

# China Hotel Magazine

## 中国饭店

2019年8月刊 总 237 期

预告

ADVANCE NOTICE

2019

亚太酒店与地产合作论坛

2019APCF

### 杰弗瑞·肯特

侧耳聆听非洲原野上的呐喊

GEOFFREY KENT

LISTENER OF AFRICAN CHAMPAIGN

### 健康旅游“三大流派”

THREE MAIN SCHOOLS OF  
HEALTH TOURISM

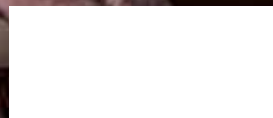
健康旅游之花，于六角堂一隅悄然开放

CHARMING BLOOMS OF HEALTH TOURISM



扫我吧！

中国文旅首席新媒体





# APCF

## 2019 亚太酒店与地产合作论坛

2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum

# 崛起与腾飞，亚洲新势力

The Rising of Asian New Power

中国·广州保利洲际酒店 2019年9月22-23日

InterContinental Guangzhou Exhibition Center, China September 22-23, 2019





### 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

# THE RISING OF ASIAN NEW POWER

## 崛起与腾飞， 亚洲新势力

传承弘扬亚洲和世界各国璀璨辉煌的文明成果，搭建文明互学互鉴、共同发展的平台，增强文化自信，促进协作互信，凝聚发展共识，激发创新活力。秉承“2019 亚洲文明对话大会”的精神，以促进酒店与地产合作为使命，让旅居成为文明的展示窗口。

作为亚太地区酒店与地产合作的重要合作平台之一，亚太酒店与地产合作论坛先后在博鳌亚洲论坛举办地 - 博鳌，国际经济、金融、贸易中心 - 上海，世界文旅休闲标杆 - 丽江，国际旅游岛先行试验区、海上丝绸之路起点 - 陵水，国际旅游消费中心 - 海口，西部经济引擎 - 重庆等地举办，致力于促进亚太地区酒店与地产的双向合作和持续发展。

今年 9 月，亚太酒店与地产合作论坛 2019 年会将在粤港澳大湾区发展的中心城市广州举办。

我们再度奏响集结号，邀请有思考精神和行动力的企业家、卓有成就的经济学家及富有远见的金融家，与 600+ 地产、文旅、酒店及餐饮、上下游产业链各路领军人物悦聚花城，赋能“新赛道”、崛起“新势力”、构建“新融合”、聚力“新价值”，价值链再造，抢占下一个制高点！

崛起与腾飞，亚洲新势力！一起关注、见证、参与与分享。

群贤毕至，盛誉载道，商机无限。

The forum aims at inheriting and propagating the splendid civilization achievements of Asian and other countries all over the world, establishing the platforms for learning and developing among countries, improving cultural confidences, promoting co-operations, reaching the consensus on developments and inspiring innovations. It embraces the spirit of "Conference on Dialogue of Asian Civilizations" and the mission of promoting the co-operations between hotels and real estate and to make sojourns accessible to civilizations.

As one of the vital platforms for cooperation in Asia-Pacific region, Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum is committed to promoting the sustainable development of hospitality and tourism. It has been held in many cities, including Boao, the hosting town of Boao Forum for Asia, Shanghai, the international economic, financial and trade center, Lijiang, the world travel benchmark, Lingshui, the pilot zone for international traveling island and the starting point of the Maritime Silk Road, Haikou, the international travel and consumption center.

In 2019, Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum will be held in Guangzhou, The central city of Guangdong, Hong Kong, Macao and Dawan District.

This autumn, pioneers in real estate industry, tourism, hospitality and industrial chain will gather in Guangzhou, where they will empower new racing tracks, promote co-operations, create cohesion on new values and witness the rising of new power to reinvent the value chain and obtain the next discourse.

Look forward to witnessing the rising of Asian new power! Your participation makes the difference.

As more talents participates in the forum, various business opportunities can be expected.

# SPIRITS OF SICHUAN MERCHANTS, BRAND OF THE NATION

## 川商精神 民族品牌

新时代的川商精神，我认为第一是敢于拼搏；第二是抓住机遇创新。四川有很多川商，包括刘永好董事长，他们都从小的个体户白手起家。拼搏和实干，这是新时代川商不可回避的精神。在抓住机遇创新方面，明宇也进行了几次转型升级，从酒店投资到酒店管理服务输出，将建设运营酒店的优势转化为商务空间服务的优势。

下面我结合明宇在四川的发展情况谈谈中国民族品牌应该怎么样走出创新之道。明宇的服务体系注重国际化的理念和地域特色的消费需求。从明宇在川酒店的数据来看，国际消费者占比不到6%，本土消费者占比大概94%。许多年前，明宇旗下的酒店已开始提供四川火锅。明宇旗下酒店的产品是本土化的，但服务理念是国际化的。

不管是老一辈，还是新一辈川商，坚韧也是很重要的精神。为什么说中国3年以上的企业数量大幅降低，10年以上的更是少之又少。一个企业需要坚持，第一个是坚持发展方向，即对主营业务和商业模式的坚持；第二个是坚守企业文化。

明宇作为一个民族品牌，如何与国外品牌竞争呢？与入驻中国主流城市的国外高星级酒店相比，明宇有四个方面的优势。以成都为例，明宇的产品特色比一般的国际酒店要更胜一筹。酒店里配置了棋牌室、茶坊，因为我们知道四川人喜欢打麻将。其次，服务特色。我们将川西一些特色产品放在酒店做展销，包括菌类、肉类等，一方面丰富了我们的产品、提高了收益，另一方面也打开了当地农产品的销路。此外，服务灵活。我们对明宇客人的消费习惯做了一些研究，做了特色化的改进，比如提供四川特色美食，空间布置融入四川元素，让客人真正有一种“身在四川”的感觉。我们还有一大特色——人。四川服务员的服务水平在全国都是非常具有竞争力的。

在消费升级的背景下，我们也顺势而为。以往的经济型酒店都在向中高端酒店发展，比如亚朵、桔子水晶，也包括我们的凯悦嘉轩、明宇丽雅等，为广大中产阶级的消费升级提供一些个性化的产品和服务。我们目前也在发展中端系列：天府雅庐、天府雅舍、天府雅居。天府系列的第一家店——天府雅舍，在南充已经开业了，主要针对一般白领。中端酒店投资回报率远高于高星级酒店，并且未来的市场空间也很大，毕竟是面向的消费需求处于金字塔中间部分，规模庞大。

四川是一个旅游大省，观光游和深度游结合，既不像海南以度假为主，也不像有些城市比如黄山以观光为主，所以酒店产品很丰富，包括民宿、汽车营地等。并且打造很有地域特色，没有一味的关注规模和豪华。在四川的三州里面，民族特色是其他很多省份所缺乏的，另外自然资源的结合也是得天独厚的。

明宇也在苦练内功，下功夫服务好当地消费者，同时满足世界客源的消费需求。从消费情况来看，酒店业增长的速度远高于GDP增长的速度，是朝阳产业，我们要稳健发展。

I'd like to talk about how national brands make their innovative way. As far as I am concerned, there are 2 new spirits of Sichuan merchants, one is striving spirit and grasping the opportunity to innovate. As for innovation, Mingyoun has been through several transformation and upgrading, from investment to output of management service.

From the data of Mingyoun hotels in Sichuan, local customers take up 94%. Many years ago, we already started offering hotpot. Our concept of service is international. However, our product is suitable to the local.

No matter for the old, or the young Sichuan merchants, persistence is a very important spirit. Why Chinese Companies that have survived more than 3 years are rare, and not to speak of ones more than 10 years. A company requires persistence, one is to insist its direction, the other is to insist its culture.

As a national brand, Mingyoun has 4 advantages. First, it has its special characteristics better than international star hotels. Second, it has characteristic service, offering special Sichuan food to display, including mushrooms, meat and so on. Third, its service is flexible. It has challenged to improve itself by studying consumption habits. And the last is staff; they are very hardworking. 



张建明

亚太酒店协会联席会长  
全联房地产商会酒店投资商会联席会长  
明宇实业集团董事长  
明宇商旅股份有限公司董事局主席

Zhang Jianming

Joint President of Asia Pacific Hotel Association  
President of Hotel Investors Association of China Real Estate Chamber of Commerce  
Chairman of Mingyoun Industrial Group Co., Ltd.  
Chairman of the Board of Mingyoun Hotels Group

# INNOVATIONS IN THE HOTEL INDUSTRY (SELECTION)

## 酒店业的革新之路（节选）

中国的酒店跟充分市场化、充分发展的成熟市场美国相比，在规模上是相当的，并不存在供应不足，也不存在供过于求的情况。

如果用一个公式来描述人们口头上所说的“供给侧改革”，那就是“供给侧+结构性+改革”。其含义是：用改革的办法推进结构调整，减少无效和低端供给，扩大有效和中高端供给，增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性，提高全要素生产率，使供给体系更好适应需求结构变化。当提出这个概念的时候，我理解是针对钢铁、煤炭、铁矿石等行业，产品以中低端为主，产能过剩，高污染、高能耗，与酒店业相关度不高。

### 规模

美国有一个权威的酒店业协会 AHLA，它对美国酒店业的统计数据：54200 家酒店，500 万间客房，800 万雇员，每年销售 11 亿间客房，61% 是小规模企业。可以推算出，平均每家酒店 92 间客房，人房比 1.6，出租率 60%，人均拥有客房数 1.5%（人口 3.3 亿）。中国酒店有 81 万

家，共 2000 万间客房，平均 25 间，人均拥有客房数 1.4%（人口 13.9 亿）；平均房价 174，出租率 55%，RevPAR 96，市场规模 7000 亿（不含餐饮）。携程覆盖到的有 39 万家，1371 万间客房，平均 36 间；携程未覆盖酒店 42 万家，629 万间客房，平均 15 间。

### 星级酒店

旅游饭店业协会的数据：截止到 2018 年底，全国星级饭店一万一千多家。进入统计范围的饭店集团所管理的饭店三万多家，客房三百多万。

### 品牌连锁集团

酒店 6 万，房间数 335 万，占总市场（即连锁率）的 17%（美国总体连锁化率是 71%）。

### 供给侧

我们一直以为中国人均拥有酒店客房数少于美国，其实不然。从总量上来看，中国人均拥有比例跟美国相当，都是 1.5% 左右。中国的酒店跟充分市场化、充分发展的成熟市场美国相比，在规模上是相当的，并不存在供应不足，也不存在供过于求的情况。从规模上看，美国平均每家酒店 92 间，中国平均 25 间；在美国全部 54200 家酒店里，还有 61% 是中小企业。但对于一个产业来说，这部分“供给侧”不应该计算在内，属于“散兵游勇”，形成不了建制能力和规模作战能力。中美之间的出租率差异是 5%（60% 和 55%）。酒店行业不变成本（折旧、摊销、人工、能耗等）很大，出租率在 55%，可能就亏损；出租率 60% 就有利润了。所以，中国酒店业这个 55% 的平均出租率正好在盈亏的嗓子眼上。供给侧数量充分，品质不高，盈利不

好，收入不佳。这是非常典型的供给侧问题，需要革新。

### 结构性改革

这里引用一段习近平在 2016 年中央财经领导小组会议上的讲话：供给侧结构性改革的根本目的是提高社会生产力水平，落实好以人民为中心的发展思想。要在适度扩大总需求的同时，去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板，从生产领域加强优质供给，减少无效供给，扩大有效供给，提高供给结构适应性和灵活性，提高全要素生产率，使供给体系更好适应需求结构变化。

第一，用增量改革促存量调整。

以华住为代表的连锁酒店集团，主要是以管理加盟为主，大部分加盟商是租赁物业，然后改造加盟华住的某一个品牌。大部分华住的牌子，比如汉庭、全季、桔子水晶有显著的产品特点，有严格的硬件标准，不改造很难满足品牌加盟的要求。这些品牌连锁的酒店无疑是中国最优质的产品，大部分是增量。正是因为这些优质的增量产品，给了消费者最佳的选择，挤出了部分劣质库存；并且给予了整个行业方向性的指引。

第二，优化产业结构、提高产业质量，优化产品结构、提升产品质量。

这是针对存量的打法。存量酒店，大部分处于产品品质不高、管理效率偏低、盈利能力薄弱的状态下。不改造没法冠以某个品牌，改造又缺乏投资动力。这个时候除了华住推出的“软品牌”——如怡莱、星程、美仑等，H Hotel 无疑是另一个选择。通过华住积累的行业经验、管理能力、平台化、IT 技术、海量会员

等效率要素，帮助底子好、有进取心的存量酒店提升品质。从而完成产业结构的优化、产品结构的优化。

第三，优化流通结构，节省交易成本，提高有效经济总量。

OTA 在酒店业的占比已经在 30% 左右，未来会到达 40-50%，随着 OTA 集中度的增加和占客比例的提高，单体酒店谈判能力减弱，佣金费率不减反增的概率加大。这就要求中国酒店业要从单体走向连锁，从单打独斗走向合作共赢。建立自身的会员体系和直销体系，减少对中间流通环节的依赖，进一步减少交易成本，直接对接最终客户，才能提供最适合需求端的产品，才能提高整个产业的效率。

第四，优化消费结构，实现消费品不断升级，适应需求端提高生活品质的要求。

经过十多年的连锁化进程，品牌经济型酒店已经占到经济型酒店的四分之一，是连锁化程度最高的区位。但中档酒店只有 20%，品牌中档占中档酒店比例也只有 10%，比例偏低，潜力巨大。而在高端和豪华，由于前几年的房地产地标模式的高歌猛进，无疑是供过于求，产品结构浮夸错位。虽然最近稍有降温，但还是需要时间去消化这些大投资、大库存。中国消费结构还是以经济型和中档为主。经济型的优质连锁品牌进一步渗透，提高连锁化率；中档酒店和中档品牌连锁供应不足，不管是增量还是存量，都应该扩大这一区位的优质供给；至于高档和豪华，则更关注在于产品结构本身的改革和调整，尤其在空间利用、人员效率、销售渠道等方便的改进。国家层面的供给侧结构性改革同样适用于中国酒店业。



季琦  
华住酒店集团创始人、董事长  
Ji Qi  
Founder & Director of HUAZHU Hotel Group



INTERCONTINENTAL

SHENZHEN

深圳 華僑城 洲际大酒店



海上明月，中秋团圆。窗间月色寄相思，玉兰花开醉芳华。

金秋四款中秋礼盒，从中国传统文化底蕴中汲取灵感，满堂红褶皱布艺包裹，搭配馥郁芬芳的玉兰花，灵动的飞鸟，凝练国风之美，在百花天地中交织出一副秀雅的画境。

无论是传统广式口味、奶黄流心，还是冰皮月饼，让团圆之情于舌尖绽放。

Our mouth-watering mooncakes will be the special gift to those who are dear to you as a symbol of reunion on this celestial mid-autumn festival.

Made from selected ingredients and meticulously prepared to bring out the best flavors in each of our mooncakes, you will be spoiled for choice in this year's Mid-Autumn Festival.

古韵芳华  
相伴月圆

JEWELS OF  
THE MOON

四喜华锦

4 PIECES MOONCAKE BOX

四粒装·4PCS·150g

RMB 318

六顺华美

6 PIECES MOONCAKE BOX

六粒装·6PCS·60g

RMB 248

八彩华红

8 PIECES MOONCAKE BOX

八粒装·8PCS·150g/60g

RMB 398

中秋礼篮

MID-AUTUMN FESTIVAL HAMPER

RMB 1688

订购100盒以上可安排深圳市区内送货，送货时间需要提前3天预约

(限南山，福田，宝安中心区，罗湖区任何同一地点)。

订购电话/Tel: +86 (0) 755 3399 3388-8599 / 8511

以上价格需加收13%税。The above prices are subject to 13% tax.



# CUSTOMIZED TRAVELING BOOSTS HIGH-QUALITY DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY

## 定制旅行促进旅游业高质量发展

7月9日下午，由中国旅游研究院主办的“定制旅行研究成果发布会”在文化和旅游部南区召开。会上，戴斌院长做了题为“定制旅行促进旅游业高质量发展”的总结演讲。以下为全文节选：（来自中国旅游研究院）

党的十九大报告指出：“我国经济已由高速增长转向高质量发展”，这一判断既指出了包括旅游业在内的我国经济发展的鲜明特征，也为今后的经济工作指明了方向。习近平总书记在2017年12月6日的党外人士座谈会上指出：“实现高质量发展，是保持经济社会持续健康发展的必然要求，是适应我国社会主要矛盾变化和全面建设社会主义现代化国家的必然要求。高质量发展是我们当前和今后一个时期确定发展思路、制定经济政策、实施宏观调控的根本要求，必须深刻认识、全面领会、真正落实。”从市场态势和产业格局上看，在文化和旅游融合发展新时代促进旅游业高质量发展，党和国家有要求，游客和业者有期待。

回顾改革开放四十年来的旅游业发展历程，主要是由入境旅游的“封闭红利”、国民旅游的“人口红利”和资本、技术红利驱动的。近年来，随着国民旅游权利的普及和中产阶级、年轻人旅行经验的丰富，标准化研发、规模化销售的团队旅游产品已经很难获得市场青睐了。低价旅游、零负团费以及随之而来强迫购物、诱导消费、卖团甩团所形成的低品质形象，已经让旅行社、OTA等旅行服务商陷入了严重的行业信誉危机。如

果没有扎实的内控机制和高品质的服务界面，去内地的创业板、主板上市，去港交所、纳斯达克敲个钟，去与BAT嫁接导流，既无法打动旅游者的芳心，也无益于股东的信心、员工的认同和同行的认可。

上述困境的打破，固然需要各级旅游行政主管部门的依法监管和产业促进，需要行业协会的倡导与自律，而要实现旅游业的高质量发展，就必须发挥市场主体的关键角色和积极作用，特别是需要携程、凯撒、春秋、广之旅等市场领导者和鸿鹄逸游等新业态创造者的主动作为。对于那些既有创新能力，也有创业基因的大型旅游集团而言，捕捉介于团队旅游和自助旅游之间的商业机会是本能，也是愿景。

在过去的几年中，定制旅行已经成为市场主体促进旅游业高质量发展的成功探索和有效路径。无论是全包价、小包价，还是单项预订服务，旅行社的传统操作模式都是生产者主权，从踩线、采购、组装和分销到线下的门店和线上的OTA，都是供给侧在主导。经济理论和市场实践表明，消费者的满意度与消费菜单的可选度是密切相关的。随着大众旅游时代的到来和国民旅行经验的成熟，选择自由行和自助游的人越来越多，但是游客用于信息搜寻、价格比较、目的地决策、小交通和目的地生活方面的成本也越来越高。

分工与专业化是经济增长的本质要求，也是效率提升和服务品质的有效保障。商业从工业的分离是不可逆转的经济史进程，旅行社或者说旅行服务从交通、住宿、餐饮、娱乐、购物、主题公园等商业机构和自然遗产、文化遗产目的地资源管理者和公共文化机构中分离出来，也是大众旅游时代不可逆转的商业进程。在市场主体的共同努力下，定制旅行正是从消费者主权出发，依托旅行商的专业化运营，在分众和分层基础上为旅游者提供品质服务的商业模式。

从这次发布的成果来看，携程定制旅行平台供应商管理标准已经自觉肩负起质量提

升和生态圈培育的责任。这种基于流量和获客能力的市场契约，可以起到政府监管部门无法替代的作用。携程C+定制师培训项目将会让更多业者可以成为定制旅行的行家里手，从职业教育角度为旅游业的高质量发展提供坚实的人才支撑。

定制旅行需要更加广泛的共识。以携程、凯撒、鸿鹄逸游为代表的市场主体已经成为定制旅行和旅游业高质量发展的关键角色，正在发挥越来越重要的作用。一花独放不是春，万紫千红春满园，为了更好地促进定制旅行理性、协调和可持续发展，我们需要在共识的基础上与更多的业者同行。

定制旅行需要更多的企业标准。企业标准是在企业范围内需要协调、统一的技术要求、管理要求和工作要求所制定的标准。企业标准在相应指标上应当比国标、行标和地标要求更高，更有个性化。在上述标准均不存在的情况下，市场主体可以自己的质量控制标准和生产流程为基础，发布自己的企业标准。

定制旅行需要更多的产品品牌。随着人民生活水平的提高和旅行经验的丰富，定制旅行市场将面临分层、分众的趋势，我们还需要更多的品牌线路和品牌产品。

定制旅行需要权威的第三方评价。餐饮界的米其林餐厅指南，旅游推广与自助旅行的《孤独星球》，旅游供应商的猫途鹰，每次发布都会引起有关国家和城市的目的地营销机构、餐馆、酒店、博物馆、购物店等公共和私人机构的高度关注，以及媒体的广泛跟进报导。中国旅游研究院发布的“欢迎中国”，携程发布的民宿推荐，已经有这方面的意义，但是总体上看影响力还不够广泛。我们还将与有关机构合作，定期发布旅行服务业的年度关键词、目的地类型、新线路和新产品，并致力于打造旅行服务的风向标。

全国旅游市场共同体团结起来，以定制旅行行为新起点，为旅游业的高质量发展而努力奋斗！



戴斌  
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 Shenzhen  
深圳东部华侨城主题酒店群

# all in OCT 爱游玩

东部华侨城·微度假

生活，每一天都是度假  
Every day is a holiday



深圳市盐田区大梅沙东部华侨城主题酒店群

免费电话: 400 860 1388

官网: [www.octeasthotels.com](http://www.octeasthotels.com)

## TO THE RIVER, A JOURNEY BENEATH THE SURFACE (SELECTION OF A BREAK)

### 沿河行 一部关于河流的历史之书（《了断》节选）

水，令我魂牵梦绕。也许是因为我内心干渴难耐，也许是因为我太过于英国化，也许只是因为我对美太敏感。总之，如果附近没有河流，我就浑身不自在。波兰诗人琴斯洛·米沃什曾写道：“伤心欲绝时，我们就返回某处河岸。”他的这句话让我感到安慰，因为有一条河流让我一次次地回归，无论我身染疾病还是身体健康，无论我忧愁悲痛、形单影只，还是欢欣喜悦。

十年前，在一个六月的傍晚，我第一次来到乌斯河畔。与我同行的是如今早已分道扬镳的男友。我们从布莱顿驱车前往，把车子停在巴克姆磨坊的田野里。当留在岸边的最后几个垂钓者为钓到梭鱼或鲈鱼而抛出鱼饵时，我们逆流而上，向北而行。愈益醇厚的空气中弥漫着旋果蚊子草的芬芳，如果靠近河边仔细观察，就能看到片片花瓣顺着河水悠然漂荡。在一块开阔地的边上，这条河几乎漫溢出来。斜阳西下，河水的气味越来越明显：那种冰凉绿稠的水腥味让野外的流水暴露了行迹。我俯身将一只手浸入水中，忽然想起弗吉尼亚·伍尔夫正是自沉于乌斯河后魂断碧波的，只是具体原因和时间我不甚了了。

曾经有一阵子，我经常与一群朋友到南伊斯游泳，弗吉尼亚的遗体就是在那附近找到的。我战战兢兢地踏入激流，一股流水拖拽着我，差点把我绊倒在水中，将我席卷而去，冲入大海。这时，那种战战兢兢便化为心醉神迷。这条河穿过一道白垩山谷流经这一地带，唐斯的山脊耸立于谷边，白垩溶于水，碧绿的水色泛着乳白，恰如海玻璃一般。一道道阳光被禁锢于河水之中，满河波光潋滟。在河里游泳时，你无法看到河底，几乎连自己的四肢都分辨不出。或许，正是这种混浊与昏暗让人觉得这条河流似乎隐藏着秘密，仿佛在水面之下藏匿着什么东西。吸引我来到此处险境的，与其说是病态，倒不如说是一种听任自己在无法控制的力量中随波逐流的快感。乌斯河就像金属吸引磁石一般吸引着我，在夏季的夜晚和冬季短暂的白昼，我一次次回到这里，在季节转换之际，反复到某些河段漫步、游泳，如此经年累月，直至凝聚出仪式的厚重感。我会漫无目的地来到萨塞克斯的这个角落，并无意做长久停留。但如今在我看来，那条河流仿佛向我抛出鱼饵，诱我上钩，在那里将心跳停止的我抓住。当我的生活开始变得摇摇欲坠时，我也会来到乌斯河边，寻求它的抚慰。

二〇〇九年春，我陷入人生循环往复的小灾难中，仿佛支撑生活的脚手架注定要倒塌。我不小心失去了工作，又出于纯粹的漫不经心，失去了自己所爱的男人。他来自约克郡，我们长期以来争吵不断，其中一次冲突涉及地域，也就是决定我们将安家于何处。我无法放弃萨塞克斯，而他也无法割舍那些山丘与荒原，毕竟他刚刚回到那里没多久。

（略）

季节的变换令人陶醉。正是在那时，沿着这条河徒步的想法将我紧紧攫住。我想离开，清除杂念，跟往事做个了断。在内心深处，我知道这条河就是我要去的地方。尽管我不善于看地图，但还是开始不由自主地购买。我把其中一些钉在墙上。有一幅地质学地图描绘了地表下的世界，它被绘制得精美绝伦，于是我把它放在床边。我的想法是做一次调查或探测，在二十一世纪初的一个仲夏，花上一周的时间，捕捉和记录一小片英国土地上的景象。反正我是这么告诉别人的。然而要说清我的真实目的绝非易事。不管怎样，我想潜入日常世界的表象之下，就像一个睡觉的人那样抖掉寻常的气氛，冲向美梦之巅。



[英] 奥利维娅·莱恩  
英国作家，小说家，文化评论者  
Olivia Laing  
a British writer, novelist and cultural critic

I keep dreaming about rivers. Either I am too thirsty for it or I am too British or too sensitive to beauty. There is a river having been helping me to find my myself, no matter I am healthy or sick, happy or unhappy.

My first time to come to the Ouse River is already ten years ago. At that time, I was walking with my boyfriend with whom I already broke up long before. We were walking northwards along the river. The smell of weed was floating in the air and as we got close to the bank, we could see petals floating on the river. (...)

I stepped into the torrent trembling with fear, dragged by the running water. I was nearly tripped up and drawn into the river then the sea. The sun was shining on the river. I was attracted by it, because of the pleasant sensation I felt down the river, the feeling that I was floating in a flow that I could not control and could do nothing but to follow. (...)

The seasonal change is fascinating. It was at that time, the thinking of walking along the river captures me tightly. I want to leave; want to have a break with the past. I want this river is where I have to head to deep down. I bought some maps and had them hanging on the wall. On a summer of 21th century, I would like to spend a week to capture and make records of a small land of Britain. Anyway, I am telling people this. However, my real purpose is not something easy. Anyway, I desire to dive into the appearance of the routine world, just like a man asleep, shaking off the normal atmosphere and rushing to the peak of beautiful dreams. ☞

19<sup>th</sup> GOLDEN HORSE AWARDS OF CHINA  
中国最佳卓越服务酒店



扫一扫关注  
G20峰会元首接待酒店



# 品鉴·花家

## APPRECIATION HUAJIA

杭州花家山庄是一家按五星级标准建造的园林度假酒店，位于西湖杨公堤南首，占地220亩，东览湖光山色，西眺南山胜景，具浓郁江南园林风格，被誉为“都市里的桃源”。园内山环水绕，曲径通幽，独享静谧。错落分布“东坡亭”、“雅谷泉”、“滴翠湖”、“友谊碑”、“人之精灵”雕像等人文景观，为浙江省外事接待窗口，G20杭州峰会主要接待酒店之一。

HangZhou HuaJiaShan Resort is located at the south end of Yanggong dike in West Lake, covering 220 mu. It is known as "Peach Source in the City" because of its beautiful scenery, it is surrounded by mountains and waters, rich bamboo and trees. It is a garden resort hotel built according to five-star standard. It is the main window for Foreign Affairs reception in Zhejiang Province and is one of the main reception hotels of G20 Summit.

品·鉴

杭州花家山庄  
HANGZHOU HUAJIA SHAN  
RESORT

地址 / ADD: 杭州市西湖区三台山路25号  
电话 / TEL: 0571-87976688

# HILTON HOTELS & RESORTS IS TURNING ITS ATTENTION TO INDIA TO TAP THE POTENTIAL OF THE MARKET

## 如何扩大希尔顿在印度市场的足迹


摘要：希尔顿 APAC 总裁和印度希尔顿领袖表示，在希尔顿成立的第 100 个年头，希尔顿酒店及度假村正将注意力转向印度，以挖掘市场潜力。印度是一个充满挑战的市场，其中一个原因是土地建筑成本高，确保业主获得与其投资相称的良好回报一直是一项挑战。我们提供高于市场的 GOP 利润并提供最佳的回报。

Last year we opened two important hotels in India — DoubleTree hotels in Ahmedabad and Goa. Before that, just towards the end of the year, we opened Conrad Bengaluru, which is India's second Conrad. I think we still need to fill few gaps in Delhi and Mumbai. We are looking forward to a big-box Hilton. And apart from that, we are looking to expand our entire portfolio of brands across different markets — whether it is in the leisure market or in state capitals, there are lot of opportunities for us to expand. We are very keen on bringing Waldorf to leisure locations such as Jaipur, Udaipur, and certainly Mumbai, Delhi and Bengaluru. India is growing in Tier-II and Tier-III cities and obviously, in a lot of resorts and leisure locations. And those are definitely opportunities for us and we have many brands that will fit those markets.

I think India is a challenging market for several reasons. One, the cost of building something has always been higher because we have high land cost. So making sure that owners get good returns, that is commensurate with their investment, has always been a challenge. You need to ramp up quickly and to stabilise the hotels as fast as possible. In some markets, the supply is slowly getting exhausted. But that truly remains to our advantage — we are delivering higher than market GOP margins and offering best-in-class returns.

I think it's been a journey; it's exciting because you are climbing a mountain and there is a long way to go. There are lot of things to do and it is exciting; it is something that keeps you awake at night and keeps you on your toes. Sometimes you think it should be faster and you are impatient to get there. But it is important that we do the right things even though they may take time. It is important to build good quality assets at the right location and then create a cycle of constant growth. I think we are laying the foundation of something that will last for the next 30, 40 or 50 years as India continues to grow. And like I always say, we are here for the long term and Hilton is definitely going to be #1 or #2 player in India.

Travel and tourism are such big industries and large employment generators that a lot needs to be done. I think we need to address it holistically — from the taxation perspective, infrastructure status that will allow more hotels to come up, and come up much faster, and also make it affordable for more people to travel. I think giving infrastructure status to the industry would certainly help because we are so undersupplied in India. It would make financing much easier if the sector is not treated like a luxury service or product that needs to be highly taxed.

Developers in India are not very different from those in any other market. They are focussed on making sure that when they invest money, they are choosing the right partner who is going to ensure that their asset delivers right returns, a partner they can trust. So their reputation, credibility and performance in the industry is very important. 



Navjit Ahluwalia  
希尔顿酒店集团印度区主管

Navjit Ahluwalia  
Country Head of Hilton India



## 南京隽恒酒店 隽哲济济，恒定金陵

不同于清丽灵动的杭州，也不同于温婉雅致的苏州，南京的空气中弥漫着六朝古都的庄严，这座城市具有深厚的文化底蕴又不乏现代化气息。转眼已来到末夏，说到南京，脑海里立即浮现范仲淹的《苏幕遮·怀旧》，“碧云天，黄叶地，秋色连波，波上寒烟翠”，南京之秋，轮廓浅浅浮现。

迈入南京隽恒酒店的大堂，浓郁的人文气息扑面而来，与南京这座无数文人骚客路过、旅居、著下名篇诗句的金陵古都不谋而合。南京隽恒酒店开业于2016年，坐落于鼓楼区河海大学旁。酒店毗邻于江苏省委、省政府、财政厅、公安厅等多个政府机构，以及河海大学、南京师范大学、南京大学等多所高等学院。孜孜不倦的莘莘学子和满腹诗书的学者风尘仆仆而来，隽恒在“后台”默默地辛勤劳作，为他们准备下榻的舒适环

境，扬帆助力学子、老师、教授的旅程。周边餐饮、娱乐、购物设施齐全。除了紧密丰富的日程安排，也到可以抽空到酒店周边去休闲购物娱乐。酒店拥有各类客房，是集餐饮、住房、会议、旅游接待、教育培训、国际交流服务等多项功能于一体的商务型酒店。不仅如此，酒店还拥有全日制自助餐厅、中餐厅、各式餐饮包间、挑高无柱宴会厅及各种类型的会议室。

唐·筵中餐厅古典华贵的大厅及多间雅致包间共可容纳近150位宾客，酒店名厨荟萃，厨艺精湛，以烹制名扬中外的淮扬菜，本埠民国菜及八大菜系的时尚融合菜品为主，兼营鲍参翅肚。选料考究，制作精细，美味可口，南北皆宜，并融烹饪文化、保健养身于一体，充分体现中国饮食文化的博大精深，五湖四海来的游子皆可品尝心仪地道

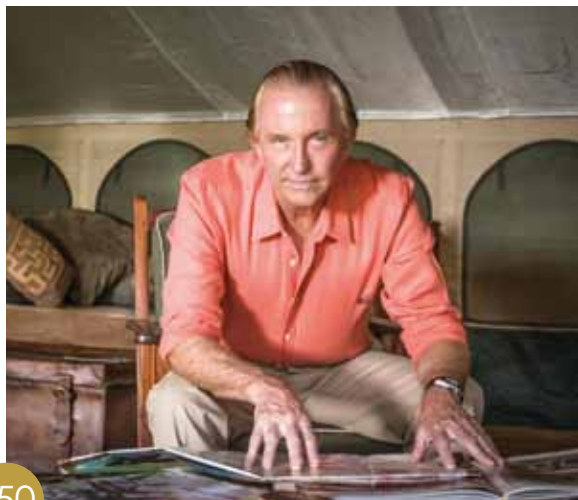


的美味。贴心的服务和回味无穷的淮扬美食及本埠民国佳肴，也是商务宴请及家庭欢聚的完美用餐之地。酒店一楼拥有开放式厨房的贻·尚西餐厅，可容纳200人同时进餐，餐厅另有全日制零点菜单，提供美味、精致、创意十足的中、西式菜肴，为您提供绝妙的美食体验。同时酒店为宾客提供早、中、晚中西餐服务、房内送餐服务、酒水服务、会议服务等，让宾客体验到家的感觉。



# CONTENTS

2019年8月刊总237期 | 目录 |



050

## 人物

### 050 封面故事

杰弗瑞·肯特 侧耳聆听非洲原野上的呐喊

## 002 智库

### 002 社长 / 客座 / 财眼 / 导航

崛起与腾飞，亚洲新势力

川商精神，民族品牌

季琦：酒店业的革新之路（节选）

戴斌：定制旅行促进旅游业高质量发展

## 046 纵产经

2019年6月中档酒店品牌发展报告

## 056 品牌制造

广州四季酒店：大手牵小手，盛放美好亲子回忆

## 093 悦读

### 093 异域奇葩

法国普罗万：走进11~13世纪，繁华四射、香槟四溢的古镇

### 096 设计语言

东方意蕴 匠心造艺

### 100 闻香识酒店

深圳鹏瑞莱佛士酒店

### 102 茶里·传情

CHALI 茶里：赋能酒店新零售

### 104 美食杰

广州希尔顿的“四大天王”

强强联袂，强势推出“希有招牌菜”

### 108 品食尚

匠心、创新 粤海润玉三十载心新相伴



028

## 行业聚焦 健康旅游的“三大流派”

健康旅游之花，于六角堂一隅悄然开放盛放

池坊流：医疗旅游的“意境”与“花道”

草月流：养生旅游需“借力”发展

小原流：中医药旅游，乘四时之风光，添几段暗香



057

## 预告 2019 亚太酒店与地产合作论坛

### 112 食尚汇

“凤球唛”留住新鲜 浓缩美味

### 116 人脉平台

翰林十年 | 对话小埠，挥杆南岭！探索发展新思路

## 广告索引

封二 2019 亚太酒店与地产合作论坛

005 华侨城洲际

007 东部华侨城

009 杭州花家山庄

011 南京隽恒酒店

013 艾博丽思大饭店

015 木莲庄

016 富宝

021 明辉

023 芝华仕

025 锐捷

027 HOST 展会

048 环球旅讯

111 粤海

115 永益

封底 简一



# 艾博丽思大饭店， 用四年打造一段传奇！

2014年8月15日，对这个旋转不停的星球来说是个普通得不能再普通的日子。但是对于艾博丽思大饭店而言，却是个伟大的纪念日。这一天，艾博丽思大饭店，在长春正式起航！艾博丽思大饭店地处长春市高新区硅谷大街与致远街交汇处，凭借优越的地理位置，便利的交通、低调奢华的装修以及贴心细致的服务，在短短的4年间，一跃成为高新区酒店业界最闪耀的一颗明星！

## 设计 出自大师之手

酒店由曾经设计过世博会上海馆等经典作品的著名大师执笔设计。以“寐”为灵感，步入酒店大堂，第一眼便会被“蝶飞”灯吸引，由400多片白色的“叶片”组成的吊灯，在暖黄色灯光映衬下，如梦似幻，似百只蝴蝶翩跹飞舞，又似一群欲振翅的白鸽，清雅平和中带着抚慰人心的力量，瞬间拂去旅人的疲惫。

这里有201间客房，无论是普通客房还是总统套房，都配备了超五星标准的配套设施，从中央空调、地暖系统、高清电视到顶级舒适的金可儿床垫、派赛飞特羽绒床品，每一个细节都只为让旅人宾至如归，在舒适温暖的环境中，躺在柔软的床上惬意休息。漫步在酒店公共区，柔和的采光和花足心思的摆件布置及绿植的点缀，都让客人在感到舒适之余，体会幽静惬意之美，从而真正得到身体的恢复和心灵的安宁。

## 服务 坚持将心比心

开业仅仅4年，艾博丽思已成为业内的神话，而打造这段传奇都要归功于年轻的艾博丽思人。当一群单纯而又执着的年轻人聚在一起，为梦想而努力坚持时，所散发出的力量是惊人的。艾博丽思的经营理念很简单：将心比心！给旅人最想要的服务。

出门在外，吃得舒服就最令人幸福的事了。艾博丽思大饭店的亮点之一就是丰富的美食选择。“台南台北铁板料理”系台湾风味的自助铁板烧，自助点餐，无论是铁板系列，还是海鲜料理、刺身寿司……每一盘摆上餐桌的美食都是艺术品，铁板就是集表演和美味于一身的组合，在这里吃饭不仅能满足您的胃，更是一场视觉盛宴。在长春，艾博丽思大饭店让人交口称赞的还属自助式餐厅“艾咖啡西餐厅”，食材新鲜，做法新颖自不必提，每两个月一个新主题，总有新花样新想法，让人对这里的美味趋之若鹜。

作为专注于为客人提供优质的环境体验与卓越服务的五星级标准酒店，酒店还设有健身会馆、艾香SPA、茶室以及棋牌室等，为精英客户提供全方位的放松和修整服务。

艾博丽思大饭店正在以前所未有的姿态散发着自己的魅力，艾博丽思人以一如既往的热情，期待客旅的到来，住艾博丽思，给疲惫的灵魂放假！



# CONTENTS

AUGUST. 2019 ISSUE 237



## THINK TANK

- 002 **Editor in Chief/Guest/Economist/Navigations**  
The Rising of Asian New Power  
Spirits of Sichuan Merchants, Brand of the Nation  
Innovation in the Hotel Industry (Selection)  
Customized Traveling Boosts High-Quality Development of Tourism Industry

## 028 FOCUS

- Three Main Schools of Health Tourism  
Charming Blooms of Health Tourism  
Ikebano: the Japanese Flower Wisdom of Medical Tourism  
Sogetsu: Group Developments on Wellness Tourism  
Ohara: Traditional Chinese Medicine Tourism

## 046 INDUSTRIAL ECONOMY

- 2019 June Mid-end Hotel Brand Development Report

## PEOPLE

### 050 COVER STORY

- Geoffrey Kent: Listener of African Campaign

### 056 BRANDING

- Hand in Hand, Creating Unforgettable Memories

### 057 ISSUE

- 2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum

## JOYFUL READING

### 093 ABROAD

- Provins, France: 11<sup>th</sup>-13<sup>th</sup> Century, Old Town, Fine Champaign

### 096 DESIGN CODE

- Oriental Appeal, Originality Attainments

### 100 SCENT OF A HOTEL

- Raffles Shenzhen: A Paradise beside the Reverside

### 102 CHALI

- CHALI Empowering Hotel New Retail

### 104 GOURMET

- Hilton Guangzhou, Four Best Signature Dishes

### 108 TASTE FASHION

- 26 Year's Companionship by Zhuhai Guangdong Hotel

### 112 FEAST

- Phoenix Earth Mark: Preservation of Freshness, Condensation of Delicacy

### 116 RELATIONSHIP

- 10th-Year Anniversary of Spring Golf International Committee Dialogue,  
Game, Brainstorm

## ADVERTISEMENT INDEX

- |   |                              |
|---|------------------------------|
| COVER II 2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum | 016 Frandiss                 |
| 005 Intercontinental Shenzhen                                       | 021 MingFai                  |
| 007 OCT East Theme Hotel Cluster Shenzhen                           | 023 Cheers                   |
| 009 Hangzhou Huajia Shan Resort                                     | 025 Ruijie                   |
| 011 Everest Hotel & Resort Nanjing                                  | 027 Host Milano              |
| 013 Abritz Hotel  | 048 Travel Daily Conference  |
| 015 The Mulian Hotel  | 111 Guangdong Hotel Mooncake |
|   | 115 Dongguan Yongyi Foods    |
|   | BACK COVER Gani Marble Tiles |

中国饭店金马奖『十佳酒店管理公司』  
酒店高参『2018年投资首选酒店管理公司』



木蓮莊酒店  
The Mulian Hotel

七店齐开，盛情启幕！  
百城千店，蓄势待发！

北京 | 上海 | 广州 | 深圳 | 杭州 | 苏州 | 武汉 | 成都 | 更多



WWW.THEMULIAN.COM

# Frandiss

——富兰帝斯——

## 富兰帝斯，传承爵世家范 为盛世名门延续传奇

我们凭借工艺与灵感创造奇迹；  
根植于悠久的历史底蕴，汲取其永无止境的开拓精神  
富兰帝斯跨越区域空间，打破古今美学时限，将爵世家范代代相传，  
为千百个盛世名门延续传奇



纳琦家具有限公司：广东省东莞市大岭山镇湖畔工业区 | 服务热线：400-080-3299 | [www.frandiss.com.cn](http://www.frandiss.com.cn)

富宝家居集团工业园

# 专筑品质生活

*Build Quality Of Life*



目前纳琦家具有限公司有富宝定制品牌(固装定制、家具搭配到软装饰品,全方位一体化服务);  
富兰蒂斯品牌(产品涵盖欧美古典风格、法式风格、后现代风格、时尚美式、以及时尚轻奢等风格),  
所有家具产品只在各大城市授权专卖店有售,更多详情请关注官方网站:[www.frandiss.com.cn](http://www.frandiss.com.cn)

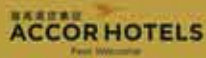
**Frandiss**  
富兰蒂斯

**富宝定制** 1992

# 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, Jeff Ning, Simon Zhuang, Xu Gourong, Golden Sun, Xiao Xuzhe, Wang Chuan, Chen Miaolin, Zhang Jianming

Raymond Lee, Jim Qian, 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, Sun Yu

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/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、宁奇峰、庄启明、徐国荣、金阳、肖徐哲、王川、陈妙林、张建明

李瑞忠、钱建农、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、孙玉

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 / 周淑英

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

全联房地产商会由中国国务院批准成立，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，社团主管单位为民政部。商会目前拥有会员企业6000多家，其中890多家为主板上市公司，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，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。

据不完全统计，目前在中国约70%以上的文旅综合体开发商、中高端酒店业主要是酒店投资商会的会员，会员单位包括：金茂、复星、万达、富力、恒大、中粮、中信、中商、华侨城、招商、保利、鲁能、碧桂园、雅居乐、蓝光、绿地、世茂、明宇、开元、粤海、高盛、贝恩资本、美高梅、华住、瑰丽、浙旅、澳门银河集团、香港霍英东集团等。

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


### 酒店床单洗过几次扫码即知

近日，武汉首家绿色洗涤基地正式投入运营。这家基地给每一条毛巾、每一张床单都“植入”了芯片，很快还将印上二维码，住店旅客扫码即可获知相关洗涤信息。

武汉市发改委环资处相关负责人称，新型绿色洗涤设备洗一公斤布草只需7升水，一个员工8小时可洗涤布草1.6吨，该基地还配备有污水处理设备，最大程度减少废水污染。此外，洗涤用的水也是对自来水进行二次净化之后的软水，使用软水不但洗净度更高，布草也会更加柔软亲肤。对此，你怎么看呢？

### 垃圾分类

上海垃圾分类至今已经一个月过去了，但全城关注的热度一点没退。全国上下乐呵呵地看着魔都人民折磨自己。

但很少有人去思考，既然这么难，为

什么要搞“垃圾分类”？这一次，上海人又义无反顾地扛起了“垃圾分类”的大旗。因为被“逼疯”的上海人背后，是一场全中国人都输不起的残酷战争。

垃圾分类见效不是一朝一夕，观念的更新与习惯的养成，从来不是一件容易的事。从教育入手，从娃娃抓起，让垃圾分类刻进人们的脑子里，上升为一种信念或价值观，最终就会习惯成自然。

万事开头难，既然起了步，那就一直走下去。对此，要有足够的耐心和信心！

### 花木兰

迪士尼真人电影版《花木兰》首支预告揭开神秘面纱！！——刘亦菲版花木兰来了！！“我的职责，就是战斗！！！”

影片改编自迪士尼1998年上映同名经典动画，新西兰名导妮基·卡罗（《鲸骑士》《麦克法兰》）执导，江志强（《卧虎藏龙》、《捉妖记》）担任监制。

真人版电影中，刘亦菲饰演花木兰，

李连杰、巩俐、甄子丹、安佑森、郑佩佩等也将出演。

电影将于2020年3月27日北美上映，内地待定档。

### 苹果商店下载骗局

今日，小张通过苹果应用商店花6元下载了一款名为“韩剧TV大全”的软件，打开却发现一个剧都看不了。但搜索相关“韩剧”关键词，“韩剧TV大全”却排在前列。仔细看软件，已经有2年没有更新，评论却一直有，到今年6月，都是5星好评不断。

App Store有刷好评、假软件骗钱的情况已不是一天两天的事情了，但苹果方面面对此似乎无可奈何。媒体记者搜索“App Store刷好评”，发现有大量公司从事这一业务，在“水军”刷分下，用户难以辨别软件优劣。

## 发现

### 全球最美地铁站



#### 那不勒斯 (Toledo Metro Station)

这是幽静深海，还是灿烂星河？Toledo站以光与水为主题，地面和墙壁都是一片蔚蓝，墙壁的上端和天花板则洒满了点点白色的光斑，让人仿佛置身于一场瑰丽的梦境中。Toledo站是那不勒斯市推出的艺术车站项目的代表作之一，这个项目邀请了世界各地近百名艺术家为那不勒斯的地铁站进行设计，美化后的车站为当地带来大量人气。



#### 美丽岛捷运站 高雄 (Formosa Boulevard Station)

位于台湾高雄的美丽岛站正如它的名字一般充满吸引力。站内的“光之穹顶”由人称“水仙大师”的意大利艺术家Narcissus Quagliata打造，耗时近四年，使用了四千多块彩色玻璃。这件全世界最大的单件玻璃艺术品的设计理念结合了人民的美好祝愿和神秘的自然，展现了浩瀚宇宙中的万物荣枯，一蓝一红两根柱子亦体现了阴阳两极的文化概念。



#### 莫斯科 (Slavyansky Bulvar Metro Station)

莫斯科许多地铁站都服务了超过半个世纪的光景，以传统华贵的风格为主。Slavyansky Bulvar则是新建的地铁站，在保持传统典雅风格的同时，也融入了现代元素，为莫斯科的地铁系统注入新鲜活力。车站的天花采用简约的现代设计，站台上的灯饰和站牌成为了亮点。它们仿佛破土而出的植物，舒展着妖娆的身躯，给地铁站带来一丝魔幻的氛围。



#### 迪拜 (Khalid Bin Waleed Station)

在一个建筑拼颜值的榜单里，怎么可能少了财大气粗的迪拜？迪拜地铁站无论是外形还是内部都很精美，而Khalid Bin Waleed Station更是美得如梦如幻。地铁站装饰灵感来自大自然，体现了自然与科技的美妙融合。

# PROTECT·A·BED®

Every Mattress Needs Protection®  
寝之堡

## 美国Protect-A-Bed寝之堡 绿色酒店新标准 健康低敏新睡眠



### 寝之堡床垫保护罩 | 床垫防护套 | 枕芯防护套



★ 延长床垫寿命

★ 提高打扫效率

★ 呵护睡眠健康

**MINGFAI**  
www.mingfaigroup.com

电话: 400-880-8813  
邮箱: marketing@mingfaigroup.com





## 汤姆·赫兰德

汤姆·赫兰德 (Tom Holland)，1996年6月1日出生于英国英格兰泰晤士河畔金斯顿，英国男演员。

2008年，出演音乐剧《跳出我天地》而崭露头角。2017年，主演的《蜘蛛侠：英雄归来》上映，他凭该电影获得第19届青少年选择奖最佳暑期电影男演员奖，以及第70届英国电影和电视艺术学院奖最佳新星奖。2019年，主演的电影《蜘蛛侠：英雄远征》上映。荷兰弟的致爱美食是星期日烤肉。

### 星期日烤肉

在英国，除了圣诞节那一顿大餐之外，最深入人心的大概要数那隆重的SUNDAY ROAST（星期日烤肉）了。当然在与英国有特殊渊源的英联邦国家如新西兰这种食品也是非常流行，只是在那里这种饮食被称作ROAST DINNER。

#### 用料：

新鲜肉类、土豆、黄油、时令鲜蔬

#### 做法：

1. 一块新鲜的好肉用棉绳扎紧，包上锡纸，放在烤盘里。
2. 然后就把这肉放在预热好的炉子里中火烘烤。
3. 再把一烤盘土豆块放进炉子里一起烤，土豆用开水滚过，表面蘸了黄油的。
4. 烤肉趁热切成片，土豆块烤得金黄，再配上清水煮好的时令鲜蔬。



近日中国旅游景区协会主办的第四届中国景区创新发展论坛在长沙圆满落幕，国内各景区代表、行业专家齐聚，聚焦景区未来创新发展新途径。

### 湖南省文化和旅游厅厅长 陈献春

陈献春指出，要做好全旅游行业的优质发展，推动文旅融合发展比如着力探索并处理好文与旅的关系。文化的最大优势在内容，旅游的最大优势在市场。按照文化与旅游融合发展的思路，以文化做内容体验、以旅游做市场营销、以科技和金融做坚实支撑，把文化艺术全面融入“吃、住、行、游、购、娱”各旅游要素，不断满足游客多元化、个性化、人性化、亲情化的需求，打造体验导向型文旅融合景区。

### 绿维文旅董事长 林峰

绿维文旅董事长林峰发布了《中国景区门票定价及创新发展研究报告》。他从景区门票政策实施背景、当前景区经营现状、门票收入现状及门票价格调整对景区影响出发，提出景区要建立应对门票价格调整的增长机制，要加快景区业态升级和综合开发，形成多业态下的景区综合开发升级结构，并提出了景区创新发展的“六新”结构，即新业态创新、新产品体系、新技术应用、新商业模式、新IP打造和新媒体应用。

### 中国旅游协会休闲度假分会秘书长 魏小安

总体来说，2019年景区必须要创新，2019年我们的日子不好过，但是我们要追求好玩。如果一个事情我们自己想的时候就不兴奋，怎么能让客人消费，我们自己做的时候都不好玩，怎么能客人觉得好玩。所以很多东西必须有一些突破性的思维。我曾经归纳了三句话叫做“倒情逆势求发展，吹毛求疵抠细节”，第三句我不太记得了，总的意思就是我们要颠覆性的东西，最终达到好玩、玩好。

### 中国旅游景区协会理事长、华侨城集团总经理 姚军

作为旅游核心资源，在加快到来的5G时代，数字科技正成为中国景区文旅融合强力催化剂。

文旅融合正推动我国景点旅游从单一景区建设管理向多元化、多业态统筹发展转变，从封闭自循环向开放的旅游+改变，最终实现全域资源、全面布局、全境打造，全民参与，科技正成为强力催化剂。科技应用是旅游景区产业发展重要趋势。VR、AR、大数据、云计算、人工智能等，移动互联网正在与旅游产业、文化产业、服务产业融为一体。对游客需求偏好、出行方式、体验方式及旅游产品形态、商业模式产生巨大渗透力。

# 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

STATISTICS



近日，SaleCycle 发布了航空和旅游预订趋势报告。

在线预订放弃是旅游业的一个大问题，特别是对于航空公司来说。最新数据显示，全球航空公司网站的平均放弃率为 87.9%，远高于旅游业 81% 的平均水平和 76.9% 的整体网购放弃率。

根据国际航空运输协会（IATA）的数据，2018 年航空业与乘客活动相关的收入达到 5640 亿美元。预计今年将增长 7% 以上，达到 6060 亿美元。尽管超过 87% 的预订被放弃，但这一收入仍然很可观。

在面临巨大收入威胁的情况下，航空公司必须确保不会因为用户体验不佳而影响转化率，从而导致不必要的损失。如果网上预订放弃可以减少，这将相当于一个巨大的收入增长。

与一般的在线旅游部门相比，航空公司在转化客户，特别是移动客户方面面临着最大的挑战。

航空公司的弃用率最高，在航空公司网站上开始预订的航空公司

中，完成预订的百分比比较低。不过，航空公司有许多方法可以解决这些问题，而这在很大程度上要归功于提供更好的客户体验，无论客户在预订时使用什么设备。

研究过程和来自 Sky 扫描仪等网站的竞争意味着旅行者在寻找航班时可能会有更多方法查看和比较价格。事实上，放弃的主要原因是研究和价格比较。

这意味着一定程度的放弃是自然的。但是，航空公司可以通过电子邮件提示帮助客户返回预订，并保存航班详细信息。另一个需要解决的主要问题是预订过程本身。在这里，对用户体验的关注可以带来真正的回报。



SaleCycle 对此份资料享有独家版权，严禁在未经允许的情况下对资料内的内容或部分内容进行复制再版。本报告内容基于 SaleCycle 的数据信息，不帶与任何关于策略或市场倾向性的言论或意图。



**速 8 酒店（中国）  
首席运营官 王吉**

著名连锁酒店品牌——速 8 酒店（中国）近日宣布，7 月 1 日起，正式任命王吉中先生为速 8 酒店（中国）首席运营官，他将全面负责速 8 酒店（中国）开发、开业、运营、培训、质量保证等业务的日常运行管理工作。

王吉中先生于 2008 年 4 月进入速 8 酒店，前期主要负责区域开发工作，后期转为负责监管区域开业。王吉中先生在酒店前线躬行实践十余年，在连锁酒店领域蓄积深厚、阅历丰富，具备卓越的管理背景和宏观视野，相信在他的带领下，速 8 酒店将开创事业新局面。



**凯宾斯基酒店集团  
新任首席执行官 马丁·斯莫**

马丁·斯莫 (Martin R. Smura) 先生将于 7 月 1 日开始担任凯宾斯基酒店集团新任首席执行官。这位新“掌门人”具备丰富的酒店管理经验和专业知识，有在全球各洲的工作经历。加入凯宾斯基前，他是 Dorint 酒店集团董事会执行主席，也负责其他相关的董事会工作。

马丁先生曾就读于康奈尔大学、纽约州立大学，并在加州大学海沃德（旧金山）分校完成 MBA 课程。学业上的成就为他的杰出的酒店职业生涯奠定了良好的基础。



**万豪国际集团  
中国区商务委员会主席 龙麦克**

近日，万豪国际集团任命北京金茂万丽酒店总经理龙麦克先生 (Mr. Michael Lunn) 为万豪国际中国区商务委员会主席。

龙麦克先生致力于酒店事业 24 年，现任北京金茂万丽酒店总经理。此前曾任武汉万丽酒店总经理，杭州 JW 万豪 & 杭州武林万怡酒店驻店经理。龙麦克先生在澳大利亚，文莱，马来西亚都留下了职业足迹，过往的经历为龙麦克先生收获了丰富的酒店餐饮管理经验与敏锐的商业洞察力。



**丽笙酒店集团  
亚太区商务副总裁 韩轩逸**

丽笙酒店集团近日任命韩轩逸 (Hannes Bos) 担任其亚太区商务副总裁。韩轩逸 (Hannes Bos) 将在位于新加坡的丽笙酒店集团区域总部办公室工作，同时亦成为丽笙酒店集团亚太区执行委员会成员。

韩轩逸 (Hannes Bos) 在荷兰和瑞典接受教育，之后在阿姆斯特丹 AMS 酒店集团开启了他的酒店职业生涯。他在酒店行业拥有丰富的经验和卓越的业绩表现，尤其擅长于营收管理。他曾担任巴黎 Concord 酒店和位于伦敦及新加坡的千禧国敦酒店集团区域总部的高级管理职位。

APPOINTMENT

## 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。

外讯

OVERSEAS

Langham  
Hospitality  
Group Opens  
the First Cordis  
Resort in China

HONG KONG-(BUSINESS WIRE)-  
Cordis, Dongqian Lake, Ningbo opens today, claiming its mantle as the first Cordis resort by Langham Hospitality Group as well as the fifth property in the global Cordis portfolio.

Inspired by its proximity to the serene Dongqian Lake, the largest natural freshwater lake in Zhejiang province with over 1,200 years of history, this newest Cordis property provides panoramic views as it creates a luxurious, yet authentic resort experience.

OTA & Travel  
Distribution  
Update

Indian and South Korean regulators examine practices of online platforms; Sabre launches content services for lodging; Expedia holds off on charging commissions on resort fees for now.

This week's Update highlights two additional countries' efforts to investigate alleged abuses by powerful global online platforms, including widely used online travel platforms.

Hyatt  
Announces  
Plans for Hyatt  
Centric Victoria  
Harbour Hong  
Kong

CHICAGO-(BUSINESS WIRE)-  
Hyatt Hotels Corporation (NYSE: H) announced today that a Hyatt affiliate has entered into an agreement with an affiliate of Sun Hung Kai Properties Limited to rebrand the 665-room Hotel VIC on the Harbour to Hyatt Centric Victoria Harbour Hong Kong by the third quarter of 2019. This will be the first Hyatt Centric hotel in the Greater China region, joining the brand's inaugural property in Asia, Hyatt Centric Ginza Tokyo which opened in 2018.

Canopy by  
Hilton Set to  
Debut in Africa

Hilton (NYSE:HLT) (www.Hilton.com) announced the signing of a management agreement with Growthpoint Properties, South Africa's largest REIT, to open a hotel under its lifestyle Canopy by Hilton brand. The 150 guestroom Canopy by Hilton Cape Town Longkloof is expected to begin welcoming guests in 2021 and will be the brand's debut property in Africa.

《万物生光辉》

很多年过去了，两个可爱的孩子已经长大成人，哈利依然继续奔波在美丽的约克郡乡间。

爱吃薯条的小胖狗，对哈利冷若冰霜的流浪猫，还有让他在音乐会上如坐针毡的跳蚤们……除此以外，这次还新出现了一位令人发噱的兽医助理卡隆，他独树一帜的特质以及与动物亲善的魔力让人拍案叫绝。

本书和前几部一样充满了幽默感、生活中的乐趣，以及作者本人对围绕在我们周围的这个世界的欣赏和喜爱。



《我亲爱的甜橙树》

这是一部有着相当自传性质的儿童小说，作家精确地“摹拟”一个五岁男孩的口吻，记录了一段温馨而伤感的生活片断。五岁的泽泽聪明而早熟，这个天性敏感的男孩，喜欢美国西部电影，喜欢唱歌，总是在自己的“幻想世界”里排遣生活中的不如意和委屈，他甚至发现了一棵“会说话的甜橙树”，每当挨罚的时候他就去找甜橙树聊天……



《不可思议的朋友》

第20届日本绘本奖大奖作品，改编自真实故事的自闭症题材绘本。故事取材于日本淡路岛上发生的真实、动人的故事，本书历时三年完成。作者是享誉国际的绘本界“双子星”之一、田岛征三孪生兄弟——田岛征彦代表作，兄弟俩获得过业界权威的日本绘本奖和金苹果奖。

一个真实的友情故事，让孩子理解与自己不一样的他者，让关爱成为一种习惯。



《神秘岛》

《神秘岛》是法国著名科幻小说家儒尔·凡尔纳的三部曲之一，该书叙述美国南北战争期间，五名北军俘虏乘坐气球，从南军大本营里士满出逃。途中遭遇风暴，被抛到南太平洋一个荒无人烟的小岛上。这些落难者依靠自己的智慧和过人的毅力，克服了种种困难，不仅顽强地生存下来，而且还把小岛建设成一个繁荣富庶的乐园。整部小说情节跌宕起伏，充满了对奇异多姿的自然界的描写，并且把各种知识融汇到惊心动魄的故事之中，因此出版至今虽然已有一百多年，但仍深受世界各地读者的推崇和喜爱。





host Milano See you  
October 18\_22  
2019

#### 关于第 41 届米兰国际用品展

- 意大利国内外行业最重要的协会参加展会；
- 总计达到 1,912 家参展商（与 2017 年同期相比增长 8%）；
- 坚持以下重点国家促销战略：加拿大、美国、拉丁美洲、中东；
- 来自 80 个国家的 1,500 多个买家，成交量达 80%，产品组合类型更加完整；
- 2019 年米兰国际酒店用品展获得美国商务部商务服务局认证；

# 全球餐饮酒店行业专业人士相聚于 米兰国际酒店用品展（Hostmilano）

第 41 届米兰国际酒店用品展将于 2019 年 10 月 18–22 日米兰国际展览中心举行。该展会聚集了酒店餐饮咖啡行业的卓越人士，可谓是百家争鸣，百花齐放。根据数据显示，离展会开幕不到几个月时间，已经确认参展的参展商达 1,912 家（与 2017 年同期相比增长 8%），其中，意大利展商为 1,127 家（+7%），国际展商为 785 家（+10%）。这些国际展商包括 54 个不同的国家（其中新加入的国家有阿尔巴尼亚、阿根廷、哥伦比亚、伊朗、拉脱维亚、黎巴嫩等）。数据还显示，通过米兰国际酒店用品展，国外相关行业的重要协会之间，主要是美国和加拿大，签订了一系列的战略协议。在各个展馆中，您总是可以找到“最佳产品”，因为这个行业在世界各地正蓬勃发展。

## 全球瞩目，汇聚一堂

第 41 届米兰国际用品展是一个“无国界”的中心，更是全球酒店餐饮行业专业人士不容错过的盛典。众多国内外行业权威协会也将出席米兰国际酒店用品展，并致力于在重要国外市场进行宣传，提高展会的知名度。其中包括美国，加拿大，拉丁美洲地区（阿根廷、加勒比地区、智利、哥伦比亚以及墨西哥等），以阿联酋为代表的海湾国家，以英国、西班牙为代表的欧洲国家。作为全球推广活动战略的一部分，第 41 届米兰国际用品展将更大力推动国际化进程，超越以往的力度，展会将成为全球行业设备中心。

美国商务部的商务服务局已经为 2019 年度的展会续签了授权该国官方参展的认证；该权威认可仅基于严格的参数而授予数量有限的国际盛会，后者必须证明能够为美国运营商“成功提供开拓新市场的机会”。时至今日，米兰国际酒店用品展仍然是意大利在该行业唯一获得此类认证的展会。

展会已与意大利对外贸易委员会（ICE Agenzia）达成合作，来自 80 个国家的 1500 多名从业人员将前来观展，成交量达 80%，产

品组合类型更加完整；他们主要来自美国、加拿大、中东、阿联酋、中国和俄罗斯。为了更好的实现米兰国际酒店用品展“全球”标识，展会将展开 BeMyHost 项目，20 位来自不同国家的该行业“大使”来“捕捉”所有关于酒店餐饮行业的最新趋势，并通过他们的社交网络在全球范围分享。

## SMART Label Host Innovation 奖项 餐饮住宿和创新

核心业务：创新。在一场像 Hostmilano 展会这样昭示行业未来和趋势的盛会中，SMART Label Host Innovation 奖项是独一无二、不可缺少的项目，该奖项与米兰理工大学设立的 POLI.Design 协会联合举办，并由意大利工业设计协会赞助。在过去三届展会举行的竞赛中，已经为意大利和国际顶级专业餐厅酒店颁发了 150 多个奖项和 20 个特别奖项，今年又创造了新纪录，收到 216 名参赛者申请，而 2017 年则收到 176 名参赛者申请。





# THREE MAIN SCHOOLS OF HEALTH TOURISM

## 健康旅游“三大流派”

闭上双眼，随着思绪穿梭到公元6世纪。隋朝的恢宏殿堂，金光闪闪。久慕隋朝文化博大精深，日本遣隋使“小野妹子”从海的另一岸，远道而来。他驻足，仰望，感叹隋朝宫殿飞檐走壁的辉煌。轻轻抬脚，跨入幽玄的佛堂，双眸不禁转向那意境悠远的佛坛。佛光泻在静谧的莲花瓣上，皎洁美好。光影的旋律在耳旁呢喃，一丝丝禅意，缓缓地漫上宽大的衣袖。猛然苏醒，竟置身六角堂，口念佛经，手禀花枝，玄意幽幽。身旁小圆池子，不时传来几声蛙鸣，也好似在说“禅”。就这样，小野妹子在中国佛坛前灵光闪现，回到日本后开创了日本“花道”（日本传统的插花艺术）的先河。

和“花道”一样，健康旅游本质上也是基于对自然和生命的尊重和理解。在恍惚之际，健康旅游似乎已在不起眼的地方悄然绽放。尽管“出国生子”等早已不是什么新鲜事，可是“健康”和“旅游”的结合现在正是崭露头角的时候。在携程等在线出行旅游平台上医疗旅游已粉红菲菲，各大景区也在尝试融入中国的传统文化元素，把传统文化、旅行和养生融合为一体，吸引了各年龄段、各收入阶层消费者的欢迎。近两年，健康旅游在中国似乎发展出了不同的“流派”，有养生主题，有户外运动主题的，也有纯粹针对患者的医疗旅行等，健康旅游之花，仿佛已于“六角堂”悄然盛放。

Close my eyes, thoughts hanging back to 6th century, Sui dynasty. Travelling from the other side of the ocean, a diplomat sent by Japan, Onono Imoko was astonished by the resplendent and magnificent palace. Stepping into the buddha sanctuary, his eyes could not retain from focusing on the buddhist altar. The light was pouring on the petals of lotus flowers, pure and idyllic. The melody of light and shadow is whispering, Zen brimming over Imoko's sleeve. Suddenly, he came to his senses, finding himself standing in "Rokkakudo", a temple constructed by Prince Shotoku. He was reading scriptures, with a flower in his hand, metaphysical atmosphere being aroused. A little pond was nearby, and a frog was tweeting, as if it knows Zen, too. Just like this, Imoko became the founder of Japanese flower arrangement, known as Kado.

Just as Japanese Ikebana, health tourism is essentially based on the respect and understanding of nature and life. In a blink, the "flower" of health tourism is blossoming, quietly. Although giving birth overseas is not something new, the combination of health and travel is cutting a figure. On the OTA platform as Ctrip, health tourism has already showed up. Scenic spots have been trying to integrate Chinese cultural elements in the development of health tourism. The fusion of traditional culture, travel and health maintenance is welcomed by people of different ages and of various revenues. For these 2 years, health tourism has developed into a variety of schools, for example, the combination with health preservation, outdoor sports, and also medical tourism for patients. The "flower" of health tourism seems having been blossoming quietly at the corner of "Rokkakudo".

# CHARMING BLOOMS OF HEALTH TOURISM

## 健康旅游之花，于六角堂一隅悄然盛放

■ 撰写 / 林欣 Written by Iliana

公元6世纪，遣隋使小野妹子因久慕汉文化，飘洋过海来到隋朝，与佛坛前的“插花”结缘。回到京都后，他隐居六角堂，潜心修炼，开创了日式插花的先祖“池坊流”。文旅的“六角堂”内，一阵“健康之风”悄悄降临。乘着风的翅膀，一支“健康旅游之花”迎着骄阳开放，吹散了，花瓣漫天飞扬，花香盈袖。



## 花海纷呈，春风扑面

谈及健康旅游，也许对于很多人来说一知半解。根据中国旅游大数据中心的调查问卷结果显示，我国旅游者认为，健康旅游主要包括体育健康旅游、保健旅游、养生旅游和医疗旅游四个方面。全球养生研究机构（Global Wellness Institute）将养生旅游定义为，以维持或提高一个人的健康状况为目标的旅行。而更广义地理解养生旅游，则除了以上提及之外，也包含旅游目的地健康餐饮、瑜伽、博物馆观览等等。由于保健和养生有众多重叠之处，本文将保健和养生合并，并着重介绍养生旅游和医疗旅游。

健康旅游目前在我国乃至在全世界都被认为是一片蓝海，前景无限。美国著名经济学家保罗·皮尔泽在其著作《财富第五波》中，将健康产业称为继第四波网络革命之后的明日之星。马云也说，下一个世界首富将出现在健康产业。近年，健康旅游表现出巨大的发展潜力。根据全球健康研究机构显示，2015-2017年，健康旅游占旅游总支出的17%，将近五分之一，

并且表现出良好的增长趋势。从《“健康中国2030”规划纲要》来看，健康旅游也引起了国家的关注，并得到政策规划上的指导和扶持。中国旅游研究院院长戴斌更直接表示，今后需要着重旅游的投资和运营方式的转型，而医疗旅游和养老旅游是前者的突破口。健康旅游的花海中，正迎着春风，相邀争艳。

## 医疗旅游，池坊之姿

池坊流是日本插花最初的流派，池坊之姿即骄傲的盛放。我国的医疗旅游，作为最初出现的健康旅游，也如池坊流一般尽情地绽放。

海外医疗旅游，已不是什么罕见的事儿了。最早流行医疗旅行的，是上世纪70年代的泰国。泰国已成为“物美价廉”的“世界医疗旅游服务中心”。而中国，选择海外医疗旅行人数明显增加，已是21世纪初。根据2016携程的在线预定数据，我们海外医疗旅游10大目的地分别是日本、韩国、美国、台湾、德国、新加坡、马来西亚、瑞士、泰国和印度。当年到海外体检的人数是前一年的五倍，出境医疗

旅游的中国游客超过50万人次，人均花费超过5万元。

海外医疗旅游的兴起背后可以总结为全球医疗资源不均衡、汇率差价、以及政策引导规范、在线平台的发展等等。在印度做一个肾移植手术的花费是在美国完成的五分之一，且套餐还内含“参观地标建筑”的观光服务，后续的追踪治疗也有相关的医疗旅行服务中介为旅客跟进，吸引了大批慕名前去的国内游客。

我国医疗受制于医疗体制，资源配套不均衡，整体来说还处于起步阶段，真正能够吸引国际消费者眼球的医疗旅游产品少之又少，同时缺乏国际客户认可的意愿资质，医疗旅游人才也严重缺乏。医疗产品和一般旅游产品不同，具有量身定制的特点，因此必须提供专业和一对一的服务，医疗旅行中介需要全程陪护，提供专业翻译、中文陪同、中文体检报告等一系列服务，因此我国目前旨在北京、上海、海南等交通便利、人才济济的国际都市开拓医疗旅游的市场。

纵观其他医疗旅游蓬勃发展的国家，他们





都有自己的核心和特长。我国的中医药海内外闻名，因此医疗旅游的打造离不开养生旅游并行发展。旅游智慧经济集团旗下奇创旅游产业发展咨询事业部总监储小丽说道，各地在发展医疗旅游的时候应结合本土化资源，推出特色医院、主题疗养院、药材园、康养旅游度假村等一系列特色旅游产品。同时，医疗、旅游产业要双向融合，培养医疗诊治、医药种植观光、医疗商贸会展、温泉康养、森林康养、体育康养等一批新业态。

### 养生旅游，草月之思

草月流是日本插花的一大流派，插花者必须赋予草月流花朵、花枝以自由的灵魂和灵动不拘一格的个性。养生旅游和医疗旅游有什么区别呢？和“医疗”相比，“养生”更多体现初长期、主动、积极的生活状态，是从不健康或亚健康状态的持续过程，而“医疗”则更加偏重于短期的治疗和康复。世界养生协会和世界养生酒店联盟等机构将养生旅游定义为“一种为保持和加强个人身心健康而进行的旅游”。

我国目前主要计划在两个重点地区发展养生旅游，一个是云南、广西一带，另一个是海南、四川一带。前者拥有优质的以后环境，因此在当地以中医药诊疗手法、生态文化旅游景观为吸引，打造中医疗养旅游目的地；后者则交通便捷、环境优美，可推动中医药文化旅游产业、现代医疗产业共同发展，打造综合性康养旅游的目的地。

东滩顾问认为，养生旅游的发展关键在于功能项目的落地。在依托自然资源，如田园、海洋、山地的基础上，将医疗、美容、体育、文艺、宗教等等嫁接到养生旅游里，演化出高山疗法、气候疗法、森林疗法、海洋疗法、温泉疗法、运动疗法、中医疗法、太极疗法、田园疗法、艺术疗法、冥思疗法和禅修疗法。

中华文化博大精深，养生文化历史悠久，相信结合中国养生观、茶文化、太极文化等，让每个养生旅游目的地充分发挥自我个性，养生旅游定能持久“花开烂漫”。

健康旅行之花，已于六角堂一隅悄然开放。如同日本插花的不同流派一般，健康旅游也有许多不同的绽放抑或呈现形式。在宏观的布局下，在人们对于健康、旅游的理解的变化中，健康旅游之花如何盛放？请随我们步入健康旅游的“花花世界”！

In the 6<sup>th</sup> century, Japanese envoy Onono Imoko was sent to the Sui Dynasty. He then became attached to the arrangement of flowers before butshudan. After he returned to Kyoto, he lived in a temple called Rokkakudo, and focused on the arrangement of flowers. Later, he became the founder of Ikebana, the school of Ikenobo. In the field of culture & tourism development, the topic of health tourism is becoming prevalent.

### The Definition of Health Tourism

Many people might feel confused when it comes to health tourism. According to the questionnaire survey of China Travel Big Data, Chinese travelers think that, health tourism includes sports health tourism, healthcare tourism, wellness tourism and medical tourism. Global Wellness Institute defines wellness tourism as the tourism aiming at preserving or enhancing one's health condition. To understand it in a broader way, then it also includes destination health catering, Yoga and visiting museums. For healthcare and wellness overlap a lot, so in this passage, we combine them and we will focus on wellness tourism and medical tourism.

Health tourism, nowadays in our country is considered as a blue ocean market, enjoying an enormous prospect. Jack Ma says, the next wealthiest man in the world will appear in the health tourism tourism. In recent years, health tourism tourism has shown tremendous potential.

### Medical Tourism Blooms in Way of Ikebono

Ikebono is the original school of Japanese flower arrangement. Flowers arranged in the way of Ikebono is extremely blossoming with heart and soul.

It was Thailand which first started medical tourism. Thailand has become first-rate world medical tourism service center. In China, it is not until 21st century that the number of travels

who choose overseas medical tourism has increased. According to the online booking data of 2016 by Ctrip, ten of the most popular destinations for medical tourism are, Japan, Korea, America, Taiwan, German, Singapore, Malaysia, Swiss, Thai, and India.

Director of development consulting business division of Travel Intelligence Economy Group Chu says that, regions should combine their characters when developing medical tourism. A series of special tourism products such as featured hospitals, theme sanatoriums, medicinal gardens, and wellness & leisure resorts should be launched. At the same time, the medical and tourism industries must be integrated, and an industry containing medical diagnosis and treatment, medical planting and sightseeing, medical and trade exhibitions, hot springs, forest health, sports and health should be cultivated.

### Wellness Tourism, Thinking of Soketsu School

Soketsu School is one of the three Japanese flower arrangement schools. Who arranges flower should endow flowers, branches with free souls and flexible characters. What are the differences of wellness tourism and medical tourism? Compared to medical tourism, wellness tourism focuses on long-term, positive living condition, from the persistent unhealthy or subhealthy condition, while medical health focuses on short-term treatment and recovery.

At present, China mainly plans to develop health tourism in two key areas, one in Yunnan and Guangxi, and the other in Hainan and Sichuan. The former has a high-quality environment, which is attractive to possess traditional Chinese medicine diagnosis and treatment techniques and eco-cultural tourism landscapes to create a Chinese medical tourism destination. The latter has convenient transportation and superior environment, which can promote the traditional Chinese medicine tourism industry and modern medical industry. We ought to develop together to create comprehensive destinations for recreational tourism. 





# IKEBONO THE JAPANESE FLOWER WISDOM OF MEDICAL TOURISM

## 池坊流 医疗旅游的“意境”与“花道”

■ 编撰 / 伍锦琛 Edited by Annabelle

池坊流是日式花道“师祖”派别，诞生于六角堂畔的光与影。岁月时而灿烂明媚，时而婆娑斑驳，静置于屋内的一角，栖息在草木和树影之间，插花仿佛天生就生长在那里，和谐而同一。细看每一支形状各异的花束，从第一道若松，到每一簇菖蒲叶，寸寸“精心设计”，线条与造型尽显完美之态，不知何处可增，何处又需剪，咫尺间尽是池坊流派的“花之道”。

这方寸之间的恰到好处和完美拿捏，亦体现在国内市场兴起的医疗旅游之中，做到每到工序和环节的精细运营，才能呈现出整体的意境之美。



### 初露锋芒：医疗资源驱动旅游业发展

医疗旅游是将旅游与健康服务结合起来的一种旅游方式。根据携程发布的《2016 在线医疗旅游报告》显示，2016 年几乎成为了在线医疗旅游的热门元年，携程平台报名海外体检等医疗旅游的人数是 2015 年的 5 倍，其人均花费更是达到了 5 万人民币，是出境旅游的 10 倍左右。

自 2009 年以来，我国城镇居民的人均医疗保健支出及医院住院病人人均医药费用呈常年增长态势（来自国家卫计委统计），可见，城镇居民的医疗保健意识正在不断增强，我国的医疗旅游市场正是一片亟待开发的蓝海。纵观国内医疗旅游市场，依托优良医疗资源的国际医疗旅游占据着极高比例。医疗旅游大国日本拥有着得天独厚的地理位置优势，据业内人士指出，日本已发现及排查的抑制癌症高达 300 多种，其一直以来口碑良好的医疗体系、医疗质量及服务掀起了赴日医疗旅游的浪潮。日本投资银行的报告预测，2020 年，以体检为目的的中国游客每年将超过 31 万人次。面对巨大的市场优势，日本政府提出了“旅游立国”的战略，鼓励来自中国的国际旅客赴日进行体

检与治疗。

除日本外，其他国际市场的医疗旅游持续火热，以韩国、泰国、巴西、哥斯达黎加、匈牙利等发展中国家主打轻侧重常见疾病、预防保健等与健康相关的医疗咨询及健康管理类医疗市场（概念来自宋阳，高广琦，吴华章《轻医疗的概念问题与对策研究》），欧美及其他地区主要关注肿瘤、心脏等重医疗的发展，其优势在于医疗技术水平以及旅游服务水平遥遥领先。部分南亚国家则将重点放在医疗药品板块，以其相对国内更低廉的价格，促进本土旅游业的蓬勃发展。

### 喜忧参半：境外医疗旅游良莠不齐

反观我国医疗服务行业，部分新入局、小规模医疗旅游公司为了降低投资和售后风险，将业务集中在体检等轻医疗服务产品上。但此类公司市场竞争者众多，发展举步维艰，利润低微，徘徊在 10%-20% 间。此外，由于我国医疗旅游的发展正处于起步阶段，监管体系不成熟，行业内不乏看准“可乘之机”的不良商家。

从整体上看，我国医疗资源分配不均衡，

常出现大城市、大医院、专家门诊“一诊难求”的情况；部分医院存在过度医疗的现象，资源使用效率待提高；长久以来持续存在的“医患关系紧张”也给国内医疗旅游布下了重重困局……

国内医疗服务良莠不齐，而出境医疗势头正盛，一时间涌现出专注跨境医疗旅游的服务商，架构起消费群体与海外医疗旅游服务方之间的桥梁。第一类是传统医疗机构，通过与海外机构合作等方式，连接双方资源；第二类是互联网在线医疗旅游服务商，其业务主要以轻医疗为主，随着互联网的高速发展，在线服务逐渐占领了越来越大的市场份额；第三类是主攻旅游服务的 OTA 平台，以携程、途牛、阿里旅行等机构为代表，开拓医疗旅游板块的服务。因医疗旅游的高成本、高价格特点，其旅游产品针对的消费群体集中在高端小众以及一部分中产群体，而此类消费市场往往要求产品具有高品质服务、差异化内容以及针对于医疗的高安全性。此外，由于医疗服务本身的风险以及不确定性，在我国境外医疗旅游机构提升旅游产品质量，加强行业监管、促进行业规则标准化亦是需要改善的重点。

### 精雕细刻：把握市场需细化运营

池坊流的重要分支“立花”讲究每一簇植物的精挑细选，每一次造型的精美别致，而整体又给观赏者和谐统一的自然美感。医疗旅游的良好发展亦需要产业链上的多重环节的精细运营以及客户服务的细化。以跨境医疗旅游机构春雨国际为例，出境医疗往往意味着高消费、高耗时，春雨国际将主要问诊方式转向国内线下诊所以及视频问诊，整合境外医疗资源投入国内市场，目前已与日本、韩国、台湾、新加坡、美国等多个地区的医疗机构签约合作。在服务细节方面，春雨国际在问诊中为消费者提供私人旅行顾问及专业医学翻译，未来计划建设国际医疗标准诊所，提高医疗方面的标准化以及专业度。

根据业内相关人士分析，我国目前有三类地区可将“医疗+旅游”作为发展方向。第一类为北京、上海为代表的经济发达地区，其医疗的先进技术及高端人才能够作为医疗旅游的主要吸引点；其次是以云南、广西为代表的气候环境优越的地区，可将生态旅游与中医药医疗相结合；另外是海南在内的优势综合性地区，促进现代医疗产业、康养产业与旅游业的共同发展。

在“医疗+旅游”方面，结合本土化旅游资源是我国医疗旅游发展的重要方向。随着海南自贸区的建立，背靠政策支持的海南省旅游业潜力巨大，位于海南岛东部的琼海市早在2013年便获得国务院批准成立自贸区，据海南省政府统计，截止2018年10月，在先行区内已有9家医疗机构开业或试营业，就业人数超过1700人，先行区内机构获批多项试行措施以及引进相关医疗技术及设备的申请权限，在前沿医疗研究方面拥有强有力的政策支持。在医疗管理方面，其中博鳌超级医院采取“共享医院+专科临床医学中心”的模式，引进尖端医疗资源、吸纳优秀医疗人才、建立超过15个专科临床中心，专注医疗研究。例如，在内地未上市的人类乳头瘤病毒（HPV）9价疫苗可在院内获得接种。另一方面，国际按统计局数据显示，2017年内地60岁及以上人口占总人口17.3%，预计2030年将达到25%，我国老龄化趋势逐渐凸显。琼海市先行区内的博鳌一龄生命养护中心将针对老龄人口的医疗保健服务作为大力发展项目，在运营方面采用会员制方式，为消费者提供可购买的医疗服务，如中医医疗保健、建设设备、书法班等文娱活动。



Born in the Rokkakudo, Ikebono, is an original and important school of Japanese flower arrangement and its wisdom inside is also applied in medical tourism. The key of Ikebono is that every part counts on each other to form a perfect image. When it comes to the management of medical tourism, every branch and detail are also telling the secrets of Ikebono.

### Rising: Medical Resources Empowers Tourism Industry

Medical tourism is a branch of tourism which combines the traveling and health services. Data shows that the bookings of aboard physical examinations on Ctrip in 2016 are 5 times that of 2015 and the per capita consumption reached to 5000 yuan which are around 10 times that of outbound tourism.

Since 2019, the per capita medical care expenditure of urban residents and the per capita medical expenses of hospital inpatients in China have been growing year by year (by National Health Planning Commission). As the awareness of health care for urban residents is constantly increasing, medical tourism is becoming the Blue Ocean. Medical tourism in Japan

is a good example of resource-oriented one and it is famous for its leading medical system and services and has been attracting Chinese customers. According to industry insiders, Japan has discovered and investigated up to more than 300 kinds of cancers. Moreover, another report from Japan Investment Bank shows that in 2020, Chinese tourists aiming at medical examinations will exceed 310,000 a year. Facing a huge market advantage, the Japanese government has proposed a strategy of "Tourism-based Country Strategy" to encourage international travelers from China to go to Japan for medical examinations and treatments.

In addition, medical tourism is popular almost all over the world aiming at different kinds of medical programs to boost their tourism industry.

### Mixed Fortunes of Domestic Outbound Medical Tourism

In contrast to China's medical service industry, some new entrants and small-scale medical tourism companies are focusing on light medical service products in order to reduce investment and after-sales risks. However, with many

competitors to face, the profits are only ranging from 10% to 20%. Besides, since the domestic medical tourism is still in the early stages, the supervision system cannot adapt to the current market. There are many unscrupulous businesses are looking for the "opportunities".

Actually, domestic medical resources are not evenly distributed. For instance, in big cities, famous hospitals and specialist clinics, patients are often waiting in the long line and suffering excessive medical care, which means the medical resources need to be used efficiently. Besides, the tense doctor-patient relationship also laid lots of difficulties.


Facing with the situation, there shows up many service providers focused on cross-border medical tourism. The first category is traditional medical institutions, which bring overseas resources to China through cooperation. The second category is Internet online medical travel service providers. Their business is mainly light medical care. With the rapid development of the Internet, online services gradually occupy an increasing market share; the third category is OTA platforms that focus on tourism services, represented by Ctrip, Tuniu.com, and Fliggy.com.



However, there is a dilemma between the high cost of medical tourism and the customized requirements of their aiming customers. Another point is the risk and uncertainty of medical services, which requires us to improve the quality of tourism products, to strengthen industry supervision, and to promote the standardization of industry rules.

### Deepen into Each Part of Management

Ikebono pays attention to the selection of each cluster of plants. And the whole view shows a harmonious and unified natural beauty. The medical tourism also requires us to deepen into each part of managing. Take CYCARES, a cross-border medical tourism agency, as an example. Outbound medical care often means high consumption. CYCARES would shift the main consultation methods to domestic offline clinics and video consultations, and integrate overseas medical resources into the domestic market. The group has signed cooperation with medical institutions in Japan, South Korea, Taiwan, Singapore, and the United States. In terms of service details, CYCARES provides private travel consultants and professional medical translators for consumers. In the future, they plan to build an international medical standard clinic to improve the standardization and professionalism of medical care.

According to insiders, there are currently three developing types of medical tourism in China. The first category can be seen in the economically developed areas represented by Beijing and Shanghai. The advanced medical technology and high-end talents can be used as the main attraction for medical tourism. Secondly, the areas with superior climate and environment represented by Yunnan and Guangxi province are another selection. The traditional Chinese medical treatment can be their attractions; in addition, it is a comprehensive area of advantages such as Hainan province, promoting the common development of modern medical industry, health care industry and tourism. 



# SOGETSU GROUP DEVELOPMENTS ON WELLNESS TOURISM

## 草月流 养生旅游需“借力”发展

■ 编辑 / 伍锦琛 Edited by Annabelle

日本三大花道流派之一的草月流，在插花造型上可以说是最为前卫的一种。1927年，河原苍风创立草月流花道，打破了古典花道在插花材料、容器以及表现空间的旧有框架，他主张展现富有自由、多样化的与现代生活相适应的自然风格。更为特别的是，草月流讲究还原植物自然状态下的形态，不使用花泥或剑山，而是通过花枝之间相互依靠的力量固定，有时甚至扭转植物的经脉来完成作品。

依托文化、技术、管理模式等多种产业链业态结合发展的养生旅游“盘根错节”，“养生旅游+”与每个产业的融合好似草月流花道中相互依存的花枝，每股力量联结在一起，铸成养生旅游的蓬勃之态。



### 遍地开花：养生旅游“全域”发展

近年来，人口结构老龄化加剧，2007年至2017年间，全国60周岁及以上人口持续递增，自1.53亿人增长到2.48亿人，预计2020年稍有回落，但依旧高于2016年的2.29亿人，60岁以上人口比重将稳定在17%以上（数据来自中国产业信息）。此外，我国青壮年亚健康问题日益严峻，2017年，我国主流城市中白领亚健康比例高达76%，其中接近6成比例的人口处于过劳状态，亚健康的现象也使得人们，特别是青壮年中产群体对健康保障越发重视起来（数据来自中国产业信息）。老龄化问题的严重以及健康保障意识的不断增强，养生旅游的热潮应时而生。与医疗旅游相比，养生旅游则更注重对疾病的预防，据世界养生协会和HHOW世界养生酒店联盟等机构定义，养生是身体、精神和社交方面呈完全良好的状态，即身与心的全面健康，而养生旅游则被认为是保持和加强个人身心健康而进行的旅游。

业内将养生旅游分为三大模式。一是依托地理环境资源发展的资源驱动型，我国幅员辽阔，地质资源丰富，以北方为主的高山养生，西南地区的森林养生、温泉养生，东南沿海地

带的滨海养生为主；二为融合康养、休闲、观光等功能的服务驱动型，以丰富多彩的文化内容，运动、医疗等活动打造功能齐全的旅游目的地；三为背靠养生文化的文化驱动型发展模式，在我国主要运营在各具民族特色民俗文化度假区以及儒学、佛教延伸的小镇和寺庙旅游目的地等。三大模式并行，可谓开启养生旅游的全域发展。

### 独树一帜：旅游目的地的差异化竞争力

养生旅游，特别是以资源驱动型为发展模式的旅游目的地，往往因旅游资源开发的高成本而出现经济效益回收慢的现象。例如，以森林、温泉旅游为住拉动消费的旅欧目的地在开采、开发时不免会对自然环境做出不可抗力的改变，而相对于其对外消费金额来说是巨大的，这意味着经营者需要抓住该目的地旅游项目的差异化竞争力，提高资金回笼效率。

位于云南省内的普洱市，从三个方面打造养生旅游胜地。第一，普洱市注重文化与旅游的结合，将云南普洱的少数民族文化、茶文化等文化元素融入旅游生产、消费的各个环节之中；第二，在产品输出方面，普洱市积极提升

供给品质，推动3A、4A级景区的打造升级。此外，加快推动与安缇酒店、洲际、温德姆、熙康云舍等国际知名酒店、高端民宿的合作建成；第三，提升普洱市旅游服务水平。旅游服务水平一直是云南旅游的一大劣势，“黑旅行团”等事件层出不穷，游客投诉率一度占领全国60%以上。针对于此，普洱市建立了旅游诚信评价体系以及优胜劣汰的发展环境。在提升服务人员素质方面，亦全面开展旅游从业人员素质培训，提升其服务水平和服务能力。

此外，技术发展亦对养生旅游的多个方面产生赋能。首先，在养生数据的收集、养生指数的建设方面，大数据能够整合不同地域环境对健康的影响，通过检测实时环境指数等参数变化运算出合理结果。其次，在2C端，大数据等先进技术能够整合不同地域人群在不同时间的个体差异性健康状况，将信息录入互联网入口，以对接适合用户的养伤旅游解决方案，匹配最优出行决定。

实际上，除资源驱动型旅游目的地外，养生旅游的各个项目都需要找准差异化竞争力，才能够不断满足消费升级带来的旅游需求升级，做到各个环节、“花枝”的相互借力。

### 破茧成蝶：从旅游到生活方式

我国的养生旅游正朝着“旅游+”方向不断奋进，而早在上世纪的美国，即产生了将居家养老、社区活动、机构服务三者有机结合的 CCRC (Continuing Care Retirement Community) 模式。在该模式下，运营者为老人建立综合性社区，将生活、旅游、休闲、康养融为一体，提供一站式退休养老服务，为入住的老人营造优美的住宿环境、完善的配套服务以及优质的照护服务，并针对不同的消费人群设置三种不同的合约形式。这不仅是旅游与其他业态的融合，更是一种生活方式的打造。

随着我国的老龄化程度不断加深，美国的 CCRC 模式养老社区在中国正有着巨大的潜在市场，然而如何适应其发展上的“水土不服”，正是此模式前行之路亟待解决的问题。目前我国养老行业面临着一个普遍问题，即护理人员整体素质较低。据《2019-2025 年中国养老机构行业需求预测及投资未来发展趋势报告》显示，现有从业人员多为农村进城务工人员及城市失业下岗人员，并且缺少规

模化的岗前培训；另外公办养老机构“一床难求”，但民办养老机构却经常“床位闲置”。因此，建立了服务标准化、设备完善化的养老社区发展潜力巨大。此类高质量养老社区意味着需要巨大的综合成本，对于企业的融资和运营能力是极大的考验；一直以来的行业的低“口碑”，意味着初现市场的养老社区需要时间的磨砺取得用户的信任；优质的养老社区所要求的高额收费是否能适应中国市场，亦是需要考量的重要问题。





Sogetsu is the most avant-garde one of three main schools of Japanese Ikebana, which broke the classical ways on plants, containers and art. Besides, it focuses on restoring the original characters of the plants.

The wellness tourism has been developing with other powers bringing in, such as culture, technologies and management.

### The “All-for-one” Wellness Tourism

Between 2007 and 2017, the population at the age of 60 and over has continued to increase, from 153 million to 248 million. It is expected to decline slightly in 2020, but it is still higher than the 229 million in 2016. The proportion of people over 60 will be stable, at 17% or more (Data from China’s industry information). In addition, in 2017, the proportion of sub-healthy white-collar workers in mainstream cities in China is 76%, of which nearly 60% of the population is overworked. The middle class has paid more attention to health protection (Data from China’s industry information). Compared with medical tourism, wellness tourism pays more attention to the prevention of diseases. According to the definition of the World Health Organization, wellness is a completely good state of physical, mental and social mentally and physically.

Wellness tourism is divided into three major modes. The first is resource-driven mode based on the development of geographical environment resources. The second is a service-driven type that integrates functions such as recreation, leisure, and sightseeing. The third is a culture-driven development model that relies on wellness culture. The three parallel major models can open up the global development of health tourism.

### The Differentiated Competitiveness of Tourism Destinations

Wellness tourism especially the resource-oriented mode has a slow recovery of economic benefits due to the high cost of tourism resource development. For example, the destination of tourism in Europe, which is driven by forests and hot spring tourism, will inevitably make force majeure changes to the natural environment during mining and development, which means that operators need to seize the differentiated competitiveness and improve the efficiency of fund withdrawal.

Pu’er is a health resort in three aspects. First, it pays attention to the combination of culture and tourism, and integrates ethnic culture and tea culture into all aspects of tourism products. Second, in terms of product output, Pu’er actively promoted the supply quality and the upgrading

of 3A and 4A scenic spots. Third, Pu’er improves the level of tourism services. Tourism services has been a major disadvantage of Yunnan tourism. Events such as the compulsory shopping have emerged frequently, and the rate of complaints has once occupied more than 60% of whole country. In response to this, Pu’er City has established a tourism integrity evaluation system and a development environment for survival of the fittest. In terms of improving the quality of service personnel, it also carried out quality training for tourism practitioners to enhance their service capabilities.

In addition, technological developments also empowers multiple aspects of wellness tourism. First, big data can integrate the health effects of different regional environments, and calculate reasonable results by detecting parameter changes such as real-time environmental index. Second, advanced technologies such as big data can integrate the individual differences in health status of different geographical groups at different times, and enter information into the Internet portal to match the user-friendly rehabilitation travel solutions and the optimal travel decisions.

In fact, each project of wellness tourism needs to identify differentiated competitiveness, in order to continuously meet the tourism demand upgrade brought about by consumption upgrades, so that the link and the “flower branch” can support each other.

### Ultimate Tourism is to Form a Lifestyle

China’s health tourism is advancing in the direction of “tourism+”. Actually in the last century, the CCRC (Continuing Care Retirement Community) model has been established in the United States. It combines home care, community activities and institutional services, and is not only the integration of tourism and other formats, but also a lifestyle.

However, to adapt to the Chinese market is not easy. High-quality retirement community means high costs, which is a great test for the financing and operation ability of the enterprise. The public crisis means retirement community needs to gain the trust of users; now, to adapt to the Chinese market is also an important issue to consider. 



# OHARA TRADITIONAL CHINESE MEDICINE TOURISM

小原流

## 中医药旅游，乘四时之风光， 添几段暗香

■ 撰写 / 陈丽媛 Edited by Misa

小原流花道属于“自由花”流派，是日本三大主流“花道”之一。十九世纪末，创始人小原云心将“盛花”的新概念引入日本插花中，即是把花“盛”于浅水盘中，表现出面的扩展，给日本的花道界融入了一种另类的风格。

鸟语唤梦残，夏日盛阳助花开，静听窗外几枝新株在弄堂一隅悄然绽放。中医药旅游这株“自由花”，正乘四时之风光，以市场为主导、政策助力、企业主体、社会参与，活跃在旅游市场中，为旅游市场再添几段暗香。



### 花开俏枝 国内含苞待放

随着人们生活水平提高，现今人们对于养生、健康管理、健康教育意识日益增强，中医在健康养生业的重要性再次凸显。中医传统养生观念符合民众对于健康保健的需求，因此推广普及中医药健康游成为了当下新兴旅游一个重要项目。北京养生文化创意产业协会指出中医药文化旅游产业是中医药文化及中医药产业与旅游产业、文化创意产业等进行有机融合，以提供中医药文化传播及养生保健、医疗康复等服务为主题的创意旅游新业态及其产业链条。

国务院下发的《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》中明确提出，积极发展中医药健康旅游，推出一批以中医药文化传播为主题，集中医药康复治疗、养生保健、文化体验于一体的中医药健康旅游示范产品。自2011年北京市委和市中医局率先启动发展中医药旅游项目，经过八年的探索实践，目前北京已经形成了北京昌平中医药文化博览园等32家国家中医药健康旅游创建单位，与此同时商家开始与飞猪、携程等线上平台合作，联合推出中医药游路线，如携程与北京药用植物园联合推出的“弘扬中国中医药文化，了解中草药”项目，推出一周之际，参与人数已高达13251人次。

除了政府发布相关政策助力地方中医药旅游发展，不少商家看到了中医药旅游发展的商机，争相入市前景。特别是海南三亚地区，结合海上丝绸之路政策，三亚政府大力支持中医药旅游项目的发展，如结合我国独特的资源优势，三亚市中医院的中医药健康游已在我国及境外市场形成一定的口碑，并且累积了一定的经验。三亚中医院还推出了中医药个性化定制旅游项目，客人可以针对自己的情况预约相应项目，医院会

根据旅客个人情况，制定饮食、生活作息、运动等方式的康复方案。不少游客表示：在旅行中能够体验到中医药康养项目，在旅行的同时可以真正让身心都得到治愈，真的不枉此行。中医药旅游无疑是特色旅游中的朝阳产业，未来可期。

### 天然成趣 海外游客市场竞相开放

近年来，随着我国综合国力日益增长，国际地位不断上升，我国境外游客人数逐年上升。中医文化作为我国独特的文化旅游资源，为了扩大中医药健康旅游海外宣传，推动中医药健康旅游国际交流合作，使传统中医药文化通过旅游走向世界，不少地方政府推出中医药特色文化旅游项目扶持政策吸引海外游客前来体验。中医药旅游海外吸引力远远超过我们预期。

在今年五月中国国际服务贸易交易会上，世界中联中医药健康旅游网络平台、“优山美地，健康中国行”线路与“百媚新中医半日览—144小时过境免签”、“中医嵌入式体验项目”同期发布，旨在共同推动中医药旅游在国际上发展。中医药旅游作为我国旅游独有的旅游资源，为国际交流与文化传播提供了新途径，各地中医药旅游项目可以依托各地独特中医药资源优势，整合境内外医疗资源合作共筑中医药旅游项目，提高地方中医药旅游核心竞争力。三亚市中医院针灸主任萨仁表示，2018年到三亚中医院参与中医药旅游项目的外宾近万人次，实现将近500万元创收，据不完全统计，外宾参与中医药旅游消费人均约2万美金。中医药旅游海外游客市场火爆，在开发国内市场的同时也要注重海外市场的开发。

### 幽来暗香 中医药旅游之花，花香远逸

中医药旅游作为一种新兴的旅游业态，在结合市场为主导的前提下，仍需政府扶持，规范中医药旅游市场，加强完善行业标准和质量监管制度，扩大中医药旅游在海内外的宣传力度，推动中医药旅游在国内乃至国际的交流合作，促使更多人真正接触了解到中医药文化，推动中医药文化借助旅游项目走向世界。此外，还需增加中医药文化知识普及，让更多人了解中医药行业，如开展中医药文化科普小课堂，让普通老百姓在日常生活中也能接触到中医文化，让它不再是一个神秘的存在。

现阶段中医药旅游处于上升发展阶段，面对巨大的市场发展潜力，中医药旅游应往深度方向发展，开拓更大的国内外市场。如近年中医药旅游行业发展较好的三亚浪琴坞中心，面对庞大的国外游客群体，三亚浪琴坞中心不断做出适应时代发展的中医药旅游项目，除了在中国设立中心外，还在国外开设中医药体验中心试水，接受国外游客当地咨询，开辟更大的市场。调研发现，国外对中医药项目旅游非常感兴趣，据中工网数据显示：自2002年海南三亚市首创“中医药国际游”项目至今，接待海外参与中医药游客超6万人次。2018年全年仅三亚市便接待超3万名海外游客参与中医药旅游，成交金额将近4000万元，创历史新高，

为三亚旅游业作出巨大贡献。

利用地区特色资源优势做好中医药旅游业发展。我国幅员辽阔，地势复杂多样，为生物生长多样性提供了绝佳的自然环境，是世界上生物最为丰富的国家之一。据我国第三次全国中药资源普查结果报告不完全统计，在我国，可作为药用资源生物种类高达12807种，其中包含11146种植物和1581种动物。为我国中医药旅游提供了丰富的资源。在我国黔东南地区，以云南为例，借助当地独特的自然资源和丰厚的传统中医药文化底蕴，依托当地知名医院、特色景区和当地医学高校，开展以观光旅游、中医药康养医疗、中医药文化课堂小知识科普等形式。

合理开展与开发“中医养生文化旅游”项目，有效利用中医药文化资源，在国家政策的扶持下结合自身因素发展中医药养生游，促进地方旅游产业的发展的同时也能很好带动当地经济的发展。

大自然中的一花一草，通过造物者匠心精琢，能给人带来不一样的唯美视觉享受，中医药旅游作为旅游业中的小原流，独树一帜的风格也正是它的魅力所在。中医药旅游正乘四时之风光借助中国特有的中医药文化资源，为中国旅游业再添几段暗香。





Ohara of Kado (traditional art of Japanese flower arrangement), belonging to “free flower arrangement”, is one of three main schools of Kado. In the 19th century, the founder Ohara introduced the concept of Moribana, to Ikebana (Japanese flower arrangement). It means to place the flower into the shallow plate, and to let most of the flower can be seen. Traditional Chinese medicine tourism is boosting, with driven market, policy promoting, companies taking part in, society involving.

### Home, Rapid Development

With the improvement of people's living standards, the awareness of health care, health management and health education are increasing day by day, and the importance of traditional Chinese medicine in the health and wellness industry is becoming prominent. Traditional Chinese wellness perception meets the need of the public so popularizing it has become an important project. Beijing Wellness Culture and Creativity Industry Association pointed out that the Chinese medicine culture and tourism industry is an integration of Chinese medicine culture and Chinese medicine industry, tourism industry, cultural and creative industries, etc., providing chain of industry, new condition of creativity travel themed by Chinese medicine culture communication, health care, medical rehabilitation and other services.

In addition to policies to help local Chinese medicine tourism development, many businesses have also seen the business opportunities of Chinese medicine tourism development, vying to enter the market. In particular, in Sanya, Hainan, associated with the Maritime Silk Road policy, Sanya government strongly supports the development of traditional Chinese medicine tourism projects. For example, in combination with Chinese unique resource advantages, the traditional Chinese medicine tourism of Sanya Traditional Chinese Medicine Hospital has formed certain positions in China and overseas markets.


### Increasing, Tourists from Abroad

In recent years, with the comprehensive national power of China increasing and the international status rising, the number of overseas tourists in China has increased year by year. As

a unique cultural tourism resource in China, in order to enlarge the promotion of it, to enhance the international cooperation, to introduce it to the world, regional government has promoted special policies to attract overseas tourists to come, and the attraction is far more than expected.

### Continue Growing

It is of significance to take full advantages of regional characteristics to play a good game in the development of Chinese medicine tourism. China has a vast territory, providing an excellent natural environment for biological diversity. It is one of the most biologically rich countries in the world. According to the incomplete statistics on China's third national survey of traditional Chinese medical resources, domestic medical resources are up to 12,807 species, including 11,146 plants and 1,581 animals. It provides abundant resources for traditional Chinese medicine tourism. In the southeastern part of China, taking Yunnan as an example, it relies on the unique local natural resources, rich traditional Chinese medicine culture, well-known local hospitals, special scenic spots and local medical colleges and universities to carry out sightseeing tourism, Chinese medicine treatment and healthcare, medical culture and simple knowledge science classes.

Every plant in the nature, with ingenuity, it can bring different aesthetic enjoyment to people. Traditional Chinese medicine tourism as a small original stream in the tourism industry, its unique style is also attractive. Chinese medicine tourism is taking advantage of China's unique Chinese medicine and cultural resources to boost domestic tourism industry. 

# 2019 JUNE MID-END HOTEL BRAND DEVELOPMENT REPORT

## 2019年6月中档酒店品牌发展报告（节选）

■数据来源：迈点研究院 Statistics from the MTA

6月，联名品牌发布与新盈利模式探索成中档酒店主要市场动态。

### 一、联名品牌发布与新盈利模式探索

6月，联名品牌发布、存量改造与新盈利模式探索成中档酒店主要市场动态。第一，凯悦酒店集团与首旅如家酒店集团推出全新酒店品牌“逸扉”。品牌定位中高端商旅市场，并深度结合如家在中国市场的占有率和凯悦在高端酒店方面的经验；春秋集团与首旅如家推出中高端交通枢纽连锁酒店品牌“嘉虹酒店 Skybird Hotel”，以实现在旅游和出行过程中，上下游环节更充分连接交互。第二，贝壳友家携旗下中端酒店品牌“千屿”，向行业再次追投人民币6亿元，助力国内经济型连锁酒店进一步升级转型。这是继今年5月初千屿酒店首次在行业内推出1个亿乘风基金后，国内存量物业升级改造下的又一次资金入场。第三，亚朵在北京宣布2019新一季的“亚朵村的茶”正式发布。亚朵以酒店作为依托平台，采购云南亚朵村的茶，提供销售渠道和品牌资源。在非客收入的构成上，亚朵积极进行新零售商业化探索。

迈点研究院认为，目前中档酒店是国内旅游住宿业市场中品牌连锁化程度最高的市场，这一相对高度品牌化的酒店市场结构，其实质是“三大集团”之间的竞争结果。2012-2018年华住先后收购星程、全季、桔子酒店，成功由经济连锁酒店集团转型为以中档酒店为布局重点的集团。锦江从2015年起，开始进行大范围的收购扩张，目前旗下汇聚锦江都城、康铂、麗枫、喆·啡、维也纳等中档品牌，是三大酒店集团中档酒店品牌数最多的集团。首旅如家，自2016年首旅和如家合并重组后，现已拥有和颐至尊、如家精选与如家商旅等中高端品牌，2019相继与国际酒店巨头和交通集

团推出中档联名品牌，以填补市场缺口，补足竞争短板。中档酒店通过持续资源整合与市场需求对接，竞争格局下必然催生这一领域的巨头。

### 二、重点关注品牌案例

本部分将从潜在消费客群、实际消费客群、品牌运营以及媒体关注四个维度，选取每个细分维度上表现优秀或者增长迅速的全服务中档酒店品牌和有限服务中档酒店品牌各一进行横向比较。每个被选取的品牌不仅在本月度各自细分维度表现良好，同时在本月度整体排名上也保持上升。

迈点研究院认为，通过对被选取品牌的比较能够为报告使用者，在全服务中档酒店品牌和有限服务中档酒店细分维度表现差异以及同类型品牌领先者或高成长者整体表现方面提供参考信息。以此信息为基础，使用者能够在如何打造品牌影响力的决策上更好地锚定学习目标并制定更加有效的执行方案。

#### 潜在用户关注 - 华美达 / 兰欧

在反映潜在消费者关注度方面的搜索指数上，华美达与兰欧的搜索指数分别达到21.35和50.59，环比增幅分别为4.10%和45.79%。迈点研究院希望通过分析两个品牌的潜在消费者关注内容，来解读目前整个中档酒店市场的潜在需求。

在搜索指数整体表现方面，华美达表现平稳，兰欧则呈现较强幅度波动。华美达潜在客群集中于广东、浙江、江苏及上海等经济发达省份区域。携程网覆盖门店数超过120家，其中上海、武汉门店开设数量占比最大。从年龄

品牌/事件	类型	日期	品牌动态
首旅如家与凯悦酒店集团	发布	6月19日	凯悦与首旅如家酒店集团全新品牌-逸扉 (UnCove)
千屿酒店管理集团	投资	6月25日	千屿追加6亿(20%) 增持存量酒店改造
春秋集团与	发布	6月28日	发布中高端交通枢纽连锁酒店品牌
首旅如家酒店集团			“嘉虹酒店 Skybird Hotel”
亚朵酒店管理公司	发布	6月28日	2019新一季的“亚朵村的茶”正式发布
亚朵酒店管理公司	发布	6月30日	亚朵酒店已接受创业板上市辅导

资料整理：迈点研究院



数据来源：迈点研究院

#### 华美达品牌潜在客群地域分布 TOP5



数据来源：百度指数

#### 兰欧品牌潜在客群地域分布 TOP5



数据来源：百度指数



及性别来看，华美达潜在客群男性占比 60%，30-49 岁占比超过 80%，男女比例较为均衡，中青年为品牌主要潜在客群的来源。兰欧潜在客群则集中于华东地区以及广东、湖北等区域，携程网覆盖门店数超过 60 家，并且集中在江苏、江西、山东等三四线城市。潜在客群男性占比为 60%，30-49 岁占比为 87%，商务出行行为该类潜在客群的主要出行目的。

### 实际客群关注 – 凯悦嘉寓 / 希尔顿欢朋

除了潜在客群的关注，在反映实际客群消费方面的舆情指数上，本月表现突出的两个品牌是凯悦嘉寓与希尔顿欢朋，两者舆情指数分别为 154.95 和 184.69，环比上月分别提升 0.89% 和 0.80%。

从舆情指数变化来看，中档酒店品牌在实际客群表现上呈现周期性稳定增长趋势，实际客群对于品牌的认可度在不断提高，可以推断在客户保留率上，中档酒店品牌的表现也将呈现稳定增长趋势。凯悦嘉寓为凯悦酒店集团旗下中档商务、长租酒店品牌。酒店通常位于都市核心商圈，目前在国内有 5 家，公寓风格的空间中配备有专用的办公和休闲区。6 月，OTA 累计点评数量达 19432 条，加权平均好评率为 88.5%，就实际客群满意度提升仍有上升空间。希尔顿欢朋是希尔顿酒店集团旗下有限服务中档品牌，自纳入监控以来，舆情指数保持稳定增长，希尔顿欢朋实际客户在 OTA 评论数量累计达到 10935 条，加权平均好评率为 96.5%，口碑和客群粘性表现较好。

### 运营突出 – 假日 / 全季

就运营指数表现而言，假日与全季的数据增长表现较为突出。本月假日的运营指数为 75.22，全季达到 74.87，两者环比增长率分别为 484.01% 和 56.11%。

假日是洲际酒店集团旗下的全服务中档酒店品牌，品牌标榜国际化设计风格和商务会议环境，目前在国内超过 100 家酒店。6 月，假日微信有效文章 3271 条，官方微博有效发布量 4408 条，现有粉丝 50213 个，内容主要为品牌信息、集团活动及服务理念，转化率良好。本月，在百度手机助手、华为应用市场、应用宝以及 360 手机助手四大 APP 平台上下下载量合计达 3080000 条，下载量较高。全季为华住酒店集团旗下的有限服务中档酒店品牌，

6 月微信有效文章 541 条，官方微博有效发布 2158 条，现有粉丝 11133 个，内容以酒店设计风格和服务理念为主，用户互动转化率较高。本月，在百度手机助手、华为应用市场、应用宝以及 360 手机助手四大 APP 平台上下下载量合计达 70610000 条，下载量达到一定量级。

### 媒体关注 – 万怡 / 白玉兰

媒体关注方面，万怡与白玉兰的指数值上升明显。其中，万怡媒体指数达到 32.68，环比上升 204.85%；白玉兰媒体指数达到 54.24，环比上升 21.10%。

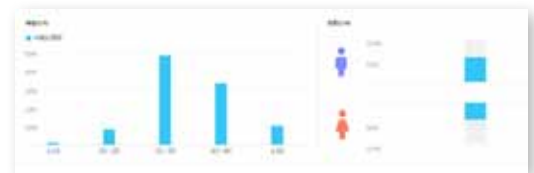
从被选取的两个中档酒店品牌媒体指数变化趋势来看，万怡和白玉兰均呈现较强幅度波动。万怡是万豪国际酒店集团旗下全服务中档酒店品牌，主要针对商务出行需求打造。以万怡为代表的国际中档酒店品牌，传播体系较为完善，媒介关注程度较高，具体来看，6 月，万怡在媒体报道方面，以主动传播为主，具体内容包含集团“豪游京城”、“开业信息”和“人事任命”等。白玉兰是锦江之星旅馆有限公司旗下有限服务中档酒店品牌，因背靠锦江，吸引流量的渠道集中且精准性高。6 月最为关注的消息包括“获奖信息”、“IP 打造”和“加盟热潮”等，得到媒体关注。

## 三、6 月中档酒店市场品牌影响力榜单

本月迈点研究院最新独家发布的“2019 年 6 月中国住宿业全服务中档 / 有限服务中档酒店品牌影响力榜单”中，假日、华美达、桔子水晶、万怡、开元大酒店、郁锦香、戴斯、凯悦嘉轩、诺富特和福朋喜来登等成为全服务中档酒店品牌 TOP10；有限服务中档酒店品牌前十名则分别是维也纳、全季、麗枫、亚朵、锦江都城、智选假日、白玉兰、兰欧、和颐 and 书香世家。

榜单内共计 53 家全服务中档酒店品牌和 188 家有限服务中档酒店品牌。品牌影响力上，63.49% 的品牌较上月环比上涨；分别来看，64.36% 的全服务中档酒店品牌环比上涨，63.49% 的有限服务中档酒店品牌环比上涨。品牌排名上，50.62% 的品牌环比上升；分别来看，75.47% 的全服务中档酒店品牌环比上升，46.81% 的有限服务中档酒店品牌环比上升。

华美达品牌潜在客群年龄与性别



图片来源：百度指数

兰欧品牌潜在客群年龄与性别



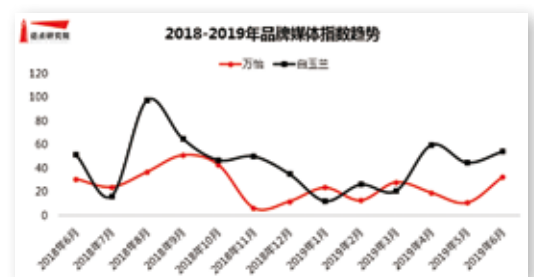
图片来源：百度指数



数据来源：迈点研究院



数据来源：迈点研究院



数据来源：迈点研究院

# 2019环球旅讯峰会&数字旅游展 暨“数字旅游奖”颁奖盛典

和大咖一起预见未来  
预见趋势



孙洁  
CEO  
携程集团



吴志祥  
创始人兼董事长  
同程旅游



孙坚  
总经理  
首旅如家酒店集团



王煜  
董事长  
春秋航空



陈昱  
联合创始人兼CEO  
马蜂窝旅游网



Maud Bailly  
首席数字官  
雅高集团



Guido van Til  
数字战略副总裁  
法荷航集团



黄文强  
营销委副主任兼电子商务部总经理  
南方航空



程新华  
创始人、董事长兼CEO  
东呈国际集团



刘晨军  
大中华区总裁  
温德姆酒店集团



郭庆  
副总裁  
美团点评



赵颖  
高级副总裁兼全球化业务总裁  
阿里巴巴集团

8.27  
/  
8.29

上海国际会议中心



Mieke De Schepper

在线旅游执行副总裁  
兼亚太区董事总经理  
Amadeus



Gleb Tritus

总经理  
汉莎航空创新中心 (LIH)



黄蓓

销售委员会总部销售部副总经理  
东方航空



Dee K. Waddell

全球旅游和交通业务董事总经理  
IBM



黄劭

大中华区及蒙古商务发展  
高级副总裁  
希尔顿



张敏

CEO  
华住集团



宁奇峰

总裁  
万达酒店及度假村



王江

创始人兼CEO  
航班管家



张桐

航旅事业部总经理  
国双科技



王涛

客运营销委副总经理  
厦门航空



李毅

营销委员会总经理  
山东航空



张彦

航空行业总监  
谷歌中国



林小俊

CEO  
众荟信息



立即报名

【团购优惠】  
三人行享8.5折



# GEOFFREY KENT

LISTENER OF AFRICAN  
CHAMPAIGN

## 杰弗瑞·肯特

侧耳聆听非洲原野上的呐喊

■ 编辑 / 林欣 Edited by Iliana

人物档案 / Profile

**杰弗瑞·肯特**

Abercrombie & Kent 创始人兼 CEO

**GEOFFREY KENT**

Founder and CEO of  
Abercrombie & Kent

在非洲的一片莽莽草原上，飞驰过赞比亚草原的越野车上，一位流淌着原始草原血液的铁血汉子诞生了。在这位命中注定“草原之子”的生命历程中，无时无刻聆听着耳畔非洲原野上的呼唤。他，就是杰弗瑞·肯特（Geoffrey Kent），全球高端定制旅游公司 Abercrombie & Kent（以下简称“A&K 旅行”）的创始人兼 CEO。





## 命中注定 草原之子

和生长在肯尼亚的每个非洲男子一样，当杰弗瑞·肯特 15 岁来临之际，父母为他安排了一场“猎杀大象”的成人典礼。年少的他懵懂地按下了扳机，眼看着丛林贵族的庞大身躯骤然倒地，扬起的黄沙把天空染成了一片残旧灰黄的画布，鲜血不停地从伤口汹涌而出，庞然身躯中传递的气息逐渐微弱，强烈而莫名的罪恶感翻滚在肯特的胃里。他发誓，再也不把枪支指向大象，指向大象的只能是相机的镜头（“A hunt with camera, not with a gun”）。这一初心后来一直贯穿于 A&K 旅行的发展中。

作为草原的孩子，他非常享受在草原上赤脚奔跑的时光。跨越乡村的边界，飞扬脚步冲进莽莽草原中，静静地坐在隆起的山丘碎石上，听丛林之王的吼叫响彻漠漠黄沙，平添一丝丝荒野之意；看夏日的河马潜入水中，又调皮地露出半个脑袋，在水面推开圈圈涟漪；在大象群经过，陆续用“大大的柱子”烙下一个个脚印之时，双手交叉互叠，匍匐在地默默地感叹景仰……他张开双臂，深深呼吸，感受大自然给予他的一切馈赠。基于肯特对于自然的理解，A&K 旅行自创始以来就注入了“馈赠”（GIVING BACK）的 DNA，从自然中获取的惠顾全部一点一滴回赠于自然、回馈于社会。

杰弗瑞·肯特带领下的 A&K 旅行，呼吁他们的宾客加入到这场对大自然的“馈赠”活动。在乌干达，他们的旅客每年出资近 100 万美元用于追踪“布恩迪难以穿越的森林”（“Bwindi Impenetrable Forest”）中的大猩猩。他们还捐赠逾 118 万美元用于布恩迪社区医院的建设，让这个原本只是树下搭建帐篷的小诊所摇身变成一个具备综合妇产科和手术室的综合医院。今天，布恩迪（Bwindi）已成为一家成熟的地区医院，拥有自己的护理学校。与此同时，大猩猩的数量已从 302

增加到 400 多。

站立于崭新的 21 世纪，A&K 旅行立足富于前瞻性旅游企业与不吝回馈的客户间的伙伴关系，以商业带动慈善的方式全心投入慈善事业，发展新的社区发展援助形式。A&K 旅行有超过 20 个项目得到 A & K 慈善事业和富有同情心的旅行者的支持，这些项目正在帮助改善全球 69,000 多名男性，女性和儿童的生活。A&K 旅行对于自身的存在有与众不同、意义深远的理解，它承诺要以积极的方式影响旅行目的地的自然和人文环境，确保 A&K 旅行获得的收益直接受益于当地社会的各个环节，提高当地劳动力的专业素质，刺激消费者对本地商品的消费需求持续增长。

想必，草原母亲一定在用充满慰藉的眼神，慈祥地看着她孩儿默默无私奉献的这一切了吧！”

## 高端旅行 “A&K 式” 奢华荟萃

杰弗瑞·肯特开辟了体验式旅游的先河。故事还得从一个草原、一个货车和一台冰柜说起。当肯特还在英国军队服役的时候，他就和父母一起创业，成立了 A&K 旅行公司。虽说成立了公司，但是前期的经营甚是惨淡。这时，他做出了一个大胆的决定。他趁着父母去旅游的时候，偷偷地从银行取出公司几乎全部可运转的资金购买了一辆货车，并在车上配备了冷气装置。这样的决定也是出自自身作为英国贵族的后裔，对于奢华享受的一种天然的直觉吧。他的父母对于这样一个“鲁莽”的决定感到非常生气，但是不久他们就迎来了一张丰厚的订单——一对美国夫妇要在这里开启一段 30 天的旅程。于是，A&K 旅行成为了第一家拥有货车的旅行公司，并转型为一家专做奢华游猎的旅行公司。肯特的分析很准确，在丛林里开启奢华的“正确的打开方式”无非是，“一盘温热的饭菜，以及一杯冷饮”。这，便是 A&K 式奢华的起点。

A&K 式的奢华，还落脚于它对于皇室家族成员以及世界政客名流精致出色的服务。A&K 旅游为比尔·盖茨、杰弗瑞·卡岑伯格、理查德·伯顿以及英国皇室家族成员提供过充满异国情调的旅游体验。1994 年，A&K 旅行应比尔·盖茨和沃伦·巴菲特的要求，由杰弗瑞·肯特亲自操刀，为他们量身订制了一次全方位体验中国的旅程。行至桂林，当盖茨一行即将登船游览漓江的时候，却发现巴菲特酷爱的樱桃可乐没能如约提前送到船上。负责接待工作的 A&K 中国专家 Gerald Hatherly 安排他们按原计划先行启程游江。两个小时后可乐送到，Hatherly 乘快艇赶上了盖茨他们的大船，在掌声和欢呼声中将可乐送上了船。

半个多世纪以来，A&K 不断探索和提升着奢华旅行的内涵。在非洲，你可以住进 A&K 的独特住宿体验“星空下的流动营地”，在茫茫草原上体验欧式贵族的游猎生活；在中国的长江、埃及的尼罗河以及缅甸的伊洛瓦底江上，你可以登上 A&K 专属私家豪华邮轮，在长江上的“探索号”和洛克菲勒享受同样的奢华会议体验。你甚至可以享受独家特许准入的私人参观的特权，参观别人无法参观的世界各地诸多重要旅游景点。想要边学边游，A&K 聘请的考古、历史、野生动物等各个领域的世界级专家伴你同行。为了让 A&K 的贵宾不论身处世界的哪个角落，都能享有高品质的旅行体验，A&K 依靠自己的子公司完成全球大部分地接服务，这在世界上是一种非常少见的经营模式。

### 旅行即生命 旅行即生活

对于杰弗瑞·肯特来说，旅行就是他的生命，占据了他生活的绝大部分。他在青葱岁月就已发觉自己对于旅游的热爱。16 岁的时候，因驾驶摩托车违反校规，而被学校驱逐出校，也因此遭到家人谴责。几天后，年轻气盛的他，向救世军购买了一块柏油帆布和睡袋之后，立即从内罗毕骑摩托车出发，历时 2 个月，跨越 5000 英里，打破全球记录，成为驾驶摩托车横穿肯尼亚的第一人。

什么样的事业能获得世人的认可，可以风靡全世界呢？恐怕是一种糅合了纯粹的热爱和诚挚的分享的事业。他誓要把这一份热爱和分享的热情发挥到极致，这从他的第一次导游旅程中可见一斑。1962 年，他们迎来第一份大订单。他和他的父亲，带着一对年轻的美国夫妇从肯尼亚

出发到乌干达开启了游猎之旅。这是年轻夫妇的第一次游猎之旅，也是杰弗瑞·肯特的第一次游猎之旅。他们在伊丽莎白女王公园和默奇森瀑布处停驻，到达刚果后，还惊讶发现了现实当中的“小矮人”。疯狂的他们考虑到那里不会出现鳄鱼，因此在基伍湖上滑冰。那时的基伍湖就像是另一片瑞士的雪地，如此洁白而宁静。旋转飞舞之中，他感受到与人分享旅游的体验是多么棒的一件事，他往后的人生恐怕再也无法停止去追寻它。

对于杰弗瑞·肯特来说，这不仅仅是一份投入产出的事业，更是在热枕地邀请着更多与他有着共同理念、共同兴趣爱好的人一起来走遍世界、感悟生活的事业。也或许正因如此，参加 A&K 旅行的同行者大部分都是受过良好教育的、对于生活充满积极向上的态度的、各个领域的专业人员以及企业家，他们只有一个共同点——想让 A&K 旅行填充自己那如黑洞般对世界的好奇。

当然，追求如此充满惊险的生活，途中也是伴随着风险的。谈及人生中最刺激的一次游猎之旅，肯特捏了一把汗。当时他和 Richard Burton 在肯尼亚旅行。他们正在酝酿心情等待一天当中的美好日落降临。正当肯特穿过帐篷去拿饮料的时候，背后传来一声嚎叫以及好几声尖叫。他看到他们的营火内，四只狮子正撂倒了一头水牛。他迅速翻转了桌子，让水晶和瓷器飞舞于空中，并让客人尽量紧挨到一起，作为一道安全的屏障，以防野兽袭击。次日，他的顾客 Burton 还问他能否再安排一场这样的“精彩表演”，他笑而不语。这根本就不是表演，而是死里逃生。旅途中，惊险随时可能发生，但是这半个世纪以来，杰弗瑞·肯特从未停止他的脚步，A&K 也是，众多的追随者更是。

A&K 旅行风靡全球的奢华，是由这位“草原的儿子”杰弗瑞·肯特匠心绘制的。他以自己对旅游的热情、对原始环境的热爱，打造了全球唯一拥有长途飞行客机的旅行集团；他带着众多追求刺激冒险的爱好者飞过世界知名各大河流海域的上空，用独家专属的顶级奢华邮轮穿越“蓝海之谜”；为他们提供皇家式位于加勒比海沿岸的私家别墅，定义了也颠覆了深度体验旅游和高端旅游的概念。他，就是杰弗瑞·肯特，一个跨越了两个世纪、风靡奢华旅游界的传奇人物。





On the vast expanse of grassland in Africa, a go-anywhere vehicle darting across the grassland in Zambia, a man with staunch belief was born and started his journey. During his journey, “the son of the grassland” has always been listening to the call in the African champaign. He is Geoffrey Kent, the founder and CEO of high-end custom-tailor traveling company, Abercrombie & Kent.

### Predestined, Son of Grassland

Just like every parents in Kenya, at the age of 15, Kent’s parents arranged an adult ceremony for him. He was asked to kill an elephant as a necessity to accomplish the ceremony. When the blood was pouring out of the helpless elephant, Kent sank into the depths of sin. At that moment, he swore he would never shot an elephant with gun, instead, he would choose a camera.

As the child of grassland, he enjoys the time running on the grassland very much. Crossing the boundary of country and grassland, rushing into the vast grassland, sit on the massif of rubbles, listening to the roar of the king of forest, feeling bleak and desolate, watching hippos go under water then come out, creating ripples, lying prone with hands crossed when watching elephants pass, branding the sand with their chubby sole, he is a part of the land. He had a deep breath, thinking how lucky he was for having everything given by the nature and he was determined to give it all back to the nature, to the society.

Led by Kent, A&K has been appealing their guests to join the campaign of “Giving Back”. In Uganda, 1 million dollars were donated to the Bwindi Impenetrable Forest to trace endangered gorillas every year. There were also donations for the construction of Bwindi Community Hospital, turning a clinic under the tree into a comprehensive hospital with pathology, maternity department, operation rooms. Today, Bwindi has already become a mature regional hospital, owning its own nursery school. Meanwhile, the number of gorillas has already increased from 302 to over 400.

### High-end Travel, Luxury in A&K Style

Kent is not only the founder of the company, but also experimental travel by starting safari. The story begins with a grassland, a truck and a refrigerator. When Kent was serving the British army, he founded A&K with his parents. In the beginning, they did not see any profit in the business, so Kent made a bold move. When his parents were out traveling, he withdrew almost

all of the money from the bank and bought a truck and then equipped it with a refrigerator. The decision with the intuition of luxury is made as a descendant of British noble. His parents were angry, however, they later found it a great success. They received a booking with considerable profits.

A&K is also special for the familiarity among royalties and politicians and celebrities. A&K Tours has provided an exotic travel experience for Bill Gates, Jeffrey Kazenberg, Richard Burton and members of the British Royal Family. In 1994, A&K was required to design a Chinese journey for Bill Gates and Warren Buffett. When they arrived Guilin, about to board the boat and went on a cruise on Lijiang, they found cherry flavored Cola was not there as promised. Thus, they sent another boat to catch up the them and send them the drink.

### Integration of Life and Travel

For Geoffrey Kent, Travel is his life; travel takes up most part of his life. He realized it when he was a child. When he was 16, he was kicked out of school for owning a motorbike. He then left home, drove a bike from Nairobi and traveled for 5,000 miles, breaking the global record.

What kind of business can be popular around the world? I guess it’s the one containing pure love and sincere sharing. He has been trying to make it to the peak and you can see it from his first journey. In 1962, they received a considerable booking. His father and he, guided a young American couple, starting their first safari travel from Kenya to Uganda. They stopped at Queen Elizabeth Park and Murchison Falls. After arriving in Congo, they were surprised to discover the “dwarf” in reality. So crazy are they, that they considered that there would be no crocodiles there, so they skated on Lake Kivu. At that time, Lake Kivu was like another piece of Swiss snow world, so white and quiet. spinning and dancing, he felt that it was a great thing to share the experience of traveling with others. His future life would never stop searching for it.

In a word, the luxury of A&K is created by the son of grassland Kent wholeheartedly. He founded the only travel group with Long-distance passenger aircraft. He guided numerous adventurers traveling through the sky of known rivers or seas all over the world, and created luxurious cruises trips, provided private villas along Caribbean coast, subverting the concept of immerse experienced travel and high-end travel. He is Geoffrey Kent, a legendary person crossing two centuries in the travelling industry. 📍



# 大手牵小手 盛放美好 亲子回忆



广州四季酒店推出家庭亲子房，在百米高空打造孩子专属的乐园，天伦近在云端，欢乐永不放假！

此次广州四季酒店推出的亲子房包含两种房型，分别是亲子城景双床房和亲子广州塔景大床房，房间均位于92层以上，无敌美景尽收眼底。房间里不仅为孩子们准备了可爱的儿童浴袍、拖鞋、洗漱用品和儿童洗澡盆等，更配备了各种儿童娱乐设施如儿童滑梯、小型球类游戏、儿童写字板、小熊抱枕等，家长可与孩子们在此无忧无虑纵享欢乐时光。



躲在白色小帐篷里面捉迷藏，窝在软绵绵的绵羊小沙发里面发个小呆，趴在棉花团似的床上和小熊一起看漫画，和爸爸比赛投篮，让妈妈手把手指导着在写字板上涂鸦，窗外是漂浮的云朵，楼下是小得像火柴盒的汽车，远远看去是静谧的羊城和无边的天际线……云端亲子房可以满足孩子们的所有可爱小幻想。

值得一提的是69楼天际泳池在暑假期间为住客打造孩子专属泳池派对，精心准备了颜值满fun的泳池玩具、创意十足的水上游戏和趣致零食小福袋，家长跟孩子们可一边畅然玩乐，一边欣赏窗外胜景，宛如浮游在蓝天白云之间，欢乐无限。泳池派对只在暑假期间开放，每天两场，

名额有限，需要提前致电预订。

广州四季酒店高踞广州国际金融中心（IFC）103层主塔楼顶部的三十层，拥有7家别具风格的餐饮场所含一间米其林一星餐厅愉粤轩，欢乐之余与孩子光临餐厅，品尝来自世界各地的美味佳肴，分享天伦乐事，也是不错的选择。酒店矗立于风光旖旎的珠江河畔，毗邻高端购物区、景致怡人的花城广场，以及著名的城市地标包括广州塔和广州大剧院等，闲暇时候亦可去周边探索游玩，与孩子共同创造美好回忆。

童年很短，不妨让孩子尽情做孩子。若需预订云端亲子房，烦请致电广州四季酒店预订部：86 (20) 8883-3881。



# APCF

## 2019 亚太酒店与地产合作论坛

2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum

中国·广州保利洲际酒店 2019年9月22-23日

InterContinental Guangzhou Exhibition Center, China September 22-23, 2019

### 【邀请函及简介】

Invitation Letter & Introduction





### **支持单位：**

联合国世界旅游组织  
联合国开发计划署

### **主办单位：**

亚太酒店协会  
全联房地产商会  
(全国工商联房地产商会)

### **承办单位：**

全联房地产商会酒店投资商分会  
中国饭店业名人俱乐部  
全联房地产商会高尔夫俱乐部  
中国酒店供给侧联盟

### **首席合作媒体：**

中国网

### **首席合作新媒体：**

悦旅

### **执行承办：**

中国饭店杂志社

### **Supported by**

World Tourism Organization  
The United Nations Development Programme

### **Organized by**

Asia-Pacific Hotel Association (APHA)  
China Real Estate Chamber of Commerce (CRECC)

### **Undertaken by**

Hotel Investors Association of CRECC  
China Hotel Industry Celebrity Club  
Golf Club of CRECC  
China Hotel Supply-Side Association

### **Chief Cooperative Media**

China.com.cn

### **Chief Cooperative New Media**

Entrip

### **Executive Undertaken by**

China Hotel Magazine

## 组织委员会 Organizing Committee

### (一) 顾问委员会

Consultative Committee

**名誉主席 /Honorary Chairman**

**泰格埃格奈瓦克·盖图**

联合国副秘书长

Tegegnework Gettu  
UN Under-Secretary-General

**周铁农**

第十一届全国人大常委会副委员长

Zhou Tienong  
Vice Chairman of the 11th Standing Committee of  
National People's Congress (NPC)

**黄孟复**

第十一届全国政协副主席

第十届全国工商联主席

Huang Mengfu  
Vice Chairman of the 11th Chinese People's Political  
Consultative Conference (CPPCC)  
Chairman of the 10th All-China Federation of Industry and Commerce

**总顾问 /General Consultant**

**刘毅**

原国家商业部部长

原国家旅游局局长

Liu Yi  
Minister of Former Ministry of Commerce  
Former Director of National Tourism Administration

**顾问 /Consultant**

**鲁勇**

全国工商联党组成员、专职副主席

Lu Yong  
Party Member, Vice President of  
All-China Federation of Industry and Commerce

**傅龙成**

中国商业联合会专职副会长

Fu Longcheng  
Full-time Vice Chairman General Chamber of Commerce

**任兴洲**

国务院发展研究中心市场经济研究院院长

Ren Xingzhou  
President of Academy of Market Economy Research  
of Development Research Center of the State Council

**张广瑞**

中国社会科学院旅游研究中心创办人、名誉主任、博导

Zhang Guangrui  
Initiator, Honorary Director & PhD Supervisor of Tourism Research Center of CASS

**戴斌**

国家文化和旅游数据中心主任

中国旅游研究院院长

Dai Bin  
Director of Ministry of Culture and Tourism of the PRC. Data Center  
President of China Tourism Academy

**霍震寰**

全国工商联副主席、霍英东集团行政总裁

Ian Fok  
Vice President of All-China Federation of Industry & Commerce  
CEO of Fok Ying Tung Group

**张力**

全联房地产商会会长

富力集团董事长、总裁

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

**汉斯·道维勒**

原联合国教科文组织副总干事

Hans d'Orville  
Former Deputy Director-General of UNESCO

**苏安励**

万豪国际集团总裁兼首席执行官

Su Anli  
CEO and Chief Executive Officer of Marriott International Group

**柏思远**

洲际酒店集团全球首席执行官

Bai Siyuan  
Chief Executive Officer of InterContinental Hotels Group

**塞巴斯蒂安·巴赞**

法国雅高集团主席兼首席执行官

Sebastien Bazin  
Chairman and CEO of AccorHotels

**汤姆士·普利兹克**

凯悦酒店集团创始人

Thomas J. Pritzker  
Founder of Hyatt Hotels Corporation

## 组织委员会 Organizing Committee

### 顾问 / Consultant

**伊萨多·夏普**  
四季酒店集团创办人

Isadore Sharp  
Founder of Four Seasons Hotels & Resorts

**克里斯托弗·J·纳塞塔**  
希尔顿全球酒店集团总裁兼首席执行官

Christopher J. Nassetta  
Chief Executive Officer & President of Hilton Group

**斯蒂芬·霍姆斯**  
温德姆酒店集团董事长兼首席执行官

Stephen Holmes  
Board Chairman & Chief Executive Officer of Wyndham Worldwide

**詹姆斯·莫伦**  
美高梅国际酒店集团董事长兼首席执行官

James Murren  
Chairman and CEO of MGM Resorts International

**罗乐思**  
卓美亚酒店集团总裁兼首席执行官

Gerald Lawless  
President & Chief Executive Officer of Jumeirah Hotels and Resorts

**杨卫民**  
原锦江国际酒店（集团）副董事长、CEO

Yang Weimin  
Former Vice Chairman & CEO of Jinjiang International Hotel Group

**郑玮玲**  
原粤海国际酒店集团董事长

Zheng Weiling  
Former Board Chairman of Guangdong (International) Hotel Management Holdings Limited

**伍沾德**  
美心集团荣誉主席

James T. Wu  
Honorary Chairman of Maxim's Caters Limited

**温祈福**  
广州酒家集团名誉董事长

Wen Qifu  
Honorary Chairman of Guangzhou Restaurant Group

**蔡澜**  
著名美食家

Cai Lan  
Gastrologist



## 组织委员会 Organizing Committee

### (二) 执行委员会

Executive Committee

**主席 (协会会长) / Chairman**

**张辉**

中国金茂控股集团高级副总裁

Zhang Hui

Vice President of China Jin Mao Group Co., Ltd.

**联席主席 / Vice President**

(协会联席会长、区域召集人, 排名不分先后)

**钱建农**

复星国际全球合伙人

复星旅游文化集团董事长兼 CEO

Jim Qian

Global Partner of Fosun Group

Board Chairman & President of Fosun Tourism Group

**张建明**

明宇实业集团董事长

明宇商旅股份有限公司董事局主席

Zhang Jianming

Board Chairman of Minyoun Industrial Group Corporation Limited

Board Chairman of Minyoun Hospitality Co., Ltd.

**王川**

恒大集团副总裁兼恒大酒店集团董事长

Wang Chuan

Vice President of Evergrand Group

President of Evergrand Hotels & Resorts

**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

Jeff Ning

President of Wanda Cultural Tourism Group

President of Wanda Hotels & Resorts

**李瑞忠**

绿地酒店旅游集团总经理

Raymond Lee

General Manager of Greenland International Hotels Group

**肖徐哲**

保利商业地产投资管理有限公司总经理

Nathan Xiao

General Manager of Poly Commercial Real Estate Investment & Management Co., Ltd.

**李景海**

鲁能集团商业旅游管理公司总经理

LI Jinghai

General Manager of Luneng Commerce & Tourism Management Company

**孙坚**

北京首旅如家酒店(集团)股份有限公司总经理

David Sun

General Manager of BTG Hotels (Group) Co., Ltd

**白客**

富力集团资产管理中心总经理

Garth Peterson

General Manager of Asset Management Center of R&F Properties

**唐咏**

金茂(中国)酒店投资管理有限公司执行董事兼行政总裁

Tang Yong

General Manager of Jinmao (China) Hotel Investment and Management Limited

**黄贵钦**

中粮置地酒店管理公司总经理

Huang Guiqin

Deputy General Manager of Hotel Management Department (In Charge of Full Work)

**执行主席 (协会执行会长) / Executive Chairman**

**洗锋**

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

Xian Feng

CEO of China Commercial Group (Asia) Investment Co., Ltd

Executive Director of Global Commerce Alliance (Guangzhou) Asset Management Co., Ltd.

Publisher & President of China Hotel Magazine

## 时间地点

**时间：**2019 年 9 月 22-23 日

**参展商报到：**2019 年 9 月 22 日 09:00-11:00

**参会报到：**2019 年 9 月 22 日 09:00-14:00

**亚太合作论坛及交易会：**2019 年 9 月 22-23 日

**特色活动：**2019 年 9 月 24 日

**地点：**中国·广州保利洲际酒店

## 活动主题、宗旨、目标、使命

**主题：**崛起与腾飞，亚洲新势力！

**宗旨：**为参与者提供“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”。

**目标：**实现“投资方与管理方、资金与项目、品牌与资本、人才与企业、产品与渠道”五大精准对接。

**使命：**助力解决“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。

## Date&Address

Date: September 22-23, 2019

Registration Open: At 09:00-11:00, September 22 (exhibitors) & At 9:00-14:00, September 22 (participants)

APHA Forum: September 22-23, 2019

Unique Project-visiting: September 24, 2019

Address: Guangzhou, China

## Theme / Purpose / Objective / Mission

Theme: The Rising of Asian New Power

Purpose: To provide participants with opportunities for study and exchanges, business cooperation, deepening friendship as well as connecting investments and financing.

Objective: To achieve targeted connections for “hotel investors & managers”, “funds & project”, “brands & capitals”, “talents & enterprises” and “products & channels”.

Mission: To address the contradiction between unbalanced and inadequate development and the people's ever-growing needs for a better life.



## 四、适合参加对象

本盛会与会代表约 600 人，参加对象主要为：知名旅游地产、文旅项目、酒店投资商及运营商、产业链优秀商家、国际旅行社、新闻媒体等。

同步数百万人将通过首席合作媒体“中国互联网新闻中心”、“中国网”、中国文旅首席新媒体“悦旅”公众号现场直播参与论坛并进行互动交流。

## 五、主要活动内容

1. 开幕式及高峰论坛
2. 三届五次理事会会议 / 商会新成员就职典礼
3. G100 会长家宴（2019 秋）
4. 2019 中国酒店供给侧交易会（秋季）
5. 精准对接洽谈会
6. 悦旅严选 - 亚洲出行榜新闻发布会  
亚洲影响力品牌颁奖盛典
7. APHA30 粤港澳大湾区峰会
8. “广州之夜”主题晚宴
9. 亚太合作论坛成果发布及项目签约仪式
10. 全国工商联房地产商会高尔夫俱乐部邀请赛

### Participants

The Summit expects more than 600 attendees, which are mainly from:

1. Key figures of Tourism Real Estate, Cultural and Tourism Organization, Hotel Investors and Operators, Industry Chain Merchants, International Travel Agents, News Media;
2. Millions of interested participants involved in live broadcasting on China Internet News Center, China.com.cn, Official Account of chief new media supporter “Entrip”.

### Core Events

1. Opening Ceremony & the Summit Forum
2. The 5<sup>th</sup> Session of 3<sup>rd</sup> Council Meeting/ Inauguration Ceremony of New Members of Chamber
3. Presidium G100 Joint Conference & Family Banquet (2019 Fall)
4. 2019 China Hotel Supply-Side Industry Chain Fair (Fall)
5. Business-Opportunity Connecting Meeting
6. Press Conference of Entrip Yanxuan - Asian Travel Chart  
Asian Influential Brand Award Ceremony
7. APHA 30 Summit of GBA
8. “Guangzhou Night” Themed Buffet Dinner
9. Outcomes Presentation and Signing Ceremony of Asia Hotels Cooperation Forum
10. CRECC Golf Club World Tour Invitational Tournament



# 2019 亚太酒店与地产合作论坛

2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum

## 日程安排

AGENDA

### 2019年9月22日

- 09:00-14:00 注册报到 / 领取资料 / 入住酒店
- 14:00-21:00 **参观 2019 中国酒店供给侧交易会（秋季）**
- 11:00-12:00 **精准对接洽谈会①**  
主办方设专场，为有“投资与管理、资金与项目、品牌与资本、人才与企业、产品与渠道”对接需求的商会合作伙伴提供预约“一对一”洽谈服务。
- 12:30-14:00 特色自助午餐（同步进行）
- 12:30-14:00 **APHA30 粤港澳大湾区峰会及 VIP 午宴**
- 14:10-14:20 粤港澳大湾区 APHA30 峰会合影留念

### 主会场环节（14:30-18:00）

- 14:30-15:00 **2019 年亚太酒店与地产合作论坛开幕式**
1. 领导及嘉宾致辞（拟）
    - ①文化和旅游部 / 全国工商联领导致开幕辞
    - ②省市领导致欢迎辞
    - ③联合国代表致贺辞
  2. 启动仪式（到场领导、特邀嘉宾，到场会长、联席会长）
  3. 发布《APHA 粤港澳大湾区合作宣言》
- 15:00-15:20 **主题演讲：交流互鉴与亚洲酒店命运共同体**
- 15:20-15:30 **酒店与地产合作签约仪式**
- 15:30-16:15 **主题互动秀：思与行，构造亚太酒店业创新引擎**  
面对风云变幻的国际形势，通过新思与笃行，立足现状、放眼未来，构造亚太酒店及旅游业新引擎。



- 16:00-16:30 茶歇 / 交流联络① (同步)  
(此专场社交可为您与众多参会者提供互换名片的机会)
- 16:15-17:15 **领袖圆桌会议：存量时代，酒店与地产双向赋能新赛道**  
随着房地产步入存量时代，“酒店”与“地产”如何双向赋能，为存量物业提供更精准、更灵活、更高效的资产运营解决方案。
- 17:15-18:00 **专题论坛 (A)：迭代【国际品牌专场】**  
迎接新生代，酒店品牌的升级与创新革故鼎新  
与时俱进是人类文明永恒的精神气质！新生代，逐渐成为酒店消费的主体，如何迎接新生代？未来酒店的升级与创新？
- 18:00-18:45 **高级合作伙伴定制专场**
- 集体活动环节 (18:00-21:00)**
- 18:00-19:00 音乐酒会 (投资方与管理方、产业链供应商和采购商合作洽谈)
- 19:00-21:00 **“广州之夜”主题晚宴**

## 2019年9月23日

- 09:00-17:00 **参观 2019 中国酒店供给侧交易会 (秋季)**
- 11:00-12:00 **精准对接洽谈会②**
- 主会场环节 (9:00-17:00)**
- 09:00-09:30 **煮酒论英雄：央视主持人对话风云**
- 09:30-10:15 **专题论坛 (B)：创意【文旅专场】**  
国民旅游潮，文旅产业迎来“创意”时代  
人们对美好事物的向往，是任何力量都无法阻挡的！国民旅游的大潮涌动，如何吸引人气？如何博得眼球？“创意”成为文旅项目的制胜法宝。
- 10:15-11:00 **专题论坛 (C)：生态【招采专场】**  
采购新时代，构建供应链共赢生态圈  
道法自然、天人合一是人类文明内在的生存理念。在一站式采购、供应链金融、B2B 采购平台共同发展的时代背景下，如何进一步优化成本、简化流程、提高效能，投建供应链共赢生态圈？
- 11:00-11:30 茶歇 / 交流联络② (同步)
- 11:00-11:45 **专题论坛 (D)：品质【运营专场】**  
准确定位，高效运营，提升资产价值  
从前期的项目定位到后期的运营管理，如何开一家赚钱的酒店？怎样运营使酒店资产价值最大化？



- 11:45-12:30 **专题论坛（E）：原创【设计专场】**  
文旅、民宿、酒店设计的“高颜值”与“高平效”
- 12:30-14:30 **G100 会长家宴（2019 秋）**  
（注：酒店、地产及旅游业首脑闭门会议及家宴，仅限大会主席团成员及特邀贵宾参加，凭请柬出席。）
- 12:30-14:00 特色自助午餐（同步进行）
- 14:30-16:00 **三届五次理事会会议**  
**商会新成员就职典礼**
- 16:00-16:30 茶歇 / 交流联络③（同步）
- 16:00-17:00 **悦旅严选 – 亚洲出行榜新闻发布会**  
**亚洲影响力品牌颁奖盛典**
- 18:00-22:00 自由活动  
①与您潜在的商业合作伙伴共进晚餐（自费项目）  
②送机、返程（或自由活动）

## 2019 年 9 月 24 日（特别定制环节）

### 全商联高协世界巡回邀请赛（广州站）

主办单位：全国工商联房地产商会高尔夫俱乐部

流程安排：

- 09:00-10:00 签到
- 10:00-10:30 开球仪式、合影留念
- 10:30-15:30 球赛
- 16:00-18:00 合作沙龙、交流酒会
- 18:00-20:00 联谊晚宴

说明：

本日程安排为计划方案，致辞、演讲嘉宾为拟邀嘉宾，推进过程中，主承办方有权进行适当调整而不会事先再征求参会者意见，请以主办方活动现场最终发布为准。



# 赋能“新赛道”

现在，已是未来！这里有你想要的资讯。

Empowering New Racing Tracks  
Prepare for the future!

作为亚太地区重要合作平台之一，亚太酒店与地产合作论坛先后在博鳌亚洲论坛举办地——博鳌，国际经济、金融、贸易中心——上海，世界文旅休闲标杆——丽江，国际旅游岛先行试验区、海上丝绸之路起点——陵水，国际旅游消费中心——海口，西部经济引擎——重庆等地举办等地举办，致力于促进区域间酒店业与地产业的融合及可持续发展。

As one of the vital platforms for cooperation in Asia-Pacific region, Asia-Pacific Hotel Cooperation Forum is committed to promoting the sustainable development of hospitality and tourism. It has been held in many cities, including Boao, the hosting town of Boao Forum for Asia, Shanghai, the international economic, financial and trade center, Lijiang, the world travel benchmark, Lingshui, the pilot zone for international traveling island and the starting point of the Maritime Silk Road, Haikou, the international travel and consumption center and Chongqing, the engine of western area economy and has been contributing to promote the intergrations and sustainable developments among areas in the hotel and real estate industry.



上届论坛以“行千里，致广大，共赢亚太”为主题，于2018年9月26-28日在重庆渝州国宾馆盛大召开，由重庆市商务委员会、重庆市渝中区人民政府支持，亚太酒店协会、全联房地产商会主办，全联房地产商会酒店投资商分会、中国饭店杂志社、中国金茂控股集团有限公司承办，重庆市旅游协会、重庆市房地产商会、重庆市餐饮行业协会、四川省旅游饭店行业协会等单位协办。中国网、新华网、美通社、人民网、迈点网、搜狐焦点、中国新闻网、赢商网、腾讯大渝网、CCTV第一财经、重庆电视台、凤凰电视台、凤凰网重庆频道、华龙网、中国旅游报、重庆日报、重庆晚报、重庆市渝中区新闻信息中心等几十家媒体对本次盛会进行了报道。

本届论坛以“崛起与腾飞，亚洲新势力！”为主题，论道广州，敬请期待。

The last forum was held at the ChongQing Yuzhou Hotel, China on September 26-28, 2018, themed as “Journey to New Accomplishments to Build a Win-Win Asia-Pacific Community”. It was supported by ChongQing Municipal Commission of Commerce and People’s Government of Chongqing, Yuzhong District, hosted by Asia Pacific Hotel Association and China Real Estate Chamber of Commerce, undertaken by Hotel Investors Association of China Real Estate Chamber of Commerce, China Hotel Magazine and China Jinmao, jointly hosted by Chongqing Tourism Association, Chongqing Real Estate Chamber of Commerce, Chongqing Catering Industry Association and Sichuan Tourist Hotel Association. Dozens of media platforms included China.com.cn, xinhuanet.com, PR Newswire, People.cn, Meadin.com, Focus.cn, Chinanews.com, winshang.com, Tencent Dayu, CCTV Finance, Chongqing Broadcasting Group, Phoenix Satellite Television, cq.ifeng.com, Cqnews, ctnews.com.cn, cqrb.com, cqwb.com, cqyznews.com reported this event.

2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum – The Rising of Asian New Power will be held in Guangzhou coming soon.

- |   |   |
|---|---|
| ① |   |
| ② | ③ |
- ① 2018 亚太酒店与地产合作论坛现场
  - ② 2017 亚太酒店与地产合作论坛现场
  - ③ 2016 亚太酒店与地产合作论坛现场



在上届论坛期间，举行了“山水之城·美丽之地”打造重庆旅游业发展升级版 APHA30 峰会。重庆市政府、重庆市政协、重庆市商务委员会、重庆市旅游发展委员会领导，重庆市渝中区政府领导，国家文化和旅游部数据中心专家、中国旅游研究院专家、智慧城市科技创新企业代表、互联网企业代表、部分世界 500 强企业代表、知名文旅及酒店投资商代表，共约 30 人，一起为重庆旅游业出谋划策，对促进重庆文旅、酒店及餐饮业的投资和拉动消费，帮助民族酒店品牌、本土特色餐饮名店走出去，把有发展需求的、有实力的地产、文旅及酒店投资商引进重庆，建设世界知名旅游目的地，意义深远。

本届，广州 - 将举行“APHA30 粤港澳大湾区峰会”，并发表《APHA 粤港澳大湾区合作宣言》。

During the last forum, we held "A Land of Natural Beauty and A City with Cultural Appeal" – The Upgrading APHA30 Summit for Promoting Tourism. Leaders from Chongqing Municipal People's Government, Chongqing Municipal Committee of the Chinese People's Political Consultative Conference, Chongqing Municipal Commission of Commerce, Chongqing Culture and Tourism Development Committee, People's Government of Chongqing, Yuzhong District and specialists from Ministry of Culture and Tourism of the People's Republic of China Data Center, China Tourism Academy and representatives from enterprises contributing on Smart City & Technological innovations, internet companies, parts of Fortune 500 companies and investors of known cultural and tourism companies gathered together to boost Chongqing tourism industry, promote investments in Chongqing's cultural tourism, hotel and catering industry and stimulating consumption, help national hotel brands, local specialty catering outlets exporting, invest in powerful real estate, cultural tourism and hotel investment with development needs and build Chongqing as a world-famous tourist destination which has far-reaching significances.

①	②	③	④	⑤	⑥
⑦					

- ① 重庆市渝中区人民政府副区长邓光怀作重庆市渝中区政府招商推介
- ② 组委会主席、中国金茂控股集团高级副总裁张辉先生发布《APHA 西部合作宣言》
- ③ 组委会执行主席、中国饭店杂志社社长、悦旅新媒体出品人冼锋发布《悦旅严选—亚洲出行榜》
- ④ 全联房地产商会秘书长赵正挺代表主办方致开幕辞
- ⑤ 重庆市政协副主席王新强代表活动举办地政府致欢迎辞
- ⑥ 联合国开发计划署首席运营官 ArtakMelkonyan 致贺辞
- ⑦ 开幕启动仪式



①	
②	③
④	⑤

- ① “链接与赋能，共筑未来” 主题互动秀
- ② 平行论坛：创意文旅论坛
- ③ 平行论坛：资产管理专场
- ④ 平行论坛：董事长问答之风云对话
- ⑤ 领袖圆桌会议



①		
②	③	
④		

- ① 平行论坛：投融资专场
- ② 平行论坛：国际酒店品牌的中国策
- ③ 平行论坛：租赁地产专场
- ④ 在此届论坛上，促成旅游地产、文旅综合体、智慧酒店、温泉小镇投资意向，供给侧交易，签约总金额超过人民币 1000 亿元，包括金茂集团、科大讯飞、川瑞发展、箱根温泉集团、奇柯集团、中国茶叶股份等项目。



# 崛起“新势力”

悦旅严选 - 亚洲影响力品牌颁奖盛典，这里有你想要的荣誉

The Rising of New Power

Entrip Yanxuan - Asian Influential Brands Award Ceremony with honors to be found



## 悦旅严选 - 亚洲出行榜新闻发布会 2019 年度亚洲影响力品牌颁奖盛典

《悦旅严选 - 亚洲出行榜（公益榜）》由悦旅新媒体携手亚太酒店协会、携程酒店大学广泛开展行业调研工作，中国旅游研究院、国家文化和旅游部数据中心、联合国世界旅游组织提供数据支持，中国网、携程旅行网首发。通过抓取携程、美团、同程艺龙、去哪儿、途牛、马蜂窝、缤客、大众点评等 OTA 平台公开数据，以及合作大数据中心、数据研究机构、投诉平台等多方渠道获得客观数据综合得分，加设专家评审团与旅行达人评选，最后整理各个版块的数据，计算出加权平均分，进而产生榜单。

《悦旅严选 - 亚洲出行榜》通过系列线上线下体验活动，打造最具权威性、公信力、影响力的“亚洲影响力品牌”，给出行者选择入住、消费时提供最客观的识别依据及标识。

### Entrip Yanxuan - Press Conference of Entrip Yanxuan 2019 Asian Influential Brands Award Ceremony

Entrip Yanxuan - Asian Travel Chart obtains objective data and gives marks by researching into big data centers, data research institutions, complaint platform, as well as open data through the OTA platforms such as Ctrip, Meituan, Yilong, Qunar, Tuniu, Maotuying, Lvmama, Tongcheng, Booking, and Public Comments. In addition, experts and tourism talents will participate in sorting out the data, calculating the weighted average score, and then produced the chart. Entrip Yanxuan - Asian Travel Chart is of public welfare. It creates the most authoritative, credible and influential Asian travel rankings and provides the most objective benchmark for travelers through online and offline activities.

Entrip Yanxuan - Asian Travel Chart aims at establishing the "Asian Influential Brands" with authority, credibility and influence to provide references for travelers and customers.



## 悦旅严选 – 亚洲出行榜新闻发布会 2019 年度亚洲影响力品牌颁奖盛典

亚洲嘉年华系列“亚洲影响力品牌盛典”设立年度酒店奖、餐饮奖、产业链奖、投资商奖、酒管公司奖、文旅小镇奖、民宿奖、人物奖等八大类。

## 如何参评

How Can I Participate  
in the Meeting?

### Press Conference of Entrip Yanxuan - Asian Travel Chart 2019 Asian Influential Brand Award Ceremony

Asian Carnival Series "Asian Influential Brand Award Ceremony" has set up Hotel Award, Catering Award, Commerce Alliance Asset Award, Hotel Management Award, Culture & Tourism Town Award, B&B Award, Figure Award.

#### (一) 奖项设置

##### 1、酒店奖

亚洲最佳商务酒店  
亚洲最佳会议会展酒店  
亚洲最佳旅游度假酒店  
亚洲最佳旅游目的地酒店  
亚洲最佳亲子酒店  
亚洲最佳网红酒店  
亚洲最佳婚礼酒店  
亚洲最佳绿色酒店  
亚洲最佳节能环保酒店  
亚洲最佳卓越服务酒店  
亚洲最佳智慧酒店  
亚洲最佳精品酒店  
亚洲最佳顶级奢华酒店  
亚洲最具魅力休闲度假酒店  
亚洲文化创新（精品）酒店  
亚洲最佳景观（精品）酒店  
亚洲最佳顶级野奢酒店  
亚洲最佳文化主题酒店  
亚洲最佳艺术主题酒店  
亚洲最佳新锐时尚酒店  
亚洲最具设计美学酒店  
年度最佳新开业酒店  
年度最值得体验新酒店

##### 2、餐饮奖

亚洲餐饮名店白金五星奖  
亚洲十佳餐厅  
亚洲最佳新概念餐厅  
亚洲最佳旅游手信名店

##### 3、产业链奖

亚太酒店协会推荐一站式采购基地  
亚太酒店协会推荐最佳酒店用品城  
亚太酒店协会推荐互联网采购平台  
亚太酒店协会推荐金牌供应商  
亚太酒店协会推荐金牌服务机构  
亚洲最佳酒店建筑设计机构  
亚洲最佳酒店室内设计机构  
年度最佳酒店业合作伙伴  
年度最佳亚洲酒店供应商

##### 4、投资商 / 业主奖

亚洲最佳酒店资产管理公司  
亚洲最佳酒店投资商 / 业主  
亚洲最佳文旅投资商 / 开发商  
亚洲最具投资价值文旅项目  
亚洲最具投资价值旅游目的地（精品旅游线路）  
亚洲最佳投资回报率文旅 / 酒店项目  
亚洲最佳酒店开发项目  
年度最佳酒店并购交易奖  
年度最佳酒店投资奖

##### 5、酒管公司奖 / 品牌奖

亚洲最佳文旅特色小镇运营商 / 管理公司  
亚洲最佳连锁酒店管理集团  
亚洲最佳投资回报率酒店品牌  
亚洲最佳酒店式公寓运营商  
亚洲最具发展潜力中端酒店品牌  
亚洲最具成长性酒店集团  
年度最佳酒店管理公司  
年度最具投资价值酒店品牌  
年度最受投资人青睐酒店品牌

##### 6、文旅小镇奖

亚洲最佳度假文旅小镇  
亚洲最受欢迎文旅小镇  
亚洲最佳风情文旅小镇  
亚洲最佳生态文旅小镇  
亚洲最佳主题文旅小镇  
亚洲最佳景观文旅小镇

##### 7、民宿奖

亚洲最具设计感民宿  
亚洲最佳创意设计民宿  
亚洲醉美生态民宿  
亚洲最受欢迎民宿  
亚洲最佳地方特色民宿  
亚洲最美民宿  
最浪漫民宿  
最佳生活方式住宿品牌  
亚洲最佳精品民宿

##### 8、年度人物奖

亚洲酒店业年度影响力人物  
亚洲酒店业新领军人物  
年度优秀创新人物  
年度优秀酒店业主  
年度优秀酒店总经理  
年度优秀酒店业主代表  
亚洲名厨

## （二）亚洲影响力品牌“宣传资源”套餐

- 1、金钥匙方案
- 2、银钥匙方案

（详情请致电组委会秘书处查询，电话：020-89899000）

## （三）评选流程

### 第一阶段：大数据分析（口碑数据占：60%）

通过抓取携程、美团、同程艺龙、去哪儿、途牛、马蜂窝、缤客、大众点评等 OTA 平台公开数据，以及合作大数据中心、数据研究机构、投诉平台等多方渠道获得客观数据综合得分。

### 第二阶段：专家评审团测评数据（专家数据占：25%）

由国际级注册考评委、机构协会代表、知名媒体记者、商旅人士代表等组成的严选评审团从专业角度出发，根据评审参考维度与标准为进行评分产生候选名单。

### 第三阶段：悦旅达人体验及投票（达人点评占：15%）

由爱旅行、会旅行的《悦旅》特约评论员 - 悦旅达人将以顾客身份对候选名单品牌进行入住或消费体验，并进行投票。

### 第四阶段：统计结果

在整合互联网 OTA 数据的基础上，加设专家评审团与旅行达人评选，最后整理各个版块的数据，计算出加权平均分，进而产生榜单。

### 第五阶段：获奖通知

向入选获奖者发送获奖榜单及颁奖盛典通知。

### 第六阶段：公布榜单

在 2019 亚太酒店与地产合作论坛期间召开“悦旅严选 - 亚洲出行榜新闻发布会”，并举行隆重的“2019 年度亚洲影响力品牌颁奖盛典”，为到场获奖者颁发荣誉证书、奖牌（或奖座）。

### 第七阶段：整合传播

在“中国互联网新闻中心”、“中国网”、“携程网”、中国文旅首席新媒体“悦旅”公众号等媒体发布获奖榜单，并结合相关权威媒体及大众主流媒体，为获奖者进行全国宣传资源整合传播品牌推广，提升品牌影响力，提高品牌知名度和美誉度。



#### (四) 时间安排

统计结果，产生榜单一：2019年8月8日

统计结果，产生榜单二：2019年9月8日

发放入选 / 获奖通知：2019年8月15日起

新闻发布会及颁奖典礼：2019年9月23日

#### (五) 参评联络

详情请登录主办方官网 ([www.chia163.com](http://www.chia163.com)) 了解并下载申报表，《参评及宣传推广方案》请致电组委会秘书处查询 (电话：020-89899000)。

#### (2) Asian Influential Brand “Publicity Resources” Set

1. Golden Key Scheme 2. Silver Key Scheme

#### The Selection Process

Stage1: The Analysis of Big Data (Brand Data 60%)

Research into big data centers, data research institutions, complaint platform, as well as open data through the OTA platforms such as Ctrip, Meituan, Yilong, Qunar, Tuniu, Maotuying, Lvmama, Tongcheng, Binke, and Public Comments so as to give marks.

Stage2: Assessment Data from Experts Jury (Experts Data: 25%)

The list of nominees will be produced by objective assessment from professional institutions, experts, well-known reporters and entrepreneurs.

Stage3: Entrip Talents Experience & Voting (Talents Voting: 15%)

“Entrip Talents” is organized by those who love traveling and big fan of Entrip. Talents, as customers, will vote by having stays in hotels that have been nominated.

Stage4: Rankings

Based on the statistics from OTA, the Chart will be produced once average weighted scores of each session are calculated.

Stage5: Award Notice

Awarding notice will be sent by the organizing committee.

Stage6: Awards Ceremony

The Press Conference of Entrip Yanxuan - 2019 Asian Travel Chart and awards ceremony will both be held in this forum. Related certificates and prize medals will be awarded to winners.

Stage7: Mass Promotion

Final list will be announced on Entrip and other mainstream media, promoting the winners of awards.

#### Key Dates for Application

Rankings & Chart No.1: August 8, 2019

Rankings & Chart No.2: September 8, 2019

Awards Announcement: From August 15, 2019

Press Conference & Awards Ceremony: September 23, 2019

#### Contacts

For more information, please check on our official website:

[www.Chia163.com](http://www.Chia163.com) or call 020-89899000.





## 三届五次理事会会议 商会新成员就职典礼

2018年12月27-28日，以“新时代·新形势·新发展”为主题的全联房地产商会2018年会在北京富力万丽酒店盛大举办，把脉房地产行业现状，探讨行业发展趋势，为行业的创新和转型升级指明方向。

亚太酒店协会、全联房地产商会酒店投资商分会于2019年3月26日顺利举办三届四次理事会会议。

今年9月22日-23日，在2019亚太酒店与地产合作论坛期间，将举行亚太酒店协会、全联房地产商会酒店投资商分会三届五次理事会，并为新会员举行隆重的就职典礼。

全联房地产商会酒店投资商分会为亚太酒店协会团体会员、会长单位，全联房地产商会酒店投资商分会的会长、联席会长、执行会长、副会长享受亚太酒店协会相关待遇、权利与义务，会费只需交纳一次（边），不用重复收取。

### The Fifth Session of the Third Council

#### Inauguration of New Members of the Chamber of Commerce

On December 27-28, 2018, the 2018 Annual Meeting of China Real Estate Chamber of Commerce, with the theme of "New Time, New Situation, New Development", was held in Renaissance Beijing Capital Hotel. In this meeting, topics such as current situation and future development of real estate industry are discussed.

On March 26th, 2019, the 3rd council of fourth was successfully held by CRECC and APHA.

During the 2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum from September 22 to 23, 2019, members of the council will once again gather to hold the the 5th Session of the third Council of Hotel Investors Association of China Real Estate Chamber of Commerce and will hold inauguration for new members.

Hotel Investors Association of China Real Estate Chamber of Commerce is responsible for members and presidents of APHA. Presidents, co-chairs, executive presidents and vice presidents enjoy the benefits, rights and obligations of APHA, with fees charged once only.





# 魅力中国·名流飨宴

CHARMING CHINA CELEBRITY BANQUET

中国·三亚艾迪逊酒店 2019年3月27日

The Sanya HEMTTON, China March 27, 2019

## “广州之夜”主题晚宴

拜会老朋友，结识新朋友。“广州之夜”主题晚宴将为与会者带来味蕾、视觉、听觉全方位共鸣的盛宴。

### “Guangzhou Night” Welcome Banquet

Let's visit old friends and to meet new friends. “Guangzhou Night” Welcome Banquet will bring you a magnificent feast for your palate, wonderful visual and auditory sense.

①		
②	③	④
⑤	⑥	⑦⑧

- ① 2018 “金茂之夜” 主题晚宴
- ② 2017 “鲲鹏之变” 一带一路主题晚宴
- ③④ 部分嘉宾现场合影留念
- ⑤⑥⑦⑧ 主题晚宴节目



①	②
③	④
⑤	⑥ ⑦

①②③④⑤⑥⑦  
主题晚宴现场桌面布置



## 全国工商联房地产商会高尔夫俱乐部邀请赛

全联房地产商会高尔夫俱乐部（简称：全商联高协）是全联房地产商会直属机构，第十一届全国政协副主席、第十届全国工商联主席黄孟复为总顾问，国家体育总局原局长袁伟民等为高级顾问，著名职业球手、资深教练张连伟，原中国国家女子高尔夫球队队长黎佳韵为首席教练，霍英东集团主席霍震霆、富力地产集团董事长张力、恒大集团主席许家印等为名誉主席，全国人大代表、全国工商联副主席、霍英东集团行政总裁霍震寰为全商联高协主席。



①	④
②	⑤
③	⑥
	⑦

- ① 全国政协委员、国际奥委会执委、全商联高协名誉主席、霍英东集团主席霍震霆先生致贺辞
- ② 全国工商联房地产商会副会长、恒大集团董事局副主席兼总裁夏海钧代表商会宣读《关于成立全联房地产商会高尔夫俱乐部的决定》
- ③ 揭牌仪式（左起：中国商业联合会专职副会长刘建沪，霍震霆）
- ④ 时任中国国家女子高尔夫球队队长黎佳韵当选为全商联高协首席教练，发表就职演说
- ⑤ 执委代表建言（霍英东集团董事、副总裁霍启文）
- ⑥ 执委代表建言（时任中国民生银行总行地产金融事业部总裁叶天放）
- ⑦ 执委代表建言（富力集团副总陆毅）

全商联高协至今已在美国、英国、法国、瑞士、意大利、加拿大、迪拜、新加坡、越南、海南、云南、四川、北京、上海、广州、深圳、重庆等国家和地区（城市）举办过会员杯或世界巡回邀请赛。

#### CRECC Golf Club World Tour Invitational Tournament (Guangzhou)

CRECC Golf Club is a national industrial non-profit organization under the direct leadership of China Real Estate Chamber of Commerce (CRECC), formed by Huang Mengfu, vice president of 11th Chinese people's political consultative conference, president of 10th CRECC, Yuan weimin, former director of General Administration of Sport of China, Zhang Lianwei, famous player, senior coach, Li Jiayun, former National Golf Team Captain as chief coaches, Huo zhenting from Hok Ying Tung Group, Zhang li from R&F Group, Xu Jiayin from Evergrande Group as honorary president, CEO of Fok Ying Tung Group Ian Fok as president of CRECC Golf Club.

CRECC Golf Club World Tour Invitational Tournament and Member Cup has now been held in America, Britain, France, Switzerland, Italy, Canada, Dubai, Singapore, Vietnam and China (Hainan, Yunnan, Sichuan, Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Chongqing)





## 聚力“新价值”

重塑产业，抢占下一个制高点  
地产 + 文旅 + 酒店 + 餐饮 + 全产业链供应商、服务商，  
这里有你想要的商机

Creating Cohesion on New Values  
To Reconstruct the Industry, to Arrive at the Next Key Step  
"Real Estate" + "Cultural Tourism" + "Catering Industry" + "Commerce Alliance Asset Chain Supplier & Service  
Provider". Let's expect your business opportunities!

## 2019 中国酒店供给侧交易会（秋季） 精准对接洽谈会

参照“欧盟”、“东盟”等组织的国际惯例，积极响应国家“供给侧改革”，中国酒店供给侧联盟是由全联房地产商会、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、亚太酒店协会、中国饭店业名人俱乐部、中国饭店杂志社支持创办的“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。

中国酒店供给侧联盟成员机构（均为各系列、领域的龙头企业、品牌企业），从项目策划、定位、选址、设计、建设、装修、设备设施、用品用具、日常运营物资等，覆盖全产业链。

联盟成员任期内，成为商会 / 协会推荐服务商、供应商，专业运营公司“全商联（广州）产业链管理有限公司”的服务团队负责对接、协调、帮助促成相关业务，提供顾问服务。本着“共建、共担、共享、诚信”的原则，将资源转化为“生产力”，落地客户对接，促进资源互联最大化、市场占有率最大化、合作效益最大化。

### 投资商数量最多、级别层次最高、精准对接洽谈服务

中国酒店供给侧交易会，是以促成产业供给侧升级为目的的定制型、精品型、专业性展会，参展商为酒店及旅游产业链优秀商家。每年举办两次，分别为每年的春季展会和秋季展会。

根据赞助方案，商会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，直接分管领导、采购总监等），安排“一对一”的交流机会及商机链接。

### 2019 China Hotel Supply-Side Industry Chain Fair (Fall)

#### Business-Opportunity Connecting Meeting

Referring to the international practices of EU and ASEAN, and the promotion of supply-side reform of our nation, China Hotel Investors Supply-Side Industry Chain Fair is founded by various parties, such as China Real Estate Chamber of Commerce, Hotel Investors Association of CRECC, Golf Club CRECC, APHA, China Hotel Industry Celebrity Club and China Hotel. With their efforts, China Hotel Supply-Side Industry Chain Fair becomes a cross-border platform for suppliers and service providers for real estate, cultural tourism, hospitality, catering industry, whole industrial chain.

Members of China Hotel Supply-Side Industry Chain Fair covers the whole industrial chain ranging from project planning positioning, site-selection, research, design, construction, decoration, preparation, opening to operation and maintenance.

During the term of the fair, members will be recommended as service provider and supplier by Chamber of Commerce, professional operation companies, China (Guangzhou) Industry Chain Management Co., Ltd. Based on the principle of “co-construction, sharing, and integrity”, resources are transformed into “productivity”, with customers connected, which maximize resource interconnection, market share and cooperation benefits.

### The Largest Number of Investors, the Highest Level, Targeted Connecting Service

China Hotel Supply-Side Industry Chain Fair is the customized, boutique and professional exhibition that aims to promote the upgrading of the supply side of the industry. Exhibitors are excellent businesses in hospitality and tourism industry chain. It is held twice a year, each year for the spring and autumn exhibitions.



## 如何参会

How Can I Participate  
in the Meeting?

参会的企业或个人可在组委会官网 ([www.chia163.com](http://www.chia163.com)) 进行线上报名、注册；或填写《参会报名表》(见附件)，并通过电子邮件等方式发给组委会秘书处报名；或致电组委会秘书处咨询、报名。

### (一) 标准会议费

2019年8月31日前报名并付款 □人民币0.8万元；□人民币0.3万元(会员价)

2019年9月1日后报名并付款 □人民币1万元；□人民币0.5万元(会员价)

说明：① 全联房地产商会、全联房地产商会酒店投资商分会、中国饭店业名人俱乐部、亚太酒店协会、全商联高协的会员及会员企业代表享受以上会员价；副会长/副主席及以上的主席团成员本人、主办方特邀的贵宾免会议费用。

② 如组团同时报名，同一企业报3人，免1人。

③ 组委会秘书处收到报名表格后，会及时向参会代表发出付款通知，说明有关付款详情和方式。

### (二) 注册取消及退款

1. 会议费用包括日程安排表列明的活动内容及用餐、茶歇，和一份完整的活动相关资料(不含住宿费)。

2. 取消政策：于2019年9月1日前取消本次会议注册须承担60%费用(含会议费及房费)，9月1日及之后取消须承担全部费用。

3. 登记的参会者可换代表参加，但须至少在会议前3天通知组委会，以便安排。

4. 已付费但未能参会者(亦未派代表参加)，在会后30天内将收到全套会议资料。

Those companies or people who would like to join can open [www.chia163.com](http://www.chia163.com) to register and apply for it. You can also fill the form of Participation Form (see attachment) and send it by e-mail to the Secretary of the Organization Committee. You are also welcome to call us anytime.

### Participation in 2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum

1. Attendance Fees: ▪ Apply and pay before Aug. 31, 2019, RMB 8000yuan; RMB 3000 yuan (Member Price)

▪ Apply and pay after Sept. 1, 2019, RMB 10000 yuan; RMB 5000 yuan (Member Price)

Note: (1) Member Price can be only enjoyed by members of CRECC, Hotel Investors Association of CRECC, China Hotel Industry Celebrity Club, Asia Pacific Hotel Association, APHA and CRECC Golf Club. Conference fee is free for members of the presidium, including vice presidents, vice chairmen, executive committee members and guests invited by sponsors.

(2) Group application consisting of three or above can reduce conference fee for one man.

(3) Organizer will inform participants of relevant payment details.

2. Cancellation and Refund: (1) Meeting charges include fees of dining, tea break and related materials of the meeting (Excluding Accommodation).

(2) Cancellation Policy: 60% of the total charges should be paid if canceled before Sept.1, 2019, full charges paid after this date.

(3) Participant change is permissible with a prior notice at least a week before the meeting.

(4) Meeting materials shall be sent within 30 days to whom cannot participate but have paid.





2019 中国酒店供给侧交易会(秋季)与亚太酒店与地产合作论坛 2019 年会, 亚太酒店协会、全国工商联酒店投资商会三届五次理事会会议 / 商会新成员就职典礼同期举行, 参展企业为定向邀约, 要求为中国酒店供给侧联盟成员机构及主办方特邀商家(展位有限, 仅邀各系列、领域的品牌企业、龙头企业), 从文旅地产及酒店项目的策划、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。

#### 1. 日期及地点:

日期: 2019 年 9 月 22-23 日

地点: 广州保利洲际酒店

#### 2. 展示时间:

2019 年 9 月 22 日 12:00-20:00

2019 年 9 月 23 日 08:30-18:00

#### 3. 展位规格配置及收费标准

(1) 特装展位: 指定区域展位面积, 展位费人民币 3000 元 /m<sup>2</sup>, 15m<sup>2</sup> 起, 参展企业自行搭建, 要求按大会统一风格, 赠送: 会刊内页广告 1P、3 个参会名额。

(2) 精装展位套餐: 展位及搭建费人民币 38000 元 / 个展位, 包括以下服务内容:

① 主办方统一搭建好精装形象展位(木结构)一个;

② 主办方将为参展企业提供现场商务对接服务, 协助引荐精准目标客户 2-3 家;

③ 获本盛会《会刊》广告版面 1P;

④ 获 3 个出席本盛会的正式参会代表名额;

⑤ 获邀出席“广州之夜”主题晚宴(享 1 张入场券), 在地产、酒店及旅游业的显赫人脉圈中, 进行深度社交, 培育商机, 促进合作。

#### 4. 展位确认及参展手续办理

参展企业按展览要求履行以下手续后即可确认展位。展位分配按“先预订交费, 先确认落实”的原则, 有特殊参展要求可另行商谈解决。

(1) 联系组委会秘书处 / 会务组预订展位;

(2) 参展单位填写《参展确认表》(见附件), 加盖公章后, 连同营业执照等相关证件照的复印件(加盖公章), 通过邮件、邮寄等方式发给组委会秘书处 / 会务组;

(3) 待组委会秘书处 / 会务组确认审核后, 支付参展费用;

(4) 正式参展。

### Participation in 2019 China Cultural Tourism Supply-Side Industry Chain Fair (Autumn) Along with 2019 Asia-Pacific Hotels Cooperation Forum, 2019 China Cultural

Tourism Supply-Side Industry Chain Fair (Autumn) is open to directional invited participants, who are required to be members of China Hotel Investors Supply-Side Industry Chain Alliance and special invited participants, and also be leading enterprises in hotel industry. It involves developers, operators, service providers and suppliers of cultural tourism real estate and hotel projects, ranging from project planning, positioning, site-selection, research, design, construction, decoration, preparation, opening to operation and maintenance etc.

1. Date: September 22-23, 2019

Address: Intercontinental Guangzhou Exhibition Center

#### 2. Schedule

(1) September 22, 12:00 - 20:00

(2) September 23, 08:30-18:00

#### 3. Booth Specification & Charge

(1) Special booth: designated area, space (above 15 square meters), set up by exhibitors, required unified style, attached present (a page of advertisement on our journal of the association)

(2) Refined booth: rent & set-up fee: RMB38,000yuan, including service as:

1. A wooden booth by host

2. One-on-one service will be provided, and assistance for recommending 2-3 target customers

3. One page of advertisement of our journal of the association

4. 3 members to join the meeting

5. One admission ticket for "Guangzhou Night"

#### 4. Procedures

Reserve a booth → Fill in the Participation Confirmation Form (contract) → Pay the fees → Receive official confirmation for participation

**赞助支持**

Sponsorship Opportunities

以 2019 亚太酒店与地产合作论坛作为合作的契机与切入点，展开在亚太地区酒店及旅游业“全产业链”的五大精准对接服务，携手共进、共赢！

**(一) 全程战略合作伙伴 (特别定制)**

**(二) 高级合作伙伴 (特别定制)**

- 1、特别定制专场
- 2、G100 主席团联席会议及会长家宴特约冠名
- 3、亚洲嘉年华系列 - 主题欢迎晚宴特约冠名
- 4、亚洲嘉年华系列 - 2019 年度亚洲影响力品牌颁奖盛典冠名
- 5、午宴特约冠名
- 6、商会唯一推荐供应商 / 服务商 (每系列限一家，排他性)

**(三) 合作伙伴**

**1、商会推荐供应商 / 服务商 (特别定制)**

**2、钻石赞助商 (9.8 万)**

特约：各领袖圆桌峰会、专业论坛  
茶歇特约专场 (两次)

**3、白金赞助商 (6.8 万)**

会议资料袋赞助商  
胸牌及挂绳赞助商  
拍照展板赞助商  
房卡套赞助商  
矿泉水赞助商  
话筒 LOGO 套赞助商  
会场小礼品赞助商  
会场指示牌赞助商  
茶几及沙发靠垫赞助商

**4、黄金赞助商 (3.8 万)**

2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum is a great opportunity to develop whole-industrial-chain cooperation with companies from real estate, tourism, hospitality and catering industries in Asia-Pacific region.

**1. Whole Strategic Partner (Chief Partners)**

**2. Senior Partners**

- (1) Special Session
- (2) G100 Presidium Meeting and Banquet
- (3) Asian Carnival Serial - Theme Welcome Banquet
- (4) Asian Carnival Serial - 2019 Asian Influential Brand Awards Ceremony
- (5) Luncheon
- (6) Only recommended suppliers/service providers by Hotel Investors Association of CRECC, and each serial is limited to only one company every year.

**3. Partners**

- (1) Supplier / Service Providers Recommended by Chamber

**(2) Diamond Sponsor (RMB98,000)**

Special Session: Round Table Summit and Professional Forum  
Tea Break Session Twice

**(3) Platinum Sponsor (RMB68,000)**

File Bag Sponsor  
Badge and Straps Sponsor  
Photo Display Board Sponsor  
Room Card Cover Sponsor  
Mineral Water Sponsor  
Speaker Logo Cover Sponsor  
Little Gift Sponsor  
Indicator Sponsor  
Tea Table and Sofa Cushion Sponsor

**(4) Gold Sponsor (RMB38,000)**





## 加入商会 / 协会 / 联盟

获准入会后按入会级别及《章程》约定标准缴纳入会费；首次参加商会 / 协会主办的活动（受勋仪式），免会务费；副会长、副主席及以上，任期内出席商会在国内举办的相关活动均免会务费。

### 会费标准：

- 会长（20 万元 / 年）
- 联席会长、监事长（5 万元 / 年）
- 副会长（3 万元 / 年）
- 常务理事、副监事长（2 万元 / 年）
- 理事（1 万元 / 年）
- 会员（0.5 万元 / 年）
- 业主代表联谊会成员（0.1 万元 / 年）
- 总经理联谊会成员（0.1 万元 / 年）

### How to Become Members of Chamber/Association/Alliance

#### Brief Introduction of APHA

After being admitted to the council, the membership fee shall be paid according to the membership level and the standards stipulated in the "Articles of Association". The first time to participate in the activities hosted by the Chamber of Commerce/Association (the ceremony), you will enjoy exemption from membership fees;

Vice President/ Vice-Chairman and above, will be free to join the relevant activities held at the Chamber of Commerce in China during the term of office.





## 中国酒店供给侧联盟简介

参照“欧盟”、“东盟”等组织的国际惯例，积极响应国家“供给侧改革”，中国酒店供给侧联盟是由亚太酒店协会、全联房地产商会（全国工商联房地产商会）、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、中国饭店杂志社支持创办的“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。

中国酒店供给侧联盟成员机构（均为各系列、领域的龙头企业、品牌企业），从项目策划、定位、选址、设计、建设、装修、设备设施、用品用具、日常运营物资等，覆盖全产业链。

联盟成员任期内，成为协会推荐服务商/供应商，协会旗下专业运营公司“全商联（广州）产业链管理有限公司”的专职服务团队负责对接、协调、帮助促成相关业务，提供居间、顾问服务（详见《顾问服务协议》）。本着“共建、共担、共享、诚信”的原则，将资源转化为“生产力”，落地客户对接，促进资源互联最大化、市场占有率最大化、合作效益最大化。

### 会费标准：

各委员会主席 / 轮值主席（6.8 万元 / 年）

各委员会副主席（3.8 万元 / 年）

各委员会常务理事（1.8 万元 / 年）

各委员会理事（0.8 万元 / 年）

### China Hotel Investors Supply-Side Industry Chain Fair

China Hotel Investors Supply-Side Industry Chain Fair is founded by various parties, including China Real Estate Chamber of Commerce, Hotel Investors Association of CRECC, CRECC Golf Club, APHA, China Hotel Industry Celebrity Club, China Hotel. With their efforts, China Hotel Investors Supply-Side Industry Chain Fair becomes a cross-border platform for suppliers and service providers for real estate, cultural tourism, hospitality, catering industry, whole industrial chain. Members of China Hotel Investors Supply-Side Industry Chain Fair covers the whole industrial chain ranging from project planning positioning, site-selection, research, design, construction, decoration, preparation, opening to operation and maintenance.

### Membership Fee:

President of Any Committee / Rotating President (RMB 68,000 / year)

Vice President of Any Committee (RMB 38,000 / year)

Any Executive Director (RMB 18,000 / year)

Any Director (RMB 8,000 / year)





## 全联房地产商会高尔夫俱乐部简介

全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多家为主板上市公司，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。

全联房地产商会高尔夫俱乐部（简称：全商联高协）是全联房地产商会直属机构，成立于2015年3月26日，全国人大代表、全国工商联副主席、霍英东集团行政总裁霍震寰为全商联高协主席。

### 会费标准：

名誉主席（一次性赞助20万元起，永久会籍）  
主席/联席主席（10万元/年）  
常务副主席（5万元/年）  
副主席（3万元/年）  
白金会员（1万元/年）  
会员（0.5万元/年）

### Membership Fee:

Honorary President (Sponsorship Fee over 200,000, Membership Forever)  
President/ Joint President (100,000/year)  
Executive Vice President (50,000/year)  
Vice President (30,000/year)  
Platinum Member (10,000/year)  
Member (5,000/year)

### China Real Estate Chamber of Commerce Golf Club

Established by the State Council and officially registered with the Ministry of Civil Affairs, China Real Estate Chamber of Commerce was founded on December 12, 2001. It has more than 6,000 member companies, of which over 890 are listed companies, mainly including real estate developers, cultural tourism complex investors, hotel investors and related industrial chain. CRECC Golf Club, affiliated to China Real Estate Chamber of Commerce, was established on March 26, 2015. Ian Fok, executive president of Fok Ying Group, deputy to the NPC, vice chairman of CFIC, was elected to be the first president of CRECC.



## 协会《简介及通讯录》广告

为方便对外交流联络，促进合作，应大部分会员企业的要求，亚太酒店协会、全联房地产商会酒店投资商分会，及关联机构（中国饭店业名人俱乐部、全联房地产商会高尔夫俱乐部、中国酒店供给侧联盟等）的《简介及通讯录》将于近期编辑出版，协会会员及产业链联盟成员入编通讯录免费，如需刊登广告版面享受特别优惠价。

特增设协会【推荐品牌】企业形象广告版面，以促进“资源互联最大化、市场占有率最大化、合作效益最大化”。欢迎各企业选择在《通讯录》刊登企业形象广告，平台决定视野，人脉圈决定商圈，资源成就伟业！

### （一）版面规划

协会《简介及通讯录 - 第一卷》（精装版）共约 500 页（P），第一次印发 10000 册，每家会员企业一册。入编的广大会员企业均有互相合作的可能，该通讯录亦将会被大家反复使用、多年使用，具有一定的精准品牌传播及商务对接价值。

### （二）广告版面要求

广告版面成品尺寸为：宽 211mm X 高 266mm（四边已含 3mm 裁切位），CMYK 四色，精度：300dpi，格式 JPG/PDF。

### （三）广告费用

协会《简介及通讯录》刊登广告费用，全国统一刊例价为：每版（P）人民币贰万元（¥20000.00 元）；会员及产业链联盟成员享受特别优惠价为：每版（P）人民币壹万元（¥10000.00 元）。

## Association Brief Introduction & Address Advertisement

In order to facilitate external exchanges and promote cooperation, at the request of most member companies, the "Brief Introduction and Address Book" including APHA, Hotel Investors Association of CRECC, and directly affiliated institutions (China Hotel Industry Celebrity Club, CRECC Golf Club, China Hotel Supplier Alliance, Regional Committee) will be edited and published in the near future. Members of the association and members of the industry chain will be included in the newsletter for free. If you need to advertise the layout, you will enjoy special discount prices.

Specially established association has designed [recommended brand] corporate image advertising layout to promote "maximization of resource interconnection, maximization of market share, maximization of cooperation benefits." All enterprises are welcome to choose to publish corporate image advertisements in the "Contacts". The platform determines the vision, the circle of people determines the business circle, and the resources make great achievements!

### (1) Layout Planning

The Association "Introduction and Address Book - Volume I" (Hardcover Edition) has a total of about 500 pages (P); the first printing and distribution will be 10,000 copies, one for each member company. The majority of member companies that have been compiled have the possibility of cooperation. The address book will also be used repeatedly by everyone and used for many years. It has certain precision brand communication and business docking value.

### (2) Advertising Layout Requirements

The size of the finished layout is: Width 211 mm x Height 266mm (four sides have 3mm cutting position), CMYK four colors, accuracy: 300dpi, format JPG/PDF.

### (3) The Association's "Introduction and Address Book" Publishing Advertising Fees

The national unified publication price is: RMB 20,000 per page.

Members and industry chain members enjoy special preferential price: each edition RMB 10,000.00 per page.



## 2019 亚太酒店与地产合作论坛

2019 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Forum

# 崛起与腾飞，亚洲新势力

The Rising of Asian New Power

中国·广州保利洲际酒店 2019年9月22-23日

InterContinental Guangzhou Exhibition Center, China September 22-23, 2019



添加中国文旅首席新媒体——悦旅公众号  
获取本盛会最新资讯  
全球同步观看、参与现场微信视频直播  
悦心之旅，此刻出发



获取更多协会资讯  
敬请关注亚太酒店协会官方服务号  
官方网站 Official Website: [www.hotels263.com](http://www.hotels263.com)

尊享热线 Hotline: (+86 20)89899000

# PROVINS, FRANCE 11TH-13TH CENTURY, OLD TOWN, FINE CHAMPAIGN

## 法国普罗万

### 走进 11~13 世纪，繁华四射、香槟四溢的古镇

■ 编辑 / 林欣 Edited by Iliana

大家都知道巴黎是法国的艺术之都，欧洲的文化摇篮。尽管和巴黎只有 80 公里之隔，但是普罗万的名气却远远不如法国首都巴黎。在这里，凝结着旧日欧洲大地的商贸经济的辉煌和商贸文明的智慧结晶。

在 10-13 世纪这 300 年左右的时间，法国普罗万，香槟地区的一部分，一直作为欧洲的一个重要的商业枢纽，连接法国北部、南部和东部。在很长的一段历史时期内，这里贸易极其繁盛，羊毛、布匹、粮食以及各种商品的交易都在这里集市进行。欧洲人用北欧的布匹去换取地中海港口的香料和染料，而教会也会购入从非洲进口而来的象牙、珠宝、木材和石料等等作为教堂装饰的原料。

No one does not know Paris, the art capital of France and the cultural cradle of Europe. Although Provins is only 80 kilometers away from Paris, it is much less famous than the capital Paris. Here conserves the previous crystallization of business glory and the trading civilization.

During these three-hundred years, Provins, a part of Region Champaign, was playing an important part as a significant trading junction connecting the north, south, east part of France. Within a long time, wool, cloth, food, and other goods are exchanging in bazaars here. European use North European's cloth to exchange dyestuff and spices. And church usually purchased ivory, jewelry, wood and building stones as raw materials to decorate the church.

#### 朝露·晚霞 定格

约公元 802 年，首批军事建筑在普罗万建起，雄伟的城墙绵延起伏。自公元 1000 年起，普罗万成为了重要的“市集通道”，连接北海港口和地中海港口。前者主要负责北欧和东欧贸易，后者则与拜占庭、非洲、东方有着密切的往来。这样的盛况一直延续到欧洲商路改到阿尔卑斯山口，重要港口改到直布罗陀海峡为止。

据说，普罗万这边土地孕育出了现代国际贸易的雏形。为了维持集市秩序、保护商人安全、解决纠纷，他们还设立了专门的法庭，解决争端和诉讼，甚至派人全欧洲捉拿罪犯。由于商人的权益被得到充分的保护，因此吸引了众多商人来此交易买卖，普罗万甚是繁荣，当时还拥有普罗万便士，这种特殊货币甚至得到了国王的认可。

在蒂博四世公爵的带领下，香槟地区迎来了它历史上的盛世。每年的香槟酒展览会是整个西部最为重要的活动，酒商们和爱酒人士、各界名流纷纷赶来集市举杯欢庆，作为香槟的重要贸易地，直到如今，普罗万在世界上的地位也无法撼动。





### 历史·现代 穿梭

想要体验中世纪的文化活动，那么普罗万必定是你不容错过的旅行目的地。由于后面贸易中心的转移，普罗万避免的现代的工业化和城镇化，因此它还保留着最原始的建筑。

来到普罗万，放眼望去尽是绵延的城墙，城墙下传来古罗马要塞废墟的一声声回荡的悲鸣。悠闲地转悠几圈，才发现这隐没于现代、古香古色的小镇，各个小巷的地名里在暗暗地讲述着过去的辉煌。小小的路标上写着旧货街、马市街、牧草小道、洗染小道、德国人街、荷兰街等等，无不让人在脑海中勾勒各国商人不远万里来到这儿、用手脚比划着交流、寻找合适商机买卖的画面。

不妨来这里和当地人一起分享丰收的喜悦。在丰收节上，当地的民众会带着自己心爱的牧羊犬游街，还有“不知道方向”的大胖鹅，侯在笼子里四处张望的小白兔，配合着街头的音乐秀、法国民谣还有爵士流行乐，大家不禁手舞足蹈起来，为丰收而欢呼、为丰收而喜悦。

除了丰收节外，最为令人期待的便是中世纪节了。每到这个喜庆的节日，杂技演员、音乐家、杂耍和舞蹈家便聚集在这里，还有从12、13世纪穿梭到现代的吟游诗人、民谣歌手吟诵着古老的诗篇、唱着古老的旋律。在游玩之余还能走进生灵活现的博物馆呢！这里有中世纪的武器介绍，还有模拟战俘营的射箭活动，为儿童准备的迷你比赛、击剑和马术比赛，还有中世纪美食作坊和手工艺术，大家都玩得不亦乐乎。





### 凯撒大酒店 Le Cesar Hotel

凯撒大酒店和小镇的古风相比，充满了现代感。酒店内墙壁挂满了各种中世纪风格的壁画，和现代的摆设形成强烈的冲击感。据说酒店的前身是一个邮局，后改为酒店。它的位置非常方便，位于市中心，因此乘车回到巴黎或者附近的购物都非常方便。你也可以感受从小镇现代化的中心一直沿路走向满满古风的古镇的变化感。

站在房间内，你还可以眺望凯撒塔的风景。凯撒塔是12世纪的城堡主楼，位于塞纳马恩省普罗万上城的山顶，也是唯一的八角底座主楼。它身上印满了沧桑的痕迹，曾用作监狱，被英国占领，是普罗万有名的法兰西历史古迹。

不妨在古镇绕累了，回到这，在夕阳西下，落幕余晖染上你的小脚丫时，举起香槟杯，来和这悠久沉淀的历史干一杯。



Provins is a commune in the Seine-et-Marne department in the Île-de-France region in north-central France. In about 802 AD, the first military buildings were built here, and the majestic walls were undulating. Since 1000 AD, Provins has become an important "market junction" connecting North Sea ports and Mediterranean ports. The former is mainly connecting trade in Northern Europe and Eastern Europe, while the latter is closely related to Byzantium, Africa and the East. This kind of occasion continued until the European trade route was changed to the Alps, and the important port was transferred to the Strait of Gibraltar.

Join the festival here in Provins! Various animations are provided to visitors: tractors and old vehicles parade, old-style threshing, draft horses and wheat carts, street music, brass bands, wind sections, French and world music, barrel organ, jazz music, drums, artisanal and local products discoveries, ancient tools exhibitions.

If you are planning to go to Provins, you can have a good stay in 4-star hotel le cesar hotel. This "Design" Hotel is ideally situated in the heart of this Middle Ages City, opposite the Sainte-Croix Church, within easy walking distance of the railway station, near to many restaurants, shopping streets, the market, the Rose garden and the aquatic Center. The hotel with 27 rooms is completely air conditioned, non smoking area, equipped with free Wifi access in the whole hotel, and has a private parking secured by digicode. This exceptional place has been decorated by Laurent Mougoust, you can admire his modern elegance and how he hearkens back to the Middle Ages as well as the originality and quality of the materials he uses. You can appreciate the green wall. From your windows you can admire the details of the 12 century Sainte Croix Church or observe the City dominated by the Cesar's Tower and The Sainte-Quiriace Church, two glorious views you will remember for a long time. ☑

# ORIENTAL APPEAL, ORIGINALITY ATTAINMENTS

## 东方意蕴 匠心造艺

■ 撰写 / 陈丽媛 Written by Misa

酒店作为一个商旅休息和宴会场所，需要给住客一种愉悦之感，让住客感受她独特的魅力。由此一来，酒店的设计就显得尤为重要，如果将现代不锈钢和东方意蕴的完美融合，那会是一番什么景象？是在灯光下闪烁着动人的光、是璀璨、奢华、还是美轮美奂。

不锈钢与酒店东方意蕴完美交融，简洁而肃敬，优雅而高贵。它凝聚了中国元素，它将中国元素妆点得如此迷人。

Hotel is a place for business travel and banquets, pleasure and special glamour are required by their lodgers. In this way, the design of hotel becomes important. What will we make if we try to combine stainless steel and oriental appeal? It's the glittering light, or the luxury or something else gorgeous.



### 无锡融创万达文华酒店 把文化融入设计

酒店设计以温润灵动的江南水乡为背景，以厚重的吴文化为底蕴，江南诗性文化为主题的设计，充分体现了万达文华“韵如是、心境自开”的品牌理念。

酒店大堂将中国传统文化，对“天人合一”的意境诉求，融汇于现代生活情境，保留了传统中式风格含蓄秀美的设计精髓。

穿过走廊，呈现现代、简约、秀逸的空间，使环境和心灵都达到灵与静的唯美境界，迸发出更多可能性的联想。直接而干练的线条，自由放松的尺度，是对空间最贴切的诠释。酒店泳池空间设计，将不锈钢质感的材质加以金属铜色的点缀，让空间在质朴雅致的意境中，份外地提炼出一丝丝的当代气质与空间契合，不温不燥、不多不少、恰当刚好。



### Wanda Vista Wuxi Integration of Culture and Design

The design here uses Yangtze River Delta as the background, adding Wu Culture as connotation, Jiangnan's gentle culture as theme, revealing the brand concept of "oriental appeal".

The lobby is appealing Chinese traditional theory that man is an integral part of nature, combing modern scenes while keeping Chinese implicit elements.



## 张家口容辰华邑酒店 复古设计 低调奢华

来到张家口容辰华邑，像是翻开了一本浓厚东方气息的书籍，不锈钢艺术家以匠心造就工艺，将金属的各种风格展现得淋漓尽致。酒店花园大堂，尽展“塞外山城”的独特魅力。酒店设计用现代的审美和不锈钢工艺展现出来，以“中西合璧、古今交融”的方式加以渲染，透露出浓郁的东方情怀。

茶道是东方文化和人文精神的精粹，是古老的中华文明留下的宝贵财富。茶室仿铜色不锈钢屏风，尽显东方古典韵味。餐厅里金属与灯光的设计结合，融合当地的文化特色，诠释着华邑独有的人文情怀。

## HuaLuxe Hotels and Resorts Zhangjiakou Vintage Style, Modest Luxury

Arriving at HuaLuxe here, just like opening a book full of oriental appeal. Stainless steel "painters" have used all kinds materials to accomplish an astonishing world.



### 杭州临安万豪酒店 细腻精致 独具风采

杭州临安万豪酒店坐落于中国森林硅谷——杭州青山湖科技城。在这里，执手可撷青山湖畔之灵韵，闲庭信步，狮山公园豁然开朗，尽显眼前。

步入酒店大堂，香槟金不锈钢弧形艺术屏风映入眼帘，风格华美大气，局部彩色蚀刻，细腻精致，独具风采。不锈钢的刚毅与自然的柔美气息，交相辉映，带来了独特多元的感官享受与雅致的文化体验。刚中带柔的特质，演绎着全新空间层次的精美舒适，营造出繁华都市中的偏安一隅。

中餐厅不锈钢屏风摒弃了复杂的造型，采用简单的材质，通过金属的线面组合，突出了空间特有的简奢气质、气派超然，构成一幅幅如痴如醉的风景画。近3米长拉丝仿古铜色不锈钢拉手，给大门添加一丝庄严和霸气，简单而不失尊贵。

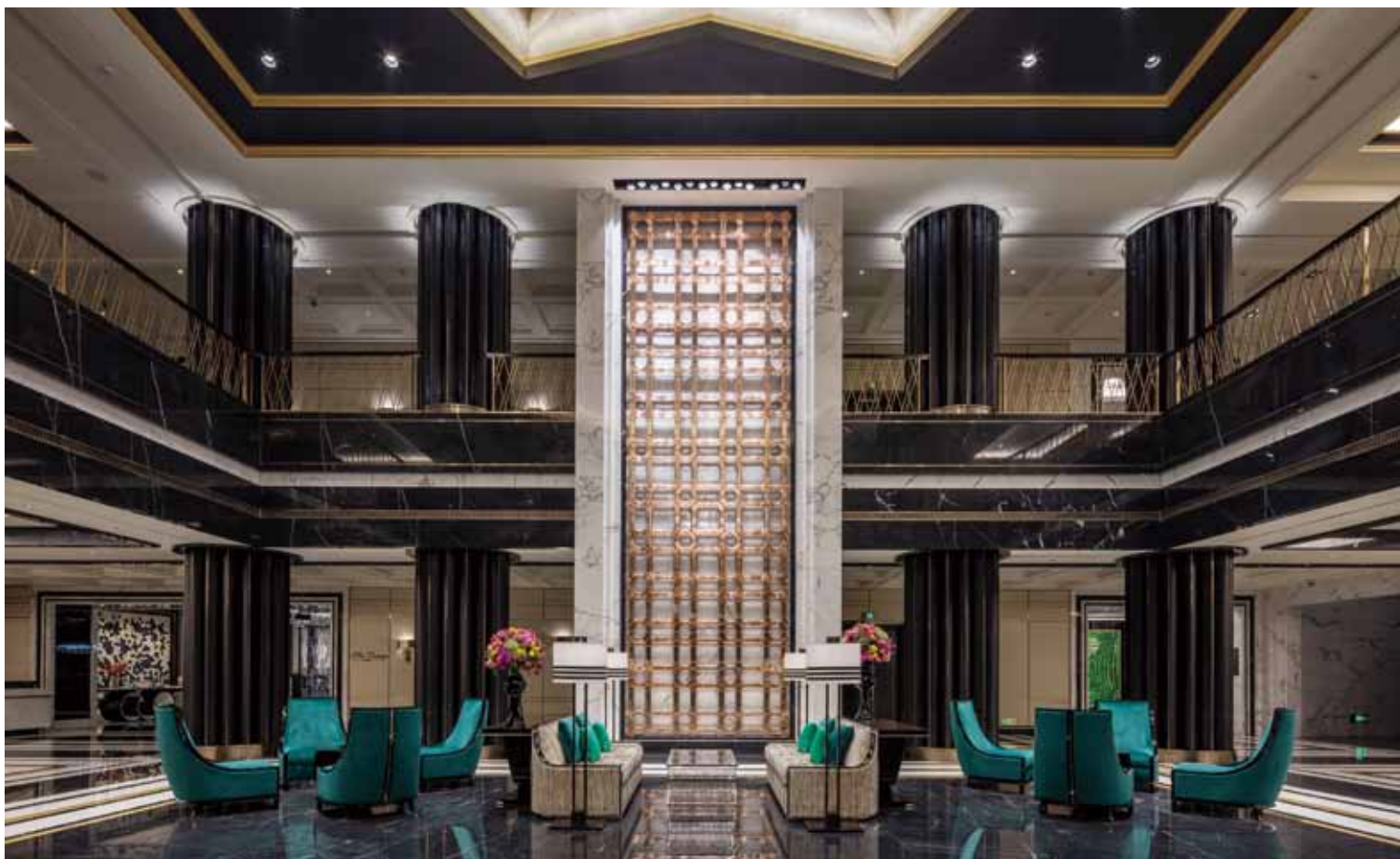
酒店现代奢华的设计风格，静谧怡人的地理环境，结合古色古香的不锈钢艺术屏风，气派典雅，舒适自然，每个细节都彰显上海银汀的技术与品质，为每位宾客造就诚挚贴心的不锈钢视觉盛宴。

### Hangzhou Marriott Hotel Lin'an Exquisite and Unique

Located in the "Silicon Valley" – Hangzhou Qingshan Lake Technology Town in China, with the lake, the nature, everything is so great!

The moment you step on the lobby, you will be astonished by the arc screen, noble and elegant, bringing sensuous refinement and unique culture experience. Every detail shows the quality and skills of Shanghai Yinting. Blue and green belong to cold tone, but when they meet white and gray, the harmony between colors brings temperature into cold house for making guests have a relaxing and joyful leisure time.





**上海苏宁宝丽嘉酒店  
中西合璧 别具一格**

上海苏宁宝丽嘉酒店是继美国拉斯维加斯宝丽嘉酒店之后，北美之外的全球首个宝丽嘉品牌酒店项目。宝丽嘉品牌源自意大利哲学——“美丽印象”，代表着一种集意式美学、国际风范、及优雅品味为一体的雅致生活。酒店每个区域的衔接流畅、雅致，于布局中体现经典，于细节处彰显时尚。

步入大堂，弧形不锈钢旋转楼梯简约时尚，与艺术吊灯、水晶装饰相映成趣。大堂整体色调选用了米白色与黑色，对比强烈，个性时尚。意大利巴洛克式与外滩新古典主义风格相融合。酒店内部每个区域亲切感与私密性并存，在建筑上巧妙表达“欢迎光临”的情感。

**Bellagio Shanghai  
Eastern and Western Mixed Style**

Bellagio Shanghai is the world's first Bellagio brand hotel project outside North America after the Bellagio Hotel in Las Vegas, USA. The Bellagio brand is derived from Italian philosophy “beautiful impression”, which represents an elegant life that combines Italian aesthetics, international style and elegant taste. The connection between each area of the hotel is smooth and elegant, reflecting the classics in the layout and highlighting the fashion in the details.

The overall color of the lobby is beige and black, which is contrasting and stylish. The Italian Baroque blends with the neoclassical style of the Bund of Shanghai. The intimacy and privacy of each area in the hotel coexist, and the emotion of “welcome” is cleverly expressed in the building.



不锈钢艺术家银汀

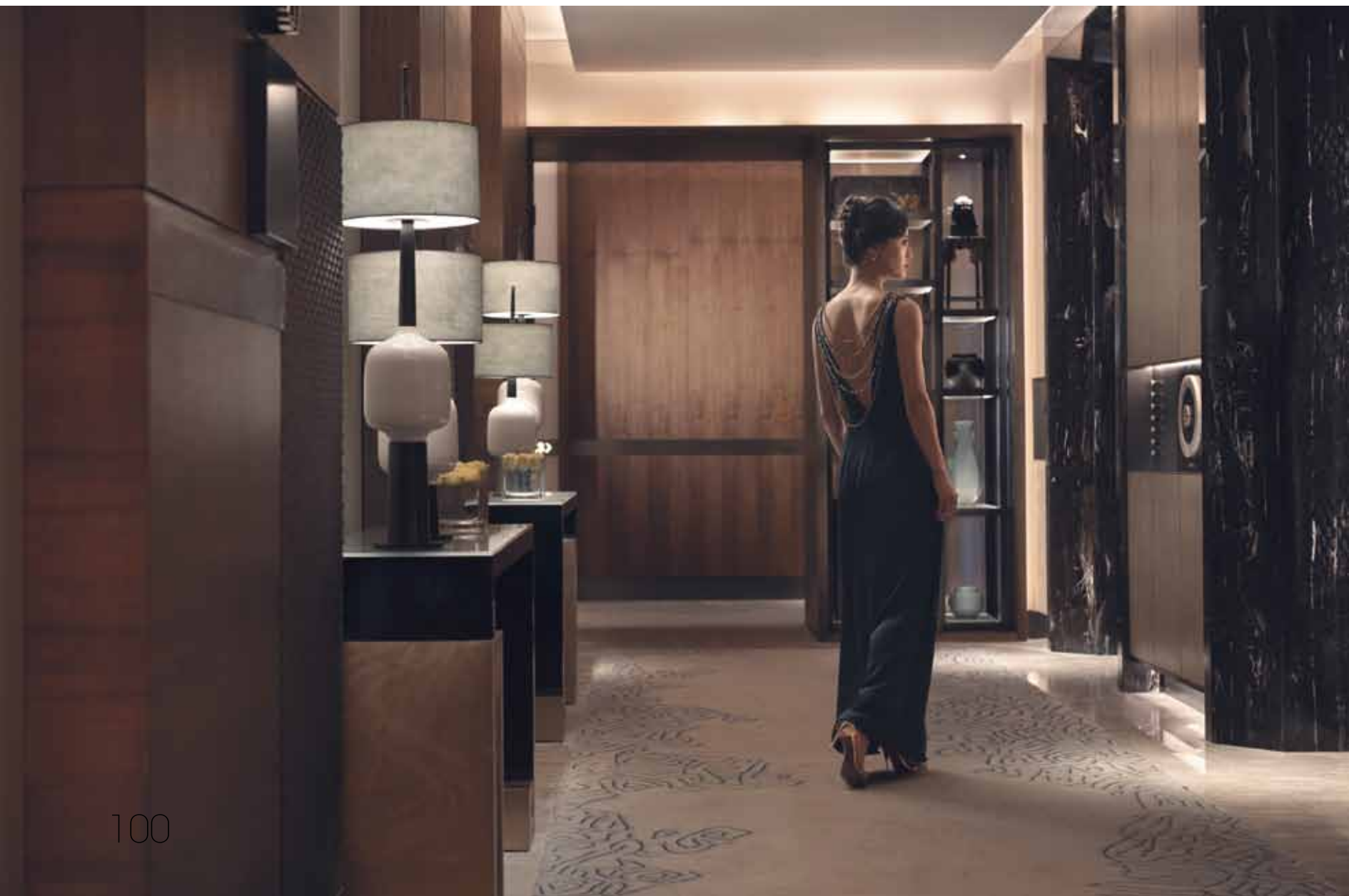
# RAFFLES SHENZHEN A PARADISE BESIDE THE REVERSIDE

## 深圳鹏瑞莱佛士酒店 海湾之畔 避世之所



深圳鹏瑞莱佛士酒店雄踞于深圳湾 1 号最高塔楼，设有 168 间超大空间的奢华客房和套房，建筑风格现代时尚，配有高端待客设施。作为深圳璀璨夺目的全新地标，深圳鹏瑞莱佛士酒店将为深圳的奢华酒店服务推向更高的水准，不仅拥有得天独厚的位置优势，也是闹中取静的一处避世谧境。

在酒店客房和餐厅可饱览深圳湾海景和香港丽影，充足的自然采光和精心打造的室内设计为宾客营造出真正迷人的下榻体验。秉承莱佛士品牌 131 年的传统，富有盛誉的莱佛士私人管家将为每一位宾客带来热情、细致和个性化的服务。



特别鸣谢：  
经典香氛专属品牌  
Air/Aroma®  
空间香氛  
www.air-aroma.cn

### 专属香型 Scent

深圳莱佛士酒店为旅客研制了清新淡雅的花味香型。前调加入佛手柑、柠檬和新鲜的柠檬草，感受点滴之间清新、甜腻的夏季温度；中调转为茉莉、紫罗兰叶及黄兰花，温柔雅致，去除盛夏时节的烦闷；以沉郁的木香、百里香、愈创木与雪松收尾，清甜有余，冷冽不减。



### 尽享美食之旅

酒店设有六间精致美食餐厅和酒吧，并提供客房内用餐服务，能够满足每一位宾客的味蕾需求。

“瑞廊”—— 供应精选有机茶、烘焙咖啡、轻怡小食、世界各地精选葡萄酒和经典鸡尾酒。

“星空坊”—— 供应丰富多样的中西式国际美食，主理中西式风味早餐、亚洲特色午餐和琳琅满目的海鲜晚餐为亮点。

“长廊酒吧”—— 在这里感受绝妙的现场音乐、文化韵味和调酒艺术，尽享美味轻食、精美诱人的风味小吃、经典英式下午茶，以及融合当地特色风味的创意鸡尾酒。

“此间”—— 一家优雅精美的日式餐厅，供应精致的怀石料理、铁板和牛、寿司、刺身等日式美馔，所有菜品均采用新鲜食材，由来自北海道的日本主厨山田尚久先生采用纯正的日式烹饪技法，原汁原味地呈现。

“云璟”—— 供应当地新鲜食材制作而成的传统粤式点心和保留传统粤菜精华的创新菜肴。

“莱佛士西点”—— 供应琳琅满目的艺术美味西点，包括艺术风雅蛋糕、新鲜现烤面包、高雅法式创意甜点、特色单品咖啡、有机茶、健康果蔬汁、此间和云璟餐厅招牌甜品。

# CHALI EMPOWERING HOTEL NEW RETAIL

## CHALI 茶里：赋能酒店新零售

■ 编辑 / 伍锦琛 Edited by Annabelle

### 茶余念起，不问归期

自神农“尝百草，日遇七十二毒，得茶而解之”，承载着中华文明的茶叶跨越了千载变幻，从拂过鼻息、捻于指尖的生叶，到弥漫在古色古香里的茶盏生香，再演变成能够随时随地冲泡的袋泡茶。旅途中的一壶热茶能除去辗转云端的疲劳，唤起奔波千里的思念，枕边腾起的茶香雾气，沉浸在安睡宁静的暖意里，给每一次身处异乡的入眠带去一片惬意，为千万个“在路上”的忙碌者传递一份家的回温。

如今，茶叶不再只是茶馆的专属，而逐渐成为了当代消费者的必需品。袋泡茶也不仅仅存在于背包的一隅，而占据着越来越多的生活空间，从家中的储物箱、公司的办公桌、到旅途中床边的一处惊喜……茶叶的口味和品种也经历着千变万化、多元升级，从功能性的单一口味演变成多种混搭，而流淌在唇齿之间的茶香，经过多道工序的精细揉捻和精加工的洗练，将丰富的茶文化适配不同风格的场景打造，让人置身其中，便如眼

观天下，身处“桃源”，一时间不问归期，流连忘返。

### 新零售，新机遇

随着消费升级的浪潮高涨不退，其所波及的各行各业在新形势下，纷纷投入消费升级的迷雾之战，酒店行业也经历着新一轮的暗流涌动。深入酒店消费主力军——千禧一代，不难发现，文化与情怀逐渐成为了酒店营销附加值的重要元素。如今，酒店对于消费者来说，不再仅限于提供住宿这一基本功能，而更多的是酒店本身正在逐渐演变成为具有文化、情怀以及品质的“生活空间”。基于当下消费者新需求，亚朵酒店提出了“第四空间”的发展理念，致力于将人文关怀及文化 IP 注入酒店空间场景的打造，越来越多的酒店集团意识到酒店场景对品牌附加值的赋能。

酒店场景的打造离不开产品元素的注入，CHALI 茶里袋泡茶产品能够舒服自然地呈现在不同的酒店场景中，让旅途中疲惫的

旅客在酒店每一区域，感受到茶香氤氲，温暖四溢。实际上，中国的茶文化拥有广泛的群众基础，国内拥有喝茶习惯的消费者是咖啡的五倍。此外，茶叶在精神层面的文化内涵有别于咖啡，茶叶更能够让顾客感受到惬意、居家式的放松，这也正契合了酒店的核心功能。

如今，千禧一代、新中产等消费者更愿意为生活方式买单，其消费需求并非单一的物质需求，袋泡茶为酒店场景打造的赋能亦能推动“酒店新零售”模式的发展，以商品与场景体验的连接增加顾客忠诚度以及经济效益。





### 多元定制，三端赋能


在“酒店新零售”的形势下，CHALI 茶里与主打“第四空间”生活方式的亚朵酒店展开深度合作。在产品端，CHALI 茶里根据亚朵酒店的主要消费群体，匹配适合不同的场景的袋泡茶产品，满足酒店的多元化消费需求。例如，CHALI 茶里提供的大堂吧用茶，适应时节提供不同用茶方案。春夏日，CHALI 茶里打造沁人心脾的定制冷泡茶，清爽甘甜；秋冬季，CHALI 茶里为旅客提供保温壶茶，温润滋养，让旅客不论何时一踏入酒店就可以品尝到一杯时令好茶，消除疲劳，放松心情。

在营销端，CHALI 茶里通过对产品包装、呈现方面的定制化，满足亚朵酒店不同 IP 跨界房型的场景塑造，通过优秀的创意联合定制，加深两品牌价值理念的融合。例如，CHALI 茶里为“亚朵生活节”打造符合节日气息的定制产品，依托成熟的精加工技术，提供科学配比，将亚朵村的茶叶，加工成高端、便捷的三角袋泡茶。在技术端，通过 CHALI 茶里的代泡加工技术，尝试让亚朵村的茶可以被更广泛地推向市场，与亚朵村的扶贫合作传递出了茶文化的温暖。

袋泡茶作为酒店文化软性的服务部分，是人与空间、酒店场景的重要连接体，能够以更少的成本打造具有差异化、个性化服务与体验，通过每一小步的场景细节服务，提升人们整体的入住感受，打造全方位东方美学极致体验。目前，CHALI 茶里在中国已与近两千个单体酒店完成合作。未来，茶文化跟着中国消费，中国酒店的升级，在酒店空间中国中，将成为越来越重要的文化载体。

Nowadays, tea is not only a kind of product on display, it also gradually becomes a necessity for consumers. Also, tea bags are occupying more and more space in one's daily life. Among them, when customers enter the hotel and a room, a hot tea made by tea bags form a new trend called hotel new retail.

Actually hotel new retail came up from the market, the millennial generation, who obviously care more about what are inside the products. In other words, customers are pursuing the lifestyle through those products. Based on this trend, ATOUR advocated the Fourth Space – a “on the way” lifestyle to combine emotions and culture with the products.

CHALI is one of the important partners of this program and empower the hotel new retail in three aspects. Firstly, CHALI tea bags achieved wide ranges of innovations of their tastes and outer packing to equip with different spaces of four seasons. Secondly, CHALI has been creating individualized and personalized packing based on different IP and rooms. Thirdly, CHALI tea bags are equipped with finishing technology and the scientific ratio of ingredients, which successfully satisfied mass market. 



# HILTON HOTELS IN GUANGZHOU FOUR BEST SIGNATURE DISHES

## 广州希尔顿的“四大天王” 强强联袂，强势推出“希有招牌菜”

广州-佛山-河源区域希尔顿7家酒店(广州天河希尔顿酒店、广州翡翠希尔顿酒店、广州万富希尔顿酒店、广州希尔顿逸林酒店、广州汇华希尔顿逸林酒店、佛山希尔顿酒店、河源汇景希尔顿逸林酒店)在7月、8月再度联手以各家的一道中餐厅招牌菜作为主打，匠心炼就7道“希”有招牌菜。今天我们隆重为大家介绍广州区域希尔顿胜出的“四大天王”，真可谓“希有之希有”，“王中之王”，食客在以上任意一家希尔顿酒店即可体验这场精美绝伦的饕餮之旅。

Seven Hilton Hotels in Guangzhou, Foshan and Heyuan, including Hilton Guangzhou Tianhe, Hilton Guangzhou Science City, Hilton Guangzhou Baiyun, DoubleTree by Hilton Guangzhou, DoubleTree by Hilton Guangzhou Science City, Hilton Foshan, DoubleTree by Hilton Heyuan, cooperated with each other and announced their seven best signature dishes. Today, we choose four for you. No matter which Hilton you go to, you can enjoy these wonderful dishes.



● 卢远池  
广州万富希尔顿酒店酌宴府中餐厅中厨厨师长  
Louis Lu  
Hilton Guangzhou Baiyun Executive Chinese Chef

“食在广州，厨出凤城”，卢师傅出生于广东佛山市顺德区素有厨师之乡之称的勒流镇，并深受其历史悠久的美食文化影响。卢师傅从业已三十年，精通顺德菜烹调之精髓，擅长巧制河鲜，水产及精美小菜小吃。他曾荣获广佛饮食之星名厨烹饪大赛获金奖、中餐名厨厨艺比赛获菜品最佳创意金奖、顺德花卉菜式美食大赛获金奖、顺德名厨菜式品鉴获特金奖、顺德十大名厨，并曾担任顺德区厨师协会副会长。

作为多年中厨掌勺人，卢师傅于不仅专注主理创新的经典顺德菜肴，也曾与多家媒体合作宣扬顺德美食文化。2014年他担任佛山电视台美食栏目组特约厨师；2015年，其独创的茉莉花香薰乳鸽被中央9频道录入寻味顺德美食节目；2019年，他荣获中国区及内蒙古地区希尔顿酒店厨王大赛三等奖。

As the saying goes, you can find delicious food in Guangzhou; you can find good chef in Shunde. Mr. Lu was born in Leliu Town, which is known as a town of chef. He was influenced by the culture there deeply and was good at cooking seafood, and side dishes. He was awarded lots of prizes.

### SIGNATURE DISH:

Shunde Fish Paste Soup



### 招牌菜式:

顺德鱼蓉羹

### 菜品介绍:

顺德古属楚越之地，司马迁在《史记·货殖列传》中用“饭稻羹鱼”来概括此地人们的进食方式。顺德先祖们早在唐朝已开始筑塘养鱼，并练就了烹鱼的精湛技艺。塘鱼：且幼多骨，老人和孩子吃起来不方便，于是巧手农妇将鱼煎熟拆骨留肉，加上一些瓜菜和佐料同烩成羹，清甜爽口的鱼蓉羹让人食指大动，胃口大开。此道菜清甜爽口，鲜香扑鼻，色彩缤纷，非常适合炎热的夏季。



● **邓志雄**  
广州天河希尔顿酒店中餐出品总监  
**Mario Deng**  
Hilton Guangzhou Tianhe Executive Chinese Chef

With more than 30-year cooking experiences, Mario has worked in lots of famous catering companies and hosted important guests home and abroad for many times.

邓志雄先生拥有超过 30 年丰富的餐饮厨房经验，曾在多家知名餐饮企业工作，如阿里巴巴旗下盒马鲜生，担任区域出品总监，并曾多次接待国内外重要贵宾。不仅如此，他更屡获餐饮大奖，被中国饭店协会授予他中国烹饪大师的殊荣。崇尚不时不食、原汁原味、创新合时烹调理念的邓师傅，将传统粤式风味革新演绎，让简单食材化身惊艳卓绝的美味佳肴。

### 招牌菜式:

文火牛肉

### 菜品介绍:

邓师傅以慢煮的方式，将西餐中最常用的主菜食材牛肉烹饪成为令人回味无穷的中式佳肴，让人不禁感叹——原来美味的雪花牛肉除了香煎，还能文火慢慢“炖”出好味道。特别值得一提的是，师傅将每一块文火牛肉切割至恰到好处的分量，方便饕客从夹起入口到咀嚼一气呵成，唇齿间感受那秘制酱汁与肉质浑然一体的浓郁芬芳，令人回味无穷。

### SIGNATURE DISH:

Slow Cooked Beef with Soy Sauce

Adopting the slow cook style, Chef Deng has changed the commonly fried beef in Western meals into an unforgettably yummy dish that's typical of Chinese flavor. Especially with the properly sliced portion, foodies can enjoy the tender beef texture perfectly blended in with the soy sauce at ease.



李师傅的舅舅罗坤生于粤菜厨师世家，是著名的点心泰斗，被称为全国五大点心师之首的粤式点心大师。父辈的耳濡目染和言传身教令他17岁时就毅然入行，勤奋钻研的他仅用12年时间就做到北京人民大会堂宾馆行政总厨一职。期间他创制的黄油焖大虾等菜式更是在人民大会堂宴会接待菜式比赛中屡屡获奖。

李师傅的职业经历遍及香格里拉集团、喜达屋集团（现与万豪集团合并）、希尔顿集团等国际著名品牌，服务的贵宾政要更是不计其数。从李鹏、钱其琛等政界要人，到郭鹤年、王健林等中外商界翘楚都品尝过李师傅的厨艺。经他创制的获奖菜式不胜枚举。但李师傅却微笑着说：“粤菜的生命就是不断守正出奇，融汇创新，二三十年前的菜式与如今人的口味和要求有很大差异，我从来都是要求自己要在保持传统的同时不断创新，守旧从来不是我的风格。”



● 李享威

广州希尔顿逸林酒店中餐行政总厨

Shawn Li

DoubleTree by Hilton Guangzhou Executive Chef



### 招牌菜式:

逸林稻香桂鱼

#### 菜品介绍:

逸林稻香桂鱼，无论是味道还是营养价值都是无可挑剔。把桂鱼切片，炸米铺底下，上菜时灌入龙虾热汤，灼熟鱼片。浓香萦绕，鱼片嫩滑，炸米香脆，直叫人久久回味。

首先制作稻香米，将米饭放上粉再炸，吃下去会有脆感。然后选用一斤半左右的桂鱼切成鱼片，切的时候注意一下刀与鱼身不要贴得太近太贴近鱼身就会切到鱼骨。选用基围虾熬制虾汤。接着用大火把虾的味道煮出来。把剖桂鱼剩下的骨头放进去熬汤，汤就有虾的鲜味和鱼的味道，更加美味。当汤煮好之后，就把虾和鱼隔掉。然后用水焯熟菜心，因为稍后要热汤淋下去。放少许盐和蛋清进鱼片捞匀，捞匀后把它放到炸米上面。将汤浇上去这个菜就大功告成了！

Chinese Executive chef Shawn Li comes from a long line of chefs. His uncle is Luo Kun, one of the five most famous dim sum chefs. He became a chef when he was 7, and it only took him 12 years to gain the position of executive chef in China Great Hall Hotel. He devoted himself to creating new and gorgeous Cantonese Dishes.

#### SIGNATURE DISH:

Rice Fragrance Mandarin Fish

It is impeccable for its nutrition or taste. Slice the fish and put it under the rice. Before the dish is served, pour the lobster soup.

香雪楼餐厅厨师长林海容师傅已从事餐饮行业 20 年有余，有着丰富的粤菜烹饪经验。在加入广州翡翠希尔顿酒店之前，曾在厦门索菲特酒店、青岛假日酒店等地任职，凭着对美食的兴趣与热爱，他广泛涉猎各种菜系，尤为擅长粤菜、客家菜和新派菜品的研发。林海容厨师长在历届厨艺比赛中都获得过不错成绩，于今年 2019 希尔顿中华厨王争霸赛南区比赛中获得优胜奖项。

在餐饮发展多元化的今天，有着多年粤菜烹饪经验的林海容师傅意识到，人们除了对新潮的饮食文化有兴趣愿意新鲜尝试外，伴着浓浓乡愁和人情故事的传统味道反而更受欢迎。脆皮黑豆腐就是他在小时候记忆中妈妈制作的传统脆皮豆腐的基础上悉心研发而来，一经推出得到众多食客赞誉。

林海容师傅热爱烹制美食，同时非常期望自己亲手烹制出的菜品不仅能让客人的胃口得到极大满足，还能使客人在精神上得到愉悦享受。

## 招牌菜式：

脆皮黑豆腐

## 菜品介绍：

豆腐在中国可谓是经典的一道素菜，可以演化为上百个做法和吃法可谓一点也不夸张，而林海容师傅在传统的脆皮豆腐制作中加以改良，精选优质黑豆腐手工磨制，再加入土鸡蛋烹调而成。豆腐外表嫩脆，再搭配特制蘸水，极具风味。



● 林海容  
广州翡翠希尔顿酒店中厨房厨师长  
Austin Lam  
Hilton Guangzhou Science City Executive Chinese Chef



Austin Lam, executive chef of Xiangxue Chinese Restaurant, has the experience of cooking Cantonese food above 20 years. Before he join Hilton Guangzhou Science City, he was working in Sofitel Xiamen, Holiday Inn Qingdao, and was working on various cuisines, especially Cantonese, Hakka Cuisine and new dish. He loves cooking and he hopes every dish he makes will satisfy his customers.

## SIGNATURE DISH:

Crispy Black Tofu

It is a classic vegetarian dish composed by hand-made black tofu, with egg. Dip it in our special sauce and I bet you will love it.



# 26 YEARS' COMPANIONSHIP BY ZHUHAI GUANGDONG HOTEL

## 匠心、创新

### 粤海润玉二十六载心新相伴

从珠海到加拿大的第八年，少小出国求学的王琦英语已经没有任何“乡音”。但他吃牛排、沙拉，还是眉头略皱，对薯条也始终无感。一方水土一方人，他始终觉得自己最钟意的还是老广的早茶，无论走多远，故乡的感觉熟悉且执拗。

前几年每次回家，他与父亲话并不多。父子俩都有点倔，儿子不喜父亲强势，父亲总嫌儿子不知天高地厚。不过，每个中秋节，他总会按时收到一盒从珠海寄来的粤海润玉月饼。父亲知道，这才是儿子真正喜欢的口味。有时，只需一个触点就可以一头连着千里之外的远方，另一头缠着内心深处的记忆。中秋节日益临近，弥漫的月饼香让他想起了父亲和家乡。如果可以，他很想做回那个常常陪着父母，坐在小板凳上等着切分双黄莲蓉月饼的小男孩……

“小饼如嚼月，中有酥与馅……默品其滋味，相思泪沾巾”，千百年来，南方或北方，山川或大洋，人的迁徙促成了团圆或散离。月饼，见证了人情，也陪伴了岁月。潮起潮落中，粤海润玉历经数十载，老字号里的旧时滋味，静美绵长。在珠海人心中，它始终就像一个老朋友，书写着这个城市的故事与味道，才下舌尖，又上心头。

健康是福，平安是福，和谐是福……这是粤海人一直以来最衷心的祝福，也是不断寻找且逐步清晰、坚持着心灵图腾。无论是“德诚于中，礼形于外”的服务理念，还是对“福文化”的笃信恪守，都使“润玉月饼、福到万家”深入人心。

揉搓细面尘，点缀胭脂迹。“粤海润玉”从古色古香的“广式六福”到惊艳好礼的“多彩冰皮”，从经典清香的“双黄纯莲蓉”到酥松可口的“潮式芋蓉”，从健康时尚的“五谷丰登”到中西合璧的“古法炭烧”，从到完美搭配的“迷你鸳鸯”到卓显雍容华贵的“黄金润玉礼盒”……每一款从原料的选择到馅料的生产，再到月饼的成形、烘烤、包装，都经过层层严格把关。并均以低热、低胆固醇、低糖兼具营养功能的产品迎合现代人保健养生的需求。



今年，“粤海润玉”再出新意。雍容华贵、典雅精致的黄金润玉礼盒将传统美学演绎的淋漓尽致，独特桔红底色上的国色天香，再配以鎏金茶礼，钧瓷茶盏，黄金润玉匠心独造的美感从细节处流溢。更甄选冬蓉燕窝等珍贵食材，以清新自然的口感带来低调的奢华体验。传统与时尚的交融碰撞的如意八珍月，迸裂出至美的灵光，镂空的云纹格窗映衬着牡丹在祥云中开出别样风情。精选配搭冬蓉燕窝、蛋黄莲蓉、五仁火腿、咸香肉松、潮式芋蓉、古法炭烧、粒粒红豆及金翡翠，八珍献瑞，以丰富口感延续视觉享受，以隽永余味赞誉食尚经典。

在因循传承之余，“粤海润玉”也始终积极探索自身与潮流文化的接轨方式。香滑奶黄流心月以细腻幼滑的奶油和蛋黄的鲜香完美融合，拥有恰到好处的流沙口感，缓缓滑入口中，咸甜相互呼应又层次分明，如同舌尖上的二重奏，浓郁而不浓烈，醇香而不油腻。奶黄流心月将港式甜点融入月饼文化，诠释精致轻奢的港式风味。还有最特别的海盐禧茶月，创新烘焙，将一抹青绿徐徐送入口中，在舌尖化成丝丝清冽茶香，跳脱的海盐气息将仅有的一丝甜腻也化解无形。又或者尝尝琥珀色的焦糖酱、香甜醇厚的伯爵奶茶和鲜香奶盐的独特组合，口感层次丰富，同样茶香幽幽。无论是海盐抹茶，还是海盐伯爵奶茶，匠心独创的海盐禧茶月都能时刻满足挑剔的味蕾。

在包装上也再度创新中国风，花恋凝香，红的喜庆，橙的华丽，流畅的线条，镂空的设计，细节处透露着高贵的气质，而金色的描边增添了质感。

同时，根据月饼季节性的生产特点，为了保质保鲜，“粤海润玉”26年来始终坚持制饼经验丰富的师傅亲自“上阵”，协同稳定的月饼生产团队加班加点奋战在月饼生产一线，从进料、检验、下料、烘烤时间、色泽到刻度都有专人实时监控、记录，生产流程标准化。并严格执行ISO22000及QS食品安全管理体系要求，精心缜密安排，昼夜生产，以优良的品质赢得了市场的高度认可。

得益于自身的品牌优势及粤海（国际）酒店管理集团的支持，“粤海润玉”已经成为珠海市场销量遥遥领先的月饼品牌，且产品连年脱销。其足迹遍布北京、上海、广州、大连、吉林、郑州、三亚、宁波、常州、重庆、成都、武汉、澳门等全国主要城市。并全面引入“互联网+”理念，创新营销模式，实现自主品牌销售业绩的增长和市场竞争能力的提升。

回顾“粤海润玉”的每个脚印，都是充满着每个粤海人的用心付出。一块牌匾、一个烙印，满是质朴、诚恳和执着，陪伴着几代珠海人的成长，一点一滴都传承着中华民族五千年的文化。

The mooncake “Runyue” is a time-honored brand made by Zhuhai Guangdong Hotel. It has loaded so many recollections of people living in Zhuhai. This year, there seems more to expect. With the jacinth background, two peonies are blossoming, as noble as a princess. An exquisite gift box called “Huangjinrunyu” (means moonlight of hometown) was prepare for every guest. It contains a mooncake with bird’s nest and was gourd, also one with mixed nuts and ham, one with dried meat floss, lotus seed paste mooncake with yolk, taro paste mooncake in Chaoshan style, Charcoal broil mooncake, ormosia mooncake, golden jade mooncake.

What’s more, managed by Guangdong International Hotel Group, moon cakes produced by Guangdong Hotel have been popular among Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, etc. It will continue to share more joy and memories with its guests across the country. ☑





粤海润玉 福到万家

26年专业月饼OEM服务商  
一站式定制服务

咨询电话:0756-8888142

中国广东省珠海市香洲区粤海东路1145号  
1145 Yuehai Road East, Xiangzhou District, Zhuhai City, Guangdong Province, China  
电话/Tel: +86 756 8888128 传真/Fax: +86 756 8885063  
<http://www.gdhhotels.com> E-mail: [zhuhaim@gdhhotel.com](mailto:zhuhaim@gdhhotel.com)

# PHOENIX EARTH MARK: PRESERVATION OF FRESHNESS, CONDENSATION OF DELICACY “凤球唛” 留住新鲜 浓缩美味

我们都知道，民以食为天，但是否也了解，厨以民为本？厨师，在人们印象中是一个低调又神圣的职业。他们，总是汗流夹背忙碌于幕后，马不停蹄为大家的幸福生活默默奉献。他们总是做的多说的少，一切藏于菜里，无论是周末，还是法定假期，只要你想，一生等待。

大厨，在人们言语中是一句饱含爱意与尊敬的称赞。他们，可能是高高白帽，身强力壮的专业厨师；他们，也可能是穿梭校园，挥刀耍帅的厨师学员；她们，更可能是美丽温婉，日夜操劳的妈妈或妻子；相信，无论他（她）们是什么身份，只要用心做菜，您就是大厨！

一句“517”（我要吃），就是您对他，对厨师最真诚的肯定！每个厨师都有一道属于自己专属味道的拿手菜，而加上凤球唛调味的菜品，更显回味无穷。

## 番茄调味，盛夏更开胃

正所谓“不时不食”，有经验的前辈们都说：果蔬要吃应季的才是最营养、最美味。现在，正到了吃番茄的佳季，7、8月大家都应该趁机多吃一些。番茄适合煮熟来吃，因为番茄中的番茄红素必须经过炒熟才会被释放出来。夏日炎炎，食而无味，不如加上凤球唛番茄沙司做菜调味，用番茄沙司挑逗你的味蕾。

网红美食家王刚抖音100万+的“咕咾肉”，堪称经典：选择新鲜的里脊或五花肉去皮；准备西红柿切成小块备用；再制作调料，碗中加入凤球唛番茄沙司，再加入适当的盐、白糖、食醋搅拌均匀；锅烧热后加油烧至6成热，将处理好的五花肉下锅炸制金黄酥脆后倒出；锅中再加入小许底油，然后将调好的番茄沙司下锅炒散开；最后将炸好的五花肉下锅均匀翻炒即可出锅。味道酸甜开胃，入口时，不仅有里脊的酥脆，还有番茄沙司的香味。



As we all know, the people regard food as of fundamental importance. Well, do you also know that chefs regard people as fundamental consideration. Chefs, holy and low, work hard behind the scenes, never stop their dedication to the food and to the people. They always talk less and do more. Their language is hidden in their chopper. No matter on weekends or holidays, as long as you want, they are waiting for you.

"I would like to eat!" is the sincerest approval for them. They all have their specialty dish and with Phoenix & Earth Mark, it will be more delicious.

### Stimulate Your Appetite

As it is known, we should choose food as the seasons change, especially fruit and vegetables. Now, it is just the season for tomatoes. Why not seize the chance to eat tomatoes within July and August. It is healthier if you cook it since the lycopene will be released in that way. No appetite on this hot summer? Why not give it a try!

Let us tell you how to cook the sweet and sour pork. Choose tenderloin or streaky pork; prepare tomatoes in cubes; make source with Phoenix & Earth Mark, and mix with salt, white sugar, vinegar; after the oil burnt around 60%, fry the meat until it turns golden and take it out; add some oil and add ketchup and meet.



### 胡椒入味，苏菜更清鲜

众所周知，“苏菜”是八大菜系之一，主要由淮扬菜、金陵菜、苏锡菜、徐海菜四个分类组成。尤以淮扬菜的刀工见长，闻名世界。苏菜传承人蒋应容大师，用自己精湛的厨艺，造就珍馐美味，以无声的语言展现着苏菜的诗意和灵气。

“清蒸狮子头”在苏菜中，可作为一个代表菜，一来，它展示了淮扬菜的刀工，粗细均匀、大小一致，而且不藕断丝连。吃在嘴里，有弹性、有层次，更重要的是，它没有一点肉的腥味。蒋应容大师在做“清蒸狮子头”时，更有自己的独门秘诀——凤球唛胡椒粉，加进去后，不但去掉肉的腥味，还增加了雪花猪肉悠悠的香味。





### 鸡粉提鲜，湘菜更显味

提到湖南，我们一定会想起湘菜，尤其是剁椒鱼头。剁椒鱼头的出处，据说可以追溯到清代雍正年间，反清文人黄宗宪因文忌“文字狱”而出逃。路上途经湖南的一个小乡村，借住在一个贫苦的农户家。农夫从池塘中捕回一条胖头鱼，农妇便用做菜来款待黄宗宪。鱼洗净后，鱼肉放盐煮汤，再用自家产的辣椒剁碎后与鱼头同蒸，不想黄宗宪吃了觉得非常鲜美，无法忘怀。黄宗宪回家后，便让家厨将这道菜加以改良，于是便有了今天的“剁椒鱼头”，并成为湘菜蒸菜的代表。

湘菜在八大菜系中别具风味，它既不像苏菜一般口味清淡，能最大程度照顾到不同食客的饮食习惯，又不像粤菜一样以甜和味，能调出食材丰富的口感，而是尤以辣味见长，像湖南的“辣妹子”一样给人留下深刻的印象。


湘菜大师张景严做的剁椒鱼头，更是香菜一绝。以鳙鱼鱼头和剁椒作为主要食材，再配以豉油、葱、姜、蒜等蒸制而成。张景严更习惯加上凤球唛鸡粉提鲜，与鲜辣的剁椒、鱼肉完美融合，不仅能有效去掉鱼肉的腥味儿，还能在口感上给人香辣鲜美、嫩滑适口的味觉体验。



### Adding Freshness to Jiangsu Cuisine

Big Meatball, a famous Jiangsu Cuisine, is well known by Chinese. It is said that master Jiang use Phoenix & Earth Mark to remove the fishy smell of meat and add the fragrance of streaky pork.

### A Good Match with Hunan Cuisine

Fish head with chopped chilli is the classic dish of Hunan cuisine. Master Zhang uses the ketchup on fish head. Bighead carp, chopped chilli, soy sauce, shallot, ginger, garlic make a perfect dish. With the ketchup, it tastes fresher and makes a good combination with chilli and fish, getting rid of the fishy smell and giving a better smooth taste. 



## 鲍鱼汁

是什么?

### 滴滴美味 浓缩精华

精选优质瑶柱和鲍鱼，经独特的保鲜技术，  
萃取鲍鱼原汁浓缩精制而成，味道醇厚鲜美。

## 鲍鱼汁

用途?

### 时尚调味 用途广泛

凤球唛鲍鱼汁使用方便，适于蒸、炒、炆、炖、煮、  
凉拌、腌味、芡汁和蘸食等，是烹饪美味的选择。

凤球唛鲍鱼汁 怎么做菜都好吃



扫码  
GO 购

<http://www.yongyifoods.com>

服务热线: 4008 018 222

购买请登陆

凤球唛天猫旗舰店 凤球唛京东官方旗舰店



# 10<sup>TH</sup>-YEAR ANNIVERSARY OF SPRING GOLF INTERNATIONAL COMMITTEE DIALOGUE, GAME, BRAINSTORM

## 翰林十年

### 对话小埠，挥杆南岭！探索发展新思路

夏日炎炎，三湘“福地”郴州南岭高尔夫球会，7月20-21日迎来了一批中国名企精英。由中国“翰林盃”组委会、全联房地产商会高尔夫俱乐部联合主办“粤泰股份特约”中国“翰林盃”房地产产业链邀请赛（华南站）在此开赛。

来自地产开发商、文旅项目、酒店投资商/运营商、设计及建材等产业链优秀商家约60多位精英，共赴十年之约，同筑翰林盛事。

以球会友，以友促商，以商兴邦。本次赛事旨在链接来自全国各地的地产开发商，文旅项目、酒店投资商/运营商，设计及建材等产业链优秀商家，为此，于7月20日上午举行了主题论坛及合作沙龙，分享行业心得，聆听真知灼见，碰撞智慧火花，共同探讨文旅小镇以及文旅产业链发展的无限可能。





This summer, in Nanling Golf Club Chenzhou, many elites of famous companies came. “Yuetai Stock” China Spring Golf International Committee Real Estate Industry Chain Invitation (South China Station) was held by Spring Golf International Committee and Golf Club of China Real Estate Chamber of Commerce.

More than 60 elites from various industries such as property developers, traveling and culture programs investors, hotel investors and operators, architectural designers (including interior designers), building materials traders, and etc., gathered to take place in cooperation salon, friendship tournament and dinner party. 📷



## 获奖名单

### 个人总杆前三

总杆冠军：梁雄彪（76杆）  
总杆亚军：李贲（80杆，后九洞39杆）  
总杆季军：严浩荣（80杆，后九洞40杆）

### 个人净杆前三

净杆冠军得奖者：安广平  
净杆亚军得奖者：梁启生  
净杆季军得奖者：郑俊雄

### 个人净杆第四 - 八名

净杆第四 - 八名获得者分别是：  
熊正光、吕洪凯、杨明、梁铭祥、黄闻健

### 个人单项奖

最远距离奖获得者是：黄国美  
最近旗杆奖获得者是：袁源  
最近中线奖获得者是：陈锦英  
最多小鸟奖获得者是：梁启生  
最多 PAR 奖获得者是：梁雄彪

### 一杆安果岭奖

一杆安果岭奖获得者是：  
梁慧枝、刘恕、曾瀚、严浩荣、张毅





### “翰林盃”组委会简介

历经九届的中国高校校友“翰林盃”高尔夫精英赛发展至今，第十届赛事有48支高校球队参与，凝聚了两岸三地乃至海内外的社会精英，是目前国内最具影响力的高校校友业余高尔夫赛事。

### 全联房地产商会高尔夫俱乐部简介

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。

全联房地产商会高尔夫俱乐部（简称：全商联高协）是全联房地产商会直属机构。



## 鸣谢

全国工商联房地产商会高尔夫俱乐部副主席安广平先生  
 广州粤泰南粤投资控股有限公司  
 湖南华泰嘉德投资置业有限责任公司  
 广东鹰扬电力设计有限公司  
 郴州小埠投资开发集团  
 穗宝集团  
 上海寝之堡商贸有限公司  
 深圳市美伦实业发展有限公司  
 威法定制家居  
 西班牙德赛斯岩板  
 金意陶瓷砖  
 信家家居  
 昕风采



### 雅高集团与 AsiaPay 合作，升级酒店在线支付网络

亚洲领先的电子支付服务及技术供货商联款通 AsiaPay，宣布其联合雅高集团共同打造的全新支付网关已于近日完成测试上线雅高酒店官网，预计此举将为雅高酒店全球用户带来更便捷的在线预订及支付服务。据悉，跨国酒店集团实现全面开通 Visa/MasterCard/ 银联/ 微信/ 支付宝等在线支付服务，在国内还属首例。

#### Accor Group and AsiaPay Cooperate to Upgrade Hotel Online Payment Network

AsiaPay, Asia's leading electronic payment services and technology provider, announced that its new payment gateway, jointly developed by Accor Group, has recently completed testing the official website of AccorHotels, which is expected to bring convenience to Accor hotels worldwide online booking and payment services. It is reported that the multinational hotel group has fully opened the online payment service such as Visa/MasterCard/UnionPay/WeChat/Alipay, which is the first case in China.



### 仲夏开鱼祭 东瀛大目吞拿鱼空降花城

夏日尝鲜，鲜鱼鲜食。2019年7月20日至27日，广州四季酒店云居推出了大目吞拿鱼鲜食菜单。餐厅于推广首晚举行由来自日本东京的保科昌信主厨亲自操刀的精彩开鱼秀，并现场炮制数道以大目吞拿鱼入料的甄味佳肴，为本地饕客缔造一场视觉和味觉双重满足的和风盛宴。

#### Grand Carnival of Big Eye Tuna At Kumoi

From July 20 to July 27, Kumoi launched a grand gourmet carnival of Big Eye Tuna. On the debut night, an authentic Japanese style feast has been presented from vision to taste with a wonderful Fish Carving Show by Chef Masanobu Hoshina and a series of premium tuna cuisines.



### 法航荷航集团与雅高集团宣布强化全新客户忠诚计划合作

2019年7月4日，中国——自2019年6月20日起，蓝天飞行会员与 Le Club AccorHotels 雅高乐雅会客户忠诚计划会员将可享受里程 + 积分双重累计礼遇。出行时选择法航荷航集团与雅高集团的客户，可以凭借此项全新合作伙伴计划同时累计积分与里程。雅高集团和法航荷航集团提升现有合作伙伴关系，为全球忠诚客户群体带来双重奖励计划，成为欧洲旅游业内首创。

#### Air France-KLM and Accor Announce New Enhanced Loyalty Program Partnership with More Rewards for Their Joint Customers

From 20th June 2019, members of the Flying Blue and Le Club AccorHotels loyalty programs would be able to enjoy Miles+Points, an innovative opportunity to earn simultaneously points & miles while traveling with both companies. Accor Group and the Air France-KLM Group are strengthening their existing partnership by offering, for the first time in the European travel industry a dual reward scheme to their entire global loyalty customer base.



### 风尚韩食之旅尽在广州正佳广场万豪酒店

七月伊始，一场韩国美食盛宴于广州正佳广场万豪酒店拉开帷幕，迎接盛夏。韩食以其独特风味的酱料食材及厨师精湛的烹饪技艺而闻名于世。酒店携手韩国首尔 JW 万豪酒店四位厨师及韩食振兴院导师共五位韩料专家，为羊城食客带来为期 60 天的正宗韩式料理体验。

#### The Taste of Korea at Guangzhou Marriott Hotel Tianhe

How to welcome summer with style? Dubbed as The Taste of Korea, a food festival highlights the world's well-known Korean cuisine could be just the choice at Guangzhou Marriott Hotel Tianhe. Korean food is famous for the exotic spices and ingredients, complemented by meticulous art of cooking. For the months of July and August 2019, Guangzhou Marriott Hotel Tianhe, in cooperation with Korean Food Promotion Institute, brings to Guangzhou a special selection of authentic Korean cuisine prepared by five native Korean chefs coming from Korea, and among them, four are from JW Marriott Seoul.



### 俄航宣布提升其商务舱服务

俄罗斯航空公司（简称“俄航”）近日欣然宣布对其所能提供的商务舱服务进行一系列升级，让乘坐俄罗斯载旗航空公司——俄航——出行，成为更加舒适、更令人享受的美好体验。

本月早些时候，俄航推出了一份出自于著名法国大厨卡迈勒·本马马尔之手的新商务舱菜单。本马马尔以其任职于法国和英国米其林餐厅而闻名，他现在是莫斯科著名餐厅 Ryby Net 的品牌主厨。本马马尔利用新鲜蔬菜、丰富酱汁以及上等肉类和海产品，创造出一份精致的菜单。

### Aeroflot Elevates Business Class Offering With Award-winning Cuisine, Expanded Wine Selection, New Amenity Kits

Aeroflot recently announced a number of upgrades to its Business Class offering that make flying with Russia's flag carrier an even more comfortable and enjoyable experience.

Earlier this month Aeroflot rolled out a new Business Class menu by acclaimed French chef Kamel Benmamar, known for his tenure at Michelin starred restaurants in France and the UK and currently brand chef at noted Moscow restaurant Ryby Net. Benmamar has created an exquisite menu with fresh vegetables, rich sauces and the finest meats and seafood.



### G@Grand 全新咖啡角和赤小宝的“奶粉之路”

为了迎接盛夏，广州富力君悦大酒店又来“搞事情”啦！快来看看这个夏天你不可错过的几件好事：G@Grand 全新咖啡角和酒店吉祥物赤小宝的首次亮相！

G@Grand 位于酒店一层，首次对外营业的 G@Grand 每天新鲜供应咖啡、烘焙面包以及健康轻食，更有定制蛋糕满足您不同场合的甜蜜需求。早上用一个醒神能量包开启元气满满的一天，傍晚用松软甜点慰劳疲惫身心，无论日与夜，醒神，高速，悦己。

### G@Grand Coffee Corner and Hybean's Journey on Nathan Road

To welcome summer with style, Grand Hyatt Guangzhou has prepared a series of new excitement for all guests: the newly opened G@Grand Coffee Corner and the very first debut of hotel's mascot Hybean.

Located on the ground floor of hotel, G@Grand this brand-new coffee corner offers an extensive selection of coffee, freshly-made bakeries and custom designed cakes for special occasions. Kick off and cheer up your day with our signature wake-up combo in the morning and pamper yourself with a sweet treat in an exhausted moment. Day and night, just grab at Grand.



### 苏格兰旅游局发布 2020 苏格兰海岸及水域主题年

由苏格兰旅游局主办的“2020 苏格兰海岸及水域主题年”发布会在京圆满落幕。苏格兰贸易、投资和创新大臣 Ivan McKee 先生出席了本次发布会。在发布会现场，McKee 先生对令人期待的主题年活动进行了简要的介绍。

### Scotland's Year of Coasts and Waters 2020 Makes A Splash in China

Scotland's Year of Coasts and Waters 2020 has been launched at a special event in China by Scotland's Minister for Trade, Investment and Innovation, Ivan McKee. VisitScotland hosted the launch event in Beijing where Mr. McKee outlined the exciting themed activities on the horizon.



### 广州 - 佛山 - 河源区域希尔顿 7 家酒店中餐厅再度联手匠心打造

广州 - 佛山 - 河源区域希尔顿 7 家酒店（广州天河希尔顿酒店、广州翡翠希尔顿酒店、广州万富希尔顿酒店、广州希尔顿逸林酒店、广州汇华希尔顿逸林酒店、佛山希尔顿酒店、河源汇景希尔顿逸林酒店）在 7 月、8 月再度联手以各家的一道中餐厅招牌菜作为主打，匠心炼就 7 道“希”有招牌菜。食客在以上任意一家希尔顿酒店即可体验这场精美绝伦的饕餮之旅。

### Eating Signature Dishes at Each Hilton

Seven Hilton hotels in Guangzhou, Foshan, and Heyuan cooperate together to bring 7 Chinese signature dishes for their guests. No matter which one you go, you can enjoy those dishes.



### 台湾人气 KiKi 面店 (KiKi 茶) 于七月下旬进驻香港

台湾人气 KiKi 面店 (KiKi 茶) 于七月下旬正式登陆香港中环国际金融中心商场,为各地美食爱好者带来热爆社交媒体的星级面食料理。品牌自去年在台北开设首家 KiKi 面店实体店后,即获多位红星名人加持,当中包括超级巨星舒淇。事隔一年,品牌已急不及待踏上扩张版图之路,伙拍香港著名餐饮集团丽新餐饮管理有限公司,率先于今年六月在上海开设首家大陆分店,并于七月下旬进驻香港,积极拓展品牌版图。

### Taiwan's Crowd-pleasing KiKi Noodle Bar (KiKi Tea) Launched in Hong Kong at ifc Mall

Taiwan's famed KiKi Noodle Bar (KiKi Tea) launched in Hong Kong in late-July at IFC Mall in Central. In collaboration with renowned Hong Kong hospitality group Lai Sun Dining, the brand expands to Hong Kong following last year's phenomenal successful debut in Taipei – endorsed by celebrities including superstar actress Shu Qi. The Hong Kong flagship also opened hot-on-the-heels of a Shanghai branch in June.



### 月饼历久弥新还注入流行口味, 你种草哪款? @ 佛山岭南天地马哥亨罗酒店

金色礼盒华贵温暖, 玫红色礼盒时尚透彻明晰, 银色礼盒岭南意蕴清秀俊美, 橙蓝色儿童礼盒欢乐活力——佛山岭南天地马哥亨罗酒店 2019 年推出 5 款中秋月饼礼盒, 迎合顾客的多重需求! 美好的味道, 总是让人期待。即日起, 让佛山岭南天地马哥亨罗酒店月饼味道, 跳跃于各位期许中秋的舌尖。

### Refreshing Mooncakes with Popular Flavors Which One Do You Like Best? @ Marco Polo Lingnan Tiandi Foshan

Marco Polo Lingnan Tiandi Foshan offers 5 different kinds of Mooncake Gift boxes for the Mid-Autumn Festival of 2019 to meet our guests' different needs, including luxurious golden gift box, modern rose-red gift box, elegant silver gift box and vigorous orange and blue gift box. Good food is always eagerly anticipated. Starting from now on, let's take a bite of mooncakes of different flavors introduced by Marco Polo Lingnan Tiandi Foshan.



### 岭南五号: 珠江夜景美如画, 酒酣耳熟总相宜

都市人日夜奔波, 闲时若能与三五知己相聚于岭南五号的阅江酒吧, 欣赏着珠江美景、听着乐队演奏悦耳之音、倚着栏杆一品酒酣之乐, 也不妨是一种享受。当然, 与好友促膝把酒时最需要品质上乘的服务, 岭南五号酒店阅江酒吧的专业调酒师便可按照时令、个人需求制定来为你鸡尾酒。

### LN Hotel Five: Perfect Rendezvous for Fascinating Night View and Special Drinks

Urbanites run around night and day, having a restless lifestyle. If we can invite some friends to sit here in leisure when enjoying the view, listening to sweet-sounding music played by the band, leaning on the railing with a drink in our hands, this would be a complete enjoyment in life. Of course, a successful clash of toasts requires quality and exclusive service. LN Hotel Five is here to provide you with sweet and professional service: seasoned bartenders can customize your cocktails with seasonal ingredients and based on personal preferences.



### 中国大酒店: 匠心传承, 一见“中”情

今年共推出超过 10 款月饼, 包括最具口碑的经典双黄白莲蓉及果仁豆沙月饼, 包含广式和潮式月饼的合家欢三层礼盒, 更有秘制臻品五仁月饼、繁花礼盒等创新精选。岭月臻品系列推出榴莲、荔枝、樱桃、红酒蔓越莓等新潮口味, 吸引年轻消费者青睐, 为顾客带来更丰富多元的购买选择。

今年首创的专利产品“臻品五仁月饼”, 一改金华火腿肉配果仁的传统组合。选用皇上皇黑椒肉脯、黑椒汁和柠檬草, 糅合当季精选瓜子仁、麻仁、桃仁、榄仁、杏仁五种坚果果仁, 肉脯的甘香嚼劲, 柠檬草的清香解腻, 搭配香脆果仁, 层次丰富, 香而不腻, 独家秘制, 一试难忘。

### China Hotel 2019 Mooncake

As for this year, we have designed an innovative mooncake box themed around 3 colors: pink, purple and gold. In particular, the lantern-shaped outer box symbolizes China Hotel's logo, while the inner box contains gilt murals and ornate patterns, resembling a round moon appearing gradually in the vast night sky.

Additionally, it is also worth mentioning our flagship product: "Mooncake Filled with Nuts and Preserved Meat". This mooncake features a major improvement in the use of black pepper pork pup instead of Jinhua ham, seasoned with black pepper juice and lemon grass, while blended with 5 kinds of seasonal nuts, which makes it tasty and fragrant, but not oily.



### 汕尾保利希尔顿逸林酒店盛大开业

希尔顿近日宣布，汕尾保利希尔顿逸林酒店正式开业迎宾，作为汕尾首家国际酒店及广东省全新滨海旅游度假目的地惊艳亮相。酒店共有 11 层 288 间海景或园景客房，向宾客提供各种休闲娱乐和家庭亲子设施、多样的餐饮选择及宽阔的会议活动空间，是宾客进行家庭度假、举办婚礼庆典或会议活动的理想目的地。酒店由保利发展投资兴建并由希尔顿集团管理经营。

### DoubleTree by Hilton Shanwei Debuts as City's First International Branded Hotel

Hilton recently announced the opening of DoubleTree by Hilton Shanwei, which debuts as the first international hotel in Shanwei, a coastal destination in Guangdong province. The 11-storey, 288-room seaside getaway welcomes guests with extensive recreational and family-friendly facilities, a wide range of dining options and expansive event spaces, offering itself as the ideal destination for weddings, family getaways or conferences. The property is owned by Poly Developments and Holdings and managed by Hilton.



### 西安丽思卡尔顿酒店举办盛大开业典礼

西安丽思卡尔顿酒店于 7 月 11 日举办盛大开业典礼，为宾客倾情呈现了一场古都新风的感官盛宴。酒店坐落于西安市高新区，这里既是繁华的现代都市核心，又是韵味盎然的古都腹地。西安丽思卡尔顿酒店开业盛典全新演绎了现代与古典的完美融合，以当代视角为宾客讲述古都西安的历史文化故事，带领宾客共同感受历史底蕴与时下潮流的碰撞。

### The Ritz-Carlton, Xi'an Hosted a Grand Opening Ceremony

The Ritz-Carlton, Xi'an held its grand opening ceremony on July 11th, presenting guests with a feast of the ancient capital. The hotel is located in the high-tech zone of Xi'an, and is the core of the bustling modern city and the hinterland of the ancient capital. The opening ceremony of the Ritz-Carlton, Xi'an is a new interpretation of the perfect blend of modern and classical. It told guests the historical and cultural stories of Xi'an in the ancient capital from a contemporary perspective, and guided guests to experience the collision between historical heritage and current fashion trends.



### 西安中晶华邑酒店盛大开业 于山水园林演绎“食”与“聚”

西安中晶华邑酒店将于 2019 年 8 月 8 日盛大开业，成为首家进驻西安的华邑®品牌酒店。作为洲际酒店集团®旗下根据中国消费者习惯打造的豪华五星级酒店品牌，华邑®酒店及度假村始终致力于传承和弘扬中华待客之道的艺术。西安中晶华邑酒店将致力于满足当地餐饮及商务社交的需求，为宾客带来极具中华传统文化特色的旅行住宿体验。

### HUALUXE Xi'an Hi-Tech Zone Opening in the Landscape Garden

HUALUXE Xi'an Hi-Tech Zone will be grandly opened on August 8, 2019, becoming the first IHG® HOTEL brand to enter Xi'an. As a luxury five-star hotel brand created by InterContinental Hotels Group® based on Chinese consumers' habits, HUALUXE Hotels & Resorts is committed to inheriting and promoting the art of Chinese hospitality. HUALUXE Xi'an Hi-Tech Zone will be dedicated to meeting the needs of local catering and business socialization, bringing guests a travel accommodation experience with Chinese traditional culture.



### 长白山吉视传媒铂尔曼度假酒店盛大开业

2019 年 7 月 15 日，长白山吉视传媒铂尔曼度假酒店正式开业。作为东北地区首家铂尔曼品牌度假酒店，将为海内外旅行者及本地居民带来舒适别致、充满活力与诗意的全新酒店体验。

长白山吉视传媒铂尔曼度假酒店坐落于长白山脚下，是长白山旅游区最闪耀的新地标。酒店地理位置优越，距离长白山机场约 20 分钟车程，5 分钟车程即可抵达池西游客服务中心，对于客人游览西坡、登顶天池极为便利。酒店往返松江河镇、漫江温泉、原始生态漂流基地等仅需一小段车程。长白山吉视传媒铂尔曼度假酒店卧在广袤森林中间，得天独厚的天然环境让客人足不出户即可开启醉氧模式，给肺部来一次深度清洁之旅。

### Grand Open of Pullman Changbaishan Resort in Baishan

July 15th, 2019, Pullman Changbaishan Resort in Baishan, Jilin province officially opened. As the first Pullman brand resort at the east northern area of China, we believe that it will bring comfortable and refreshing experience.

Pullman Changbaishan Resort suited at the foot of Changbaishan, and it's the most glittering new landmark in the area. It is only 20 minutes' drive away from Changbaishan Airport and 5 minutes' away from Chixi Tourist Service Center. And it's only miles away from Songjianghe town, Manjiang hot spring, and original rifting base. It's nested in the center of splendid forest, where guests could enjoy a deep oxygen detoxing tour.





亚太酒店协会 (Asia Pacific Hotel Association, 缩写: APHA) 是联合国世界旅游组织成员机构, 由知名酒店投资商、酒店管理公司、文旅项目、星级酒店、餐饮连锁企业及上下游产业链优秀商家组成, 总部设在新加坡, 目前在广州、香港、曼谷、东京、上海、三亚等地设有办事处, 是亚太地区文化旅游、酒店与餐饮业沟通的桥梁和合作的纽带。

APHA 将集合各地政府及民间的力量, 不断推动亚太地区酒店业的可持续增长, 价值和品质的提升。共促行业发展, 共建平等交流、互通信息、共享商机的高端平台。



**全联房地产商会酒店投资商分会**  
Hotel Investors Association of China Real Estate Chamber of Commerce

全联房地产商会 (China Real Estate Chamber of Commerce, 简称 CRECC), 是由中国国务院批准成立、在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。

全联房地产商会目前拥有会员企业 6000 多家, 其中 890 多家为主板上市公司, 同时还包括 30 多个省、市房地产商会团体会员, 会员以地产开发商、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是全联房地产商会直属机构。

## 一、顾问委员会



**周铁农 荣誉会长**  
第十一届全国人大常委会副委员长



**黄孟复 荣誉会长**  
第十一届全国政协副主席



**刘毅 总顾问**  
原国家商业部部长  
原国家旅游局局长



**程文栋 特邀顾问**  
原国家旅游局副局长



**张广瑞 特邀顾问**  
中国社会科学院旅游研究中心  
创始人、名誉主任



**戴斌 特邀顾问**  
国家文化和旅游部数据中心主任  
中国旅游研究院院长



**杨卫民 特邀顾问**  
原锦江国际酒店(集团)  
副董事长、CEO



**黄德利 特邀顾问**  
希尔顿集团大中华区及蒙古项目  
开发总裁



**庄启明 特邀顾问**  
富力集团副总经理



**郑玮玲 特邀顾问**  
原粤海国际酒店集团董事长



**徐国荣 特邀顾问**  
中粮置地有限公司副总经理



**金阳 特邀顾问**  
华侨城酒店集团董事长



**陈雪明 特邀顾问**  
金鹰国际酒店集团总顾问  
原金陵酒店管理有限公司董事、总裁

## 二、执行委员会

### (一) 执行委员会常委

#### 会 长



张 辉  
中国金茂控股集团高级副总裁

#### 执行会长



冼 锋  
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

#### 联席会长 (排名不分先后)



钱建农  
复星国际全球合伙人  
复星旅游文化集团董事长兼 CEO



张建明  
明宇实业集团董事长  
明宇商旅股份有限公司董事局主席



宁奇峰  
万达商管集团首席副总裁  
万达酒店及度假村总裁



王 川  
恒大地产集团副总裁  
恒大酒店集团董事长



肖徐哲  
保利商业地产投资管理有限公司  
总经理



李瑞忠  
绿地酒店旅游集团总经理



李景海  
鲁能集团商业旅游管理公司  
总经理



孙 坚  
北京首旅如家酒店(集团)  
股份有限公司总经理



Garth Ronald Peterson  
富力地产集团资产管理中心  
总经理



唐 咏  
金茂(中国)酒店投资管理有限公司  
执行董事兼行政总裁



黄贵钦  
中粮置地酒店管理公司  
总经理

## (二) 执行委员会委员

### 副会长 (排名不分先后)



**梁丹青**  
越秀地产股份有限公司副总经理  
越秀商业地产投资管理有限公司联席总裁



**陈建铭**  
上海三盛宏业投资集团  
有限责任公司董事长



**李晓平**  
卓越置业集团有限公司  
副董事长兼总裁



**吕健**  
雅居乐集团酒店管理公司  
总经理



**唐鸣**  
世茂集团副总裁  
世茂喜达酒店集团总裁



**谢伟杰**  
星河湾集团副总裁  
星河湾酒店管理公司总经理



**丁小亮**  
中国中旅酒店(集团)  
有限公司董事兼总经理



**张跃农**  
深圳招商美伦酒店  
管理有限公司总经理



**刘侠**  
蓝光商业集团  
董事长



**戴玉**  
碧桂园集团外资酒店管理中心  
总经理



**吴宣林**  
长隆集团有限公司  
原副总裁



**刘文东**  
杭州新天地集团  
董事长



**周锋**  
美高梅国际酒店集团  
中国区总裁



**刘晨军**  
温德姆酒店集团大中华区  
总裁



**孙武**  
凯悦集团中国区副总裁  
宇宿酒店管理公司首席执行官  
及董事总经理



**范萌妃**  
朗廷酒店集团中国业务  
拓展高级副总裁



**王威**  
粤海(国际)酒店管理集团  
董事总经理



**王建平**  
君澜酒店集团总裁



**汪松涛**  
合景泰富集团酒店管理公司  
总经理



**陈姝娜**  
上海市衡山(集团)公司  
党委委员、资产部部长



**黄俭**  
深航物业酒店管理有限公司  
总经理



**杨建荣**  
云南泰悦集团董事长



**陈鑫春**  
浙旅蝶来酒店集团有限公司  
董事长



**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



**程新华**  
东呈国际集团  
创始人、董事长兼总裁



**黄德满**  
维也纳酒店集团  
创始人



**马英尧**  
尚美生活集团  
创始人、董事长兼总裁



**胡竞选**  
雅斯特酒店集团  
董事长兼 CEO



**李维**  
OYO 酒店集团  
合伙人、首席财务官



**林锡尧**  
霍英东集团董事副总裁



**邱剑侠**  
上海嘉和控股集团有限公司  
董事长兼总裁



**贾琼**  
英国凯帝集团亚太区总裁



**刘兵**  
戴德梁行高级董事  
区域副总裁



**李瑜**  
四川省川瑞发展投资有限公司  
副总经理



**林海**  
上海大木酒店设计顾问  
有限公司董事长



**赵耕乾**  
北京多彩投网络科技有限公司  
CEO



**程俊华**  
明辉集团有限公司  
执行董事



**刘子刚**  
明辉集团有限公司  
执行董事



**陈梅湘**  
戴思乐科技集团  
董事长



**俞斌**  
上海星级酒店设备工程  
有限公司董事长



**李刚桥**  
简一大理石瓷砖（集团）  
营销副总



**唐华强**  
蒙牛乳业（集团）股份有  
限公司酒店业务部总经理



**李晋军**  
南京丰盛五季酒店管理有限公司  
总经理



**欧阳国庆**  
合纵酒店顾问公司执行总裁  
联合创始人



**陈晟宇**  
深圳恒安兴智联生活科技  
集团股份有限公司董事长



**杨绍元**  
大理独秀集团董事长



**李涛**  
思凯来文旅创新集团  
董事长



**许志钧**  
寰之堡（上海）商贸有限公司  
总经理

**26<sup>th</sup>** 创刊  
周年  
since 1993

发产业强音 塑意见领袖

## 中国饭店 中国崛起的缩影!

中国饭店，是中国近四十年社会发展最敏感的窗口。一切重要的交往在那里发生，一切惊喜的观察在那里完成，一切深入的研讨在那里举办。不仅如此，世界重新发现中国，也总是在那里起步，中外经济的快速融合，也总是在那里见证。

《中国饭店》杂志见证中国速度，记载中国饭店业的发展，为上千万商旅客人及行业精英人士提供权威、专业、及时的资讯服务，具有不容置疑的品牌号召力与舆论影响力。

《中国饭店》杂志创刊于1993年，中英文双语，月刊。

*China Hotel magazine*, the appointed brand publication of Asia Pacific Hotel Association, started publication in 1993, bilingual version.

Being the core journal of national tourism and hotel industry, adhering to the purpose of the magazine "Being the influential voice of the industry by transmitting the strongest notes", *China Hotel magazine* is issued for the 36 ministries and commissions.



# China Hotel Magazine 中国饭店

## 中国文旅全球论坛推荐品牌

COUNCIL MEMBERS RECOMMENDED BRANDS

(排分不分先后 / listed at random)

## 战略合作伙伴

strategic partners


## 高级合作伙伴

senior partners


合作伙伴  
partners

 <p>粤海(國際)酒店管理集團有限公司 GUANGDONG INTERNATIONAL HOTEL MANAGEMENT HOLDINGS LIMITED</p>	 <p>维也纳酒店集团 Vienna Hotels Group</p>	 <p>蓝光 BRC</p>	 <p>泰悦集团 TAI YUE GROUP 美住品质 · 极致价值</p>	 <p>铂涛酒店集团 FLIPOINT HOTELS &amp; RESORTS 翔业集团成员企业</p>
 <p>釣魚臺·美高梅 DIAOYUTAI MGM HOSPITALITY</p>	 <p>木蓮莊酒店 The Mulian Hotel</p>	 <p>旅馆连锁 99inn.cc</p>	 <p>華軒里酒店 HILITE HOTEL</p>	 <p>铂涛</p>
 <p>XANA HOTELLE 希岸酒店</p>	 <p>金輝煌酒店管理有限公司 GOLDEN HOTEL MANAGEMENT CO.,LTD</p>	 <p>REGAL HOTELS 富豪酒店</p>	 <p>华驿酒店集团 China Inn Group</p>	 <p>DOUBLETREE BY HILTON™ SHANWEI 汕尾保利希尔顿逸林酒店</p>
 <p>HUASHUIWAN NO. 1 花水湾第一村温泉大酒店</p>	 <p>蒙娜丽莎瓷砖 MONALISA TILES</p>	 <p>JUST SPACE</p>	 <p>DUO 多彩投 投资美好生活</p>	 <p>梦幻视界 DREAM VIEW WORLD</p>
 <p>Absen 艾比森会务</p>	 <p>CHD CHEN BEN &amp; DESIGN CHINA HOTEL DESIGN</p>	 <p>銀汀 YINTING 不锈 钢 产 品 定 制</p>	 <p>凤球唛</p>	 <p>Shiji</p>
 <p>CHALI Be a tea fan.</p>	<p>Air/Aroma® 空間 香 氛</p>	 <p>穗宝 SOMNOPRO</p>	 <p>DONOUAU® BUILDING HARDWARE SYSTEM 德国丹尼亚建筑五金系统 Design of German Since 1966</p>	 <p>Sinherr 新银禾</p>
 <p>泓伟水产 HONGWEI AQUATIC</p>	 <p>东兴酒店用品有限公司 Dongxing Hotel Supplies Co., Ltd.</p>	 <p>TRADEWINDS 信家家居</p>	 <p>COSO 高斯卫浴</p>	 <p>WAYON — 威洋·石材 —</p>
 <p>广东金牌陶瓷有限公司 GUANGDONG GOLD MEDAL CERAMICS CO.,LTD.</p>	 <p>Connect</p>	 <p>Ruijie 锐捷 Networks</p>		

简一® 大理石瓷砖

# 高档装修用简一



佛山市简一陶瓷有限公司

地址: 佛山市禅城区季华一路二十八号四座2-5层  
TEL 400 105 3288 www.gani.com.cn

FOSHAN GANI CERAMICS CO.,LTD.

Add: 2nd-5th Floor, T10, Smart City, No.28, Jihua 1st Road,  
Chancheng District, Foshan, Guangdong, China

