

2025年西南地区酒店投资报告

The Investment Report of Southwest China Hotel Industry in 2025

杭州东方网升科技股份有限公司首席运营官(COO)兼迈点总裁 罗钦

2025年4月

CONTENTS

01 关于我们

02 投资环境篇

03 市场发展篇

04 人才供需篇

05 趋势建议篇

东方网升4大品牌

生根旅游服务业 让人类更幸福

• **Since 2003**

旅游服务业的招聘求职平台

最佳东方
veryeast.cn

9先之教育

• **Since 2008**

文旅产业培训教育
专业品牌

• **Since 2007**

旅游服务业猎头品牌

乔邦猎头
JOBBOON

迈点
Meadin.com

• **Since 2009**

文旅一站式服务平台

PART 01

投资环境篇



政策表现——围绕文旅产业出台多项政策，有力支撑行业高质量发展

《关于促进旅游业改革发展的若干意见》

- 积极发展休闲度假旅游
- 大力发展乡村旅游
- 大力发展老年旅游

《“十四五”旅游业发展规划》

- 坚持创新驱动发展
- 拓展大众旅游消费体系
- 优化旅游空间布局
- 建立现代旅游治理体系
- 构建科学保护利用体系
- 完善旅游开放合作体系
- 完善旅游产品供给体系

《加快推进旅居云南建设三年行动》

- 培育3000个以上乡村旅居重点村
- 引培一批旅居龙头企业
- 打造一批全国知名的旅居云南样板
- 积极培育度假旅居、乡村旅居、城镇旅居、养老旅居、康养旅居等业态

《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》

- 举办系列文旅促消费活动
- 优化亲子游乐服务
- 创新发展研学旅游等
- 发展夜间文旅经济

《政府工作报告》

- 提出大力提振消费、全方位扩大国内需求，落实和优化休假制度，释放文化、旅游、体育等消费潜力。

2014年 2016年

2022年

2024年

2025年1月

2025年3月

《“十三五”全国旅游业发展规划》

- 旅游经济稳步增长
- 综合效益显著提升
- 人民群众更加满意
- 国际影响力大幅度提升

《支持贵州文化和旅游高质量发展的实施方案》

- 打造红色旅游精品线路
- 推动非遗保护与文创产品开发
- 促进“文旅+数字化”
- 发展山地旅游、康养度假等业态

《关于促进服务消费高质量发展的意见》

- 提出挖掘餐饮住宿、家政服务、养老托育等基础型消费潜力，激发文化娱乐、旅游、体育、教育和培训、居住服务等改善型消费活力。
- 截至2024年12月17日，中国已同**25个国家实现全面互免**，对**38个国家**试行单方面免签政策，对**54个国家**实施过境免签政策。
- 12月17日起全面放宽优化过境免签政策，将过境免签外国人在境内停留时间由原72小时和144小时均延长为**240小时（10天）**，适用口岸增加至**60个**，扩大活动范围至**24个省**。

《四川省文化和旅游产业链专项工作方案》

- 实现重大项目年投资超 800 亿
- 围绕首发经济、冰雪经济、银发经济，创新文旅消费场景
- 举办1000场以上消费促进活动
- 打造“安逸四川 玩转天府”文旅消费活动品牌。

《提振消费专项行动方案》

- 提出扩大文旅消费，支持旅游景区景点拓展服务项目、扩大接待规模、优化运动项目、特色体育赛事供给等。

2024年，习总书记在甘肃、福建、安徽、湖北等地考察时，都提出一个重要要求：把**文化旅游业打造成支柱产业**。旅游业从小到大、由弱渐强，日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。

旅游+文化

旅游+乡村

旅游+康养

旅游+演艺

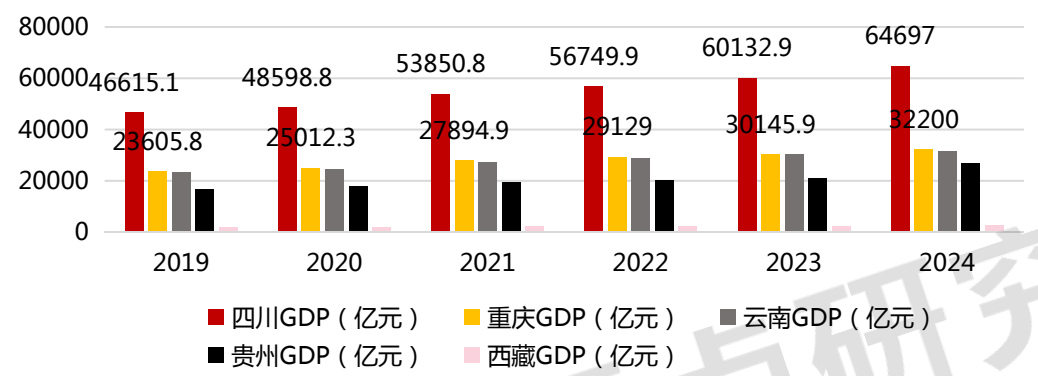
旅游+体育

旅游+科技

经济水平—西南地区经济增长迅猛，增速屡屡高于全国平均水平

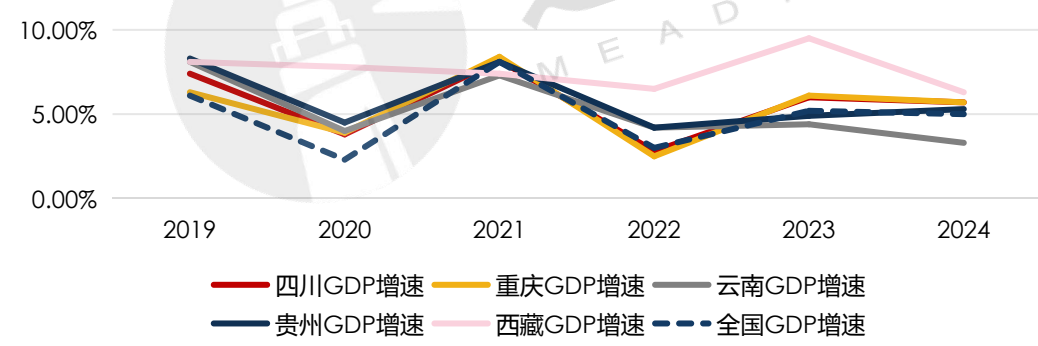
- 2024年，西南地区各省市经济增长较为迅猛。从GDP增速来看，除了云南以外，多个省份GDP增速均高于全国水平（5.00%），分别是西藏（6.30%）、四川（5.70%）、重庆（5.70%）和贵州（5.30%）。其中四川GDP总量在始终位居西南地区首位，且呈现逐年增长态势，对整个西南地区的稳定增长具有关键作用。重庆GDP 总量处于西南地区前列，仅次于四川，经济发展态势良好。

2019-2024西南地区GDP



资料来源：各地统计公报，迈点研究院整理

2019-2024年西南地区GDP增速



数据来源：各城市统计公报、网络公开资料，迈点研究院整理

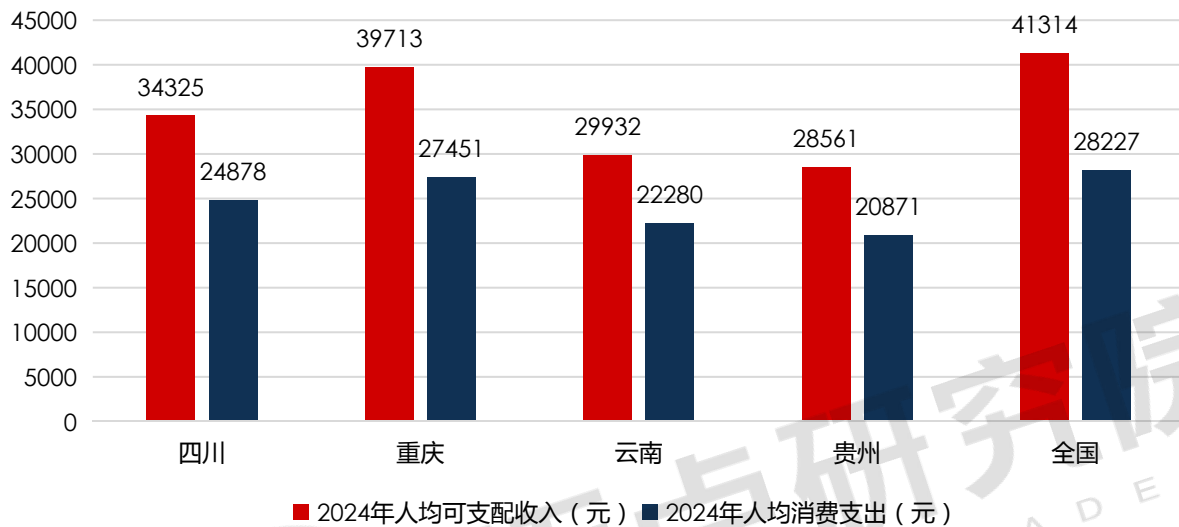
2024年31省份GDP生产总值与增长率

序号	省市	2024年GDP (亿元)	实际增速 (%)	序号	省市	2024年GDP (亿元)	实际增速 (%)
1	广东	141633.81	3.5	17	重庆	32193.15	5.7
2	江苏	137008	5.8	18	云南	31534.1	3.3
3	山东	98566	5.7	19	广西	28649.4	4.2
4	浙江	90100	5.5	20	内蒙古	26314.6	5.8
5	四川	64697	5.7	21	山西	25494.69	2.3
6	河南	63589.99	5.1	22	贵州	22667.12	5.3
7	湖北	60012.97	5.8	23	新疆	20534.08	6.1
8	福建	57761.02	5.5	24	天津	18024.32	5.1
9	上海	53926.71	5	25	黑龙江	16476.9	3.2
10	湖南	53230.99	4.8	26	吉林	14361.22	4.3
11	安徽	50625	5.8	27	甘肃	13002.9	5.8
12	北京	49843.1	5.2	28	海南	7935.69	3.7
13	河北	47526.9	5.4	29	宁夏	5502.76	5.4
14	陕西	35538.77	5.3	30	青海	3950.8	2.7
15	江西	34202.47	5.1	31	西藏	2764.94	6.3
16	辽宁	32612.7	5.1				

数据来源：网络公开资料，迈点研究院整理。

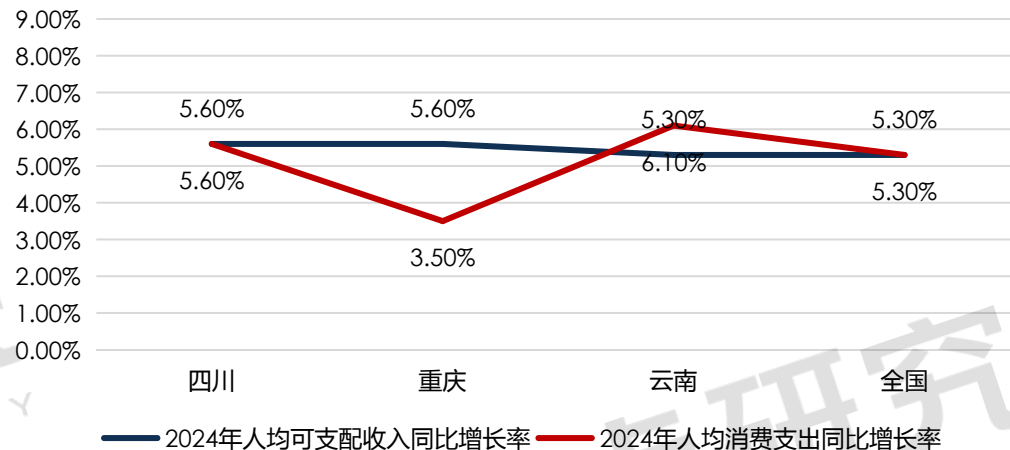
收支水平——人均收入支出均低于全国水平，消费潜力待释放

2024年西南地区及全国人均可支配收入&人均消费支出



数据来源：各省统计公报，迈点研究院整理

2024年西南地区及全国人均可支配收入同比增长率&人均消费支出同比增长率



数据来源：各省统计公报，迈点研究院整理

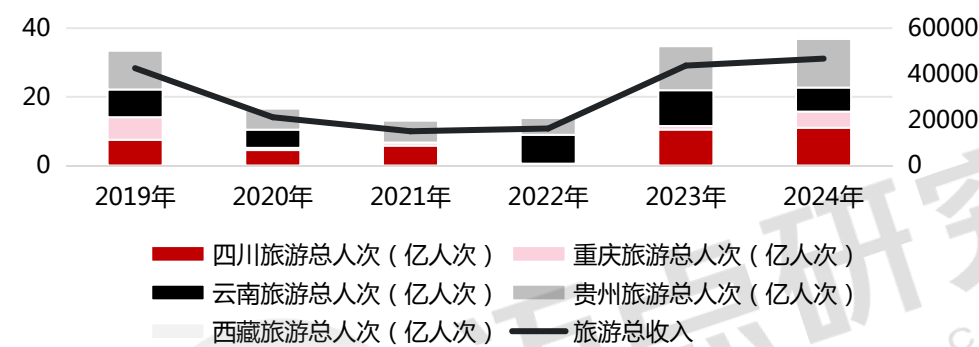
□ 2024年，**西南地区总体人均可支配收入和支出均实现稳步增长**。其中重庆、四川全体居民人均可支配收入分别达到39713元、34325元，均比上年增长5.6%；2024年重庆、四川居民人均消费支出27451元、24878元，分别比上年增长3.5%、5.6%。

□ 与全国相比，2024年西南地区居民人均可支配收入及人均消费支出均**低于全国平均收入及支出**，但**增速基本高于全国平均水平**。虽然重庆人均消费支出同比增长率低于全国，不过在火锅文化的驱动下重庆餐饮消费增长了9.1%。**说明西南地区消费潜力待释放，建议深挖体验经济，进一步提升消费潜力。**

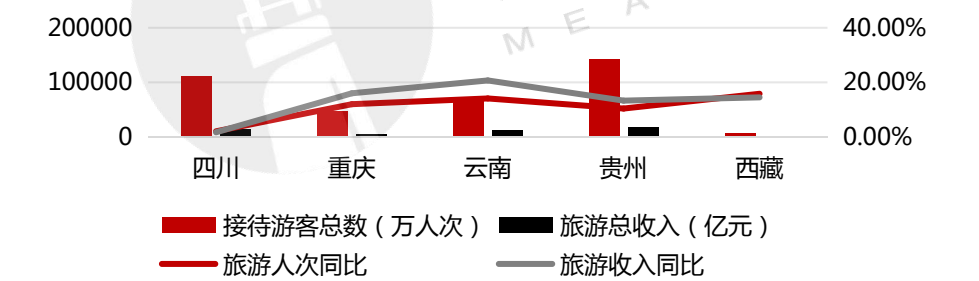
旅游市场——旅游消费快速恢复，文旅市场持续增长，出现分化态势

- 2024年西南地区旅游人数及旅游收入较 2023年持续增长，其中云南增幅显著。2024年云南省接待游客人数为7亿人次，旅游收入为1.14万亿元。这一数据反映了云南省旅游业的强劲增长势头；2025年春节假期数据显示，四川和云南接待游客较多，四川全省共接待游客6372.22万人次、旅游消费总额347.77亿元，同比分别增长5.36%、12.21%；2025年春节假期数据显示，四川和云南接待游客较多，四川全省共接待游客6372.22万人次、旅游消费总额347.77亿元，同比分别增长5.36%、12.21%；云南全省共接待游客超4080万人次，实现旅游花费544.66亿元，呈现“总量下降、局部增长”的分化态势，表现了市场的结构性变化。

2019-2024年西南地区旅游人次及旅游收入



2024年西南地区各地旅游人次及旅游收入



数据来源：国家统计局及各地统计公报等，迈点研究院根据披露情况不完全统计。其中重庆2023年统计口径为过夜游客数，贵州统计数据根据2024年同比数据预测，四川省统计数据为机构预测数据。

2025年西南地区各地旅游数据

地区	时间	接待游客总数 (万人次)	同比	旅游总收入 (亿元)	同比
四川	春节	6372.22	5.36%	347.77	12.21%
	清明	1274.57	16.06%	1.2	11.32%
重庆	春节	3316.16	11%	261.62	12%
	清明	915.73	10.3%	/	/
云南	春节	4081.83	-28.61%	544.66	-14.55%
	一季度	19000	9.9%	3261.8	5.0%
贵州	春节	2624.39	4.87%	173.69	5.75%
西藏	春节	238.12	16.56%	19.45	13.68%

数据来源：各省文旅厅，其中清明数据四川省统计全省886家A级旅游景区，迈点研究院整理

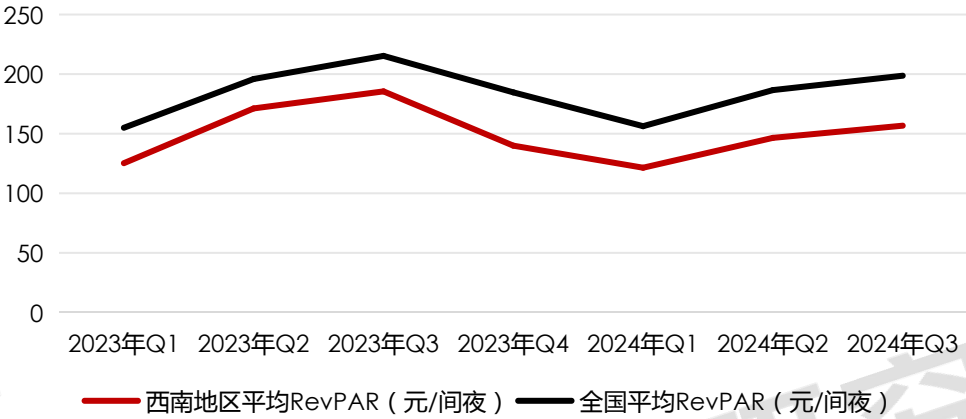
住宿市场—过度依赖低价策略，经营数据表现低于全国平均水平

2023-2024年各季度西南地区星级酒店
经营数据指标比较

各季度	西南每间客房平摊营业收入 (元/间)	全国每间客房平摊营业收入 (元/间)	西南平均房价 (ADR) (元/间夜)	全国平均房价 (ADR) (元/间夜)	西南平均出租率 (OCC) (%)	全国平均出租率 (OCC) (%)
2023Q1	20660.03	30339.62	289.22	358.07	43.03	43.28
2023Q2	27229.80	35325.07	318.03	373.79	53.33	52.41
2023Q3	27583.22	39557.39	321.78	383.62	57.40	56.12
2023Q4	24276.62	37920.16	301.39	373.18	46.08	49.49
2024Q1	20464.90	32793.97	281.94	360.49	42.57	43.36
2024Q2	23176.46	34569.36	295.22	373.01	49.29	50.02
2024Q3	24231.94	37124.31	321.38	375.10	49.44	52.96

数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理

2024-2025年西南地区与全国平均RevPAR走势



数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理

酒店业数据：整体趋势来看，西南与全国趋势一致，市场需求和季节等因素影响较大，Q2-Q3为旺季，RevPAR和出租率（OCC）达峰值，而Q1和Q4受春节假期和淡季影响，指标回落；此外，与全国相比，**各项经营数据表现均低于全国平均水平**，房价是主要短板，西南ADR始终低于全国均值50-80元/间夜；RevPAR差距扩大，复苏滞后于全国，2024年Q1-Q3，西南RevPAR同比2023年仅恢复82%-85%，而全国恢复至88%-92%。反映**西南市场因客源结构单一，旅游客占比高，价格竞争激烈，抗风险能力较弱**。

五一西南数据：云南的机票预订量同比超2.1倍，昆明市高星酒店预订量同比去年增长超6倍（飞猪旅行）；从携程预订数据看，00后群体热衷的旅游目的地依次重庆、上海、武汉、北京、南京等（携程）。

暑期西南数据：四川县域旅游（如九寨沟、峨眉山）及西藏、青海等地住宿热度增幅显著（同程旅行）。

中秋西南数据：昆明、丽江、大理、西双版纳、迪庆等是云南省内旅游热门城市，酒店预订量同比2019年均大增（飞猪）。

国庆西南数据：国庆期间云南酒店订单量同比增长20%，机票订单量同比增长26%，乡村游订单量同比增长90%（携程）。

元旦西南数据：2025年元旦假期，云南租车预订热度全国第一，昆明、丽江、西双版纳、大理、德宏等是云南省内旅游热门城市（飞猪）。

春节西南数据：春节期间，昆明跻身国内最热门的酒店预订城市前十，凭借独特魅力吸引大量游客（同程旅行）。

清明西南数据：重庆旅游订单量同比去年增长18%，机票订单量同比去年增长超15%（携程旅行）。

PART 02

市场发展篇——

- 发展阶段：从起步走向高质量发展阶段
- 存量市场：四川、云南酒店存量规模庞大，平均客房规模较小
- 酒店集团：存在较大的品牌化、连锁化空间，吸引酒店集团深耕
- 城市发展：高端化趋势显著，呈现差异化发展特点

发展阶段—中国西南地区现代酒店业进程

初步开发阶段（1978-2000）

- 西南地区酒店数量有限，以本土品牌为主，开始逐步对外开放。

稳步成长阶段（2000-2010）

- 随着西部大开发战略实施，经济和旅游业快速发展，酒店数量大幅增加，品牌种类日益丰富，四川成都、云南昆明等地尤为突出。

高质量发展阶段（2010年-至今）

- 交通条件改善，高速公路、高铁等交通网络逐步完善，高端酒店品牌如万豪、希尔顿等纷纷入驻，本土品牌也注重品质提升，中高端酒店需求持续增长，酒店业进入高品质发展阶段。

➤ 1978年

中国开始实施改革开放政策，西南地区作为连接内陆与沿海的重要通道，开始逐步对外开放，酒店业开始萌芽。

➤ 1982年

成都锦江宾馆（西南首家五星级酒店）完成改造，成为西南早期高端接待标杆。

➤ 1988年

国家旅游局颁布《旅游涉外饭店星级标准》，成都锦江宾馆、乐山嘉州宾馆成为西南首批三星级饭店。

➤ 2000年

国家西部大开发战略深入实施，西南地区的经济快速发展，旅游业也随之兴起，酒店业开始进入稳步成长阶段。

➤ 2003

如家、7天等经济型连锁品牌进入西南，重庆、成都成为首批布局城市。

➤ 2008年

北京奥运会的举办，带动了全国旅游业的发展，西南地区的酒店业也受益匪浅。

➤ 2011年

昆明世博园周边高端酒店群建设启动。

➤ 2014年

成都太古里开业，带动周边高端酒店集聚，形成城市地标商圈。

➤ 2021年

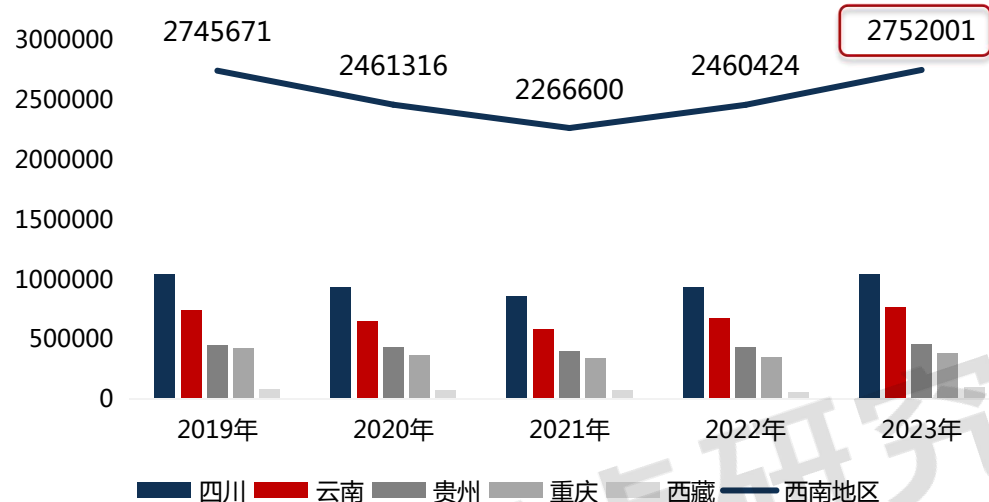
四川省旅投集团整合157家国资酒店，成立“安逸酒店集团”，推动本土品牌升级。

➤ 2024年

成都中鸿温德姆至尊酒店开业，填补西南温德姆高端品牌空白。

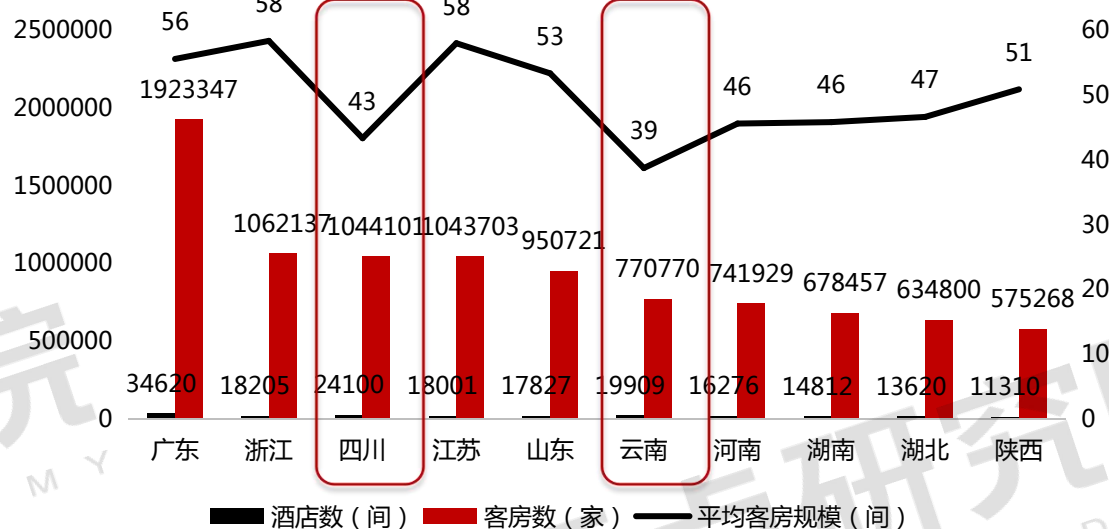
存量市场——四川、云南酒店存量规模庞大，平均客房规模较小

2019-2023年西南地区酒店客房数（单位：间）



数据来源：中国饭店协会，迈点研究院整理

2023年全国酒店客房数TOP10省市



数据来源：中国饭店协会，迈点研究院整理

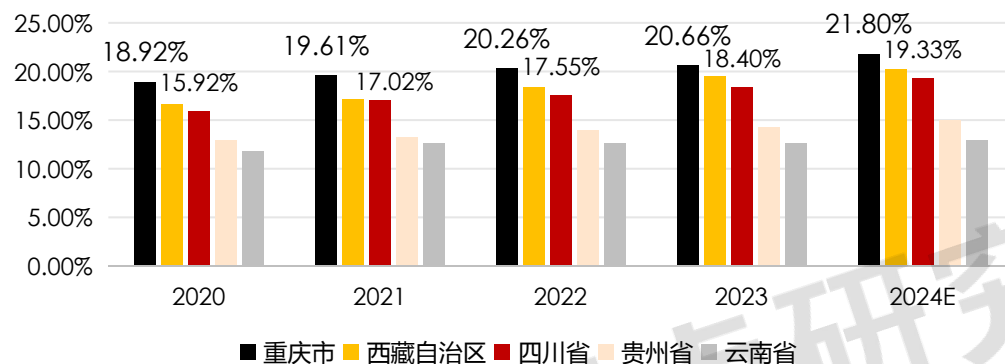
随着旅游市场的强劲复苏，西南地区的酒店市场也逐步恢复。2023年，西南地区客房总数分别达到2752001间，客房总数超过2019年同期规模，**恢复至2019年的100.23%**。

2024年西南地区各省市的酒店业发展呈现出显著的差异。四川和云南在客房数上领先，**在全国分别排名第三和第六**，存量规模庞大，这与其丰富的旅游资源密切相关。但是平均客房规模较小，仅43间和39间，主要是因为西南地区的经济型酒店和民宿客栈数量较多，这些酒店通常规模较小，进一步拉低了平均客房规模。

存量市场——连锁化率较低，吸引酒店集团深耕

- **西南地区酒店连锁化率长期低于全国各省市自治区。**因为西南的酒店业虽然存在大量单体酒店，但由于规模小、标准化程度低，难以被大型连锁品牌吸纳；
- 从酒店类型来看，除了高端酒店外，其他酒店类型连锁化率均较低，**存在较大的品牌化、连锁化空间。**不少酒店集团注意到这一连锁化洼地，深耕西南酒店市场。

2020-2024年西南地区各地区酒店连锁化率



数据来源：酒店之家，迈点研究院整理

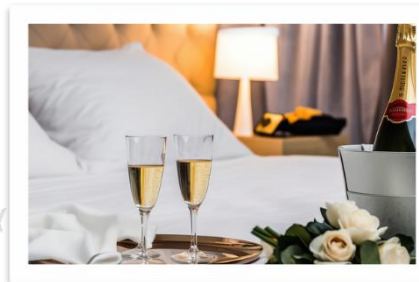
2020-2024年全国连锁化率变化



数据来源：中国饭店协会，迈点研究院整理



酒店集团在西南拓展计划



盛泰乐酒店集团-小而精文旅酒店

- 泰国盛泰乐酒店集团在2023年正式进入中国市场，选择**云南大理**作为其国内首店，扩展中国大陆市场的文旅度假酒店产品。
- **产品布局上**，以**小而精**的非标**文旅度假酒店**&全服务兼具一定规模的度假产品为主。
- **区域选择上**，专注深耕海南、**云南、西南**、华南、江南、湖南（中国赴泰的TOP3省份）六大区域市场，其他区域则通过一案一议模式，主次分明。

雅阁酒店集团—高端酒店群

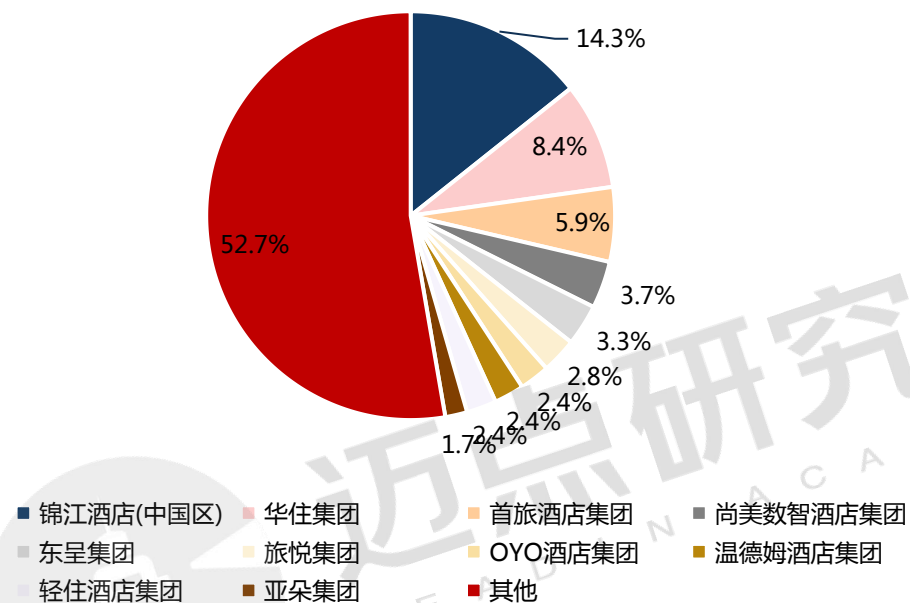
- 自2005年起，深耕**大西南地区**，重点布局云南区域，包括大理、丽江、昭通等地，形成了高端酒店集群效应。
- 2025年，雅阁酒店集团连续签约云南丽江粮仓雅阁璞邸酒店、四川西昌雅阁璞邸酒店、四川西昌雅阁度假酒店、四川彭州雅阁欢聚酒店等，持续拓展西南高端酒店业务。



资料来源：网络资料，迈点研究院整理

酒店集团——锦江酒店、华住集团、首旅酒店集团旗下酒店品牌影响力显著

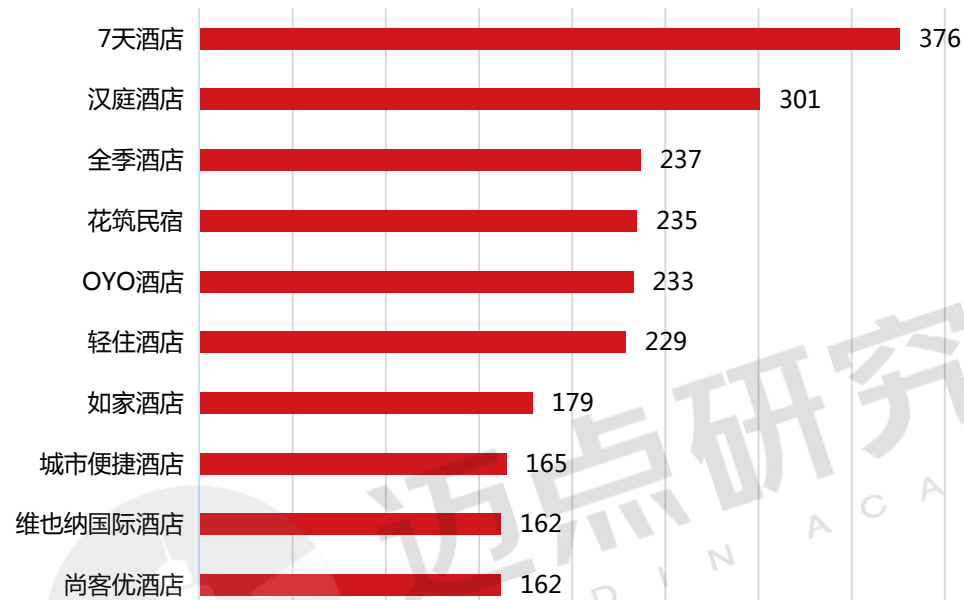
2024年西南地区酒店品牌数量TOP10



数据来源：迈点研究院，数据截至2024年12月

在西南市场，锦江酒店（中国区）、华住集团、首旅酒店集团、尚美数智酒店集团、东呈集团、旅悦集团、OYO酒店集团、温德姆酒店集团、轻住酒店集团和亚朵集团占据领先地位。

2024年西南地区酒店集团品牌门店数TOP10

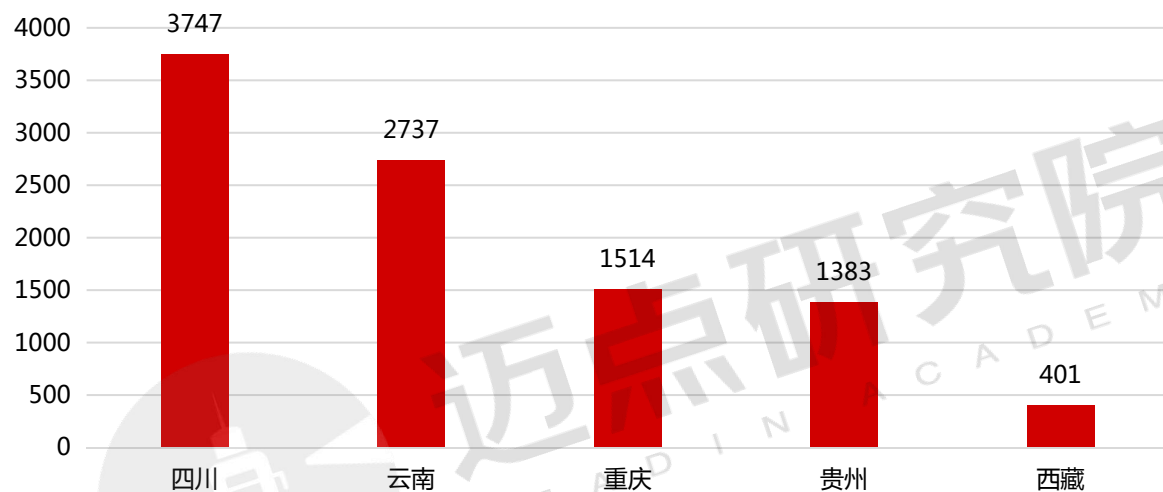


数据来源：迈点研究院，数据截至2024年12月

具体到品牌存量的维度，7天酒店、汉庭酒店、全季酒店、花筑民宿、OYO酒店、轻住酒店在西南地区门店数最多。

区域发展——四川作为西南地区经济活力担当，酒店业发展起龙头作用

2024年西南地区品牌酒店门店数统计（单位：家）



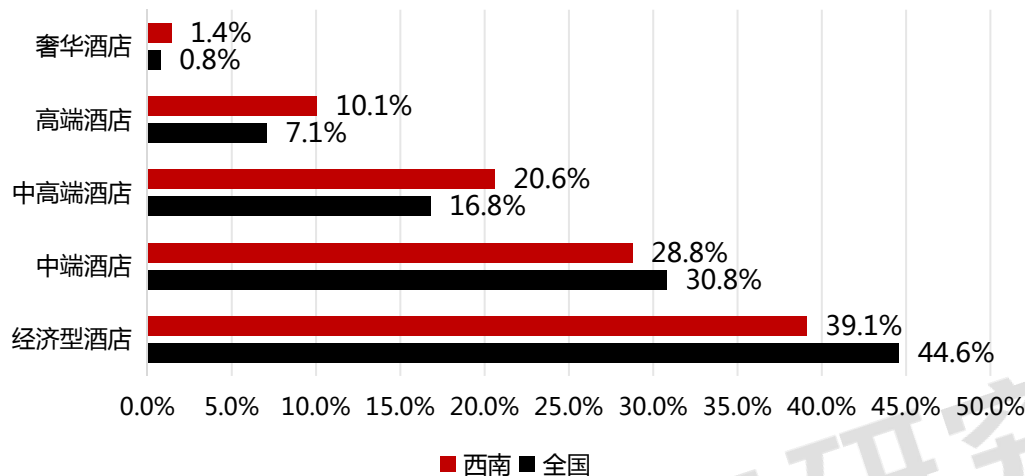
数据来源：迈点研究院，数据截至2024年12月

✂ 酒店数量与分布

四川门店数居首，占西南地区总量的约40%，体现其作为西南经济、旅游核心的地位；云南、重庆分列二、三位，与两地热门旅游目的地（如丽江、大理、洪崖洞等）的旺盛需求直接相关；贵州受旅游品牌知名度及基础设施完善度较低的限制，西藏受地理环境与人口分布影响，品牌门店数较少。

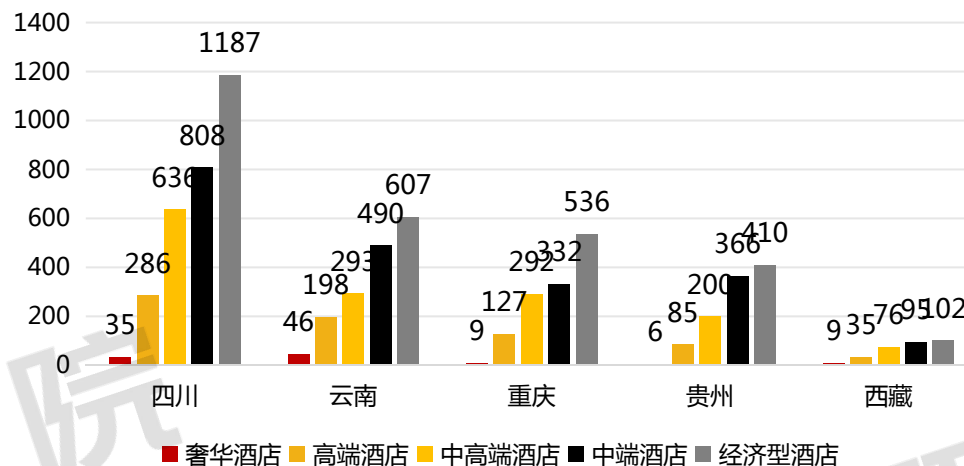
区域发展—高端化趋势显著，呈现差异化发展特点

2024年西南地区酒店品牌类型分布



数据来源：迈点研究院，数据截至2025年12月

2024年西南地区酒店品牌类型占比分布



数据来源：迈点研究院，数据截至2025年12月

酒店类型与结构

西南的酒店类型分布呈现出“**金字塔结构**”，即经济型酒店数量最多，而高端及奢华酒店数量相对较少。与全国相比，**奢华酒店、高端酒店和中高端酒店在西南的占比均高于全国平均水平**，反映西南市场高端化趋势显著，旅游升级需求驱动高端市场发展，未来市场仍有较大的发展空间。

具体到省市，**西南地区酒店市场呈现显著的区域差异化特征**。四川在西南地区酒店市场中占据绝对优势，各个类型的品牌酒店数量均居首位；云南的酒店数量也较为可观，尤其是中高端酒店和经济型酒店，但高端酒店数量相对较少，表明其在高端市场仍有提升空间；重庆作为经济型旅游目的地，酒店市场以中端酒店和经济型酒店为主；西藏因其独特的地理位置、高原风光及宗教文化，虽然品牌酒店总数不多，但中高端特色酒店占比极高，彰显了其作为世界旅游目的地的独特地位。



PART 03

人才供需篇——

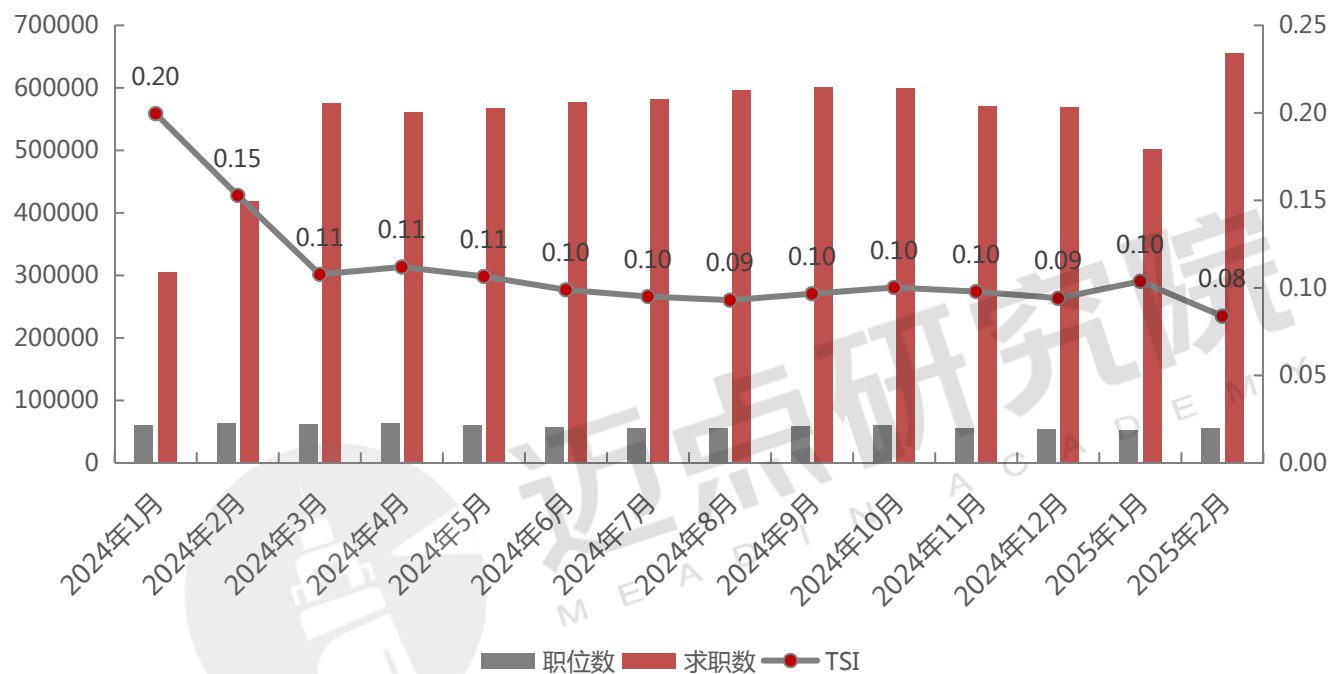
迈点研究院
MEADIN ACADEMY



迈点研究院
MEADIN ACADEMY

人才供需—酒店业整体需求谨慎，求职活跃，离职稳健

2024-2025旅游服务业人才紧缺指数



数据来源：最佳东方人才发展研究院，数据采集截止日期为2025年2月26日
(TSI：Talent Shortage Index有效职位数/求职人数，即人才紧缺指数。
TSI > 1，表示人才供不应求；TSI < 1，表示人才供大于求)

企业需求谨慎

1

2024-2025年招聘整体平稳。小长假等招聘小高峰不再明显，企业招聘诉求平稳增长，逐渐迈向需求谨慎的**理性招聘**。

人才求职活跃

2

而相对于企业需求市场，人才增量供给市场内卷加剧。各岗位普遍收到的简历量均有不同幅度的上升，人才求职较为活跃，**人才供给较往年更为充足**。

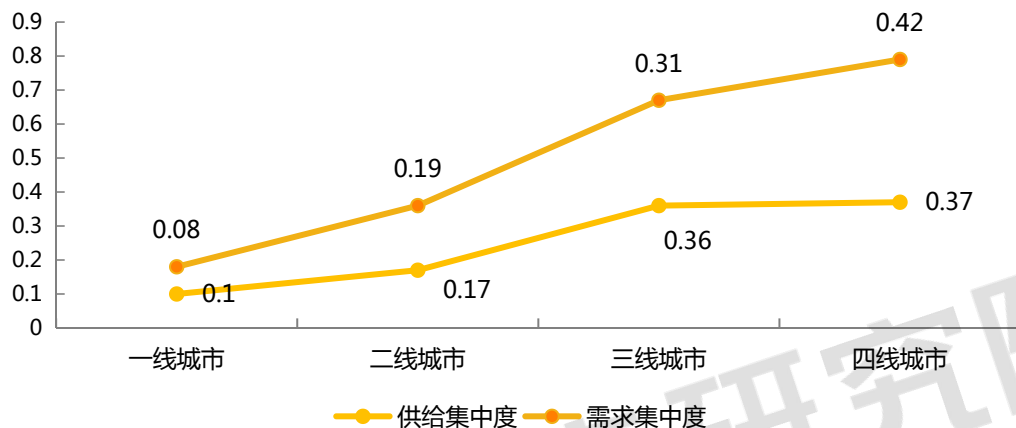
离职整体稳健

3

人才考虑到跳槽其他企业，融入新团队、晋升可能不太容易，失业风险较高，加上**裁员多过招新**，因此离职稳健。

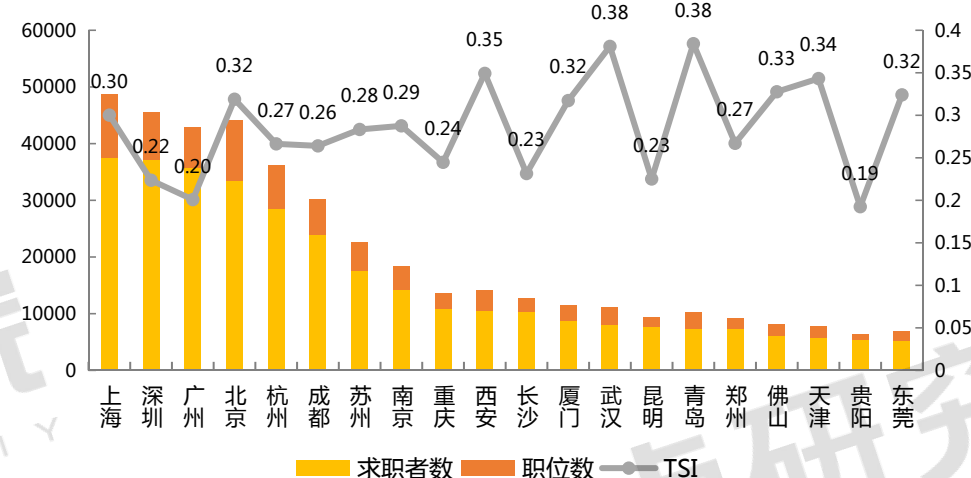
城市供需—成都、重庆等成为旅游服务业招聘的热门地区

2023-2024年旅游服务业人才城市集中度



数据来源：最佳东方人才发展研究院（CCR：City Concentration Ratio：即城市集中度，对所有城市的需求和供给综合评价得出，越接近1表示城市越热门）

2023-2024旅游服务业城市TOP20人才紧缺指数



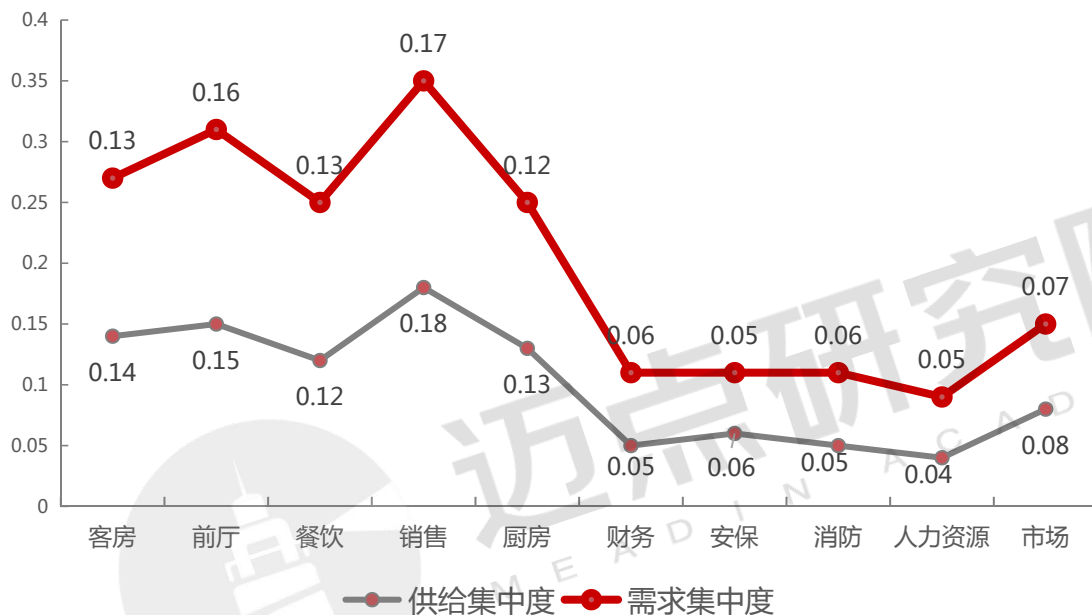
数据来源：最佳东方人才发展研究院

□ **一线城市人才供需分布**：从线级城市来看，相较于下沉市场，一线城市及旅游城市受宏观经济疲态影响，薪资相较于其他行业竞争力缺乏；上海、北京、深圳、广州这些城市的从业人员基数相对较大，旅游服务产业具有相对成熟的市场基础，招聘需求旺盛，雇主分布集中外来务工人员减少对招聘造成影响较大，人才紧缺状况尤甚。

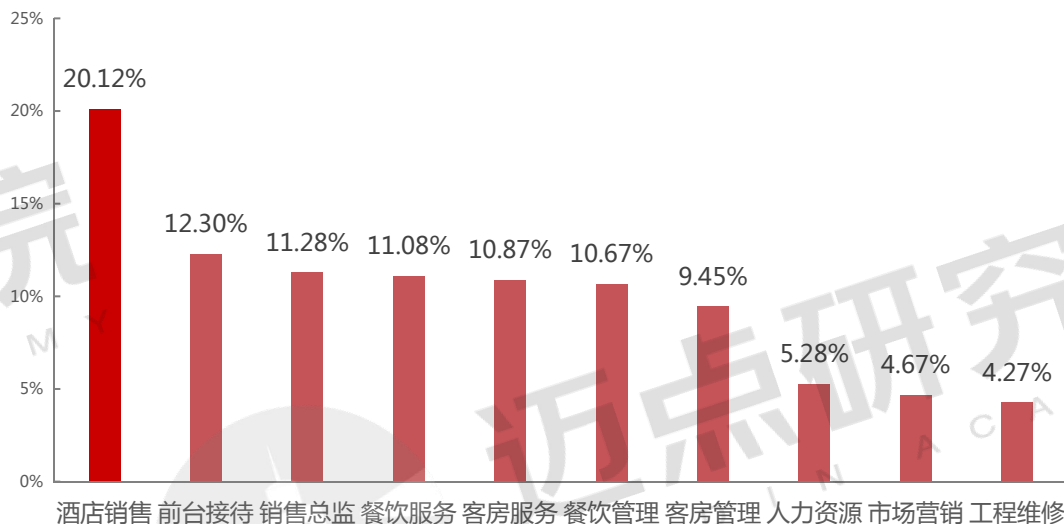
□ **次发达区域人才供需分布**：二线城市如成都、重庆等成为旅游服务业招聘的热门地区，这些城市凭借舒适宜居的城市环境和不断升级的人才政策，吸引了大量求职者前来就业。随着国家支持引导中西部和东北地区承接国内产业梯度转移，省会城市如合肥、武汉、沈阳等招聘需求也呈现出快速增长的态势。同时，县域等新兴旅游目的地快速崛起，如因“黑神话孙悟空”带火的山西各小城小镇，由于休闲旅游的大量聚焦，也释放出了相应的招聘需求。

岗位供需—伴随竞争加剧内卷，市场销售类人才需求凸显

2023-2024旅游服务业人才供需集中度



2023-2024旅游服务企业职位发布TOP10



- ✓ 前厅、酒店销售、客房等与经营直接相关的一线部门，整体市场的人才活跃、求职投递指数上涨，工程、安保、后勤等后方职能人才活跃度较低。
- ✓ 近年来，酒店业在行业竞争加剧内卷的形势下，对于市场销售人员提出了更高要求，面对新媒体兴起的机遇与挑战，人才短缺和销售渠道优化需求明显。最佳东方数据显示，2024年以来，市场销售类岗位职位发布占比上升至首位，也反映了这一趋势，上海尤其如此。

数质化招聘——新时代启幕，应具备面向未来的招聘能力

- ✓ 酒店要从理念和方法两方面出发，去打造自身的雇主品牌和招聘吸引力，用市场运营的思维去做人才招聘；
- ✓ 像营销一样做招聘，实现岗位输出、文化输出和价值输出，精准匹配求职者和企业的需求，让流程更加智能高效并且深度融合业务。

数质化招聘：效率X质量X价值

及时招到更合适的人

雇主品牌建设能力

通过多种甄选和测评方法，完善从职位发布开始到录用的完整招聘流程，把握有效提升雇主品牌的关键点

招聘渠道多触角延伸

各渠道的精细化运营带来的效率提升
培养意识，招到人好用且加强培养

像营销一样做招聘

市场运营思维去做人才招聘，充分关注求职者需求
实现岗位输出、文化输出和价值输出，充分吸引人才

过去

未来

现在

数字化招聘：效率

快速招到人

数智化招聘：效率X质量

高效招对人

01

02

03



PART 04

趋势建议篇——

迈点研究院
MEADIAN ACADEMY



迈点研究院
MEADIAN ACADEMY

市场挑战——消费者提前预订行为变化的酒店运营启示



商务旅行市场

2024年第四季度，国内商务旅客的平均提前预订时间为14.4天，较2023年的12.91天增长了11.54 %。2024年商务旅行酒店的平均提前预订时间为**16.13天**，较2023年的14.68天，**增长9.88%**。



休闲旅游市场

休闲旅客的预订行为更偏向短期决策，其预订中位数为3-10天（结合商务与休闲场景），远低于全球商旅客人的17.35天。标志着国内商旅活动持续减弱，消费敏感型的休闲旅客在增加。

消费趋势——回归理性，但旅游热情不减，入境旅游回暖、银发旅游崛起将为酒店行业带来新机遇

理性计划型消费占指导地位

“理性型”制定计划 理性消费

28.9%

“节俭型”精打细算 能省则省

“兴趣型”探索有趣 兴趣购买

“环保型”绿色健康 节能环保

“冲动型”缺乏规划 易被说服

“超前型”即时满足 追求享乐

“囤积型”多多益善 以防万一

入境旅游

- 境外游客在2024年为国内酒店的预订带来了显著增长。自免签政策开放后，2024年境外游客在国内整体酒店订单量同比去年上升了26%。境外游客预订中国酒店的ADR相较国内游客高出16%。
- 2025年，入境旅游政策红利延续与预期扩大化，供给端不断优化，将延续2024年增长趋向。



银发旅游

- 携程统计数据显示，2024年，50岁以上银发人群的出游订单同比增长超22%，31%的银发人群出游频次达到了2019年的2倍；
- 据中国旅游研究院发布的数据，预计到2028年，银发旅游市场规模将达到约2.7万亿元，显示出强劲的增长势头。



数据来源：知萌资讯，迈点研究院整理

消费趋势——旅游业拐点已来，中国的服务业有望继制造业后再度走向世界

- 在全球通胀的大背景下，中国的服务业价格持续吸引追求性价比的游客。进一步推动入境游发展，是中国继制造业供应全球后，服务业再度走向世界的重大机遇。受过境免签政策及通关便利等政策的积极影响，云南、成都、重庆等地入境游持续升温，建议完善服务措施，提升游客体验。

展望中国入境游市场

2033年，入境旅游(含港澳台)对中国GDP贡献率有望上升至2-4%(2019年约为0.9%)，来自国际游客的收入预计从2019年的770亿美元增加到2033年的4310亿美元(GDP贡献率不低于1.5%)，外国游客的涌入将会在未来十年为中国相关行业增加3500万个就业岗位。

2025年一季度西南入境游数据

云南：接待入境游客186.99万人次，其中入境过夜游客93.24万人次，同比涨幅高达77.9%。马来西亚、泰国、越南等十个国跻身入境过夜游客客源国前十。**成都**：航空口岸接待外国人35.4万人次，同比激增70.18%，其中泰国人、马来西亚人最爱来成都。**重庆**：入、出境外国人数近14万人次，同比增长近1.5倍。入境人数排名前五的国家为马来西亚、新加坡、泰国、印度尼西亚、韩国。

打强化游客体验策略：优化服务与产品，增强宣传推广

人才培养：定向培养泰语、越南语导游，高校与企业合作建立实训基地。
支付与标识优化：景区外币POS机覆盖率需达80%，公共标识中英双语标准化。

补齐服务
短板

细分客群
策略

针对东南亚市场：主打“大熊猫+火锅+民俗”等短途产品

科技赋能
体验升级

全流程数字化改造。引入AI智能分房系统，根据客源国偏好自动分配景观房、安静楼层；在酒店公共区域设置AR导览屏，扫描即可获取中英日韩四语景点讲解。

创新营销

KOL+社交裂变：联合海外网红推广“秘境西南”内容。

科技趋势——以Deepseek为代表的AI大模型将助力酒店行业新一轮变革

人工智能时代，AI技术的引入应用，成为行业寻求创新突破的必然选择。



降低应用门槛

中小体量酒店和大型连锁酒店集团均有机会接入或应用Deepseek大模型，降低酒店行业拥抱AI的门槛。



客户体验升级

DeepSeek通过智能客户服务中心和场景化服务推荐，提供24小时多语言客服，结合客户历史偏好和实时定位，推送个性化的服务，如商务客户推荐会议室预订、快速退房通道等。



营销策略优化

DeepSeek整合CRM数据、消费行为及社交平台动态，构建360°客户标签体系，自动划分高净值客户、潜客、沉睡客户等层级，并匹配差异化触达策略，如高净值客户推送专属会员权益、潜客定向发放新客首住优惠券等。



组织变革与流程再造

DeepSeek引领新一轮酒店业数字化转型与变革，要求酒店在组织层面进行根本变革，如流程再造与工作重塑，以提升效率。



收益管理创新

基于深度学习的价格预测模型，可整合航空流量、会展活动、竞对价格等30余项动态参数，实现酒店客房定价动态化、需求预测精准化等。



生态系统重塑

DeepSeek不仅改变了酒店的运营方式，还影响了酒店与OTA、供应商、投资方等利益相关者的关系，构建了一个以DeepSeek为代表的生成式AI平台作为底层赋能平台的新型酒店生态系统。



最近三年整体下行的十大行业（2023-2025）





拓展新机会市场：最近三年整体上行的十大行业（2023-2025）

行业	主要城市	代表企业	增长驱动因素	未来趋势
人工智能与大数据	北京、深圳、杭州	商汤科技、华为、阿里云	政策扶持（如“十四五”数字规划）、企业数字化转型加速	通用AI大模型商业化、AI芯片国产化率提升
新能源（锂电池/光伏）	宁德（福建）、西安、常州	宁德时代、隆基绿能、天合光能	碳中和目标、储能技术突破（如钠离子电池）、海外订单激增	全球锂电池产能占比超70%，光伏发电成本持续下降
半导体设备与材料	上海、合肥、武汉	中微公司、长鑫存储、新昇半导体	国产替代加速、晶圆厂扩产潮（2023年国内新增12座晶圆厂）	28nm及以上成熟制程设备国产化率突破50%
生物医药（创新药/CXO）	苏州、上海、波士顿（美国）	药明康德、百济神州、金斯瑞生物	全球研发外包向中国转移（2023年CXO行业增速超30%）、mRNA技术突破	细胞与基因治疗（CGT）市场规模年均增长25%
人形机器人	深圳、上海、佛山	优必选、达闼科技、库卡（中国）	劳动力成本上升、特斯拉Optimus示范效应（2025年全球市场规模预计达380亿美元）	关节电机/精密减速器国产化率提升至80%
低空经济（无人机/eVTOL）	深圳、珠海、成都	大疆创新、亿航智能、中航无人机	空域管理改革（2024年首批试点城市落地）、物流/应急救援场景爆发	2025年中国eVTOL市场规模预计突破500亿元
智能网联汽车	合肥、广州、重庆	比亚迪、小鹏汽车、长安汽车	新能源汽车渗透率超35%（2023年数据）、L4级自动驾驶路测牌照发放	车路云一体化（2025年覆盖50+城市）
新型储能	长沙、常州、宜春（江西）	比亚迪储能、国轩高科、赣锋锂业	电网调峰需求激增（2023年新型储能装机量同比增长260%）	全钒液流电池、压缩空气储能等新技术产业化
商业航天	北京、西安、文昌（海南）	星际荣耀、蓝箭航天、长光卫星	卫星互联网纳入新基建（2023年发射卫星数量占全球40%）、民营火箭公司技术突破	低成本可回收火箭（2025年单次发射成本降至\$3000/kg）
合成生物	深圳、天津、无锡	华熙生物、凯赛生物、弈柯莱生物	基因编辑技术突破（CRISPR-Cas9）、生物基材料替代石油化工（成本已下降40%）	2025年全球市场规模达330亿美元，中国占35%份额

以六小龙为代表的科技创新带来的新社会增长机会



强脑科技



宇树科技



深度求索



云深处科技



群核科技



游戏科学

针对市场变化的三个前置思考



产品前置

产品已不仅是酒店本身客房、餐饮产品，而把整个场域中的上下游产业链盈利点当成自己产品来运营。如西南旅游资源、西南特产、餐饮、免税店等。



市场前置

突破传统市场营销渠道，把市场瞄向新兴目标客群体所在城市和企业，主动上门营销和拓展。如：十大新兴产业城市。

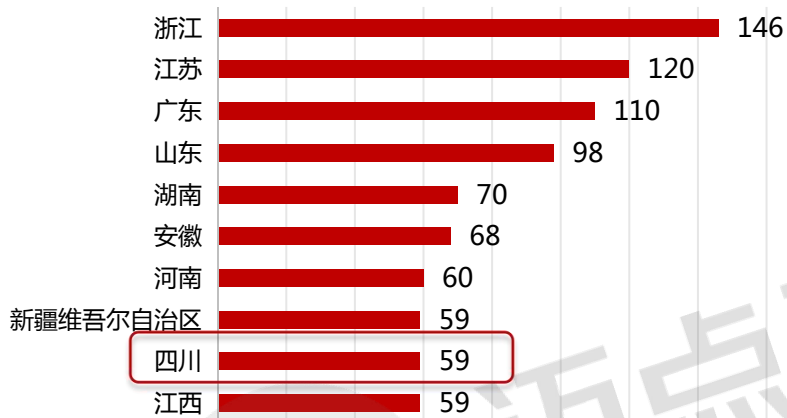


服务前置

学会应用最新AI助手工具为客户策划定制个性化服务方案和产品，提高服务溢价。如：携程订制师。

投资选址——投资人更趋于理性和务实，建议因地制宜，投资成熟区域、核心区位

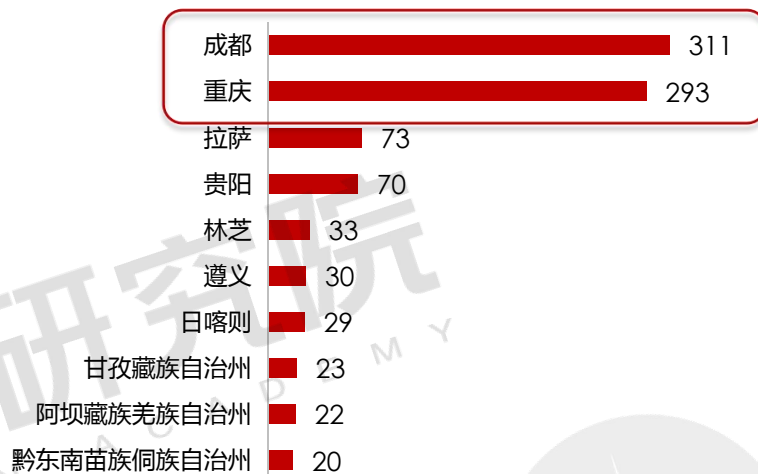
2024年度签约品牌酒店项目数量
TOP10省份
(单位：个)



数据来源：迈点研究院

2024年，随着旅游市场的迅速复苏，**西南区域签约量仅次于华东区域**；分省份来看，**四川省凭借经济和旅游资源，成为投资者和开发商关注的焦点。**

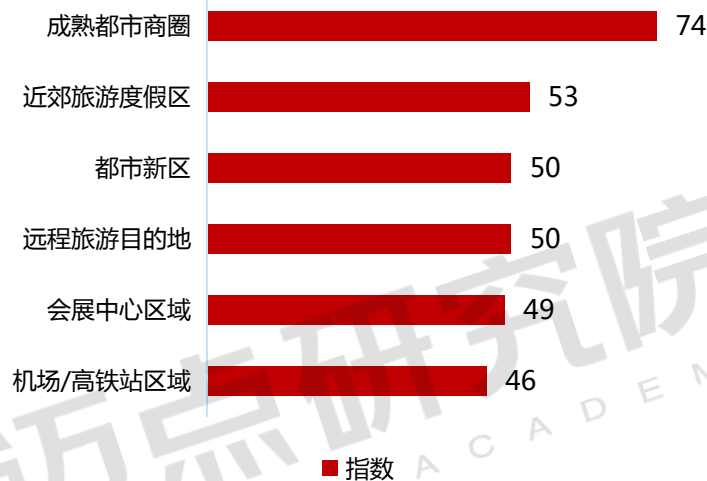
2023-2024年西南地区新开业品牌
酒店TOP10城市
(单位：家)



数据来源：迈点研究院，数据截至2024年12月

西南地区酒店新开业资源集中在成都和重庆。凭借其较为成熟的市场环境、丰富的旅游资源、政府支持等优势，**这些城市酒店市场最受投资者和开发商关注。**

2024年投资人主要关注的酒店区域

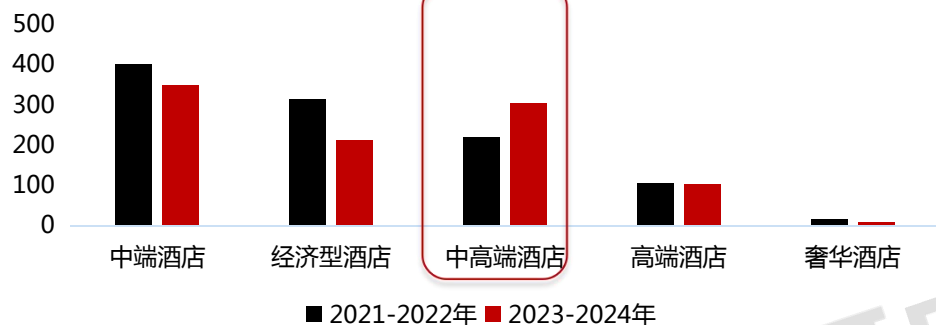


数据来源：《2024年中国酒店业投资与资产管理白皮书》，迈点研究院整理

城市中成熟的核心区位风险较低，是投资人最关注的区域，**建议优先布局**。此外，旅游市场的持续火热带动**近郊及远郊的旅游度假区**关注度提升。建议因地制宜，优化投资布局，避免过度集中。

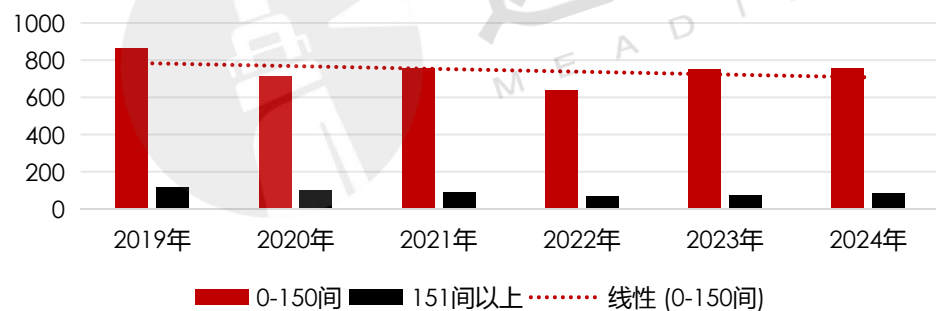
投资产品——中高端酒店为投资主力赛道，建议精选服务产品，提高投资回报

2021-2024年西南地区新开业品牌酒店门店数量变化



数据来源：迈点研究院，数据截至2024年12月

2019-2024年西南地区新开业中高端酒店客房规模变化



数据来源：迈点研究院，数据截至2024年12月

中高端酒店为投资主力赛道

- 西南地区中高端酒店开业数量逆势增长，是近2年来唯一实现供应增加的品类，反映了投资者对中高端旅游市场的信心增强，归因于消费升级引起产品迭代以及投资回报的综合考量。

中高端升级仍是企业长期发展方向

- 针对不同客群的需求，深挖优势赛道，丰富品牌矩阵，注重产品的差异化和创新，推动中高端升级。加强品牌化与专业化建设，品牌下沉获取市场份额。

“小而精”酒店更受青睐

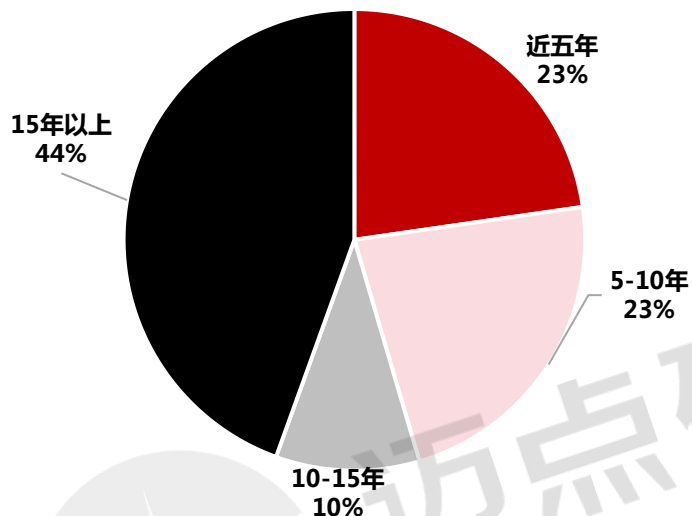
- 150间以下的客房规模成为投资主流，占比逐年升高。反应了西南酒店市场投资趋于理性与保守，酒店投资将更加以坪效为驱动，投资者更加关注经营收益的最大化。

调整竞争策略，提高投资回报

- 提升服务质量，差异化竞争以吸引特定的客户群体。
- 不断推出创新产品，如主题客房、特色餐饮、定制旅行等，以满足消费者的个性化需求，提升坪效。

运营策略——盘活存量市场与升级，打造全方位住宿体验

西南地区品牌酒店初始开业门店数统计



数据来源：迈点研究院，数据截至2025年3月

据统计，西南地区品牌酒店近5年内开业酒店品牌门店数仅占比41%，**高达59%的品牌门店已开业5年以上，其中开业15年以上的门店占比17%。**这表明西南地区酒店存量改造市场具有巨大的潜力和需求。

“酒店+” 打造沉浸式体验，让酒店成为真正的旅游目的地

- 展望未来，酒店将致力于打造全方位的旅游体验，“酒店+”模式将文化、艺术、科技和地方传统融入服务，为客人提供丰富的文化沉浸式体验，成为真正的旅游目的地。这一转变不仅重塑了酒店业的发展模式，更为城市旅游业注入了新的活力。



硬件设施

君亭酒店集团在中高端精选酒店领域，采用星级酒店档次的配套设施，如“金可儿”床垫、“科勒”卫浴等，为客户提供舒适体面的入住体验。



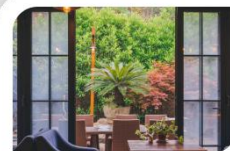
服务体验

丽怡酒店通过“首席管家服务”和“X-SPACES(悉·空间)”等创新服务，超越传统酒店体验，增加了聚会、会议、休闲聊天等集体活动空间。从提供单纯的住宿服务，演变为一个多功能的互动空间。

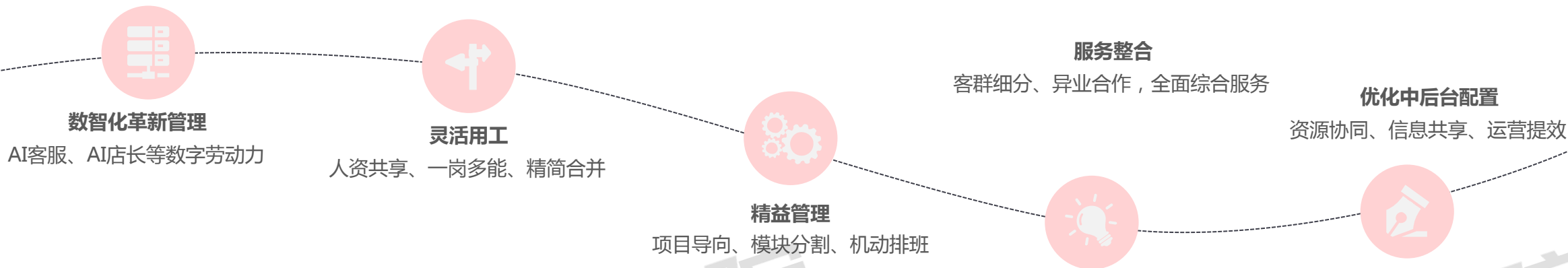


文化融合

昆明君悦酒店通过将云南的自然地貌和文化融入设计中，如利用扎染工艺和蜂巢形象装饰，为旅客提供深度的文化体验。



大变局时代，人才新质提升——“以变应万变” 高科技、高效能、高质量



01 业主 新质提升

掌握文旅发展全生命周期

成为文旅行业发展专业引领者

坪效导向，稳健总资产回报

打通供应链，开源节流控成本



02 品牌 新质提升

异业合作，提供全面综合服务

客群细分需求，建立更深链接

数字化技术整合，提升体验

贯彻ESG发展，推广绿色生产



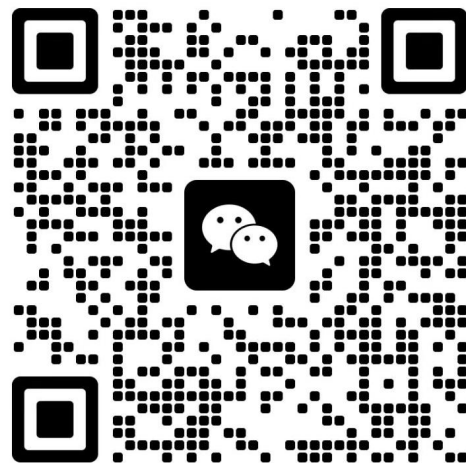
03 人才 新质提升

灵活用工和人力资源共享

改进激励手段，提升生产效率

培养复合高素质人才创新营销思路

优化组织架构，提升可持续发展水平



合作交流，请扫码添加工作人员微信