

China Hotel Magazine

中国饭店

2020年5月刊 总243期

邀请函及简介

INVITATION LETTER & INTRODUCTION

第二十届
中国文旅全球论坛

CTGF2020

于德励

且听风吟，且畅悦鸣

DAVID UDELL

LISTENING THE WIND HUMMING,
WANDERING THROUGH JOY

蓄力与升温

预约未来旅行

“夏天”迎春天的复苏模式

RESERVING FUTURE TRAVEL,
RECOVERY MODE

“SUMMER WELCOMES SPRING” ON



扫我吧！
中国文旅首席新媒体







第二十届中国文旅全球论坛

THE 20TH CHINA CULTURAL TOURISM GLOBAL FORUM

2020年6月18-19日



疫情之下，向上生长！

这是全球文旅首场硬核“云峰会”+“云颁奖”！

万人盛会，定向邀约，业界精英

地产、文旅项目、酒店投资商及运营商

待疫情平息后，主办方将陆续举办约

30场小范围合作沙龙、各地巡回线下对接活动

作为“云上峰会”的后续延伸

文化赋能，旅游带动，发展新基建、培育新消费、
壮大新产业、创新新服务，打破空间与时间的桎梏，
寻求产业新的活力与出口，把握新的商业合作机会！

最新动态请留意组委会官方网站

WWW.CHF163.COM

组委会秘书处

会务：020-89899000 邮箱：chf@chf163.com

金牌亚洲·大板磁砖

——大·不相同——

金牌亚洲磁砖

荣膺第十九届中国金马奖

“中国地产及酒店投资商首选陶瓷品牌”



宽1.6米

长3.2米





德利丰家居
DELPHONE HOME



大岩板 石代 德利丰 大岩板

2019亚太酒店与地产合作论坛高级合作伙伴

电话：400-118-1838
www.delfone.com





洗 锋

中商文旅创始人、CEO

Xian Feng

Founder and CEO of China Business Cultural Tourism

主要社会及行业任职:

教育部工商管理类学科教学指导委员会特邀委员

中国商业联合会专家委员会委员

中国社会科学院旅游研究中心研究员

北京大学中国职业研究所特约研究员

中山大学校友总会高尔夫俱乐部创会理事长

亚太酒店协会执行会长

中国饭店业名人俱乐部主席

全联房地产商会酒店投资商分会执行会长

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

RISE WITH THE TIDE 集结号 2020 察势而为

受全球疫情大爆发的影响,经研究决定,以“察势而为”为主题的第二十届中国文旅全球论坛定于2020年6月18-19日以“云上峰会”形式隆重举行。

疫情之下,向上生长。这是全球文旅首场硬核“云峰会”+“云颁奖”!万人盛会,定向邀约,业界精英,将通过本盛会直播平台、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、微信及抖音小视频参与本盛会并进行互动交流。文化赋能,旅游带动,发展新基建、培育新消费、壮大新产业、创新新服务,打破空间与时间的桎梏,寻求产业新的活力与出口,把握新的商业合作机会!

在全国工商联的指导下,全联房地产商会、全联房地产商会酒店投资商分会、亚太酒店协会将一如既往,发挥自身的优势,充分整合资源、分享资源,以前瞻性视角发声。待疫情平息后,主办方将陆续举办约30场小范围合作沙龙、各地巡回线下对接活动,作为“云上峰会”的后续延伸,为合作伙伴实现“投资方与管理方、业主方与设计方、资金与项目、人才与企业、产品与渠道”等链接,精准匹配各方需求。

Affected by the outbreak of the global epidemic, 20th China Cultural Tourism Global Forum (hereinafter referred to as "the Forum") with the theme of "Rise with the Tide" is scheduled to be held online on June 18-19, 2020.

Under the epidemic, growing is upward. This is the first great "online summit" + "online award" of the global cultural tourism! About Ten Thousand People including targeted invitations, elites of different industries will gather in the Conference and exchange ideas through this live broadcast platforms "China Internet News Center, China Network", China Cultural Tourism Chief New Media — "Entrip", wechat video, DouYin short video. Though the ways of cultural empowerment, tourism promotion, development of new infrastructure, cultivation of new consumption, growth of new industries, innovation of new services, there will be new vitality and new business cooperation opportunities!

Under the guidance of All-China Federation of Industry and Commerce, China Real Estate Chamber of Commerce (CRECC), Hotel Investors Association of CRECC, and Asia Pacific Hotel Association (APHA) will take their advantages to integrate and share resources, give opinions in a forward-looking perspective. After the epidemic, the organizer will hold 30 cooperative salons, and various offline docking activities as a follow-up extension of the "online summit" to realize the connections of investors and managers, owners and designers, funds and projects, talents and enterprises, products and channels, funds and projects, talents and enterprises, products and channels and match the needs of all parties exactly. 

OPPORTUNITIES UNDER THE EPIDEMIC

疫情之下的文旅机遇

旅游产业不会长期萧条下去而是如同一场大暴风雪，它给旅游行业按了一个暂停键，旅游业长期向好的基本要素没有改变。

从长期来看，中国旅游业的基本面良好。随着2019年中国人均GDP迈上1万美元台阶，全国GDP总量超过99万亿元，居民消费升级将成为长期趋势，全球化的进程也有助于全球旅游业的成长。这一趋势不会因短期疫情而扭转，相反有望在疫情后强化，成为推动文化旅游产业发展的中坚力量。

在疫情当下我们到底以什么样的态度和方式面对危机比单纯去考虑快速提升业务更加重要。《疫情过后游客出游意愿调研报告》显示，随着中国国内的疫情得到有效控制，多地景区已开始陆续恢复运营，国内旅游将从停摆的状态中逐步复苏。在目的地选择上，有56%的游客会选择到国内其他城市或景区旅游，以此取代原本计划的出境游。人们的消费行为和消费需求也因为疫情而有所改变：

第一、消费者会更加重视健康和安​​全，更加重视旅游质量

这一观念对旅游产业的直接影响就是，旅游行业的转型升级会加速，中国旅游产业高质量发展会进入一个新的阶段。提升旅游产品、旅游环境的卫生标准以及不断优化服务软环境、继续以高质量发展为核心目标，也是疫情过后旅游行业的工作重点。疫情后行业的应急水平也将进一步提升。康养疗养旅游、户外体育旅游或将更受青睐，而周末的城市周边2-3天的微度假作为工作后休闲放松的度假方式也将更受欢迎。这次疫情过后对旅游企业内部管理、产品和服务品质、产品结构、旅游业态等方面都会提出更高的要求，这些变化有利于行业长期健康发展。

第二、更加重视家庭和亲情注重休闲养生

观光旅游向休闲度假转变的速度也会进一步加快。这次疫情在家办公得到很好的实践，未来会快速发展。对于普通上班族而言，不受地理空间限制的远程办公将会成为大部分企业的刚需，能够实现办公协同的线上办公软件在近期内将被大量使用。一旦这种工作方式成为企业办公习惯，往往将会延续下去，不可逆转。

第三、更加喜欢线上生活

旅游企业业务的智能化应用和服务的线上化也会得到更广泛的重视。重视大数据、云计算、人工智能技术的应用，快速适应客户需求，实现订单的快速自助处理（如退改）；提升无人化、无接触服务技术的应用，创造更安全放心的服务场景。

服务上，企业将更多通过线上服务触达客户，线上和线下实现充分融合。当用户无法在线下体验时，能够提供线上相应的体验方式。同时视频和直播等线上营销方式将更多取代传统的营销渠道。

除此之外，疫情有望加快旅游产业的转型升级。消费观念的改变有望催生旅游行业的新需求，尤其是休闲度假产业的需求会提升。同时疫情也会淘汰一些落后的，才能有利于加快旅游产业的转型升级。行业的收购兼并会增加，面临更大的重新洗牌。龙头企业有更强的经营能力及资本实力和融资能力，有望度过危机，且有机会和动力以低价收购处于危机中小企业，行业有望迎来一波并购潮，旅游行业或将进行重新洗牌。



钱建农

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

Jim Qian

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

In the long term, the tourism is heading a good way. And this trend will maintain after the epidemic. What kind of attitude and way we take to face the danger is much more important than improving our business. There are 3 points that we can focus on. First, customers will value health and safety more. Second, importance will be given to family and leisure, wellness. The last, they prefer online life more. 📺

BOTH INDUSTRY INVOLUTION AND IDEOLOGICAL INNOVATION ARE REQUIRED BY HOTELS

酒店要行业振兴，也要思想革新

专项调研数据显示，1月中旬开始疫情爆发的两周内，境内酒店入住率下降了75%，1月26日更是跌至17%的冰点。原本我国旅游住宿业就存在行业薪酬过低、科技支撑和创新活力不足、盈利能力不强等结构性问题，疫情的冲击让疫后住宿业的恢复振兴与转型升级面临更大考验。这次疫情为旅游住宿业提供了极其难得的市场转型动力，还有商业模式创新的可能性。

未来的酒店和民宿一定是开放的，与社区生活共商共建，与本地商圈共生共荣。快递小哥可以把外卖送进来，酒店也可以把品质餐饮送出去。从长期来看，则是酒店成为社区生活的一份子，哪怕是再重要的一份子，也必须要与本地生活和商业生态共商共建、共荣共享。

未来的酒店一定是科技支撑的，通过资本有机构成的提高和产业链条的延伸，让员工重新找回职业的尊严。长期以来酒

店被定义为劳动密集型和经验依赖性的行业，导致酒店业资本有机构成上不去，迂回生产过程展不开。看了一些关于中国服务的材料，还是如何靠人海战术和阅历经验以实现VIP的“满意+惊喜”。现代服务业的本质是标准化流程和规模化生产，实现普通客人的普遍满意，而不是列队鼓掌、总经理迎送、客户专属用品和刻意的逢迎。要想实现这个转变，只有技术进步和提高资本有机构成一条路可走。

休闲度假游客和商务长住客人对住宿产品的个性化需求，是传统酒店无法满足的，而嵌入到社区、乡村和景区的民宿、乡村客栈、共享住宿等非酒店旅游住宿产品，又因为渠道、平台和销售成本而无法为传统的酒店分销体系所兼容。大数据与移动互联网技术的商业化应用，有效链接了旅游消费的碎片化需求和旅游住宿的分散化供给。首旅如家、锦江七天、华住汉庭、

住友布丁，以及市场更加下沉的OYO等新型旅游住宿业态，与其说是产品、服务和管理的创新，倒不如说是移动互联网技术支持的营销体系的创新。事实上，科技正在从根本上改变旅游和旅行的方式，年轻一代的消费者养成了线上选择、线上预订、线上支付、线上分享的习惯，传统就要颠覆。

周一开始构思这篇文章时，发了条微博：从今天起，关心酒店和民宿。没想到引来若干善意的围观，有人说“看来要买酒店股票了”，有人说“旅行社都不要了吗”？其实，在重大疫情和时代进步面前，任何个人言论和公开文字的力量没有想像中那么大。党的领导，小康社会中国梦，人民对美好旅行生活的向往，以及全体酒店人的坚守和努力，才是酒店市场复苏和产业振兴的坚强保障。

The epidemic has provided the tourism and hospitality industry with an extremely rare market transformation power and the possibility of business model innovation.

Future hotels and B&Bs must be open, capable of discussing and building with community life, and living together and prospering with local businesses. The courier brother can bring in the takeaway, and the hotel can also deliver quality catering. In the long run, it is the hotel that has become a part of the community life. Even if it is an important part, it must coordinate with the local life and business ecology.

Hotels in the future must be supported by technology. Through the improvement of the structure of capital and the extension of the industrial chain, employees can regain their professional dignity. For a long time, the hotel has been defined as a labor-intensive and experience-dependent industry, which has caused the organic structure of the hotel industry's capital to go up, and the roundabout production process cannot be developed. After reading some materials about China's services, how to rely on human tactics and experience to achieve VIP "satisfaction + surprise". The essence of the modern service industry is standardized processes and large-scale production to achieve the general satisfaction of ordinary customers, rather than line-up applause, general manager welcome, customer-specific supplies and deliberate flattering. To achieve this transformation, we need to constitute technological advancement and increased capital.

The personalized demand for accommodation products by leisure vacation tourists and business long-stay guests cannot be met by traditional hotels, but non-hotel tourism accommodation products embedded in communities, villages and scenic spots, such as homestays, country inns, shared accommodation, etc. The platform and cost of sales cannot be compatible with the traditional hotel distribution system. The commercial application of big data and mobile Internet technology have effectively linked the fragmented demand of tourism consumption and the decentralized supply of tourism accommodation. In fact, technology is fundamentally changing the ways of travel. The younger generation of consumers has developed the habit of online selection, online booking, online payment, and online sharing, and the tradition will be subverted. 51



戴斌

戴斌
国家文化和旅游部数据中心主任
中国旅游研究院院长
Dai Bin
Director of Data Center of Ministry of Culture and Tourism of PRC
Dean of China Tourism Academy

IN ORDER TO OVERCOME THE EPIDEMIC, OUR PRICE MAY BE PERMANENT LOSS OF PRIVACY?

为了战胜疫情， 我们的代价可能是永久失去隐私？

新冠病毒不仅仅是中国人民的敌人，更是世界人民的敌人。在各个国家积极应对疫情的同时，全球思想家们也在探讨一个问题：这场空前的灾难，将对未来人类的秩序和思想产生怎样的影响？

近日，欧洲青年学者尤瓦尔·赫拉利针对这个问题，发表了一篇文章，叫做《冠状病毒之后的世界》。赫拉利认为人类正面临全球危机，它倒逼政府把原来需要经过多年商议的决策，缩短到几周，甚至几小时内。这些不成熟的政策，让人类变成了大型实验室里的小白鼠，将在未来几年内改变世界，影响我们的经济、政治和文化。而在所有重要的选择中，赫拉利认为集权主义监视和公民赋权之间的抉择在今天是最为两难的。赫拉利提醒人们，以往的监控只是皮肤表面的。比如，你用手点击某个链接后，政府和大数据公司就能知道你到底看了什么。

但是新冠病毒让监控渗透进了我们的肌肤里。比如有些政府为了遏制冠状病毒，打算让公民 24 小时佩戴生物特征识别手环，实时监测我们的体温、血压和心率，然后通过分析这些数据，知道我们是不是生病了，去过哪里，遇到了谁。这种监控虽然可以更快地遏制流行病的蔓延，但它具有持续下去的惯性。比如有些政府会说：“为了遏制第二次新冠病毒的流行，或者为了预防新的埃博拉病毒，公民们还是继续佩戴生物特征识别手环，来保障自身的安全吧。”这个时候我们为了健康通常会妥协，放弃自己的隐私。于是政府和大数据公司就可以实时监测我们的生理特征，知道我们为什么大笑，为什么哭泣，为什么生气。我们每个人从生理到心理都将是透明的。

描述完这一现象，赫拉利又提出了一个问题：我们每个人有没有办法同时获得健康和隐私？我们必须在健康和隐私之间二选一吗？赫拉利提出的问题，其实在过去的百年里，从孟德斯鸠到卢梭，再到罗尔斯，都有过激烈讨论——群体秩序和个人自由之间如何实现一种恐怖的平衡。

我们可以把今天各国应对新冠肺炎疫情的很多措施视为“暂时措施”。比如封城，公共场合必须戴口罩，进入一座新城市必须隔离 14 天。这些措施是短暂的，当疫情稳定的时候，它是可逆的，会被取消。

但是，赫拉利担心的是可能有一些制度和政策，特别是被技术推动的制度和政策，有可能是不可逆的。比如政府和有关部门采集了我们所有的个人数据，等到疫情平复后，这些大数据监测是不是仍然有延续下去的必要？在大数据、云计算、传感器和人工智能等新技术的包围下，人类又陷入了秩序和自由之间巨大的矛盾中。

赫拉利不是第一个提出这个问题的人。天才物理学家史蒂芬·霍金在去世前就提出，人类未来面临的巨大挑战并不来自外星系，而是来自人类身边日益成熟的机器人。这一次新冠肺炎疫情，无非是把这种担忧以更加迫切的方式摆在了人类面前。其实从个人、组织、国家到全球的政治经济秩序，都没有做好应对这个问题的必要准备和方案。

(节选自吴晓波频道)



吴晓波
著名财经作家
“蓝狮子”财经图书出版人

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

Recently, European young scholar Yuval Noah Harari published an article on this issue, called "The World After Coronavirus". Harari believes that mankind is facing a global crisis, and it forces the government to shorten the decision that had been negotiated for many years to a few weeks, or even a few hours. These immature policies have turned humans into mice in large laboratories, which will change the world and affect us in the next few years in economy, politics and culture. Among all the important choices, Harari believes that the choice between totalitarian surveillance and citizen empowerment is the most dilemma today. He reminded people that the previous monitoring was only on the surface of the skin. For example, after you click a link with your finger, the government and big data companies will know exactly what you are looking at. 

WHAT'S NEXT FOR TRIP.COM GROUP AS CORONAVIRUS CRISIS SUBSIDES IN CHINA?

随着新冠危机逐步消退， 携程的下一步是什么？

对于携程的高层来说，世界不应该错过任何制止病毒扩散的机会，旅游业也不应该放弃在危机中的机会。

There are two stages of the most difficult challenging issue during the coronavirus outbreak. The first wave came when the virus was really severe in China. There were lots of cancellations, so we had to work day and night to handle a 20-times volume increase in cancellations from customers as well as changes and delays of trips. The second way is right now. The virus is well under control in China, so we need to boost the confidence of the consumer and come up with very creative products so that consumers can resume confidence in travel and boost the recovery of domestic business.

China is already taking the lead in difficult situations, so the rest of the world has the data from China's experience to make intelligent and wise decisions. The Chinese government took a very decisive move to lock down the country for four to eight weeks and then got it over and done with. The result is so far positive, and I think that's the right way to do. China is now working very hard to restart the economy and the rest of the world can follow its footsteps for their situation, and eventually we will all be out of this challenging situation. But right now, we really need to work as one team to share data and experiences and help each other during these challenging times.

We are seeing signs of recovery now from the domestic market in China. Ctrip is among the first couple of companies to return to work and many companies are now fully in operation. For Chinese travelers now it's 周边游 (zhoubianyou), or travel around big cities. There are products for parents to bring their family for relaxation on the weekend. After being locked down for two months a lot of people would like to travel but we need to do it in a very safe and methodical way.

Trip.com is helping travel partners in overseas countries. Before we were allowed to travel we already started surveying our partners and suppliers and what they really needed was cash flow from customers. Through our online initiative for the Tourism Recovery V plan, with V standing for victory, we got very good deals for the attractions, hotels and travel suppliers that customers would be able to prepay for. On one hand the customers benefit from these products, on the other hand the suppliers are also able to get some cash flow in the meantime. That's how we, in the middle, add value for both the consumers and suppliers and help them in the recovery process.

Such deals are receiving positive traction from the Chinese travel market. For the consumers, the demand is there. If you look back, they already paid for their overseas holiday trips [before the virus outbreak], so the demand is there, the buying power is there. They just need to find the right time and good deals to boost their confidence and then they will be able to travel. That's been very positive.

Chinese travelers are already booking trips. I think right now China is probably controlling the virus much better, so consumers feel confident to travel within China. Once the consumer confidence is up, then the second step is for us to work with travel bureaus in countries that already control the virus very well, such as Singapore, Japan and South Korea, to at least open up certain travel destinations within them to Chinese citizens.

The virus has changed the behavior and preferences of Chinese travel market? Is safety a top priority. If you put yourself in their shoes, safety is number one. You don't want to risk your family's health to go to an area with beautiful scenery but which isn't safe. Second, at this moment, is a good deal, which attracts consumers to a certain extent. For example, we're now promoting hotels with Michelin restaurants to our customers. In the pre-Covid days, it's very difficult to get seats at these restaurants. But business has suffered due to the virus, so consumers are now able to get into popular restaurants or hotels in China at very reasonable prices. These are the things we can do to support our consumers. 



孙洁
携程旅行网首席执行官
Jane Sun
Trip.com Group CEO

西单大悦城 · Le Joy Hotel 北京大悦酒店

畅游潮流艺术主题趣境，快闪一日8面人生

风范 · 逸致房



专为精英绅士们而打造，腔调十足的嬉皮工业风主题空间，情景再造兼具品质与格调的高端聚会场所。

情致 · 格调房



Le Joy联袂澳大利亚华裔人气设计师Godfrey团队，以电影《五十度灰》为设计灵感，升级氛围格调，为蜜恋情侣们倾情打造爱意环绕的私密约会空间。

酣畅 · 聚会房



酷玩党的狂欢圣地，实景呈现“天地倒置”奇幻景象，个性水床、私人KTV、酷炫闪耀的灯光氛围可于瞬间化解压抑的负面情绪，进入此处享乐空间，开启酣畅淋漓的B面生活。



北京大悦酒店

悦活之旅，极致空间的生活体验之旅。

颠覆对传统酒店的认知，在喧哗的都市里，为那些想要打破循规蹈矩生活的人们，提供一个可无间隙地贯穿于工作与休闲、享乐与社交、旅行与居住的全场景体验。

践行“共享社交·风尚设计·舒享居住”的理念并与大悦城购物中心联动，创新的消费体验，带来品质和互联的悦活之旅。

酒店地址

北京市西城区西单北大街乙131号

预订电话

010-58331166

扫码了解

更多潮流艺术主题空间



北京西单大悦城综合体最具魅力的主力店

CONTENTS

2020年5月刊总243期 | 目录 |



042 人物

042 封面故事

于德励：且听风吟，且畅悦鸣

048 对话风云

邓德志：从家到国，我的征途终点是“家”

004 智库

004 社长 / 客座 / 导航 / 财眼 / 思者

集结号 2020 察势而为

疫情之下的文旅机遇

酒店要行业振兴，也要思想革新

为了战胜疫情，我们的代价可能是永久失去隐私？

随着新冠危机逐步消退，携程的下一步是什么？

038 纵产经

探索未知 2019：颠覆性体验重塑旅游业

2020年3月分散式长租公寓品牌发展报告

089 悦读

089 异域奇葩

椰林飘香伊比萨

092 设计语言

闭眼，枕着童话入眠

096 创意之旅

土楼山乡勾神韵 层层重重绕圈圈

100 特色民宿

俯瞰山间四季，仰望璀璨星空

104 城市名片

新乡：览太行风光，游古朴村庄

108 闻香识酒店

探索柏拉图的理想国

畅游失落的水上乐园 三亚亚特兰蒂斯

110 时节记

立夏 天地始交，万物并秀

114 人文波普

《幸福的拉扎罗》：当圣人走过人间

020 行业聚焦

蓄力与升温

“疫”后新增长点：无接触服务与康养旅游

预约未来旅行，“夏天”迎春天的复苏模式

周边游，文旅复苏之催化剂

研学游，你站对风口了吗？



051 特辑

第二届中国文旅全球论坛

广告索引

封二 第二届中国文旅全球论坛

002 金牌陶瓷

009 大悦城

011 新特丽

013 大悦城

封底 伟光汇通



BC ARTLIGHT

耀辉照明

CHASING DREAM

WITH LIGHT

追光·逐梦



欢迎关注

BC Artlight 耀辉照明

酒店艺术灯订制

BC Artlight, 注重工艺技术的创新和外观设计的独特, 赋予每一件产品生命力, 致力为国际品牌酒店、设计公司 and 公共机构提供服务。

工程案例: 北京三里屯洲际酒店、深圳南山中洲万豪酒店、西安蓝海风万怡酒店等。

深圳市耀辉照明电器有限公司

T : 0755-2215 7342 F : 0755-8832 6999

www.bcartlight.com

CONTENTS

MAY, 2020 ISSUE 243



04 THINK TANK

- 04** Editor in Chief/ Guest/ Economist/ Navigations/ Thinker
Rise with the Tide
Opportunities Under the Epidemic
In Order to Overcome the Epidemic, Our Price May Be Permanent Loss of Privacy?
Both Industry Involvement and Ideological Innovation Are Required By Hotels
What's Next for Trip.com Group as Coronavirus Crisis Subsides in China

020 FOCUS

- Charging and Warming Up
New Point of Growth After "Epidemic": Contactless Service and Wellness Tourism
Reserving Future Travel, Recovery Mode "Summer Welcomes Spring" On
Surrounding Travel: Catalyst of the Recovery of Cultural Tourism
Education Tourism, Are You Standing at the "Draught"

038 INDUSTRY ECONOMY

- Exploring the Unknown 2019 Disruptive Experience to Reshape Tourism (Selection)
Decentralized Long-Term Apartment Brand Development Report of March, 2020

042 COVER STORY

- David Udell: Listening the Wind Humming, Wandering Through Joy

048 DIALOGUE

- Dend Dezhi: From China to America,
My Destination Is Home

051 ISSUE

- The 20th China Cultural Tourism Global Forum

089 ABROAD

- Feel the Coconut Fragrance in Ibiza

92 DESIGN CODE

- Close Your Eyes, Sleep with Fairy Tales

096 TRAVEL

- A Masterpiece By Devolution

100 UNIQUE B&B

- Hakka Earth Building, Plentiful Donuts!

104 CITY LANDMARK

- Xinxiang: Visiting Taihang Mount and Quqint Village

108 SCENT OF A HOTEL

- Explore the Ideal Country of Plato and Swim
in the Lost Water Park Sanya Atlantis Resort

110 SEASON

- Beginning of Summer: Flourishing All Life Alternation of Heaven and Earth

114 POP ART

- Lazzaro Felice: When Saint Passes By The World

ADVERTISEMENT INDEX

- COVER II 20th China Cultural Tourism Global Forum
002 Goldme
009 GrandJoy
011 BC Artlight
013 GrandJoy
BACK COVER CCTID

纵情娱乐目的地 | ENTERTAINMENT DESTINATION

大悦城控股
GRANDJOY

海上城堡 AQUA PARK

三亚大型海上城堡落地三亚美高梅度假酒店
集玩乐、运动、益智、健身为一体
一百种玩法不重样，开启创意玩海新模式
潮派综艺及团建拓展优选目的地
让激情欢乐触手可及


MGM GRAND
SANYA
三亚美高梅度假酒店

三亚美高梅度假酒店
中国海南省三亚市亚龙湾国家旅游度假区 572060
电话: +86 898 8863 9999 / +86 898 8863 9999
www.mgmgrand.com



M
G
M
G
R
A
N
D

China Hotel 中国饭店

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

本刊理事单位 (排名不分先后) Council Members



China Hotel Journal Council

Senior Advisors:

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

Huang Mengfu (Vice President of CPPCC)

Academic Advisor:

Yu Qiuyu (Renowned Scholar, Professor)

Senior Legal Advisors:

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

Huai Xiaofeng (Former President of National Judges College)

Honorary Director:

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

Director:

Xian Feng

Deputy Directors(In Random Order):

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

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

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

Experts Committee Members (in Random Order):

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

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

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

Publisher: Xian Feng

Chief Editor: Nancy Yin

Editors/Reporters: Hiana/Misa/Eytan/Sinva/Irene

General Designer: Winger Yin

Experienced Graphic Designer: Cyltze

Deputy Director of Marketing Department: Osman Ou

Marketing Managers: Yuan Hua/Lydia

Assistant Marketing Manager: Terrir/Sandy/Joop/Roses/Chen Cheng

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 2020 to members of Asia Pacific Hotel Association and Hotel Investors Association of CRECC; council members of China Hotel Association and China Tourist Hotel Association; platinum members of China Hotel Celebrity Club.

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

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

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

本刊理事会

高级顾问:

周铁农 (第十一届全国人大常委会副委员长)

黄孟复 (第十一届全国政协副主席)

高级学术顾问:

余秋雨 (著名作家、文化学者)

高级法律顾问:

刘家琛 (最高人民法院原副院长)

怀效锋 (国家法官学院原院长)

名誉理事长:

刘毅 (原国家商业部部长 / 原国家旅游局局长)

理事长:

冼锋

副理事长: (排名不分先后)

张辉、钱建农、宁奇峰、庄启明、徐国荣、金阳、肖徐哲、王川、陈妙林

张建国、李瑞忠、孙坚、张谦、钱进、林聪、黄德满、陈雪明

戴玉、周锋、陈树杰、伍威全、李国雄、刘汉华、区又生

专家委员: (排名不分先后)

张广瑞、袁宗堂、魏小安、王大悟、杨小鹏、彭书宝、戴斌、张宇人、黄德利

杨卫民、郑玮玲、吕尚怀、唯灵、杨贯一、庄臣、魏杰、陈少峰、马勇

高峻、田里、宋海岩、梁文慧、何建民、彭青、邹益民、肖星、乔毅

出版人 / 社长: 冼锋

主编: 尹欣

编辑 / 记者: 林欣 / 陈丽媛 / 凌毅婷 / 吴倩华 / 周淑圆

设计总监: 殷中山

资深美编: 曹亚萍

市场部副总监: 区伊捷

市场部经理: 袁华 / 杨万叶

市场部助理经理: 曾梓峰 / 毕龙山 / 李志鹏 / 蔡颖 / 陈程

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 2020 年度《中国饭店》杂志

版权所有, 如有转载请与本刊联系。本刊作者文责自负, 对于侵犯他人版权

或其他权益的文字、图片稿件, 本刊概不承担任何连带责任。

本刊署名文章乃个人观点, 不代表本刊立场。

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



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

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

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

中国酒店投资商会是亚太酒店协会的团体会员、会长单位。

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

可重复使用的口罩

当前，不少城市已经开始有序复工复产，员工出门上班需要戴口罩，自然就出现口罩不够用的担忧。针对这一问题，目前广东、上海以及北京等地已有企业研发出了可重复使用的口罩。据当地医疗用品管理部门表示，广东省、北京市以及上海市已于2月上报称正在生产一种新型口罩，这款口罩使用的材料不是传统的熔喷无纺布，而是用纳米材料薄膜材料来过滤细菌、病毒以及其他病原菌。

在线教育

新冠肺炎疫情发生以来，教育部多次发文，推迟春季学期开学时间，同时要求各地学校“停课不停学”，积极开展网络教学。各省在大力抗击疫情的同时也出台了具体措施帮助贫困学生参与网课学习。

疫苗研发

3月17日，国务院联防联控机制就药物疫苗和检测试剂研发攻关最新情况举行发布会。会上，中国工程院院士王军志表示，我国新冠疫苗研发进展目前总体上处于国际先进行列，不会慢于国外。中国工程院院士王军志说，目前，我国正按照5种技术路线开展新冠疫苗紧急研制，包括灭活疫苗、基因工程重组亚单位疫苗、腺病毒载体疫苗、核酸疫苗以及减毒流感病毒载体疫苗。

16个新职业

人社部与市场监管总局、国家统计局近日联合发布了智能制造工程技术人员、工业互联网工程技术人员等16个新职业，主要集中在新兴产业和现代服务业两个领域。人社部与其他部门联合发布的公告显示，这16个新职业包括智能制造工程技术人员、工业互联网工程技术人员、虚拟现实工程技术人员、供应链管理师、人工智能训练师、全媒体运营师、呼吸治疗师等。

发现

一些关于布拉格的不思议



披头士粉丝专属墙

自1980年就在捷克布拉格存在的约翰蓝侬涂鸦墙，经历了许多次的粉刷后，成为披头士粉丝专属的墙面，上面有许多歌词和披头士人物肖像，是真正的“蓝侬墙”。

约翰蓝侬墙原本只是一面很普通的墙，1980年12月8日披头士成员约翰蓝侬于纽约公寓被疯狂粉丝枪杀后，摇滚乐团顿时失去了一位传奇性的人物，这面墙被捷克的披头士粉丝们用来纪念。



世界最大城堡

布拉格城堡位于捷克母亲河——伏尔塔瓦河的丘陵上，是世界上最大的古城堡，占地18英亩，也是布拉格最著名的建筑群。城堡始建于9世纪（对应我国的唐代），经国内外建筑师多次改建，集中了各个历史时期的精华。古罗马式、哥特式、巴洛克式、文艺复兴式等各种风格。城堡内包含很多经典，非打卡不可的就有这些：圣维特大教堂、黄金巷、旧皇宫、火药塔和圣乔治教堂。



查理大桥跟数学有关

起初就叫石桥或布拉格桥，直到1870年才更名为查理大桥。传说查理四世请占星师确定了建桥的具体时辰，20世纪天文学家Zdeněk Horský研究推测为1357年7月9日5点31分，按捷克书写方式形成了有趣的1-3-5-7-9-7-5-3-1的奇数回文。从17世纪末开始桥上陆续塑起30组雕像，大多为巴洛克雕塑家完成，使这里成为一个巨大的露天巴洛克雕塑展。



世界最丑建筑之一

捷克的布拉格奇奇科夫电视塔，经常被选为布拉格最讨厌的地标，它上面有攀爬婴儿的雕像。这个电视塔在1992年完工之后就立即招来当地居民的反感，它所使用的混凝土和金属结构简直玷污了周围历史名迹的光辉。又因为建筑设计缺乏城市象征性，人们对其避而远之，没有哪怕一丝的好感。捷克艺术家大卫·塞尔尼一如既往地引起争议，毕竟，他的专长就是将发人深省与完全奇异的结合起来，让人去思考。

坂本龙一

坂本龙一，1952年出生于日本东京。东京艺术大学硕士毕业。1978年以专辑《Thousand Knives》出道。同年与细野晴臣、高桥幸宏一起组成YMO。组合解散之后，坂本龙一活跃在音乐、电影、出版、广告等媒体方面。1984年，出演并且担任了电影配乐的《圣诞快乐，劳伦斯先生》获得了英国电影学院奖，并以电影《末代皇帝》的电影配乐获得奥斯卡金像奖、金球奖及格莱美奖。



之后，活动的中心转移到欧美。自1999年创作歌剧LIFE以来，参与众多环保、和平活动，2006年创建音乐品牌“commmmons”，以期建立一个崭新的“音乐共享之地”。

他的作曲风格，就像他自己所说，他本质上也是个混合了各种文化的人，他想突破所谓的种族、类别和文化差异。对他而言，将各种不同的元素混合起来而不是去建立界限是一项很有挑战性和刺激性的事情。据说，他最爱吃的是让人回味无穷的日式炸猪排。

日式炸猪排

用料：

面包糠适量，橄榄油1茶匙，猪排2块，圆白菜1个，现磨胡椒少许，面粉适量，鸡蛋1个，黑芝麻1勺，日式炒面酱少许。

做法：

1. 先将烤箱预热至200度，然后开始准备工作。
2. 将面包糠倒入平底锅，将橄榄油倒入，并且中火开始炒制面包糠变金黄色后，将面包糠转移至其它盘子什么的放凉待用。
3. 用刀背拍打肉，将盐和新鲜的胡椒洒在猪排上。
4. 将猪排裹上面粉，然后掸掉多余的粉末，再裹上全蛋液，之后裹上步骤2中炒过的面包糠。
5. 将猪排移至烤盘，200度烤20min。
6. 将烤好的猪排切开。
7. 这步是制作蘸酱，将芝麻碾碎，加入炒面酱，拌匀。
8. 圆白菜切丝，撒在炸猪排上。

小贴士

1. 猪排要薄才是关键，但也不能太薄，所以最好不要超过1.2cm。
2. 如果怕油腻，日式炸猪排可以多配切得细细的圆白菜丝一起吃，所以烤制的时候可以切圆白菜丝。



国内景区陆续开放，旅行社部分经营活动开始恢复，游客的出游脚步从城市游、周边游慢慢开启，旅游消费正在逐步恢复。疫情期间，旅游业专家和从业者举办多次线上论坛，共同探讨振兴之策。国内游是2020年中国旅游市场的看点。提升供给质量，培育新兴业态，就成为国内游发展的重中之重。旅游消费升级的大趋势并不会随着疫情而改变，疫情反而会提振部分旅游产品的市场需求。未来，国内游将迎来多产业融合的时代，加速与医疗、养老、体育、研学等交融。康养旅游、生态旅游、体育旅游等被大家纷纷看好，将迎来大发展。

喻晓江

携程集团副总裁、全球玩乐事业部 CEO

春暖花开，游客在名山大川这些非密闭的景区，享受自然风光和清新空气，有利于放松心情。在线预约已成为景区开放的标配。市民游客积极使用线上购票、在线收听语音导览等非接触方式健康游览。

于冲

青岛大学文化旅游高等研究院院长

旅游消费是疫情后旅游产业振兴的支点。旅游产业振兴首先从省市的周边游启动，带动国内旅游消费的振兴。各地区因地制宜发展入境海岛游、近海旅游、乡村旅游、冰雪游、历史古都文化游等特色旅游。

马勇

湖北大学旅游发展研究院院长

教育部旅游管理教指委副主任

疫情过后，人们的旅游消费体验将会发生变化，大家更看重康养，让心灵和身体放飞，融入大自然。城市周边游、乡村休闲游的出游频次会有所提高，甚至会成为高频消费。

厉新建

北京第二外国语学院教授

文化和旅游部“十三五”规划专家委员会委员

2020年旅游业的发展一定是国内游为重中之重。对人们国内游的质量要求会发生变化。在国内游高质量发展的进程中，我们需要围绕着市场秩序、产品质量、标准落地、正视差异、补齐短板、强化优势、选准重点、服务大局上做一些重点的谋划，出台一些相应的政策。

STATISTICS



数据来源：世界旅游联盟联手浩华管理顾问公司发布的《中国国内旅游市场景气报告》

国内旅游业开年遭受重创 下半年旅游业有望逐步复苏

在新冠疫情的阴影笼罩之下，2020年上半年中国国内旅游市场的景气指数断崖式下跌至-121，达历史最低。从客源来源地市场与到访目的地市场来看，全国各区域、各层级城市的悲观程度相似。其中，以受疫情影响最为严重的华中地区景气指数最低。就疫情对国内旅游业整体业绩的影响周期而言，近八成的受访者表示影响周期将不超过半年。

从业绩指标上看，受疫情对于各地人流严格管控影响，从业者对国内旅游人次的预期负面性最高。同时，对自身机构的预期较整体市场业绩发展更为保守谨慎。从影响因素上看，整体7项因素景气指数均为负值。其中，新冠肺炎疫情及受其影响下的国内经济形势发展被从业者认为是影响上半年国内旅游市场发展最为不利的因素。

虽然上半年国内旅游市场业绩预期受疫情影响，遭受重创，但新冠肺炎作为“黑天鹅事件”的影响终将逐渐消逝。同时，鉴于目前境外疫情形势较国内更为严峻，原计划长线境外游的客源可能回流至国内市场。虽然上半年业绩预期受外界客观因素影响遭受重创，但是我国出境游市场增长潜力依旧强劲。

综合景气指数分析



请预测2020年上半年国内旅游市场的整体业绩表现？



请预测贵机构2020年上半年国内旅游业绩可能增长还是下滑？



深圳大梅沙京基洲际度假酒店 总经理 马静

近日，洲际酒店集团任命马静女士为深圳大梅沙京基洲际度假酒店总经理，全面负责酒店管理及相关运营。马静女士拥有20余年资深的酒店工作经验，曾任职于洲际、柏悦、文华东方、悦榕庄等国际奢华品牌，多元兼国际化的工作经验让她积累了丰富的阅历和培养了卓越的领导才能。马静女士的大部分职业生涯都是在市场销售领域成长的，这为她在市场销售相关领域的工作打下了坚实的基础，也培养了她敏锐的商业洞察力。她在创造酒店收益和利润方面屡创佳绩，并获得业界的一致赞誉。



南京金鹰国际酒店管理公司 运营总监 刘劲松

近日，刘劲松先生被任命南京金鹰国际酒店管理公司运营总监，全面负责集团旗下自营管理酒店及委托管理酒店的运营管理工作。刘劲松先生毕业于马来西亚史丹福学院酒店管理专业，拥有超过17年的高端酒店从业经历，先后受雇于万豪、凯悦、洲际、雅高、万达、北京东方美高美国国际酒店、丽柏乐酒店管理集团等国际连锁酒店管理集团，担任财务总监、副总经理、运营总监等职务。凭借其丰富的酒店运营管理经验，秉承“全力以赴，不断完善个人知识和技能，追求高品质对客服务”的理念，他将带领运营团队再创佳绩。



上海中庚聚龙酒店 总经理 彭剑南

近日，彭剑南先生正式任命为上海中庚聚龙酒店总经理一职，全面负责酒店管理和未来战略规划。来自上海的彭剑南先生于1999年在上海波特曼丽兹卡尔顿酒店开启职业生涯，拥有超过20年的国际品牌酒店资深工作及管理经验，曾在南京、苏州、常州、绍兴等多地的不同国际品牌积累了丰富的的工作经验。凭借敏锐的市场洞察力、出色的领导力及始终如一的工作热忱，彭剑南先生成功带领团队取得了诸多成功。他拥有丰富的酒店管理经验及阅历，尤其在销售管理方面具有独到的研究。同时，他极为关注宾客体验、客人满意度和员工忠诚度。相信在他的引领下，必将带领酒店及管理团队创造出更加骄人的业绩。



昆明中维翠湖宾馆 总经理助理兼商务中心总监 闫纲

闫纲女士凭借其扎实丰富的国际品牌酒店管理经验，对商务酒店、度假酒店、精品酒店都有深刻的理解和管理心得。参与过安缇精品酒店筹建和开业，了解国际顶级度假品牌的运营工作；对国际品牌酒店的运营模式和总部管理有深刻理解。作为一名拥有专业国际视野的酒店管理者，闫纲女士对酒店的人力资源及房务管理都有着敏锐的视角。她以专业的态度、从服务细节和宾客体验出发，加之富有激情和高效的组织、执行及管理的能力，带领团队为宾客呈现以品牌吸引客人，以品质影响客人，以服务留住客人的酒店。

APPOINTMENT

Disney World to Furlough 43,000 More Employees

Walt Disney World plans to stop paying wages to 43,000 workers in about a week while allowing them to keep their benefits for up to a year in what is the largest wave of furloughs since the theme park resort closed in mid-March because of the new coronavirus spread. Workers will be able to keep their medical, dental and life insurance benefits for the length of the furlough period, or up to a year. Seniority and wage rates will remain unchanged for the workers whose furloughs start April 19, according to a statement from the Service Trades Council, the coalition of unions representing the Disney World workers. "The union agreement provides stronger protections and benefits for 43,000 union workers at Disney than virtually any other furloughed or laid-off workers in the United States," the union said in a statement to members.

China's Travel Players Stepping Out of Coronavirus Crisis with Renewed Local Focus

With the economy gradually reopening in China as the coronavirus crisis subsides, Chinese travelers are beginning to take tentative steps out of their homes for vacations nearby — if the recent Qingming festival was any indication. But travel business players in China are only too aware that a return to pre-crisis norm is not yet on the horizon, as people's movement across the country still comes under significant restrictions. Within China, it is not uncommon for tourist sites and attractions to reopen for business, only to close a couple of days later out of fear of another wave of infections. Patrons have to prove their health status through a government-sanctioned app before they can enter local restaurants and establishments.

Airbnb Grabs \$1 Billion Investment from Silver Lake and Sixth Street Partners

Faced with a plummeting of its business, outrage from many hosts, and an ever-approaching deadline to go public in 2020, Airbnb announced it secured a \$1 billion investment in debt and equity securities from Silver Lake Partners and Sixth Street Partners. The Wall Street Journal reported that it will pay its new investors more than 10 percent interest on their financing, and its valuation has dropped to \$18 billion, from \$31 billion at its previous fundraiser. Silver Lake and Sixth Street received warrants that they can convert into shares at that \$18 billion valuation. Meanwhile, Bloomberg reported that Airbnb's fundraising isn't finished, and that it is in talks to secure an additional \$1 billion in debt.

Russia Stops All International Flights, Even for Repatriation

Russia said it was temporarily suspending all flights in and out of the country from midnight, including those for repatriating citizens, to limit the possibility of a new wave of coronavirus infections. The country's coronavirus operational center said the suspension applied to all charter flights bringing Russians home and taking foreign citizens away, and that those wishing to fly will have to fill out a special form, which will be available from Saturday. The government said it had allocated 500 million roubles (\$6.5 million) to the foreign ministry to pay for the temporary stay of those citizens stranded abroad.

《夜的命名术》

《夜的命名术：皮扎尼克诗合集》翻译自西班牙语原版《皮扎尼克诗全集》，收录了皮扎尼克生前以“阿莱杭德娜·皮扎尼克”署名结集出版的全部诗作，这是汉语语境里首次完整译介这位西语世界最富传奇魅力的女性诗人之一。同时，这部涵盖皮扎尼克一生作品的诗合集展现出其中饱含的艰巨劳作：她的诗歌是一座用智慧与耐心建筑的高楼，以大量阅读造就了坚定批判、跳脱传统的笔触与目光。



《雨》

作者黄锦树以创作、立论对抗历史的遗忘，寻觅马华文学的出路。他的创作参照在故乡的生活经验，承接以往几近于失传的“异史”，经营一个幻魅的历史叙事学，以文学的方式使人重新省视过去，扣问未来该何去何从。本书笔调魔幻，刻划细致，读着让人迷失在潮湿溽热的南洋雨林深处中，同那个小家庭一起畏怖惊悚，一起轮回转生。



《五号屠场》

1945年，德累斯顿遭到大轰炸时，冯内古特本人正巧身在德国。他和其他战俘一起，在“五号屠场”地下贮存兽肉的地窖里捱过了一夜，逃避了头顶上的一场狂轰滥炸。二次大战的亲身经历，衍生出了这部有史以来最伟大的反战小说。冯内古特运用科幻小说的技巧，让毕利在德累斯顿一场因空袭而起的大火中九死一生后，之后展开了一场自由穿梭时空的冒险之旅。在《五号屠场》里，无论战场上或时空旅行中，冯内古特描述许多面临生死边缘或受苦受难的人所采取的方式皆是冷静超然——把自己掩埋在池底下、地底下或是宇宙底层，人类可以无视时间与空间的存在，任凭自己的心灵自由飘荡，八方驰骋。



《城市与狗》

《城市与狗》是巴尔加斯·略萨根据自己少年时在军校学习的亲身经历写成，以位于秘鲁首都利马的莱昂西奥·普拉多军事学校与扰攘的利马市为舞台，围绕着几个军校学员，描绘了学员们残酷的生活、他们与学校当局的种种矛盾。这是巴尔加斯·略萨27岁时发表的首部长篇小说，1962年小说尚未出版时即获得西班牙简明丛书奖，1963年出版后又获得西班牙评论家奖，使巴尔加斯·略萨一举成名。



CHARGING AND WARMING UP

蓄力与升温

2020年初，国内外旅游业经历了前所未有的考验。随着强有力的防控措施在全国展开，我国局势逐渐回稳，经得住严冬的历练与复苏时期的春暖花开。与此同时，这场“战疫”也转变着人们的消费习惯，推动着旅游市场迭代更新。如今，线上经营活动大幅提升、“宅经济”应势突击，大文旅业基于市场的云波谲之势，也不断提出新的课题和新的方向。

面对焕然一新的局面，文旅企业如何在2020年积蓄力量，实现夏季回温？本期行业聚焦将深入探究“疫”后新趋势，助力文旅企业重回生机。

In early 2020, the domestic and foreign tourism industry has experienced unprecedented tests. As strong prevention and control measures are launched throughout the country, the situation in our country has gradually stabilized, and it has withstood the harsh winter and the spring of the recovery period. In the meanwhile, the "battle against epidemic" has been changing the consumption habits and accelerating updating. Nowadays, as online business activities, otaku economy have been rapidly increasing, cultural tourism will bring up new topics and directions.

Faced with the brand new situation, how cultural tourism enterprises accumulate power and recover in summer? We will explore the trend after the epidemic and assist them to get back vitality.



NEW POINT OF GROWTH AFTER "EPIDEMIC":
CONTACTLESS SERVICE AND WELLNESS TOURISM

“疫”后新增长点：
无接触服务与康养旅游

■ 编辑 / 伍锦琛 林欣 Edited by Annabelle, Iliana

随着疫情形势趋向好转，“稳经济”、“促发展”的政策与规划，开始密集出台。近期，河南、云南、福建、四川、重庆、陕西、河北等 15 省份推出重点项目投资计划，2020 年度投资规模超 6 万亿元，其中同步公布总投资规模的 9 个省份，总额超过 24 万亿元。

在疫情之下，在新冠肺炎疫情冲击和经济下行压力下，各省份最近密集推出庞大投资计划。这其中，第一经济大省广东发布的投资计划更是广受关注。3月5日，广东省发改委发布2020年广东省重点建设项目1230个，总投资5.9万亿元。

疫后“百废待兴”，基建发力，无疑将会有效稳定经济、促进发展，将有力带动地产、酒店及旅游业、相关产业链发展、复兴，将迎来新的发展机会。此外，政策层面上对企业的支持力度正逐步增多。截至目前，中央政府和发改委、工信、商务、财政、金融等部门已陆续出台，并将继续出台一系列稳就业、稳市场、稳预期的政策。各级地方政府也从税收减免、奖励补贴、债务展期、扩大投资、复工复产等方面，加强了对受影响较大的行业支持力度。

众所周知，消费作为拉动经济的“三驾马车”之一，是“疫”后最有可能快速迎来报复性增长的领域。随着近期越来越多的旅游、酒店、餐饮行业的大面积复工，消费呈现出越来越活跃的态势。与此同时，随着中央和地方大型基建项目的陆续上马，材料商/建材商也将得到历史性的发展机遇。

从初期悲观和恐惧中缓过劲来，信心得以重新积聚，并开展形式多样的自救和互助行动。在此过程中，我们也敏锐地捕捉到“疫”后文旅产业的新增长点：无接触服务与康养旅游。

无接触服务因“疫”得福

一场突如其来的疫情，让“人与人的距离”都变得遥远了。尽量不要出门，尽量避免到人群中，尽量避免跟他人接触，这样的口号也让强化了大家“互相保持距离”的意识。无接触服务，作为疫情中的健康保障，在这两个月里频繁运用，其中有无接触配送、无接触取快递、无接触零售、无接触取餐、无接触诊疗等等大行其道。然而，无接触服务的发展得益于科技的进步，背后是互联网、大数据、物联网、云计算、人工智能、红外感应的科技支持。

无接触服务并不是什么新鲜事物，早在2017年、2018年就有许多创业公司纷纷试水，可是效果不尽如人意。进入2019年下半年，几乎90%以上的无人零售都销声匿迹了。而如今这场突如其来的疫情，却为无接触服务重新开启了“机会窗口”。

随着疫情防控深入各个角落、各个方面，人们也或多或少被迫从线下转到线上、从人与人直接交流、转为第三方媒介交流。也有人说，这或许会带来人们对服务要求的转变，对无接触式的、智能化的服务接受度上升。比如，酒店业在疫情的防控中，积极使用机器人完成到房间的配送，减少服务员与客人的直接接触，受到许多客人的好评。更有超强的科技——云按电梯！只需要触摸空气显示按键，便可按下电梯的相应按钮。这仿佛是科幻电影中才会出现的情节。

此外，有一批无接触服务相关的企业登上了舞台，为更多的行业人士所认识。一些疫情稍微严重的地区则建起了无人超市，自助选购、自助结账、无接触购物很大程度上提高了安全防控级别，也赢得了许多用户好评。这与前几年“无人问津”的无人超市形成了鲜明对比。

随着生物科技的进步，人们越来越多地应用脸部识别、指纹识别技术，相应的安全防范意识会更强。这时候，无接触科技或许也会更频繁地登上历史舞台。除此之外，孤独时代里生活的年轻人，由于长时间接触陌生人社交及线上参与，对无接触服务的接受度更高。比如说挂在门把手上的快递，或者是放到车尾箱的快递，不需要跟人交流就能完成一系列的动作，这似乎让他们感到很满意。而一种声音则表示，现在网上的评价对于服务业来说尤为重要。减少快递员和客户之间的接触，也可以避免客户和快递员之间的不愉快，网上的差评也会少一些。智能酒店也是同样，毕竟，没有人会对着一个机器人絮絮叨叨。然而，差评的减少不能代表客户的满意度增高。此外，智能设备的应用也增加了新的工作成本，例如部分监控防止机器人的丢失。因此依然需要员工去应对许多机器人不能完成的事情，比如应急措施、后台人工服务等等。

现实中，无接触服务遇到了许多难点。首先是运维成本高，无人超



市的监控等设备实际上成本比收银员的工资还要高出许多。而想要进驻小区的取餐柜，则要面临物业索取的高额租金。其次是高损耗，尤其是新鲜蔬果类对保鲜度有要求的产品，如果没有人员维护，则无法保证其损耗。再次，如果要普及无接触服务，必须重塑供应链，否则还是无法节省人力。

无接触服务目前使用的场景仍然局限，比如在酒店，机器人能够做到入住、退房等基本手续办理以及送物到房等工作。酒店作为应用场景，是在特殊时期“避免交流”的意愿下被迫频繁使用。但无接触服务要达到和人与人接触一样的服务水平，以及要把成本费用降下来，估计还需要一段时间的磨练。

康养旅游 蓄势待发

旅游业经历了2020年初这场严冬，疫情防控与宅经济并行，回暖复苏的节点将至，仲春时节，新的增长点破土而出，旅游业也正酝酿着崭新的生机。

人们发现，疫情的发生与防控无形中提高了大众的健康意识，佩戴口罩、勤洗手、规律作息……每一处大小交通点、住宅区、商业楼等地都坚持着严格、高强度的防控措施。从而为康养旅游埋下了蓬勃生长的种子。

3月3日惊蛰前夕，新城控股率先发布公告，成立康养事业中心，将康养产业纳入新的业务构成。驴妈妈旅游网创始人洪清华则表示，疫情过后，绿色生态游、康养旅游等会更受欢迎。与此同时，云南、海南等多地正在加快康养旅游的布局。云南省旅行社协会会长、云南熊猫国际旅行社有限公司副董事长赵家骅也表示：“疫情过后，康养会成为旅游市场恢复的突破口。”

对于国际旅游城市海口来说，康养旅游的新增长仍然不可小觑。在海口市新冠肺炎疫情防控工作第十九场新闻发布会上，海口旅文局党组书记王如龙表示，疫情过后，海口将策划推出“旅游康养、海口尽享”“健

康生活周末游”等旅游特色产品。

实际上，随着复工潮来临，消费者的出行需求和意愿正在悄然复苏。2月28日飞猪发布数据显示，在过去一周搜索五一假期机票与火车票产品的用户较前一周增长了40%，搜索五一假期酒店的用户则增长了35%。

同时，飞猪同步发布了《疫情后旅行消费信心》调研报告，该调查发现，25%的用户期待在疫情结束后1-2月首次出行，31%期待3个月内。另外，55%的飞猪预定用户表示，疫情结束后会考虑继续之前的行程计划。

“科技”为康养旅游锦上添花

早在2018年，中国旅游研究院院长戴斌博士就国内的康养旅游现状，提出如下观点：“健康旅游作为一个正处于概念培育期和不对称的市场，当务之急是用科技在旅游与健康之间架起互联互通的桥梁。”

如今，随着5G、AR、VR、大数据分析等科技在旅游业各个环节的应用不断加深，科技的力量正助力着康养旅游、乃至整个旅游产业加速转型与升级。

对此，深圳华侨城文旅科技公司总经理李坚认为：“疫情影响下，将促进旅游景区的转型和升级，即借助互联网、AR、科技手段，加速线上与线下融合，在线互动与在地体验深度融合，其中，在线互动收入比重会逐渐增加。”在消费端，线上预定普及加深，VR、小程序“云旅游”等线上形式再次大爆发，线上营销或可成为康养旅游新的突破口。云南财经大学旅游文化产业研究院院长明庆忠表示：“疫情期间，旅游企业可以考虑开发健康类的、定制性的、体验性高的旅游产品，同时利用线上的新媒体手段推广营销。”

无接触服务与康养旅游，在经历一场“浩劫”中，自身也经历了许多磨砺和增长，在疫后，相信也会因其科技助力、以及人们观念的转变而进一步发展。



As the epidemic situation gets eased up, policies and plans for "stabilizing the economy" and "promoting development" began to be intensively introduced. Recently, 15 provinces including Henan, Yunnan, Fujian, Sichuan, Chongqing, Shaanxi, and Hebei have launched investment plans for key projects. The investment scale for 2020 is over 6 trillion yuan, of which 9 provinces with a total investment scale of over 24 trillion are announced.



Contactless Service Prove A Blessing in Disguise

A sudden epidemic has distanced people from each other. They are repeatedly told not to go to the crowd and avoid contact with others. Contactless service, as the health guarantee in the epidemic, have rapidly been operated during these two months. We can see that delivery, express delivery, retail, picking up orders and treatment.

In 2018 even a year before that, there were already some startups involved contactless service, but there were no big success. In 2019, they were dying. However, they met the epidemic and there grows some space for them.

People are more or less, forced to decrease face-to-face communication. For the hospitality, they utilize robots to accomplish series of service such as delivery to guest rooms, which is welcomed by customers. Cloud keyboard for elevator also showed up. Just like in a movie!

Some relevant enterprises get on the show and have their face recognized. In other places self-service supermarket, self-help shopping are improving safety protection level.

With the advancement of biotechnology, people increasingly use face recognition and fingerprint recognition technology, and the corresponding security precautions will be stronger. In addition, young people living in solitary times have higher acceptance of contactless services due to long-term contact with strangers for socialization and online participation. For example, a courier hanging on a door handle

or a courier placed in the trunk of a car can complete a series of actions without communicating with people.

In the reality, actually contactless service has come across a lot of difficulties. First of all, operation costs most. The surveillance equipment is even more expensive than salary of cashiers. Second, high losses is also a defect. For fruits and vegetables, they require special workers to maintain the freshness. And supply chain must be reformed as a necessity to popularize this kind of service.

Wellness Tourism

In early March, Seazen Group Limited took the lead in issuing an announcement to establish a health care business center to incorporate the health care industry into the new business structure. Hong Qinghua, founder of Lvmama Travel Network, said that after the epidemic, green ecological tourism and health tourism will become more popular. At the same time, Yunnan, Hainan and other places are accelerating the layout of health tourism. Zhao Jiali, president of Yunnan Provincial Travel Agency Association and vice chairman of Yunnan Panda International Travel Agency Co., Ltd., also said: "After the epidemic, the health club will become a breakthrough in the recovery of the tourism market."

In fact, with the advent of the resumption of work, consumers' travel needs and wishes are quietly recovering. According to data released by Piggy on February 28, users searching for May Day holiday air ticket and train ticket

products increased by 40% over the previous week, while users searching for May Day holiday hotels increased by 35%.

At the same time, Piggy released the survey report "Travel Consumption Confidence after the Epidemic". The survey found that 25% of users expect to travel for the first time in January-February after the end of the epidemic, and 31% expect to travel within 3 months.

Technology to Wellness Tourism: Icing on the Cake

"As a market that is in the concept cultivation period and information asymmetry, the top priority is to use technology to build a bridge between tourism and health." said by Dean of China Tourism Academy.

Li Jian, general manager of Shenzhen Overseas China Town Cultural Tourism Technology Company, believes: "Under the impact of the epidemic, it will promote the transformation and upgrading of tourist attractions, that is, with the help of the Internet, AR, and technological means, accelerate the integration of online and offline, online interaction and local experience convergence, in which the proportion of online interactive income will gradually increase." On the consumer side, online bookings have deepened in popularity, and online forms such as VR and mini program "cloud travel" have exploded again. Online marketing may become a new wellness tourism breakthrough. 📺

RESERVING FUTURE TRAVEL, RECOVERY MODE
“SUMMER WELCOMES SPRING” ON

预约未来旅行

“夏天”迎春天的复苏模式

■ 编辑 / 伍锦琛 林欣 Edited by Annabelle, Iliana

阳光可能会迟到，但绝不会缺席。度过极寒时刻，文旅市场回暖复苏，一波线上直播与预定潮褪去迷雾。背包客们在季春时节蠢蠢欲动，趁春光，去更远的夏季寻觅诗和远方。

坐落在蔚蓝晴空下的布达拉宫是旅行者心中的朝圣地，每年约有150万人次跨越千里，置身于这片璀璨的世界文化遗产。今年，受疫情影响，雪山环抱中的布达拉宫首次开启了线上直播，超过92万人在屏幕前赴此一场“春日之约”。布达拉宫是想用数字化的新方式，走进更多人的生活。”布达拉宫管理处处长觉旦说道。

实际上，旅游产品直播并非新事物。2018年，飞猪设立了旅行直播平台，突破旅游产品传统的“货架营销”模式，这也是淘宝直播平台除数码、美妆、服饰等产品外，在旅游产品营销的一次新尝试。2年前，其主要宣传形式是通过旅游途中的旅游达人/KOL与屏幕前用户的互动，推动有意愿的消费者进完成购买决策。

如今，布达拉宫这一形式的直播并不将重心放在推动消费决策上，而是通过流量、人气持续性地提升景区的口碑和价值。或者说，“足不出户看世界”式的直播本身已成为一种新的旅游产品，也就是如今风靡线上的“云旅游”。

云旅游更吃香？

4K屏幕再清晰，也不及身临其境，领略大好河山。内容营销、沉浸式“云旅游”纵然万般好，但依旧难以满足旅游的基本需求，那就是身临其境。相比观景，博览类景点似乎在“云旅游”平台更吃香。

2月23日，国内8大博物馆入驻淘宝直播。相关数据显示，甘肃省博物馆的两场线上直播实时在线人数达90多万，而参观人数超过了该馆2019年全年客流量半数以上。

对于博览类景点来说，平日里在“玻璃器皿”中被保护起来的文物、遗产在“云旅游”的模式下，能够让用户“捧在手心”仔细观看，领略文物细节，倾听背后的故事。此外，用户还能自由选择音频讲解，这在一定程度上提升了游览体验。从线下到线上直播更是一场流量的暴风聚集，数十万人同时观看直播，线上互动量巨大，这与线下“安静观展”的模式相比，在互动和热度上存在很大差异。

与其他实体产品相比，旅游产品的宣传痛点在于——如何从视觉、听觉、感受全方位表现景点的魅力，而为实现这一宣传效果，OTA平台、旅游景区纷纷展开与直播、播客等平台的合作。

近日，同程艺龙携手蜻蜓FM推出了“世界听得见”系列活动，精选景点背后的历史背景、人文故事或是有趣的细节，融入主播的精彩演绎，为用户打造沉浸感。同时，旅游产品的加入也赋予了音频节目更多的文化价值。此外，OTA平台开启“云旅游”模式，与科技公司积极展开合作，为用户打造VR游世界的



新体验。“云旅游”模式也为相关产业的合作创造了海量机遇。

故宫博物馆是内容营销+文创产品非常成功的案例之一，无独有偶，据相关报道，自3月1日线上直播后，苏州博物馆内的多个文创产品合计销量过千件，单单“陶冶之珍冰箱贴”、“大邦之梦徽章”、“唐寅创意茶泡袋”这三项文创产品的营收粗略估计达2万元以上。

业内相关学者表示，“云旅游”需要体现差异化。诚然，故宫博物馆的成功离不开景点本身的差异化文创价值。如今多地兴起线上“博物馆奇妙夜”，博大精深的中华文化正等待着更精准的挖掘与呈现。



“过冬法宝”之预售

一份份取消的订单、断崖式的利润下跌、逃不开的人力成本和房租成本，让旅游业人士个个挠头叫苦。寒冬自救，可谓八仙过海，各显神通。预售，已然成为一个典型的自救方法。通过预售，提前回笼资金，让企业不至于永远封印在这寒冬里。

预售的路上他们不孤单，既有当地政府旅游部，也不乏五星级酒店，还有民宿、单体酒店等等。2月中旬，已有许多预售动作频频出现，还有一些给出了漂亮的成绩单。比如说精品度假酒店“诗莉莉”，在12天内便卖出6000余间酒店。烟台全市24家海上游企业、A及旅游景区更是主动推出47项“惠游大礼包”。

一些民宿商户也开展了一轮自救行动，通过低价预售夏季旺季房间，回收一部分现金，以平衡民宿的基本支出。原舍推出了299元每晚的套餐，19店通用，有效期为一年。除了预售，还有部分商家争取让顾客保留原来的订单，在疫情结束后再过来入住。这样的措施得以成功，跟疫情前商家建立的与稳固的顾客、粉丝之间的信任密不可分。

继“同袍计划”后，携程于3月5日再次推出“旅游复兴V计划”，将全球百个目的地，万家旅游品牌凝聚成旅游生态共同体，计划投入10亿元复苏基金，以一场为全行业提前带来大规模现金流为目的的预售活动，将国内旅游业的自救行动推向了高潮。

据携程集团CMO孙波介绍，“旅游复兴V计划”从3月启动，将持续全年，分为回暖期、复苏期、反弹期三个阶段。携程将联合全球数百目的地启动10亿元复苏基金，用于刺激旅游消费，并通过流量联盟精准转化、智能投放、精细化补贴、大数据赋能等形式让10亿复苏基金发挥最大效能，振兴疫情影响下的旅游经济、中国经济。

3月8日，携程旅行网发布消息称，平台已联合品牌酒店、航空公司、300多家景区，计划于3月上线“预约未来旅行”预售产品矩阵，以4—8折不等的价格与随时退订政策，预售夏天的旺季产品。此举以携程自身的品牌为各入驻品牌赋能，让消费者能安心地花未来钱，让这个寒冬快些过去，旅游业的春耕已悄然开始。

此前在一些双11的活动里我们也能看到有很多预售活动。这种预售活动一旦计划不慎就可能出现超售现象。一旦出现超售，酒店的责任往往并不明确，对于游客的诉求也往往回应并不积极，在什么情况下能给予改期、退款等服务也往往缺乏明确指引。如果为了稳固现金流而失去信誉的话，对于商家来说的话也是得不偿失。

另一方面，在携程平台上做预售的商家，产品的消费款项只有在核销之后才支付给商



家，因此在携程预售，也似乎无法解决现金流问题。不过这一措施也算是为携程自身规避了风险，也防范部分商家为卷钱而超负荷运行，最终落得个“布拉旅行”的落魄下场。不管怎么说，对OTA巨头来说也好，对于个体来说也好，小心驶得万年船。





Sun might be late, but it will not be absent. Through the most icy period, the culture tourism market is recovering, plenty of live broadcast and reservation are flicking away the mist. Backpackers are expecting to go out in summer.

The Potala Palace, under the blue sky, is a pilgrimage destination for travelers. About 1.5 million people cross a thousand miles each year to witness this splendid world cultural heritage. This year, affected by the epidemic, the Potala Palace, surrounded by snow-capped mountains, opened its first online live broadcast, and more than 920,000 people went to this "Spring Date" in front of the screen. The Potala Palace is a new digital way to enter the lives of more people. Said Jue Dan, director of the Potala Palace Management Office.

Today, this form of live broadcast of Potala Palace does not focus on promoting consumption decisions, but on continuously improving the reputation and value of the scenic spot through data and popularity.

Cloud Traveling Is More Popular?

No matter how clear a 4K screen is, it is not comparable to being present on the scene and enjoying the scenery on one's own. No matter how wonderful content

strategy, immersive "cloud tourism" are, basic needs of tourism is hard to satisfy. Compared to sightseeing, exhibitions are more welcomed on the "cloud platform".

On Feb 23rd, eight large museums settled in Taobao live broadcast. According to related data, around 900,000 people online during the live broadcast of Gansu Province, and the number of visitors exceeded half of the annual passenger flow.


For exhibitory view point, users are allowed to look carefully antiques kept in glassware. In the mode of "cloud tourism", accesses are provided to check antiques carefully and listen to their stories. Besides, users are free to choose audio narration. From offline to online, broadcast is more like a storm, gathering hundreds of thousands of people watching the show at the same time. Compared to the offline one, the interaction and popularity are of great difference.

The Forbidden City Museum is one of the most successful cases of content marketing + cultural and creative products. According to related reports, since the online live broadcast on March 1, the total sales of many cultural and creative products in the Suzhou Museum have exceeded 1,000 pieces, and three of which including Zhizhen Fridge Magnet, Big Bang Dream Badge, and Tang Yin Creative Tea Bubble Bag, are estimated to be more than 20,000 yuan.

Advance Booking As A Magic Weapon

The cancelled orders, the cliff-like profit decline, the inescapable labor costs and rent costs have made the travel industry complain a lot. Self-help in the cold winter can be described as the Eight Immortals crossing the sea, each showing supernatural powers. Pre-sale has become a typical method of self-help. Through the pre-sale, the funds will be withdrawn in advance, so that the enterprise will not be sealed in this cold winter forever.

On March 8th, Ctrip.com announced that the platform has co-branded hotels, airlines, and more than 300 scenic spots. It plans to launch the "Reservation of Future Travel" pre-sale product matrix in March, with account ranging from 40% off to 20% off. With the unsubscribe policy at any time, pre-sale summer peak season products.

Earlier in some Single Day events, we can also see that there are many pre-sale activities. This kind of pre-sale activity may be oversold if it is not planned carefully. Once oversales occur, the hotels' responsibilities are often unclear, and the tourists' requests are often not responding positively, and there are often no clear guidelines for when services such as rescheduling and refunds can be given. If you lose your credibility in order to stabilize cash flow, it is not worth the gains for merchants. 

SURROUNDING TRAVEL:
CATALYST OF THE RECOVERY OF CULTURAL TOURISM

周边游
文旅复苏之催化剂

■ 编辑 / 伍锦琛 Edited by Annabelle

春意渐浓，“疫情长征”在众志成城和共克时艰的华夏热土上逐渐进入尾声。饱受困扰但始终满怀信心、贡献着力量的文旅企业逐渐解冻，市场也日益回温。但此时，国内中长途游、出境游依然受阻，周边游率先复苏，有望成为即将到来的清明、五一小长假的最佳拍档。





解冻加速：旅游信心回升明显

前不久，携程平台通过“旅行观察家”大数据平台发布了《2020 目的地旅游复苏指数报告》，利用“心愿分数值”对数百个旅游目的地的旅游信心进行统计。报告发现，北上广深等一线城市的“周边游”旅游信心正在回升。

“根据有无疫情的综合数据对比差值辅以相应算法，我们可以得出目的地复苏指数数据，50分是一个关键节点。”携程CMO孙波介绍道，截止报告发布，已经有超过40个国内目的地复苏指数超过50。

旅游市场回温的大背景下，因疫情防控暂时关闭的旅游业务窗口正在缓慢开启。近日，文化和旅游部对文旅企业复工复产的经营活

他经营活动可正常开展。这也意味着，对于文旅企业来说，短途、小范围的周边游无疑是新阶段的经营突破口。

旅游信心的回暖潮首先体现在各大OTA预定平台中，以多地景点环线、景区+酒店、文博景点组合等旅游产品为主。相关报道显示，去哪儿网此次预售主要锁定在4、5月为主的短线游产品；3月15日携程联合其供应商上线数百条上海一日游线路，数日间，搜索量环比上升超50%，预定及搜索热度高涨。

此外，在酒店民宿预定方面，“五一”黄金周也出现了明显的峰值。目前，同程艺龙、途家等平台的酒店营业率正呈现稳步上升的态势。途家数据平台显示，在目前浏览和预订的游客中，近4成游客选择了周边游或省内游，而这一比例明显高于去年同期的数据。



百花齐放：区域、季节性导向明显

从预定产品内容来看，各旅游城市和区域侧重方向各异，全国多地呈现百花齐放的态势。人文景点与夜间经济并驾齐驱的成都将关注点集中在周末夜间经济，推出“新旅游·潮成都”系列周末精品旅游目的地。

厦门则选择以自然景观为主轴产品，据报道，目前厦门各大旅行社已开始周边游产品筹备，赏花游、踏青游将成为其主要方向。近日收到本市文化和旅游局下发《关于本市旅游企业恢复部分经营活动的通知》的上海市将主攻以郊区旅游。恰逢春暖花开，在多个OTA平台上海的身影频频出现，“踏青赏花”、“郊县生态”将成为春季周边游的主旋律。

“危”中寻“机”：出境游逆转新思维

如今，“酒店+机票”式出境游收到不小冲击，预定回暖潮来袭，一批主营出境游的文旅企业逆转新思维，将往日的网红人气景点归入周边游的市场战略当中。

3月18日，作为文旅头部企业之一的复星旅文发布了2019年年度业绩公告，旗下位于海南的大型文旅综合体项目“亚特兰蒂斯”在过去的一年中交出了令人惊艳的成绩单：单个旅游目的地运营收入高达13.1亿元，年增幅越74.2%，年到访客户达520万人次。

复星旅文董事长钱建农认为，“由于全球疫情出境游受限，我相信未来（出境游）会在国内消化。随着国内疫情结束，不能出境的消费者会在国内消费。三亚·亚特兰蒂斯等产品会是出境游非常好的替代性产品。”

目前，三亚·亚特兰蒂斯已于线上开启春季促销，延续“酒店+水族馆、水世界”的经典组合，将行程天数压缩至1-3天，另辅以“换购优惠”的形式，开拓与合作品牌的周新零售业务。此外，为极力保障游客的旅程安全，亚特兰蒂斯携手太平洋保险为旅客提供意旅游意外伤害、意外医疗及急性病等医疗保险保障。

复星旅文相关数据显示，亚特兰蒂斯上周末的入住率已恢复到去年同期的50%。钱建农表示，应更多地把不确定的外部环境看成是一个机遇，而不是单纯的一个危机。”复星旅文此次业务经营上的另辟蹊径，也将成为部分“图圈”中文旅企业的复苏新思维。

欲看文旅恢复如何，且看五一小黄金周，周边游的发展态势如何。





The battle against epidemic is approaching its end. Although full of confusion, enterprises of cultural tourism still have confidence and are waiting to unfreeze. The market, is also regaining its strength. In the meanwhile, domestic long-distance travel is blocked, and surrounding travel find its way through, hoping to be the best partner for the coming Ching Ming Festival and Labour Day.

Thawing Acceleration: Tourism Confidence Rebounds Significantly

Not long ago, the Ctrip platform released the "2020 Destination Tourism Recovery Index Report" through the "travel observer" big data platform, using the "wish score" to count the tourism confidence of hundreds of tourist destinations.

"According to the comprehensive data of the epidemic situation, the difference is supplemented by the corresponding algorithm, we can get the destination recovery index data, 50 points is a key node." Ctrip CMO Sun Bo introduced, as of the report, there have been more than 40 domestic destination recovery index exceeds 50.

The resurgence of tourism confidence is first reflected in the major OTA reservation platforms, with tourism products such as loops of multiple attractions, scenic spots + hotels, and cultural and tourist attractions combined. Relevant reports show that the pre-sale of Qunar is mainly locked in short-term travel products mainly in April and May; Ctrip and its suppliers launched hundreds of Shanghai one-day tour routes on March 15th. The search volume has increased by more than 50% month-on-month, and the popularity of booking and searching has soared.

In addition, in terms of hotel reservations, the "Labour

Day" Golden Week also showed a significant peak. At present, the hotel operating rate of platforms such as Tongcheng and Tujia is showing a steadily increasing trend. According to the Tujia data platform, nearly 40% of tourists currently browsing and booking have chosen to travel around or within the province, and this proportion is significantly higher than the same period last year.

A Hundred Flowers in Bloom: Hundred Flowers Blooming: Obvious Regional and Seasonal Orientation


Judging from the content of the scheduled products, each tourist city and region has different directions, and there are many flowers blossoming in the country in their own way. Chengdu, where cultural attractions and the night economy go hand in hand, focuses its attention on the weekend night economy and launches the "New Tourism-Chao Chengdu" series of weekend boutique tourist destinations.

Xiamen chose to use natural landscape as its main product. According to reports, major travel agencies in Xiamen have already started preparations for surrounding tourism products, and flower-watching tours and outing tours will become their main directions. Shanghai, which has recently received the "Notice on the Resumption of Certain

Business Activities of Tourism Enterprises in the City" issued by the Ministry of Culture and Tourism of the city, will focus on suburban tourism. Coinciding with the spring flowers blooming, there are frequent appearances in Shanghai on multiple OTA platforms.

Seeking "Opportunities" in "Danger": Outbound Travel Reverses New Thinking

Nowadays, the "hotel + ticket" outbound travel has received a lot of impact, and it is scheduled to return to the upsurge. A group of cultural and tourism companies that mainly focus on outbound travel have reversed their new thinking and put the popular online attractions in the past into the market strategy of surrounding tourism. On March 18th, Fosun Travel, as one of the head companies of cultural travel, released its 2019 annual performance announcement. Its large cultural travel complex project "Atlantis" in Hainan was delivered in the past year. An amazing transcript has been issued: the operating income of a single tourist destination is as high as 1.31 billion yuan, an annual increase of 74.2%, and 5.2 million customer visits per year.

We still have to wait to check the recovery by watching Labour Day Holiday. 

EDUCATION TOURISM,
ARE YOU STANDING AT THE "DRAUGHT"

研学游 你站对风口了吗？

■ 编辑 / 林欣 Edited by Iliana

中国旅游协会休闲度假分会会长魏小安说，疫情过后亲子游、研学旅行、健康旅行、绿色旅行会受到欢迎；北京第二外国语学院教授厉新建也说，自然研学、户外生存技能研学会迎来一波新的潮流。让“游玩”赋予“教育”的色彩，研学游，也许是下一个风口的起风者。



2010年后,自国家把研学游列为教育大纲中,研学游就遍地开花。然而,研学游似乎只是戴上了“研学”的帽子,和普通的旅游差异在哪儿,家长和学生都没有明白。魏小安会长同时也说了后新冠旅游不是复苏而是振兴。如果只是“换汤不换药”,而拿不出真正吸引家长和孩子研学游,恐怕不在疫情中溺亡,也会在疫情后被他人遥遥领先。

上行空间仍巨大

据前瞻经济学人的统计,研学游具有庞大的市场。2019年前后,3-16岁人群在2.3亿以上,研学旅行和乐园教育市场规模达到2000亿左右。2022年中国城市富裕人口和城市上层中产人口达到6亿,其还具备“国外乡村生活式游学流行”、“非一次性消费”、“低龄化”等消费特征。且60%的家长对游学产品具有较高的消费意愿,尤其是年收入20万以上的家庭最高,即使是年收入20万以下的家长,主观上也愿意为孩子购买相关产品。

然而,目前,6成以上的研学游机构都集中在一线城市,而且以小微企业为主,还存在产品单一匮乏、缺乏互动性、脱离实际以及缺少用户差异性细化等劣势。该行业还存在着许多行业壁垒,因此具有价格优势的企业不一定有强大的市场基础和品牌效应,又或者具备了前两者,但是不被教育部门认可。

另外一方面行业自身还并不具备相应规范,而且教育部门对研学游也没有清晰的界定。美国、加拿大等国家对研学游都设置了严格明确的评价标准。每个产品路线必须要有单独撰写课程的设计

计划,并且保证小班教学等等。因此,研学游呼应企业自身先尝试制定规范,同时呼应研学游相关行业协会成立,呼吁政府教育部门和各企业共同整合社会资源、建立资源共享机制、打破行业壁垒。

目的地打造——小而美

研学游和传统的旅游的区别在哪里?研学游具有多重用户属性,主办方的学校、付费方的学校、体验方的学生。想要做好研学游,这些主体的满意度都必须照顾周全。

千篇一律的研学游,估计已经让师生们、家长们产生了视觉疲劳、体验疲劳。把一车人载到近郊,观赏一些自然景色、野炊、一些简单的小游戏,这样的研学游已经过时了。首先如此流程和内容不能符合教学大纲中,让孩子亲近自然、培养动手能力,也跟孩子平日坐在课堂中吸收的书本中的知识关联不大。但是,也有一部分的原因,是学校找不到合适的目的地。

研学游的下一个风口,恐怕是打造小而美的研学游目的地。首先,由于是研学游,想让孩子掌握什么知识这一点必须把握准确。比如阿姆斯特丹生物博物馆融合了VR、AR、3D/4D的技术,让孩子体验生动的科技知识。同时,它也是第一个致力于微生物领域科普的互动式博物馆。该馆还设置了微生物的互动游戏,游客可以通过互动多媒体装置,在极端的生活条件,如高浓度放射性或过冷的地方观察生物。不仅是小孩,也受到“生物科技控”的大小孩子们的欢迎。这样以来,不仅大大拓宽了受众人群,并且大大延展了地理区域。这样的魅力可是让一些大小朋友远渡重洋而来呢!





营地旅游 + 独特课程开发

研学游如果只是到处走走，那么在路上的行程也许会浪费掉。而可以呆在户外，又能有效地管理学生，定当是营地游比较有优势。

研学游有高峰期，基本上集中在寒暑假，因此农场、博物馆等的发展注定不能只压在研学游上。不妨考虑在原有的地产资源基础上复合研学产品。

复星旅文，在 Club Med 原有的度假目的地的基础上，开发了营地教育产品。该夏令营是复游营地与凯萨卡里奥体育学院联手打造的 2020 Club Med 芬式独立营。它以芬兰 SISU 精神为基石，芬兰现象式教学法，自然探索为主题，以特色文化及运动技能为基础，带领孩子们去感受、

体验和实践。课程的研发与营期授课均由丰富地芬兰全科教师团队亲自完成，并采用了多元跨界的学习方法。

该期间的课表，已经从早到晚都已规划好，并且课程全程都由一本专属芬式营的练习手册。这样以来，学生的体验式学习得到了有效规划，并且孩子的训练情况也可以得到家长的反馈，既满足了用户的需求，也把“玩”和“学”都规范下来，还能够得到追踪。未来孩子拿出学习结束后的证书，也能进一步获得社交裂变，为品牌传播良好口碑。

只要做好研学游的相关课程开发，多方联动锁定客群，建设好目的地，相信在下一个风口起飞不是什么难题。





Wei Xiaolan, chairman of the China Tourism Association Leisure Vacation Branch, said that after the epidemic, parent-child travel, education travel, wellness travel, and green travel will be welcomed; Li Xinjian, a professor of the Beijing Second Foreign Languages College, also said that the Nature Research and Outdoor Survival Skills Research Institute is ushering a new wave. Let "play" endow the color of "education", study and study tours may be the next chance.

After 2010, since the country listed educational tours as educational programs, they have blossomed everywhere. However, it seems that the educational tour only wears the hat of "study study". Parents and students do not understand the difference between it and ordinary travel. President Wei Xiaolan also said that the post-corona tourism is not a recovery but a revitalization. If it is just "a change in form but not in content", and can't come up with a real attraction for parents and children to study, they will not drown in the epidemic and will be uncompetitive with others after the epidemic.

Huge Space for Development

According to the statistics of Forward the Economist, there is a huge market for research and study tours. Around 2019, the population of 3-16 years old is more than 230 million, and the market size of research trips and paradise education reaches about 200 billion. In 2022, China's urban affluent population and the urban upper middle class population reached 600 million. It also has the consumption characteristics of "foreign rural life-style study tours", "non-one-time consumption", and "younger-age trend". And 60% of parents have a higher willingness to spend on educational tours, especially those with an annual income of more than 200,000 are the highest. Even parents with an annual income

of less than 200,000 are subjectively willing to purchase related products for their children.

However, at present, more than 60% of the educational and tourism institutions are concentrated in first-tier cities, and are mainly small and micro enterprises. There are also disadvantages such as lack of single products, lack of interactivity, separation from reality, and lack of user differentiation. There are still many industry barriers in this industry, for example, companies with a price advantage may not have a strong market base and brand effect, or they may have the first two advantages, but they are not recognized by the education sector.

Building Destination - Petite and Beautiful


The next turyere of educational tours is probably to create a small and beautiful destination. First of all, since it is a study tour, you must grasp exactly what knowledge you want your child to master. For example, Amsterdam Biological Museum integrates VR, AR, 3D / 4D technology, allowing children to experience vivid scientific and technological knowledge. At the same time, it is also the first interactive museum dedicated to popular science in the field of microbiology. The museum also has an interactive game of microorganisms. Visitors can observe the creatures in extreme

living conditions, such as high-concentration radioactivity or cold places, through interactive multimedia devices. Not only children, but also the big children who are "biotech big fans". In this way, it not only greatly broadened the audience, but also greatly expanded the geographical area. Such charm attracts fans no matter adult and children come across the ocean!

Field Tour+Characteristic Course Development

If study tour just means walking around, the journey on the road may be wasted. And it can be an outdoor camping, and can effectively manage students, so it must be an advantage for camping.

There is a peak period for study tours, basically focusing on winter and summer vacations, so the development of farms, museums, etc. is not destined to be limited to study tours. It's necessary to consider compound research products based on the original real estate resources.

As long as study tours are well developed, multiple parties work together to lock in the customer base and build a good destination, I believe that taking off at the next outlet is not a problem. 

EXPLORING THE UNKNOWN 2019 DISRUPTIVE EXPERIENCE TO RESHAPE TOURISM (SELECTION)

探索未知

2019 颠覆性体验重塑旅游业 (节选)

■ 报告源自埃森哲

所谓旅行，就是一段段体验的完美糅合。不过，在如今体验经济大行其道的背景下，传统旅游模式已无法满足旅行者的需求。优步 (Uber)、爱彼迎 (Airbnb)、亚马逊 (Amazon) 和苹果 (Apple) 等专注体验的领军企业虽然并不一定涉足旅游业，但均推动了旅行者的期望值水涨船高，旅行者心中的完美体验必须满足以下特质：贴近本土、个性定制、精准定位、即时享受。

四大崭新趋势 (本文节选其中 2 个) 影响行业进程的史诗级变革

01 扩展边界

推动线上销售并将数字体验
延伸至现实渠道

传统边界正在不断变化。未来，旅游企业不仅会在线上销售自有产品，还会越来越多地销售第三方产品。这一转变不仅会改变线上产品的格局，还将推动目的地体验转型。不过首先，企业必须重新审视其技术架构。

旅游业进军电子零售

旅游企业在线上仅销售自有产品的日子即将一去不复返。对旅游企业而言，这正是优化线上业务的天赐良机。毕竟，目前只有不到四分之一的目的地产品是在线上购买的。¹ 随着越来越多的旅游企业开始销售旨在丰富旅行体验的第三方相关辅助产品和服务，线上市场将成为不容忽视的体验中心。以旅行者为中心的线上渠道将成为旅行者通往动态旅游生态系统的快车道，同时也是旅行者的一站式数字目的地，这一灵感源自于在线零售巨头。旅游业的

“亚马逊化”时代已经到来。

数字体验延伸至现实渠道

线上体验也将延伸至现实空间。重要的是，旅游企业需要在现实空间中找到更多接触点，连接线上和线下环境，确保客户能以全新方式获取并使用目的地旅游产品。仅提供互联体验还远远不够，旅行者需要的是模糊了现实和虚拟界限的精致体验。旅游企业将越来越关注如何通过糅合数字和现实体验来尽可能优化客户体验并增加业务收入。如此一来，数字和现

实空间的明确边界将日趋模糊。

IT 领域革新

没有坚实的技术基础，这一切都不可能实现。旅游企业需要不断革新，打造更为灵活敏捷的 IT 架构。鉴于旅游业的并购数量居高不下，这一需求一直存在。在未来，这一需求将持续高涨。如果各大生态系统合作伙伴决意合作分销旅游产品和服务并共同打造新体验，他们需要能够按需提供数据共享和协作服务的数字技术支撑。



变革范例 —— TripAdvisor

多年来，无数旅行者选择在猫途鹰 (TripAdvisor) 上阅读点评并预订旅游产品。猫途鹰大刀阔斧地革新了网站和移动应用程序，以提升市场竞争力。其新推出的“Travel Feed”是一款融合了社交网络和内容中心两种特质的平台。根据 2018 年 9 月推出的测试版本，该平台汇集了来自 500 家媒体合作伙伴的新闻和信息，并允许用户分享至社交网络。这一灵感源自何处？猫途鹰希望比肩 Facebook 或 Instagram，成为旅游爱好者时常查看的综合性线上体验平台。² 猫途鹰能否成功从这些热门社交平台抢占用户，让我们拭目以待。



02 内容“时差综合症”

消费者不愿为制定度假计划耗费过多心力

随着技术的进步，各种旅游渠道、形式和选择出现爆发式增长。为了让疲惫不堪的旅行者免遭各类资讯的狂轰乱炸，旅游企业需要审慎考虑推送消息的对象、内容、场合、时机和原因。要想避免信息过度饱和，“精确”是唯一的选择。

海量内容

旅游企业有无数内容可供推送，也有无数渠道和形式可以吸引旅行者。随着新选项的不断涌现，旅游业正变得越发纷繁复杂。例如，语音助手已成为旅游业的新宠，推动了内容打包和使用方式的转型。部分酒店领导者已经采用语音激活技术，助力客户轻松定制室内环境。不过，语音技术只是旅游业众多革新中的一部分；推送多感官内容的未来其实并非遥不可及。

倦怠情绪

颇具讽刺意味的是，面对着扑面而来的海量内容，消费者只想获得平静与安宁。如今，我们每天要产生 2.5QB 的数据，3 人们在永远不下线的超连接世界中早已疲惫不堪。作为反击，不少消费者选择拔掉电源插头，退出订阅，远离无孔不入的消息、显

示屏和点击。

这一趋势为正在制定内容战略的旅游企业带来了严峻挑战。您该如何与想要清静的人交谈？秘诀在于打造与客户高度相关且各渠道连贯统一的内容。事实上，91% 的旅行者认为超高关联度对其体验至关重要。⁴ 通过高级分析、心态细分和聆听客户偏好，旅游企业可在恰当的时机通过恰当的渠道推送恰当的内容。

明智战略是制胜良方

这一趋势为正在制定内容战略的旅游企业带来了严峻挑战。您该如何与想要清静的人交谈？秘诀在于打造与客户高度相关且各渠道连贯统一的内容。事实上，91% 的旅行者认为超高关联度对其体验至关重要。⁴ 通过高级分析、心态细分和聆听客户偏好，旅游企业可在恰当的时机通过恰当的渠道推送恰当的内容。



变革案例 —— EasyJet

易捷航空 (easyJet) 推出了专为数字原生代设计的预订体验。旅行者可使用易捷的 Look&Book 应用程序上传一张自己目的地的 Instagram 屏幕截图，Look&Book 即会通过图像识别技术和地理标记确定照片中的地点并自动填写预订字段。这是搜索领域结合年轻消费者对社交网络迷恋的巨大革新。正如易捷航空的数字体验负责人所言，公司希望消费者不仅可以从喜欢的社交媒体照片中获得旅行灵感，还可利用这些照片实现自己的旅行梦想。

DECENTRALIZED LONG-TERM APARTMENT BRAND DEVELOPMENT REPORT OF MARCH, 2020

2020年3月分散式长租公寓品牌发展报告

资料来源：迈点研究院

3月受疫情影响，租金走势出现较为明显下滑；雪中送炭，自如租房获得软银10亿美元投资；针对租赁纠纷问题，相关部门下发通知，引导租金合理减免，保证市场稳定。



一、政策导向

疫情防控：

时间	部门	政策/文件
3月6日	上海市疫情防控工作小组	《关于做好疫情防控期间住房租赁有关工作的意见》
3月15日	北京市住房和城乡建设委员会	《关于进一步做好疫情防控期间住房租赁服务管理的通知》

为推动疫情防控期间的住房租赁工作有序进行，北京、上海有关部门分别发布相关文件，逐步解除租赁社区的“只出不进”限制，恢复住房租赁企业的正常运行，满足群众租赁需求。

监管升级：

时间	部门	政策/文件
3月2日	深圳市房屋租赁行业协会	《关于新冠肺炎疫情期间房屋租赁纠纷处理指引》
3月5日	北京房地产中介行业协会	《疫情防控期间防范和化解住房租赁行业纠纷指引》
3月16日	深圳市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作指挥部办公室	《关于疫情防控期间开展住房租赁有关工作的意见》

针对疫情期间因租金波动、支付延迟、损失分担、合约变更、交割、保洁维修等引起的租赁纠纷，深圳、北京等相关部门进行明确规定，引导租赁双方依法合理减免租金、保持租金价格和租赁企业现金流稳定，对于疫情期间出现的矛盾纠纷主张依法协商解决。

时间	部门	政策/文件	具体内容
3月11日	济南市公安局	《出租居住房屋管理办法》	叫停“N+1”文件指出禁止隔断式出租，禁止改变房屋空间布局，未经出租人同意，承租人不得擅自转租承租房屋。租户3个工作日内须到派出所登记等规定。
3月16日	河北省市场监督管理局	《河北省房屋租赁合同示范文本（试行）》	内容及相关表单，包括房屋基本情况、租赁用途、期限、租金、押金、其他租赁形式等19项内容。
3月6日	江西省发展改革委、江西省住房和城乡建设厅、江西省公安厅、江西省市场监管局、中国银行保险监督管理委员会、江西省委网信办等6部门	《关于疫情期间网络租赁市场秩序维护的通知》	从事住房租赁活动的房地产经纪机构、住房租赁企业不得在电商平台、网络租赁平台（含“二房东”）以上的单位或个人，应当依法办理市场主体登记。
3月24日	北京市人大常委会城建环资委员会	《北京市住房租赁条例》立法征求意见启动	会议就立法的可行性、必要性和主要制度设计等方面发表了意见建议，就立法需要解决的难点问题进行了讨论。

此外，山东济南市、河北省、江西省、北京市等分别针对出租居住管理、租房合同规范、市场秩序建设、租赁条例等进行规范升级。其中值得注意的是济南市叫停“N+1”严禁隔断式出租、禁止改变房屋空间布局。“N+1”租房模式是指在符合标准的前提下允许将客厅隔

成一间房进行出租，2019年9月上海市房屋管理局发布《关于进一步规范本市住房租赁企业代理经租房屋行为的通知》允许该模式的存在，有效期延迟至2024年9月30日。尽管“N+1”租房模式可一定程度上提高房屋空间利用效率，但不可否认“N+1”租房模式实际操作过程中仍有导致租赁房屋存在一定安全隐患，对此模式，当前各地政策仍存在分歧。

奖补实施：

时间	部门	政策/文件	具体内容
3月11日	杭州市住房保障局	《杭州首批培育和发展住房租赁试点城市工作方案》	鼓励杭州住房租赁企业奖励专项资金申报。
3月24日	广州市住建局	《广州市发展品牌租赁市场奖励实施办法》	奖励标准：国有建设用地建设租赁住房的，按建筑面积1700元/平方米、800元/平方米给予补贴。
3月24日	广州市工业和信息化局	《广州市2020年中小微企业融资专项奖励资金申报工作》	授予自2月、3月中小微企业融资专项奖励，与中小微企业融资专项奖励申报工作同步进行（申报及拨付按企业条件），给予一次性最高50万元奖励。
3月24日	郑州市住房保障局、郑州市住房和城乡建设局	《郑州市支持品牌租赁市场发展专项资金管理办法（试行）》	明确标准，筹建租赁住房项目，最高奖励500元/m²。

3月31日杭州市住保房管局完成杭州市住房租赁企业奖励专项资金申报，作为首批培育和发展住房租赁试点城市之一，杭州市人民政府2017年8月《杭州市人民政府办公厅关于印发杭州市加快培育和发展住房租赁市场试点

工作方案的通知》，3年内，对市本级财政安排1亿元奖补资金，专项用于奖励扶持住房租赁行业中的优秀企业，据悉本次申报为2018年度专项资金，主要面向在杭州市租赁平台录入2018年房源及合同的企业。广州、郑州分别下发《住房租赁市场奖补实施办法》和《住房租赁市场专项资金管理办法》对租赁假设用房予以不同程度的补贴，其中广州市对集体、国有建设租赁住房最高补贴达800元/平方米。此外3月24日广州市工业和信息化局组织开展中小微企业租金减免奖励资金申报工作，最高予以80万元奖励。专项奖补资金的申报下发将对住房租赁企业疫情期间面临的资金周转困难，起到一定的缓解作用。

二、市场行情

租金走势：



3月诸如深圳、杭州、厦门、汕头、珠海、大连、兰州、成都等多地租金出现较为明显下

滑，此外58同城、安居客所发布的《2020第一季度租房趋势报告》数据显示，受疫情影响，30%的房东进行了租金下调。

三、品牌动态

融资：

品牌/集团	时间	事件
自如租房	3月4日	自如租房获10亿美金巨额融资。

3月4日，自如租房获10亿美金巨额融资，而这也是长租行业至今规模最大的一笔融资，该轮融资由软银愿景基金投资，其中5亿美金为直接投资，另外5亿美元为股票，自如租房2015年成立以来，共获得3轮融资，发行2项资产证券化产品。

年报：

品牌/集团	时间	事件
蛋壳公寓	3月25日	蛋壳公寓(NYSE:DNK)发布2019年第四季度及全年未经审计的财务报告。

3月25日蛋壳公寓发布2019年第四季度未经审计财务报告，财报显示，2019年第四季度，蛋壳公寓收入达21.29亿元（人民币），同比增长112.5%，净亏损率和经调整EBITDA亏损率，同比分别收窄12.3%和13.2%。2019

年全年蛋壳公寓营业收入达到71.29亿元，同比增长166.5%，净亏损率和经调整EBITDA亏损率同比分别收窄3.0%和3.5%。迈点研究院认为，营业收入的大幅上升和亏损规模的逐步收窄，预示着品牌正在通过优化运营、降低成本逐步实现盈利。

疫情补贴：

品牌/集团	时间	事件
蛋壳公寓	3月1日	租户申请的疫情补贴已陆续发放。

3月1日蛋壳公寓对外发布通知称租户申请的疫情补贴陆续将通过APP钱包进行发放，当前补贴可用于租户租金和服务费的APP账单支付，并不支持提现。疫情期间，诸如蛋壳公寓、自如租房、魔方公寓等，对受到疫情影响较为严重的地区如武汉，多次加码优惠政策推行合理的租金减免优惠活动，减少疫情对租客带来的经济损失。



DAVID DELL LISTENING THE WIND HUMMING, WANDERING THROUGH JOY

于德励

且听风吟 且畅悦鸣

■ 编辑 / 林欣 Edited by Iliana

“全情以待，只为让您的旅程与众不同。”秉承凯悦的理念，于德励在亚太地区播撒“悦”的种子。流淌的岁月娓娓道来过去的故事，时光御风徜徉，凯悦在风中、在亚太地区，与诸位来宾一同享受时光，且听风吟，且畅悦鸣。

人物档案 / Profile

于德励

凯悦酒店集团亚太区总裁

David Udell

Group President, Asia
Pacific Hyatt Hotels
Corporation





悦吟风听

很久以前，“悦”是一位困在蒲公英当中的精灵。神兽爷爷说，只要遇到“风神将”，你才能破除咒语，重获新生。经过的风霜雨打日晒，焦虑而漫长的等待，终于迎来了风。“悦”用尽了力气，看准了“风”的滑道，使劲浑身的力气跃入“风”的怀抱里。于是，“风”带着她傲游遍地，她为“风”吟唱美妙旋律。

于德励开启酒店行业的旅程似乎并非偶然，他自身已带着“悦”的基因，只待“风”的到来，携手启航。孩童时期，于德励在母亲的周边，常常看着母亲毫无吹灰之力举办各类活动，把大家组织到一起，并且每次都有新鲜的主题和玩法。这也许在他的内心潜移默化地种下了“热情”、“好客”的种子，也是他走上酒店服务殿堂的最初的阶梯。

于德励还清晰地记得开始旅程时怀内的期待与激动。12岁的时候，在一次家庭出游之际，他母亲告诉他，他将有机会在假期期间到一个专门学校学习酒店管理。“我是那几个唯数不多的没有晒黑的孩子，尽管我们去的是海边度假。然而因为我一直呆在酒店里，在酒店里来回踱步，追问服务生一些酒店运营的相关问题，自己也做了很多思考。”这是于德励初心的起点，是“风”以“悦”为伴奏开始哼唱的节拍。

后来于德励到康奈尔大学酒店管理学院进修，一所被成为酒店管理学院的哈佛，集中学习了许多关于酒店管理的专业知识。他于1982年作为酒店管理培训生进入新加坡凯悦酒店（Hyatt Regency Singapore），开始了他在凯悦的职业生涯。

当于德励被任命为凯悦酒店集团亚太区总裁时，距离他进入凯悦酒店集团，已经过去了32年。他也随着凯悦的发展，带领过曼谷的凯悦酒店、首尔的、香港的、东京的，对东亚、东南亚的文化都有一

定的了解。

听·风吟

风能吟唱吗？嗯，乘着“悦”的翅膀。

心中没有“悦”的员工，能给宾客带来“悦”吗？在于德励心里，答案是否定的。亚洲的酒店业经历了技术上及人员配置上的许多转变，尽管酒店运营成本不断增长，于德励始终把宾客的需求、期望和舒适度放在战略的首要位置。而响应战略的，始终是凯悦的员工。于德励相信，把“悦”带给员工，同时能把“悦”传递给宾客。

于德励注意到，目前的酒店业的运营环境呼吁酒店人拥有更开放的思维和拥抱新事物的心态。他说，他不希望一个不愿意授权下层的经理拥有“牺牲式奉献精神”。他更看重团队合作，以及每一个成员在自己的工作中找寻到自身的价值和意义。作为一个高星级奢华酒店，和其他的酒店一样，他们依赖员工提供优质贴心的服务，而在这个服务中也凝聚着服务者不同阶段的、不同色彩的人生轨迹，于德励是如此看待他集团下的员工的。他赞赏他们员工都是“能者”，他们能拥抱来自世界各地、来自不同文化、带有不同个性的宾客。于德励同时体谅他的员工，“这个行业很艰辛，每周7天，每天24小时，工作不停止。所以，他们也想了很多办法，制定适当的轮班，保证他们在服务的时候呈现最好的姿态。”

让群体智慧得到展现，也是于德励的一项过人之处。他认为，倾听大家的意见，是最重要的领导能力之一。“我并不觉得向别人请教别人的意见是在示弱，虽然最终做决定的是我。广泛地寻求意见其实是一种所向披靡地管理方式，因为我们海纳百川。”

他将自己比喻为和队伍以同样节奏划船的其中一个成员，“确保每一个成员都能理解自己的职务，并且赋予相应的价值和意义，确保他们相信团队的成就需要他们每一个人的付出。”他说，最重要的是，大家朝着同一个方向，以同样的节奏向前划船。也因此，他认为必须要有合适的交流途径保证相互的有效交流。

风本身不能吟唱，然而，当“风”携着“悦”穿过小溪，“咚咚咚”和“哗哗哗”以及河流里玩耍的孩童声清脆弹唱，当它穿过寂静的森林、穿过汹涌的海面、穿过狮子的丛林，无数的奏鸣曲像泉水一样涌出，给人间带来纯粹的喜悦。

畅·悦鸣

像夏天的虫鸣，凯悦在各地炎热的季节里带来了让人清凉一夏的虫鸣。“知了，知了，知了……”

凯悦每开之处，都会为当地带来一种全新的审美，抑或是用一种全新的角度审视本地传统。随便走进一家凯悦酒店，你就明白他们的理念并非空中楼阁，而是在酒店呈现的每一个场景和细节中。

镇江苏宁凯悦酒店，透过客房全景落地窗可以俯瞰城市景观，尽享南山风景区或长江美景。所有客房都在59层以上，部分房型是卧室可以直接看到江景，也就是躺在床上就能看到江景。而部分房型则是浴缸临窗而立。不得不说，凯悦在“提供优质服务”和“完美体验”上，其他酒店是难以媲美的。酒店仅有的20间套房，每一间的客厅也都有一整面超大落地窗将窗外景色当成你客房的背景。设计中继承了一贯奢华而沉静的风格，皮质的中式木椅，白色纹路的大理石写字台，浅灰色的布艺沙发，极具工业风的黑色钢丝吊灯……每一个细节和装饰都透露着低奢的质感，再现中式元素的风采，这就是Hyatt style！室内设计散发着吴文化的魅力，以“江、水、塔、林”为元素，把历史与现代相融，让客人于酒店内尽可感受镇江的古今风韵。首层大堂拥有充满寓意的装修风格，被分成了三个部分来寓意长江、岸堤与桥。客人仿佛乘竹筏进入了岸边渔家，酒店多处使用的装饰花格是以书法文化中各种“江”的篆刻字符为演化，整体的背景墙更是以张大千先生著名的“长江万里图”为灵感的设计，当你进入一楼大堂时，浓墨重彩中，仿佛置身于一副山水画之中。57层空中大堂的设计灵感来源于“古塔”，宾客仿佛站在江边古塔顶端，一览镇江全貌。墙上的人形艺术品一齐指向远方，仿佛号召大家一起来欣赏外面的壮美的风景，古塔与现代艺术品的碰撞，让客人感受镇江古今风韵的同时又增加了生动且轻巧的元素。享悦中餐厅位于58层，供应地道正宗的淮扬菜与江南美味，散座区域采用了镇江西津渡景区的建筑形态，以现代的手法运用到空间设计中。软装配色取自于名画《汉宫春晓图》。中餐厅拥有7个典雅精致的包房，配色采用中国名画《仕女图》，并在普通与VIP包房穿插了两种配色，给宾客以不同的私密就餐氛围。

除了精心设计每一家酒店，于德励带领团队实施了许多本土化的措施来保持自身的品牌优势。例如，在中国，他们认为应该更多地关注到中产阶级的崛起，消费力的增长，以及需求的增长。在凯悦，他们希望迅速提供这些迅速发展中的中产阶级所想要的产品服务。他们尤其关注到独生子女政策对中国的影响，孩子对于中国家庭来说无比重要，一个孩子可能被爸爸妈妈爷爷奶奶外公外婆六个人共同照顾陪伴。因此，创造一个这样的“6+1”都能感觉舒适的酒店住宿环境非常重要。“夏天的时候，我待在深圳，有许多家庭在那里旅游，那里的酒店会家长也感到很满意。我们努力创造一个好的环境，专门设置孩子玩耍的地方，有擅长和孩子沟通玩耍的员工，给家长们提供更多的机会来放松，享受到家一般的感觉，而不是千篇一律的感觉。”



另一方面，于德励表示他们也在把精力放到选择性服务上。“租一片地方，或者租一个房子作为酒店。这样的酒店可能不是大型的酒店，但能给人豪华的住宿体验，并且相比来说价格更容易接受。通常来说这样的酒店会比较小，可能是大型综合功能建筑的一部分。这样的酒店重点不是豪华和齐全的设施，而是能给客人提供一个舒适的住宿体验，例如洗澡的舒适程度、床上用品的舒适度、空调的便利调控、女性化妆镜灯光的调整等等。”这也是凯悦接下来会重点关注和发力的地方。

于德励，正如他的名字，滑翔高德之风，励志迷人。他的商业模式里，领导模式里，有习习凉风，且听风吟，且畅悦鸣。



"To be wholehearted, just to make your journey unique." Adhering to the concept of Hyatt, David sowed the seeds of "joy" in the Asia-Pacific region. The flowing time tell the stories from the past. Time flying in the wind, Hyatt wander in the wind and in the Asia-Pacific region, enjoy the time with the guests, listen to the wind, and cheer with joy.

Joy Singing

Long ago, Joy was an elf trapped in dandelions. Grandpa mythical creatures said that not until he meets the "Wind God", he cannot break the spell and get a new life. After being exposed in the wind, rain and sun, the anxious and long wait finally ushered in the wind. "Joy" exhausted all his strength, spotted the "Wind" slide, and vigorously jumped into the arms of "Wind". So, "Wind" took her to travel everywhere, she sang a beautiful melody for "Wind".

David's journey to start the hotel industry does not seem to be accidental. He has already carried the gene of "joy", just waiting for the arrival of "wind" and set sail together. As a child, David was often around her mother. He often watched his mother hold all kinds of activities without any effort, organized everyone together, and had new themes and gameplay every time. This may have planted the seeds of "enthusiasm" and "hospitality" in his heart, which was also the first step he took to the "hotel service hall".

Wind Humming

Can the wind sing? Well, riding the wings of "Joy".

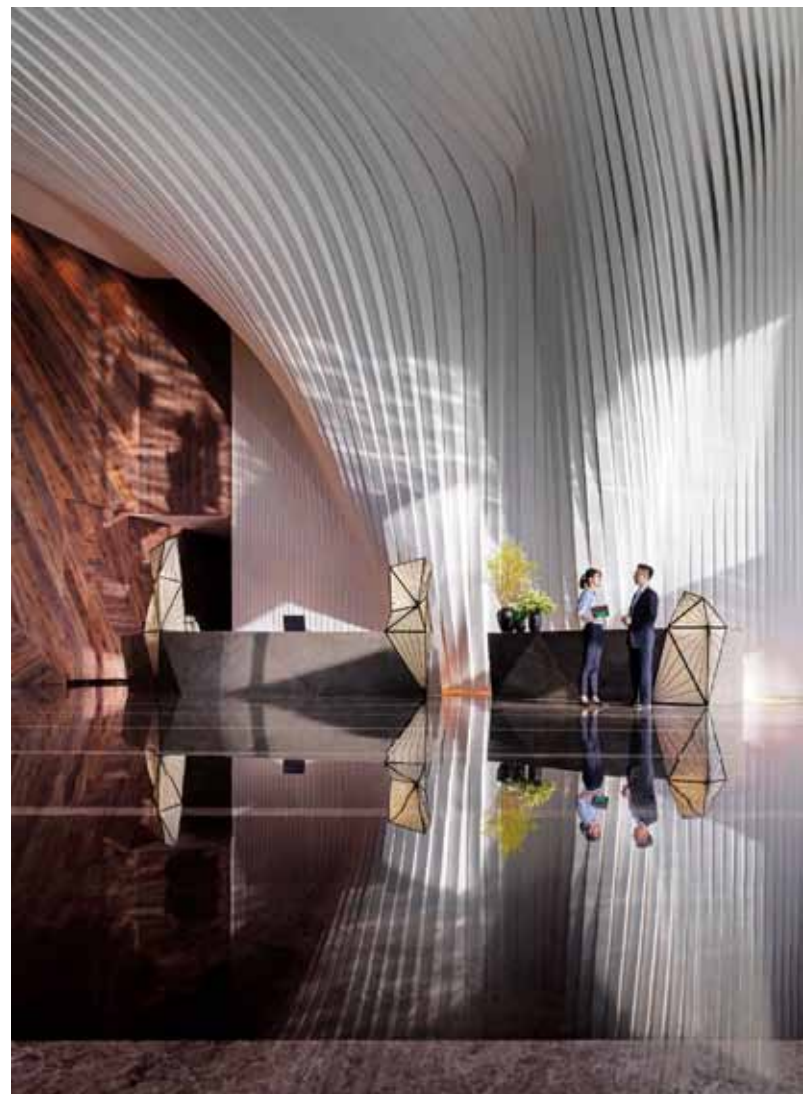
If there is no "Joy" in employees' mind, can they bring "Joy" to the guests? His answer is no. The hotel industry in Asia has undergone many changes in technology and staffing. Despite the increasing operating costs of the hotel, David has always placed the needs, expectations and comfort of guests at the top of the strategy. The response strategy is always the employees of Hyatt. David believes that "Joy" can be brought to employees, and "Joy" can be passed to guests.

David notes that the current operating environment of the hotel industry calls on hoteliers to have a more open mind and an attitude of embracing new things. He said he does not want a manager who is unwilling to authorize the lower level to have "sacrificial dedication". He values teamwork more, and each member found his own value and meaning in his work. As a high-star luxury hotel, like other hotels, they rely on employees to provide quality and caring services, and in this service also condenses the waiter's different stages and different colors of life trajectories, David regards him like one of the employees of the group. He appreciates that their employees are "capable people", and they can embrace guests from all over the world, from different cultures and with different personalities. He is also considerate for his employees, "This industry is very difficult, 24 hours a day, 7 days a week, and the work does not stop. Therefore, they also think of many ways to formulate appropriate shifts to ensure that they present the most during service."

Wander in the Joy

David said that they are also focusing on selective services. "Rent a place, or rent a house as a hotel. Such a hotel may not be a large hotel, but it can give a luxurious accommodation experience, and the price is more acceptable in comparison. Generally speaking, such a hotel will be smaller, It may be part of a large-scale or multi-functional building. The focus of such a hotel is not luxury and complete facilities, but to provide guests with a comfortable accommodation experience, such as the comfort of bathing, the comfort of bedding, the convenience of air conditioning, women Adjustment of makeup mirror lights, etc." This is also where Hyatt will focus and focus next.

David, just like his name, gliding high morality, inspirational and charming. In his business model, in the leadership model, there is a refreshing breeze, wind and chants. 🏠



人物档案 / Profile

邓德志

广州市源志诚家纺有限公司
执行董事 / 海外项目负责人

Deng Dezhi

Executive Director / Overseas Project Manager,
Guangzhou Yuan Zhicheng Home Textile Co., Ltd.

DEND DEZHI
FROM CHINA TO AMERICA,
MY DESTINATION IS HOME

邓德志

从家到国，
我的征途终点是“家”

■撰文 / 王彩 Written by Cindy

- ①
- ②
- ③

① 卓美亚项目
② 瑰丽项目
③ 金鹰项目

邓德志说，源志诚家纺就像他的一个孪生兄弟，今年，他们都 26 岁了。

“源”于东方，“志”存高远，“诚”对天下，这是邓德志的父亲邓源津最初为企业命名的由来。他们的名字都有一个共同的“志”，邓德志说这代表着父亲对他们共同的祝愿“诚”和“德”。

古人云“世之君子，志在天下”。父亲邓源津希望儿子邓德志拥有国际化的视野，于是在他高三的时候就把他送到了美国求学。就这样，邓德志在美国一呆就是六年。他在美国宾夕法尼亚州立大学完成了管理专业的学习，并在求学期间受到了西方自主民主和创新思潮的熏陶。

在邓德志长大成人的 26 年中，父亲邓源津创立的源志诚家纺也由一间 80 平米的布匹商行，发展壮大成为服务于全球酒店产业的集研发设计、生产织造、染整配套及成品加工、销售服务于一体的专业酒店装饰纺织品配套服务商。根植于南粤大地的源志诚家纺，如今的销售网络已经遍布全球五大洲，包括洲际、喜达屋、香格里拉、希尔顿、凯悦、万豪、雅高等酒店集团在内的超过 700 家高星级酒店，均在使用“源志诚”的产品。

2017 年 7 月邓德志学成归来，正式加入源志诚家纺，负责海外酒店项目的跟进与服务，秉承着“德”与“诚”，继续践行“引领中国家纺潮流，推动世界家纺发展”的使命。

古朴的底蕴，现代的内核

走进源志诚家纺广州大南总部大楼，浓郁的古色古香之气扑面而来。夺目的深红、轻快的明蓝和质朴的古典桌椅交织而成的色彩空间，仿佛一幅浓墨重彩皆相宜的艺术画作。如果不是琳琅满目，整理有序的各类样品，让人恍惚觉得走进了一间佛香袅袅，古乐潺潺，小桥流水缓缓自流的古韵茶楼。

乘着电梯缓缓踏入二楼展厅。这是经过一整年的精心酝酿与修造，于 2019 年 12 月正式投入使用的新展厅。邓德志说：“新展厅项目是他回归企业之后，投入最多心力的项目。它不仅是一个产品的展示空间，更是一个向全球客户传递的东方文化的窗口。”

新展厅以根植于广东水乡的桑蚕文化发展而来的传统岭南营商文化为主题，商铺货架、百子柜、山水画墙扞布，以及中式花梨木家具，加入红顶蓝柱的强烈对比，方架圆环的兼容并蓄，展现中国岭南水乡特有的融会贯通的商业生态文明和人文特色。“我们需要想通过这个空间和陈列的产品让参观的客户感知到我们的企业文化是什么，我们既有传统的底色，又有开放包容的姿态。”

不得不说，这样的理念和邓德志自身的性情相得益彰。回归企业的一年多时间，从起初活跃的西方思维惯性使然到现在的调整兼容，邓德志全程参与新展厅项目的每个环节，在这个磨合过程中他逐渐和源志诚家纺的大家庭和谐相融。

文化自信，就是企业自信

2020 年初，突如其来的疫情打乱了人们的生活节奏，也让大小企业面临前所未有的挑战和考验。源志诚家纺也不例外，这对于“新手”的邓德志来说是不小的压力。”幸好，我有双重文化精神力量的加持。”

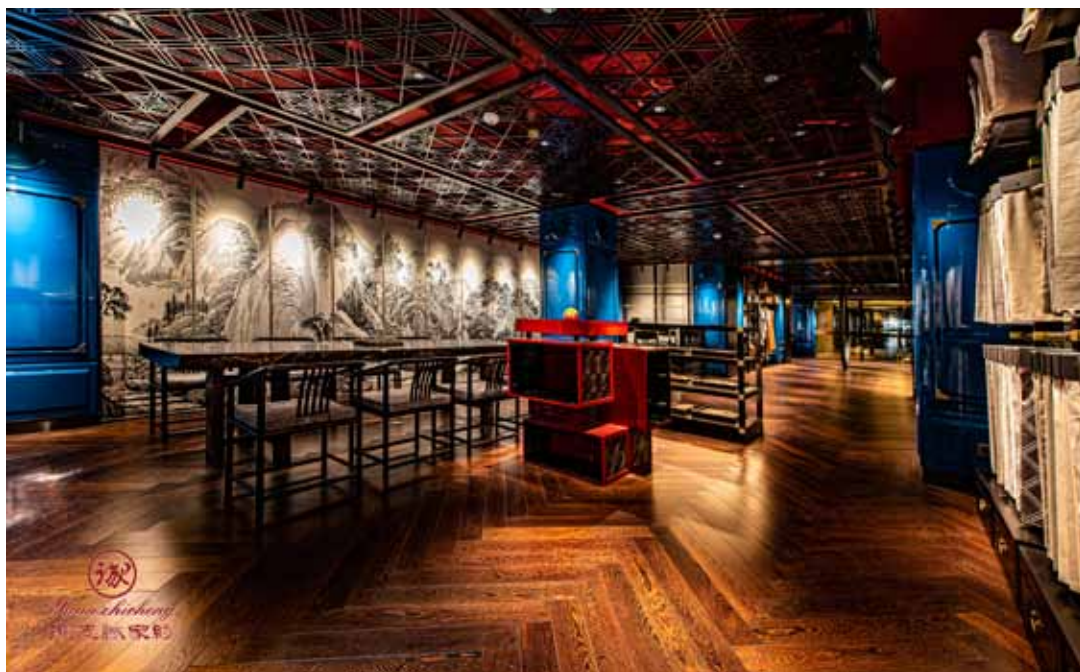
邓德志说，父亲是一个典型的浸润在中国传统文化之中的人，他善良，坚韧，包容，富有爱心，自己从小深受父亲言传身教的影响。父亲邓源津的精神奠定了源志诚的文化基因，这么多年由一个又一个的源志诚人传承并发扬光大。面对这次疫情，邓德志没有过多忧虑而是积极思考有所作为。他亲自发信息慰问客户近况，安慰并鼓励他们共同迎接挑战，积极思变创新。在企业运营方面，他及时配备防疫用品和确定防疫措施，为工厂的员工们创造安全的复工环境。

邓德志认为，坚定的信念仰赖于植根心底的文化自信。无论是他本人还是源志诚家纺的每一个员工，对企业始终充满信心不曾畏惧，追溯根源是源志诚家纺浓郁深厚的企业文化带来的底气和自信。



④

④ 源志诚广州总部样板房



用爱与美，编织心灵家园

如今的源志诚家纺在业内成绩斐然，拥有稳定且成熟的国际客户群，诸如万豪、希尔顿、香格里拉等诸多国际知名品牌酒店。尤其是2019年源志诚家纺和瑰丽合作的广州瑰丽酒店，再次刷新了业绩的高度，也再一次彰显了源志诚全球星级酒店软装高端定制商的卓越实力。

2019年10月27日享誉全球的卓美亚酒店集团的又一力作——广州卓美亚酒店隆重开业。卓美亚集团是迪拜控股旗下的全球豪华酒店管理公司，其位于阿联酋迪拜的旗舰酒店——卓美亚帆船酒店，是迪拜的标志性建筑，也是一家全球顶级的奢华酒店。广州卓美亚是卓美亚集团在中国的第三间酒店，坐拥广州的黄金位置——核心商务区珠江新城。酒店室内设计由迪拜卓美亚帆船酒店设计公司KCA国际担纲，设计细节灵感汲取自文化艺术繁荣昌盛的唐朝。结合现代平衡与自然的元素，呈献静谧无边界的雅致空间感，配上卓美亚的卓越服务为客人带来雅致尊贵的全新体验。广州源志诚完成了广州卓美亚酒店所有公区和客房的电动窗帘的生产和配套安装，以创新的设计、精湛的工艺以及专业的安装服务将遮隔功能与美感融入卓美亚整体设计理念，细节之处皆是精匠工艺造就的艺术魅力。

不同于外界赋予的高度和美誉，邓德志说源志诚家纺并不是高高在上的精英范儿，反而像一个温柔儒雅的绅士。他认为，家纺是一个凝聚着综合感官的产品，关乎人们五官六觉的体验和精神心理层面的深度需

求，最终抵达人的心灵。产品的背后需要一颗柔软精细的艺术灵魂。为此，他积极为设计团队创造更容易激发灵感的土壤环境，比如鼓励设计师们表达创作想法，支持核心设计团队出国学习前沿的时尚理念。这几年，源志诚家纺在设计研发上的投入力度，远超家纺制造业同行。这一战略不只是源志诚对消费升级需求的敏锐洞察，也是对人性最深刻柔软的关怀。

现如今，人们对于产品的需求早已进阶到对更高级的审美力和艺术氛围的精神滋养。木心先生曾说“没有审美力是绝症，知识也解救不了。”审美是什么？邓德志也经常思考这个命题。审美是一种关乎内心的综合体验，是对造物的崇敬，对文化的敬仰，对生活的审视，以及对生物个体的悦纳与博爱。

真正的艺术不是束之高阁，而是融入日常生活和人们耳鬓厮磨。源志诚家纺的设计团队把很多以往只能展览在艺术馆或停留在人们文化谈资的画作打磨到了产品上，借助现代印染织造的精湛工艺，一幅幅叙述着万水千山意境的智能化窗帘，让人们任何时候睁眼就可以感受“散怀山水，萧然忘羁”，即使在方寸的室内也能尽享一种明月清风有禅心的慢生活。

26年了，出走经年，归来依然正少年的邓德志正与父亲邓源津一起带领源志诚人续写新的篇章。对于未来，邓德志清醒笃定充满热望，因为：情之所钟，正是吾辈。

Sam Deng said that Yuanzhicheng Home Textile is like his twin brother. They are both 26 years old this year.

"Origin" means the beginning is originated from the East, "Zhi" means a high aim, and "Sincerity" means the attitude for all in the world. This is the origin meaning of his father - Deng Yuanjin, who originally named the company. Their two names both have the same word "zhi", Sam Deng said that it is his father's deep wish for him and the company "honest" and "morality".

He believes that home textile product embodies comprehensive senses, which is related to people's sense feeling experiences and the deep mental and psychological needs, finally reaches people heart. The designer need to be a soft and delicate artistic soul. Therefore, he creates an inspiring and active environment for their design team positively, such as encouraging them to express ideas and supporting the core designers to study cutting-edge fashion ideas abroad.

The real art is not the shelving, but the integration into people's daily life. The designers of Yuanzhicheng Home Textile polish many paintings that could only be exhibited in art galleries or stayed in people's cultural talks on the product before on the products with the help of the superb craftsmanship of modern printing, dyeing and weaving skills. The intelligent curtains with the paintings look like the drawings which are describing the artistic conception of water and mountains. At any time, people can feel that they are wandering among landscape. Even in the square inch of the room, people can also enjoy a kind of slow life with a bright moon and breeze. 64

第二十届
中国文旅全球论坛
THE 20TH CHINA CULTURAL TOURISM
GLOBAL FORUM

CTGF

云上峰会+线下对接

2020.06.18-19

察
势
而
为





察
勢
而
为

云上峰会
十线下对接
Rise With The Tide



发起单位

中国饭店杂志社

主办单位

全联房地产商会
亚太酒店协会

特别支持

联合国开发计划署
联合国世界旅游组织
中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）
中国社会科学院旅游研究中心
中国高校校友“翰林盃”组委会
携程大学

首席合作媒体

中国网

首席合作新媒体

悦旅

执行承办

广州国悦文化传播有限公司

Initiated by

China Hotel Magazine

Sponsored by

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

Supported by

The United Nations Development Programme (UNDP)
World Tourism Organization (UNWTO)
China Tourism Academy
(Ministry of culture and tourism data center)
Hanlin Cup Organizing Committee of China Intercollegiate Alumni
Tourism Research Centre, Chinese Academy of Social Sciences
Ctrip University

Chief Media Partner

China.com

Chief Social Media Partner

Entrip

Executed by

Guangzhou Guoyue Culture & Communication Co., Ltd.



察势而为
云上峰会
+ 线下对接
Rise With The Tide

疫情之下，向上生长！

这是全球文旅首场硬核“云峰会”+“云颁奖”！

万人盛会，定向邀约，业界精英

地产、文旅项目、酒店投资商及运营商

待疫情平息后，主办方将陆续举办约

30场小范围合作沙龙、各地巡回线下对接活动

作为“云上峰会”的后续延伸

文化赋能，旅游带动，发展新基建、培育新消费、
壮大新产业、创新新服务，打破空间与时间的桎梏，
寻求产业新的活力与出口，把握新的商业合作机会！

Under the epidemic, grow upward!

This is the first hardcore "cloud summit" + "cloud award" of the global cultural tourism!

Thousands of people, targeted invitation, industry elites

Real estate, cultural tourism projects, hotel investors and operators

After the epidemic, the organizer will hold 30 cooperative salons, and various offline docking activities as a follow-up extension of the "Cloud Summit"

Cultural empowerment, tourism promotion, development of new infrastructure, cultivation of new consumption, growth of new industries, innovation of new services, there will be new vitality and new business cooperation opportunities!

合作伙伴 – 赞助级别 (拟)

战略合作伙伴



高级合作伙伴



合作伙伴



首席合作媒体:



首席合作新媒体:





第二十届中国文旅全球论坛 议程安排（拟）

2020年6月18日（周四）

14:30-15:00 第二十届中国文旅全球论坛开幕式



- (1) 全国工商联领导致开幕辞
- (2) 联合国领导致贺辞
- (3) 启动仪式

15:00-16:30

【主题演讲 1】察势而为

文化赋能，旅游带动，发展新基建、培育新消费、壮大新产业、创新新服务，
寻求产业新的活力与出口！

来自地产、餐饮、住宿、旅游业的九位大师，领衔主讲，一言九鼎！

16:30-16:45

项目路演 / 节目表演 / 抽奖互动①

16:45-17:00

【权威发布 1】

2019-2020《业主视角：酒店管理公司指数排行榜》

首发合作媒体：中国网

（中国网是国务院新闻办公室领导的中央重点新闻网站，以中、英、法、德、日、俄、西、阿、韩等语种向全球发布信息、资讯，覆盖 200 多个国家和地区）

悦旅（中国文旅首席新媒体）

组织调研及发布机构：

中国旅游研究院 / 文化和旅游部数据中心

全联房地产商会 / 全联房地产商会酒店投资商分会

发起及联合发布单位：

中国金茂控股集团有限公司

保利发展控股集团有限公司

富力集团有限公司

复星集团有限公司

雅居乐集团控股有限公司

大悦城控股集团股份有限公司

万达集团有限公司

绿地控股集团有限公司

世茂集团有限公司

17:00-17:45

【领袖圆桌峰会 1】突围，复兴（文旅专场）



探讨话题：齐心聚智，创新求变，化危为机

17:45-18:00

项目路演 / 节目表演 / 抽奖互动②

18:00-18:10

亚太酒店与地产采购协作委员会成立仪式
世界酒店设计联盟成立仪式

18:10-18:15

论坛点评及总结①

2020年6月19日（周五）

09:00-10:30

【主题演讲 1】察势而为

文化赋能，旅游带动，发展新基建、培育新消费、壮大新产业、创新新服务，寻求产业新的活力与出口！

来自地产、餐饮、住宿、旅游业的九位大师，领衔主讲，一言九鼎！

10:30-10:45

项目路演 / 节目表演 / 抽奖互动③

10:45-11:00

【权威发布 2】2019-2020《文旅全球趋势调研报告》

组织调研及发布机构：

携程大学、悦旅新媒体

数据支持：

联合国开发计划署、联合国世界旅游组织

11:00-11:45

【领袖圆桌峰会 2】拐点，起点（资管专场）



探讨话题：疫情后，资管人的思考和行动

11:45-12:00

项目路演 / 节目表演 / 抽奖互动④

12:00-12:10

合作云签约

12:10-12:15

论坛点评及总结②

中午（欣赏合作机会宣传片）



国际顶级酒店设计大师的设计理念演讲及空间进化案例分享



- 14:00-14:30 【设计大咖说 1】 隐奢与至简
- 14:30-15:00 【设计大咖说 2】 借景与涅槃
- 15:00-15:30 【设计大咖说 3】 设计的区块链
- 15:30-16:00 【设计大咖说 4】 破与立
- 16:00-16:15 项目路演 / 节目表演 / 抽奖互动⑤
- 16:15-17:00 【领袖圆桌峰会 3】 跨界，共生（设计专场）
探讨话题：如何让设计提升价值？
- 17:00-17:15 项目路演 / 节目表演 / 抽奖互动⑥

17:15-17:45 第二届中国金马奖新闻发布会



【背景链接】

第二届中国金马奖由中国网、中国饭店杂志社、悦旅新媒体组织并发布。中国金马奖源自中国优秀旅游城市标志“马踏飞燕”，由原国家旅游局局长刘毅先生倡导发起创办，象征行业先导，是全球餐饮、住宿及旅游业至高荣誉之一，行业发展的风向标，经过二十年的塑造和传播，已经在亚太地区乃至全球享誉盛名，拥有广泛知名度和美誉度，被媒体喻为大文旅产业的“奥斯卡”颁奖盛典，获奖企业被业界公认为行业的丰碑，获奖者被业界公认为行业的标杆。

- 17:45-18:00 金马传奇 - 获奖代表感言
- 18:00-18:15 闭幕式 / 成果发布会

- 注：1、 本次“云中峰会”提供中英双频同步翻译；
- 2、本议程为计划方案，部分演讲、发言嘉宾为拟邀，请以主办方最终发布为准。





THE 20TH CHINA CULTURAL TOURISM GLOBAL FORUM AGENDA (To be Determined)

June 18th, 2020 (Thu.)

14:30-15:00 Opening Ceremony of the 20th China Cultural Tourism Global Forum

Opening speech by leaders of the National Chamber of Commerce and Industry
Speech of congratulation by United Nations leader
Launching Ceremony

15:00-16:30 Keynote Speech 1: Rise with the Tide

Cultural Empowerment, Tourism Promotion, Development of New Infrastructure,
Cultivation of New Consumption, Growth of New Industry, Innovation and New
Services, Seeking New Vitality and Export of Industry!
Nine masters come from real estate, catering, hospitality and tourism, leading the forum speeches!

16:30-16:45 Road Show / Performance / Drawings ①

16:45-17:00 Authoritative Release I

2019-2020 Hotel Management Company Index Ranking

(From Owners' Perspectives) Press

Publisher: China Internet News Center

(Led by State Council Press Office, China Internet News Center is key news website for CPC Central Committee. Multi-languages as Chinese, English, French, German, Japanese, Russian, Arabic, Korean, etc are used to release information and news in the website, covering more than 200 countries and areas.)

Entrip(China Cultural Tourism Chief Social Media)

Research and Release Organization:

China Tourism Academy / Nation Culture and Tourism Data Center

CRECC / Hotel Investors Association of CRECC

Sponsored by:

China Jin Mao Group Co., Ltd.

Poly Developments and Holdings

R&F Properties

Fosun Group

Agile Commercial Group

Hotel & Apartment Management Department, COFCO Land Limited

Wanda Group

Greenland Holdings

Shimao Hotel Management Company

17:00-17:45 Round-table Summit 1 Breakout&Recovery

(Mainly for Influential Figures in Cultural Tourism Industry)

Gathering the Wisdom, Innovation and Turning Adversity into Opportunity

17:45-18:00 Road Show / Performance / Drawings ②

18:00-18:10 Asia-Pacific Hotels and Real Estate Cooperation Purchasing Director Committee Inaugural Ceremony

World Hotel Design Alliance Inaugural Ceremony

18:10-18:15 Comments and Summary

June 19th, 2020 (Fri.)

09:00-10:30 **Keynote Speech 2: Rise with the Tide**
 Cultural Empowerment, Tourism Promotion, Development of New Infrastructure,
 Cultivation of New Consumption, Growth of New Industry, Innovation and New
 Services, Seeking New Vitality and Export of Industry!
 Nine masters come from real estate, catering, hospitality and tourism, leading the forum speeches!

10:30-10:45 Road Show / Performance / Drawings ③

10:45-11:00 **Authoritative Release II**
2019-2020 Cultural Tourism Global Trends Report
 Research & Release Organization: Ctrip University, Entrip New Media
 Data Supported by UNDP, WTO

11:00-11:45 **Round-table Conversation 2: Turning Point, Starting Point (Assets Management)**
 Thinking and Action of Asset Managers After the Epidemic

11:45-12:00 Road Show / Performance / Drawings ④

12:00-12:10 Online Contract

12:10-12:15 Comments and Summary

NOON (Cooperation Video View Time)

Case Study of Space Evolution with International Top Designers

14:00-14:30 **Voices from Top Designers 1: Blockchain of Design**

14:30-15:00 **Voices from Top Designers 2: Invisible Luxury and Minimalist**

15:00-15:30 **Voices from Top Designers 3: Borrowing the Scenery**

15:30-16:00 **Voices from Top Designers 4: Change or Not**

16:00-16:15 Road Show / Performance / Drawings ⑤

16:15-17:00 **Round-table Conversation 3: Cross Boundary&Symbiosis (Design)**
 How to Improve the Value of Design?

17:00-17:15 Road Show / Performance / Drawings ⑥

17:15-17:45 **20th China Golden Horse Award Press Conference**


Published by China Internet News Center, China Hotel Magazine, New Media Entrip

Inspired by the logo of "Top Tourist City of China"- Galloping Horse Trending on a Flying Swallow, China Golden Horse Award symbolizes the highest honor of China Hotel Industry, which is also known as the "Oscar Award" of the Industry. With 19 years of continuous influences, China Golden Horse Award has gained wide recognition and high reputation, and the owners of which have been regarded as the benchmark of the industries.

17:45-18:00 **Remarks by Rewarded Representatives**

18:00-18:15 **Closing Ceremony / Results Press**

Notice:

-  We offer Chinese and English translation on this Forum.
- This agenda is a scheme, some speeches and speakers are to be invited, please refer to the final announcement by the organizer.



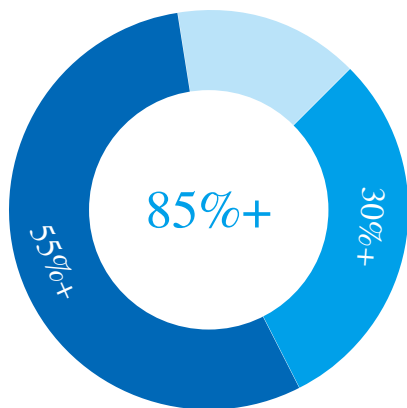
关于 CTGF

中国文旅全球论坛（原名为“中国饭店全球论坛”，China Cultural Tourism Global Forum, 简称“CTGF”，从 2018 年（第十八届）起更名为“中国文旅全球论坛”），由中国饭店杂志社发起创办。2001 年，首届中国饭店全球论坛在北京人民大会堂隆重举行，首开行业之先河，助力打造中国的世界品牌。随后每年度一届，分别在北京钓鱼台国宾馆、上海波特曼丽思卡尔顿酒店、上海浦东文华东方酒店、广州四季酒店、广州富力丽思卡尔顿酒店、深圳五洲宾馆、香港香格里拉大酒店、澳门四季酒店、新加坡滨海湾金沙酒店、丽江金茂君悦酒店、重庆渝州国宾馆、三亚亚特兰蒂斯、三亚艾迪逊酒店等地举行，经过 20 年的积蓄和沉淀，已在亚太地区乃至全球享誉盛名。

回顾 20 年，成长路上，总有您的关注、支持和参与！时任联合国世界旅游组织秘书长塔勒布·瑞法依、联合国经济与社会事务部总干事 Slava、联合国友好理事会主席 Brown、时任联合国教科文组织副总干事 Hans d'Orville、第十一届全国人大常委会委员长周铁农、第十一届全国政协副主席 / 第十届全国工商联主席黄孟复、原中国商业部部长 / 原国家旅游局局长刘毅、时任国家旅游局局长邵琪伟、时任广东省省长黄华华、全国工商联副主席 / 霍英东集团行政总裁霍震寰、国家文化和旅游部数据中心主任 / 中国旅游研究院院长戴斌、全国工商联房地产商会会长 / 富力集团董事长兼总裁张力、时任全国工商联房地产商会执行会长任志强、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、时任全国妇联书记处书记 / 世界中餐业联合会会长杨柳、中国烹饪协会会长姜俊贤、中国旅游协会副会长 / 开元旅业集团创始人陈妙林、嘉华集团主席吕志和、美心集团荣誉主席伍沾德、利苑酒家集团董事长陈树杰、万豪国际集团总裁兼首席执行官 Arne Sorenson 、洲际酒店集团总裁兼首席执行官 Keith Barr、凯悦酒店集团亚太区总裁 David Ude11 、万豪国际集团亚太区总裁兼董事总经理 Craig S. Smith 等领导 & 行业领军人物累计 26000 多人出席了历届本盛会。

As the opening of the annual gala of China Culture & Tourism industry, China Cultural Tourism Global Forum (formerly known as China Hotel Global Forum) has been initially organized by China Hotel Magazine since 2001. After 20 years of accumulation and developments, CTGF has totally attracted more than 26,000 industrial leaders and elites attending this grand event up to now, and has gained good reputation in Asia-pacific region and even the world at large.

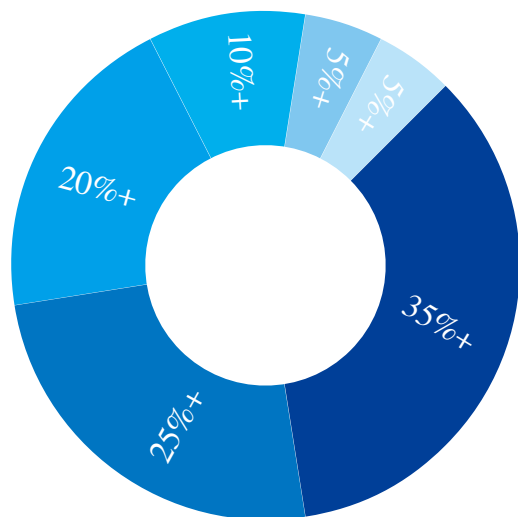




精英荟萃，与会嘉宾构成

85%+ 高层决策层及招采负责人

其中：超过 30% 为董事长 / CEO / 总裁；
55% 为副总裁、副总经理等分管领导、招采负责人



35%+

具有代表性的房地产开发商、文旅项目开发商、酒店投资商

25%+

文旅项目、酒店（集团）、酒管公司、餐饮连锁企业的管理者

20%+

具有代表性的文旅项目、酒店设计机构

10%+

产业链优秀商家

5%+

投资公司、投行、互联网金融机构、基金管理者及持有人

5%+

国际组织代表，政府代表、特邀嘉宾、专家学者、国内外主流媒体等

选择 CTGF

知遇·思维对话 思想合作

现在，已是未来！这里有你想要的资讯

崇遇·金马传奇 盛誉载道

全球文旅及酒店业“奥斯卡”盛典！这里有你想要的荣誉

恩遇·商之蓝海 美美与共

地产+文旅+酒店+餐饮+设计机构+全产业链供应商！这里有你想要的商机

际遇·显赫人脉 千人盛宴

领您迈入全球文旅及酒店业显赫的人脉圈！这里有你想要的人脉

Choose CTGF

There are the latest and most comprehensive information from the forefront of the industry.

There are the most desired honors in this "Academy Awards Ceremony" of global cultural tourism industry.

There are close cooperation with suppliers and servicers of whole industry chain of real estate, cultural tourism, hospitality and catering industry.

There are many distinguished celebrity for guiding you into the most glorious circle of contacts in global cultural tourism and hotel industry.

大咖说，参加 CTGF 论坛，能收获什么？

Pioneers' opinions: Values of CTGF

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

(注：以下为摘录要点。)

Listen to perspectives and observations from first-notch experts to broaden your horizon and thoughts, and to absorb the richest essence;

Keep pace with the latest trend of the industry and market to update by trends;

Probe into cultural tourism, hospitality and catering industry globally and learn successful experience.



张力

富力集团董事长、总裁
全联房地产商会会长

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

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

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



孙宏斌

融创中国控股有限公司董事会主席

Sun Hongbin
Chairman of Sunac China Holdings Limited

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

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



郭广昌

复星国际董事长

Guo Guangchang
Chairman of Fosun

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

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





吕志和

嘉华集团主席
香港酒店业主联合会主席

Lui Che Woo
Chairman of Jiahua Group
Chairman of the Federation of Hong Kong Hotel Owners

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

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



苏安励

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

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

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



柏思远

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

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

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



于德励

凯悦酒店集团亚太区总裁

David Udell

CEO of Hyatt Hotels, Asia Pacific Region

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

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



张建明

明宇实业集团有限公司董事长

Zhang Jianming

Board Chairman of Minyoun Industrial Group Corporation Limited

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

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



宁奇峰

万达商业管理集团股份有限公司首席副总裁

万达酒店及度假村总裁

Jeff Ning

Chief Vice President of Wanda Commercial Management Group Co., Ltd.

President of Wanda Hotels & Resorts

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

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





王建平

君澜酒店集团总裁

Wang Jianping
Chairman of Narada Hotel Group

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

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



郑南雁

铂涛集团创始人

Alex Zheng
Founder of Plateno Group

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

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



程新华

东呈国际集团创始人
董事长兼 CEO

Allan Cheng
Founder, Chairman & CEO of Dossen International Group

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

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





中国文旅全球论坛开幕式
Cultural Tourism Sets Sail





全国工商联党组成员、专职副主席鲁勇致开幕辞



三亚市人民政府副市长周俊致欢迎辞



组委会主席、中国金茂控股集团高级副总裁张辉致辞



组委会执行主席、中商集团（亚洲）投资有限公司 CEO 冼锋主持会议



权威的“数据库”，产业的风向标

Authoritative 'Database' Leading the Future



①	②	③
④	⑤	
⑥	⑦	⑧

①中国社科院旅游研究中心创办人、名誉主任、博导张广瑞分享《关于中国旅游发展形势的分析与思考》

②国家文化和旅游部数据中心主任 / 中国旅游研究院院长戴斌发布《中国酒店业市场形势分析与展望》

③国家文化和旅游部数据中心副研究员 / 清华大学博士后 / 中国旅游研究院产业所所长、博士后联合导师杨宏浩发布《业主视角：酒店管理公司指数排行榜》

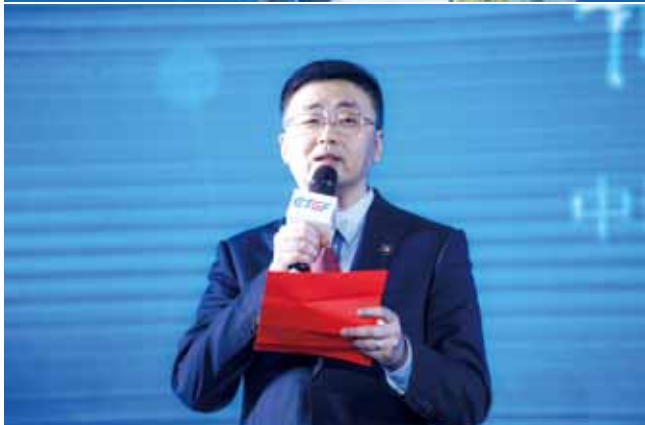
④时任联合国教科文组织副干事 Hane d'Orville 分享《全球经济形势对中国文旅产业的影响》

⑤联合国开发计划署首席运营官 Artak Melkonyan 分享《文旅产业的全球化融合》

⑥全联房地产商会秘书长赵正挺分享《中国房地产市场形势分析及对文旅酒店业的影响》

⑦组委会联席主席、复星旅游文化集团董事长兼 CEO 钱建农发布《CTGF 海南自贸区（港）合作宣言》

⑧携程大学副校长冯健祺发布《中国文旅调研报告——酒店篇》





主题演讲
Keynote Speech

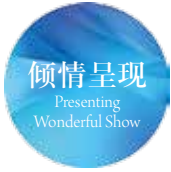
前瞻格局大势深入剖析

Through Analysis on the Trends and Developments of the Industry

- ① 万豪国际集团亚太区总裁兼董事总经理 Craig S. Smith 分享《数字化正在如何改变住宿行业？》
- ② 洲际酒店集团大中华区首席执行官 Jolyon Bulley 分享《酒店业发展新动能》
- ③ 阿里巴巴集团副总裁李少华分享《互联网赋能酒店行业——飞猪未来酒店大数据分享》
- ④ 清华大学电子商务交易技术国家工程实验室副主任常锐博士分享《认知服务及智能化酒店解决方案》
- ⑤ 德勤中国副主席、资深合伙人、技术经济博士后金建分享《全球经济走势及中国经济前景展望》
- ⑥ 中国社会科学评价研究院院长、博士生导师荆林波分享《构建科学权威公开透明的评价体系》
- ⑦ 中国人民大学劳动人事学院副院长、博士生导师孙健敏教授分享《以人力资源管理提升企业竞争力》
- ⑧ 科大讯飞股份有限公司高级副总裁徐玉林分享《人工智能创新生活方式》
- ⑨ 滴滴出行豪华车事业部总经理杨楠分享《新合作 - 新出行》
- ⑩ 北京宴董事长、俏江南集团 CEO 杨秀龙分享《新动能 - 中国服务》

①	②	③	④	⑤
⑥	⑦	⑧	⑨	⑩





学霸主持人倾城呈献

香港中文大学状元（法学博士）、哈佛学霸（研究生）、凤凰卫视新闻主播朱梓橦女士（右），央视主持人喻欣卉女士（左），组委会/商会执行会长冼锋（中）联袂主持本盛会相关活动，呈现不一样的精彩！



视频互动秀

Video Interaction Show

群英会，论风云；听大咖，说未来。

- ① 复星国际董事长郭广昌
- ② 万豪国际集团总裁兼首席执行官 Arne Sorenson
- ③ 洲际酒店集团首席执行官 Keith Barr
- ④ 凯悦酒店集团亚太区总裁 David Ude11

①	②
③	④





文旅大咖风云对话

Talk with Cultural Tourism Master

春风得意马蹄疾，一日看尽长安花。

凤凰卫视新闻主播朱梓橦对话文旅大咖，妙语连珠（右图）
央视主持人喻欣卉对话酒店大咖，干货不断（下图）





【中国机会，世界舞台】

Interaction Show: Opportunities Brought by China on World Stage

来自多国的总领事交流互动、发表见解，为“走出去，引进来”带来新的发展思路



【赋能，诗和远方！】

Empowerment and the Pursuit of Bright Future

加拿大、埃塞俄比亚等国家领事，以及瑰丽、凯悦、费尔蒙、洲际、香格里拉等知名酒店品牌外籍高管互动交流，以国际化的视野畅谈全球酒店与旅游业的未来。



领袖圆桌峰会，导航产业未来

Guidance of the Industry Future in Round-Table Conversation

文创（文旅大咖专场）

匠心（酒店投资商专场）



领袖圆桌峰会，导航产业未来
 Guidance of the Industry Future in Round-Table Conversation
 重构（资产管理专场）
 风口（投融资专场）



领袖圆桌峰会，导航产业未来

Guidance of the Industry Future in Round-Table Conversation

远见（国际酒店管理公司专场）

驱动（新时代，未来餐饮畅想）



领袖圆桌峰会，导航产业未来

Guidance of the Industry Future in Round-Table Conversation
智创（科技创新专场）



志于道，知于行。 精准集中营销大触发

Realizing Great Ambition Needs, Down-to-Earth Actions

左起：安永（中国）合伙人于燕分享《以远见·智 未来》
CCD 香港郑忠设计事务所创始人 / 董事长、亚泰国际（ATG）建设股份有限公司董事长郑忠分享《遇·美学散步》
香港陈李设计顾问有限公司董事长陈俊豪分享《设计，又好看又赚钱》





CTGF30 峰会 共促海南自贸区（港）发展

Boosting the China (Hainan) Pilot Free Trade Zone

全国工商联领导、三亚市政府领导，联合国开发计划署领导、亚太酒店协会领导、全联房地产商会领导、中国旅行社协会领导、中国酒店用品协会领导、国家文化和旅游部数据中心专家、中国旅游研究院专家、中国社科院旅游研究中心专家、部分世界500强企业代表，知名文旅、酒店及餐饮投资商/运营商代表，共约30位，齐聚一堂，探讨海南自贸区（港）发展机会，为海南自贸区（港）建设出谋划策。



SDG 文旅基金 彩霞缭绕疑无路，忽见千帆隐映来。

Where there is a will, there is a way

在第十九届中国文旅全球论坛上，全世界第一支联合国可持续发展文化旅游影响力投资基金—SDG 文旅基金举行了启动仪式，基金规模计划100亿美元。全国工商联党组成员、专职副主席鲁勇，三亚市人民政府副市长周俊，联合国开发计划署助理国别主任万扬，联合国开发计划署影响力金融（UNSIF）亚太总部高级顾问、大同投资管理集团创始人兼董事长林家强，中国商业联合会专职副会长傅龙成，国家文化和旅游部数据中心研究员、中国旅游研究院产业研究所所长杨宏浩，全联房地产商会秘书长赵正挺，中商集团（亚洲）投资有限公司 CEO 冼锋，复星旅游文化集团董事长兼 CEO 钱建农，明宇实业集团董事长张建明，中信建投资本管理有限公司高级副总裁邢治伟等嘉宾及基金主要发起人以倾注鎏金砂砾的方式宣告了 SDG 文旅基金的正式启动。





崇遇·金马传奇 盛誉载道

Meet Honor Legendary Golden Horse Award

中国金马奖源自中国优秀旅游城市标志“马踏飞燕”，由原中国国家旅游局局长刘毅先生倡导发起创办，象征行业先导，是全球酒店及旅游业至高荣誉之一，行业发展的风向标，经过二十年的塑造和传播，已经在亚太地区乃至全球享誉盛名，拥有广泛知名度和美誉度，被媒体誉为大文旅产业的“奥斯卡”颁奖典礼，获奖企业被业界公认为行业的丰碑，获奖者被业界认为行业的标杆。

Inspired by the logo of “Top Tourist City of China”- Galloping Horse Trending on a Flying Swallow, China Golden Horse Award symbolizes the highest honor of China Hotel Industry, which is also known as the “Oscar Award” of the Industry. With 19 years of continuous influences, China Golden Horse Award has gained wide recognition and high reputation, and the owners of which have been regarded as the benchmark of the industries.

大师作，金马传奇

Master's Work, Golden Horse Award Legend

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

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



汤姆士·普利兹克

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

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

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

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

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

凯悦

获第十八届中国金马奖
“十佳国际酒店管理公司”

Hyatt Hotels Corporation
Won The 18th China Golden Award
Top 10 International Management Company



周卓瓴

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

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

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

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

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

洲际

获第十八届中国金马奖
“十佳国际酒店管理公司”

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



塞巴斯蒂安·巴赞

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

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

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

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

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

雅高

获第十八届中国金马奖
“十佳国际酒店管理公司”

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



张辉

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

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

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

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

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

金茂集团旗下丽江金茂君悦酒店

获第十七届中国金马奖
“最佳旅游度假酒店”

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

JINMAO 中国金茂



钱进

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

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

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

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

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

希尔顿

获第十八届中国金马奖
“十佳国际酒店管理公司”

Hilton Hotels Corporation
Won The 18th China Golden Award Top 10 International Management Company



肖徐哲

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

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

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

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

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

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

获第十九届中国金马奖

“改革开放四十年大文旅产业功勋人物奖”
“全球酒店及旅游业影响力人物”

The 19th Golden Horse Award
Pioneering Figure of 40-year Reform and Opening Up in Cultural Tourism Industry/Influential Figure of Global Hospitality and Tourism Industry



伍沾德

美心集团荣誉主席
James T. Wu
Honorary Chairman of Maxim's Caterers Limited

“中国金马奖，成就并见证了
一大批中国酒店及餐饮品牌从成功
迈向卓越。”

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

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

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

香港美心集团

获第十七届中国金马奖
“中国十大餐饮品牌”

Maxim's Caterers Limited
Won The 17th China Golden Horse Award
Top 10 Famous Catering Management Companies of China



董振祥

北京大董餐饮投资有限责任公司董事长
Dong Zhenxiang
Board Chairman of Beijing Da Dong Catering Investment Co., Ltd.

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

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

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

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

大董餐饮投资有限公司

获第十七届中国金马奖
“中国十佳餐饮管理公司”

DaDong Food & Beverage Investment Co., Ltd.
Won The 17th China Hotel Golden Horse Award
Top 10 International Hotel Management Company





钱建农

复星集团全球合伙人
复星旅游及文化集团董事长兼首席执行官

Jim Qian
Global Partner of Fosun Group
CEO & President of Fosun Tourism Group

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

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

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

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

获第十八届中国金马奖
“全球文旅及酒店业影响力人物”

The 18th Golden Horse Award
Influential Figure of Global Cultural Tourism and Hotel Industry

汇聚成长力量



张敏

华住酒店集团执行副董事长

Jenny Zhang
Executive Vice President of Huazhu Hotels Group

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

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

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

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

获第十七届中国金马奖
“中国酒店业年度十大影响人物”

Won The 17th China Golden Horse Award
Top Ten Influential Figures of China's Hospitality Industry

华住酒店集团
成就美好生活



杨贯一

世界御厨

Yang Guanyi
Celebrity Chef

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

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

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

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

获第十七届中国金马奖
“推动行业发展功勋人物奖”

Won The 17th China Golden Horse Award
Pioneering Figure in Catering Industry

①			②	③
			④	⑨
⑤	⑥	⑦	⑧	

- ① 金马奖颁奖盛典现场
- ② 中国饭店金马奖盛典启动仪式
- ③ 时任中国国家旅游局局长邵琪伟（左2）、联合国世界旅游组织秘书长塔勒布·瑞法依（左1）等领导为获奖者颁奖
- ④ 中国金马奖颁奖现场
- ⑤ 原中国商业部部长、原国家旅游局局长刘毅（左1）为获奖者（伍洁德、杨小鹏）颁奖
- ⑥⑦ 全国工商联党组成员、副主席鲁勇（图6左2）会见主办方领导、获奖企业代表
- ⑧ 文化和旅游部党组书记、部长雒树刚（左2）会见主办方领导、获奖企业代表
- ⑨ 原国家商业部副部长张世尧为嘉华集团主席吕志和博士颁发“中华英才终身成就奖”



中国金马奖

刘毅

原国家商业部部长、原国家旅游局局长刘毅题字



第二十届
中国文旅全球论坛
THE 20TH CHINA CULTURAL TOURISM
GLOBAL FORUM



云上峰会+线下对接
2020.06.18-19



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.CTGF163.com
贵宾热线 Hot Line: (+86 20) 89899000

FEEL THE COCONUT FRAGRANCE IN IBIZA

椰林飘香伊比萨

■ 撰文 / 赵子婕 Written by Josie

传说中希腊众神建造伊比萨岛，专门为了跳舞享乐，几千年来，小岛居民一直过着平静的农牧生活，直到 1960 年，伊比萨岛上充满野性的自由生活吸引嬉皮士慕名而来，从此人们身着波西米亚风格服装在沙滩上整夜开着派对，纸醉金迷的日子中，电子音乐在这里生根发芽，嬉皮文化走到巅峰时期，大名鼎鼎的时尚设计师 Yves Saint Laurent 以小岛为灵感设计了一整季系列作品，伊比萨名声大盛，成为了当时艺术爱好者们心中的朝圣之地。

“地中海珍珠”的前世今生

伊比萨岛坐落于西班牙巴利阿里群岛中间，又因地处要位、历史悠久，被称为镶嵌在地中海的一颗“珍珠”。公元前 10 世纪，它就是腓尼基人地中海商道的中转港，到了罗马时代，伊比萨城已经是一个繁荣的首府。

历经风雨的伊比萨老城保留着 16 世纪建造的坚固城墙，这样的防御形态直接影响了西班牙此后的城市防御模式。这些古城墙是世界上为数不多文艺复兴时期的珍贵文化遗产，有些甚至诞生于中世纪。据记载，在贝尼拉斯湾（Benirràs Bay）的“上帝的手指”（God's Finger），有一些传统的以比赞文化遗址，同时还能看到最美的落日。

According to the legend, the Greek gods built Ibiza specifically for dancing. For thousands of years, the islanders have lived a peaceful farming and animal husbandry life. Until 1960, the wild and free life on Ibiza attracted hippies. Since then, people have been partying on the beach all night in bohemian clothes. In the days of a luxury and dissipation life, electronic music has taken root here, and hippie culture has reached its peak. Famous fashion designer Yves Saint Laurent designed a whole series of works for inspiration by the island. Therefore, Ibiza became famous as a pilgrimage place for art lovers.

Past and present life of "Mediterranean Pearl"

Ibiza Island is located in the middle of the Balearic Islands in Spain, and because of its position and long history, it is called a "pearl" inlaid in the Mediterranean Sea. In the 10th century BC, it was a transit port for the Phoenician Mediterranean trade routes. In the Roman era, Ibiza was already a prosperous capital.



天体海滩的假日狂欢

这是一个独属于狂欢者的世外小岛，来到这里的游客可以纵情享受海岛上的一切。辽阔的萨利内斯海滩是伊比萨岛最著名的海滩，因成为西班牙的第一处天体海滨浴场而闻名，人们在这里解除天性，肆意放松。夏日，沙滩上挤满了来自世界各地的游客，他们在岛上享受假期和生活。

夜晚的沙滩冷风飕飕，一些在沙滩举行的特色表演会点燃了人们的激情，如调酒表演、特色音乐演奏等。去过这里的游客在游记中写道“在这里你可以放下那些烦乱的心情，和着舞曲尽情地放纵，没有人会注意你，也没有人会笑话你，只要你愿意，大可以肆无忌惮地展示自己的魅力。”


蜿蜒曲折的街巷、石墙环绕的迷人渔村、热情洋溢的沙滩，还有创意迭出的酒吧和音乐，伊比萨是一个时髦但绝不矫揉造作的休闲度假胜地。岛上的酒店选择众多，各有品质，各具特色。最受年轻人喜爱的就数伊比萨天堂艺术酒店（Paradiso Ibiza Art Hotel）了，酒店设计主打的泡泡糖粉色洋溢着少女心十足的度假气息，搭配充满活力的蒂凡尼蓝，营造出和谐的撞色效果。从酒店外墙到泳池，和房间内部近尽是令人沉溺的粉色，恍然间以为自己在电影《布达佩斯大饭店》的场景里。酒店的60间客房再现了70年代的复古装修风格，家居装饰强调设计感和艺术感，房间、走廊和酒店大堂都挂着现当代艺术家的作品。



Holiday Carnival on Celestial Beach

This is a small island outside the carnival, tourists can overindulge everything on the island. The vast Salines beach is the most famous beach in Ibiza. It is well-known for the first celestial bathing beach in Spain and people relieve their instincts and relax at will here. In summer, tourists from all over the world crowned into the beach to spend vacation on the island.



7/24 The Pilgrimage of Endless of Electronic Music 



7/24 不停歇的电音朝圣

1969年，电影《冬日的葬礼》把伊比萨岛描绘成一个充满阳光的温馨岛屿，同时也是个颓废的乌托邦。据说当年影片热映，吸引了更多文艺青年和音乐迷的驻足，也为后来伊维萨岛成为世界百大俱乐部之首埋下铺垫。

老牌 Pacha 是岛上的第一家俱乐部，在这里依旧保留着八九十年代的士高时代的痕迹，追忆经典。尽管音乐风格已经换成了最常见的科技舞曲和受年轻人追捧的电子音乐，但吧台风格、舞者和入场处承包柜都可以把人们的记忆拉回到 20 年前。二楼的 Funky Room 常年播放传统的黑胶唱片，DJ 会精心挑选符合不同主题夜晚的音乐，诚意十足。

相较之下，风格前卫的 Cala Jonda1 酒吧是岛上最著受明星名流欢迎的场所之一。作为巴利阿里群岛魅力的缩影，这里是人们享受豪华游艇派对的绝佳选择，许多娱乐、足球明星都会造访 Cala Jonda1 品尝美味的地中海美食和美酒。当夕阳余晖散去，音乐伴随夜幕降临，由世界上最受欢迎的 DJ 天才们精心策划的音乐剧目拉开帷幕，不休不止。



CLOSE YOUR EAYES, SLEEP WITH FAIRY TALES

闭眼，枕着童话入眠

■ 撰文 / 伍锦琛 Written by Annabelle

童话的阅读年龄其实是0-99岁。
黑色的幕布从天际垂下，被悄悄藏起来的不仅是蓝天白云，还有疲于幻想的机械之心。跨越着江河的大桥最先苏醒，在每一颗路灯的脚下种上金色的焰火。一街之隔的楼栋睡眠惺忪，住满了一个个方糖的盒子；稀疏的灯光闪烁或是静静常亮着，蓝色是礼盒的束带，金色是镂刻的咒语，一只揣着怀表、会说话的兔子挥动着魔法棒，目光便迫不及待地穿过玻璃包装，跳进深不见底的童话世界。





第一站 神秘丛林

巴厘岛嘉佩乐的漫游仙境

踏进爱丽丝的漫游仙境，踩在松软泥土的每一步都生出一束灿烂的花，柴郡猫的脑袋里绘着错综复杂的地图，讲着荒诞而离奇的笑话。爱丽丝在柴郡猫的指引下，永远找不到正确的路，仙境之大，心中的目的地也化成口袋中的彩虹糖，夜幕带走了光，看不清糖果的颜色，未知与好奇便成了这场探险的源动力。

穿过茂密的森林，顺着梯田而下，拨开视线内的灌木，眼前的巴厘岛嘉佩乐酒店在密林的包裹中若隐若现。

独栋帐篷是巴厘岛嘉佩乐的亮点之一，要在这篇热带仙境添上些人文气息，钢筋混凝土不由分说地被排斥在外，四四方方的建筑也显得格格不入，或许只有黑蓝色的独栋帐篷才是绝佳选择。它们好似护送灰姑娘前往舞会的“南瓜车”，金色的触角连着萤火虫光，保留着仙境中暗黑的神秘。

在大航海时代，对于未知世界的好奇深深地印刻在每一个踏上船只的水手心中，他们在海浪与图囿中把握船舵的回旋，直到一处处惊艳在迷雾中的仙境，在望远镜中缓缓放大，随着浪与眼神悠悠地晃动。19世纪，航海家们痴迷于神秘莫测的东亚文化，印着蓝白条纹的升降窗帘、倾斜不定的台灯、自由生长的植物、铜制的浴缸、复古风格的家具，将巴厘岛嘉佩乐酒店的住客们拉回到一个多世纪前。

安徒生的羽毛笔交到你的手上，不妨将置身嘉佩乐的炽热情感释放在笔触，发着光，奇幻的文字蠢蠢欲动，一不小心便连成了浩瀚的星座。





巧克力工厂



阳朔糖舍外观

第二站 甜蜜的秩序 阳朔·Alila 糖舍工厂

蒂姆·波特镜头下另一个光怪陆离的篇章来自于孩童们口口相传的威利·旺卡。童心未泯的童话爱好者从不缺乏幸运，这次，巧克力工厂的威利·旺卡晃动着他的魔法帽，穿越数据与时空的结界，藏在巧克力包装的金券就这样稳稳地落于手心。不用担心童话和现实的梦境相隔，纵然是古风古韵的阳朔古城里，也藏不住从旧时光里唱着奇幻童谣的Alila糖舍酒店的光。

林立的石柱映出渐变的暖黄灯光，糖舍的独特“前厅”延续了中世纪王国的西式建筑风格，褪去原本有些冷酷的战时色彩，添上暖黄的滤镜和倒映着山水墨色的碧波。

Alila糖舍酒店的原身是一家糖果

工厂，与电影中的“巧克力工厂”同是甜品诞生的地方，或是破败的工厂遗址、或是摆放着的密密麻麻的工业机器，都被裹进了甜蜜的糖衣之下。

酒店保留着工厂原本的房屋结构，屋檐与交错的管道、灯饰诠释着工业化的秩序之感。昼夜的交替仿佛为此间酒店的密钥，当夜幕降临，厚重的灯光便将山水的轻盈隔绝在墙体之外，神秘的蓝紫色成了酒吧的主旋律，精心摆拍的食物蕴藏着魔法的结晶，在刀叉触碰的瞬间，顺着指尖游走梦游。

工业的粗糙与细节的精致在糖舍酒店中占据着强烈的存在感。电影中的梦幻内景无不体现着糖果的绚丽，而当镜头被机位吊起，或者台上空旷的天空，灰白色的墙面、吐着烟圈的烟囱便将五彩的童话世界包裹得严严实实。



Alila 糖舍酒店的大堂中陈列着饱经沧桑的古老电箱，生锈的外壳与相比之下极具现代感的桌椅一起出现在画面中。并不十分规整的推车、秩序井然的方正窗体、古老元素的壁挂将新与旧、现代与复古的对比推向高潮。

引用一句完美贴切的设计解读：“桂林的山被在半腰上打着光，整座整座地像飘在半空中，几近魔幻，任万物兴现。”




The reading age of fairy tales is actually from 0 to 99.

The black curtain hangs from the sky, and not only the blue sky and white clouds but also the tired mechanical heart are covered. The bridge across the river wakes up first, Golden fireworks were planted at the foot of the lamp on every road. The building across the street is sleepy and full of cube boxes. The sparse lights are flashing or quietly shining. The blue is the band of the gift box. The gold is the engraved spell. A rabbit wearing a watch with a ability to talk waved a magic wand, his could not wait to look through the glass packaging and jump into the bottomless fairy tale world.

The First Station - Mysterious Jungle The Wonderland of Bali Capella

Stepping into Alice's wandering fairyland, every step on the soft soil gave birth to a splendid bunch of flowers. A intricate map was painted in the Cheshire Cat's head, and telling absurd and bizarre jokes. Under the guidance of the Cheshire Cat, Alice can never find the right way. The fairyland was so big that the destination in her heart was also turned into rainbow candy of the pocket. The night took away the light, so it was hard to see the color of the candy clearly. Unknown future and curious became the f power for this adventure.

The Second Station - Sweet Orders YangShuo · Alila Sugar Factory

Another ridiculous chapter in Tim Porter's lens comes from Willy Wonka, who has been told by children. Childlike fairy tale lovers never lack luck. This time, Willie Wonka of the Chocolate Factory shakes his magic hat, crossing the boundary between data and time and space with the gold coupons hidden in chocolate wraps so steadily. For palms. Don't worry about the separation of fairy tales and realistic dreams. Even in the ancient city of Yangshuo, the light can be hid from Alila Sugar House Hotel, which sings fantasy nursery rhymes from old times. 



HAKKA EARTH BUILDING, PLENTIFUL DONUTS!

山乡土楼勾神韵 层层重重绕圈圈

■ 编辑 / 林欣 Edited by Iliana

《赞福建土楼》

魏荣丰

星罗棋布占群山，
鬼斧神工稳湖洋。
万古长存护子民，
拔地倚天尽辉煌。

如果乘坐上直升机，徜徉在福建西南部乡村的上空，则满目都会盈满大大小小的土色圆盘。这些圆盘时而相连，时而分散，沿着公路，沿着河流，圆盘们流动成一条圆盘银河。咦，难道是 UFO 吗？还是当地盛产的大蘑菇？把直升机压低了海拔，定神细看，才发现原来不是什么奇怪的生物，就是传说中的福建土楼。

《大鱼海棠》中呈现出的土楼神韵，相信看过的观众仍然历历在目。说到南国的村庄，想象中可能是四方的瓦砖房，悠长的乡间小路，还有田里低声哼唱的水牛。可是，福建的土楼，却是重重的圆形（也有部分方形）。没有棱角的圆形，从哪一个点出发都会回到原点。重重叠叠的土楼圆圈，述说着福建人浓厚的宗族观念，讲述着过往南移迁居、防御外敌的绵长历史。



土楼迎亲。2018年12月摄于福建省漳州市平和县。



流亡中创造的智慧

这些风格奇异的“圆盘”散布在闽西的永定、武平、上杭及闽西南的南靖、平和、华安、漳浦等地。其大多数为福建客家人所建，以生土作为主要建筑材料，掺上细沙、石灰、糯米饭、红糖、竹片、木条等，经过反复揉、春、压建造而成。楼顶覆以火烧瓦盖，经久不损。土楼高可达四五层，供三代或四代人同楼聚居。而这种居住方式中，汇聚了福建人流亡迁徙的过往和其中诞生的智慧。

公元4世纪西晋永嘉之乱，拉开了中原汉族持续数百年的南迁序幕，从江淮进入闽南的中原移民与当地土著融合，形成以闽南话为特征的福佬民系，而经江西赣州辗转进入闽西的中原移民则形成了以客家话为特征的：客家民系。

明清时期，客家人人口激增，促使他们从内陆向东扩张。离海洋更近的福佬人则受到倭寇侵扰以及随之而来的严厉海禁压力，开始向西迁徙。两大族群在闽中大山博平岭相遇了，这里山峦起伏，野兽出没，直到明代中叶还处于蛮荒状态，正所谓“闽之绝域”。他们互称对方为贼寇，血与火的冲突不断上演，再加上倭寇、猛兽的侵袭以及汉族与当地畲民的冲突，生逢乱世的客家人、福佬人，只能以各自的血缘为纽带聚族而居。族人们发起盟誓，同仇敌忾、保卫家园。

为了防御，他们必须创造一种新的建筑——五凤楼，它脱胎于北方的四合院，两侧的厢房被加高，自前向后逐层升高，称为横屋。五凤楼其后堂被加高至三层到五层，全以夯土筑成，墙体极厚，防御性能陡增。

然而五凤楼并不能满足他们的防御需求，除高大的后堂外，整体防御性仍然不高，下堂与中堂均为单层建筑，三堂与两横屋之间也仅以低矮的连廊相连，都是遭受攻击时的薄弱之处。于是五凤楼再次升级，下堂被加高为两层楼房，并且取消薄弱的连廊，让楼房直接与两侧横屋相连，成为府第式土楼（参照福裕楼）但这仍然不够。更彻底的升级是将四周楼房全部升至相同高度，围墙高耸、屋檐四角相连，从外部完全看不到里面的景象（可参照和贵楼）。

海岸边的福佬人为抵御倭寇，率先创造出圆楼，客家人随后跟进，营建出更多圆楼。圆楼全封闭围合，没有拐角，更加易守难攻。比如说“王中之王”的“二宜楼”。该楼凝聚三代心血，历时30年打造，现代人看到也无法不惊叹古人的智慧。



五凤楼的三堂
制图张珂珂 / 星球研究所



方形土楼，原型为和贵楼
制图张珂珂 / 星球研究所
依据黄汉民《福建土楼建筑》



五凤楼到方楼的过渡
制图张珂珂 / 林艺璇 / 星球研究所
依据黄汉民《福建土楼》



圆楼，原型为怀远楼
制图张靖 / 星球研究所
依据黄汉民《福建土楼建筑》



二宜楼外墙解析
制图张靖 / 星球研究所



且听云水谣

今天的土楼已经褪去了防御的外套，更多的是岁月的静好和时隐时现的沧桑。云水谣土楼属于南靖土楼中的一个经典景点，这里沿途溪水潺潺，有水车和大榕树，被称为最浪漫的土楼。来到云水谣，你可以感受潺潺流水中，王碧云寄予对陈秋水的一片痴心，以及她坚守了一生的等待。

除了缠绵爱情，想要给自己加点人文气息，云水谣也是你的不二选择。距离景区门口步行约200米是“诺亚方舟”和贵楼，这是一座神奇的土楼，300年前，最高的土楼建造在不牢靠的沼泽地上，居民生活，或者你好奇地在楼中央蹦跳，土地在震颤冒泡，

而和贵楼淡然处之，不塌不陷。出和贵楼，漫步千年古道，沿途可见几处土楼的“断壁颓垣”，这是比较环保的建筑材料了：生土取自山间，失修和倒塌的土楼，依然回归自然。前行约800米，抵达大榕树和水车处，这里是电影《云水谣》多次出现的镜头，许多美院的学生在此写生，惬意的是在大榕树下，泡一壶闽南功夫茶，听听水声，聊聊天儿。继续沿着千年古道和商业街区，经过石碇步，约800米，到了“圆楼”怀远楼，这被称为有书香气息的土楼，全楼有对联32处，多与读书做人相关。

如果是热恋的情侣，不妨入住主题旅馆“天下第二音乐主题客栈”。它以中国风为

主导思想，提取南靖土楼云水谣当地的各种元素，以梅兰竹菊四君子及当地的茶为主题，体现了当地的文化特色。客栈共六间房，每间房都以不同的元素为主题。客栈希望通过不同元素的主题房让住客能够感受到南靖土楼云水谣独特的魅力！客栈是以土和木为主要材料，是土楼和木屋的完美结合。让住客能够体验到入住土楼的感觉。

云水谣每个季节来都是合适的，每个季节的云水谣都有它独特的魅力，下雨天的云水谣有种蒙着盖头的姑娘的羞涩甜美，而晴天里你更能感受她的活泼轻快。



除了云水谣，还有著名的“四菜一汤”田螺坑土楼群、洪坑土楼群，高北土楼群，初溪土楼群、大地土楼群也是各有各的风味，如果你喜欢历史、喜欢客家文化，何不开启一场土楼巡礼！



If you take a helicopter and wander over the countryside of southwestern Fujian, your eyes will be full of large and small earth-colored discs. These discs are sometimes connected, sometimes scattered, along the highway, along the river, the discs flow into a disk galaxy. Hey, is it UFO? Or is it a large mushroom? After the helicopter was lowered to the altitude, and I looked carefully. It was not a strange creature, but the legendary Hakka Earth Building.

The earthen charm of Big Fish & Begonia is believed to be vivid for the audiences who have seen it. Speaking of villages in the southern country, the imagination may be brick houses, long country roads, and buffaloes humming in the fields. However, the earthen buildings in Fujian are circles (some are squares). A circle without edges and corners will return to the origin from any point. The overlapping circles of the Earth Building tell the strong clan ideas of the Fujianese and tell the long history of migrating south and defending foreign enemies.

Wisdom Created in Exile

These singular "discs" are scattered in Yongding, Wuping, Shanghang in the west of Fujian and Nanjing, Pinghe, Huaan, Zhangpu and other places in southwestern Fujian. Most of them were built by the Hakkas in Fujian, using raw soil as the main building material, mixed with fine sand, lime, glutinous rice, brown sugar, bamboo chips, wooden strips, etc., and built after repeated kneading, clad and pressing. The roof of the building is covered with fired tile covers, which will not be damaged for a long time. The earth building can be as high as four or five floors, for three or four generations living together in the same building. In this way of living, the past and the wisdom of the Fujianese in exile and migration were brought together.

Listen to the Knot

Today's Earth Building has faded its defensive coat, more of the quietness of the years and the vicissitudes of time. Yunshui Ballade Earth Building belongs to a classic scenic spot in Nanjing Earth Building. There are gurgling streams along the way. There are watermills and big banyan trees. It is called the most romantic earth building. When you come to Yunshui Ballade, you can feel the gurgling water, where Wang Biyun started her obsession with Chen Qiushui (male character in the film the Knot), and where she waited for her life. 61

OVERLOOKING THE FOUR SEASONS IN THE MOUNTAINS, LOOKING UP AT THE BRIGHT STARRY SKY

俯瞰山间四季，仰望璀璨星空

■ 编辑 / 吴情华 Edited by Sinva

“在这里，你可以恣肆享受山间野趣，仰望头顶繁星，聆听宇宙之音，忘却城市森林的喧闹。邂逅一群志同道合的好友，洗手做汤，交杯换盏，畅谈古今。”

星云·居

老君山很美，奇峰云海、峰林仙境、十里画屏。恰逢雨季，等春雨过后，邂逅一片云海，如诗如梦。问道修身养生研学，醉情自然。每当夜幕降临，漆黑的夜空中不止是繁星点点。在河南栾川老君山海拔高 1866 米处闪耀着一道微光，光亮围绕老君山的整个半山腰，像是触手可及，又好似远处仙境。那便人心向往的诗和远方，1866 云景·星宿。在道教氛围极浓的老君山上，有着这样极诗意的栖居地，以星为友，以云作伴。

不同于平常的住宿，想要登上此处仙境，住客需要通过搭乘缆车到达中天门广场，再慢慢步入店内。如此别致的入住体验，给人一种腾云驾雾，通往仙境之错觉。富蕴道家文化气息的老君山散发着独特的魅力，修身养性、专心修道，好像变作了此行的目的。

山间险峻之处，1866 云景·星宿依山而起，错落有致。每一栋独立的房间都像是山体本身的一部分，住宿在这半山腰，如同置身于画中，绿水、青山、鸟鸣，人在景里。不必担心人处高山，入夜冷清，抬头望，是满星夜空的无声陪伴；低头看，是栈道一路的小夜灯照亮了半边山。



"Here, you can enjoy the funny of nature and mountains, look up at the stars above, listen to the sound of the universe, and forget the noise of the urban forest. Also you can encounter a group of like-minded friends, make soup by yourself, talk anything about ancient and modern freely."

Unlike the usual accommodation, if guests want to board this fairyland, they need to take the cable car to Zhongtianmen Square, and then enter the store slowly. Such a unique experience bring people a special feeling that the clouds are driving around the head, leading to a fairyland. Laojun Mountain, which is rich in Taoist culture, exudes a unique charm. It make you feel that self-cultivation seems to the purpose of this trip.

Every spring in March, new things are born. The trees grow green shoots, exuding a natural and simple taste. Although living in the top of mountains, you can hear the sound of the rain gurgling just feel like living by a stream. When you are enjoying the peace beyond the noisy world, it may be broken carelessly by the magical "visitor". The little squirrel that was originally foraging on the tree then suddenly fell to the balcony of the room, and "stealing" the snacks which fell on the ground. There are no measures in the room to block the visit of the little squirrel, so that nature can get closer to the residents in best nature way. ☺





奇妙·居

山体崎岖，意味着这里的建筑并非整齐划一。虽仅设有16间客房，但每一间客房都有其独特的景观和奇妙的体验。既有让人叹为观止的悬崖壁挂屋，又有神奇的隐形玻璃屋，还有令人欣喜的树屋和可爱的虫虫屋。

正如吴西逸的诗句所言，“扫却石边云，醉踏松根月。星斗满天人睡也。”住在360°全透明「玻璃屋」里，抬头仰望是繁星点点，疗愈心灵；低头俯瞰是悬空山坡，严峻惊悚。人被环山围绕，与自然融为一体，抛弃繁杂，回归本真，感悟最淳朴的心境。在保证房间私密性的同时，玻璃装潢让房间显得格外通透。催醒人的不是城市的喧嚣，而是缕缕温柔的阳光。

“屋中有树，树中有屋。”「树屋」是店内最

受欢迎的房型。或许，以森林为家、树木为居是每个人儿时憧憬的梦想，但在1866云景·星宿，这个梦不再遥远。在不破坏原有生态的基础上，融合天人合一的设计理念，树屋完美地长在了树上。暂且放下身段，体验在丛林中当精灵的独特情趣。

藏在树群中的“大型玩具”整齐地堆砌在一起，那是店内特有的「盒子屋」。盒子屋内空间足够宽阔，和家人、挚友一起感受玩具世界的童趣。一时间让人难以分清，究竟是玩具变大了，还是我们变小了呢？

不仅如此，店内更有不可分离的「双子星屋」，奇异多端的「Y字屋」，触碰星空的「星宿屋」，纵览四季的「点头屋」……1866云景·星宿不断开发多种异类房型，用自身完美的品质，致力于给客人带来不同凡响的极致体验。



自然·居

三月逢春，万物新生，树木长出嫩绿的新芽，散发自然纯朴的味道。虽远居高山，但雨声潺潺，像住在溪边。当人们还在感叹这种超脱世外喧嚣的宁静时，稍不注意可能被神奇的“访客”打破宁静。原本在树上觅食的小松鼠突然落到房间的阳台上，“偷食”掉落在地面上的零食。房内没有设置任何阻挡小松鼠到访的措施，让大自然以“最自然”的方式向住客亲近。

店家每日为住客准备最地道的家常早餐，鸡蛋、馒头、小米粥、咸菜……虽算不上山珍海味，但足够温饱，让住客能量满满地为登山就绪。在这远离尘世的高山上有着那最熟悉的味道，一切都自然地像是家的感觉。与其称其为工作人员，他们更像是家人一样，予以无微不至的关怀，耐心地解答疑惑。

俗话说“人养木三年，木养人一生。”整座民宿除了使用大量的落地玻璃进行透光外，几乎都采用木材给空间带来大自然的氛围。远离了千篇一律的钢铁，自然追求树木散发的芬芳。通过木的灵性、温润、仁爱和长寿的特性，给予住客上乘生活质量和高雅生活追求之感。

清晨六点的朝阳，名画里的星空，仙境中的云雾，这不就是人心向往的诗和远方吗？斟满一杯热茶，备好一两件点心，静坐于景前，观树木、观浮云、观山水，多一份闲云野鹤的生活，少一点焦躁尘世的俗累。旅行最大的意义，不在乎旅行的目的地，更在乎沿途的风景。



XINXIANG: VISITING TAIHANG MOUNT AND QUQINT VILLAGE

新乡：览太行风光，游古朴村庄

■ 撰文 / 林欣 Written by Iliana

新乡市，虽然名字中带个“新”字，但是它一点儿也不“新”，它拥有十分悠久的历史。那么，为什么新乡得了这么一个名儿呢？早在《太平寰宇记》卷 56 中已有记载，新乡县“取新中乡以为名”。西晋太和五年（370）在今新乡市建新乐城。《史记志疑》曰：“乐者村落之谓，古字通用”，新乐亦即新乡之意。隋统一全国后，于开皇六年（586）划汲县、获嘉县两县组成一个新县，取原“新中乡”首尾两字为县名，“新乡”由此见诸史册。





牧野之战·西周礼乐的前奏

这是一座历史悠久的城市，漫步于其中可以找寻许多旧时战役的痕迹。牧野之战、鸣条之战、张良刺秦、陈桥兵变等都发生在这座城市。

牧野之战，历史上屈指可数的以少胜多的著名战役，也被称为武王伐纣。商朝的末任帝王商纣王枉杀忠臣、王族，听信小人，朝野人心涣散。周，原本只是一个小部落，依靠天然环境优势迅速壮大，通过培养自己的得力忠臣，拉拢各国人心，为取代商朝、自立为王筹备了不少。正当商军主力远征东夷之时，周武王派兵出征向商朝首都朝歌迅速前进。

周军已经摆好阵势，武王在阵前庄严誓师。他声讨纣王听信谗言，不祭祀祖宗，残暴地对待忠臣和百姓等诸多罪行，使得将士们同仇敌忾、斗志昂扬。接着，武王又宣布说明了作战的行动要求：每前进六步、七步，就要停下来调整一下来保证队形的整齐；每击刺四、五次或六、七次，也要停顿好稳住阵脚。他还申明严禁杀害投降的商朝士兵。

誓师后，武王率军发动总攻。他先派吕尚带领一部分精锐挑战商军，牵制并迷惑敌人，使敌人手忙脚乱。商军中的奴隶和战俘早就有归附武王之心，此时他们便纷纷调转矛头作为先锋冲向商军。武王趁机以主力猛烈冲杀。商军十几万大军顷刻间就土崩瓦解。纣王看到大势已去，当晚仓皇逃回朝歌，在鹿台上自焚而亡。周军乘胜追击，攻占了朝歌。商朝灭亡。之后，武王又兵分四路，征讨商朝各路诸侯，清除殷商残余势力。

战役的成功确立了周王朝对中原地区的统治地位，为西周礼乐文明奏响了前奏。

After Sui unified the whole country, in the six years of the emperor's reign (586), two counties were formed: Ji County and Wujia County. A new county was formed. The emperor picked two words from each and made it Xinxiang.

Battle of Muye: Intro of Liyue of Xizhou

This is a city with a long history, and you can find many traces of old battles when strolling in it. The battle of Muye, the battle of Mingtiao, the assassination of Zhang Liang, the mutiny of Chen Qiao, etc. all took place in this city.

With Jiang Ziya as the strategist, King Wu of Zhou led an army of about 50,000. Di Xin's army was at war in the east, but he still had about 530,000 men to defend the capital city of Yin. But to further secure his victory, he gave weapons to about 170,000 slaves to protect the capital. These slaves did not want to fight for the corrupt Shang dynasty, and defected to the Zhou army instead. Di Xin was forced to flee to his palace, and the remaining Shang troops fell into further chaos. The battle marked the end of the Shang dynasty and the beginning of the Zhou dynasty.



八里沟·尽览南太行风光

八里沟景区，新乡市辉县上八里镇深山区，河南省新乡市西北 50 公里处，太行山南麓，河南、山西两省交界之处，总面积 42 平方公里，属典型的南太行风光。

八里沟景区荟萃了太行山水精华，集奇、险、俊、秀、幽于一谷，号称“太行之魂、中华风骨”，被园林专家誉为“亚洲一绝”。是太行山水精粹所聚之地，兼有泰山之雄，华山之险，九寨、青城之幽，黄山、峨眉之秀，号称“太行之魂、中华风骨”。

在八里沟，可以欣赏：“一湾碧水、两溪交汇、三组古建、四峰罗列、五岭环抱”等自然人文奇观。一湾碧水、两溪交汇指的是八里沟与西莲沟的两条溪流在此处汇流成凤凰湾；三组古建指的是由桥头堡、二仙桥、山门服务楼组成的汉唐建筑群和明清建筑的八里沟大酒店以及太行石屋式建筑。四峰罗列、五岭环抱指的是山门广场四周的睡美人峰、凤凰峰、佛掌峰、狮子峰等四座奇峰和外围的关山、老爷顶、九莲山、抱犊山和玉屏山，这些山峰如拱似卫，酷似神话中的五位力士在忠诚的保卫着山门的宁静肃穆。

八里沟的冬天，更是美轮美奂。撩人心魄的飞雪，飘飘洒洒、纷纷扬扬，像春天的柳絮一样不停地飞舞着，放肆地亲吻着山峦，亲吻着湖水，亲吻着你的脸庞，将八里沟包得严严实实，一身素白。银瀑变成了一幅巨大的天然艺术冰雕，晶莹的冰帘以及千姿百态的冰幔冰挂，好一派璀璨耀眼的冰晶世界。流水在阳光的照射下，冰凌闪亮，水流如丝。

Baligou: South Taihang Mount

Baligou Scenic Area, the deep mountainous area of Shangbali Town, Huixian County, Xinxiang City, 50 kilometers northwest of Xinxiang City, Henan Province, the southern foot of Taihang Mountain, and the junction of Henan and Shanxi Provinces, with a total area of 42 square kilometers, has a typical southern Taihang scenery.





郭亮村·奇峰嶙峋

郭亮村隶属于河南省新乡市辉县沙窑乡，位于河南省新乡市辉县市西北 60 公里的太行深处沙窑乡、与晋城市陵川县古郊乡昆山村交界，海拔 1000 米。

郭亮村地处山西和河南两省交界处的密林山中。这里秀峰突兀，石径崎岖，红、白龙溶洞深邃，喊泉银瀑悬壁。有着泰山的巍峨，华山的险要，嵩山的挺拔，黄山的秀，原始荒古，真实自然。

红岩绝壁约有 200 米高，耸直陡峭，像快斧整劈过一样，格调雄浑，令人生畏。头顶密布的乌云使峡谷更显磅礴大气，走在云梯上仰望山体无不被险峰所震慑，壁缝填满双眼。向上只能看到上一层的石梯底面，向下只见峡谷中水浪翻滚，涛声回荡，煞有不上不下之感。

绝壁长廊郭亮洞，蜿蜒盘旋、忽明忽暗、上下不一，洞壁有的整齐平坦，有的参差不齐，形状各异。站在峡谷对面万丈石壁上，静观郭亮洞，犹如石壁上的“机枪眼”。洞外瀑布成网状，洞下水白龙潭碧绿诱人，悠闲的牛羊漫步在奇石、丛林之间。秋季，黄色的柿子、红色的山楂、绿色的核桃挂满枝头，好一派世外桃源之雅景。

郭亮洞不远处，藏有奇景“冰窖”，哪怕是炎热的夏天，依然冰封不动。抬头大喊，骤然间一条瀑布从天而降，飘染全身。喊声过后，又恢复往日的寂静。瀑布从绝壁顶上一空心圆洞中垂直落下，远看恰似“龙须”又称“龙吟”瀑布。周围还有万仙山和南坪两处自然保护区。静心待上半月，凌晨听雄鸡报晓、午时闻雌鸡下蛋、晚间听山雨沥沥、俯在地上倾听地下河的哗哗流水声。喝上二两老白干，大口吮舂着大青辣，在来回摆动的油灯下，听着老乡们的唠叨，那真是一种原始古朴的雅致。

Guoliang Village: Jagged Rocks of Grotesque Shapes

Guo Liang Village belongs to Shayao Township, Huixian County, Xinxiang City, Henan Province. It is located at the depth of Taihang, 60 kilometers northwest of Huixian City, Xinxiang City, Henan Province, and borders Kunshan Village, Gujiao Township, Lingchuan County, Jincheng City, 1000 meters above sea level.

Here Xiufeng is abrupt, the stone path is rugged, the red and white dragon caves are deep, and the silver waterfall of the spring is overhanging. It shows the towering mountains of Mount Tai, the sharpness of Huashan, the uprightness of Songshan and Huangshan, primitive and ancient, true and natural. 📍





EXPLORE THE IDEAL COUNTRY OF PLATO AND SWIM IN THE LOST WATER PARK SANYA ATLANTIS RESTORT

三亚·亚特兰蒂斯度假酒店 探索柏拉图的理想国 畅游失落的水上乐园

由复星旅文投资逾百亿元兴建、受柯兹纳国际管理的三亚 亚特兰蒂斯，是一座海洋主题的度假胜地，更是一站式娱乐休闲及综合旅游度假目的地。度假区雄踞海棠湾，俯瞰整国家海岸海棠湾旖旎风光。占地 54 万平方米，坐拥 1314 间全海景房及水底套房、21 家寰球美食、20 万平方米的亚特兰蒂斯水世界、海水总量达 17500 吨的水族馆，又有可同时容纳 1800 位观众欣赏表演的 C 秀剧场、以及设施专业的海洋哺乳动物医院和海狮乐园。汇集酒店、水世界、水族馆、国际会展、餐饮、娱乐、购物、演艺八大业态于一体。



令人叹为观止的海景房

海景客房清朗开阔，面积从 48-80 平方米不等，设有独立的浴缸和步入式淋浴间、迷你吧等完善设施，透过卧室和浴室的落地窗即可欣赏水族馆大使环礁湖的壮丽景致，与奇趣曼妙的海洋生物共居，枕着海底世界悦然休憩。

失落的空间水族馆

“失落的空间”水族馆位于度假区的中心区域，为上下两层的结构，共有三十个展池，总水量为 17500 吨，池水在灯光的映射下呈现出奇幻多变的颜色，86,000 尾海洋生物在这里游弋，囊括了逾 280 种海洋及淡水生物。在水族馆内，每日都有固定的免费表演进行，如喂食表演、白鲸讲解、潜水装备秀等，让宾客在参观水族馆的同时，也增加了趣味性和互动性。

水族馆中最大的展池则为“大使环礁湖”，深达 10.5 米，宾客可在水面泛舟喂鱼、浮潜以及入水深潜。拥有 13500 万吨海水的大使环礁湖是目前国内最大的露天海水环礁湖，其长达 16.5 米、高达 8.3 米、厚达 0.65 米的透明亚克力观赏幕墙也为国内之最。

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

Atlantis White Tea

The fresh and pleasant white tea blends with passionate citrus, infused with a charming and musky fragrance, giving birth to the taste of "Atlantis White Tea". It feels like fresh energy, and also like the sea breeze which makes every visitor to forget the journey fatigue and refresh themselves instantly. ☞



专属香氛
Scent

Atlantis White Tea

进入大厅，专属于三亚·亚特兰蒂斯度假酒店的香味便沁鼻入心。一呼一吸之间仿佛畅游在无边辽阔的海洋世界，犹如一条美人鱼，时而钟情徜徉，时而悠闲自得，时而激越惊起水花四溅。清新怡人的白茶融合热情激越的柑橘，注入迷人魅惑的麝香孕育出“Atlantis White Tea”的味觉基调，仿佛一股彭拜的鲜活能量，丝丝缕缕跳跃在鼻尖，亦犹如阵阵海风扑面而来让每一位到访的宾客瞬间忘却路途的舟车劳顿元气焕活。

无与伦比的香氛设计如同三亚·亚特兰蒂斯度假酒店的 brand 理念，意境深远，又如柏拉图笔下描绘的理想国—亚特兰蒂斯，神秘传奇又让人心生向往。

BEGINNING OF SUMMER:
ALTERNATION OF HEAVEN AND EARTH,
FLOURISHING ALL LIFE

立夏

天地始交 万物并秀

■ 编辑/陈国媛 Edited by Misa

节气三候

初候蝼蛄鸣

蝼蛄也叫蛤蟆，是蛙的一种。这个时节，蛙类动物还是在田野、池塘间鸣叫觅食了。

立夏，四月节。立字解见春。夏，假也。物至此时皆假大也。

——《月令七十二候集解》

二候蚯蚓出

进入夏天天气逐渐升高，蚯蚓便从地下爬到地面呼吸新鲜的空气了。

阴而屈者，乘阳而伸见也。

——《历解》

三候王瓜生

黄瓜，也叫土瓜，这时候王瓜的藤蔓开始迅速生长，成熟了。

四月，王瓜初生摘售，以相送一谓之进鲜。

——《新郑一志悬》

从这三候描述中，我们便可看到初夏的景色。



《立夏》

陆游

赤帜插城扉，东君整驾归。
泥新巢燕闹，花尽蜜蜂稀。
槐柳阴初密，帘栊暑尚微。
日斜汤沐罢，熟练试单衣。

立夏是二十四节气的第七个节气，也是夏季开始的第一节气。

在古老的历法记载中，立夏的到来意味着春天的结束，夏天开始，万象更新，生机勃勃。新燕绕梁，衔泥筑新巢，百花凋零，蜜蜂亦深居起来。而此时槐树柳丛则渐渐浓密起来，帘栊之内也开始有轻微的暑气。日暮时分，洗洗热水澡，感觉凉凉爽爽，拿起一件单衣试试，看是否合身。字里行间，都是生机勃勃的初夏。

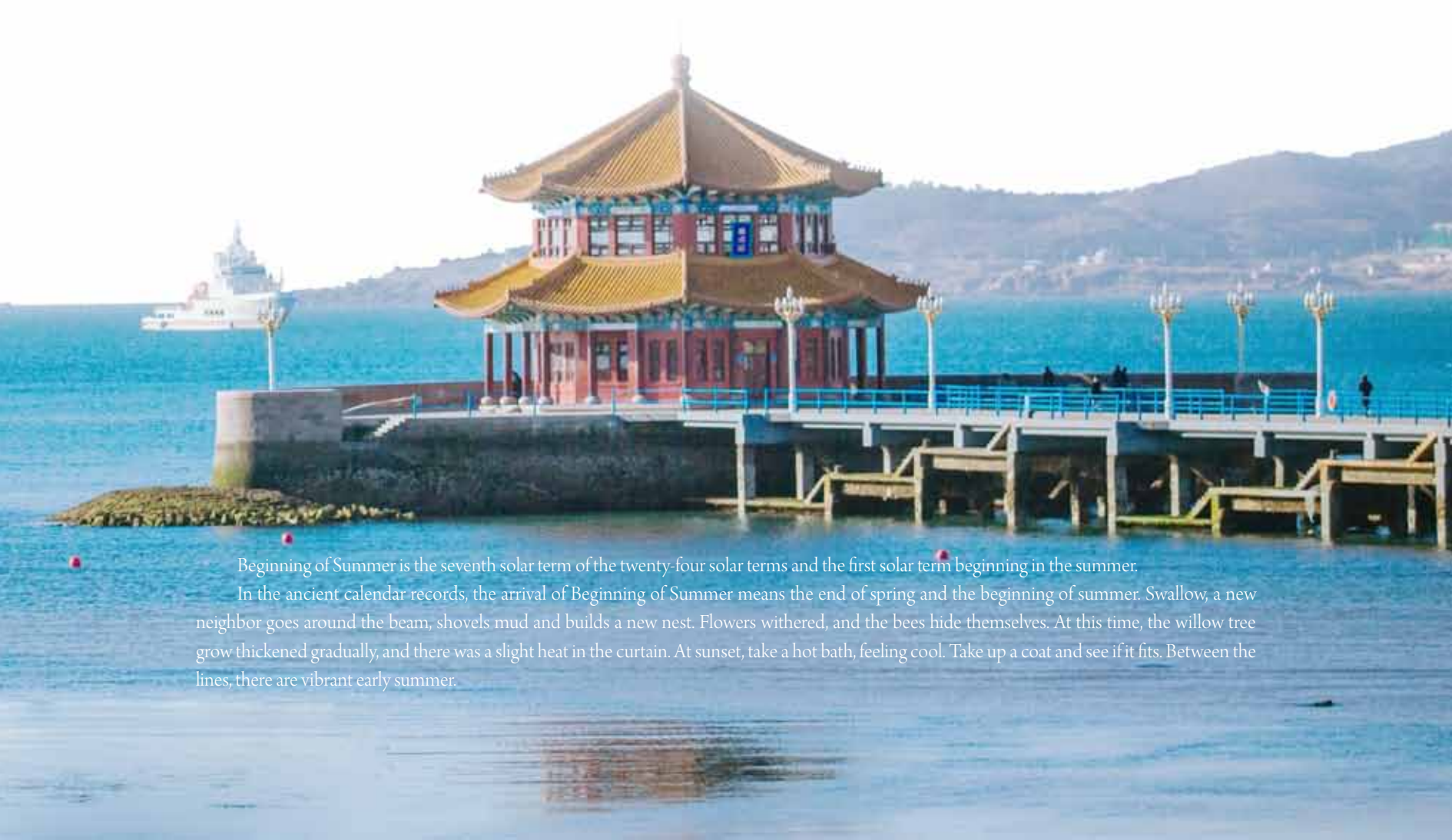


立夏，奔向大海

四时天气促相催，一夜熏风带暑来。总有一座城市是一个节气的代表，立夏过后的青岛，晴空万里便成了常见的风景，时不时几片俏皮的云朵织于天际，绘于丛山，终于大海；经过老城的街道，浓浅交替的新叶、墙边茂盛的蔷薇、海风也变得温柔起来，迎来了这座城市初夏特有的清新。

青岛的迷人之处，离不开绵延不断的海岸线，小麦岛公园便是那处让心心念念的一处小众打卡地。远离城市和人群，即便是假日也能享受一份难得的开阔与清静。小麦岛公园前身是一处荒凉的小岛，近年改建成了一个免费的公园，三面环海。这里也是这座城看日落最美的地方，日落时分，人潮逐渐散去，夕阳慢慢沉入海面，淡黄宁静的海面，加上原木朴实的围栏装点，完全是一幅岁月静好的画面。

位于市南区汇泉东部的八大关几乎是整个青岛最能体现殖民地历史风情的地方。八条以“关”来命名的小街道，与通常的中国城市风貌大异其趣，大多建于30年代的欧式老洋房建筑星罗棋布其间，在这里你可以读到书中历史。初夏老房绿树在围墙之间掩映，绿草如茵，一步一景，清静惬意。



Beginning of Summer is the seventh solar term of the twenty-four solar terms and the first solar term beginning in the summer.

In the ancient calendar records, the arrival of Beginning of Summer means the end of spring and the beginning of summer. Swallow, a new neighbor goes around the beam, shovels mud and builds a new nest. Flowers withered, and the bees hide themselves. At this time, the willow tree grow thickened gradually, and there was a slight heat in the curtain. At sunset, take a hot bath, feeling cool. Take up a coat and see if it fits. Between the lines, there are vibrant early summer.



青岛凤凰山麓半岛，三面环海，一面靠山。这里有一处远离闹市的秘境，于山海之间，自成天地，这就是青岛涵碧楼度假酒店。

涵碧楼由设计大师 Kerry Hill 担纲设计，他初到青岛，路过青岛港口看到错落有序的集装箱，便让他有了灵感。涵碧楼兴建完成后，建筑物本身成为一个景点，很多人前往住宿是为了一窥堂奥。

淡淡的五月天，吹面不寒的春风，悄悄在枝头裁剪出片片鲜绿，蔷薇一夜之间吐出了花蕊。是的，四时皆景的设计，涵碧楼借着不同植物，随着四季，精心的布置了一场花与绿的派对，任何时候前往，都有不同的容颜。



山东是孔孟之乡礼仪之邦，酒店融入了当地传统文化，是一座饱含儒家隐居的理想住所。步入大厅，古乐器奏出空幽的乐曲。

Kerry Hill 的设计总能让人感到眼前一亮，创新之外，涵碧楼度假酒店设计更强调艺术的永恒价值，「历久弥新」正是这种精神的最佳体现。你可以在这里看书、喝茶、发呆、做瑜伽，所有的一切都那么轻松愉悦。

不同于传统豪华酒店金镶银的视觉冲击，青岛涵碧楼度假酒店给人提供更多的是精神层面的享受。在这里，人与人之前的距离是宽松的，低密度的空间，本身也是奢华的另一种表现形式。



客房宽松的密度空间，让人住着能感觉自我存在感，无论在那个位置，感觉自己都是空间所在的主体。客房 180° 的观海视野，步入阳台边能零距离与大海亲近，观赏海天一色的波澜壮阔。

位于酒店私属沙滩无边泳池，Over Flow 设计（利用水的表面张力，创造池面平静无波宛如明镜般的视觉效果），放眼望去像与大海交接。镇守泳池对跪相望的两只羊石雕，则寓意着“水 + 羊 = 洋”。这种无声的设计语言，赋予涵碧楼游泳池，更多的内涵。躺在池边，看不到游泳池的框框，创造了没有边界的视野。置身泳池时，泳池与海水、蓝天连成一气，海之绿、池之碧、天之蓝，做了最巧妙完美的融合。

觉得这里听起来像不食人间烟火？别这么早下结论，让青岛涵碧楼度假酒店的美食来安慰你的口腹之欲。酒店在食材上下足了功夫，据说为了保证食材的质量，酒店特成立了“两岸食材调研部”，专门负责收集全球最顶级、新鲜的食材。

透过涵碧楼酒店眼，用心体会六感之美。在这里，我们面对的不仅仅是海天一色的浪漫景色，摒弃世俗的自己。难怪该酒店又被称为“此生必住的酒店”。

无论是万物并秀的初夏，还是这个喧嚣的时代，我们都需要安静一隅，青岛便是这样的一个地方。



Surging Into the Sea

The fascinating part of Qingdao is that it is inseparable from the continuous coastline. Wheat Island Park is an internet-famous place that makes you miss. Staying away from the city and the crowd, you can enjoy rare broad view and purity on holidays. Wheat Island Park was formerly a desolate island. In recent years, it has been converted into a free park surrounded by the sea on three sides. Here is also the most beautiful place in the city to watch the sunset. At sunset, the crowd gradually dissipates. The sunset slowly sinks into the sea. The pale yellow and quiet sea, plus the simple log fence decorating, is a picture of the years.

Qingdao Phoenix Mountain Peninsula is surrounded by the sea on three sides and by mountains on one side. There is a mysterious place far away from downtown, between the mountains and the sea, and it is a world of its own. This is The Lulu Qingdao.

Unlike the visual impact of traditional luxury hotels with Splendid and luxury inlays, The Lulu Qingdao offers people more spiritual enjoyment. Here, the distance between people is loose, the low-density space is itself another form of luxury. The room's loose density space makes people feel a sense of self-existence, no matter where they are, they feel that they are the main body of the space. The 180-degree view of the sea from the guest room, you can get close to the sea from the balcony and watch the magnificent sea and sky. ☞



What is happiness that has nothing to do with the feedback of others? If you look at the lack of the moon, see the wind blowing Miscanthus. The boy Lazzaro is always in a daze, he is squeezed at the bottom of the exploitation, he does not pay any attention to others, it is not about the happiness of this person, his happiness is never to stop loving this world. With such emotions, it actually surpasses this world and completes Lazzaro's happy life as a human being.

与他人的反馈都无关的幸福是什么？如你看着月之圆缺，看四季风吹芒草。拉扎罗这男孩总在发呆也好、他被挤压在被剥削的最下层也好、他对他人的付出没被理会也好，都无关于拉扎罗这个人的幸福，他的幸福是没法停止爱这个世界，带着这样的情感，其实就超越了这个世界，成全了拉扎罗作为一个人的美满人生。

LAZZARO FELICE: WHEN SAINT PASSES BY THE WORLD

《幸福的拉扎罗》：当圣人走过人间

■编辑 / 凌毅婷 Edited by Eytan

纯粹洁净的拉扎罗，就像不属于这世界

拉扎罗不带批判，对人不分亲疏，不因好坏而取舍，且无止境地包容，他没有条件的爱让他像个傻子一样，剥削他的劳动力是村民的常态，他也甘之如饴地随遇而安。在这角色之前，我们，或者只有我这俗人，没能具体想过什么叫做没有条件的爱，这样的角色在之前宗教电影里也看不到，他是如此平静且日常地面对周遭人的嫌弃。

这样的人是不是太难以置信了？这是我看这部电影发怔了很久，越想越难过的原因，谁能配得上这样的爱？但拉扎罗没有想过要不要去爱，或思考这是否是爱，因为他的存在本身就是爱了，就像呼吸与吃饭一样。这人物以双清澈的眼，一半似孩子又像大人的身形，模糊了他应属于社会最底层的俗世特征，他的演技与语言表达方式，抽离了他一身的破棉布衣，仿佛他一秒都没想过自己该是什么身份地位，甚至他连高僧都不像，他无法被人辨认，因为在他内心里是一点你我之分的概念都没有。

Pure Lazzaro: Like He Does Not Belong to This World

Lazzaro is not critical, he is friendly to others, he does not choose between good and bad, and he is endlessly tolerant. His unconditional love makes him like a fool. Exploiting his labor force is the normal state of the villagers. And Lazzaro does not care. Before this role, we, or only me, a layman, did not specifically think about what is called unconditional love. Such a role cannot be seen in previous religious movies. He is so calm facing people's detest to him.



Different World, Same Lazzaro

From "Happy Lazzaro", it is not difficult to see that the director wants to portray the bottom of society through the role of "Lazzaro", but Lazzaro also represents "goodness".

The sound of "Lazzaro!" The shouting of the tenant farmers is our initial understanding of Lazzaro. Interfering with life by power is the same as the exploitation repeatedly emphasized in the film. The Marquis family exploited tenant farmers and the tenants exploited Lazzaro. Exploitation has a class system, and Lazzaro, at the bottom of the pyramid, believes that he is needed and wants to help everyone. At this time, Lazzaro is the happiest.

世界早已不同，拉扎罗还是拉扎罗

从《幸福的拉扎罗》中不难看出导演想要透过“拉扎罗”这个角色刻画社会最底层，但拉扎罗更代表着“良善”。

一声声此起彼伏的“拉扎罗！”是使唤还是请求？佃农们口中的叫喊声，是我们对拉扎罗最初的认识。以权力干预生命，与影片中一再强调的剥削相同，侯爵家族对佃农的剥削，佃农对拉扎罗的剥削。剥削是具有阶级制度的，而位于金字塔最底层的拉扎罗，却一心相信着是被需要的，一心只想帮助每一个人，此时的拉扎罗是最幸福的。

时空转换，人性依然，即使经历了骗局和重生，佃农们依然处在社会的底端，曾被欺骗的他们，也已将欺骗作为自己的生活方式。由乡村变为城市，由佃农制度跨至资本世界，拉扎罗却始终如此纯真。他不曾迷惘，因为知道世界是美好的，他不曾害怕，因为知道人们是善良的。但即使在茫茫天地间人类是如此微不足道，却会因人性而使世界崩塌，因此当拉扎罗流下泪水时，已经不是感伤，而是失望。





Divine Essence Born with Goodness

The clue that runs throughout the movie is the story of a wolf, which is told by the most unfavorable girl in the film, Antonia, as the saint appeared in the world as Lazaro:

An old wolf was expelled from the wolves. He stole food from people. So they asked for saint for help because they heard that he had the ability to communicate with animals. Saint accepted the request of people to make peace negotiation with the wolf. He set off to find the wolf. The saint travelled long distances until winter came. Finally one day, the saint fell, he fell on the snow, and the wolf finally appeared. The wolf slowly approached him. As the wolf was about to eat him, he smelled a very strange smell. I was shocked: "Ah, this is a taste of kind human being."



神圣的本质随着良善而生

贯穿整部电影的线索是关于一只狼的故事，这个故事由影片中最没有名利心的女孩安东尼娅讲出来，如同圣人以拉扎罗的身份出现在人间：

“一只老狼因老态龙钟被赶出了狼群，它很饥饿，于是便跑到人类的家里，吃掉那些鸡鸭。人类试图杀死它，但又没有这个勇气，便日夜值班，设下许多陷阱。人类很讨厌这匹狼，觉得它凶残又强壮，却不知这只是一匹衰老又虚弱的老狼。”

后来，老狼的故事传到了一位圣人的耳中，他拥有与动物交流的能力，人们尊敬他，服从他，于是人们去找圣人，圣人接受了人们的请求——与狼进行和平谈判的要求。他出发去寻找那一匹狼，圣人一路长途跋涉，直到冬天也降临了，圣人精疲力尽，又冷又饿，却仍然找不到狼的踪迹。他不知道的是，狼也饿了，而且他已经跟踪圣人很久了。

终于有一天，圣人倒下了，他倒在雪地上，狼也终于现身了，狼慢慢地向他靠近，正当狼准备要吃掉他的时候，却闻到了一个非常陌生的味道，当下才惊觉：“啊，这是一个好人的味道啊。”


在电影后来一幕，拉扎罗听到教堂的管风琴声，想留下来听一会儿，他与一班衣衫褴褛的人却被修女给赶了出去。后来门被关上了，教堂里的琴声开始变得暗哑，圣乐声随着拉扎罗一行的脚步离开了教堂，这个象征着神圣的地方。如同耶稣说过的：“这个教堂里其实没有我。”



How to Be As Happy As Lazzaro

Director Lorvacher emphasized in the interview: "The role of Lazzaro represents holiness. In this story about holiness, the divine feeling does not come from religious rituals, laws, miracles or superpowers. Although this is a rebirth Fairy tale, but the story eventually returns to human nature, the sacredness of human nature."

There is one final mystery about "Happy Lazzaro": How to be as happy as Lazzaro? In the movie, Lazzaro does not resist or complain. He does not try to change the world. He sees others with his kindness from the heart.

Perhaps, as happy as Lazzaro, it is that despite walking out of the decent place, no matter wherever he goes, they can be kept like Lazzaro Animal-like wildness and intuition always dig out the fine details of life. 

如何像拉扎罗一样快乐？

导演洛尔瓦彻在访谈中强调：“拉扎罗的角色代表着圣洁。在这关于圣洁的故事中，神圣感受不是来自宗教的仪式、规律、神迹或超能力。虽然这是一则重生的童话，但故事最终回归到的是人性，人性底层的神圣性。”

关于《幸福的拉扎罗》，还有一个最后的谜团：如何像拉扎罗一样快乐呢？电影中，拉扎罗不抵抗、不抱怨，他不试图改变这个世界，他以发自内心的善良照见他人。

或许，像拉扎罗一样快乐，就是尽管走出桃花源，无论在怎样沉沦的世俗中——在落魄贵族的餐桌上、在城市边缘拾荒者的庸常生活里，都能像拉扎罗一样，保有动物般的野性与直觉，时时挖掘生活美好的细节。

拉扎罗的眼神是那么清澈，就如这部电影带给我们的相同，一切都是如此透明，在触不及防时偷偷渗透至你的心底。他让你感受到的是感动，是感触，还是悲悯？当他留下那滴泪时，我无法确切地用文字和言语告诉你它带给了我什么，它特别到穿透了人的感官，穿透了我们的内心，仿佛教导了这个世界。然而当你从电影回到现实，什么都不曾改变。

雅高响应公筷、公勺倡议 支持文明餐桌行动

随着各地政府推动文明餐桌行动，倡导公筷、公勺、分餐等卫生健康的生活方式，雅高国际酒店集团号召旗下大中华区酒店积极响应，并进一步加强餐饮卫生消毒工作。针对公共区域或高频接触区域保持最高水平的清洁和增加消毒次数；加强餐具的清洁消毒，一人一具一用一消毒；每一道菜肴将配置公筷或者公勺以确保达到最高卫生水平；在接待处为每位客人提供服务后，将对桌子及用具进行清洁和消毒。

AccorHotels Responds to Public Chopsticks and Spoons Initiative

As governments around the world promote civilized dining table activities and promote hygienic and healthy lifestyles such as serving chopsticks, serving spoons, and meal sharing, AccorHotels Inc. calls on hotels in its Greater China region to actively respond and further strengthen catering hygiene and disinfection. They will maintain the highest level of cleanliness and increase the number of disinfections in public areas or high-frequency contact areas; strengthen the cleaning and disinfection of tableware, one for each, one for each use; each dish will be equipped with public chopsticks or spoons to ensure the highest level of hygiene; after serving each guest at the reception desk, the table and utensils will be cleaned and disinfected.



三亚嘉佩乐度假酒店诠释新式健康养生理念

三亚嘉佩乐度假酒店屡获殊荣的 Auriga 水疗中心结合别具匠心的水疗项目，私密且贴近自然的设计及创意新颖的健康养生理念，为宾客精心定制不同主题的养生疗愈水疗之旅，根据宾客的不同需求，特别设计了排毒轻体、静心疗愈和平衡养生健康养生水疗之旅，将舒缓放松的水疗理疗与休闲健康的活动项目完美融合。宾客可选择为期3天、5天或7天的疗程，在 Auriga 水疗中心静谧典雅的氛围中探寻本真自我，净化身心。

Capella Sanya Interprets the New Concept of Health and Wellness

Capella Sanya's award-winning Auriga Spa consists ingenious spa projects, private and close-to-nature design, and creative and innovative health and wellness concepts. According to different needs, it offers specially designed detoxification, meditation healing and balanced health wellness spa journey, perfect combination of soothing and relaxing spa treatments and leisure and health activities. Guests can choose a 3-day, 5-day, or 7-day course of treatment to explore the true self and purify the body and mind in the quiet and elegant atmosphere of Auriga Spa.



泰国再延长禁止客机入境措施，外媒：旅游业已受重创

4月15日，泰国民航局周三宣布，禁止民航客机降落泰国境内的措施将延长至本月底。据约翰斯·霍普金斯网站统计，泰国已累计确诊2643例新冠肺炎病例，43例死亡。路透社报道指出，旅游业是泰国主要产业与赚取外汇渠道，受疫情打击尤为显著。受新冠肺炎疫情疫情影响，泰国经济预计将损失1.3万亿泰铢（约合人民币2825亿元），几乎全部来自旅游业。若疫情危机持续至第二季度，损失数字还会增加。

Thailand Extends the Ban on Passenger Aircraft Entry, Foreign Media: Serious Losses Tourism

On April 15, the Civil Aviation Authority of Thailand announced on Wednesday that measures to prohibit the landing of civil airliners in Thailand will be extended until the end of this month. According to statistics from the Johns Hopkins website, Thailand has accumulatively diagnosed 2643 cases of new coronary pneumonia and 43 deaths. Reuters reported that tourism is Thailand's main industry and foreign exchange earning channel, particularly hit by the epidemic. Affected by the new crown pneumonia epidemic, the Thai economy is expected to lose 1.3 trillion baht (about 282.5 billion yuan), almost all from tourism. If the epidemic crisis continues into the second quarter, the number of losses will increase.



万豪国际集团中国区多家酒店共同启动“点亮微笑”亮灯仪式

4月9日晚，万豪国际集团中国区163家酒店共同启动“点亮微笑”亮灯仪式，覆盖北京、上海、成都、哈尔滨、三亚等48个城市。包括深圳瑞吉酒店、大连一方城堡豪华精选酒店、西安W酒店等在内的诸多城市地标酒店，外墙一同亮起“微笑”图案，按下“重启”键的武汉也有三家酒店参与“微笑”亮灯仪式。万豪国际集团大中华区总裁李雨生表示，希望通过点亮的笑脸，向酒店所在的社区表达感谢和祝福。

Hotels of Marriott International Group in China Jointly Launched the "Lighting Smile" Lighting Ceremony

On the evening of April 9, 163 hotels of Marriott International China jointly launched the "Light Up Smile" lighting ceremony, covering 48 cities including Beijing, Shanghai, Chengdu, Harbin, and Sanya. Many city landmark hotels, including the St. Regis Shenzhen, The Castle Hotel, a Luxury Collection Hotel, Dalian, and the W Hotel Xi'an, etc., have a "smile" pattern on their outer walls. There are also three hotels in Wuhan who participated in the "smile" by pressing the "Restart" button Lighting ceremony. Li Yusheng, president of Marriott International Group Greater China, expressed his wish to express gratitude and blessings to the community where the hotel is located through a bright smile.



因新冠疫情影响 中国香港酒店市场持续低迷

2019年中持续出现的暴力事件以及2020年初爆发的新冠疫情导致香港酒店市场面临前所未有的挑战。香港酒店市场在过去数月出现严重下滑，由于多个国家颁布出入境限制和强制隔离令等检疫措施，访港旅客人次仍然保持跌势，创下了继非典之后的最低月度出租率水平。各部门如客房、餐饮、水疗中心等只有少部分维持正常运营，其余保持关闭状态或缩短营业时间。预计在新冠疫情结束后，香港酒店市场需要很长时间恢复所有物资供应链的正常运作。

Due to COVID-19, Hong Kong Hotel Market Continues to Slump

The continuing violence in mid-2019 and the COVID-19 epidemic outbreak in early 2020 have caused the Hong Kong hotel market to face unprecedented challenges. The hotel market in Hong Kong has experienced a severe decline in the past few months. Due to quarantine measures such as entry and exit restrictions and mandatory quarantine orders issued by many countries, the number of visitors to Hong Kong has continued to decline, setting the lowest monthly occupancy rate after SARS. Only a small number of departments, such as guest rooms, restaurants, and spas, maintain normal operations, while the rest remain closed or shorten business hours. It is expected that after the end of the new crown epidemic, the Hong Kong hotel market will take a long time to resume the normal operation of all material supply chains.



雅高上线飞猪平台“寻找新心人类”

雅高集团与阿里巴巴旗下旅行平台飞猪已于2019年11月达成战略合作。通过“飞猪超级品牌日”正式启动生活方式忠诚计划。活动期间将以涵盖餐饮、休闲、娱乐和享受的吃喝玩乐等体验为亮点，重新定义酒店带来的生活新态度，邀请宾客开启全新生活方式和旅游体验。通过网络达人和意见领袖扩展知名度，雅高心悅界将打破旅行体验的边界，彰显“心无界，处处悦界”的独到理念，覆盖全方位的生活方式和娱乐享受。

Accor Launches Piggy Platform "Looking for New Human"

Accor Group and Alibaba's travel platform Piggy reached a strategic cooperation in November 2019. Accor officially launched the lifestyle loyalty program through the "Piggy Super Brand Day". During the event, the highlights will include dining, leisure, entertainment, and enjoyable eating, drinking, and other experiences. It will redefine the new attitude of life brought by the hotel, and invite guests to start a new lifestyle and travel experience. By expanding the popularity of network professionals and opinion leaders, Accor will be able to break the boundaries of the travel experience, highlighting the unique concept of "heart is boundless, everywhere is happy", covering a full range of lifestyles and entertainment.



万豪预计2020年第一季度 RevPAR 下降 23%

由于政府出台出行限制措施和旅游需求下降，万豪在全球超7300家酒店中约有25%暂时关闭。预计在疫情危机结束和旅游限制解除之前，还将有更多酒店关闭，且RevPAR会继续下降。当前全球市场局势不稳定，万豪在这一时期的主要目的是保留足够的现金。万豪暂停了今年的酒店装修，暂时搁置其他业务举措。原定于今年开业的酒店可能也不会按时开放，新物业的签约交易也将延迟。

Marriott Expects RevPAR to Drop 23% in the First Quarter of 2020

Due to the government's travel restrictions and the decline in tourism demand, about 25% of Marriott's over 7,300 hotels worldwide are temporarily closed. It is expected that before the end of the epidemic crisis and the lifting of travel restrictions, more hotels will be closed, and RevPAR will continue to decline. The current global market situation is unstable, and Marriott's main objective during this period was to retain sufficient cash. Marriott suspended hotel renovations this year and temporarily shelved other business initiatives. The hotel originally scheduled to open this year may also not open on time, and the signing of new properties will also be delayed.



美团民宿“安心住”发布行业首个《民宿房源卫生标准》

为更好地提升消费者的入住体验，为用户提供“无接触入住、干净卫生、退订保障、连住优惠、入住保障”等五大承诺的基础上，美团民宿参照国家有关法规，发布了《民宿房源卫生标准》。报名“安心住”的民宿房源，需要参照相关标准对卫生状态进行自查和更新，并将最新的客房和公共区域的清洁消毒实况图片上传到美团平台，让消费者即时了解房源的卫生状况。

Meituan B & B "Reassurance" Released the Industry's First "Sanitary Standards for B & B Housing"

In order to better enhance the consumer's staying experience and provide users with the five promises of "contactless staying, clean and sanitary environment, unsubscribe security, continuous stay discount, and staying security", Meituan B & B has issued a reference to relevant national regulations "Sanitary Standards for Bed and Breakfasts". To register for a homestay house with "safe living", you need to check and update the sanitation status according to the relevant standards, and upload the latest pictures of the cleaning and disinfection of the guest rooms and public areas to the Meituan platform to let consumers know the real-time availability sanitation status.



西子湖畔的法式生活风尚

杭州索菲特西湖大酒店融合了法式浪漫和中国元素风格，采用索菲特 MyBed™ 寝具，为住客带来一夜好眠。酒店提供融合杭州韵味和西湖风情的法式经典中西式茶歇，“杭州韵味，西湖元素”悠闲下午茶体验。茶点选取当季新鲜食材，如艺术品般精雕细琢，龙井茶冻、荷花酥等，让人唇齿留香。此外，酒店还推出法式下午茶，马卡龙等法式经典滋味。

French Life Style by the West Lake

Sofitel Hangzhou West Lake combines French romance and Chinese elements. It uses Sofitel MyBed™ bedding to bring good sleep to guests. The hotel offers a classic French and Chinese tea break that blends Hangzhou charm and West Lake style with a leisurely afternoon tea experience of "Hangzhou charm, West Lake elements". Refreshments are made from fresh ingredients of the season, carefully crafted like works of art, Longjing tea jelly, lotus crisp, etc., lips and teeth being fragrant. In addition, the hotel also introduced French afternoon tea, macarons and other French classic flavors.



阳澄湖费尔蒙酒店 享受纯·静生活方式

阳澄湖费尔蒙酒店坐落于风景秀丽的阳澄湖生态公园内，占地 200 亩的夕露园依湖而建，悠悠绿意的林荫小路纵横交错。体验亲子家庭攀岩、垂钓、泛舟、骑脚踏车、打网球、放风筝或自助烧烤等缤纷户外活动，水上运动俱乐部提供皮划艇、钓鱼船等丰富水上项目；在悦丰岛有机农场观景尝鲜，采摘有机蔬菜。初春炒茶，端午包粽子；探索蜜蜂的家园，喂食鸭子、参观蟹笼和水乡农舍，了解当地习俗。

Fairmont Yangcheng Lake: A Pure and Quiet Lifestyle

The Fairmont Yangcheng Lake is located in the scenic Yangcheng Lake Ecological Park. The 200-acre Xilu Garden is built by the lake, and the long, green roads are staggered. Experience fun outdoor activities such as family climbing, fishing, water rafting, cycling, tennis, kite flying or self-service barbecue. The water sports club provides a variety of water sports such as kayaking and fishing boats, picking organic vegetables, tasting stir-fried tea in early spring and making dumplings during the Dragon Boat Festival, exploring the bee's home, feeding ducks, visiting crab cages and watering village farmhouses to learn about local customs.



在舟山三盛铂尔曼酒店感受东方渔都的春日气息

舟山味道以“鲜味”著称，而鲜是对海鲜烹饪的极致发挥，寻鲜、求鲜、保鲜，为了保证舟山海鲜的独特鲜味，舟山当地百姓千百年来探索出各种各样的方法，从食材的挑选、储存和烹饪方法到不同的地理环境、气候条件以及人们的生活习性，都与味道密切相关，为了挖掘这些“老味道”舟山三盛铂尔曼大酒店厨师团队开启【舟山老味道系列】，带来“似曾相识”的味觉体验。吃海鲜，逛海岛，一起捕捉春日缤纷色彩。

Feel the Spring of the Oriental Fishing Capital at the Pullman Zhoushan Sansheng

The taste of Zhoushan is known as "fresh taste", and freshness is the ultimate use of seafood cooking. In order to ensure the unique umami of Zhoushan seafood, local people in Zhoushan have explored a variety of Methods, from the selection, storage and cooking methods of ingredients to different geographical environments, climatic conditions and people's living habits. In order to tap these "old tastes", the chef team of the Pullman Zhoushan Sansheng [Zhoushan Old Taste Series] brings a tasteful experience of "Seems to know you somewhere". Eat seafood, visit the island, and capture the colorful colors of spring.



广州四季酒店「居·安」安心住宿套餐

住宿套餐包含以下礼遇：

- 一晚入住云尚客房
- 意珍双人早餐套餐
- 往返豪华轿车接送（出发/到达点为广州白云国际机场或火车站）
- 意溢双人安心外带午餐或晚餐
- 客房内赠送口罩及消毒洗手液一套
- 延迟退房至下午 4 点

「居·安」安心住宿套餐，每晚人民币净价 1,999 元。如需预订，请致电预订部 86 (20) 8883-3881。

“Stay Safe Room Package” at Four Seasons Hotel Guangzhou

Privileges:

- One-night stay in Tower Room
- Daily breakfast for two persons at Caffè Mondo
- Round-trip limousine service (pick up/drop off at Guangzhou Baiyun International Airport or train stations)
- Takeaway lunch or dinner at Dolcetto
- One complimentary set of mask and sanitiser in room
- Late check-out until 4:00 pm

“Stay Safe Room Package” is priced at CNY 1,999 net per night. This offer is subject to availability. To purchase, please visit WeChat Mall of Four Seasons Hotel Guangzhou.



武汉泛海费尔蒙酒店为华中地区带来全新奢华生活方式

武汉泛海费尔蒙酒店于2019年12月23日正式启用。武汉泛海费尔蒙酒店由总部位于美国费城的DAS Architects公司设计，黑白搭配的装饰风格充分诠释了品牌的设计美学。酒店拥有318个房间，其中24间套房配备设备齐全的小厨房，视野开阔，可眺望城市美景。酒店装饰以武汉著名历史文物古迹黄鹤楼为灵感设计，巧妙地融入了当地风情，更有精美繁复的彩色刺绣、纸灯笼和精心编织的丝绸地毯等中国传统工艺品。

Fairmont Wuhan Brings A New Luxury Lifestyle to Central China

Fairmont Wuhan was officially opened on December 23, 2019. Fairmont Wuhan is designed by DAS Architects, a company headquartered in Philadelphia, USA. The black and white decoration style fully interprets the brand's design aesthetics. The hotel has 318 rooms, of which 24 suites are equipped with fully equipped kitchenettes, with a wide view and a beautiful view of the city. The decoration of the hotel is inspired by the famous historical relics and monuments of the Yellow Crane Tower in Wuhan. It is cleverly integrated into the local style, and has more traditional Chinese handicrafts such as exquisite and colorful embroidery, paper lanterns and carefully woven silk carpets.



东京大手町四季酒店今夏起迎宾 现已接受预定

东京大手町四季酒店毗邻皇居花园，与不远处的富士山相望，从辉煌的历史中展望未来，将为这座不断变迁的城市再添奢华。东京大手町四季酒店坐落于一座全新的39层大楼中，由建筑事务所Skidmore, Owings & Merrill设计承建，既是宾客休闲的度假天堂，也是远眺城市天际线的社交胜地。酒店室内多层次设计主题呈现出对日本折纸艺术的探索和想象，为宾客带来一场视觉盛宴。全新四季酒店目前已接受自2020年7月1日起的下榻预订。

Four Seasons Hotel Tokyo at Otemachi Welcomes You This Summer

Four Seasons Hotel Tokyo at Otemachi is located next to the Imperial Palace Garden, and is not far from Mount Fuji. Looking forward to the future from a glorious history, it will add extra luxury to this constantly changing city. Located in a brand-new 39-story building, the Four Seasons Hotel Tokyo Otemachi is designed and built by the architectural firm Skidmore, Owings & Merrill. It is a leisure paradise for guests and a social destination overlooking the city skyline. The multi-level design theme of the hotel interior presents the exploration and imagination of Japanese origami art, bringing a visual feast to guests. The new Four Seasons Hotel is currently accepting reservations for stays starting July 1, 2020.



洲际酒店集团收购丽晶酒店及度假村后首家酒店落户上海

全球领先的国际酒店集团之一——洲际酒店集团宣布与上海二十一世纪酒店有限公司签署协议，将管理其位于上海陆家嘴地区的地标酒店。自2020年5月16日起，酒店将以上海浦东丽晶酒店的崭新身份正式亮相，以传奇丽晶品牌所著称的真正独特且奢华的体验迎接各方宾客。酒店现有预订将自动转入上海浦东丽晶酒店，宾客将能无缝体验由丽晶品牌带来的隽永典雅和真挚服务。根据该协议，洲际酒店集团也将接管位于酒店楼层之上的行政公寓。

InterContinental Hotels Group's First Hotel Settles in Shanghai After Acquiring Regent Hotels and Resorts

One of the world's leading international hotel groups-InterContinental Hotels Group announced that it has signed an agreement with Shanghai 21st Century Hotel Co., Ltd. to manage its landmark hotels in Shanghai's Lujiazui area. From May 16, 2020, the hotel will be officially unveiled as the brand new identity of Shanghai Pudong Regent Hotel, welcoming guests from all sides with a truly unique and luxurious experience known as the legendary Regent brand. The hotel's existing reservations will be automatically transferred to the Shanghai Pudong Regent Hotel, and guests will be able to experience the timeless elegance and sincere service brought by the Regent brand seamlessly. Under the agreement, InterContinental Hotels Group will also take over the executive apartments located on the hotel floor.



香港洲际酒店启动大型翻新工程

香港洲际酒店将启动30年来最宏大的大型翻新工程。酒店定于2020年4月20日关闭，并将以香港丽晶酒店的身份于2022年焕新面世。此次将对包括所有客房、套房与浴室、公共区域、餐厅、宴会场所，以及建筑外立面在内的各个区域进行改造。酒店内的米其林一星粤餐厅欣图轩将在整个翻新过程中保持开放，宾客可通过毗邻的K11 Musea进入。

Intercontinental Hotel Hong Kong Launches Major Renovation Project

The InterContinental Hotel in Hong Kong will launch the most ambitious major renovation project in 30 years. The hotel is scheduled to close on April 20, 2020 and will be reborn as the Hong Kong Regent Hotel in 2022. This time, all areas including all guest rooms, suites and bathrooms, public areas, restaurants, banquet spaces, and building facades will be transformed. The on-site Michelin one-star Cantonese restaurant Xin Tu Xuan will remain open throughout the renovation process, and guests can enter through the adjacent K11 Musea.





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

荣誉会长



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
第十届全国工商联主席



泰格埃格奈瓦克·盖图
联合国副秘书长

总顾问



刘毅
原国家商业部部长
原国家旅游局局长

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

高级顾问 (排名不分先后)



鲁勇
全国工商联党组成员、专职副主席



傅龙成
中国商业联合会专职副会长



张世尧
原国家商业部副部长
中国烹饪协会原会长
世界中餐联合会名誉会长



章新胜
联合国教科文组织中国委员会主任
教育部原副部长



程文栋
原国家旅游局副局长



解思忠
国务院国资委监事会原主席



张广瑞
中国社会科学院旅游研究中心
名誉主任、研究员



戴斌
国家文化和旅游部数据中心主任
中国旅游研究院院长



霍震寰
全国工商联副主席
霍英东集团行政总裁



张力
全联房地产商会会长
富力集团董事长、总裁



汉斯·道维勒
原联合国教科文组织副总干事



任兴洲
原国务院发展研究中心
市场经济研究院院长



苏安功
万豪国际集团总裁兼首席执行官



柏思远
洲际酒店集团全球首席执行官



塞巴斯蒂安·巴赞
法国雅高集团主席兼首席执行官



汤姆斯·普利兹克
凯悦酒店集团创始人



伊萨多·夏普
四季酒店集团创办人



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



列托·威特沃
凯宾斯基酒店集团
原总裁兼首席执行官



斯蒂芬·霍姆斯
温德姆酒店集团
董事长兼首席执行官



詹姆斯·莫伦
美高梅国际酒店集团
董事长兼首席执行官



罗乐思
卓美亚酒店集团总裁兼首席执行官

顾问 (排名不分先后)



龙宇翔
国务院中国国际文化传播中心
执行主席



陈宇
人力资源和社会保障部
职业技能鉴定中心原主任
中国就业培训技术指导中心原主任
北京大学中国职业研究所所长



杨宏浩
中国旅游研究院（文化和旅游部数据
中心）产业研究所所长



杨卫民
原锦江国际酒店（集团）
副董事长、CEO



张谦
上海展览中心（集团）有限公司
党委书记、董事长



庄启明
富力集团副总经理



徐国荣
中粮置地有限公司原副总经理



金阳
华侨城酒店集团董事长



郑玮玲
原粤海国际酒店集团董事长



于德劭
凯悦酒店集团亚太区总裁



周卓钦
洲际酒店集团大中华区首席执行官



黄德利
希尔顿集团
大中华区及蒙古开发总裁



陈娜嘉
半岛酒店集团
香港及泰国地区副总裁



吴宣林
原广州长隆集团有限公司副总裁



陈雪明
原金陵酒店管理集团董事、总裁



伍沾德
美心集团荣誉主席



温祈福
广州酒家集团名誉董事长



蔡澜
著名美食家



庄臣
著名美食家

二、执行委员会

会长



张 辉
中国金茂控股集团高级副总裁

执行会长



冼 锋
中商文旅创始人、CEO
全商联（广州）产业链管理有限公司执行董事
中国饭店杂志社社长、悦旅新媒体出品人

联席会长（排名不分先后）



钱建农
复星全球合伙人
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长



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



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



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
大悦城控股酒店与长租公寓管理公司
总经理

二、执行委员会

常务副会长 (排名不分先后)



李晓平
卓越置业集团有限公司
副董事长兼总裁



陈建铭
上海三盛宏业投资集团
有限责任公司董事长



程新华
东呈国际集团
创始人、董事长兼 CEO



唐鸣
世茂集团副总裁
世茂酒店管理公司董事长兼总裁



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



谢伟杰
星河湾集团副总裁



吕健
雅居乐集团酒店管理公司
总经理



戴玉
碧桂园集团外资酒店管理中心
总经理



张跃农
深圳招商美伦酒店管理有限公司
董事长



丁小亮
中国中旅酒店(集团)
有限公司董事兼总经理



王建平
君澜酒店集团总裁



蔡鸿章
中国“客天下”联合创始人
广东客天下实业有限公司董事长

副会长 (排名不分先后)



刘文东
杭州新天地集团
董事长



张刚
蓝光文旅集团
总裁



马英尧
青岛尚美生活集团
创始人、董事长兼总裁



胡克选
雅斯特酒店集团
董事长兼 CEO



黄德满
维也纳酒店集团
创始人



林锡彦
霍英东集团董事副总裁



周锋
美高梅酒店集团
中国区总裁



刘晨军
温德姆酒店集团大中华区
总裁



范萌妃
明廷酒店集团中国业务
拓展部高级副总裁



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



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



王威
粤海（国际）酒店管理集团
董事总经理



邱杰
合生创展集团
高级副总裁



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



陈鑫春
浙旅蝶来酒店集团有限公司
董事长



邱剑侠
上海嘉和控股集团有限公司
董事长兼总裁



杨建荣
云南泰悦集团董事长



杨绍元
大理独秀集团董事长



贾琼
英国凯帝集团亚太区总裁



李维
鸥游酒店管理（上海）有限公司
合伙人兼首席财务官



王军
伟光汇通文化旅游投资有限公司
董事长兼总裁



李刚桥
简一大理石瓷砖（集团）
营销副总经理



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
副总裁兼执行董事



唐华强
蒙牛乳业（集团）股份有
限公司酒店业务部总经理



俞斌
上海星级酒店设备工程
有限公司董事长



陈宏良
天萌国际设计集团
董事长、总建筑师



黄进宝
东莞市富宝家居集团有限公司
董事长



陈梅湘
戴思乐科技集团
董事长



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



许志钧
寝之堡（上海）商贸有限公司
总经理



欧阳国庆
合纵酒店顾问公司执行总裁
联合创始人



冯照杰
深圳远鹏装饰集团有限公司
总裁



李晋军
南京丰盛五季酒店管理有限公司
总经理



李涛
思凯来文旅创新集团
董事长



王征
远东智慧能源股份有限公司
副总裁



邓源津
广州市源志诚家纺有限公司
董事长兼总经理



李瑜
四川省川瑞发展投资有限公司
副总经理



赵利
上海恭胜酒店管理有限公司
董事长、99 旅馆连锁集团 CEO

27th 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。

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

战略合作伙伴 strategic partners

高级合作伙伴 senior partners

合作伙伴
partners

 粤海(國際)酒店管理集團有限公司 <small>GUANGDONG INTERNATIONAL HOTEL MANAGEMENT HOLDINGS LIMITED</small>	 维也纳酒店集团 Vienna Hotels Group		 泰悦集团 TAI YUE GROUP <small>美住品质 · 极致价值</small>	 铂涛酒店集团 FLIPOINT HOTELS & RESORTS <small>铂业集团成员企业</small>
 釣魚臺·美高梅 <small>DIAOYUTAI MGM HOSPITALITY</small>	 木蓮莊酒店 The Mulian Hotel	 InterContinental Hotels Group	 滴滴出行 <small>滴滴一下美好出行</small>	
 XANA HOTELLE 希岸酒店	 金輝煌酒店管理有限公司 <small>GOLDEN HOTEL MANAGEMENT CO.,LTD</small>	 REGAL HOTELS 富豪酒店	 华驿酒店集团 <small>China Inn Group</small>	 DOUBLETREE <small>BY HILTON™</small> SHANWEI <small>汕尾保利希尔顿逸林酒店</small>
 HUASHUIWAN NO. 1 花水湾第一村温泉大酒店	 蒙娜丽莎瓷砖 MONALISA TILES	 JUST SPACE	 duo多彩投 <small>投资美好生活</small>	 梦幻视界 DREAM VIEW WORLD
 Absen 艾比森会务	 CHD <small>CHEN BEN & DESIGN IDEA</small> <small>陈本设计集团</small>	 銀汀 YINTING <small>不 锈 钢 产 品 定 制</small>	 凤球唛	
 CHALI <small>Be a tea fan.</small>	 Air/Aroma® 空間 香 氛	 穗宝 SOMNOPRO	 DONOUAU® BUILDING HARDWARE SYSTEM <small>德国丹尼亚建筑五金系统</small> <small>Design of German</small> <small>Since 1966</small>	 Sinherr 新银承
 泓伟水产 HONGWEI AQUATIC	 东兴酒店用品有限公司 <small>Dengxing Hotel Supplies Co.,Ltd.</small>	 TRADEWINDS 信家家居	 COSO 高斯卫浴	 WAYON - 威洋·石材 -
	 Ruijie 锐捷 Networks			

(注：以上排分不分先后 / listed at random)



伟光汇通
CCTID

让城市更中国



中国文旅产业小镇运营商

在城市 再筑城事

伟光汇通 24年 + 19省 + 50城



伟光汇通微信公众号