

Comparative Study on Characteristics of Temporal and Spatial Distribution of Shanghai and Shenzhen International Hotel Group

Zhu Jiwei Wan Xiaojie Jin Jin Zou Guangyong*

School of Hospitality Management, Shanghai Business School, Shanghai

Abstract: This paper takes Shanghai and Shenzhen as the research objects. Through a comparative study of the distribution and development of international hotel groups, the paper can derive the characteristics and laws of their spatial and temporal distribution, and explore the factors affecting the development of Shanghai and Shenzhen international hotels. The main research conclusions are listed as follows: ① The spatial distribution characteristics of Shanghai and Shenzhen international hotels are similar, and they are mainly upscale hotel brands. However, the overall trend of temporal distribution changes is different. In particular, the number of new hotels in the central area of Shanghai increased sharply and then decreased, but it has been increasing slightly in Shenzhen; ② The number of Shenzhen International hotels is relatively small, but the expansion is fast; ③ The transportation and exhibition factors have a great impact on the spatial distribution of Shanghai and Shenzhen international hotels. The main research suggestions are: firstly, the government should reasonably control the number of hotels in downtown areas, and appropriately introduce incentive policies to strengthen the construction of international hotels in the suburbs

and peripheral areas; secondly, hotel groups can follow brand positioning, urban planning and macroeconomics and political events to choose the most appropriate time and place to enter, especially to establish urban traffic and exhibition monitoring indicators.

Key words: International hotel group; Spatial and temporal distribution; Influencing factors; Brand level

Received: 2019-12-05 ; Accepted: 2019-12-17 ; Published: 2020-01-03

沪深国际酒店集团时空分布特征比较研究

朱计微 万晓洁 金 瑾 邹光勇*

上海商学院酒店管理学院, 上海

邮箱: zouguangyongfrank@163.com

摘 要: 本文以上海和深圳两个一线城市为研究对象, 通过对国际酒店集团分布及发展扩张的比较研究, 得出其时空分布特征和规律, 探究影响沪深国际酒店发展的因素。主要研究结论如下: ①沪深国际酒店空间分布特征类似, 且均以高端酒店品牌为主, 但时序分布变化总体趋势不同, 尤其上海市中心地带新增酒店数先大幅增加而后减少, 而深圳则一直保持小幅增加; ②深圳国际酒店数量相对较少, 但扩张速度很快; ③交通及会展因素对深沪国际酒店空间分布的影响均大。主要研究建议有: 第一, 政府应合理地把控市中心地区酒店数量, 并适当出台鼓励政策, 加强近郊及外围地区国际酒店建设; 第二, 酒店集团可

以按照品牌定位、城市规划及宏观经济、政治事件等选择最为合适的时间与地点入驻，尤其是要建立城市交通及会展监测指标。

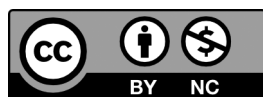
关键词：国际酒店集团；时空分布特征；影响因素；品牌层级

收稿日期：2019-12-05；录用日期：2019-12-17；发表日期：2020-01-03

Copyright © 2019 by author(s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 引言

饭店业是最早与国际接轨的行业之一，早在 1978 年国务院就成立了“利用侨资外资筹建旅游饭店领导小组”；1979 年签订草案建设白天鹅宾馆，于 1983 年建成开业，是中国第 1 家中外合作饭店；1979 年提交报告建设北京建国饭店，并于 1982 年建成开业，是中国第 1 家中外合资饭店。经过 40 年的发展，国际酒店在我国一线城市的分布已经成熟，并呈现快速向二三线城市扩张态势。相比国际酒店，我国酒店行业起步相对较晚，虽然已有锦江、首旅如家以及华住三家集团在 2017 年度《HOTELS》全球酒店集团规模排名中位列前十强，名次也有提升趋势，但大多以本土扩张为主，且其定位多为中低端酒店市场，在发展中遇到同行竞争激烈、管理人才不足以及经营方式不够完善等问题。

为了更好地探索国际酒店的扩张策略及借鉴其发展经验，本文在京沪国际酒店集团时空布局研究基础上，通过分析沪深国际酒店集团扩张规律，以此进一步总结国际酒店的市场定位和市场结构等特点，从而提炼出更具一般性的布局规律及差异性特点。

2 理论基础

2.1 酒店城市选址的理论源头与研究概况

选址问题的研究最早可以追溯到 19 世纪初期（1826 年）[1]，德国经济学家杜能发表农业区位论专著《孤立国》，提出“杜能圈”；继而，韦伯在 1909 年发表《纯粹区位理论》，提出工业区位理论[2]；其后中心地理论及空间竞争理论的出现，使得整个区位理论体系不断充盈[3]；后经行为经济学家的不断修正与完善及结构主义经济学家杰出贡献所做出的补充[4]，相关理论分析结构更为全面、宏观，开始由新古典理论向现代区位理论转变[5]；现代理论研究阶段，Porter 掀起了西方经济学界对于区位理论研究的热潮[6][7]，随后 Krugman 在集聚理论方面的成就使得现代区位理论迎来了空前的繁荣期，其核心点在于规模经济、外部效益、向心力或离心力及区位竞争等。服务区位论远晚于农业及工业区位论，主要是源于二战后发达国家服务业产值快速增。由于服务业态的多元性与差异性，首个服务业区位论——中心地理论，无法对各类服务的区位现状、特征及形成做出明确而又合理解释。近年来国内外学者对于服务区位的研究成果颇丰，但研究方向分散化，理论模型多样化，服务业区位理论体系尚未形成。

国内对此的研究亦起于 90 年代末期，张文忠从经济区位理论出发，以大城市为研究对象，主要研究了不同类型的服务业区位特征及其布局的理论依据[8]。陈宪及闫小培通过服务业四分法和区位过程理论中的几大区位要素及环节[9][10]，建立可以解释、适用不同服务类型的理论框架，其中包括一般和特殊服务业区位论。方远平等对服务业区位论的发展路径及相关理论做了详细的文献述评，并在此基础上提出了服务业区位的四大影响因素[11]及实证研究的基本框架[12]。国内对于服务区位论的研究初成体系，酒店业作为服务业中的一大重要产业，研究其选址成因的文章不在少数，但由于其复杂多变，仍待进一步的梳理。

2.2 酒店城市分布的时空特征及影响因素研究

时空分布特征研究,即从时间序列及空间双维度开展研究。国内学者大多关注空间维度,一般以某一区域(城区、市、省、国家)的星级酒店、经济型或高端酒店为研究对象,其内容主要涉及星级及产品差异化[14][15]、空间可达性[13]、区域间对比[14]、历史发展[15]、集聚程度[13][16]及城市路网形态[13][16]等,并运用空间句法、ArcGIS空间分析技术、文献搜集等方法,分析和探讨空间布局特征、演化规律或影响因素。从研究角度出发,文章大致可以分为两类:一为某一区域的酒店布局研究,如石榴花运用空间统计技术获取北京市星级酒店空间分布的点数据面数据,通过分析得到星级酒店大体呈现集聚分布,星级与密集程度正相关[17];二为某一集团的城市扩张研究,李朋采用定量与定性相结合的方法,结合了国际酒店集团在我国的时间扩张进程和空间结构演化特征,概括得出渗透式、等级式、复合式等三种扩张模式[18]。

近年来,学者们对于空间布局的研究趋于精细化、聚焦化,较有代表性的有特定事件[19]对空间分布的影响,市场结构、市场行为和市场绩效[20](SCP框架)的相互影响;视角趋于多元化,如基于主客体视角[21]、“一带一路”视角[22]等;对于对象的选择也从原来的一线城市(北上广)及沿海城区向二三线城市及内陆转移,选择酒店的类型更为多样化。

酒店空间分布方面的研究趋于完善,然而时空演化领域鲜有涉及,此类论文一般选择特殊事件[22]、政府政策、经济情况等宏观环境为划分时间序列的主要依据。刘炼鑫等结合经济大环境及相关政策导向,截取六大时间节点,在时间演化特征的基础上,探索和分析空间演化特征,最后从四方面进行酒店业联动多尺度研究展望酒店业的空间联动发展[22]。宋文静从数量规模及经营管理两大角度分析时间维度特征[23]。朱计微则是从京沪两地对比的角度,对两地国际酒店分布进行时空结合分析[24]。

选址的影响因素是选址理论中“为什么选择某一位置”的原因所在。文吉[25]基于7大动力因子及13个次级指标构建起星级酒店发展的动力系统模型,具有国内选址因素研究方面里程碑式的影响,后人不断归纳总结,影响因素大致可以分为五类:一为城市布局与规划:交通可达性[16][23][26]与道路密

度 [27]、空间集聚、与市中心的距离远近及协同关系 [27]；二为区域经济：经济水平、商业 [23] 与商业中心、会展 [23]、人均消费水平、对外经济联系；三为旅游资源 [26]：旅游发展水平、国内及入境客流量 [28]；四为政府行为：行政中心、政策引导 [23] 与投资；五为社会文化 [26]：历史背景、人文情怀等。运用到的主要方法有最邻近指数、Kernel 核密度分析及建立缓冲区等。

2.3 酒店时空分布影响因素指标体系

根据对选址理论的梳理，本文结合酒店业的实际情况，给定以下概念，酒店选址理论为各空间分布、时间序列因素对酒店选址产生的影响。

为了更好地探究酒店选址的原因及时空分布的影响因素，笔者根据相关文献的梳理及前人的基础，构建了以下指标体系，详情请见表 1。

表 1 酒店时空分布影响因素指标体系构建

Table 1 Construction of index system of influencing factors of hotel spatial and temporal distribution

分析对象	一级指标	二级指标	指标说明
空间分布 影响因素	可达性	交通主干道	交通的可达性，决定了顾客前往酒店的交通工具及花费的时间和精力
		机场、火车站分布	
	旅游资源	旅游景区质量等级	旅游资源是旅游业的基础，是吸引休闲度假型旅游者的重要因素
		与酒店的距离	
	商业中心	服务产品	商业中心是一个城市内部商业活动集中的地区，满足顾客的各类需求
		消费群体	
		与酒店的距离	
	会展	会展类型	会展是传递信息的群众性社会活动，会展的不同类型及举办频率可以有效吸引休闲度假游客及商务游客
		举办大型会展的次数	
		与酒店的距离	
时间序列 影响因素	重大事件	事件发生前后酒店数量变化	对旅游、酒店行业有较大影响力的事件
	政策支持	政策出台前后酒店数量变化	促进或抑制旅游业发展的各方面政策

2.4 小结

近年来，学者对于选址理论的研究趋于实际，而疏于理论；对酒店时空分布特征的研究，重空间维度，而轻时间序列；对酒店选址影响因素的研究，不断创新，研究角度多元化，但仍需进一步的梳理与明确。基于以上文献，本文将基于选址理论，从成因入手，即影响因素，同时注重时间及空间两大维度，

探索沪深国际酒店集团选址特征及成因的异同点。

3 研究方法 with 数据说明

3.1 研究方法

在数据搜集及归纳整理方面,本文运用归纳分析法,借助SPSS统计分析软件,分析并归纳沪深两地的282间酒店的时空分布一般特征,借助ArcGIS空间分析软件,以开业时间及品牌层次的9种相互组合为图例项,绘制两地酒店分布图,分别研究沪深两地国际酒店集团时空分布特征;同时运用比较分析法,根据整理所得的数据,分析和比较沪深国际酒店集团旗下品牌酒店在时间序列与空间维度上扩张、布局的异同点。

3.2 数据说明

本文中的国际酒店集团是指由自建及收购的酒店品牌或各类资产相连接而形成的酒店连锁集团,且该集团的发源地及设立的总部在中国大陆地区以外的国家及地区(即含港澳台地区)。酒店基础信息资料由携程网、艺龙网的酒店搜索结果整理所得,截止日期为2018年12月31日。

时间序列方面,综合考虑国内大事件的发生,如2008年北京奥运会及2010年上海世博会,对中国旅游业产生了巨大的推动作用,上海作为奥运会足球项目的比赛场地之一,许多酒店为了迎接奥运会的到来,在2007年就陆续开业,故笔者认为应将奥运会的拉动效应追寻至2007年;另外,上海自由贸易区和深圳蛇口自贸区分别于2013年、2015年挂牌,对两地的经济发展都带来了深远的影响。

结合酒店资料可知(见图1),深圳的酒店年增长趋势整体较为平缓,起伏波动较小,近乎一条斜率稳定的直线,无法按照增长速率的变化准确划分时间段;上海的年增长趋势波动幅度较大,2006年前整体趋势平缓,2007—2012年间每年新增酒店数量变化起伏幅度较大,2013年之后酒店增长稳步攀升,整体态势良好。故据此本文以2007年及2013年为时间节点,以6年为时间段,将国际酒店集团在上海及深圳的扩张分为三大时期,上海:2006年以前(含2006年)

的品牌导入期, 2007—2012 的飞速成长期, 2013—2018 的近饱和和成熟期; 深圳: 2006 年以前 (含 2006 年) 的品牌导入期, 2007—2012 的缓慢成长期, 2013—2018 的发展上升期。

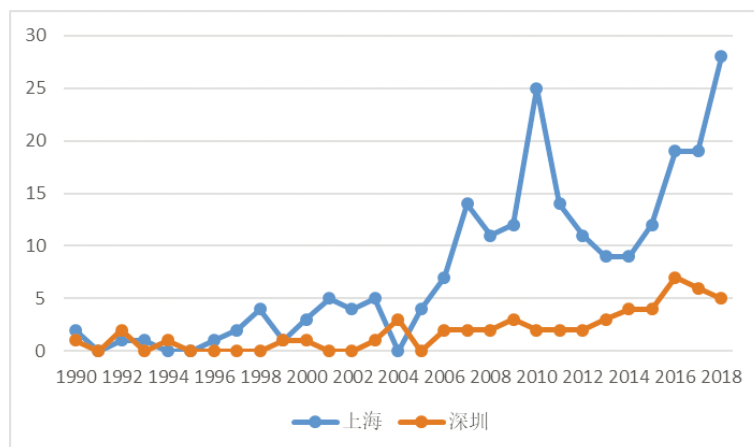


图 1 沪深国际酒店年增长图

Figure 1 Annual growth chart of Shanghai and Shenzhen International Hotels

4 沪深国际酒店集团时空分布特征对比研究

4.1 沪深国际酒店集团一般特征研究

空间序列方面, 综合考虑各方面因素 (区县、环线等), 本文以酒店与市中心^① 的直线距离作为空间划分的依据, 并由此划分为五个区域: 第一区域为距市中心 5 km 及以下地区, 第二区域为半径 10 km 及以下地区 (不含前者, 下同), 第三区域为半径 15 km 及以下地区, 第四区域为半径 20 km 及以下地区, 第五区域为其他地区。

为了更加直观的表现出沪深酒店时空布局趋势变化, 本文通过 SPSS 以时间和距离市中心的直线距离 (km) 为横纵坐标, 分析其总体趋势^②。

① 上海市、深圳市市政府所在地。

② 注: 上海和平饭店建于 1929 年, 后被收归国有, 故在此忽略不计。

通过图2和图3可以发现沪深酒店时空布局趋势大致相似，但深圳发展远晚于上海，上海国际酒店数量已成规模，体系趋于成熟，深圳酒店业的发展则一直比较稳定。自1990年至2010年，沪深酒店基本开设在距离市中心10km以内；2010年至2015年，上海酒店业蓬勃发展，中心区域市场趋于饱和，因为传统商业中心地区相关资源的稀缺以及市中心商业成本高等因素，出现了向郊区拓展的趋势，上海酒店开始以市中心为 midpoint 大肆向郊区扩张，速度快、范围大，由集中向分散发展，但仍将位置控制在距离市中心20 km 以内的区域，以保证商圈资源的最大化利用，然而此阶段深圳则仍处于较为缓慢的发展阶段，发展趋势并不明显；自2015年后，深圳的酒店仍然继续向外扩张，将酒店分布在距离市中心20 km 以外的区域，上海酒店则停止向外，选择将大部分酒店开在距离市中心20 km 以内的区域。

深圳作为经济特区，商圈数量多，分布较分散，深圳酒店主要遵循核心——边缘的模式的空间结构，各商圈酒店组团式分布，深圳酒店可以远离市中心同时保证商圈资源的获得。而上海商圈分布较为集中，各国际酒店集团为确保最大利益的获得，就不会在此区域出现超负荷之前向郊区发展过多。

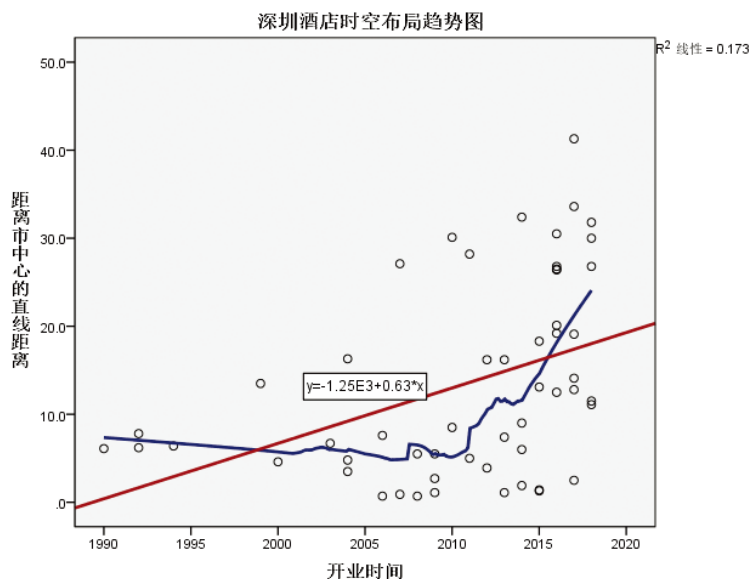


图2 深圳酒店时空布局趋势图

Figure 2 Trend chart of space-time layout of Shenzhen hotels

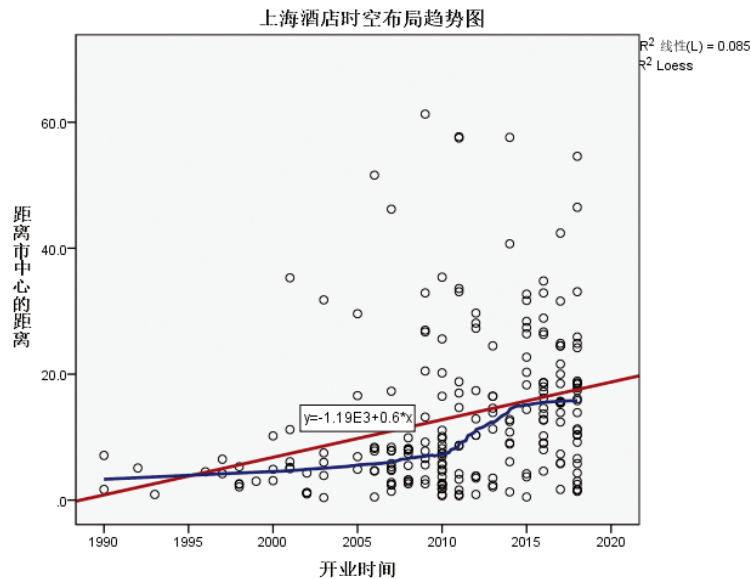


图 3 上海酒店时空布局趋势图

Figure 3 Trend chart of space-time layout of Shanghai hotels

4.2 空间分布特征研究

4.2.1 分布现状分析

2006 年及以前,国际酒店集团在上海及深圳的发展虽都处于缓慢起步阶段,但两地呈现出不一样的发展态势。在两地开业的国际酒店数量分别为 41 家及 12 家。入驻上海的国际酒店集团的数量远超过深圳。入驻上海的酒店集团主要选择交通相对便利、经济相对发达,商业、娱乐等各方面设施相对完善的 5 公里以内范围。而深圳的主要发展区域为距市区 5—10 km 内,约有半数的酒店在此区域内发展。深圳市区的酒店数量仅占 2006 年及以前全部酒店数量的 33% (见图 4 和图 5)。

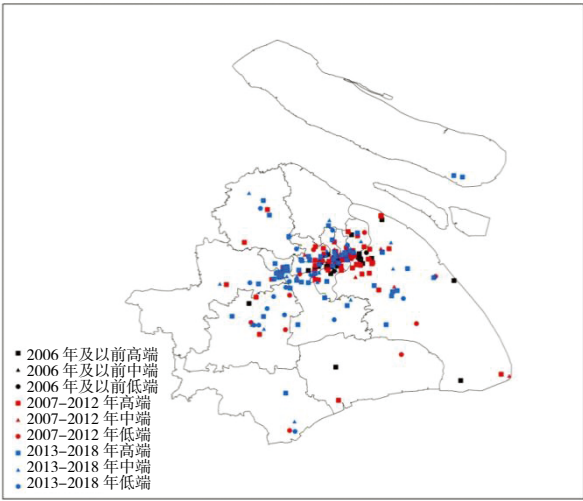


图 4 上海不同层级酒店分布

Figure 4 Distribution of hotels at different levels in Shanghai

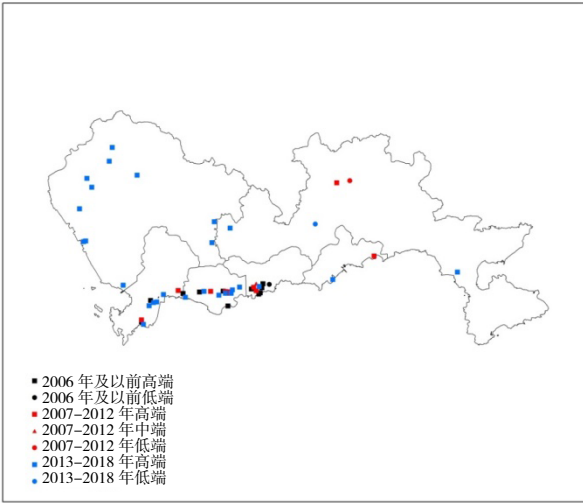


图 5 深圳不同层级酒店分布

Figure 5 Distribution of hotels at different levels in Shenzhen

2007—2012 年，上海进入蓬勃发展期。市中心地区酒店集中程度较高，且近郊业开始逐步有国际酒店集团选择入驻，而深圳还处于平缓发展期。上海市郊差距逐渐被拉近，但是其发展重心仍放在中心城区。在这一阶段，国际酒店集团旗下品牌酒店的数量大幅增加，其上海处于快速发展阶段，这六年期间，

上海开设酒店 87 家, 而深圳只有 13 家。

2013—2018 年, 上海经过前 6 年的高速发展, 在此阶段呈平稳增长态势。而深圳则进入快速增长时期。在此阶段内, 上海共新开酒店 96 家, 深圳 33 家。上海呈现出“中心放射”状分布, 市区、市中心的酒店数量已接近饱和, 而郊区相对于市区而言, 地价相对便宜, 虽周围配套设施没有市区完善, 但也拥有一定的商业中心和经济规模, 因此国际酒店集团也开始向郊区发展。而深圳也在发展市中心区域的同时, 和上海相同, 以发展郊区酒店数量为重, 这也是日后酒店发展的主要方向。因此, 不论上海还是深圳, 两地在 20 km 以外的酒店数量不断攀升。

上海在 2007—2012 年有小型集聚区的出现, 其集中地区位于市中心, 上海的腹地, 也是黄浦江两侧。这一地域内国际酒店最先入驻, 发展最为迅速。同理, 深圳集聚区是在 2013—2018 年间出现, 其分布特征是以深圳河沿岸发展, 为条状分布。不论是黄浦江还是深圳河都是两地经济发展的源头所在。这也是为何两河沿岸地区酒店业发展较为迅速的原因之一。

4.2.2 分布特征比较

国际酒店集团在上海的空间分布总体呈现以下特点: 地域集中度较高、中高端酒店分布不平均, 呈现出“近密中疏远稀”的特点, 由市中心 5 km 以内向外围扩散式发展。深圳的特点为: 地域分布不均, 中心地区集聚现象尤为明显, 中部和外围地区几乎没有分布, 呈现“近密远稀”的特点。

为更加深入探讨上海及深圳的酒店空间分布特点, 笔者选取一个典型的集团——万豪, 分析比较两地酒店的不同特点。选择此为研究对象的原因具体如下, 首先是因为其是国际上排名较前的酒店集团, 拥有较大名气、声望较高。其次是由于深圳国际酒店数量较少, 在入驻深圳的国际酒店集团中, 万豪拥有的酒店数量最多, 因此可信度更高。

万豪酒店集团在上海共计 13 家酒店, 其基本符合总体特点, 随着时间的推移, 发展重心逐渐由市中心 5 km 以内转向外围地区。三个时期内开业酒店分布较均匀, 以 5 km 以内市中心和 10 ~ 20 km 的中部区域为主。在 2017 年, 上海崇明喜来登酒店在崇明开业, 这是万豪集团旗下离市中心最远的一个酒店。而深圳

酒店业起步较晚，万豪集团在深圳共拥有 8 家酒店。2013 年，深圳欢乐海岸万豪行政公寓开业，此酒店距离市中心 7.4 km 到 2018 年开业的深圳联投东方万怡酒店，距离市中心 31.8 km。三个时期阶段内，深圳酒店不断向外扩建，但依旧呈现出 5 km 以内中心区域酒店密集程度明显的状况，基本符合总体特点。

数量方面，结合图 6，上海的国际酒店数量明显多于深圳。结合各国际酒店集团在两地的空间分布来看，上海主要地域发展不均匀，高中低端酒店分布比例不协调，酒店密集程度由市中心 5 km 以内向外递减。其中，高端酒店主要呈现从内向外逐步递增的态势，中低端酒店主要以市中心为主，逐渐向 5 ~ 20 km 以内的中部区域扩散，20 km 以外的地域少有涉及。此外，我们可以清晰的从图 2 中看到，在中部及 20 km 以外区域，低端酒店的数量要明显高于中端酒店的数量。而深圳，地域集中度明显，呈现由高端酒店同样呈现由 5 km 以内向外扩散态势，然而，从图 3 中可以了解到，中低端酒店除 5 km 以内的市区区域外，中部和外部基本没有涉及，这也是深圳未来酒店发展的重头区域。

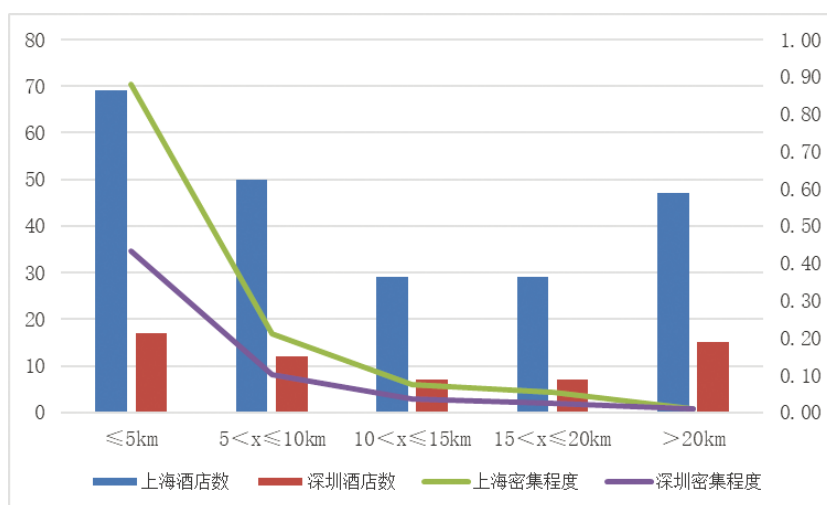


图 6 上海及深圳不同区域国际酒店总数及密集程度^③比较

Figure 6 Comparison of the total number and intensity of international hotels in different regions of Shanghai and Shenzhen

③ 注：密集程度根据各区域的新增酒店数与该区域的面积之比得出。

4.3 时序分布特征研究

4.3.1 分布现状分析

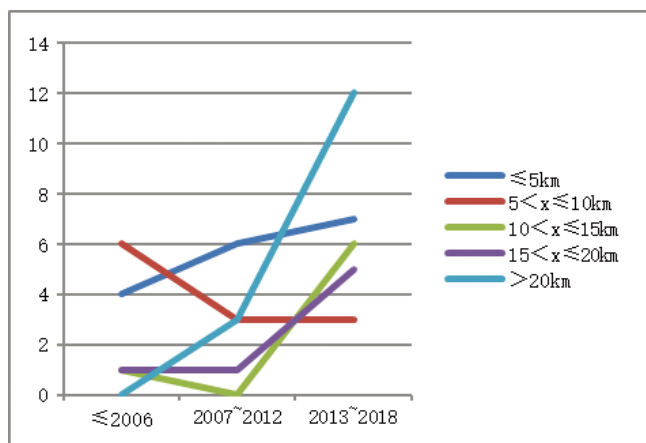


图7 上海不同阶段各区域的新增酒店数

Figure 7 Number of new hotels in different regions in different stages of Shanghai

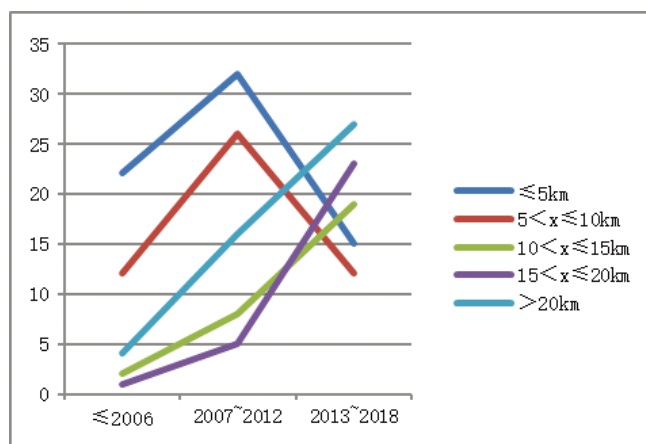


图8 深圳不同阶段各区域的新增酒店数

Figure 8 Number of new hotels in different regions in different stages of Shanghai

第一区域内，在2006年及以前的阶段中，市中心酒店数量最为密集且发展较为稳定，市中心以外地域下鲜有国际酒店集团涉及。市中心酒店数最多，高达22家，占总数的54%。而到了2007—2012年间，上海经济稳步发展，且

由于相关政策及世博会的举办,市中心5公里以内的酒店数量有了大幅提升,5 ~ 10 km 以内的近郊区域也开始稳步发展,逐渐拥有近郊集聚区。到了第三阶段2013—2018年,市区内的酒店基本空间布局已经成型,此阶段内,大于20 km 的远郊及近郊区域是发展最迅速的。虽酒店数量无法和市中心相比,但也不容小觑。

深圳却和上海相反,在2006年及以前,深圳国际酒店崛起的地方是5 ~ 10 km 的市中心边缘区。1992年,中央将罗湖、福田、南山设为经济特区,而福田区为深圳市中心。国际酒店纷纷选择距市中心有一段距离,但交通便利程度及周边设施也相对比较完善,且地价没有市中心高的中心边缘地区发展,即5 ~ 10 km 内的南山区和罗湖区。2007年,深圳又出台营商环境改革“20条”,对标新加坡和香港等发达国家和地区,以世界银行营商环境评价体系为参照,加大中心地区资源的引进,随着政策的支持,市中心区域的国际酒店开始逐年增加,且增加数量要大于市中心边缘地区。

上海的15 ~ 20 km 区域基本属于中部地区。此区域酒店业起步晚、数量少,增长缓慢。深圳15 ~ 20 km 内酒店的数量也同样屈指可数,2006年及以前,只有一家国际酒店开业;2007—2012年,深圳该区域酒店呈现零增长,这一情况直到2013年才得到改善,截至2018年,这一区域内共有7家酒店。除此以外,第一家国际酒店的低端品牌(速8)也正式入驻深圳。

20 km 以外区域,地理范围广,但大都属于郊区范围,经济水平相对较低,其酒店业的起步同样较晚,但发展速度较快。上海在2006年及以前仅4家酒店,到了2007—2012年间,新增酒店数量急速上升达到16家,同时期占比18%。到了2013—2018年这一阶段,这一地区的新增酒店数不减反增,数量高达27家,较上一阶段又有了大幅的提升。深圳在这一地域内的发展速度较上海有显著提升。2006年及以前,深圳还没有酒店开业,但在2007—2012年间,深圳开业了3家酒店,同时期占比23%,比上海要高5个百分点。与此同时,在2013—2018年间,深圳这一区域内的酒店增长占比都要高于上海。

4.3.2 分布特征比较

上海国际酒店集团时序分布特征为:随着时间的推移,各区域差异大,中

心地带先增后降,外围地区逐步提升。深圳时序分布特征为:时间分布的不均,各区域差异大,中心边缘区域随时间推移先增后降,中心及外围地区逐步上升,总体呈现上升趋势。

同样以万豪为例其在深圳拥有最多数量的国际酒店且开业时间都有一定的规律可循。万豪酒店集团在上海共计35家酒店,在2006年及以前这一阶段在内环已经拥有6家酒店,2007—2012年的新增酒店数大幅增加,到了2013—2018年间新增酒店数急剧下降;中环、外环以内地区,处于平缓发展阶段,趋势较平缓;而外围大于20 km地区,在2006年以及前,酒店数处于最末尾,随着时间的推移,新增酒店逐渐上升,到第三阶段时,已处于首位。万豪酒店集团在2006年以前,在深圳有且只拥有一家酒店,处于5 km以内的中心地区,2007—2012年增加了6家酒店,国际酒店数量急速上升。2013—2018年深圳又新增酒店8家,正式进入了蓬勃发展期。5 km以内酒店数量在三个阶段内都处于平稳上升的态势,万豪在中心边缘地区只拥有两家酒店,距市中心10 km以外及外围地区酒店数量都呈现出大幅增加,速度较快。万豪酒店集团的时空分布特征基本上与深圳国际酒店集团的时空分布特征吻合。

时空分布的具体特征是:酒店发展最为快速的时期是2013—2018年,差异是此阶段为深圳酒店的蓬勃发展期,而上海在此阶段已处于增速放缓的缓慢增长期。上海酒店发展区域基本上随时间的推移,逐渐由以中心为主,向外扩散。而深圳是随时间的发展,以市中心边缘为起点,向市中心和外围地区扩散。两者随时间推移都以某一地域为起点,呈向外扩散的态势。两者最大的差异在于,在同时期阶段内,上海酒店业的增速要明显快于深圳酒店业。

4.4 酒店品牌选址研究

为了研究沪深酒店品牌的选址,将酒店品牌以高、中、低端进行划分,分别计算三种品牌距离市中心的平均距离。研究发现:沪深的低、高端酒店选址区域类似。将低端酒店开设在城市边缘区域,此区域经济发展和客户需求水平都较低,低端酒店可以满足需求;市中心区域商业成本过高,面积较小且地租高昂,因此高端酒店没有开设在市中心区域,而是在距离市中心10 ~ 15 km的

区域。上海商圈集中,以市中心区域为中心向外发展,经济水平和客户需求层次都随之降低,上海酒店选址基本符合选址一般规律,经济水平和客户需求层次越高,酒店等级越高,而深圳商圈数量较多,分布较分散,经济中心区域呈条状,对市中心区域的要求相对上海较低,深圳酒店选择将中端酒店开设在市中心区域。而且,上海和深圳的国际酒店品牌以高端酒店为主,与沪深的高需求水平相符合。上海的低端酒店偏于远郊,中端酒店偏于近郊,高端酒店以市中心区域和近郊为主,酒店品牌等级主要和与市中心的距离,即经济发展水平挂钩。深圳低、中端酒店相对较少,主要处于市中心 5km 以外区域。深圳高端酒店的分布极其均匀,从距离市中心 0.7 km 至 41.3 km 内都有分布,看似不符合规律,但鉴于深圳虽然以福田区为深圳市中心,其经济中心呈条状布局,位于深圳南部,因此深圳高端酒店的选址是沿着条状经济区进行分布的,仍具有特殊意义上的经济中心集聚区,其总体布局具内密外疏特征。

4.5 小结

总体而言,上海酒店业时空布局主要是从中心向外扩张的环状分布,而深圳则是顺河沿岸扩张的条状分布。两地虽都为一线城市,但由于发展时间先后不同,深圳国际酒店集团数量要明显少于上海。虽然沪深的地理特征和扩张方式不尽相同,但上海可以为深圳提供国际酒店发展模式方面的借鉴。

5 沪深国际酒店时空影响因素研究

5.1 空间因素

5.1.1 交通因素

交通是商品贸易的基础,它是影响酒店选址的重要因素之一。交通因素包括城市对外交通以及内部交通,城市对外交通是城市自身与其范围以外地区之间连接的交通,包括铁路干线、公路、内河及海港运输、空运等;城市内部交通是连接城市中各个地点的道路、水道网及各类工具的总称。内外交通结合的位置如火车站、机场等更容易受到国际酒店择址的青睐。

上海可大致分为内、中、外环,各地区数量及密集程度都逐级递减,外环以外地区起步虽晚,但其优势在于地域面积广,拥有潜在发展机会,在中心趋向饱和后,外围地区数量稳步上升。市中心的交通便利程度远超外围地区,轨道交通、道路、公交线路等在中心城区分布密集、数量较多,大多数酒店选址倾向于临近地铁站点的有利位置;然而在外围地区有很多公交是跨区巴士,路线长、班次时间相隔也长,此外轨道交通也还未遍及,给生活和出行带来不便。

表 2 上海及深圳机场与火车站 5km 半径内酒店数量

Table 2 Number of hotels within 5km radius of Shanghai and Shenzhen airport and railway station

城市	地点	建设年份	数量
上海	上海虹桥国际机场	1921	22
	上海浦东国际机场	1999	1
	上海火车站	1908	51
	上海南站	1998	11
	上海西站	1907	11
深圳	深圳宝安国际机场	1991	3
	深圳火车站	1950	10
	深圳东站	1911	4
	深圳北站	2007	3
	福田火车站	2015	14

由于各大机场及火车站的建成年份较早,比多数国际酒店的开业时间早,因此以此为选址依据可行,在机场及火车站建成后,能够更好的与外部接轨,给国际酒店进入中国市场带来了可能性,就上海而言,老牌知名机场及火车站周围的国际酒店数明显较多,但此因素对于深圳的影响则较小。

上海四大火车站^④及两大国际机场方圆 5 km 内乃至内部有诸多国际酒店,比如上海浦东机场华美达广场酒店、上海虹桥机场华港雅阁酒店等。深圳虽然整体数量远不及上海,但分布规律总体一致,北环大道以内地区酒店集聚,交通条件同样突出,位于市中心附近的深圳火车站及福田站 5 km 内的酒店数明显多于其他地区;虽然深圳宝安国际机场远离市中心(行车距离 32 km),但其附近有 3 家国际酒店分布,起步稍晚,均于 2016 年后陆续开业,借鉴上海的经验,

④ 注:上海虹桥火车站与上海虹桥机场距离较近,故不单独列示。

在未来几年中,在机场附近的酒店数应该会有一个较大程度的提升。

对外交通通畅、内部交通顺畅以及内外部交通结合点数量的增多,极大程度上提高了可达性,为顾客出行便利创造了条件,可以有效吸引远途旅游者,因此,交通因素是酒店选址理论中最重要的因素。

5.1.2 旅游资源

旅游资源是旅游业发展的前提与基石,旅游景区的等级和与酒店的距离是影响酒店择址的重要因素。5A级景区的服务质量、口碑和宣传等各方面都较优,是外地、外国游客旅游的首选,因此在酒店选址时,会在交通便利的前提下着重考虑该因素。

上海有3家5A级景区:东方明珠、上海野生动物园及上海科技馆,其5 km半径范围内的酒店数分别为48、1及24家,上海野生动物园位于浦东新区南六公路,距市中心30 km位置偏远,早年未有直达地铁出行不便,大多为自驾游客,由此导致周边酒店数量较少。深圳共计两大5A级度假旅游区,其中世界之窗、欢乐谷及锦绣中华民俗文化村都隶属于深圳华侨城旅游度假区,同属5A级景区,故四者周边的酒店数量相仿,位于市中心的度假区可以给酒店带来源源不断的客流;深圳市观澜湖休闲旅游区情况则较为特殊,景区位于东莞和深圳的交界处,距市中心较远,景区面积较大(20 m^2),包含高尔夫中心及本土度假酒店,因此在深圳市范围内并无与其临近的国际酒店分布。

对于来该城市旅游的消费者来说,酒店距离目的地景区的远近是考虑因素之一,而对于国际酒店来说,旅游资源也是择址时必须考虑的因素。

5.1.3 商业中心

商业中心是一个城市内部商业活动最为集中的地区,一定程度上反映了周边地区的消费环境以及周边居民群众的消费能力,形成购物、餐饮、旅游、休闲、娱乐、金融、商务的有机集聚,辐射力极强,可以有效带动周边酒店产业的发展。上海市级商业中心有24个,上海商业中心空间分布呈“向心集聚”,开始出现新的商圈。深圳拥有三大主力商圈,分别是东门商圈、华强北商圈以及南山商圈。

表 3 沪深商业中心区域内酒店数量

Table 3 Number of hotels in Shanghai and Shenzhen business center

城市	商业中心	服务产品（主要）		消费群体	商务中心 面积	数量	酒店类型
		共同点	特色				
上海	中山公园	购物、 餐饮、 休闲、 娱乐	教育、多媒体	年轻白领	1.147 km ²	49	商务出行
	人民广场		百货、文化	当地年轻人及外来游客、旅行团	0.14 km ²	67	休闲度假
	五角场		日常消费、体育、 创新、商务	中档消费者	3 km ²	8	商务出行
深圳	东门商业区		百货、商务、文 化	高端商务人士、年轻 客群、游客	0.176 km ²	3	商务出行
	华强北商业区		百货、商务	商务人士、年轻客群	1.45 km ²	3	商务出行
	南山商业区		商务、博览、文 化、海滨	中高档消费者以及外 来游客、旅行团	1.35 km ²	8	休闲度假

通过上表可以发现，各大商圈的特色服务产品各不相同，其针对的主要消费者群体也不一样。特色服务产品偏向于百货、文化类的商业中心大多是面向年轻客群和一些外来游客，此类的消费者来此购物、游玩居多，在当地过夜的可能性较大，因此其商圈内的国际酒店数也较多，主要以休闲度假酒店为主。而其他以商务作为主要产品的商业中心的消费者主要是因出差而到此地的商务人士，其对酒店的地理位置要求较高，要求酒店靠近城区或商业中心区，因此此地以商务型酒店为主。

商业中心规模大、人口流动快，容易产生较大的集聚效应，拥有很多高消费客群，为酒店带来了大批中高档客流，与此同时，酒店的顾客也会相应的选择在就近的商业中心购物、娱乐或是进行其他商务活动，极大地方便顾客的各方面需求，不仅提高了顾客满意度，也为商务中心带来了收益，两者相互促进、相辅相成，形成良性循环。

5.1.4 会展

会展是影响酒店发展的一个重要因素。会展和酒店两者相辅相成。会展会为酒店带来客源，而酒店是会展强有力的支撑。随着城市会展水平的不断发展，参展人数的增加为酒店业带来了巨大的经济支持。2018 年上海进口博览会首次在中国举办，吸引了大批参展商和观展者，据统计，总参展人数高达 7.2 万人次，

同时期内,上海国家会展中心作为举办地,其周边酒店入住了来自 90 多个国家的参展商和参观者。大幅提升了周围酒店的经济效益。

表 4 上海及深圳主要展馆 5 km 半径内酒店数量

Table 4 Number of hotels within 5 km radius of main pavilions in Shanghai and Shenzhen

城市	展馆名称	数量
上海	上海国家会展中心	24
	上海展览中心	64
	上海国际展览中心	58
	上海新国际展览中心	13
	上海光大会展中心	23
深圳	深圳中亚会展中心	4
	深圳国际展览中心	10
	深圳国际贸易中心	10
	深圳会展中心	14

上海酒店市中心集聚程度较高,从中向外逐步扩散。由表可以清晰得到位于市中心且开业最早的上海展览中心附近拥有最多国际酒店。上海国家会展中心,上海新国际展览中心及上海广大展览中心都属于 2000 年之后竣工的展馆且都处于近郊区域,其中上海国家会展中心是 2015 年竣工,是最晚竣工的展馆。但由于其是唯一一家上海市政府和国家商务部共同建设的展馆,众多大型重要展会在此举办,因此,周围国际酒店的数量和另两家旗鼓相当。

深圳的展馆主要分布在经济相对放大且商业发达的市中心区域,在这一区域的展馆周围的国际酒店分布最密集,例如,深圳会展中心拥有 10 家酒店。而位于较偏远的深圳中亚会展中心有且仅有 4 家酒店。从深圳和上海的展馆分布中我们可以得到,展馆所处位置及展馆等级等对酒店业有较大影响。

5.2 时序因素

5.2.1 重大事件

近十年来,上海国际酒店的发展可以说是跌宕起伏,而深圳的发展相对平稳。在 9·11 事件后,美国 and 很多西方国家纷纷发出劝诫令,一些国际组织和民间会议被延期甚至是取消。然而就在恐怖笼罩全球之际,上海如期并十分成功地

举办了 APEC, 会议举办之成功、组织之良好、氛围之轻快令世界对中国和上海刮目相看。此后, 上海举行了很多大型的国际会议, 包括一些出于安全考虑可能需要推迟或取消的会议。从而上海酒店市场的客源结构中商务会展的比重逐渐增大。

2002—2003 年非典爆发, 这一次全球性传染病疫潮使得旅游业遭受了前所未有的打击, 国内游客数量和旅游收入都大幅度降低。上海在 2002—2004 年只有 9 家国际酒店开业, 而深圳仅有 4 家。2005 年后, 上海和深圳酒店业发展相继恢复。

2007—2008 年, 美国爆发金融风暴, 虽然这场危机当时没有直接波及到我国经济, 但影响了上海国际酒店的发展的良好趋势, 国际酒店开业数量下降。直到 2010 年, 上海成功举办了世界博览会才跳出酒店业发展的低谷期。此次国际盛事的顺利举办, 大大推动了上海酒店产业的快速发展, 使得上海国际酒店发展迅速攀上了新高峰, 当年共有 25 家国际酒店上海开始营业。

正如 2010 年的世博会一样, 2018 年上海召开了首届进博会, 此次进博会超过 40 万名境内外采购商到会洽谈采购, 使得上海国际酒店业有了突破性的扩张。

5.2.2 政府政策

国家及地区政府出台的相关政策和酒店的发展有着密不可分的联系。2009 年 12 月 1 日, 国务院以国发〔2009〕41 号印发《关于加快发展旅游业的意见》首次将旅游业的发展上升到国家战略层面, 这对旅游业的发展起了导向作用, 势必会为酒店业的发展带来机遇。

2009 年 10 月 28 日, 上海出台《上海市最新旅游条例》, 此条例有意加强旅游业管理, 强化各部门职责分工且规范旅游业市场, 为未来旅游业标准规范化发展指明方向。深圳出台《深圳经济特区旅游管理条例》强调应加强旅游基础设施建设, 支持旅游教育事业的发展, 使旅游业发展规划符合城市总体规划, 提升城市形象。

这些旅游政策的出台, 大力推动了酒店业的有序标准化发展。随着《酒店业税收政策》的颁布, 进一步规范了酒店行业。不论上海还是深圳, 近几年, 新增酒店数量有了明显的提高。优惠的政策不断吸引国际酒店集团入驻中国,

为国内酒店行业注入勃勃生机。

6 总结

6.1 研究结论

深圳酒店业的发展远晚于上海，至今仍处于发展的上升期，但上海的酒店业经过2006年以前（含2006年）的品牌导入期、2007—2012的飞速成长期，现如今其体系已经趋于完善，处于近饱和成熟期，虽然深圳当今国际酒店还不具规模，但是其发展路径可以将上海作为参考。

6.1.1 深圳国际酒店数量较少，但仍在大规模扩张，后期增长速度仍然很快

京沪城市布局相似，在空间上可以将环线作为划分依据，但深圳则有很大差异，其地理轮廓狭长，以深圳河沿岸按条状发展，市中心并不位于整个城市的中心，主要城市干道难以围绕市中心成“环线”，整体呈现出放射状，与外省市连通，因此在空间分布上会造成较大差异。虽然城市布局不同，但是由中心向外围扩张的模式，三地是相同的，京沪的酒店格局可以作为今后深圳发展的参考，此外深圳近郊的几个小型集聚区未来也会成为发展的重心之一。

6.1.2 沪深空间分布发展方向类似，酒店数量差异较大，分布特征存在差异

沪深两地地域发展都不均匀，集聚程度较高，最密集的区域皆为中心城区，外围区域发展态势良好，各区域酒店数占比基本相同。差异性在于两者酒店数量差距较大，深圳酒店集聚现象更为明显，除中心城区外的地区分布极为稀疏，但有小型集聚区的出现；上海中心城区近乎饱和，由内向外逐级递减。

6.1.3 沪深时序分布变化总体趋势不同，各区域存在差异

沪深两地新增酒店数随着时间的推移不断上升，发展重心由中心城区向外围转移。差异在于上海中心地带新增酒店先增后降，中部、外围地区逐步提升；深圳则为中心区域受时间影响较少，变化幅度较小，中部、外围地区经过第二阶段的小幅波动，在第三阶段时上升幅度拉大，总体呈现上升趋势。

6.1.4 沪深品牌皆以高端为主，中低端酒店数量及分布差异悬殊

上海和深圳的国际酒店品牌以高端酒店为主，与沪深的高需求水平相符合。上海的低端酒店偏于远郊，中端酒店偏于近郊，高端酒店以市中心区域和近郊为主。深圳高端酒店沿条状经济区分布且较为均匀，低、中端酒店相对较少，主要处于市中心5公里以外区域。

6.1.5 沪深交通及会展因素对其酒店空间分布的影响相对较大

交通、旅游资源、商业中心、会展、重大事件及府政策，这六大影响因素对酒店选址有着或大或小的影响。机场、火车站及会展都与城市整体规划相关，便利的交通缩短了与目的地间的距离，增加了消费者入住酒店的可能性；沪深两地的会展业在国内相对领先，进博会、IT领袖峰会等吸引了诸多商务游客的到来，其影响越来越大。

6.2 建议及不足

由于两地市中心经济相对发达，基础条件设施相对完善，国际酒店集团在两地市中心都拥有一定的酒店规模数，上海已形成总体酒店分布格局，深圳则处于快速发展的阶段，酒店格局初现。基于上文分析，笔者提出三点意见：第一，在政府主导旅游业发展的大背景下，政府应合理把控市中心地区酒店数量，适当出台鼓励政策，加强近郊及外围地区国际酒店建设与引进，改善中心区域饱和而外围地区稀缺的情况；第二，出台优惠政策吸引国际酒店集团将发展目光转至两地郊区，加强两地郊区的资源开发；第三，集团可以按照品牌定位、城市规划及宏观经济、政治事件等选择最为合适的时间与地点，尤其是建立交通路网形态与会展监测指标。

本文的不足在于全部数据都由人工收集，可能存在不确定性；酒店集团间的撤资，合并等因素的变动使数据有不确定性。本文以酒店与市中心的直线距离作为空间划分的依据，但深圳地理条件较为特殊，以深圳河沿岸按条状发展。因此，直线距离可能存在偏差。地铁站也是交通影响因素的指标之一，但由于其数据统计较难、实际操作不变，因此省略不计。

基金项目

上海商学院校内科研项目“上商学者项目”（18KY - SSXZ - 01）。

参考文献

- [1] Richards H A. Transportation Costs and Plant Location: A Review of Principal Theories [J]. Transportation Journal, 1962, 2 (2): 19-24.
- [2] 韦伯. 工业区位理论 [M]. 北京: 商务印书馆, 1997.
- [3] 魏伟忠, 张旭昆. 区位理论分析传统述评 [J]. 浙江社会科学, 2005 (5).
- [4] 金相郁. 20 世纪区位理论的五个发展阶段及其评述 [J]. 经济地理, 2004, 24 (3): 294-298.
- [5] 郑春. 区位理论: 回顾与前瞻 [J]. 经济论坛, 2006 (15).
- [6] Porter M. Competitive Advantage of Nations [J]. Competitive Intelligence Review, 1990, 1 (1): 14-14.
- [7] Porter M E. Competitive Advantage of Nations [M] // The competitive advantage of nations, 1999.
- [8] 张文忠. 大城市服务业区位理论及其实证研究 [J]. 地理研究, 1999, 18 (3): 273-281.
- [9] 陈宪. 国际服务贸易 [M]. 上海: 立信会计出版社, 2000: 14-15.
- [10] 闫小培. 信息产业与城市发展 [M]. 北京: 科学出版社, 1999: 4-6.
- [11] 方远平, 闫小培, 陈忠暖, 等. 服务业区位因素体系的研究 [J]. 经济地理, 2008, 28 (1): 44-48.
- [12] 方远平, 闫小培. 服务业区位论: 概念、理论及研究框架 [J]. 人文地理, 2008 (5): 12-16.
- [13] 陶伟, 古恒宇, 陈昊楠. 路网形态对城市酒店业空间布局的影响研究: 广州案例 [J]. 旅游学刊, 2015, 30 (10): 99-108.
- [14] 马潇, 罗寿枚. 广州星级酒店的空间分布特征及其形成机理分析 [J]. 珠江经济, 2006 (4): 90-96.

- [15] 刘国果. 广州星级酒店空间分布特征研究[J]. 中山大学研究生学刊(自然科学. 医学版), 2011(1): 102-113.
- [16] 李龙, 王朝辉, 李保超, 等. 上海市星级酒店空间可达性及其驱动力研究[J]. 海南师范大学学报(自然科学版), 2016(4).
- [17] 石榴花. 北京市星级酒店空间分布研究[D]. 北京师范大学, 2012.
- [18] 李朋. 国际酒店集团在我国空间扩张研究[D]. 上海师范大学, 2015.
- [19] 刘筠怡. 中国—东盟博览会对南宁市酒店空间布局的影响[J]. 时代金融, 2017(14): 291-292.
- [20] 郭佳丽. 上海市高星级酒店市场结构—行为—绩效(SCP)研究[D]. 复旦大学, 2012.
- [21] 侯兵, 黄震方, 陈肖静. 主客体视角的城市经济型酒店空间分布研究——以扬州市为例[J]. 旅游学刊, 2009, 24(5).
- [22] 刘炼鑫, 唐健雄, 李智文, 等. 我国“一带一路”沿线省市酒店业时空演化与联动研究[J]. 中南林业科技大学学报: 社会科学版, 2018, 12(1): 82-88.
- [23] 宋文静. 上海市高星级酒店时空分布规律及影响机制研究[D]. 上海师范大学, 2016.
- [24] 朱计微. 京沪国际酒店时空布局特征及其影响因素研究[J]. 上海商学院学报, 2018(6): 34-43.
- [25] 文吉. 中国星级酒店空间布局研究[J]. 商业研究, 2004(21): 154-159.
- [26] 张然, 赵寰熹. 北京四合院酒店时空分布规律及影响机制研究[J]. 现代城市研究, 2018(6): 59-66.
- [27] 闫丽英, 韩会然, 陈婉婧, 等. 北京市住宿业空间分布格局及影响因素研究[J]. 经济地理, 2014, 34(1): 94-101.
- [28] 龙茂兴, 马丽君. 中国星级酒店空间分布差异及其影响因素[J]. 经济论坛, 2013(8).