



# 中国旅游市场迎来开发 共享权益产品的良机

作者：PAUL DEAN、瞿沁

## 摘要：

中国国内旅游市场正在不断演变，伴随着进一步的消费升级，国内酒店品牌和房地产开发商必须寻求突破，来应对市场的机遇与挑战，以及消费者对高质量住宿与休闲体验的追求。统计数据和趋势预示了开发共享度假产品的美好前景，这在西方及一些东南亚的国家早已被证明是广受欢迎的。在以下我们与您分享的上、下篇文章中，将详细介绍中国国内旅游市场的持续增长及其演变、共享权益旅游度假产品的商业模式以及我们对行业最佳实践的分析。

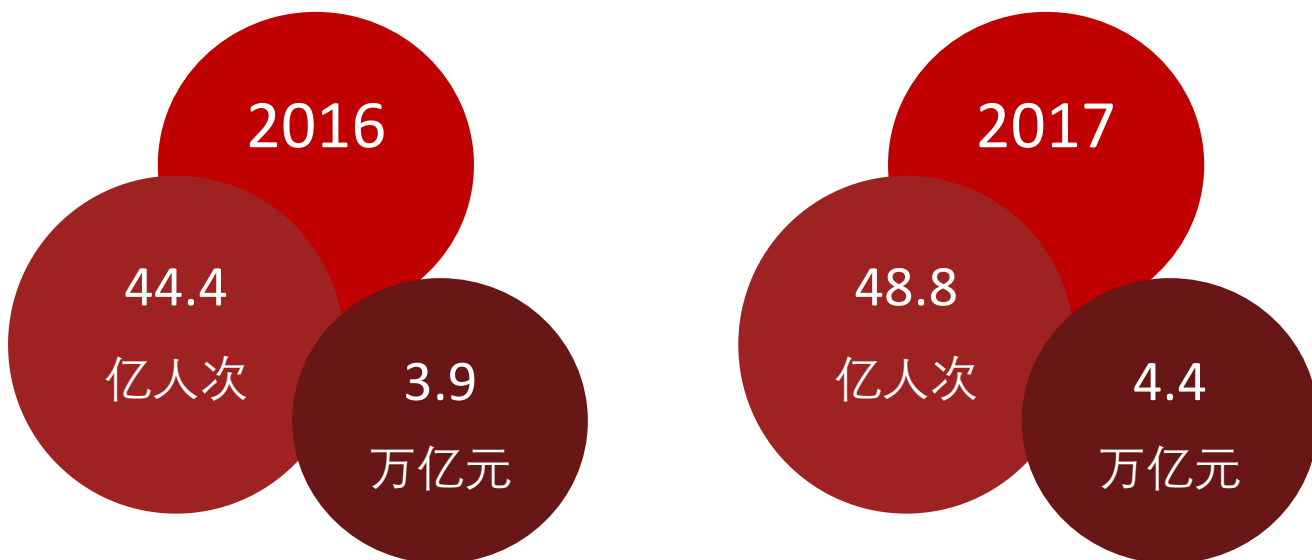
## 上篇

根据中华人民共和国国家旅游局（“国家旅游局”）的统计，2017年上半年中国出境旅游增速放缓，越来越多的游客转向国内旅游以寻求新的体验。数据显示，2016年我国国内游达44.4亿人次，相当于中国人口人均三次出行。2016年国内旅游总收入达到人民币3.9万亿元。

正当2017年上半年出境旅游增长放缓时，越来越多的中国游客选择在国内旅游。国内游已经从乘坐巴士穿梭于各个目的地，发展到追求品质和身临其境的体验。根据国家旅游局的数据，国内旅游业预计2017年将达到48.8亿人次，同比增长10%，收入上升12.5%至4.4万亿元。根据相关文件，预计

到2020年旅游业收入将提高到7万亿元。国家将努力发展旅游业，使其成为经济转型升级的主要动力。根据国务院印发的“十三五”旅游业发展规划（2016-2020年），到2020年，旅游投资总额预计将增长到2万亿元，对GDP的贡献达到12%以上。

伴随着高速铁路、新机场、廉价航班和航线网络的扩建，以及不断增强的其他交通系统，中国的交通运输系统有了较大的改善，因此，国内旅游业也为游客提供了快捷度假的机会。同时，旅游产品和旅游服务也相应得到了提升，以满足挑剔的中国消费者对品质的更高要求。并且，80后和90后群体的消费观念也发生了变化。



## 国内游比出境游更受欢迎

2017 年上半年，国内旅游人数达 25.37 亿人次，比上一年同期增长 13.5%，是同期出境旅游（6203 万人次）的近 40 倍，国内旅游支出 2.17 万亿元，同比增长 15.8%。根据国家旅游局 8 月 18 日发布的《2017 年上半年旅游统计数据报告》，入境旅游人数 6950 万人次，比上年同期增长 2.4%。2017 年上半年国内旅游增长率超过 10%，是出境旅游增长率 5% 的两倍。2017 年上半年国内旅游人数 25.37 亿人次，其中，城镇居民 17.57 亿人次，增长 15.8%，农村居民 7.80 亿人次，增长 8.5%。国内旅游支出 2.17 万亿元，增长 15.8%，其中城镇居民花费 1.71 万亿元，增长 16.1%，其余为农村居民花费，增长 14.8%。值得注意的是，目前只有约 4% 的中国公民实际持有护照。



## 旅游胜地越来越多

根据 2017 年 8 月 15 日各省市发布的旅游数据统计，四川省境内游客人数最多。2017 年上半年，大部分省份旅游人数和旅游收入均增长 10% 以上，最高比例达 36.6%。贵州、云南、西藏、山西等旅游人数增幅最大。此外，大多数省市旅游收入增长率高于旅游人数的增长率，表明了国内旅游消费能力明显提高。

国家在战略层面亦鼓励旅游度假胜地的开发，其中包括海南省、广东省（如横琴岛）的岛屿目的地，以及黑龙江、吉林省滑雪胜地开发旅游项目以呼应中国举办 2022 年冬季奥运会。同时，具有温泉设施或山区景观的度假胜地也为国内旅客带来极大的吸引力。此外，近年来港口城市的邮轮业务亦发展迅猛。上海、深圳、青岛、厦门、天津等城市均有望受益于此。

## 消费升级 - 反映消费者偏好的变化

携程和中国旅游研究院联合发布的《2016 年第一季度和第二季度中国出境旅游报告》显示，“消费升级”和“赢得尊重”是 2016 年中国游客最热门的关键词。携程的报告显示“消费升级”是 2016 年第一季度和第二季度中国出境旅游的主要推动因素，超过 75% 的游客选择高端产品。

麦肯锡在 2016 年 10 月发表了一篇题为《中国消费者一回顾我们的预测》的文章，其中指出的中国消费者的相似之处，也正反映了经济学家们所发现的，经济发展前提下的全球消费者的总体趋势，即，随着消费者收入的增长，他们对食品的支出比例开始下降，对医疗保健的支出比例略有提高，对旅游和交通以及娱乐活动的支出甚至更高。

随着消费者可支配收入的增长，中国游客对高端旅游体验的需求日益上升，导致他们在旅游方面的开支不断增加，他们亦借此在同龄人之间显示更高的地位和尊重。这是在其他成熟消费市场中已经确认并证明的“消费升级”概念的体现，其中较高的自由支配能力使消费者能够选择更多高端定价的产品。

消费升级对中国国内旅游市场有重大影响，特别是在为国内游客提供住宿和服务的质量方面。基本的住宿加早餐酒店（B&B）正在失去其热度，而游客更倾向于舒适的度假住宿因其可以满足大家庭的需求，若有知名酒店品牌的管理，则意味着能提供更高级别的客户服务。中国国内的酒店开发建设是全球最大的市场之一，开发商都希望在这个蓬勃发展的市场中占据份额。



## 共享经济

随着中国经济平稳发展，共享经济等新兴消费模式越来越受欢迎。在共享经济中，资产和产品都被更加充分地使用而不是闲置，消费增加却不占用更多的自然资源，同时也释放系统中的多余生产力。一系列相互关联的技术趋势正在推动共享经济的发展，它们包括智能设备的普及、几乎无处不在的互联网连接、移动支付基础设施、基于社交媒体的信任和验证系统、以及大数据的收集和分析。

2015 年，中国国内共享经济市场的价值约为 2290 亿美元，预计未来五年将以每年 40% 的速度增长。根据国家信息中心的数据，到 2020 年预计占到 GDP 的 10%。凭借不断迭代更新的关键技术，中国正在抓住这一历史机遇。2016 年，中国的移动手机用户预计达 9.806 亿，并在手机支付领域处于全球领先地位，2016 年使用该技术的人口超过 1.953 亿人（而美国，第二大市场，为 3700 万人）。



共享经济在休闲地产和度假住宿领域均获得了成功实践，不仅包括 Airbnb（爱彼迎）等类似模式，还有通过建立各自度假俱乐部的迪士尼、希尔顿、凯悦、万豪和温德姆等全球酒店品牌，这些产品的市场占有率目前接近美国所有合格收入家庭的 8%。在共享经济蓬勃发展的背景下，根据国务院印发的《“十三五”旅游业发展规划（2016-2020 年）》，我国也开始鼓励提供度假住宿产品的创新商业模式，如民宿旅游接待、分时度假等。

## 典型的度假住宿选择

下表列出了几种目前在成熟市场中存在的度假住宿的主流消费选择：

|    | 旅馆   | 租赁房                             | 度假俱乐部                             | 共享权益   | 第二居所  |
|----|--|---------------------------------|-----------------------------------|--|---|
| 优势 | 灵活<br>品牌<br>服务                                   | 灵活<br>独享                        | 会员制<br>提供预付费度<br>假及交换机<br>会、接待服务  | 会员制<br>在若干年期限内<br>享有年度使用权<br>获取财产收益和<br>销售收入 | 资产<br>随时可用  |
| 劣势 | 房间小<br>价格贵<br>基于质量等级<br>对几代人的大<br>家庭旅行来说<br>价格高昂 | 质量未知<br>非品牌酒店<br>的管理和服<br>务质量未知 | 作为休闲产<br>品，价值在于<br>长期使用，无<br>升值空间 | 需要根据位置的<br>季节性不同精心<br>设计                     | 昂贵、安全性、<br>产权人的维护责<br>任、服务缺失、<br>拥有第二套住房<br>的政策限制 |

其中有些商业模式虽然尚未在亚洲市场的开发商和消费者间普及，但是随着日益增长的中产阶级消费者寻求他们的“消费升级”（尤其是在中国），尝试这些新模式将具有更深远的意义。另一方面，中国公民购买海外房地产的限制依然存在，并且在大城市中购买第二套房屋的限制政策已经逐渐实行，因此开发商无疑会比以往更难通过传统的方式开发地产。事实上，已经有越来越多的开发商已经开始意识到采用创新方案进行项目开发将是其实现盈利和保持增长不可或缺的一项战略。

因此，开发商应抓住机会，通过引入创新的会员制方案，为买家提供明确的高品质假期住宿以及一系列其他会员福利和特权，从而占据这一利润丰厚的市场份额。根据我们的观察，目前市场上已经有集团公司开始认真考虑进入度假产品市场，并且一些国际性度假村业主/经营者逐渐涉足中国市场。目前正是采取行动的最佳时机。

在本文下半部分中，我们将详细介绍这些创新型商业模式及其可为开发商和消费者带来的好处，以及在中国国内旅游行业应用的方式。

## 关于作者:



PAUL DEAN

Email: [paul@dean-and-associates.com](mailto:paul@dean-and-associates.com)

Paul Dean 先生致力于国际度假村开发和休闲房地产领域已有 30 余年，尤其擅长综合性用途度假村的开发，其中包括亲自参与 20 多个国家和地区度假村项目的设立和产品法律架构的搭建。他拥有与国际酒店品牌合作的丰富经验，包括希尔顿、凯悦、洲际、卓美亚、凯宾斯基、文华东方、万豪和喜达屋，以及 Gleneagles、平安不动产、Six Senses、Soneva、Onyx 等。

Paul Dean 的专业领域涉及多种形式的旅游休闲地产，其中包括品牌冠名公寓、公寓式酒店、共享权益和私人住宅俱乐部以及分时度假。他擅长提供可行性分析、财务模型、概念开发和产品设计、产品法律结构、权益方案设计、运营预算准备、资金监管、市场和营销策略以及后续项目实施。

如需了解更多详情，请关注 Dean and Associates 网站：

[www.dean-and-associates.com](http://www.dean-and-associates.com)



瞿 沁

Email: [quqin@lawviewer.com](mailto:quqin@lawviewer.com)

瞿沁律师是上海恒为律师事务所的管理合伙人，上海恒为律师事务所是一家位于中国上海的精品律师事务所，其主要执业领域在房地产、外商投资和收购兼并。他拥有超过 15 年的丰富执业经验，曾经成功地代表房地产、零售和酒店行业、养老、资产管理的投资者处理商业交易和争议。

瞿沁律师长期活跃在酒店、老年住宅及商业房地产领域。他经常在房地产、养老和酒店行业论坛上发表演讲，例如亚太分时度假大会 (AOCAP) 和国际养老产业论坛 (IAHSA)。他还是中国法律教育培训中心的讲师，经常就商业地产的开发和运营实务的课题进行授课。

如需了解更多详情，请关注上海恒为律师事务所网站：

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