

本文来源：时代财经 作者：周嘉宝



茜茜预定前与代订商家的对话。图片来源：受访者供图

900元房间卖2000元，倒房月入过万

酒店代订，归根结底就是非酒店直营渠道的客房分销，对于酒店来说，丰富的销售渠道有助于提升酒店入住率，携程、去哪儿、Booking等都是重要的酒店代订分销平台，而代理商则通过各种渠道拿到低价房源进行加价销售。

据知情人士透露，当下部分国际酒店集团通过OTA平台代订的订单占据酒店客房销量的比例高达约50%，早年间OTA平台的野蛮发展也为酒店代订行业提供了生存的沃土。

越来越多人加入了“倒房”的行列，过低的准入门槛也让这一行鱼龙混杂。“只要

有一台电脑、一台手机就能操作，归根结底是一个利用资源与信息差赚取差价的简单业务。”曾从事代订行业的成锐说，可观的利润空间驱使着投机者开始在缺乏监管的渠道销售不合规的房源。

成锐告诉时代财经，近几年消费者对高端房源的追捧，促使倒房者们将生意锁定在与门市价差更大的协议房、房卡房、积分房等非正常分销房源。通过这些房源的二次销售，“一天赚500元至800元没什么问题”。

所谓协议房，是指酒店与一些有大量差旅需求的公司客户签订房价协议，价格远低于门市和各大OTA平台；而房卡房与积分房则是与酒店的会员体系挂钩，使用积分兑换房间、或其他会员权益进行房间升级等。

成锐透露，以某世界500强公司与国际高端酒店集团的协议为例，香港丽思卡尔顿价格4000港币/晚，而给到该公司的协议价则是1900港元/晚；而该公司在东京柏悦酒店与安达仕酒店的协议价也仅是门市价的30%-40%。

尽管酒店对于协议房与积分房等房型均有严格的核查制度，不得转售，但是早期受制于酒店信息化系统管理的不完善，倒房者利用系统漏洞，通过网络技术手段转让会员权益，冒用世界500强协议价格情况也十分常见。有实力的倒房团队，还会利用爬虫批量订房，“提前一年把节假日订满，待到节前释出。”成锐说。

时代财经了解到，曾有倒房团队利用某500强公司的预订系统漏洞，提前以900元/晚的协议价批量定下一家五星酒店房源，在会展旺季以2000元/晚的价格转售卖出，而此时该酒店的门市价高达3000多元。

不过，另一名酒店代订迟伟告诉时代财经，对于没有核心资源，更加底层的倒房者来说，他们接触到的更多则是来自上游的销售返点模式。

“上家隔段时间会更新一张包含房源名称、房源价格和返点比例等信息的表格，倒房者只需要依照上面的价格进行销售就好。很多直接对接客户的倒房者，其实不会管上面的旅游产品是怎么来的。”迟伟透露，返点高低受到酒店本身以及淡旺季等因素影响，他拿到过的最高返点比例是12%，自己每月平均能挣7000-8000元。

值得关注的是，尽管代订渠道有助于入住率的提升，但酒店其实并非完全受益者。对于大部分酒店来说，协议房、积分房、房卡房这类房型的售出比例需要受到严格控制。时代财经了解到，国际酒店集团积分房的兑换比例严格控制在3%-5%（根据情况浮动），如果销售比例过高，则会直接影响酒店收益与品牌定位。

代订生意的盛行，让许多酒店对低价房的审查愈趋严格，尤其是旅游旺季的热门酒

店。但部分倒房者为了促成交易而甘冒风险，不仅为入住者提供假工牌，还冒用公司邮箱等进行一条龙服务。

事实上，这些行为不仅涉及违规、甚至违法，而后果与风险则大部分都只能由消费者承担。成锐称，他曾亲眼目睹一个网红冒用某500强公司员工身份入住一家东京高端酒店，由于该网红拒绝补缴差价，酒店最终选择了报警。

(应受访者要求，文中漫漫那、汐汐等皆为化名。)