

2022年中国中高端酒店 市场发展报告



CONTENTS



01

背景篇：2022年中国酒店业发展背景

02

发展篇：2022年中国酒店业市场现状

03

趋势篇：2023年中国酒店业趋势展望



PART ONE

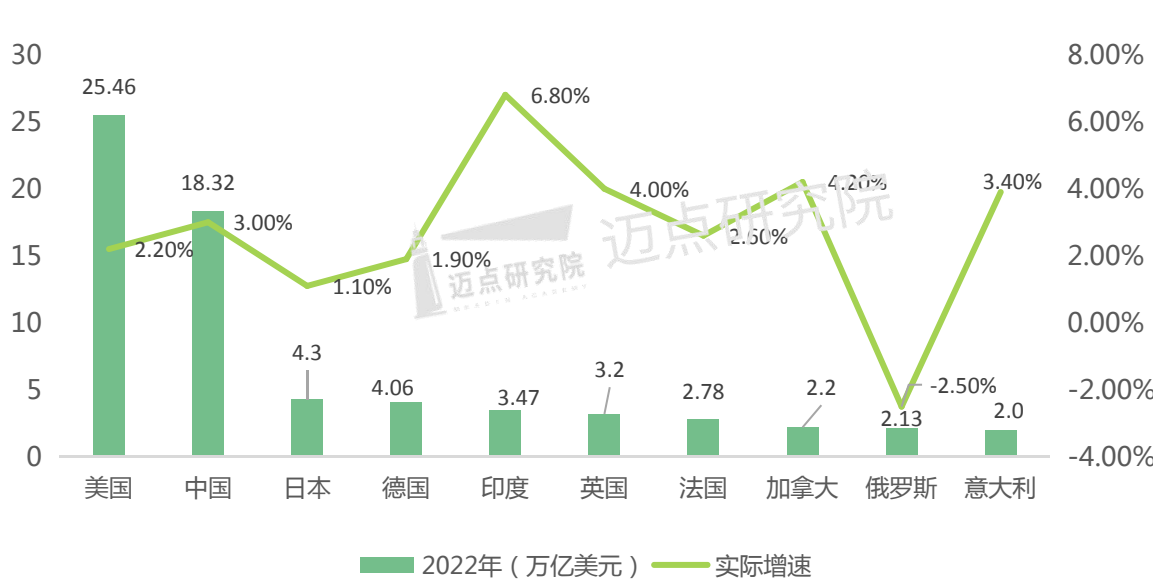


背景篇：2022年中国酒店业发展背景



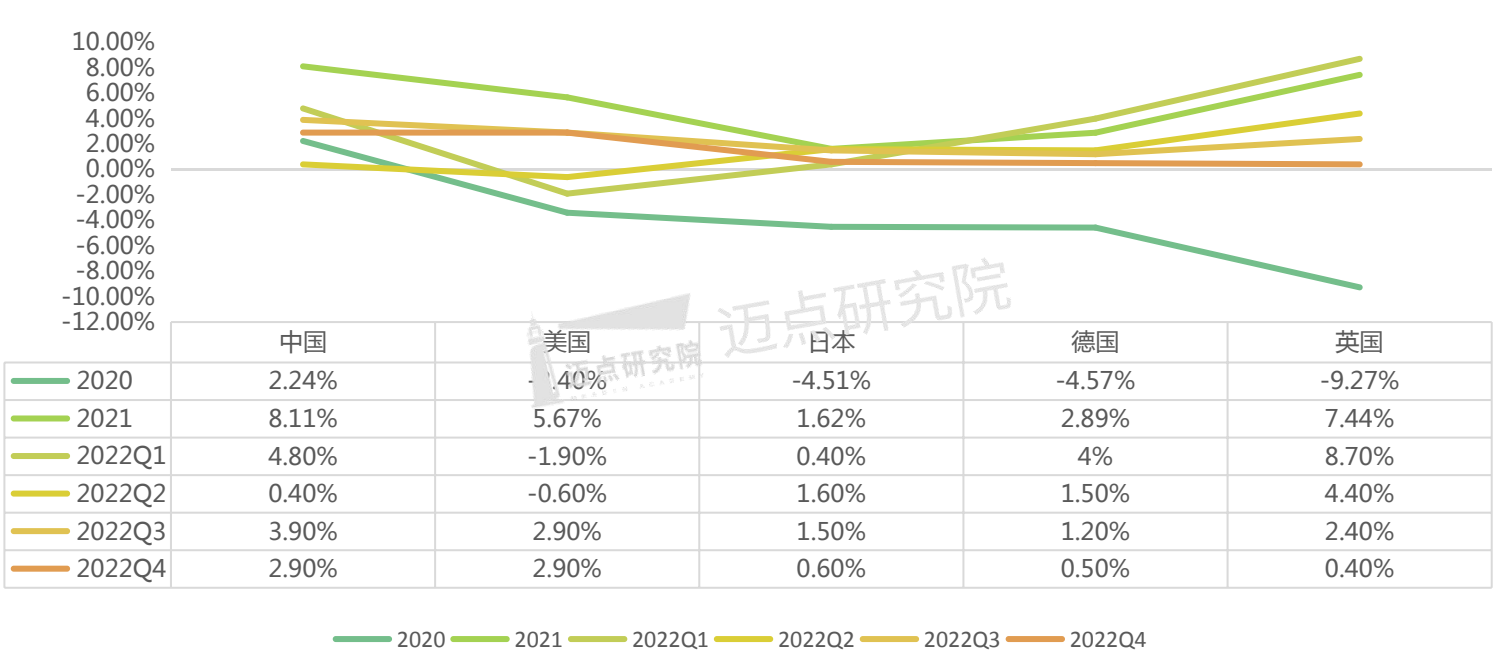
国际环境：地缘冲突、能源短缺、通胀高企，全球经济增长动力减弱

2022年全球GDP十强及增速

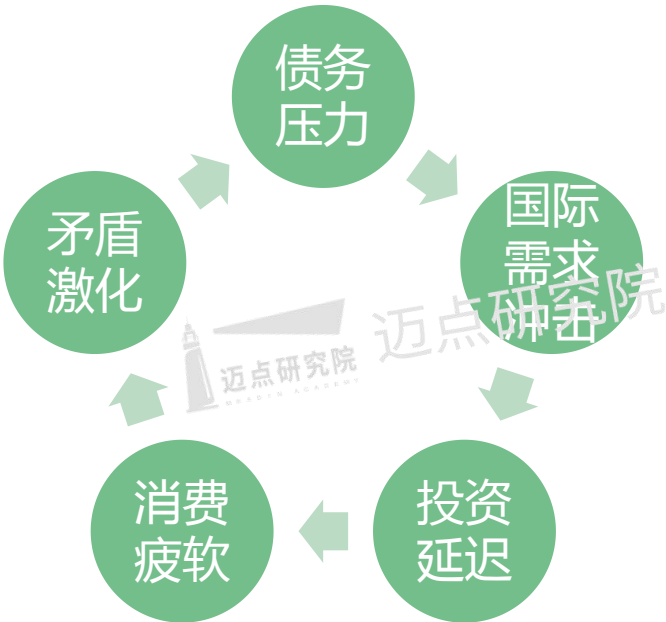


数据来源：各国已公布的经济数据、迈点研究院整理

疫情后世界主要经济体GDP增速



数据来源：各国公布的经济数据、迈点研究院整理





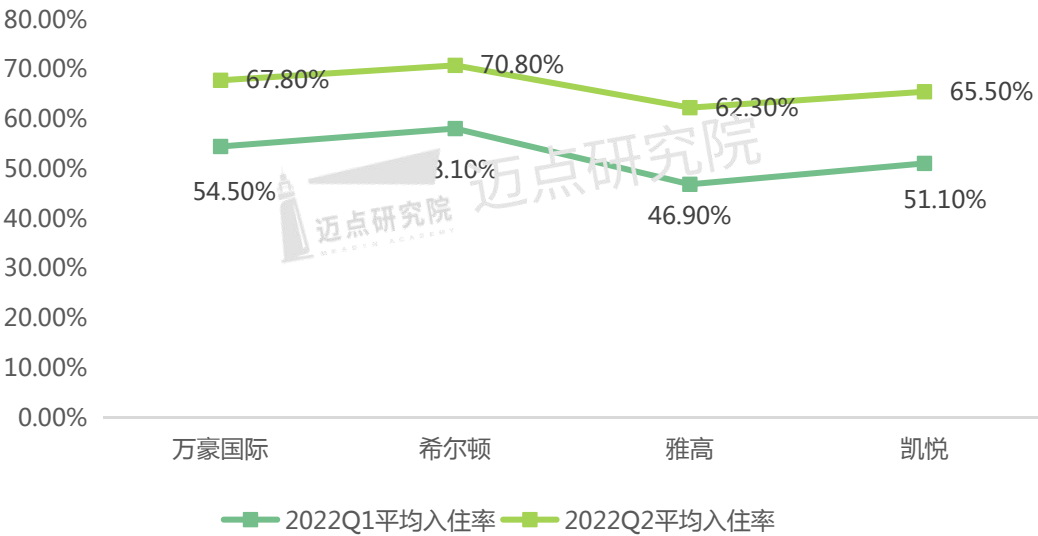
宽松政策下的全球酒店业：2022年国际酒店集团经营业绩普遍大涨

2020-2022年国际酒店集团营收数据对比（亿美元）

证券名称	2020营收	营收同比	2021营收	营收同比	2022Q3 累计营收	2022Q3 累计营收 /2021营收
万豪国际	105.71	-49.59%	138.6	31.11%	148.5	107.14%
希尔顿酒店	43.07	-54.43%	57.88	34.39%	63.29	109.35%
温德姆酒店及 度假村	6.67	-33.37%	15.65	20.38%	11.64	74.38%
精选国际酒店	7.74	-30.57%	10.69	38.14%	10.4	97.29%
凯悦酒店	20.66	-58.84%	30.28	46.56%	43.03	142.11%
洲际酒店	23.94	-48.27%	29.07	21.43%	——	——

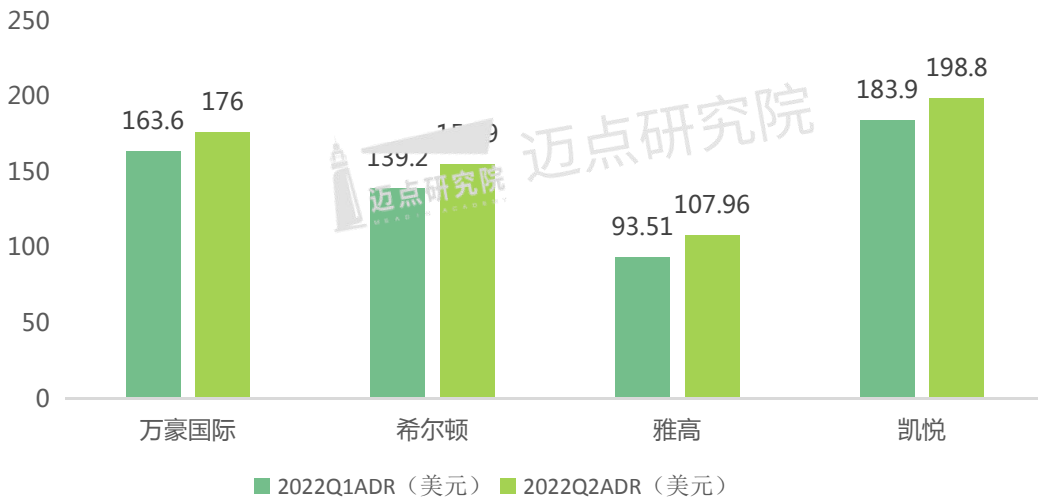
数据来源：各酒店集团财报、迈点研究院整理

2022Q1-Q2国际酒店集团平均入住率



数据来源：各酒店集团财报、迈点研究院整理

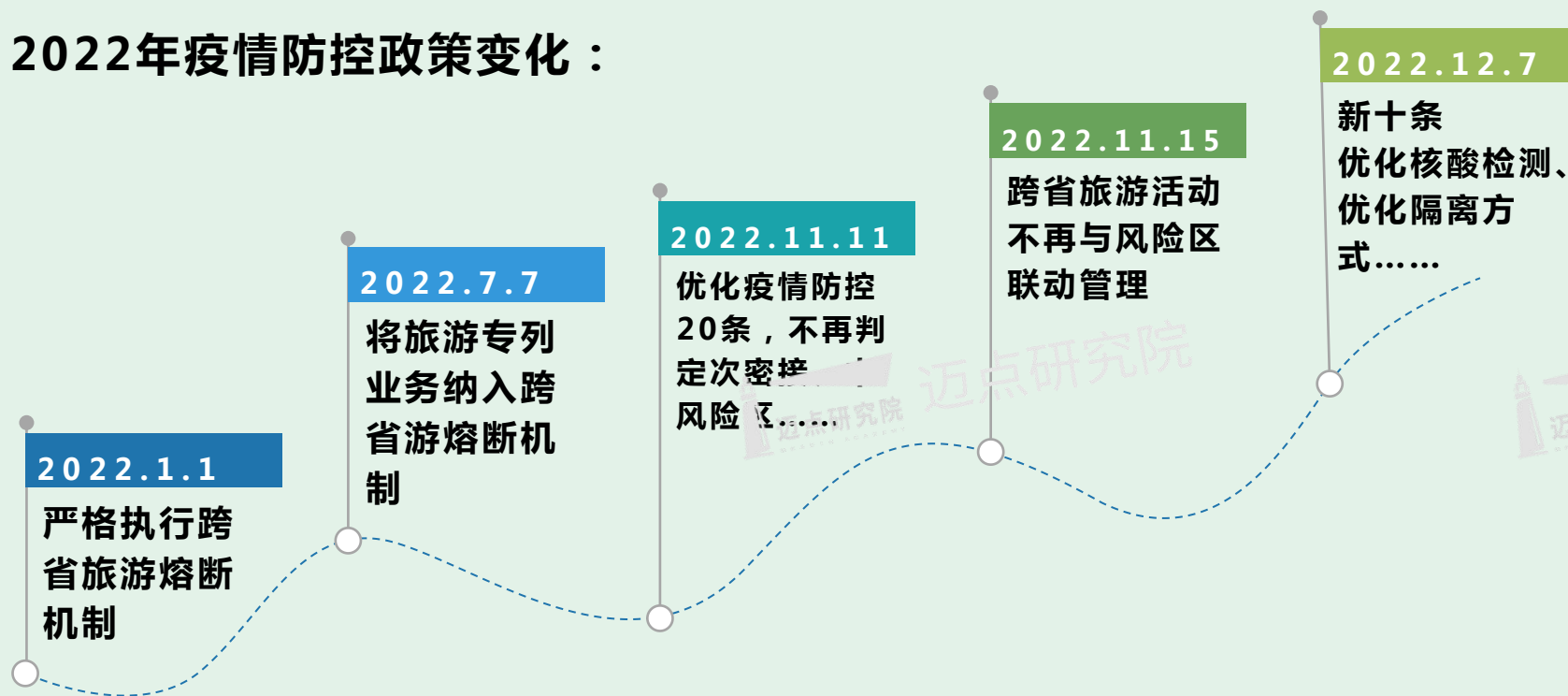
2022Q1-Q2国际酒店集团平均房价



数据来源：各酒店集团财报、迈点研究院整理

国内环境：防控政策由严控到逐步放开，酒店业复苏迹象显现

2022年疫情防控政策变化：



酒店行业
春天来了

◆ 疫情放开后，酒店行业来到了发展拐点？

◆ 疫情放开后，酒店行业面临哪些挑战？

◆ 疫情放开后，酒店行业应该做哪些准备？



疫情下的国内酒店业：以上市公司为代表的本土酒店市场缓慢恢复

2022年Q1-Q2国内酒店集团营收数据					
证券名称	股票代码	2022Q1营收 (亿元)	营收同比	2022Q2营收 (亿元)	营收同比
锦江酒店	600754.SH	23.22	0.97%	27.21	-8.18%
首旅酒店	600258.SH	11.12	-4.64%	11.18	-40.29%
君亭酒店	301073.SZ	0.62	-3.72%	0.79	-4.36%
华天酒店	000428.SZ	1.06	-16.66%	1.18	-33.72%
金陵饭店	601007.SH	3.79	17.3%	2.79	-5.05%
华住集团-S	01179.HK	26.81	15.21%	33.82	-5.72%

数据来源：各酒店集团财报、迈点研究院整理

2022年Q3国内酒店集团财报数据					
证券名称	股票代码	营收 (亿元)	营收同比	净利润 (亿元)	净利润同比
锦江酒店	600754.SH	30.52	-1.15%	1.6	73.54%
首旅酒店	600258.SH	15.07	-4.72%	0.53	-11.64%
君亭酒店	301073.SZ	1.07	63.48%	0.11	48.9%
华天酒店	000428.SZ	1.63	1.49%	-0.56	22.11%
金陵饭店	601007.SH	4.06	23.64	0.27	675.58%
亚朵	ATAT.US	6.70	——	1.11	58.42%

数据来源：各酒店集团财报、迈点研究院整理

2020-2022年国内酒店集团营收数据对比							
证券名称	股票代码	2020营收 (亿元)	营收同比	2021营收 (亿元)	营收同比	2022Q3累计营收 (亿元)	2022Q3累计营收 /2021营收
锦江酒店	600754.SH	98.98	-34.45%	113.39	14.56%	80.94	71.38%
首旅酒店	600258.SH	52.82	-36.45%	61.53	16.49%	38.38	62.38%
君亭酒店	301073.SZ	2.56	-31.91%	2.78	8.39%	2.48	89.21%
华天酒店	000428.SZ	5.15	-53.59%	5.94	15.28%	3.87	65.15%
金陵饭店	601007.SH	11.40	-5.82%	13.74	20.5%	10.64	77.44%
亚朵	ATAT.US	15.67	0%	21.48	37.08%	16.37	76.21%
华住集团-S	01179.HK	102	-9.01%	127.8	25.29%	——	——
万达酒店发展	00169.HK	5.52	-24.25%	7.14	29.35%	——	——

数据来源：各酒店集团财报、迈点研究院整理



一方面酒店歇业、拍卖事件频发；另一方面业主主动作为、多维创举以求自救

2022年阿里拍卖“千万元”以上酒店（不完全统计）

拍卖价格	项目	成交价格	围观人次
≥1亿元	喀什银瑞林国际大酒店	4.28亿元	8812
	重庆市渝中区民族路101号房产	3.56亿元	18286
	麦斯汀酒店	1.3亿元	7367
	苏州雅鑫太湖大酒店有限公司所属房地产	1.24亿元	11572
<1亿元~≥5千万元	汝城君莲国际大酒店客房15年经营权	8489万元	14576
	重庆华地王朝大酒店	8006万元	4206
	龙川县龙飞酒店	7798万元	11190
	金州国际城亿发大酒店1-6层房屋	7786万元	3282
	山西世纪龙鼎国际大酒店	6112万元	5092

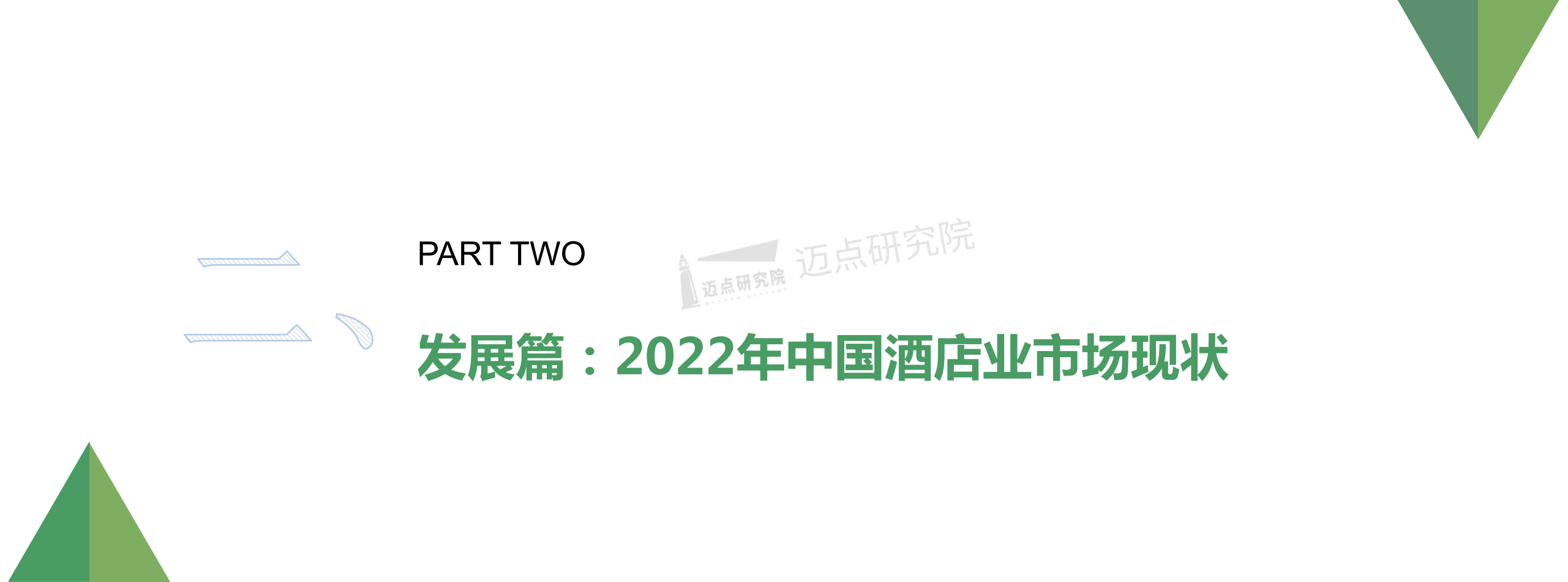
数据来源：阿里拍卖、迈点研究院整理

2022年阿里拍卖“亿元”以上酒店（不完全统计）

项目	交易情况	当前价格（亿元）
深圳观澜格兰云天大酒店	流拍	11.69
上海喜来登香伦酒店	流拍	10.6
重庆解放碑皇冠假日酒店	流拍	7.303
广西富满地大酒店	流拍	4.629
内蒙古乌海阳光万豪酒店	流拍	1.509
四川广元天成大酒店	流拍	4.531
广东揭阳希桥酒店	流拍	3.803
山东寿光阳光温泉大酒店	流拍	2.955

数据来源：阿里拍卖、迈点研究院整理





PART TWO



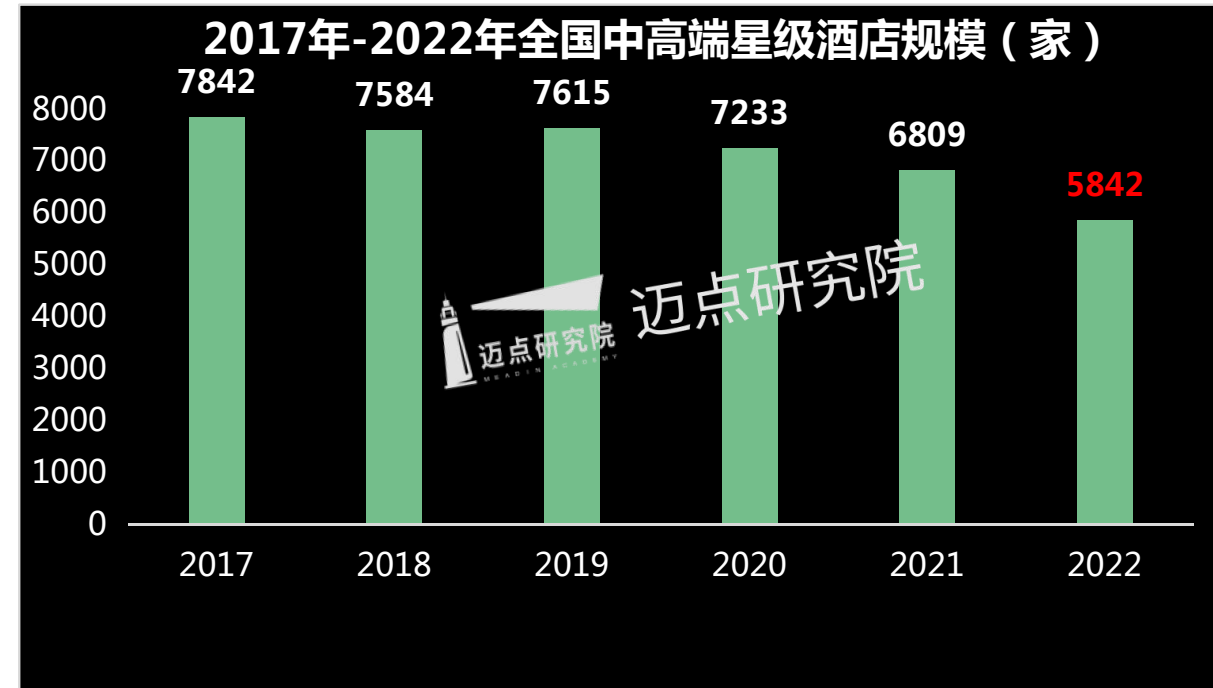
发展篇：2022年中国酒店业市场现状



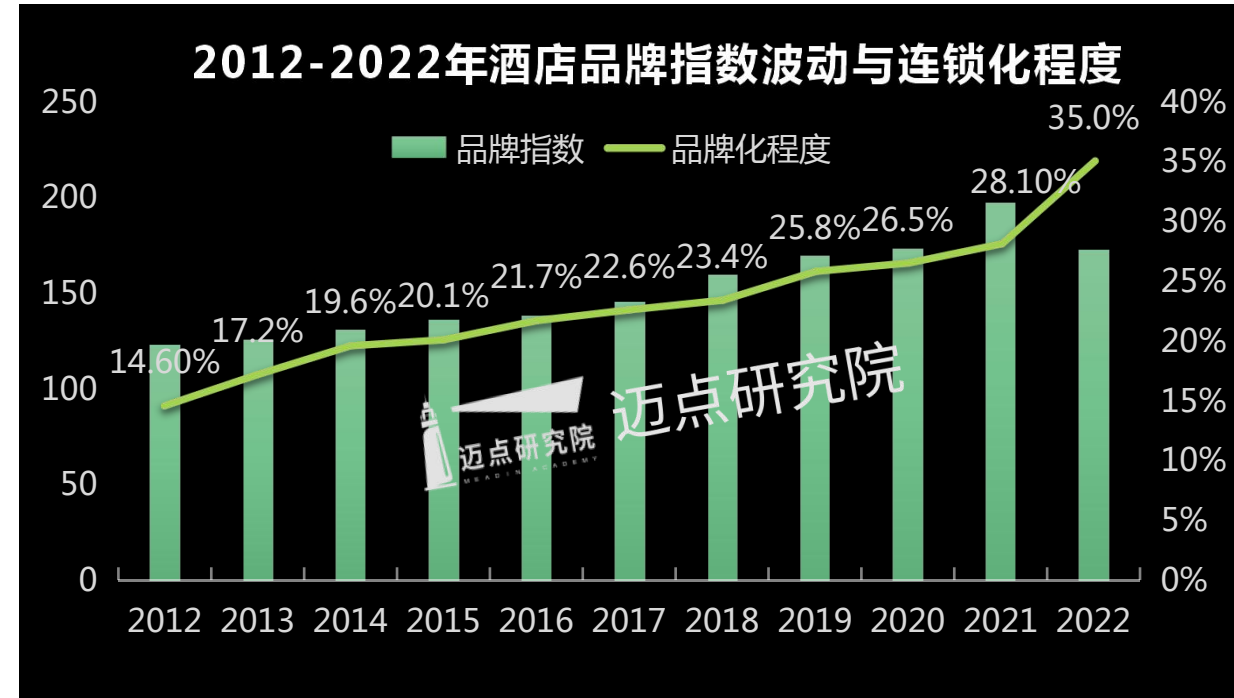
发展格局



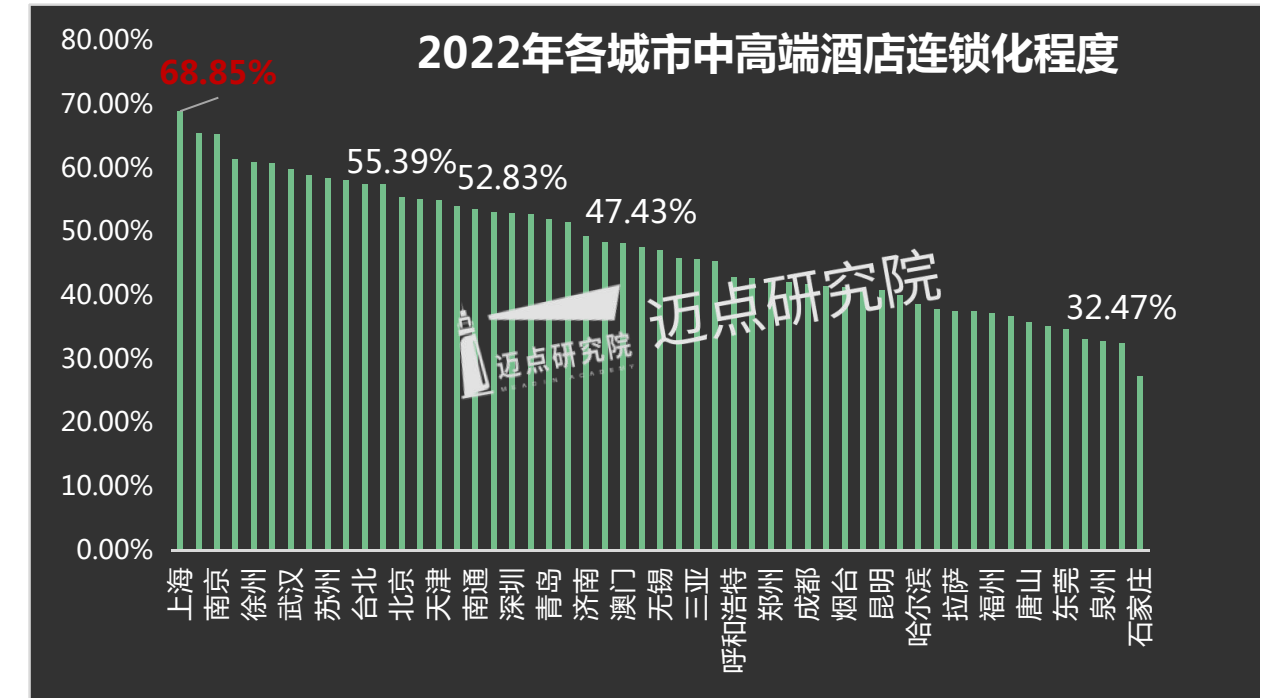
连锁化程度：占比逐年提升至35%，2022年52城市中高端酒店连锁化率47.43%



数据来源：文化和旅游部公布的通过审核的三星、四星级和五星级饭店数量

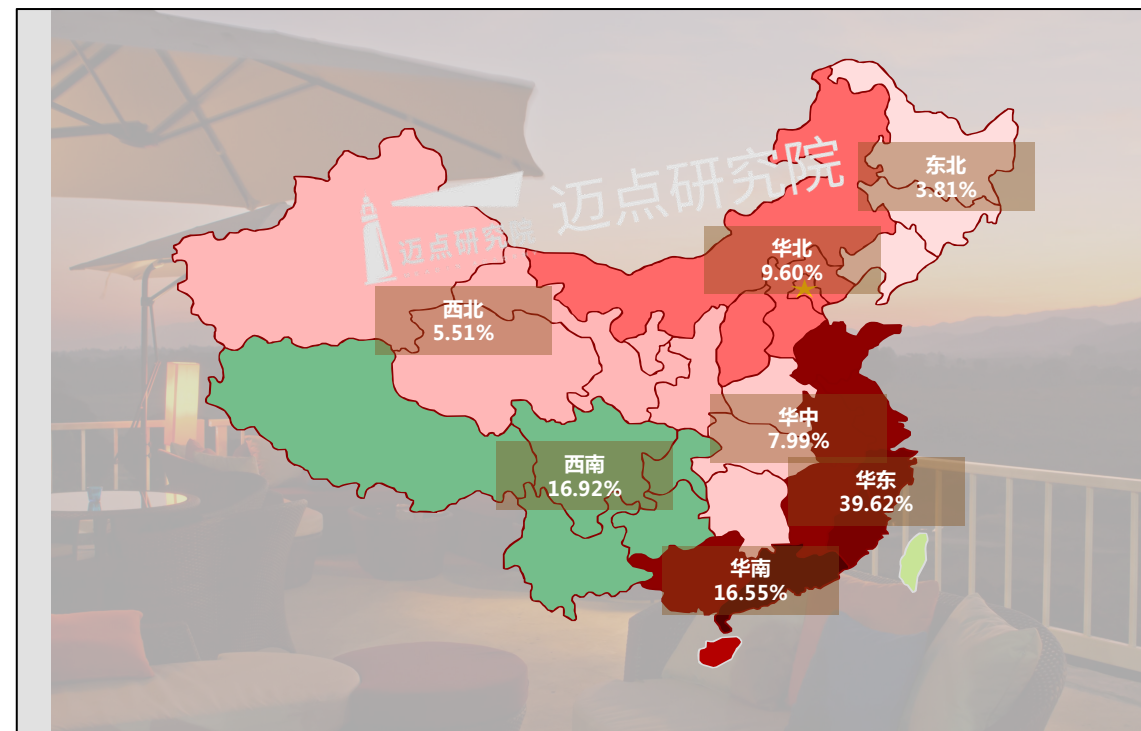


数据来源：迈点研究院、中国饭店协会



数据来源：迈点研究院

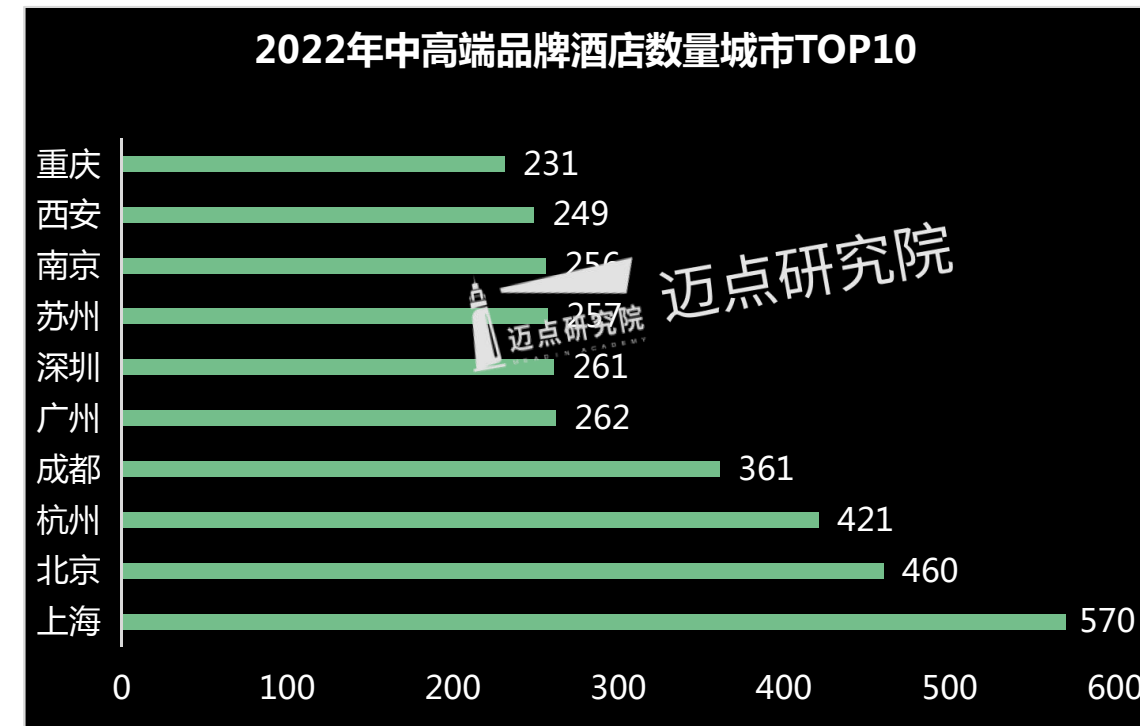
区域分布：中高端酒店华东占比接近4成，上海、杭州、苏州、南京集聚



数据来源：迈点研究院

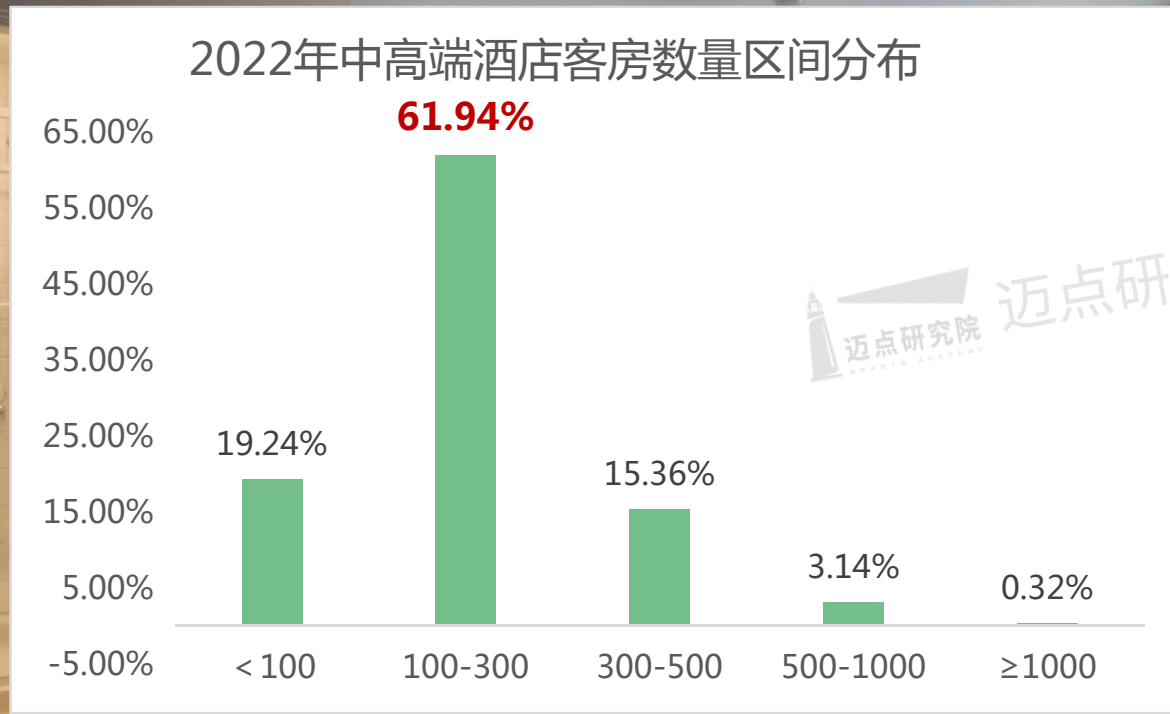


数据来源：迈点研究院



数据来源：迈点研究院

房量分布：100-300间房量占比最高，上海客房体量居榜首



数据来源：迈点研究院

城市1-10

城市	客房体量（间）
上海	118922
北京	90055
杭州	71143
成都	61245
广州	55376
香港	54524
深圳	50542
苏州	43741
南京	41862
西安	41485

城市11-20

城市	客房体量（间）
长沙	38104
重庆	36757
武汉	35142
三亚	31518
宁波	30934
青岛	26334
厦门	22171
昆明	20566
南宁	19480
合肥	19430

城市21-30

城市	客房体量（间）
福州	18966
无锡	18826
天津	17811
澳门	17544
郑州	17357
台北	17043
佛山	16770
南昌	16761
常州	15374
沈阳	14511

城市31-40

城市	客房体量（间）
贵阳	14102
济南	13564
海口	11701
东莞	11340
南通	11175
哈尔滨	11123
长春	10150
大连	10060
赣州	9319
烟台	8656

城市41-50

城市	客房体量（间）
泉州	8614
温州	8473
徐州	7598
太原	7493
兰州	7355
西宁	6387
乌鲁木齐	6374
银川	5767
呼和浩特	5164
拉萨	4992

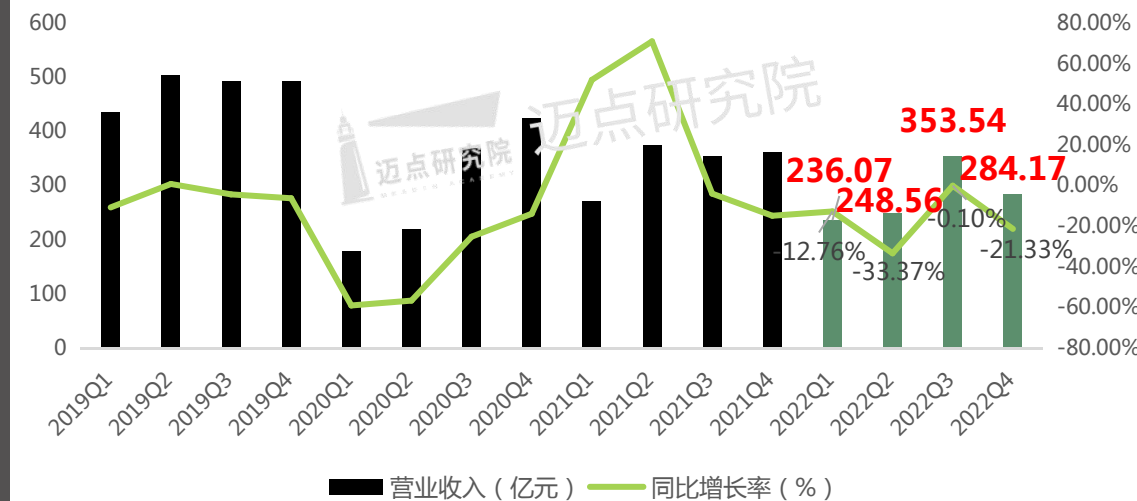


经营态势



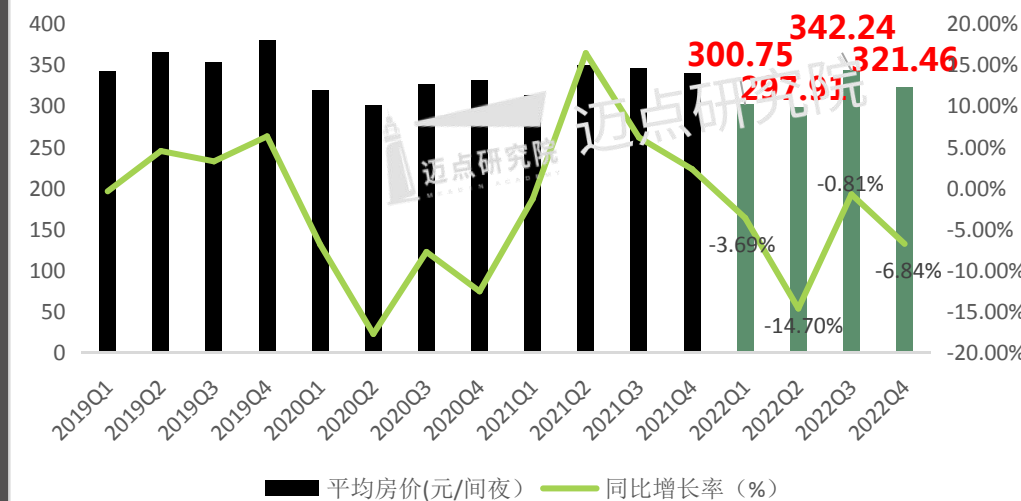
经营情况：酒店营收、平均房价、客房出租率同比下降为主基调

2019年至2022年全国星级饭店营收趋势分析



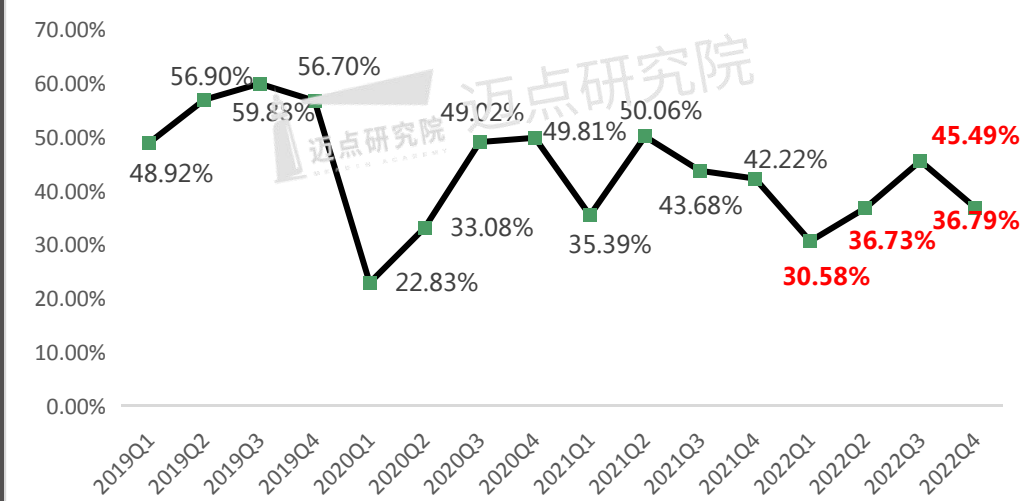
数据来源：文化和旅游部、迈点研究院整理

2019至2022年全国星级饭店平均房价趋势



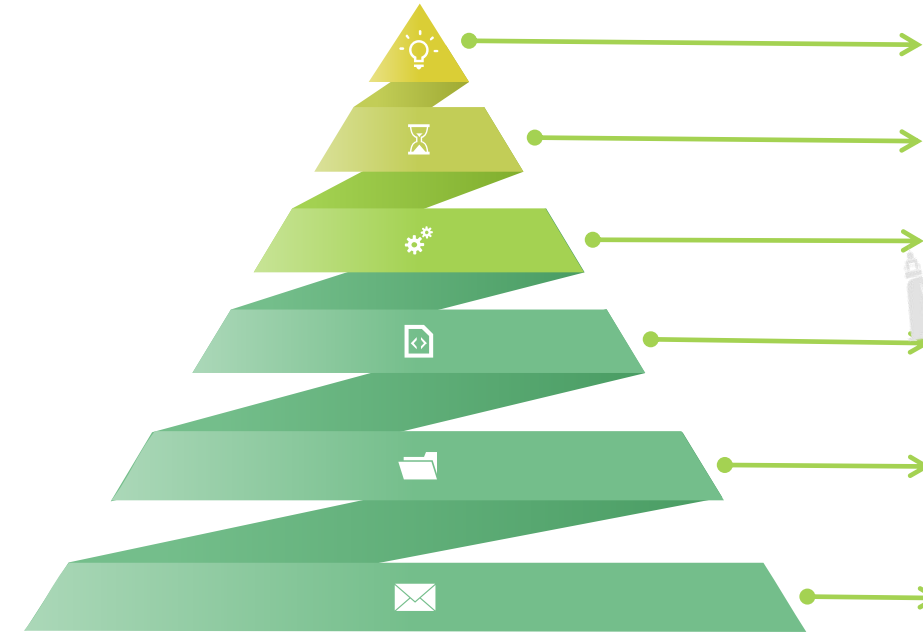
数据来源：文化和旅游部、迈点研究院整理

2019年至2022年全国星级饭店客房出租率趋势



数据来源：文化和旅游部、迈点研究院整理

运营业态：从单一住宿功能向“酒店+”转变，拓展多元化营收渠道



酒店+亲子研学

亲子度假客群、文化研学体验活动

酒店+新零售

提高消费频次，增强用户粘性

酒店+预制菜

“高效厨房”需求，疫情影响用餐习惯的改变

酒店+多元主题

电竞酒店、健身酒店、剧本杀酒店、城市生活方式酒店等

酒店+乡村休闲

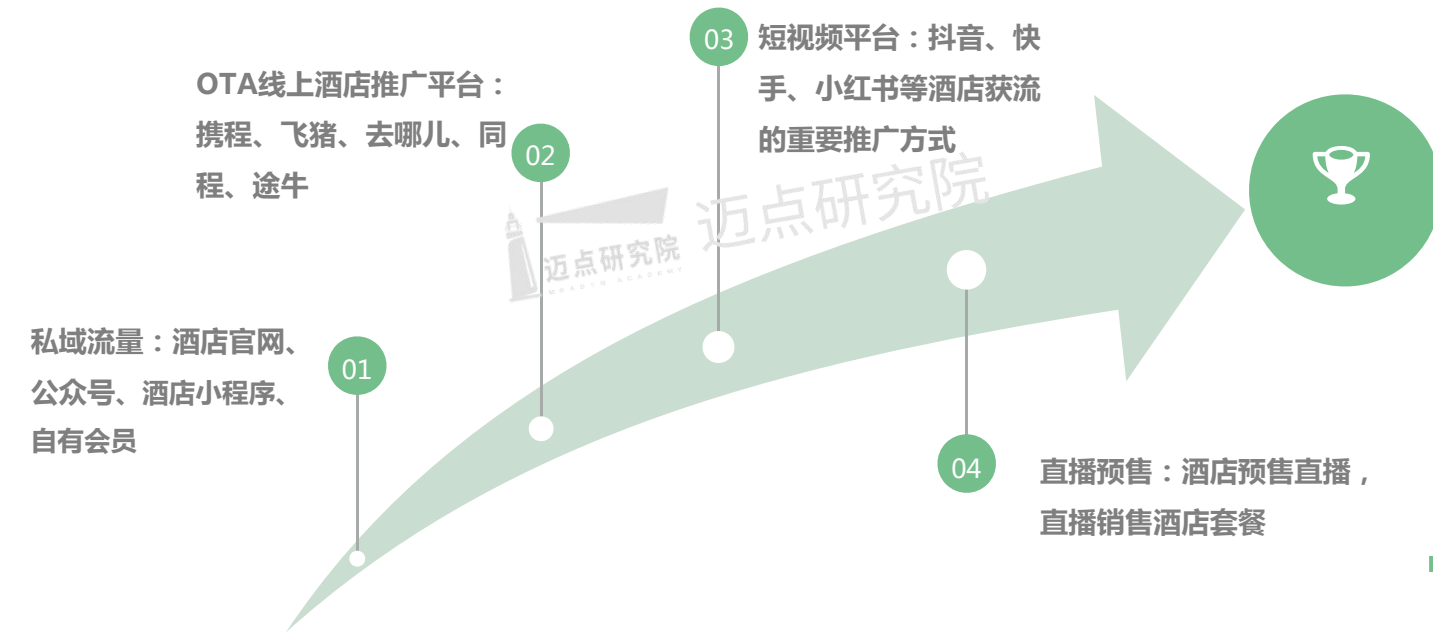
度假农庄、乡村度假酒店

酒店+宅度假、微度假

近郊游、本地游的旅游需求



运营渠道：由线下到OTA平台，再到短视频、直播预售等新营销赛道



酒店直播营销

新媒体平台改变了企业的营销和盈利方式。直观能看到的东西，要比图文描述更加真实可信。直播带货使得酒店的潜力用户流量空间扩大，从酒店的场景到配套，短时间内可以将酒店的卖点全面地展现给观众，提高酒店的品牌曝光率。



酒店套餐预售

“双十一”期间，“囤旅游”“囤酒店”成为潮流。为吸引消费者，酒店钻研线上销售模式，甚至有一些酒店紧跟潮流，用直播的方式进行产品预售。预售是把未来收入提前兑现，从目前来看是酒店快速增加现金流的主要方法。



创新案例：开元森泊以“轻乐园+酒店”产品模式引领亲子休闲度假市场

开元森泊度假乐园 成功经验



精准的市场需求判断

把脉“距离近、时长短、频次高”的微度假市场需求，聚焦城市休闲消费和亲子度假客群。



丰富的一站式休闲度假产品

将乐园作为酒店的配套，丰富酒店体验产品，延长游客停留时间，以乐园、餐饮等收入提升酒店营收能力。



创新化的营销渠道

通过外部公域及OTA获得最大曝光，并有效沉淀到自营渠道，通过口碑传播不断壮大，快速而精准触达消费者的复购。



创新案例：亚朵跨界合作打造IP酒店，丰富产品内涵、提升品牌溢价

亚朵x虎扑体育

篮球主题酒店，酒店与体育的跨界融合

代表酒店：上海中一路地铁站亚朵虎扑篮球酒店

房价区间：450-700元

亚朵x戏剧

沉浸式戏剧酒店：在酒店中看戏，在剧场中入梦

代表酒店：上海静安区The Drama酒店

房价区间：1500元

亚朵x零售

网易严选与亚朵集团联拓展新零售业务

代表酒店：杭州滨江奥体亚朵S网易严选酒店

房价区间：550-1200元

亚朵x音乐

亚朵与网易音乐合作，打造音乐社区主题酒店

代表酒店：杭州西湖亚朵S音乐酒店

房价区间：500-800元

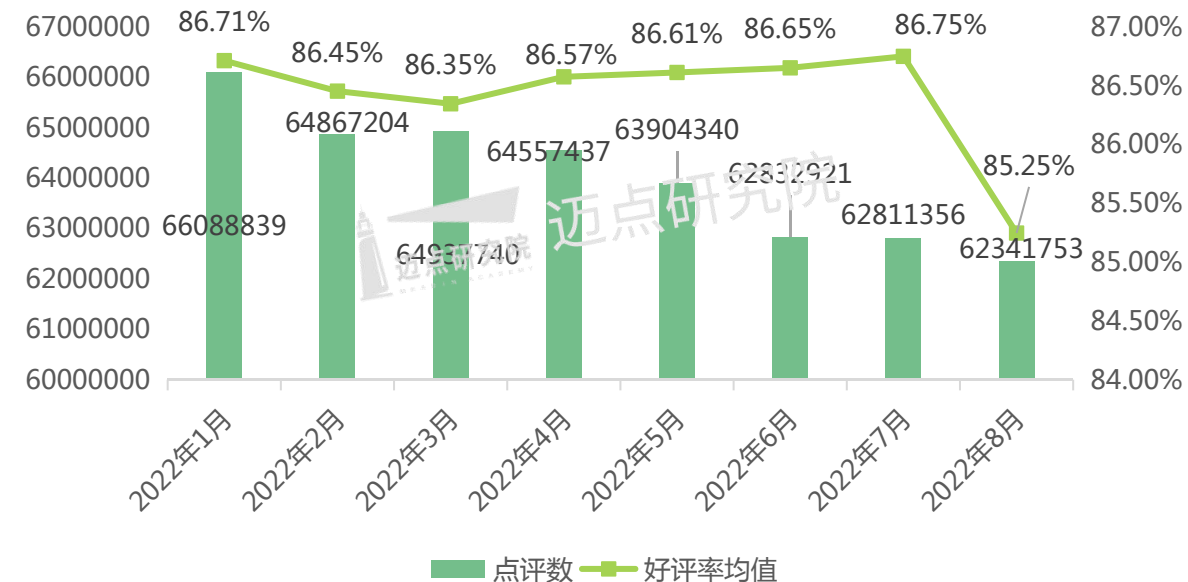


消费现状



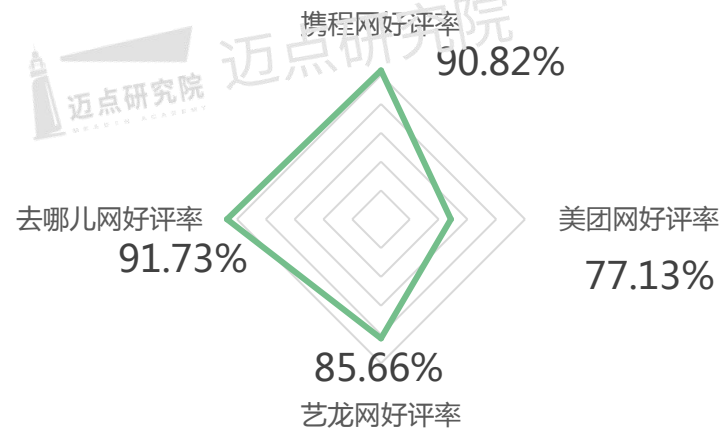
指数维度：各月点评数呈波动下滑趋势，用户活跃性明显降低

2022年中高端酒店点评数与好评率



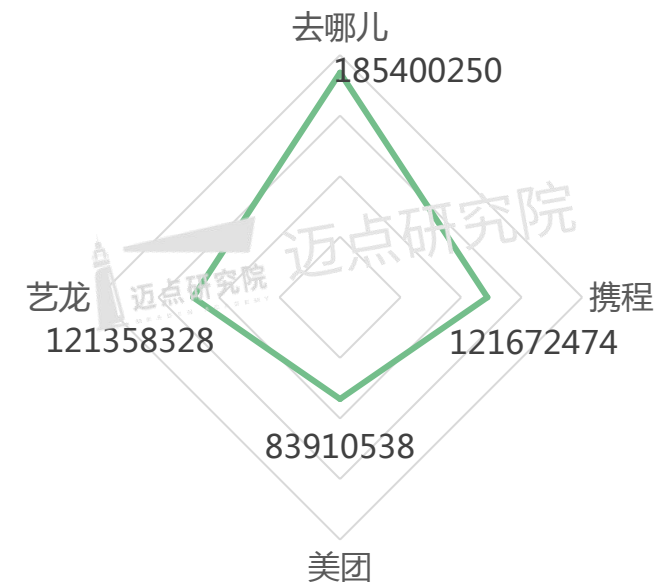
数据来源：迈点研究院

2022年中高端酒店各OTA好评率



数据来源：迈点研究院

2022年中高端酒店各OTA点评数



数据来源：迈点研究院



城市竞争力：三亚位居52城酒店热度之首，澳门、海口次之



2022年52城中高端酒店竞争力指数（MCI）排行榜



排行榜（TOP4-TOP52）

排名	城市	MCI值
4	合肥	49.74
5	长沙	48.42
6	济南	47.69
7	大连	47.43
8	南宁	47.04
9	太原	46.71
10	昆明	46.43
11	兰州	46.39
12	贵阳	46.38
13	成都	46.22



排名	城市	MCI值
14	广州	46.13
15	南京	46.07
16	沈阳	46.03
17	西安	46.02
18	重庆	45.66
19	深圳	45.63
20	青岛	45.37
21	上海	45.18
22	呼和浩特	44.77

排名	城市	MCI值
23	南昌	44.41
24	杭州	44.39
25	烟台	44.30
26	宁波	44.28
27	武汉	44.14
28	厦门	44.14
29	福州	44.06
30	苏州	43.89
31	石家庄	43.83

排名	城市	MCI值
32	郑州	43.74
33	哈尔滨	43.60
34	天津	43.56
35	东莞	43.56
36	常州	43.52
37	北京	43.28
38	长春	43.22
39	无锡	43.18
40	西宁	42.98

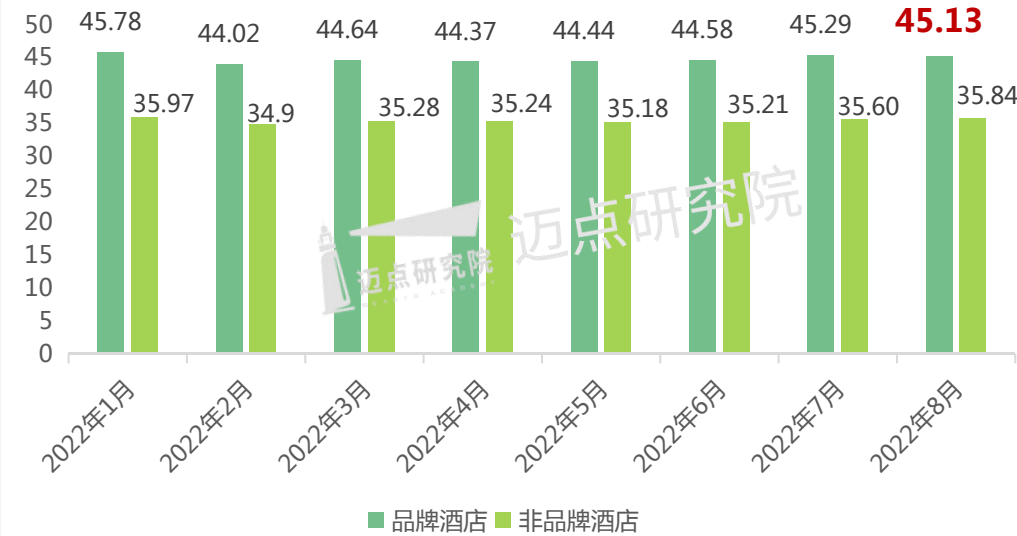


41	赣州	42.55
42	佛山	42.24
43	温州	42.18
44	拉萨	42.18
45	泉州	41.38
46	徐州	41.30
47	南通	41.18
48	乌鲁木齐	39.41
49	银川	39.13
50	唐山	37.96
51	香港	35.43
52	台北	26.12

数据来源：迈点研究院

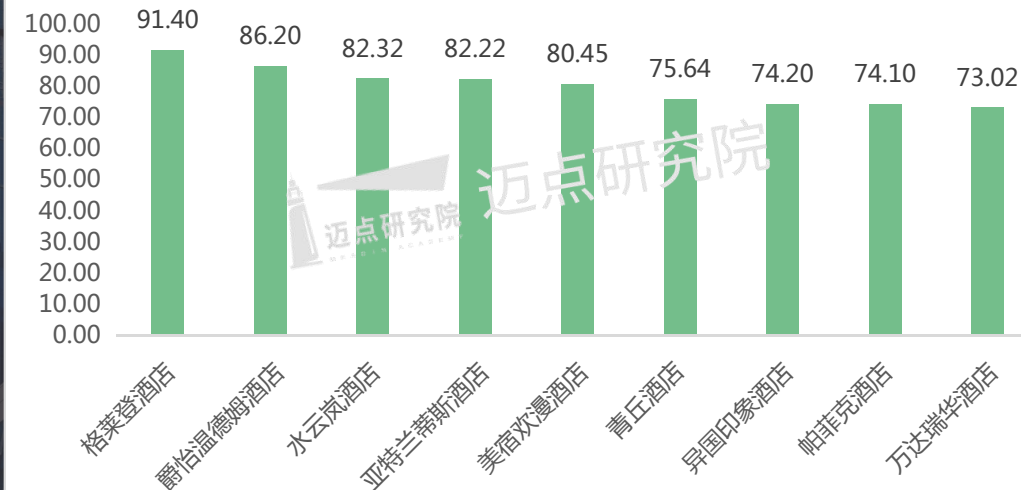
品牌竞争力：连锁酒店明显高于单体酒店，奢华品类优势大

2022年连锁酒店与单体酒店竞争力得分



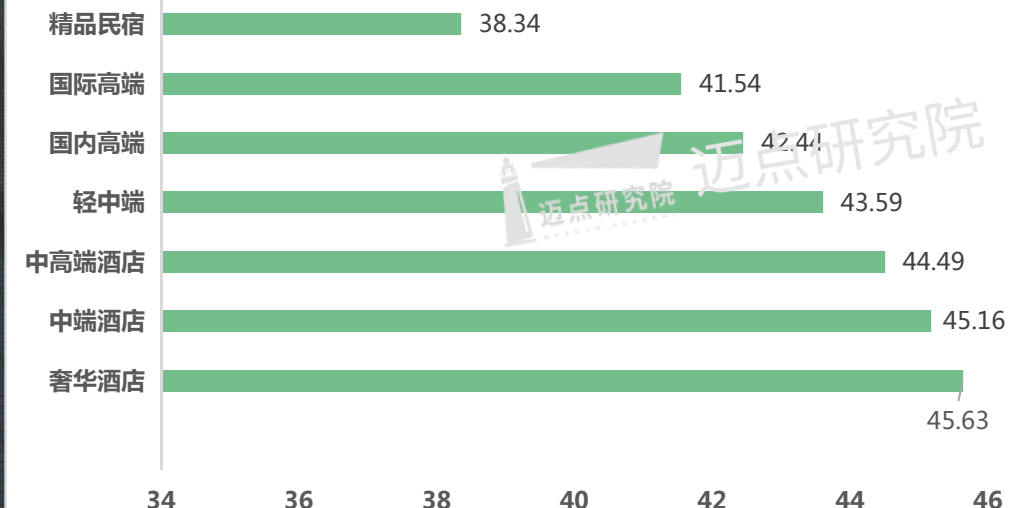
数据来源：迈点研究院

2022年连锁酒店（中高端及以上）TOP10竞争力得分



数据来源：迈点研究院

2022连锁酒店各类型酒店竞争力得分



数据来源：迈点研究院



PART THREE



趋势篇：2023年中国酒店业趋势展望



宏观向好：IMF大幅上调2023年中国经济增长预期至5.2%，全国各地“全力拼经济”，促消费政策力度加大

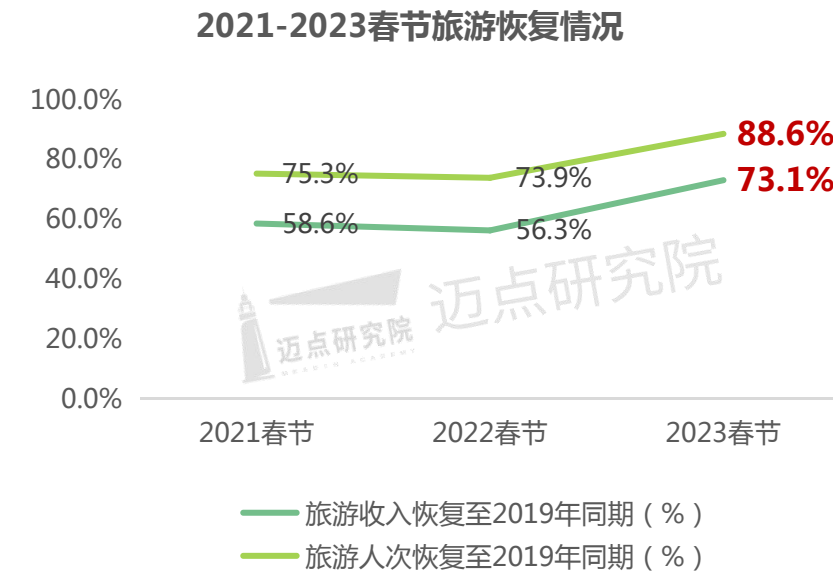
1月31日国际货币基金组织（IMF）发布《世界经济展望报告》更新内容，大幅上调今年中国经济增长预期至**5.2%**，远高于其对全球经济增长预期的2.9%。



各地2023年GDP增长目标设定情况	
增速目标	省市、自治区
7%及以上（4个）	海南：9.5%左右 西藏、新疆：8%左右 江西：7%左右
6%-6.5%（16个）	安徽、宁夏、湖南、湖北：6.5%左右 重庆、甘肃、河南、吉林、黑龙江、山西、内蒙古、云南、福建、河北、四川、贵州：6%左右
5%-5.5%（9个）	上海、陕西、广西：5.5%以上及左右 广东、山东、浙江、辽宁、江苏、青海：5%以上及左右
5%以下（2个）	北京：4.5%以上 天津：4%

- 促消费的政策正持续加码：
- ◆ 2022年12月14日，中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022 - 2035年）》
 - ◆ 国家发展改革委印发《“十四五”扩大内需战略实施方案》
 - ◆ 消费场景逐渐修复
 - ◆ 居民收入恢复性增长
 - ◆ 各地相继出台景区门票减免或打折、发放文旅消费券等惠民利民政策措施。

疫情全面放开，2023新年引爆春节消费市场，文旅酒店业迎来“开门红”，有力提振复苏信心



	2019年	2023年	恢复至2019年同期	同比
国内旅游出游人次	4.15亿人次	3.08亿人次	88.6%	23.1%
国内旅游收入	5139亿元	3758.43亿元	73.1%	30.0%
游客平均出游距离	——	206.9公里	76%	57.0%
目的地平均游憩半径	——	11.2公里	75%	34.4%

数据来源：文化和旅游部，迈点研究院整理

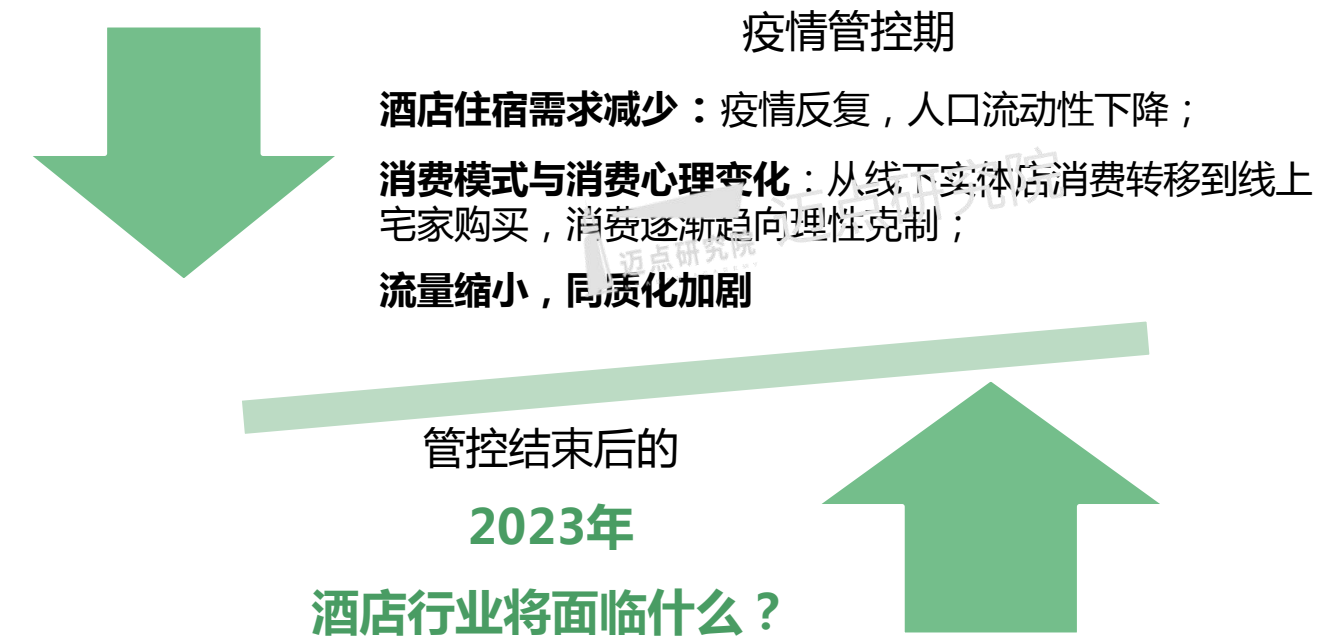
- 春节期间住宿消费需求向好：
- 超7成酒店住宿企业春节期间营业收入恢复至疫情前水平，其中近40%实现反超，较2019年春节同期平均增长15.6%；
 - 酒店预订数量同比增长6倍，酒店消费同比增长八成；
 - 品质度假酒店、目的地酒店受青睐。
- 数据来源：中国饭店协会、各大平台春节出游总结报告

春节：（开元旅业集团酒店）

- 18家酒店单店营收超百万元
- 6家酒店单房收益超千元
- 7家酒店满房，平均出租率超90%

数据来源：开元1988公众号

经营挑战——疫情逐步消散，外部环境改善优化，更加考验酒店的经营管理水平



五大变化与挑战

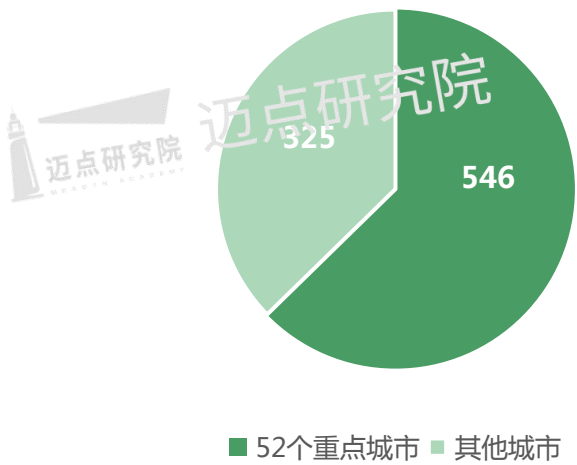




供给增加：新开业酒店数量稳中有增，中高端酒店市场竞争激烈

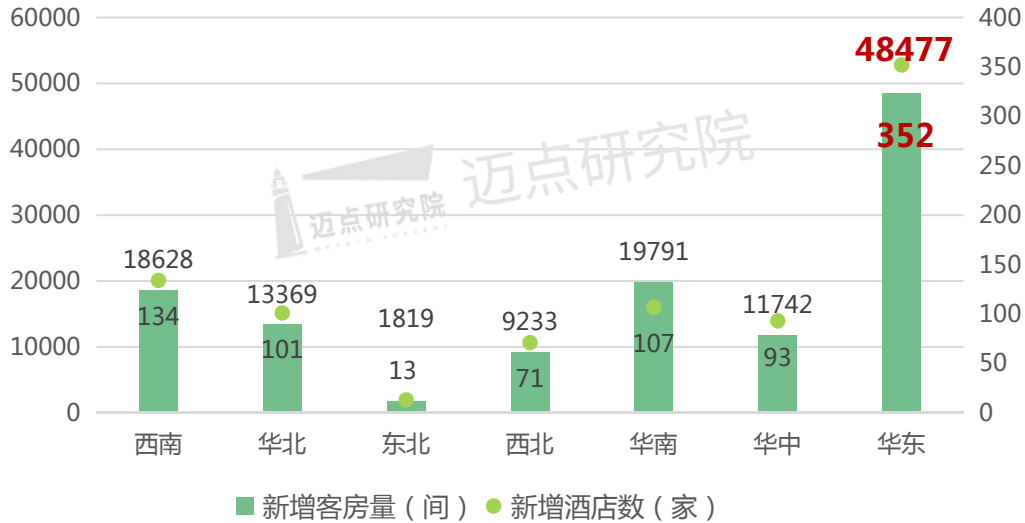
- 2022年全国新开业的中高端酒店（四星及以上）共**871**家，新增客房量共**123059**间。
- 新开业871家酒店，其中**546家**分布在北京、上海、广州、深圳、杭州、成都、厦门等52个重点城市，占比高达62.69%，分布相对较为集中。其他一般城市共计**325家**。
- 从新增客房间数供给来看，**华东**和**华南**地区供给量表现突出；
- 从新增酒店数来看，**华东**地区及**西南**地区新增酒店数量最多。

2022年新开业中高端酒店城市分布



数据来源：迈点研究院,统计时间截止2022年12月22日

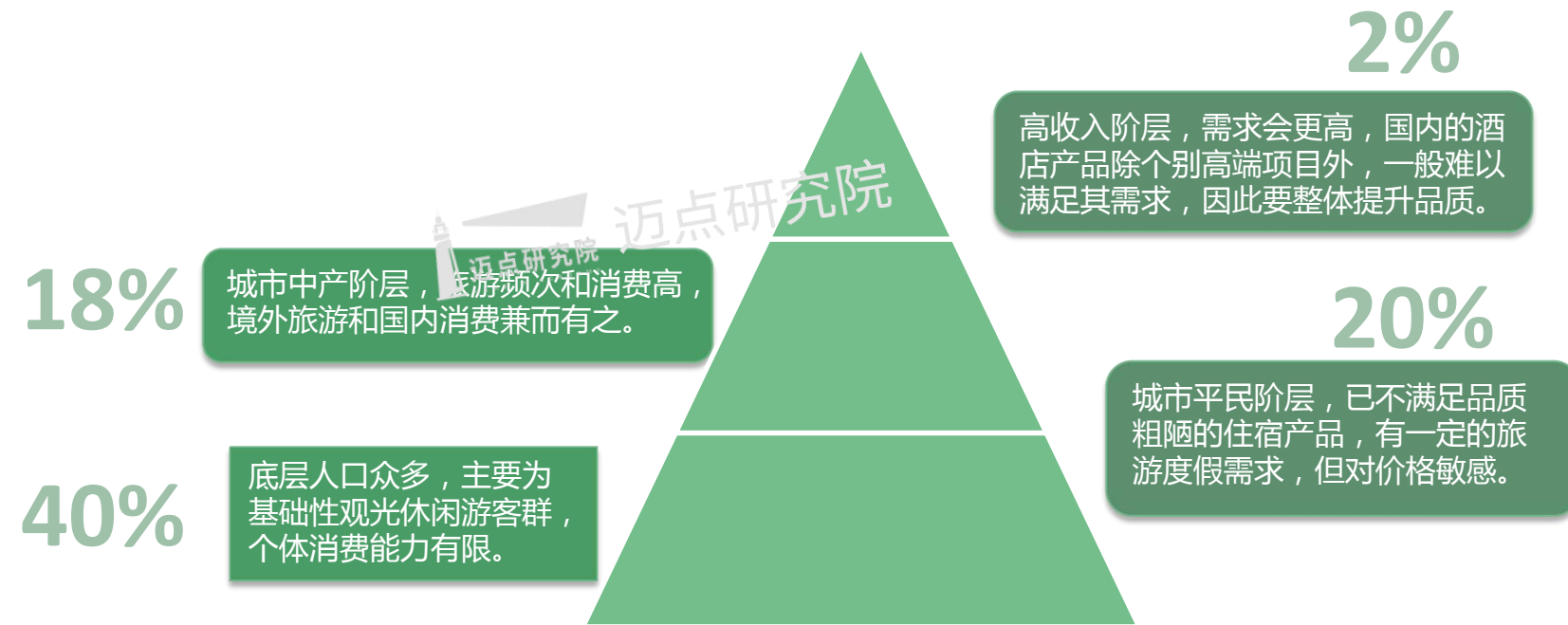
2022年各区域新增中高端酒店数量及客房量情况



数据来源：迈点研究院,统计时间截止2022年12月22日

消费变化：商务及中高端度假客群为主导，跨省及长距离的度假和商务需求释放与回归

- 文旅酒店住宿消费趋势：整体向好，谨慎乐观，经济下行趋势短时间难以扭转；
- 疫情后，受经济下行、失业裁员等影响，居民消费趋向保守，总体的消费需求萎缩；
- 具有消费能力的高端度假需求得到进一步释放；
- 伴随经济的复苏，商务出行、商务会议的需求逐步恢复；
- 出行半径大幅提升，旅游目的地酒店率先复苏。



增量消费客群

年轻一代的研学客群

Z世代人群，新产品、新场景研发

“银发一族”康养客群

家庭亲子客群



产品创新：酒店目的地化趋势明显，消费产品与服务、业态更加丰富多元，提高住宿体验品质

塑造目的地复合产品



创新品质化度假产品

打造多品牌业态产品

◆酒店住宿产品创新：丰富的主题活动和文化体验，结合主题文化、乡村休闲、康养、户外等各式度假产品，让游客拥有多种选择。

◆酒店供给业态丰富：除常规的住宿、餐饮、会议、休闲业态等，增加新零售购物、亲子度假、营地、农场、咖啡茶饮、市集、音乐艺术、电竞游戏、书籍阅读等新型业态供给。

◆酒店产品类型细分：宠物友好型酒店、电竞酒店、国潮酒店、戏剧酒店、艺术酒店、美学酒店、设计师酒店等。

深挖新中式及国潮文化 打造酒店新场景，呈现极致的特色文化体验

丽呈東谷酒店

“东谷不只是酒店”



原拓国潮酒店

国潮文化与酒店场景相结合



打造独有标签 大多数酒店在设计、经营与服务上存在极大雷同，独有的标签，是打响知名度的关键

书香心泊酒店

美学酒店



青季酒店

设计师酒店





营销渠道：转变思维，技术赋能，针对不同酒店类型，选择差异化的酒店营销渠道

- ◆ **营销思维转变**：从“我能提供什么”向“用户需要什么”转变；
- ◆ **打开渠道流量密码**：清晰人设，内容垂直化设计，定向推荐，增加用户粘性；
- ◆ **跨界品牌联名合作**：开展创新性营销活动，扩大酒店品牌影响力；
- ◆ **技术赋能，开展数字化营销**：业务平台、会员系统与数据平台三部分技术支持，构建消费闭环。



人才管理：招人难、留人难

供需不匹配

酒店供给持续增加

新增酒店相关企业
27.5万家

酒店服务人员数量减少

人才缺口达
200-300万人

招人难

酒店总经理高管人才短缺：要求综合，负责任务繁重，业绩指标高；

酒店基层员工最为紧缺：过去二年很多酒店从业者转行，前台接待、厨房、餐饮服务等一线员工招聘火爆；

旅游城市、景区的高星级酒店以及一、二线城市区域头部品牌及单体酒店的人才短缺问题最为突出。

认知

• **社会宏观层面**：提升酒店和旅游的存在感，改变认知偏差

教育

• **人才培养方面**：酒店管理人才需求的变化，懂专业、跨专业、高科技运用等复合型人才。

激励

• **多元激励机制**：薪资待遇提升、改善工作与生活条件、职业规划与培训、股权激励等。

管理

• **管理优化与变革**：拓展创新酒店招聘渠道（最佳东方招聘直播）、酒店人才管理的数字化探索，如华住易掌柜智能前台。





“迈点” 公众号



“迈点研究院” 公众号



“迈点空间租赁” 公众号