春辉（国际）设计事务所

香港邹春辉（国际）设计事务所，是一家专业的酒店设计机构，专注于全球高端酒店空间设计。参与众多知名酒店设计项目，包括 BANYAN TREE、JW MARRIOTT、TANGLA、RAFFLES、CPOWNPLAZA、SOFITEL、SHERATON、HILTON 等国际品牌酒店。CHD 在香港、深圳等地设立公司，并在意大利设立研究中心。在邹春辉先生的带领下，CHD 团队将继续怀揣梦想，坚持“创造、挑战、奉献、专注”的精神，为中国设计界带来完美、理想的作品。

悦聚：会长交流酒会及联谊晚宴（深圳）

12月3日晚，“会长交流酒会及联谊晚宴—深圳”在全新落成的深圳柏悦酒店举行。深圳柏悦酒店与平安国际金融中心同属世界500强—平安集团投资兴建，是连在一起的两栋楼，构成深圳新地标。

冼锋（协会执行会长、中商文旅CEO），董毅（世界500强—正威国际集团投资委员会首席规划师、集团工程管理中心总裁），李国华（深圳地铁集团商管公司董事长，深地铁系万科地产控股股东），郑玮玲（粤海国际酒店集团原董事长、深圳市酒店业商会荣誉会长），黄俭（深航国际酒店管理集团总裁、深圳市酒店业商会执行会长），刘子刚（明辉集团执行董事），袁峰（鹏润集团副董事长），陈志航（爱琴海酒店集团董事长）等会员企业代表、嘉宾出席了联谊晚宴。

特别鸣谢：CHD 香港邹春辉（国际）设计事务所

晚宴指定葡萄酒供应商：凯高贸易进出口（深圳）有限公司







# SOCIAL HOTELS NEW CHARACTERISTIC OF URBAN LIVING ROOM

## 社交型酒店 “城市客厅”新属性

长期以来，酒店的盈利主要被限制于客房的收入，而人们对于酒店的理解，也大多局限于“睡眠”这一功能上。随着酒店行业愈来愈倾向于以生活方式赋能酒店行业，被营利追得气喘吁吁的经济型酒店愈加乏力，中端市场逐年入场者增加愈发拥挤，近两年来，社交型酒店，作为抢占中端市场的法宝，吸引了众多来自传统酒店行业人士以及跨界人士的关注，得到了业界的关注和追捧。社交型酒店，突破了传统的单一的“住宿”功能，更针对年轻人的社交需求进一步细化主题，让更多年轻人发现酒店的“新属性”——酒店可以成为社交的“城市客厅”。

那么，社交型酒店的产生背景是什么？目前社交型酒店的发展状况如何？它的运营遇到了哪些不可控的问题？有没有哪些举措可缓解这些问题？我们在三篇组稿当中会逐一阐释。

For a long time, profits of hotels have been limited to revenue from rooms. And the understanding towards hotels has been restricted to sleep. As the hotel industry tend to empower hospitality industry with lifestyle, budget hotels with undesirable profit and mid-range market with more competitors. For the recent 2 years, social hotels, as the key to take up more share of mid-range market, have attracted the attention of both traditional hospitality industry and cross-border players. Social hotels break through the single function of “accommodation” and design more themes, creating new characteristic for the young – hotels as the urban living room of social hotels.

# ALL DEPENDS ON THE YOUNG 得年轻人得天下

■ 编辑 / 林欣 Edited by Iliana

不得不承认，近三年，“社交型酒店”有点耀眼，有点瞩目。首旅如家、华住、铂涛以及亚朵等酒店集团纷纷推出社交型酒店品牌。社交型酒店的出现，其背后是酒店中端市场瞄准了年轻一代消费者。



社交型酒店，指的是借助酒店的开放性和连通性，强化其社交功能的一种生活方式酒店。它通过空间设计、功能打造以及主题活动，吸引客人走出房间，在公共空间享受社交的乐趣，同时也吸引本地居民将其作为社交的场所。与以“住”为核心的传统酒店相比，社交型酒店更注重设计、公共空间、社群及社区的打造，并通过这些元素来进行品牌营销，增加品牌的黏性。他们能否抓住年轻人的“心”？取得年轻人“欢心”是否意味着能够得到酒店中端市场的天下呢？

### 单身和孤独的双重作用

2018年中国统计年鉴显示，中国单身人口规模已达2.4亿，占总人口的15%，北上广等一线城市成单身最多的地区。“单身经济”已经成为一个独特的消费细分市场，几乎可以和婴童市场、“银发市场”一较高下。据经济日报，我国单身经济年消费规模可达13万亿元。有57.69%的人表示，会为了排解孤独而消费，其中超过40%的人因此每个月大概花费1000元到3000元，34%的人会花3000元到5000元。从消费特征来看，寻求便利、悦己、精神寄托和自我提升是单身人群的主要消费方向。

孤独并非是单身人士的专属权利，脉脉发布的《2017孤独经济白皮书》显示，每月因孤独消费1000-5000元的人占到七八成。而2017年阿里巴巴发布《中国空巢青年图鉴》，称全国共有5000万符合特征的“空巢青年”。当外出时，“一人游”的群体也在增加。在IT桔子上，搜索单人定制游，出现的相关公司高达870家。单人出行在一定程度上带火了短租平台，根据孤独经济白皮书，一人出行时，愿意选择短租的占51.3%，愿意选择住酒店的只占48.7%。选择短租的原因并不只是价格便宜，更重要的是与房东和房客的交流 and 沟通。传统的酒店当中，能实现陌生人社交的也许局限于高星级酒店当中的酒吧，但社交型的酒店，给予年轻人不局限于酒吧的陌生人社交方式。

### 陌生人社交缺口

酒店的社交属性并不是直到前几年才出现，大堂、咖啡厅本身就是提供给顾客社交的场地，本文中所提及的新的社交型酒店，关注点在陌生人社交上，即关注在如何把不认识的双方聚集到酒店的公共空间中社交。因此，了解陌生人社交市场需求以及市场的缺口十分有必要。

对于陌生人社交，业界的定义是“弱关系链或无关系链用户之间的社交”。年轻一代对于陌生人社交似乎有着较大的需求。iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2018年中国陌生人社交用户规模达5.92亿人。预计到2019年，整体用户规模将突破6亿，达6.22亿人。

根据2019年8月Mob研究院最新发布《2019陌生人社交行业洞察》，陌生人社交陌陌、探探在APP领域位列前二位，遥遥领先于其他软件，而其他APP则拥有以兴趣爱好划分的垂直细分用户群体。陌生人社交市场中也有无法避免的缺陷，如容易打色情擦边球，过多低俗内容易影响平台质量；用户匹配之后缺乏有效的沟通推进方法，社交破冰的体验较差。也因此，报告总结，随着监管日趋严格，陌生人社交需要朝合规方向发展，通过拓展线下交友的途径实现下沉化需求尚待发掘以及需要以场景化社交赋能。而中端市场正在流行的社交型酒店，或许能成为弥补缺口的空间。

### 抓住年轻人的“胃口”

从国内的目前的整体结构布局来看，国内高端酒店占比5%，中端酒店占比30%，经济型酒店占比65%，精品中端酒店存在着极大的结构性缺口。对中端酒店来说，如何在有限的服务中让客人满意尤为重要。俗话说，擒人，先擒“胃”。庞大的单身群体，加之孤独经济的盛行、陌生人社交需求的极大缺口，都直接导致了这个群体对于线下陌生人社交的需求。社交型酒店，正好抓住了年轻人在社交方面的“胃口”。

为了抓住这一“胃口”，酒店人可是绞尽脑汁。大体上可以总结为



以下几个方向。首先，增加公共空间的面积以及空间多元化。比如设立小型演奏厅、室内运动场或是小型影院空间。其次，针对特定的兴趣爱好，定期举办线下活动。最后，结合某个增加社交属性的“IP”。比如主打“篮球”IP的酒店，便可以吸引篮球粉丝聚集在一起在室内比赛，讨论自己喜爱的偶像，在重大比赛的时候还可以住在一起喝酒观赛。酒店还能卖一些手办或周边，实现公共空间的多方向盈利。

但是，加大公共空间的投入能否为酒店带来更多的收益呢？中国社科院财经战略研究院副教授魏翔认为，“社交型酒店的盈利模式可以参考零售业，商场一度被电商打扑，但目前开始复苏，从购物场所转型为度假休闲场所，主要盈利点就是餐饮、休闲、娱乐等。”一方面，借助社会财富，酒店的社交空间投入可以引入咖啡、娱乐、时尚等品牌加盟，另一方面可以摆脱OTA的“压榨”，通过社群提高用户黏性，增加回头客占比，从而提高收益分成。

首旅如家酒店集团总经理孙坚此前也向媒体表示，国内所谓社交型酒店大多停留在概念阶段，能真正落地的不多。旗下的和颐至尊通过与“洽客in”社群合作，尝试将其线上社群延展至酒店，并通过线下推至线上的酒店移动社区，让酒店的客人加入社群，产生更多的社交连接。华美酒店顾问机构首席知识官赵焕焱建议，未来社交型酒店发展的趋势是多元化、多样化、个性化，应重视技术进步的应用，考虑线上线下的呼应。而社交复合模式下，酒店的标准化、高效化的运营也成为了人们担忧的其中一点。能否“得天下”，看来除了当下能否吸引年轻顾客，还要以长远目光考虑，打造真正由内核的、产生长远效益的产品和服务。





We cannot ignore that for these three years, social hotels have become attractions. BTG Homeinns Hotels, Huazhu Hotels, Plateno Group, Atour released their social hotel brand in succession. The emergence of social hotels shows that mid-range market has been targeted to play up to the young generation.

Social hotel is a kind of lifestyle hotel to strengthen social function with openness and connectivity. By interior design, function establishment and theme events, it attracts its guest to go out of their room and enjoy social interaction. It also encourages the locals to have social interaction there. Compared with “accommodation”, social hotels lays more emphasis on design, public space, association and community. These elements are used to brand marketing and loyalty to the brand. Whether they can please the young and whether they can succeed in the mid-range market if they manage to please the young remains to be considered.

### Dual Function of Singlehood and Loneliness

According to the statistic yearbook, the population of singlehood has reached 0.24 billion, which takes up 15% of total generation. Beijing, Shanghai and Guangzhou have become the area with the most population of singlehood. Singlehood economy has become a specific consumption market which can be equivalent to infant and children’s market and senior market. According to *Economy Daily*, the annual singlehood consumption has reached 13 million billion yuan. 57.69% show that they will pay for getting away with loneliness, among which

more than 40% will cost 1000 to 3000 yuan and 34% cost 3000 yuan to 5000 yuan. From the characteristics of consumption, convenience, pleasure, spiritual ballast and self-development are main fields.

### Insufficiency of Strangers Social Interaction

Attributes of Social interaction have not showed up until a few years ago. Lobbies and coffee houses are both places for social intercourse. The new social hotels mentioned in this passage focus on stranger social intercourse. In other words, it focuses on how to bring strangers to the same place to associate with each other. So, it is necessary to understand stranger social market necessities and insufficiency of the present market.

For stranger social interactions, it is defined as the intercourse between weak relationship or none relationship. There seems more needs towards stranger social interactions among young generation. According to the data from iiMedia Research, the user of stranger social interactions app reached 0.592 billion in 2018. And in 2019, the population of total users will break through 0.6 billion to 0.622 billion.

### To Please the Young

To please the young, workers from the hospitality industry have tried every means. In general, they can be summarized into several ways. First, to enlarge the area of public space and equip it with multipurpose. For instance, they establish small odeum, indoor stadium or cinema. Second, aiming at specific hobbies, they hold off-line activities. At last, they combine IP to boost their social characteristics. ☒



# DJ OF ‘CITY LIVING ROOM’ “城市客厅”的DJ

■ 编辑 / 赵子婕 Edited by Josie

比一顿盛宴更吸引人的，是用餐后的派对时刻。闪耀撩人的灯光映照着衣香丽影，觥筹交错间，宾客于眉目间传送信号，共同期盼那个时刻，DJ 打响的第一个鼓点开启后半夜的狂欢，这就是派对的致命魅力了。

时代背景下，或自我创新，或收购入股，社交型酒店给了传统酒店一个转型的机会，不少人眼红已经成功转型的案例，都想“蹭一蹭”这个热点，至关重要的因素是酒店的设计感是否足够吸引人。在酒店设计师眼中，口味刁钻，最难满足的客群就是“千禧一代”，既要达到80后要的品质和效率，还要满足90后的社交需求和审美标准，最重要的是要足够“多元”，才能入得了00后的法眼。

### 丽兹酒店 名流会客厅

“城市客厅”个性化的主题及优美的设计充当了派对DJ的角色，令路人驻足，让住客流连，打通了酒店社交属性的大门。其实早在上个世纪，五星级酒店就承担了这项功能，巴黎Ritz丽兹酒店套房是Coco Chanel晚年时期具有特殊感情的“家”，酒店的大堂和餐厅则成了她会见同住在酒店的上流人士们的“会客厅”。香奈儿女士入住丽兹酒店的304、305套房时，带着乌木漆面屏风、烛台、丝绒沙发以及艺术家朋友的画作，甚至女仆。让套房有了家的氛围，又赋予了这一方空间不俗的格调，她在这里宴请Chanel品牌的客人，显得更私密，更低调。还有《老人与海》的作者海明威，只要一回到巴黎，必定入住丽兹酒店，与朋友谈论时政、研究赛马，甚至帮酒保下注。

### 妈妈的庇护所 褪去防备

本来是法国的一家小型连锁酒店，却在鬼才设计师菲利浦·斯塔克(Philippe Starck)的妙手之下，把品牌的“两只鸡腿”招牌挂在了法国巴黎、美国洛杉矶、土耳其伊斯坦布尔等旅游城市，这间酒

店的品牌形象和Slogan充满了嬉皮的趣味，mama shelter翻译过来是“妈妈港湾”。酒店logo是一只母鸡的腿部，好像从小鸡的视角要奔向母鸡妈妈的双翼下，获取安全感，其实是一个有趣的比喻，并且酒店会以Mama自称，那句随处可见的“Mama Loves You”，总是让人忍不住会心一笑。酒店内部最明显的设计元素是涂鸦，从地面延伸到天花板，每一块空白都是设计师挥洒灵感的画布，画布变成空间的风格旗帜，再挂上独具特色的游泳圈吧台灯，成为独属于mama shelter的标志。

Mama shelter洛杉矶的设计师Benjamin Trigano认为，太多社交型潮牌酒店主打“酷”，他觉得有趣才是最重要的，所以另一个让他引以为傲的特色是，这家酒店取消了客房服务。传统的旧式奢华酒店均以贴心的私人管家服务著称，而Mama Shelter的理念是希望客人在有需求的时候，能够来到酒店大堂，回归公共空间，与服务员面对面交流，甚至被公共空间吸引，从而加入派对里。酒店设计师想让房客有真正融入当地人文的体验，而不是只提供给他们一间客房、一家餐厅。

每天傍晚，mama shelter的嬉皮风酒吧华灯初上，房客们走出自己的房间，此时此刻，或西装革履，或时尚精致的他们把外壳和面具都融化在“妈妈港湾”里，和热情有趣的餐厅服务员、高冷酷炫的调酒师一同享受音乐和美酒。站在酒店露台，点点的灯光让思绪飘回到无忧无虑的童年时期，和小伙伴们一起数星星。房客们在mama shelter得到的不仅是亲密温馨的社交氛围，有回忆，还有在“妈妈的港湾”里那份安全感。



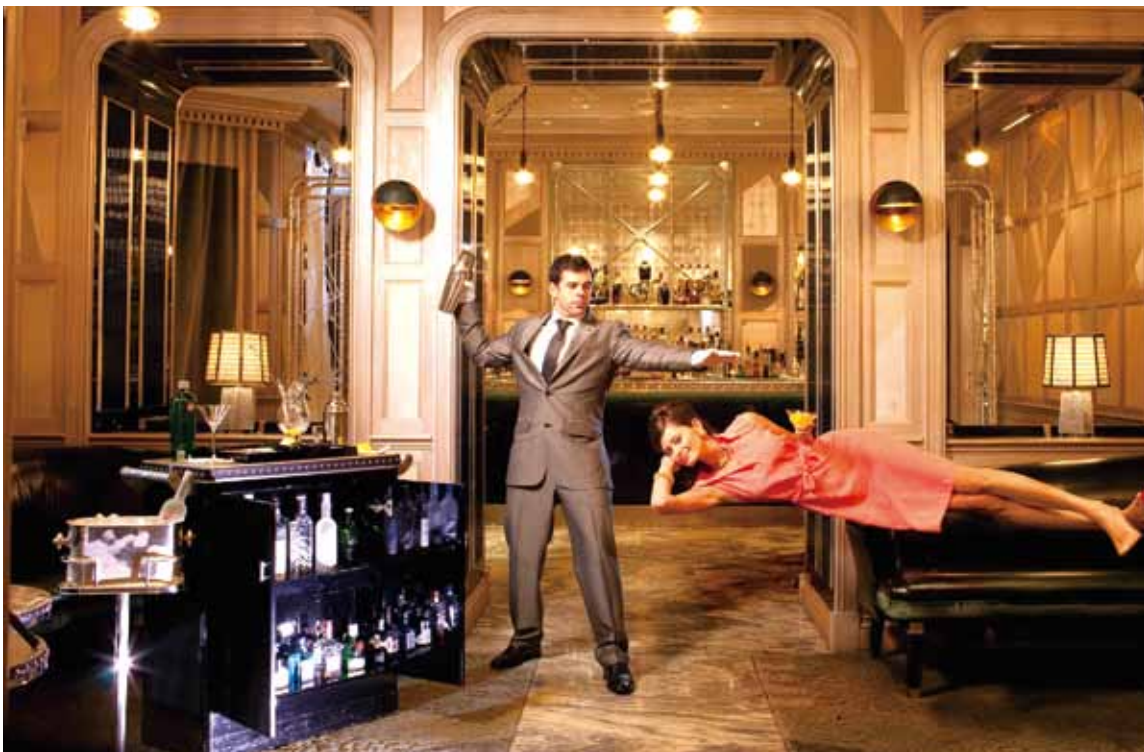
### RYSE 以艺术会友

首尔弘大，集结了潮流、时尚、艺术、美食的街区，住在这儿，是不可能不出门的。有这样一间酒店，一经开业就成了网红酒店，一房难求。

世界最大酒店集团万豪旗下 RYSE 酒店成为了当地文化属性鲜明的社交场，活络了弘大当地街头的脉动与交流，给人愉悦舒适的居住感，也是艺术家们交流、合作的灵感“朋友圈”，它超越单纯酒店的概念，意在成为文化的中心地与先驱者，引起全世界创作者们的反响，从而成为首尔的标志性建筑。

一走进酒店大门，从员工到总经理，看不到统一严肃的职业装，人人穿着时髦的黑色卫衣和精心搭配的球鞋，这样的 dresscode 竟然是招聘信息里直接列明的。除此之外，RYSE 的职位设置中还有 Culture leader、海报设计师、潮鞋买手等与传统酒店运营无关的职位。为了满足 sneakers（球鞋爱好者）的喜好，RYSE 专门设置了 Sneaker Concierge（球鞋管家），定期举办球鞋交流会。对于慕名而来的 sneaker，还有一个福利，退房前一个星期预定千金难求的心仪球鞋，酒店的买手会动用一切资源为你找到那双鞋，住店、买鞋一举两得。

RYSE 酒店内拥有提供给住客们休闲和社交的充裕空间，甚至像一个小型的文创馆。B1 楼运营着亚洲代表性美术馆 ARARIO GALLERY，在这里可以看到韩国设计界顶级的创新作品，展览等、客人可以直接购买自己欣赏的艺术品，甚至与潮牌主理人、艺术家、品牌设计师对话交流，与品味一致的“同好”们交流想法，本地的爱好者们也会被吸引前来。1-3 楼运营着 WORKSOUT 旗舰店，在这里可以购买到 Vans、Champ、OBEY、Brixton 等国际潮牌的服饰、鞋包等。



在 3 楼的代表性空间 Print Culture Lounge 休息室还可以欣赏到 RYSE 画廊策展人精心挑选出的杂志、图书、艺术收藏品等，休息室墙上挂着由设计工作室出品的海报，定期更新，灵感的来源可能是酒店成长历程，可能是韩国艺术家的作品，也可能是酒店住客匆匆停留间，在这里遇到的故事，因此，这也是酒店住客最喜欢待的地方。除此之外，酒店 4 楼的健身房和顶层的露天酒吧 SIDE NOTE CLUB 全方位覆盖了住客们的健身和社交娱乐需求。

Ryse 酒店的总经理 Jaisun Ihm 和品牌总监 Jason Schlabach 希望“RYSE 不只是酒店，还是一个能把弘大区域充满生命力的独特文化传递给全球旅人的地方。”

The party moments after the meal are more attractive than a feast. The shining lights shone on people with luxury dresses. While drinking and socializing, guests transmitted signals by their eyes and smiles. As usual, they looked forward to the moment when the DJ dropped the first beat to start the carnival in the middle of the night, which makes the party extremely charming.

In the context of the times, social hotels give traditional hotels a chance to transform by self-innovation or acquisition of shares. Many hotels have been successful in the case of transformation, others want to "snap in" this hot spot, and the crucial factor is whether the design of the hotel is attractive enough. As for hotel designers, the most difficult customer group to satisfy is the 'millennials'. They have to achieve the quality and efficiency required by the post-80s generation, but also to meet the social needs and aesthetic standards of the post-90s generation; the most important thing is enough 'diversity' to gain compliment from the post-00s.

### Ritz Hotel: Celebrity's Living Room

The personalized theme and gorgeous design of the 'urban living room' acted as the role of party DJ, stopping passers-by, letting guests linger, and opening the door to the hotel's social attributes. In fact, as early as the last century, five-star hotels have assumed this function. The suites of the Ritz Hotel in Paris were Coco Chanel's special home during her last years. The hotel's lobby and restaurant became her meeting and living room. When Ms. Chanel stayed at the Ritz Hotel's 304 and 305 suites, she brought ebony lacquered screens, candlesticks, velvet sofas, paintings by artist friends, and even maids. Let the suite to have cozy atmosphere, and give this space an elegant style. Here, she entertains guests of the Chanel brand, which seems more

private and low-key. There was also Hemingway, the author of *The Old Man and the Sea*. As soon as he returns to Paris, he would definitely stay in the Ritz Hotel, talks about politics with his friends, researches horse racing, and even helps the bartender bet.

### Mama Shelter: Take Off Your Coat

Originally it was a small concatenate hotel in France, under the clever hand of genius designer Philippe Starck, the brand's "two chicken legs" signs were hung in Paris, Los Angeles, Istanbul, etc. This hotel's brand image and Slogan are full of hippie style. The hotel logo is the legs of a hen. It seems that from the perspective of a little chicken, it is warm to run under the wings of the mother hen to gain a sense of security. It is actually an interesting metaphor, and the hotel will call itself Mama. Signs inside the hotel always makes people smile, such as 'Mama Loves You'. In addition, the most obvious design element inside the hotel is graffiti, which extends from the ground to the ceiling. Each blank is a canvas inspired by the designer, and the unique swimming ring bar lamp becomes a unique sign here.

### RYSE : Make Friends with Arts

Hongdae, Seoul, is the central area of Korean trend, fashion, art, and food. If you live here, you have to go out. There is such a hotel, once opened, it has become a popular spot, and really hard to book a room.

The RYSE hotel by Marriott, the world's largest hotel group, has become a distinct social venue with local cultural attributes. It has stimulated the pulse and communication of Hongdae's local streets, giving people a pleasant and comfortable sense of living. It transcends the concept of a pure hotel, and is intended to be the center and pioneer of culture, and has aroused the repercussions of creators around the world, thus becoming the landmark of Seoul. 



# THE ADVANCE AND RETREAT OF ACE HOTELS

## ACE 社交酒店“帝国”的进与退

■ 编辑 / 伍锦琛 Edited by Annabelle

谈起社交酒店的“王国史册”，人们不得不将瞩目的目光和大量的篇幅放在 ACE HOTELS 的身上。这个上世纪末惊艳之作的出现，颠覆了酒店业长期以来独立、私密的“壁垒”，曾被《纽约时报》评为“美国本土最具原创精神的酒店”。如今，在 Instagram、Facebook 等社交软件处处可见用户的拍照分享。



20年前，人们难以想象出一个绝对开放的酒店公共空间，甚至能够自带食品，免费使用大厅等公共区域功能。就在1999年，三名毫无酒店从业经验的朋克青年决心要将这一切实现，并由此重塑了人们对酒店、旅行、城市和社区的理解（界面，2018）。

### 跨界“玩家”拒绝标准化

ACE HOTELS完成的第一个壮举便是将酒店打造成面向所有旅客的公共社区。即便不入住，旅客也可以到此参观游览、消费以及社交。

在当时，ACE的创始人们希望将酒店变成“社区”，旅客们入住ACE HOTELS将会有源源不断的艺术灵感、社交需求和乐意参加的活动，而不是“在酒店待着无所事事”。ACE HOTELS的主要客群是艺术领域的爱好者、从业者、学者等年轻人群（可概括为“文艺青年”），他们认为，如果要成功地吸引这类人群，酒店设计便是十分重要的一环。

1999年，三位创始人在美国西雅图Shoreditch建立了第一家ACE Seattle，他们设定了三个宏观标准：①调研历史资料及当地文化，将酒店设计及建筑风格与当地文化融为一体；②设立供旅客办公的大堂休息厅对所有人大放；③在细节之处打动旅客。

Shoreditch虽然处在美国西雅图，但充满了英式特立独行的文化风格，它的文化辐射度达到了酒店步行的半径内。而就在西侧的Old Street正是这里的伦敦年轻人夜生活最向往的去处。团队找到了已在Shoreditch扎根十年的Universal Design Studio主导酒店设计。接着，他们发现，在早年，部分伦敦西街的富人们不喜欢“非主流”的文化，于是当地艺术家被迫迁徙到如今的Shoreditch。据考古学家探测，莎士比亚的第一部戏剧就在此处上演，而酒店的原址最早是一家Shoreditch Empire的剧院，卓别林曾在此表演。时间追溯到工业革命时期，我们能在Shoreditch感受到伦敦艺术和工业的历史。（珠穆朗玛，2015）

如此浓厚的英式文化积淀，让ACE HOTELS团队找到了酒店设计的切入口。与此同时，团队十分鼓励其他物业的融入，他们设立了“本地社区支持计划”，支持与酒店客群相融的物业互相引流，共同打造ACE社区。

在往后的任意一家ACE HOTELS中，团队从未实行标准化，他们拒绝自我重复，正是“特立独行”的态度和成品吸引了更多的美国青年，例如，洛杉矶的ACE HOTELS成为了一处景点，一度做到了目的地旅游。

### 全方位鼓励“陌生人社交”

人们在ACE HOTELS的每一家酒店都能够感受活跃的社交氛围，这得益于酒店团队对公共区域的打造。

首先，酒店团队并不致力于“跑马圈地”式的开店模式，他们在10年间的开店数甚至不超过连锁酒店扩张的一年。团队认为，酒店的选址、设计以及公共区域的打造比起酒店数量更为重要。诚然，在车水马龙商业区、写字楼附近，绝不如类似Shoreditch那样的文化交流胜地有吸引力。

在外部设计方面，ACE HOTELS的每一家酒店都尽量与周围建筑相融，正如创始人之一Calderwood曾说，不希望酒店成为一个醒目但突兀的建筑；我们不希望“过度设计”，而是追求设计上的温馨和舒适，让它更像“朋友家的客厅”。也只有当建筑本身和整个社区、城市相融时，人们才能真正感受到惬意、充满灵感的社交氛围。

在内部设计方面，ACE HOTELS设立了比常规酒店面积更广的大厅、餐饮以及图书馆等公共区域。为了鼓励陌生人社交，酒店的咖啡等餐饮商品只提供给2人及以下的旅客。而酒店内的陈设风格则交给对当地文化了如指掌的设计团队。除公共区域外，酒店的房间内依然延续着饱满的艺术氛围，人们不会因离开大厅而感到自己进入了另一个世界。例如，在纽约的一个ACE HOTELS中，酒店阁楼的房间里陈设着吉他和转盘，为音乐爱好者提供创作设备。

此外，美食诱惑也成为了酒店的一大亮点。曾有旅客向《纽约时报》抱怨道，不喜欢ACE HOTELS，它太潮了，但这里的威士忌很特别，添加了自制的黄瓜汁，

没有哪里的腌黄瓜比ACE的更好。”ACE HOTELS市场总监Ryan Bukstein提供的数据显示，ACE 35%-60%的收入都来自饮品和食物。

拥有了静态的设计吸引力，ACE HOTELS还需要注入鲜活的人为动力。酒店常邀请当地乐队或演出团队驻地演出，自上世纪以来，美国当地的音乐产业持续火爆，特别是iTunes音乐下载模式还未大范围普及之时。Livehouse类小型演出也为陌生人社交提供了良好的机遇和渠道。

### 中国市场的“取长补短”

ACE HOTELS在欧美地区开得如火如荼，但团队进入一个新的社交市场时，却显得十分的谨慎。ACE在欧美以外的第一个市场是日本，然而开店计划却搁置了好几年。团队在选择合作伙伴时要经过层层筛选，不愿意ACE的品牌和旗号被滥用。

诚然，每个国家和地区的社交属性都有着千差万别，如何打入新的市场始终是一个难题。许多中国酒店品牌在被问到是否有国际开拓想法时，直言“不能契合的两个事物不要强求”。

若想在市场实现ACE HOTELS的壮举，首先要突破的便是国人社交的难题。2014，拥有庞大用户群体的阿里巴巴集团推出了“来往”社交APP。阿里巴巴2015财报中透露，移动电商平台2014年9月的月度活跃用户便达到了2.65亿。



然而该 APP 却难以切入市场。

中国互联网络信息中心发布的《2016 年中国社交应用用户行为研究报告》显示，在当时市场上主流社交平台中，典型社交应用使用目的最高的一项为“和朋友互动，增进朋友间的感情”，而“认识更多新朋友”的需求却并不高。

目前，国内酒店的社交功能打造，主要依靠 IP 的热度，例如亚朵酒店推出的“腾讯 QQ”、“网易云音乐”等主题酒店。据悉，在成都开业的网易云音乐主题酒店开业初期遭遇“抢房热度”，但难以长期在市场上维持。实际上，亚朵采用了与 ACE HOTELS 类似的方式，设立开放的大厅，并在房间内播放用户喜爱的歌曲等等，这也是许多针对年轻用户的酒店品牌正在做的。然而，舒适、惬意且风格性强的酒店设计去营造社交氛围，却难以实现社交热度，甚至在有些酒店中提升入住量的效果也并不显著。

这可能与我国用户的社交特点有关。陌生人线下社交在美国为首的欧美国家已流行多年，而我国的社交活动发展多年，线下几乎寸草不生，相反线上十分活跃，以微博、soul、绿洲等为首的社交软件不断进入消费者视野。社交酒店的未来需要打破陌生人线下社交的瓶颈，或将关注点更多地转入熟人社交。

When it comes to the history of social hotels, people have to put their attention and a lot of coverages on ACE HOTELS. At the end of the last century, the emergence of this amazing work has overturned the hotel industry's long-standing independent "barriers" and has been rated by the *New York Times* as "the most creative original hotel in the United States." Today, a large amount of users share pictures of ACE HOTELS on social media such as Instagram and Facebook.

Twenty years ago, it was difficult to imagine the completely opened hotel public spaces, which even provide food and the public area for free. Back to 1999, three punk youths, with no hotel experience, were determined to make it all happen and thus reshaped people's understanding of hotels, tourism, cities, and communities.


The first step done by ACE HOTELS is to make the hotel a public community for all travelers. Even if you don't check in, you can visit here for sightseeing, shopping and socializing.

At the time, the founders of ACE wanted to turn the hotel into a "community", and travelers staying at ACE HOTELS would have constant artistic inspiration, social needs and activities that they would like to participate in, rather than "doing nothing at hotel." The main customer groups of ACE HOTELS are young people working in the art field. Hoteliers believe that hotel design is very important if they want to successfully attract younger generation.

In each hotel of ACE HOTELS, people can feel the active social atmosphere due to the ingenious design of public areas. First of all, the hotel team is not committed to the old expanding model. The amount of their new hotels throughout 10 years does not even exceed the one year of chain hotel expansion. The team believes that hotel location, design, and the creation of public areas are more important than the number of hotels. It is true that a hotel near the commercial district and office buildings is definitely not as attractive as a cultural exchange destination like Shoreditch.

ACE HOTELS is really successful in Europe and the United States, but when the team managed to enter a new market, they seemed very cautious. ACE's first goal outside Europe and the United States was Japan, but the opening plan has been put on hold for several years. When team members choose partners, they have to go through several rounds of screening, because they don't want ACE brands and flags to be abused.

It is true that the social attributes of each country and region are diverse, and how to enter new markets is always a problem. When asked by many Chinese hotel brands whether they have international development ideas, they bluntly said, "Don't force two things that don't fit."

If you want to make the achievement of ACE HOTELS in the Chinese market, the first thing to break through is the problem of Chinese people's social interaction. In 2014, the Alibaba, which has a large user base, launched a social communication APP. According to Alibaba's 2015 financial report, the monthly active users of the mobile e-commerce platform in September 2014 reached 265 million. However, the APP is difficult to enter the market. 



# 自主研发 科学配比

PATENTED MATERIAL RATIO



**CHEERS**  
芝華仕 **5星** 床垫  
(HK 01999) ★ ★ ★ ★ ★

冰雪绵

火山绵

组合结构

有效分散人体重量、减轻压力



联系人：何小姐 15811822324

# 2019 CHINA SNOW TOURISM POLICIES & INDUSTRY SPECIAL RESEARCH REPORT (SELECTION)

## 2019 中国冰雪旅游政策及产业专题研究报告(精华版)

■ 迈点 × 大地云游 合作发布

焦点政策冬奥会临近，政策支持冰雪产业大力发展，冰雪旅游成为时代新蓝海。

### 一、政策研究

#### 1. 焦点政策冬奥会临近，政策支持冰雪产业大力发展，冰雪旅游成为时代新蓝海。

2025 年带动 3 亿人参与冰雪运动，冰雪产业总规模达到 10000 亿元。2019 年 3 月 31 日中央办公厅国务院《关于以 2022 年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》

- 实施品牌战略推动建立一批产业规模较大的冰雪产业集聚区，兴建一批复合型冰雪旅游基地和冰雪运动中心。

- 发展冰雪健身休闲产业，促进冰雪产业与相关产业深度融合。支持企业开发科技含量高、拥有自主知识产权的冰雪运动产品。

- 围绕花样滑冰、冰球、冰壶、单板滑雪和短道速滑等观赏性强的冰雪运动，支持打造精品赛事和活动。支持超高清视频、虚拟现实等新技术手段在冰雪赛事直播和转播中的应用。

2019 年 8 月 23 日国务院办公厅《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》

- 顺应文化和旅游消费提质转型升级新趋势，文化和旅游消费质量水平，不断激发文化和旅游消费潜，以高质量文化和旅游供给增强人民群众的获得感、幸福感。

- 提到提升入境旅游环境。研究出台以北京 2022 年冬奥会、冬残奥会为契机促进入境旅游的政策措施。确保入境旅游环境得到明显改善，入境消费规模保持持续扩大态势。

2019 年 9 月 17 日国务院办公厅印发《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》

- 提升体育服务业比重，支持体育用品制造业创新发展，推动体育赛事职业化，支持校际体育赛事发展，加快发展冰雪产业。

- 大力发展“互联网+体育”。鼓励体旅融合，实施体育旅游精品示范工程，加快体教融合，引进专业人员和机构等为学校体育课外训练和竞赛提供指导。

- 鼓励建设体育服务综合体、运动休闲特色小镇，加强体育产业基地建设与管理，探索体育产业创新试验区建设。

#### 2. 冰雪建设冰雪产业发展相关基础设施与人才配套同步升级。

基础设施建设——引导社会力量积极参与，大力发展冰雪产业

- 创新体育馆运营 2014.10《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》2016.05《体育发展“十三五”规划》

- 支持建设改建多功能冰场和雪场，推进冰雪运动进景区、商场、社区、学校 2016.05《体育发展“十三五”规划》

- 加速滑雪场地、滑冰场地、冰雪乐园建设 2016.11《全国冰雪场地设施建设规划（2016-2022 年）》2017.07《河北省人民政府关于支持冰雪运动和冰雪产业发展的实施意见（2016-2022 年）》

人才配套升级——突出青少年学生重点，加强人才队伍建设

- 鼓励高等院校增设冬季运动相关专业，建立冬季运动培训基地、研究中心 2014.10《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》2016.11《群众冬季运动推广普及计划（2016-2025 年）》

- 完善运动员文化教育与保障体系 2016.05《体育发展“十三五”规划》
- 培养青少年冰雪运动技能 2016.06《全民健身计划（2016-2020 年）》2017.07《冰雪运动发展规划（2016-2025 年）》

#### 3. 全国群起各地方政府发布冰雪旅游相关政策，助力全国冰雪产业急速前进。

地区	发布时间	政策名称
广西	2015 年 7 月	《广西壮族自治区人民政府关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》
辽宁	2015 年 8 月	《辽宁省人民政府关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》
北京	2016 年 3 月	《北京市人民政府关于加快冰雪运动发展的意见(2016-2020 年)》
吉林	2016 年 9 月	《关于做大做强冰雪产业的实践意见》
山西	2016 年 9 月	《山西省全民健身计划(2006-2020 年)》
浙江	2016 年 10 月	《浙江省体育产业发展“十三五”规划》
山东	2016 年 11 月	《山东省全民健身实施计划(2016-2020 年)》
河南	2016 年 11 月	《河南省体育产业发展“十三五”规划》
内蒙古	2016 年 12 月	《呼伦贝尔政府办公厅关于印发加快冰雪运动发展的实施计划的通知》
贵州	2016 年 12 月	《贵州省全民健身实施计划(2016-2020 年)》
福建	2016 年 12 月	《福建省体育产业发展“十三五”规划》
安徽	2017 年 2 月	《安徽省人民政府关于加快发展健身休闲产业的实施意见》
宁夏	2017 年 2 月	《宁夏回族自治区人民政府关于加快发展健身休闲产业的实施意见》
天津	2017 年 4 月	《天津市冰雪运动发展规划(2016-2020 年)》
湖北	2017 年 4 月	《湖北省人民政府办公厅关于加快健身休闲产业发展的实施意见》
江苏	2017 年 5 月	《关于加快健身休闲产业发展的实践意见》
陕西	2017 年 5 月	《陕西省人民政府关于加快发展健身产业发展的实施意见》
广东	2017 年 5 月	《广东省人民政府办公厅关于加快健身休闲产业的实施意见》
河北	2017 年 7 月	《河北省人民政府办公厅关于支持冰雪运动和冰雪产业发展的实施意见》
湖南	2017 年 7 月	《湖南省人民政府办公厅关于加快发展健身休闲产业的实施意见》
山西	2017 年 8 月	《山西省人民政府办公厅关于加快发展健身休闲产业的实施意见》
黑龙江	2017 年 8 月	《黑龙江省冰雪装备产业发展规划(2017-2020 年)》
四川	2017 年 10 月	《四川省冰雪运动发展规划(2016-2025 年)征求意见稿》
青海	2017 年 10 月	《青海省加快发展健身休闲产业行动计划》
广西	2018 年 1 月	《广西壮族自治区人民政府办公厅关于加快发展健身休闲产业的实施意见》
黑龙江	2018 年 3 月	《黑龙江省旅游业“十三五”发展规划》
北京	2018 年 7 月	《关于实施北京 2022 年冬奥会和冬残奥会北京市中小学生奥林匹克教育计划的意见》
黑龙江	2018 年 9 月	《关于发展全域旅游建设旅游强省意见》
吉林	2018 年 12 月	《关于加快推进吉林省全域旅游发展的实施方案》
吉林	2019 年 1 月	《吉林省人民政府办公厅关于加快发展健身休闲产业的实施意见》
黑龙江	2019 年 4 月	《黑龙江省全域旅游发展规划(2019-2030)》
山西	2019 年 6 月	《山西省人民政府办公厅关于印发山西省完善促进消费体制机制实施方案(2019-2022 年)》
青海	2019 年 7 月	《青海省人民政府办公厅关于青海省加快发展体育竞赛表演产业的实施意见》

## 4. 发展导向



### 冰雪产业

如今，冰雪产业不断拓展，可以说由五大板块构成，分别是冰雪旅游、冰雪赛事、冰雪运动培训、冰雪营销及冰雪装备。

**冰雪旅游** 2022年冬奥会的举办将推进冰雪旅游进入黄金发展期、市场潜力巨大、迎来大众冰雪旅游时代。

**冰雪赛事** 冰雪赛事数量逐年增多，参赛及观赛人员数量增加，参赛人员多样化，办赛规模扩大，影响力加强，发展形势良好。

**冰雪运动培训** 冰雪运动培训具有稳定客源、未来将提升用户转化率，为冰雪产业带来多方面增值收入，进而推动滑雪产业发展和转型升级。

### 冰雪营销

冰雪营销通过赛事直播品牌赞助，广告宣传等多种途径丰富冰雪产业形势，扩大影响范围。

**冰雪场馆装备** 2016年，我国体育用品行业产值达到3077亿元，同期增长11.65%，其中，冰雪运动用品是体育用品产业中重要组成部分。

## 二、冰雪旅游

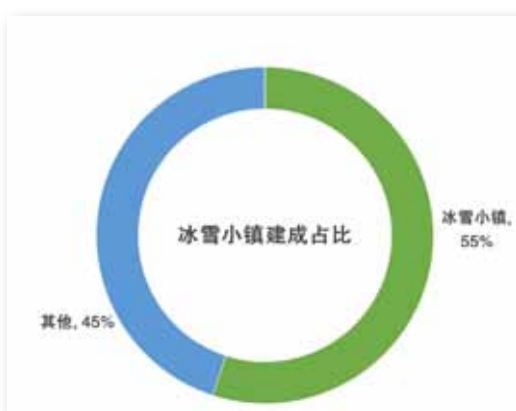
在发展过程中，中国冰雪旅游从小众运动消费逐步向大众化群众消费迈进。

2016年全年中国滑雪人次1510万，较上一年滑雪人次增长超过20%；较2010年滑雪人次增长超过200%。滑雪运动正在成为更多大众选择的休闲娱乐形式。北方城市冰雪旅游成为冬季主要旅游类型之一。

特色冰雪小镇将成为冰雪旅游产业发展的主要趋势。

目前，冰雪小镇的经济规模占总的冰雪旅游市场比重已经超过50%。2017年国内已建成26个特色冰雪小镇，按照这样的趋势来看，2020年冰雪小镇数量将达到40座，迎来爆发期。目前冰雪小镇主要分布在黑龙江、吉林和京津冀地区，但全国范围内冰雪小镇正以星星之火的态势迅速发展，南方市场潜力巨大。

2015-2020年中国冰雪小镇建成数量及经济规模占比情况



## 三、未来趋势

未来，在需求的指引下，中国冰雪产业将朝向六个方向不断发展。例如，四季可享的全时度假体验加上特色音乐文化的融入，呈现出别具一格的商业模式。冰雪小镇运营新方向也将日渐兴旺。另外冰雪小镇白皮书已经在2017年发布，提出助力“3亿人上冰雪”，探索特色小镇建设新思路的宏伟目标。为快速实现目标，中国冰雪产业向更专业化、多层次、全方位的发展才是关键。



京津冀并非资源最佳，却为投资第一梯队，冬奥会推动形成世界冰雪第三极。

京津冀借冬奥会“东风”跃升冰雪产业最具价值投资目的地。

2022年冬季奥运会在某种程度上的确激发

了中国冬季运动发展，中国大多数地区都新建了滑雪场，仅在2016年，就有78家新开业滑雪场。研究显示，人均GDP超过8000美元之后，滑雪人口开始高速增长；人均GDP超过10000美元之后，滑雪人口的增长将步入爆发期，高速增长期将维持10年以上。

冰雪产业风口再次到来时，东北地区已是投资者眼中的第二梯队。

在经济下行结构调整中，冰雪旅游产业成为东北地区经济转型的方向之一。比如，黑龙江提出到2022年，黑龙江本土要有2000万人次参与到冰雪项目中来，同时要吸引5000人次的域外人员到黑龙江旅游，与此同时，黑龙江全面布局冰雪产业，首支冰雪产业基金成立。

在第二梯队中，还增加了内蒙古、新疆、山东等冰雪资源已开发以及待开发的地区。

内蒙古、新疆、山东等地拓宽冰雪旅游投资区域。

● 2017年，山东以61家滑雪场排名全国第二，新疆以59家排名第三，内蒙古以37家排名第九。

● 新疆同样拥有雪期长、雪质好等自然环境优势，再加之亚高原地带的“逆温层”效应，无论是南疆还是北疆的滑雪场都是开展冰雪运动的沃土。2015年，新疆出台了《关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》，明确提出将体育产业发展纳入“十三五”规划，特别针对冰雪运动产业发展提出了明确目标：到2025年努力建成以新疆冰上运动中心为核心的冰上运动产业园，不断促进新疆冰雪运动和冬季旅游的发展。

● 《内蒙古自治区“十三五”旅游发展规划》也提出发展冬季旅游，实施四季旅游发展战略，深入挖掘冰雪草原、冰雪森林、雾凇、林海雪原等冬季旅游资源。



# MUTUAL DEVELOPMENTS OF HOTELS AND REAL ESTATE IN THE STOCK ERA

## 存量时代，看酒店与地产如何相爱共生？

■ 采编 / 伍锦琛 Edited by Annabelle

### 冷战之下 经济下行

#### 酒店与地产如何抱团取暖

在如今新思潮、新玩法不断涌入的存量时代，酒店与地产的合作正在悄然发生变化。

第一，产品逐渐成为资产增值的“王道”。

据相关统计数据显示，2010-2014年中，如家、华住、锦江的每间可供房收入均出现连续下滑。经济酒店的“黄金十年”落下帷幕，无论是酒店还是地产都纷纷意识到，地产的“疆域”将逐渐触及天花板，探索存量物业的增值才是共识中的可行之道。早在2018年，就有学者和业内人士提出，2019年将是“最差的一年”，冷战的大环境与供过于求的市场需求紧缩共同作用，利润增长似乎变成了一个遥远而美好的愿景。财经专家秦朔对此提出了以下看法。他认为，经济环境表面上的“不景气”其实是转型的一大体现，经济增长需要波动和刺激，目前中国地产正从“粗放型”向“集约型”转化，无论是投资商还是酒店方，切实提升能力，并加以专业的分工，才能在市场上存活。而这种“能力”就是酒店的运营价值。

第二，品牌升级、酒店运营的市场导向。

在经济学原理中，劳动成果需要通过市场交换。一项产品是否受欢迎、能否盈利以及带动联动产业的增值，各项目标的实现都需要得到市场端的青睐。铂涛集团现任总裁周奎提出，以往的酒店运营往往是首先确立产品，进而开启宣传，最后走向市场。在当下，市场不应是落脚点，而应是出发点。铂涛在创始人郑南雁提出的“品牌先行”战略下，首先进行市场研究，从不同消费群体的不同特性塑造酒店品牌的基因，最终形成完整的产品链。

### 一方侃侃 一方存疑

#### 美好蓝图是方舟还是幻灭

对于“酒店+地产”合作模式的转变，再美妙的设想在地产商眼中仿佛都是纸上谈兵，业绩惨淡、物业增值瓶颈将投身酒店的地产商打了个措手不及。面对居高不下的签约成本，和迟迟不见涨的房价收入，地产商们似乎感受到了“欺骗”。汉京集团总裁陈铁身甚至直言不讳地提出，“在一些大宗交易中，一方的幸福是建立在另一方的痛苦之上的。当资本用完后，站在我们前面侃侃而谈的不过是一群穿西装、戴眼镜的‘黑社会’。”

运营是否能增值，往往要通过长期的经营和数据去呈现，一旦业绩萎靡，地产方无可奈何只能走上转让或变卖的“歧路”。无论包装多华丽，理论多高深，地产方需要的是实实在在的利润。

### 理念当先 营收可见

#### 用事实和数据说话

一个酒店集团或品牌是否能增值物业与很多因素有关，例如背后的资源、运营团队的能力、经营理念是否成功等等。

铂涛、华住、东呈、亚朵等酒店集团纷纷使出浑身解数，欲在中端酒店消费市场分得一杯羹。光大安石集团的投资副总裁蔡逸宁分析称，目前我国中端酒店供应仍相对不足，整体供应不超过10%，美国已超过30%，随着近年消费升级已经中产阶层的崛起，中端市场的需求将会越来越大，目前有很大的市场空白，我们愿意切入进来。

面对地产方的质疑，酒店方的代表——铂涛集团总裁周奎在接受《中国饭店》杂志专访时表示，铂涛将从两大方面逐个击破地产方的担忧。





### 从投资人维度来看：

第一，从产品本身的价值点出发。“品牌先行”战略的提出能够有效地提升铂涛旗下中端酒店的核心竞争力。以丽枫酒店为例，最初启动资金约200多万美金，经过几年耕耘，现市价已达到40亿人民币。

第二，从消费端来看，酒店单一住宿功能急需扩展。例如，丽枫酒店在薰衣草DNA的定位上，推出“薰衣草雪糕”，加以网红营销的策略，实现800万人民币营收。此外，“入住取消险”无意间成为营收的另一大亮点。大多数旅客选择购买“入住取消险”来提高安全感，数元的低廉价格也缩短了购买的决策时间。

第三，投资人需求分层。我们将其分为“资产增值、财富传承、面子场面、情怀情愫、配套功能”等等。以铂涛旗下不同的酒店品牌和产品，制定切合的合作方案去适配多元化需求，并且在后期逐渐找到双方相处的节奏，互相磨合。

### 从内部管理维度来看：

铂涛集团将部分项目决策权授权于投资人、Business Department 与品牌 CEO，从独立品牌的角度分析项目可行性，简化决策流程，能够高效完成项目签约。此外，铂涛内部的竞合机制能够从两个层面激励品牌的发展与迭代。

第一，集团统一制定、清晰的宏观标准，为品牌发展提供有利后盾。例如，规定品牌、区域和数量的“三规”模式以及A类标准。实际上，对于新锐品牌来说，“开门红”往往能为品牌引起更多的合作商，这是一个正循环。然而在许多项目落地过程中，酒店位置、房量、施工等方面常常大打折扣，而白白浪费一个优秀的品牌定位。铂涛集团的“三规”和A类标准为品牌开店制定了清晰的方向和严格的标准，从而更大程度保证品牌后期的盈利。

第二，营造内部市场化。在品牌出资上，铂涛采用“六二”模式，集团承担60%股权，集团高管自由选择品牌投资20%，品牌创始人或合伙人占股20%。这样一来，不仅集团为创始团队承担一定的创业风险，三方共同出资、占股的模式也让三股力量凝结在了一起。

第三，铂涛风尚周的设立为各品牌团队架构了沟通和协作的桥梁。风尚周的规划、筹备和实施的整个过程正是协同合作的良好机遇。例如，品牌团队的集体亮相能够带来更巨大的流量和红利，这是单一品牌难以企及的。形成了一定的影响力后，各大品牌之间再进行内部竞争，通过实力将流量分散下去。另外，一年一度的风尚周实际上依靠的是长期作用，这也逐渐让品牌团队意识到了长期营销的重要性。



11月29日，在铂涛集团第五届“风尚周”投资峰会上，铂涛与绿景集团、龙光地产、卓弘地产、碧桂园、雅居乐集团、盛天集团、和昌集团、吉林省首度置业集团、华夏伟业、郡宇集团、未来旅居集团、鸿耀集团、中影泰得、世邦魏理仕、戴德梁行、仲量联行、高力国际、第一太平戴维斯、大又商业等集团建立了战略合作伙伴关系，提升双方的综合实力和竞争优势。



- ① 铂涛集团总裁 周奎
- ② 铂涛集团创始人 郑南雁
- ③ 由铂涛旗下16个品牌联合呈现的“新品创意展”
- ④ 铂涛与绿景集团、龙光地产、卓弘地产、碧桂园、雅居乐集团达成战略合作关系
- ⑤ 从左至右：麓枫酒店品牌 CEO 张中皓、希岸酒店品牌 CEO 陆斯云、ZMAX 酒店品牌 CEO 黄玄、非繁城品酒店品牌 CEO 邢孔道、七天酒店品牌 CEO 张沛、派酒店品牌 CEO 贺少华
- ⑥ 铂涛集团商务部总裁林星宇 [右四]，与铂涛集团遍布全国各地的开发团队的将领们
- ⑦ 铂涛集团总裁周奎（左）、《中国饭店》杂志、“悦旅”新媒体主编尹欣（右）

封面故事/CH  
COVER STORY



# JI QI MY HEART IS THE UNIVERSE

## 季琦

### 吾心即宇宙 宇宙即吾心

■ 采编 / 赵子婕 written by Josie

面对“创业教父”这样的传奇称号，季琦在自己的个人公众号里写道：“所谓传奇，是时代和时势创造了你。”在他看来，自己的“传奇”奇在创造的企业价值，奇在情怀和事业的融合，奇在思想的力量。





### 心即理，险中求胜

王阳明认为，天理就存在于人的心中，所谓的心即理，其实就是自己所认同的价值观，一种价值观不被自己的本心所认同，那也不是理。三次创业，纵然有重重阻挠，他仍坚持着自己内心的“理”，危巍辟路，险中求胜。在酒店行业，他的名字代表着几乎不会令人失望的投资项目，背后是无数投资者的激烈竞争。携程、如家、华住，三个名气响当当的公司都是季琦的手笔，有人计算过，他带领一家公司从起点走到上市的平均时间不到七年。说到上市，世人都把上市当做企业成功的标志，但季琦认为价值创造更重要。

作为酒店行业的先驱，季琦、梁建章、沈南鹏、范敏四位“携程四君子”1999年创立携程，志在开辟中国的互联网时代，他们成功开启了中国在线旅游史上的一段传奇。后来执掌携程期间，季琦等人发现经济型酒店的销量最高，缺口最大，于是开始探索创立经济型连锁酒店如家，即使这时携程的发展势头正旺，季琦毅然决然再次创业，结果创业期间“非典”盛行，全国酒店都基本停业了，人心惶惶之时，他仍坚持拿下全上海地段最优、租金最高的徐家汇。经过几年的发展，同类酒店中，如家成为了同类连锁酒店中最早上市的品牌。

离开如家时，季琦签下协议，约定两年内不会涉足相同市场，却未料到，养精蓄锐两年，准备杀回战场时，等着他的是一场席卷全球的经济危机，原本能按计划顺利融资的汉庭，成了在市场洪水上的漂泊浮萍。此时，他不得不权衡摆在他面前的两种选择，一是接受海外投行1.2亿美元的债务融资，这意味着如果无法按期还款，所有的心血和付出只能白白抵债；二是在这个不知何时结束的寒冬中坚守原路，继续逆风前行。

外界关于汉庭的负面流言纷飞，兵临城下，季琦决定不接受任何债务融资，他动用所有人脉资源开启了第二轮融资，亲自登门拜访，讨价还价。结果证明，季琦没有走错这一步棋，相识十多年的IDG资本董事长熊晓鸽和鼎晖创投决定给汉庭8500万美元股权投资，解救燃眉之急。几年时间里，汉庭不负众望，成功转型为专业化管理公司。2010年3月，季琦第三次带着汉庭敲响了纳斯达克的上市钟。汉庭现在已经发展为华住集团，覆盖从经济型到高端的18个酒店品牌，华住在全国的400多个城市布局了4000多家酒店，有非常明确的市场细分，目标高消费人

群的禧玥，个性化中高端品牌漫心，面对普通大众的汉庭等，市值将近100亿美元，是全球酒店市值排名第五的公司。国内，华住集团推动快捷酒店行业飞速发展，独占鳌头；海外，曾一度位列希尔顿和万豪身后，风光无限。

### 知行合一，渗透情怀

知行的问题，一直是哲学家们思考的问题。它不仅是哲学问题，更是和我们的生活和生命息息相关的问题。换句话说，知行合一的问题，很大程度上决定了我们人的生活态度和心灵的修行。太多人对他如何多次创业成功的故事感兴趣，想知道如何创造财富，如何管理企业，他索性出了一本《创始人手记》，和其他企业家口述的成功学段子鸡汤不同，这本书的每一个章节都节选自季琦亲手下笔写的文字，书里有的人生经验，有立业心得，还有心得体悟。读这本书，就能体会他如何同时兼容了三种角色：理工男、文艺青年和成功企业家。作为一个热爱生活的人，生活是他最大的灵感，并赠予了他绝伦的审美眼光。

季琦手下酒店的成功，离不开他追求完美、看重细节的特质。其实，一个能做好酒店的人，或者一个优秀的设计师，必定对生活质量有很高的要求。酒店设计过程中最重要的就是换位思考，将自己当成酒店的住客，设想自己的要求、审美，设计出的产品就能满足客人的需求，给客人提供舒适便捷的入住体验。为了提高汉庭酒店的品质，季琦在酒店里住了8个月，体会细节的缺陷，从莲蓬头、枕头等方面更加完善客房设计和服务。面对核心客群，汉庭围绕着这些人的偏好和习惯推出定制化服务，比如上网免费、“无停留离店”等，一下子抓住了人心。

季琦自己的出差装备里一定少不了一支香，一个香插，一袋茶，这是他消除旅途劳顿的独家秘笈。他将自己的生活情趣融入到了“全季品牌”的酒店设计中，温暖的原木色家居，极简风格的陶瓷茶具和鼻尖萦绕的一丝香气，吸引着每一位奔波的住客驻足停留。凭着敏锐的商业直觉，季琦没有低估中产阶级对全季的喜爱，中档酒店为华住集团创造的利润逐年上升。

在书中，他曾如此写到：“华住有国际化的战略，国际化的过程中势必会遇到东西方审美的碰撞。美学是价值观在视觉上和体验上的呈现，

东西方美学各有特征，但不管东方还是西方，总有一些核心一致的价值观，所谓大道相通”。华住把首家海外酒店的地点选在了新加坡，与雅诗阁携手，以“温、良、恭、俭、让”的五德精神作为设计理念和礼仪，以圆弧设计代替家具用品的棱角，让品牌的温润调性一展无余，在此基础上再度融入“仁、义、礼、智、信”这五常精神，鹅卵石装饰配上龙井茶香的香氛，东方之韵沁人心脾。季琦在一点一滴的细节里，向外国人传递了最优质的中国文化。

### 致良知，心无外物

致良知是王阳明心学的核心。王阳明认为良知人人都有，不需要外求，它是我们的本性。所以，致良知就是要把人的良知，推广到万事万物。工作和生活中，季琦把阳明心学以及禅宗当做自己为人处世的信仰，对他的人生影响最大的一本书，是《王阳明传习录》。因为热爱思考，从而经常思考人生的终极问题，他认为越从简，人生越自由。大学时季琦主修机器人专业，讲的是西方哲学唯物论那一套，前因后果，逻辑推理都有迹可循。但是心学的奥义完全不同，王阳明主张“心外无物，只有你的心才是唯一的真实”，也就是说，物的价值虽然有限，但是人心能赋予物无限的价值。在唯心世界里，季琦觉得，如果创业只是为了钱，为了成就个人，这其实很难，但如果把这个过程当做乐趣，看着企业发展成长，很有成就感，这就进入了唯心的世界。

好的创业者从来都是有野心的，季琦从不掩饰自己对华住的期许。然而在野心背后，其实是一份单纯的崇高感，这都源于大学时期那个经常泡在上海交大包兆龙图书馆的年轻人，那个“心怀天下”的季琦。他对小说感兴趣的原因就是年轻人的好奇心，文学对他来说，是通向内心的钥匙，在内心世界里，他会觉得“我们自己是宇宙中心，是可以主

宰一切的，我们的面前有无限多的可能性。看书也是跟那些伟大的人物在交流。内心有时候跟他们会有共鸣，然后精神上就有一种高高在上的感觉。”

虽然从初入社会在上海的一个小国营企业吃闲饭，到后来创业初期，小有成就时也曾执迷于对物质和名利的追求，但内心深处的崇高感并没有改变，一旦有机会就会冒出来。年少时读过的一本本文学著作让形而上的思想深入季琦的心底，这些理想主义拉高了他人生的高度，如果只着眼于事业和物质是很难达到的。后来，创立汉庭的那段时间让季琦前所未有地平静下来，自问生命的本质和意义，也找到了自己的使命感。那就是在成就伟大事业之余，过自己想过的生活。季琦说，不想等自己老了，有年轻人问他的人生有没有遗憾，他会欣慰地说自己享受生命里每一个或好或坏的瞬间，从容而淡泊。岁月如白驹过隙，季琦在成长，他认为这是自己在创业之路上最大的收获，人逐渐单纯和简单，一切都在向善。

其实如今很多人都在“断舍离”，这就是一种人生的从简，舍去不穿的衣服、没用的家具、甚至无效社交认识的人。季琦同样在人生的减法里找到了内心的平静，他退了很多群和总裁班，甚至关闭了朋友圈查看权限，设计的酒店房间卧室里没有电视，这就是季琦悟到的禅，他在公司买了很多坐垫，想让员工们练习静坐，在冥想中体悟，但坚持者寥寥。浮躁的社会里，中国老百姓大多数人工作只是为了生计，很少有人能花时间去探寻思想的价值。

“没有人会拒绝香，正如没有人会拒绝生活的美好。”在自己的书里，季琦毫不矫情地承认自己并不蔑视多年以来收获的金钱、名誉和地位，也享受财富自由带来的好处，只是，对于一个人来说，真正的精神“信仰”和态度更加重要，对于一个企业来说，创造价值，找到自己存在的意义，并造福于社会，才是最重要的。



Faced with the legendary title of "The Godfather of Entrepreneurship", Ji Qi wrote in his public account: "The so-called legend is that the times and how the times created you." In his opinion, his "legend" is actually created by the value of an enterprise, the fusion of feelings and careers, and the power of ideas.



Wang Yangming believes that heavenly principles exist in people's hearts. The so-called mind is 'Li'; in fact, it is the values that they agree with. A value that is not recognized by one's own heart is not rational. Three times in entrepreneurship, despite heavy obstacles, Ji Qi still insisted on his inner 'Li', opened the way with peril, and won in danger. In the hospitality industry, his name represents an investment project that will hardly disappoint investors, and fierce competition behind it from ambitious investors. Ctrip, Home Inns, and Huazhu, the three well-known companies are all created by Ji Qi. Some people have calculated that the average time he took to lead a company from its starting point to going public was less than seven years. Speaking of going public, the world regards going public as a sign of corporate success, but Ji Qi believes that value creation is more important.


The question of knowing and doing has always been a question for philosophers to think about. It is not only a philosophical issue, but also a matter that is closely related to our lives and work. In other words, the problem of the unity of knowledge and action determines to a large extent our attitudes to life and spiritual practice. Too many people are interested in how he has succeeded in entrepreneurship for three times, wondering how to create wealth and how to manage business. He simply published Founder's Notes, which is different from other successful entrepreneurs who have dictated some well-

known sentences. Each chapter of this book is an excerpt from the text written by Ji Qi himself. The book contains his life experience, career experience, and understanding. After reading this book, you can understand how he is compatible with three roles at the same time: an IT nerd, a literary youth and a successful entrepreneur. As a person who loves life, life is his greatest inspiration, and has given him an absolute aesthetic vision.

Conscience is the core of Wang Yangming's theory. Wang Yangming believes that everyone has a conscience and does not need to ask for it. It is our nature. Therefore, to be conscience is to extend human conscience to everything. In work and life, Ji Qi takes the 'theory of mind' as his belief, and the book that has the greatest influence on his life is The Book of Biography of Wang Yangming. Because of his passion for thinking, he often thinks about the ultimate problem of life. He believes that the simpler the life, the more free life is. In college, Ji Qi majored in robotics, and learned lessons on the basic of materialism of Western philosophy. The antecedents and consequences, logical reasoning can be followed. But the mystery of philosophy studies is completely different. Wang Yangming advocates that "nothing is outside the heart, and only your heart is the only truth." That is to say, although the value of things is limited, the human heart can give them infinite value. In the idealistic world, Ji Qi feels that it is actually difficult to

start a business just for money and to be an individual, but if you take this process as fun and watch the company grows and grows, you will have a sense of accomplishment, and you have entered the idealistic world.

In fact, many people are doing "Danshari" (refusal, disposal and separation) today. This is a kind of life simplicity, leaving out clothes that are not worn, useless furniture, and even people who are not socially aware. Ji Qi also found inner peace in the subtraction of life. He retired from many WeChat groups and president classes, and even closed the view permissions to 'moment'. There was no TV in the bedroom of the hotel room designed by him. He bought a lot of cushions and wanted employees to practice meditation and realize in meditation, but few of them insist doing it. In an impetuous society, most Chinese people work only for their livelihood, and few people can spend time exploring the value of thought.

"No one will refuse incense, just as no one will refuse the goodness of life." In his book, Ji Qi unkindly admits that he does not despise the money, reputation and status that have been harvested for many years, and enjoys the freedom of wealth. For a person, the true spiritual "belief" and attitude are more important. For an enterprise, creating value, finding the meaning of its existence, and benefiting society are the most significant. 





千壹是一家专门从事企业品牌推广、设计、礼品和活动策划的公司，致力于为顾客提供全方位服务，并带来卓越多元化的设计和品牌推广方案。千壹的核心团队汇聚了来自各个领域的专业人才。在为客户创建、更新、升级品牌形象的过程中，我们的团队将全程投入凝聚创意，为客户带来新颖独特、充满话题的作品。

IKONE is a full-service agency specializes in corporate branding, design, premium gifting and event management, aiming at achieving excellence in its diversified array of design and branding solutions. At IKONE, the design hub formed by vibrant professionals from various fields are passionate to transform their creativity into one-of-a-kind deliverables that inspires.

## 你的创意新启点

Your Bespoke Idea Pilot

千壹品牌形象设计(深圳)有限公司  
IKONE Design (Shenzhen) Limited

深圳市福田区金田路卓越世纪中心 1 号楼 4504 单元  
No. 4504, Tower 1, Excellence Century Center, Jintian Road, Futian District, Shenzhen, Guangdong, China

+86 755 8254 6548 / info@ikonedesign.com

明辉集团旗下成员 Member of Ming Fai Group

IKONE

ikonedesign.com

香港 · 深圳 · 纽约

# CAI HAIYANG

A COMPOSED PLOTEER  
OF HOTEL MANAGEMENT

## 蔡海洋

寄情山水，执笔酒店江湖

■撰文 / 伍锦琛 Written by Annabelle

11月28日，山水时尚酒店·北海店正式开业，中青旅山水酒店集团再落一子。十四年前中国文旅巨头中青旅与山水酒店强强联手，中青旅山水酒店集团正式成立，延续着中青旅一贯的沉稳、内敛与不张扬。在酒店行业默默深耕，逐渐成为中青旅产业链的营收“战马”：2018年实现4.93亿元营收，以及13.84%的营收高速同比增长。

走进中青旅山水这座满载荣耀的巨轮，映入眼帘的是一位运筹帷幄，步伐沉稳的中高端酒店领军人——总裁蔡海洋。一席深色西装，一架黑框眼镜，温文儒雅的蔡海洋先生正向我们娓娓道来他的酒店商业哲学。

### 人物档案 / Profile

蔡海洋

中青旅山水酒店集团总裁  
山水酒店品牌创始人


Cai Haiyang

President of CYTS Shanshui Hotels Group  
Founder of Shanshui Hotel Brand

①

②

① 山水S酒店惠州店外观  
② 山水S酒店丽江店“滇藏石锅宴”

Having entered into the mid-to-high end hotel market, CYTS Shanshui Hotels Group now becomes one of the top groups among the CYTS which achieved 493 million yuan revenue and 13.84% revenue growth in 2018. The president Mr. Cai Haiyang was invited to tell his own hospitality business philosophy which will strongly shake up the mid-to-high end hotel market. 



### 游刃有余：专注“小而精”的中高端酒店市场

近年来，酒店行业不断受到消费升级带来市场个性化需求迭代加速、智能科技不断创新的强力冲击，许多发展滞后的传统经济酒店进入存量时代后连续多年陷入营收惨淡的发展困局。特别是缺乏品牌依靠和标准化管理的单体酒店，变革浪潮让许多传统经济酒店无力挣扎，没有创新活力的注入，未来一片迷雾。

蔡海洋看准了这类“闲置”的存量物业，一步步签下这些乏力的老战车，将其改造并盘活成“小而精”的中高端精品酒店，这也与集团专注青年客群相契合。为践行这一改造计划，中青旅山水酒店集团以直营为主要运营方式，辅助以加盟等其它方式。集团相关数据显示，中青旅山水的酒店直营加盟比为1:2，直营酒店数量占比高达30%，而华住和如家截止2018年底其直营数量占比分别为16.5%和22.8%。蔡海洋认为，高直营比能够更大程度地保证酒店的运营质量。

蔡海洋指出，多次消费升级浪潮涌动，中高端精品酒店将是未来的一大发展方向。美国BCG与阿里研究院《2017年中国消费新趋势报告》显示，千禧一代消费者在中国城镇15-17岁人口中的比例高达40%，这一比例将在2021年超过46%，而在此基础上预估消费额将激增至2.6万亿，而X世代这一消费额仅为0.2万亿。此外，《解密“千禧一代”的酒店消费观》数据显示，千禧一代最偏爱的酒店价格区间为300-500，达40.1%，对酒店的功能需求呈现高度多样化。

与此同时，高铁时代的提速也为中高端酒店品牌提供了良好的发展机遇。蔡海洋认为，高铁将持续旅游高热、刺激旅游收入增长，目前已经开通高铁省份的游客数量及旅游收入比未开通省份高出20%-30%，中高端酒店品牌也将成为我国庞大旅游客群的“休息站”。

### 相得益彰：餐饮配套与文旅项目的完美结合

酒店功能的延展趋势引起了各酒店品牌“餐饮热”，将主打年轻消费者的清吧、咖啡厅，结合当地文化的特色餐饮等内容融入酒店配套中，以增加营收、延长旅客的停留时间。

位于丽江的山水S酒店就是一家拥有风格独特的餐饮品牌酒店。酒店特色餐饮“滇藏石锅宴”在线上一举拿下流量大满贯，数以千计、万计的游客慕名尝鲜。品尝地方美食是旅行中必不可缺的体验，宾客调查数据显示，超七成游客因美食决定旅行的目的地，而景点的地理位置、独特的人文关怀等元素构成了当地的美食文化。“滇藏石锅宴”的流量大热离不开丽江古城美食文化的依托，而美食的大热亦能为景点本身带来更丰富的增值效益。

中青旅山水旗下“滇藏石锅宴”、“百鲜楼”等自营餐饮品牌的走红让蔡海洋对集团布局的餐饮发展战略更加坚定。目前，中青旅控股旗下的“乌镇”和“古北水镇”两大文旅项目势头正盛，2018年分别实现19.05亿元和9.98亿元营收。蔡海洋认为，具有文化特色的餐饮服务能够与中青旅旗下文旅项目相互赋能，共同打造特色景区。





中青旅山水酒店集团  
CYTS SHANSHUI HOTELS GROUP



- ③
- ④

③ 设计师酒店  
④ 山水S酒店成都天府广场店  
⑤ 山水S酒店成都天府广场店

- ⑤

### 一叶知秋：智慧酒店实现资产价值提升

在《解密“千禧一代”的酒店消费观》调研中，受访人群对酒店科技应用有着很大热情，其中35.1%的人群偏爱智能客控，这与蔡海洋的智能化设想如出一辙。目前中青旅山水旗下“山水S”属于集团的领跑战马，智能化对该酒店品牌的价值提升起到了至关重要的作用。

蔡海洋对未来的集团酒店智能化提出了“四个机器人”的设想。自助入住机器人能够满足自助需求，帮助旅客快速办理入住和退房；另一项为房间内的影音服务、语音机器人，实现语音控制房内各类设施设备；第三项为负责服务、互动的迎宾机器人，逐渐代替目前的前台工作人员，有效降低酒店的人工成本；第四项为送货机器人，提升材料采购和物流效率。此外，他提出消费者想要的并不是绝对的自动化，酒店大厅应当适当添加有温度的人性化服务。

目前，中青旅山水的智能化已覆盖旗下各大品牌部分客房功能。蔡海洋预言道，随着互联网的快速发展以及5G时代的到来，移动消费已实现大面积普及，万物互联的5G时代将爆发出极为丰富的交互价值。在未来，全新的智能旅游产业链将推动旅游业，并再次掀起消费升级的浪潮，智慧酒店、智慧城市也将成为常态。只要成功升级为智慧酒店，立足大数据经营可以实现不低于20%的跨界发展增量。

其主力品牌“山水时尚”、“山水S”采用有创意的简约生态化设计风格，配套山水酒店自主研发的青云智慧酒店一站式服务系统，包括灯光、窗帘、空调、智能马桶等硬件的细节调整，呼叫服务等全智能化功能，一键在手，尽在掌握，让客人真正体会到山水无声关爱的个性化服务。智能化服务的融入深受商务精英和休闲人士的青睐。



一直以来，中青旅山水酒店集团保持着沉稳、低调的集团态度，细细打磨与耕耘。在发展大方向上，集团将聚焦产品打磨与住宿体验提升。依托央企背景的资源优势，关注一二线城市与国有背景为主的企业和物业，合作开发山水酒店的直营旗舰店，同时坚持“多模式、多品牌、多渠道、多方位”的发展策略，创新业务合作模式，多种渠道开拓市场、研发市场细分品牌、点面结合完善布局。根据自身发展需求，以轻资产管理输出为主、重资产投资为辅；根据项目情况，灵活选择不同的合作模式。

一如集团的沉稳风格，总裁蔡海洋本人也是一位低调的酒店人。他坦

言，在创业初期曾尝试过餐饮经营、商业物业投资、管理及酒店公寓租赁等业务的经营。一次偶然的机遇，他取得深圳梅林片区中心区域一员工宿舍的经营权，也是这次尝试激发了他对酒店管理的极大热情，他决心从物业管理中不断提升自己，从深圳酒店业的现状开始展开细致调研和全面分析，山水第一家时尚品牌酒店应运而生。

当被问起人生信条时，蔡海洋脱口而出“立志如山，行道如水”，最初的坚守、立志和沉稳，游刃有余的乘风破浪也成就了如今的他，和如今的中青旅山水酒店集团。

## 中国数据通信解决方案提供商

锐捷网络，中国数据通信解决方案提供商。自2000年成立以来，锐捷一直坚持自主、创新扎根行业、深入场景应用进行解决方案设计和创新，并利用云计算、SDN、移动互联、大数据、物联网等新技术助力企业行业用户实现数字化转型升级。

作为首批“国家创新型企业”的代表，锐捷自主研发的产品涵盖了**交换机、路由器、无线、云桌面、安全、网关、IT管理、认证计费、智慧教室、智慧校园软件平台** 10条产品线，并为用户提供“看得见的好服务”。

锐捷网络在全球拥有**6大**研发中心，**41个**分支机构（不含海外），**8000**多家合作伙伴，业务范围覆盖了亚洲、欧洲、美洲、非洲等**30多个**国家和地区。贴近用户应用的创新成果，广泛应用于政府、运营商、金融、教育、医疗、互联网、能源、交通、商业、制造业等行业信息化建设领域。

锐捷网络是上市公司星网锐捷集团（股票代码002396，亚洲品牌500强）最重要的业务板块，支撑了集团公司持续稳健增长。



## 创新产品方案 赢得市场广泛认可



**中国企业级WLAN市场占有率排名第2位；**

· 数据来源：IDC 2018年12月

**中国VDI终端市场占有率排名第1位；**

· 数据来源：IDC 2019年3月

**中国云课堂（虚拟化计算机教室）解决方案市场排名第1位；**

· 数据来源：CCW 2018年5月

**中国企业级IT业务综合运维管理平台软件市场排名第1位；**

· 数据来源：CCW 2019年4月

**中国园区网认证解决方案市场排名第1位；**

· 数据来源：CCW 2016 5月

**企业级网络设备服务满意度第1名。**

· 数据来源：CCW 2018中国IT用户满意度调研



锐捷网络股份有限公司

欲了解更多信息，欢迎登录[www.ruijie.com.cn](http://www.ruijie.com.cn)，咨询电话：400-620-8818。

\*本资料产品图片及技术数据仅供参考，如有更新恕不另行通知，具体内容解释权归锐捷网络所有。

# 尽享美味 无与伦比的欧洲珍馐

哥瑞纳帕达诺奶酪 (PDO) & 帕尔玛火腿 (PDO)



在广阔的欧洲大陆上，从来不缺怡然的风景和美味的食物，环境的优越和人们对生活品质的追求，使得欧洲有着各类高品质的美食。为了保证将欧洲优质高品质食材传达给每一位消费者，确保每一产品的与众不同性，欧洲两家意大利联盟协会申请了一个为期三年（2017-2020），主要针对日本和中国（包括香港）市场的信息宣传和促销项目，今年已是第三年。而该项目的主打产品，则是欧洲流传百年的珍馐：哥瑞纳帕达诺奶酪 (PDO) 和帕尔玛火腿 (PDO)。

在欧洲千年的时代更迭中，只生产于意大利北部帕达诺山谷的哥瑞纳帕达诺奶酪 (PDO) 的制作工艺可以说是代代相传，欧洲人甚至将这些上升到了“文化遗产”的地步。早在 1996 年，哥瑞纳帕达诺奶酪 (PDO) 便成为荣获受保护原产地名称资格的首批奶制品之一。作为世界上畅销的 PDO 奶酪，哥瑞纳帕达诺奶酪 (PDO) 也是意大利十分受欢迎的奶酪之一，美妙的口感和丰富的营养得益于其几乎千年不变的原始配方，采用半脱脂生牛奶，成熟工艺一丝不苟，形成它独有的浓醇芳香。每块哥瑞纳帕达诺奶酪 (PDO) 轮上均有数个保证产品纯正性的独特标志。四叶苜蓿印章能够证明原产地，包含省份代码、生产该奶酪的乳品厂序号。外壳上印有虚线钻石形标记，交替印有“GRANA”和“PADANO”字样。经过 9 个月成熟期，每块奶酪轮都必须经历严格的外观、香味和质地检测后才能印上特有的四叶苜蓿和钻石形标记火印标记，若无此标记，奶酪轮就不能称为哥瑞纳帕达诺奶酪 (PDO)。

公元前 100 年，在意大利帕尔玛附近的一个小乡村中诞生了日后享誉全球的美味——帕尔玛火腿

(PDO)。1996 年，帕尔玛火腿 (PDO) 成为首批荣获原产地名称保护认证的肉制品之一。作为全世界最著名的生火腿，帕尔玛火腿 (PDO) 色泽嫩红，如粉红玫瑰般，脂肪分布均匀，口感于各种火腿中最为柔软。在意大利，能否提供优质的帕尔玛火腿 (PDO)，几乎成为评价餐厅素质好坏以及是否正宗的标准。帕尔玛火腿 (PDO) 的制作过程经过其漫长而辛苦：仅采用纯净海盐腌制猪腿，尽可能保留肉质的甜味和柔嫩。在时间的流逝中帕尔玛火腿 (PDO) 的风味不断丰富、变得更有层次，同时“100% 纯天然产品，不含任何添加剂或防腐剂”这是帕尔玛火腿 (PDO) 和其他火腿的最大区别之一。”任何色剂或防腐剂——比如制作其他肉类产品时通常使用的亚硝酸盐和硝酸盐在帕尔玛火腿 (PDO) 的制作过程中均不会出现。最终，帕尔玛火腿 (PDO) 的质量将由一位具有资质的检验员使用马骨针认真检测火腿，根据其口感、颜色和香气做出质量判断，只有符合协会严格标准的火腿才能用烙铁印上 Parma 字样的“公爵皇冠”图样。这也是判断是否为帕尔玛火腿 (PDO) 的最正确的方法。

#### Tips1:

优质的哥瑞纳帕达诺奶酪可以适配各种食材，不仅是佐以热菜，将它与奶油相混合变成一份甜点也是种不错的尝试。

#### Tips2:

帕尔玛火腿的咸香使得它更适宜与本身味道较淡的食材相搭配。大厨建议可以用它作为冷餐的点睛之笔。

该广告的内容只代表作者的观点，所有责任由其个人承担。欧盟委员会不接受由其所包含的信息所构成的任何责任。



活动由欧盟提供  
经济支持

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



## 啤酒哥瑞纳帕达诺奶酪小龙虾



### 配料

20 只小龙虾肉、200g 哥瑞纳帕达诺奶酪、15g 盐、20g 姜片、1 瓣蒜片、1 片八角、10g 花椒、1 片桂皮、10g 干辣椒、15g 老抽、2L 啤酒、1 片香叶、5g 丁香、1 个肉蔻、5g 茴香籽、10g 蒸鱼豉油、10g 白糖、3g 十三香、2 根小葱、20g 菜籽油

### 制作方法

1. 把除了干辣椒以外的姜蒜大料放入油锅炸香；放入干辣椒炸香。放入洗净的小龙虾，大火翻炒；
2. 依次放入老抽，再倒入蒸鱼豉油、十三香粉。翻炒上色，倒入一罐啤酒；大火烧开，转小火慢慢收汁，加入少许盐和糖调味；
3. 收汁粘稠时加入哥瑞纳帕达诺奶酪，撒入葱花即可。



## 哥瑞纳帕达诺奶酪冰激凌，杨枝甘露



### 配料

**哥瑞纳帕达诺奶酪冰激凌：**226,8g 奶油芝士、200g 哥瑞纳帕达诺奶酪、1 杯牛奶、14.8 ml 新鲜柠檬汁、3/4 杯砂糖、1/8 茶匙盐、1/2 杯奶油

**杨枝甘露：**40g 西米、2 个熟芒果、59,2 ml 椰奶、44,4 ml 淡奶、20g 砂糖、1/4 个西柚

### 制作方法

#### 哥瑞纳帕达诺奶酪冰激凌

1. 将奶油干酪、哥瑞纳帕达诺奶酪、牛奶、柠檬汁、糖和盐放入搅拌机中搅拌至光滑。转移到碗里，然后拌入奶油。冰淇淋机中的冰淇淋奶酪混合物。转移到密封容器中，放入冷冻室中硬化，至少 2 小时。

#### 杨枝甘露

1. 烧开一壶水，加入西米。盖上锅盖，用低火煮 15 分钟左右，直到珍珠透明，中间仍有白斑。从炉中取出，再盖上 5-10 分钟，直到完全透明。



ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



活动由欧盟提供  
经济支持



## 帕尔玛火腿粽子, 酿馅大枣, 焦糖菠萝



### 配料

6个大枣、100g糯米、20g麦努卡蜂蜜、100g帕尔玛火腿、粽子叶

### 制作方法

1. 糯米提前三天用水泡上, 每天换两次水。
2. 将大枣放到温水里大约 20 分钟, 将枣核慢慢的取出来待用。
3. 如何包粽子: 将 3-4 片叶子放在一起, 小心地将底部折叠成圆锥形。用手握住底部的叶子。捞些糯米填底, 然后加上枣肉。在枣子上多放些米饭加入焦糖。把芦苇叶折叠起来, 调整到能盖住所有馅料, 并紧紧地握住馅料。之后, 用麻绳捆好, 并紧固树叶以防泄漏。现在一个可爱的粽子完成了。用同样的方法做更多。
4. 用冷水把锅放在高温下煮。把粽子放进去, 盖上锅盖, 煮 1-2 小时。在烹饪过程中, 将粽子浸泡在沸水中, 这样你可能需要添加几次热水。为方便起见, 准备一个手边有热水的水壶。将粽子放到冰水中直到完全冷却。
5. 去掉叶子, 加些麦努卡蜂蜜来改善味道。
6. 将菠萝切成小丁, 用麦努卡蜂蜜做成焦糖菠萝。
7. 将帕尔玛火腿按照粽子的形状包在粽子上, 用焦糖菠萝和粽子叶装饰。

## 帕尔玛火腿豆花儿, 玉米莎莎, 玉米须



### 配料

**豆花:** 150g 黄豆、1.2kg 水、3g 盐卤、20g 豆花酱汁

**豆花酱汁:** 100g 生抽、30g 陈醋、10g 虾油

**玉米莎莎:** 100g 脆玉米粒、20g 红洋葱碎、30g 去皮番茄丁、10g 花生碎、100g 榨菜碎、5g 白芝麻

5g 香葱末、100g 帕尔玛火腿油渣、10g 盐、3g 新鲜鲜磨黑胡椒粉

**玉米须:** 玉米须、菜籽油

### 制作方法

#### 豆花

1. 将黄豆提前一天泡水, 第二天用豆浆机打碎。
2. 用 4-5 层的纱布过滤, 直到豆浆非常清澈。
3. 将豆浆小火煮 5 分钟, 用纱布再次过滤。
4. 放置两分钟后加入用矿泉水融开的盐卤, 静置 20 分钟后将多余水分取出, 豆花就做好了。

#### 豆花酱汁

1. 全部原材料混合均匀

#### 米莎莎

1. 全部原材料混合均匀

#### 玉米须

1. 用 300 度油温将玉米须炸制金黄色待用。
2. 摆盘: 将豆花放到碗中, 浇上酱汁, 撒上玉米莎莎, 放上一片帕尔玛火腿脆片, 最后上面装饰黄金玉米须和食用花。



活动由欧盟提供  
经济支持

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE





# 凤球唛

为社会提供高品质的安全健康食品

中国鸡粉调味料行业标准起草单位之一



## 凤球唛

### 鸡粉调味料



新包装



净含量 2kg

# HAPPY COOKING 开心厨

## 鸡粉调味料

扫码  
GO



服务热线：4008018222

凤球唛天猫旗舰店 凤球唛京东官方旗舰店

搜索

若想了解更多，敬请扫一扫左侧二维码，关注“永益食品”微信公众号。

# 中国菜 就用凤球唛

# EVVIVA

## ROMA

### Evviva, 感受意大利的迷人芳香

Evviva从旅游中汲取灵感, 通过丰富的色彩和图案, 充满活力的气氛, 每一天在色彩和情感的活力中传达对生活的热情。Evviva配方采用东方香料和香味, 让你感受身临其境的迷人芳香。



Evviva的天然绿色基础配方是  
可生物降解和滋养肌肤:

- 不含尼泊金脂
- 不含月桂醇硫酸酯钠
- 不含矿物油
- 不含磷苯二甲酸盐类

明辉集团是Evviva酒店客房洗浴系列在全球的独家代理商  
电话: 400-880-8813 邮箱: Marketing@mingfaigroup.com  
[www.mingfaigroup.com](http://www.mingfaigroup.com) [www.evviva-roma.com](http://www.evviva-roma.com)

Photographer: Alex Bertha

**MINGFAI**

