

2024上海国际旅游产业博览会|酒店工程博览会

产品名称	2024上海国际旅游产业博览会 酒店工程博览会
公司名称	暄日策划
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市奉贤区海坤路1号1幢（住所）
联系电话	17867946664 13917986994

产品详情

2024上海国际酒店及商业工程展览会|上海旅游产业博览会

2024.03.26-29

上海新国际博览中心

市场全面回暖，万千商机在等你！

面对产业转型变革往更高层面发展的契机，2024·大型酒店业展会——Hotel&Shop Plus在2024年3月26-29日·上海新国际博览中心诚邀您的莅临，携手共实现酒店品牌的多元升级以及供应链生态的打造。

专业贸易对接，行业顶级盛会！我们通过多年来专业买家的资源积累和宣传，将向12万+设计师、建筑师、地产商、开发商、酒店管理公司、物业管理公司等优质观众及采购商发出个性化邀请，让展商可以与采购商进行一对一签约洽谈，当面直接了解采购商的需求、战略以及采购动向。

2024再出发，正当时！

展位正式开售！C位有限，速来抢占！

2024上海国际酒店及商业空间博览会展品多样丰富，涵盖陶瓷卫浴及整体解决方案、墙/地面材料、户外设计、室内设计、智慧酒店、照明灯饰、智能控制系统、酒店用品综合、酒店家具、商业设计、智慧零售、清洁运维……覆盖17大展馆，展示高端、环保、新型的材料与产品，创意无限的设计，先进的智能化管理系统与设备，同期将举行“悟与行的探索之旅系列活动”，邀请来自酒店/设计/商业/清洁等领域

精英人士，共同为酒店及商业空间建设提供赋能。

从疫情后旅游业的出行意愿数据上来看，多数居民由长距离出游，转为利用周末开启周边的都市休闲、乡村度假等近程出游。大都市圈周边的“微度假”，正在成为行业中最“**儿”的主流力量。

中国社会调查所(SSIC)的国内旅游消费习惯调查显示，35.5%的被访者倾向于在旅游地停留“1~2天”、56.2%的被访者选择“2~3天”、8.3%的被访者选择“3天以上”。近九成的公众更青睐时间在3天以内的短途旅游，人们更加倾向于一月多次前往城市近郊或乡村旅游。轻休闲、微度假构成的旅游产品，如人口密度相对较低、有特色、自然环境优质的民宿或精品酒店类产品更容易受到游客青睐。

01

微度假旅游产品的主要特点

“微度假”以都市上班族为主要服务对象，整合休闲康养、精品购物、主题游乐、旅游度假及科普博览等各类项目，形成与休闲商务相结合的旅游产业，提供工作之余生活放松的休闲度假活动场所，正创造着经济新亮点。

1

微度假的核心特征是“微

“微度假目的地”是亲子游、周末游、自驾游时代的产物。它面向的客户是一群“8090新三有青年”——有娃、有车、有闲，30-40岁的80后90后中产家庭占一半左右。一般以出行者居住的大都市为中心，以自驾游为主要出行方式，利用周末的闲暇时间，寻找周边1小时车程以内，最多不超过2小时的目的地。“近程、易到、高频”是微度假的主要特点。

2

微度假的基本功能是“度假”

微度假需要能达到度假的基本目的，提供出行更加便利、形式更加灵活、活动更加自由、环境更加优美、体验更加优良的产品和服务，能让度假者在周末时光中体验生活本身的乐趣。

3

微度假的目的地形态是“小轻新”

占地小：尺度小、近距离、微景观是微度假目的地的发展优势。微度假的目的地形态很迷你，不需要占用大量的建设用地，通常占地几十亩，强调主题概念、景观创意、体验特色、产品创新等度假元素的多元有机组合，不浪费珍贵的土地资源，具有资源节约、生态友好的特性。

投资少：微度假不需要重投入，区别于传统大型的景区、设施或大型游乐公园。建设投资少，成本可控，还可根据市场需求及时作出更新调整，保持持续的竞争力。

创意新：微度假产品需要“小而精”，更新奇特的住宿产品、更别致的景观构造、更特色的文化体验，是文旅项目必须掌握的自我迭代能力。有颜值、有创意、有故事才是微度假项目唯一的立命之本，才让目的地拥有核心吸引物，成为吸引客群的打卡点和复游点。

02

微度假旅游产品打造要点

1

第一在选址上有一定的灵活性

微度假的一定是要基于游客市场需求比较大的城市，或者城市群，最好是在大中型城市周边做布局。选址一般要求具有良好的生态环境、旅游资源且靠近大城市。同时还要环境优美安静，目的地不能离马路太近，不能有公路等噪音源，不然会影响度假氛围，最好是离重要城市不超过2.5小时车程。

2

第二在业态组合上注重内涵延伸

旅游重在内涵延伸，逛风景不是真度假的范畴，微度假产品，必须要跟住宿业态，不管是标准酒店还是民宿，总之要结合才能形成完整的产品模型。当然微度假除了要解决高品质的住宿诉求外，还要承载着更多美食、艺术、社交、健康、娱乐、亲子互动等需求。微度假业态并非封闭系统，商业、娱乐、演艺、购物、体育运动等均属于微度假业态范畴，但在业态组合上有所要求，一是需要能够满足家庭休闲度假，即全龄段休闲的功能；二是需要能够保持高频度体验的吸引力。一定要有主题性，有网红项目吸引大家来。

3

第三以度假地产为补充盈利点

如果微度假旅游目的地的投资体量比较大，也可以通过地产来进行收支平衡。尽管旅游度假地产前景远大，但有一个无法回避的事实就是，当前的旅游度假地产模式，重地产轻旅游。这样的圈地卖房模式并不具备可持续性。旅游地产行业要紧跟市场打造高端“微度假”领地的概念。纵观全国度假市场，核心城市周边短途度假已经成型，顺应市场的变化，以5+2度假、1.5居为代表的城郊游憩地产也正值发展期

第四在产品设计上要有客群心理诉求

基于核心客群的心理诉求，乡村度假、运动康养、亲子休闲、文化体验、主题活动类等形式，将成为“微度假”的核心产品。由于“微度假”类产品多半缺乏稀缺性资源，必然要通过深耕客户粘性来实现生存与发展，这就落地到它的产品设计及服务品质的诚意。对于多元化、成熟化的客户需求而言，粗制滥造的产品很快会被主流客群所抛弃，这就需要在开发丰富的微度假产品基础上，有良好的运营模式来运作。

爆款微度假旅游产品经典案例

乡村篇

一个功能完善的城市近郊“微度假目的地”需要满足最基本的周末游功能：休闲、住宿、餐饮、服务。针对“度假”基础功能，我们以“住宿+”为核心，在落地形态上，可以是营地等非标住宿单元，也可以是品牌民宿等传统住宿单元，具体根据土地类型和开发主体的需求灵活调配。围绕“住宿+”，完善吃住行游购娱等一站式配套，涵盖游客度假的所有基础需求。“微度假”空间最基本的配置是——以特色体验型主题休闲景观为核心吸引物，配备10-30个特色住宿单元，小型生态停车场，文创购物店、特色餐厅等小型公共空间、针对家庭亲子的迷你休闲活动场所，以及为度假旅居人群服务的休闲农业、生态农业等。

1、乡伴模式——精准聚焦家庭亲子市场客群，打造一批“小而精”的度假产品

亲子主题的小型综合体（休闲体验）——由室外游乐场、亲子文化中心及亲子主题民宿组成，内容包括非动力儿童游戏场、绿乐园自然学堂、主题餐饮、文创零售及亲子民宿等业态。

民宿度假集群（田园民宿）——一批民宿的集体进驻。

小型休闲体验场所（休闲体验）和迷你公共空间（文化商业）——手作体验的木工坊和陶庐，手工造船的船艇工作室，皮划艇俱乐部哈雷俱乐部。公共空间有绿色美味的餐茶餐和文艺咖啡馆等。

针对度假人群的休闲农业和生态农业配套（有机农业）——种植养殖绿色健康食品的清自然农场。

2、乡村旅游创新住宿模式：装配式建筑产品盘活乡村闲置土地，建造特色民宿；非标住宿别墅类产品运营商与会员制民宿预定平台对民宿进行线下、线上专业化运营并流量导入；利用特产分享电商平台。将农特产品卖向全国。延长了农业产业链，形成乡村振兴产业闭环。

创新住宿——新设界为了加大闲置用地的利用，落地共享农庄民宿集群，通过绿色装配式建筑，新奇特，投入小，更快落地，更快运营，更快收回投资。

农业配套——在景观上，将温室花园、几何菜园、造型果园等创意，做成地标景观和核心吸引物。融入市民农场、田园开放餐桌、会员认养果园、有机特产电商等运营模式，接轨年幼的研学客群和年长的康养客群需求，拉长客群在乡村的停留时间和消费频次，让“微度假目的地”成为一种田园生活方式。

2

城市篇

随着微度假的潮流愈演愈烈，处于城市“微度假”的风口，城市商业地产该如何寻求差异化“突围”，从而“讨好”消费者和引爆“客流”，实现新一轮的重生呢？

1、打造体验式场景空间，实现商业的跨界融合 商业+乐园，商业+动物园，商业+剧场，商业+热带雨林，商业+都市农庄.....在体验式的大背景下，传统的商业购物中心可以叠加室内的农场、动植物园、昆虫馆、水景、花园等新奇特业态，消费者可以在购物中心近距离接触自然，这样原生态、近距离的大自然“教科书”，深受年轻人和带孩子的家庭消费群体的青睐。在商业综合体引入剧场也成为了当下的网红潮流和热点。

2、多元的经营理念，丰富城市商业的盈利渠道 除了传统的商业零售和餐饮功能，商业中心可以通过整合相关其他文旅业态、延伸消费场景，联动其他商家，从而达到良好的消费转化。可以从门票、周边衍生品、体验互动项目等方面进行营收。同时，原本商业中心的一些死角空间也借助这些业态打造体验式、故事化消费场景，激发消费活力。

END