

2024

中国酒店投资白皮书

春风已至 繁花与共

出品方：酒店之家



声明

数据来源

本报告重点梳理了2023年中国(大陆)住宿行业存量、新开业、连锁率、经营四大维度数据，同时在2023年，本报告还特别新增了点评分、特色类酒店新开业数据、城市月度搜索热度指数、节假日预订情况、重要节日酒店经营数据对比以及两个特色族群不同省份酒店价格消费偏好分布等维度数据。

本报告数据来源于酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统；酒店之家2023年酒店业投资白皮书报告，其数据来源具备较高的行业参考水平，能够较好反映当下中国(大陆)住宿酒店市场供给与经营现状。

分析结论说明

本报告所发布的内容，如上文所述，依托于各OTA平台、PMS等渠道专业数据支持，本报告所发布的内容除了基于以上数据的同时，还与行业中资深从业者，数据专家，券商研究员，酒店集团方面进行了必要交流。部分数据统计与分析维度按照行业一直以来既定标准，如酒店存量中纳入统计的酒店是指OTA平台在营状态下拥有15间房及以上的住宿设施，计算地区(省份&城市)酒店连锁率是以该地区连锁酒店房间数/地区酒店房间总数，而非该地连锁酒店数/地区酒店总数，诸如此类定义大多按照严格的行业标准及官媒统计口径，但需要声明的是本报告经营篇“银发族群”、“Z世代”族群，其年龄定义未严格按照行业其他报告过往标准（因为订单量等客观原因）。

最后因为本报告供给部分数据来自于酒店之家APP、各大OTA平台等，囿于市场覆盖程度等原因，未必能完全的“复刻”当下市场，但仅从参考的角度出发，本报告亦能提供较大信息价值。此外，本报告中诸如0-2星、3星、4星、5星的酒店划分方式是依照OTA中常见分类逻辑，对应的酒店档位依次是：经济型、中档型、高档型、豪华型，特此说明。

Contents

目 录

第一部分 春风已至，酒店供给进入“新阶段”	04
1-1 全国酒店行业整体存量变化情况及分析	06
1-2 不同省份、不同线城市各档位酒店（客房数）存量现状	08
1-3 不同省份、不同线城市各房量酒店（客房数）存量现状	18
1-4 全国一线及新一线城市不同维度下酒店（客房数）存量现状	28
第二部分 静水流深，洞见酒店行业生态“新结构”	32
2-1 全国酒店行业整体新开业情况及分析	34
2-2 不同省份、不同线城市各档位酒店（客房数）新开业情况	36
2-3 不同省份、不同线城市各房量酒店（客房数）新开业情况	44
2-4 全国一线及新一线城市不同档位酒店新开业情况	52
2-5 中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）近2年（4个季度）不同区域新开业情况	56
2-6 中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）不同区域强势品牌一览	59
2-7 2023年“特色类”酒店新开业情况（影音、棋牌、亲子、度假类型）	65

Contents

目 录

第三部分 向阳而生，连锁酒店市场竞速“新征程” 66

3-1 全国31省（市）近年来连锁率变迁	68
3-2 全国31省份各档位酒店连锁率分布情况	69
3-3 全国31省份各房量酒店连锁率分布情况	70
3-4 全国不同线级城市部分档位&房间规模下的酒店连锁率变化情况	71
3-5 全国一线&新一线城市各档位（&各房量）酒店连锁率变化	73
3-6 全国不同档位酒店客房服务点评（好评&差评）	75
3-7 全国代表性酒店集团“拳头”品牌综合评分排名	79

第四部分 繁花与共，酒店市场开启经营转化“新篇章” 82

4-1 2023年全国酒店行业各月份平均出租率数据及分析	83
4-2 2023年全国酒店行业各月份平均房价数据及分析	84
4-3 2023年与2022年全国酒店行业各月份RevPAR对比分析	85
4-4 2023年全国重要节假日与2019年同期（周次）经营数据对比分析	86
4-5 全国代表性城市2019年-2023年近5年的酒店平均价格趋势值对比及分析	89
4-6 全国代表性城市近两年来OTA平台每月搜索热度值对比及分析	92
4-7 全国代表性节假日用户预订天数变化对比及分析	94
4-8 各省份代表性世代（银发族群&Z世代）近年来酒店消费偏好对比及分析	97

第一部分

春风已至

酒店供给进入“新阶段”



第一部分总结

春风已至，酒店供给进入“新阶段”

截止2023年12月31日，全国酒店业(15间以上房量)住宿设施为**343,545家** (312,652家，2022年)，在营客房总数**17,321,745间** (16,308,544间，2022年)；平均客房规模约为50间 (52间，2022年)。2023年是疫情结束，行业归于“正常的”第一年，行业前几年轮番发生的关停、收缩，新开业和出租率双降的情况，在2023年这一年得到较大改善，酒店之家报告数据还显示，全国31省（市）在营酒店总存量在2023年均跃升至一个新台阶，尤以云南等省为代表，在疫后第一年，这些省份的酒店行业供给迅速恢复，并逐渐出清。

连锁酒店行业亦得到了充分发展，截止到2023年12月31日，全国连锁酒店业(15间以上房量)住宿设施为**52,019家** (46,110家，2022年)，在营客房总数**4,985,162间** (4,492,158间，2022年)；平均客房规模约为95间 (97间，2022年)。综合上述数据能得出，虽然行业总供给在疫后第一年得以快速出清，但大多出清房型为较小房量规模的住宿单位，这一结论在本报告第二部分——新开业篇也有所印证。



1-1 全国酒店行业

整体存量变化情况及分析



中国酒店行业近4年来存量酒店数（&连锁酒店数）变化一览



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

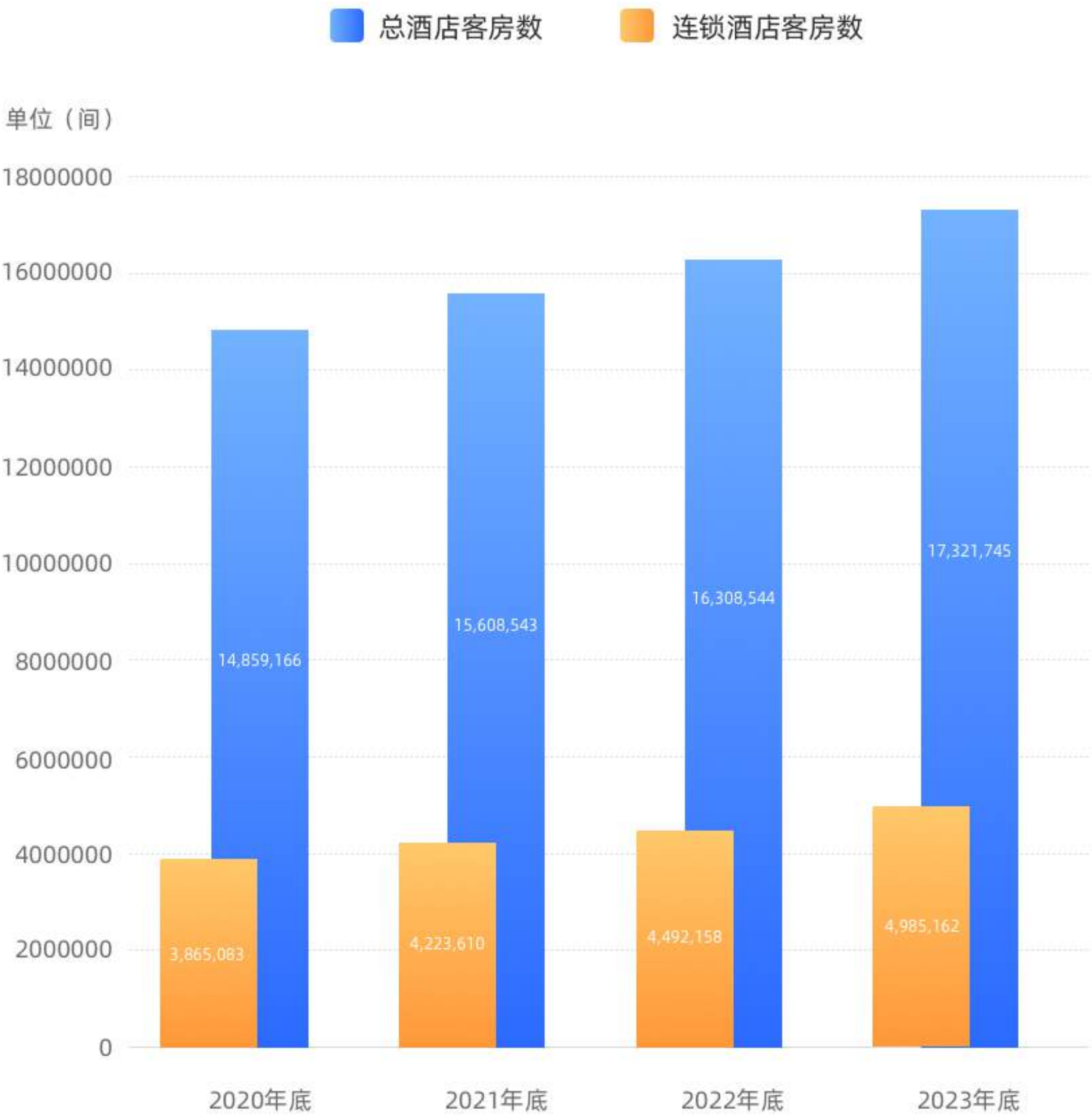


整体来看，中国15间客房及以上酒店数近几年来呈现出稳步增长的态势，特别是2022年到2023年近一年时间里，行业在营酒店总存量达到了新台阶，截至到2023年12月31日，全国15间客房及以上酒店存量数达34.35万家，连锁酒店数达5.20万家，行业供给侧基本出清。

1-1 全国酒店行业 整体存量变化情况及分析



中国酒店行业近4年来存量连锁酒店客房数（&连锁酒店客房数）变化一览



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。



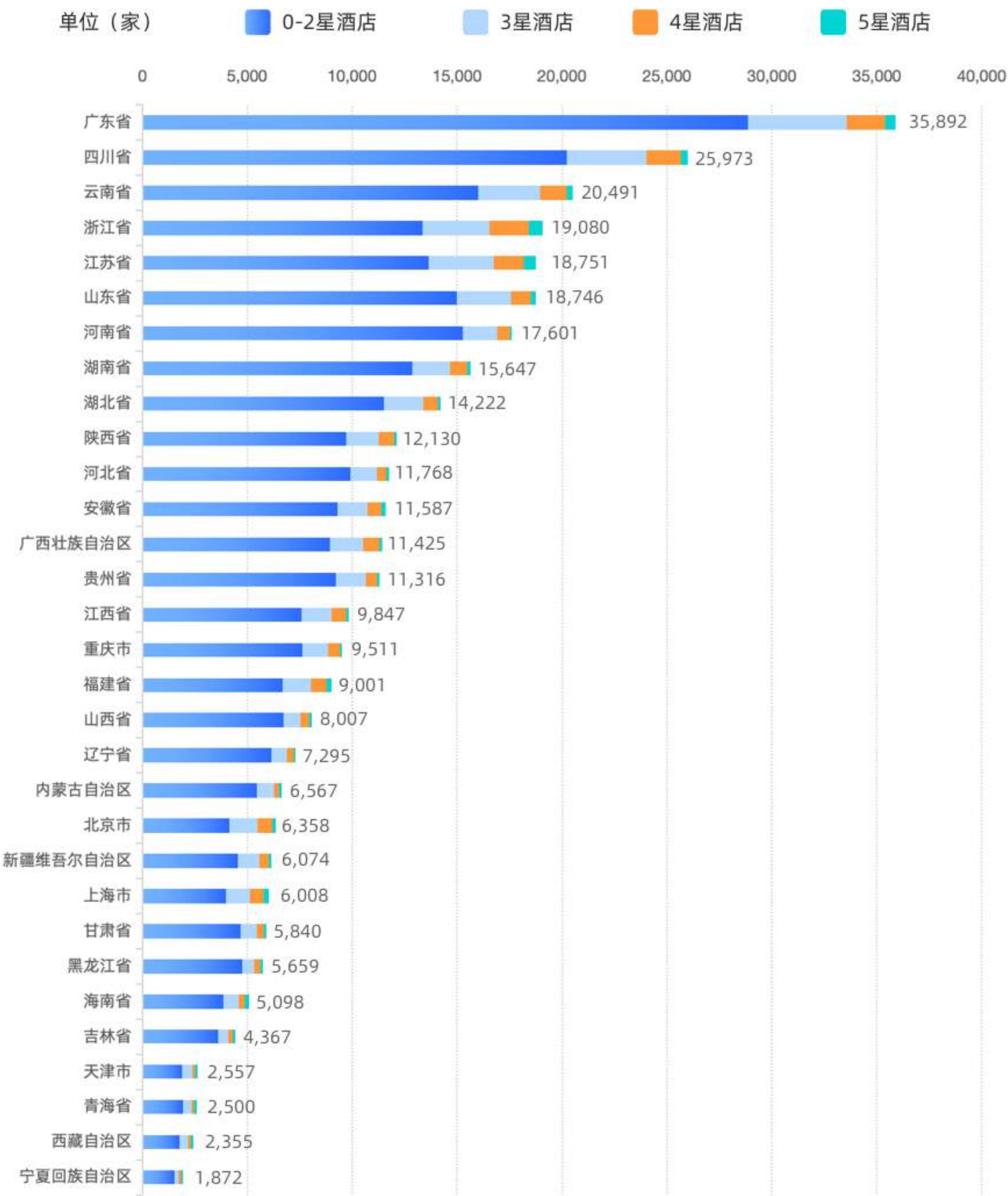
截至到2023年12月31日，全国酒店行业15间房及以上的住宿单位，其累计在营客房数超1700万间，达到17321745间，预估在2027年前后，全行业15间房及以上住宿单位，累计在营客房数值将超过2000万间大关。

1-2 不同省份、不同线级城市

各档位酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国31省份各档位酒店存量现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各省份存量统计截止时间为2023年12月31日；
依照行业常见标准，本部分酒店（连锁酒店）存量讨论均为15间房量以上酒店。



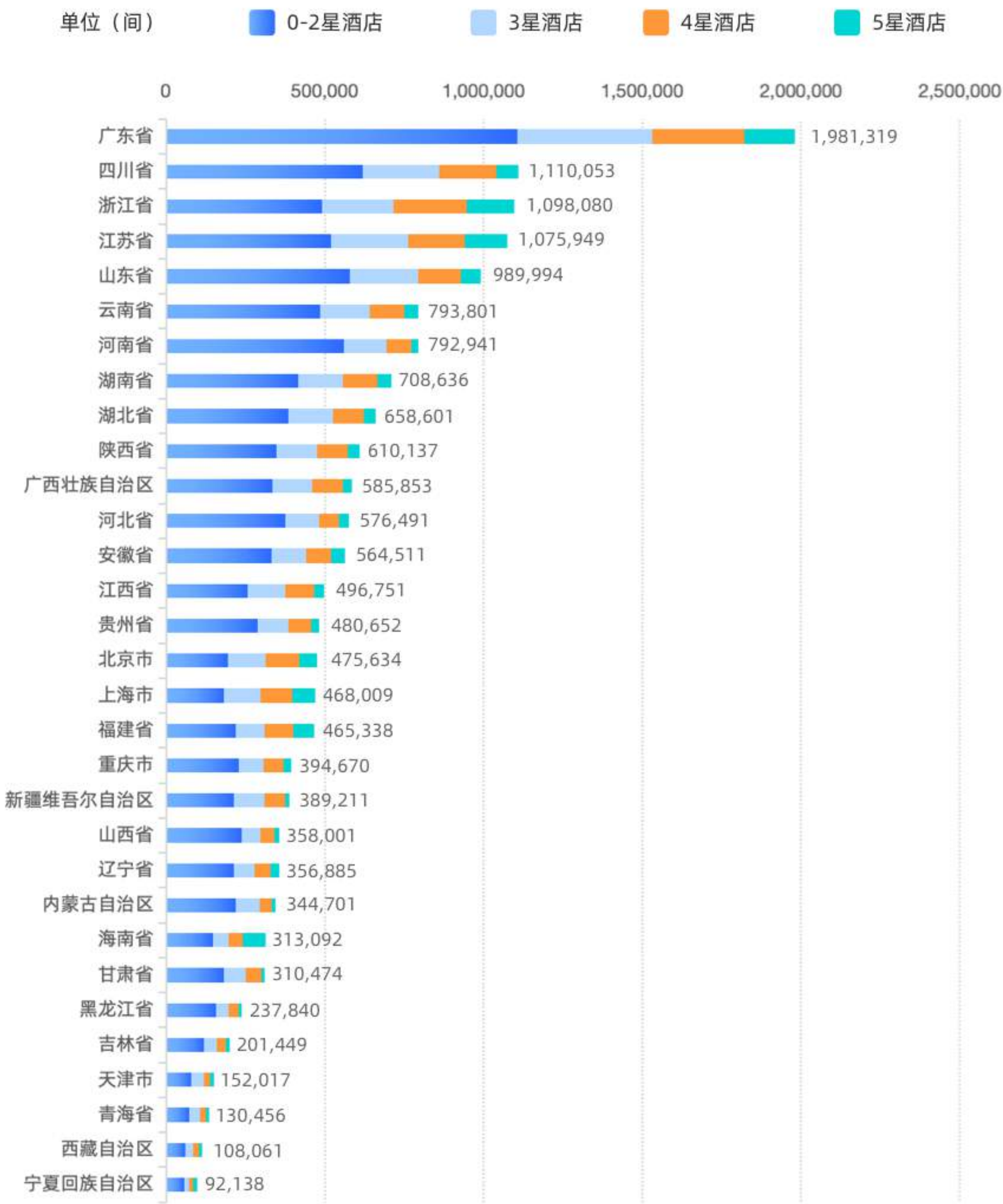
纵观2023年全国各省份15间及以上酒店存量现状，“冠亚军”依旧是广东、四川两省，当前酒店总存量分别为3.59w家和2.60w家，季军则由2022年的山东变成了云南省，山东省在2023年存量排名中“滑落”到第5。具体到各档位对比情况，江苏与浙江虽然总酒店存量较为接近（江苏1.88w家，浙江1.90w家）；但江苏经济类酒店明显占比更高，高档类酒店更是“差”浙江一大截。

1-2 不同省份、不同线级城市

各档位酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国31省份各档位酒店客房存量现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各省份存量统计截止时间为2023年12月31日；
依照行业常见标准，本部分酒店（连锁酒店）存量讨论均为15间房量以上酒店。



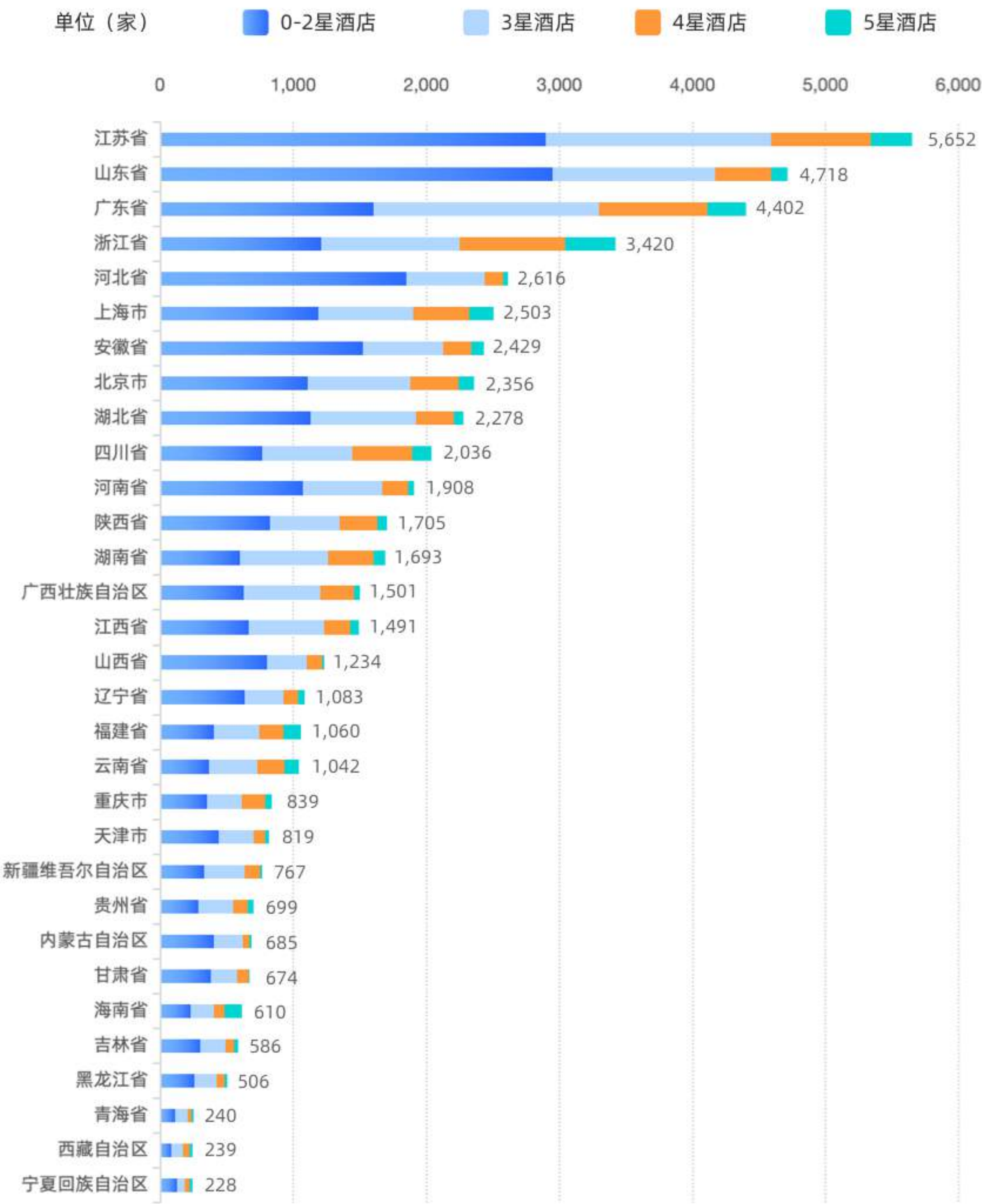
全国酒店客房数存量方面，广东省因为酒店业发轫较早，市场基数庞大，近年来一直是国内省级单位中，酒店存量第一的存在，截止到2023年年底，广东省酒店客房数总存量达到了198.13w间，除了经济类酒店之外，广东省，中档酒店存量也是独一档存在。其余省份中，总酒店客房存量多在30w到50w区间，值得一提的是，四川2023年客房总数超过了去年浙江，目前位列全国31省份总客房数第二位置。

1-2 不同省份、不同线级城市

各档位酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国31省份各档位连锁酒店存量现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各省份存量统计截止时间为2023年12月31日；
依照行业常见标准，本部分酒店（连锁酒店）存量讨论均为15间房量以上酒店。



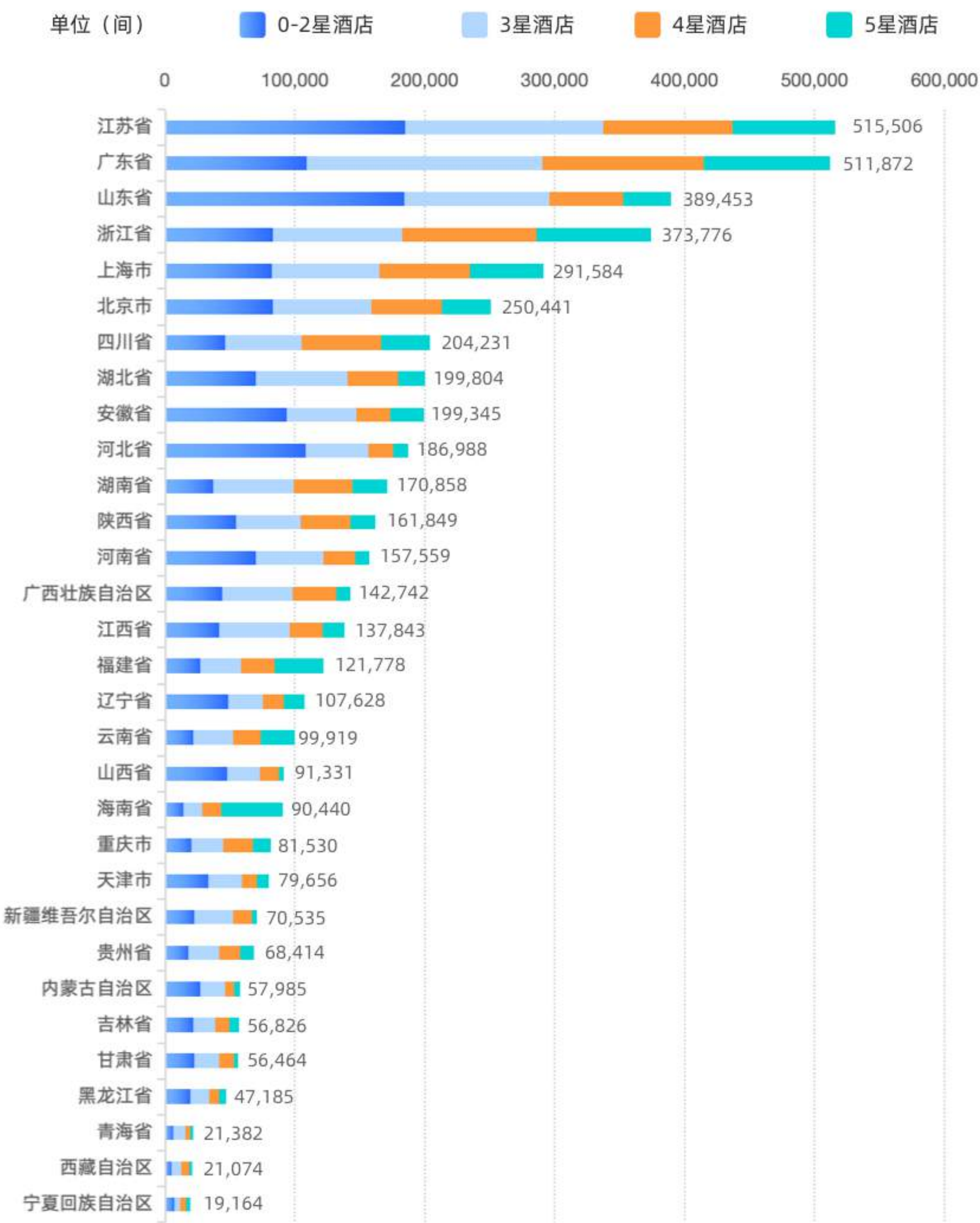
从连锁酒店维度来看，存量前5名的省份，近两年（2023年与2022年）并无变化，依旧为江苏、山东、广东、浙江、河北五省，虽然连锁酒店存量前五省份排名变化不大，但规模差别不小，第1名江苏省的连锁酒店规模即将迈入超6000家，而第5名的河北，尚不到其一半的数值。此外，广东今年连锁酒店市场相对去年，提升速度小幅加快，和前一名山东差距有所缩小。

1-2 不同省份、不同线级城市

各档位酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国31省份各档位连锁酒店客房存量现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各省份存量统计截止时间为2023年12月31日；
依照行业常见标准，本部分酒店（连锁酒店）存量讨论均为15间房量以上酒店。

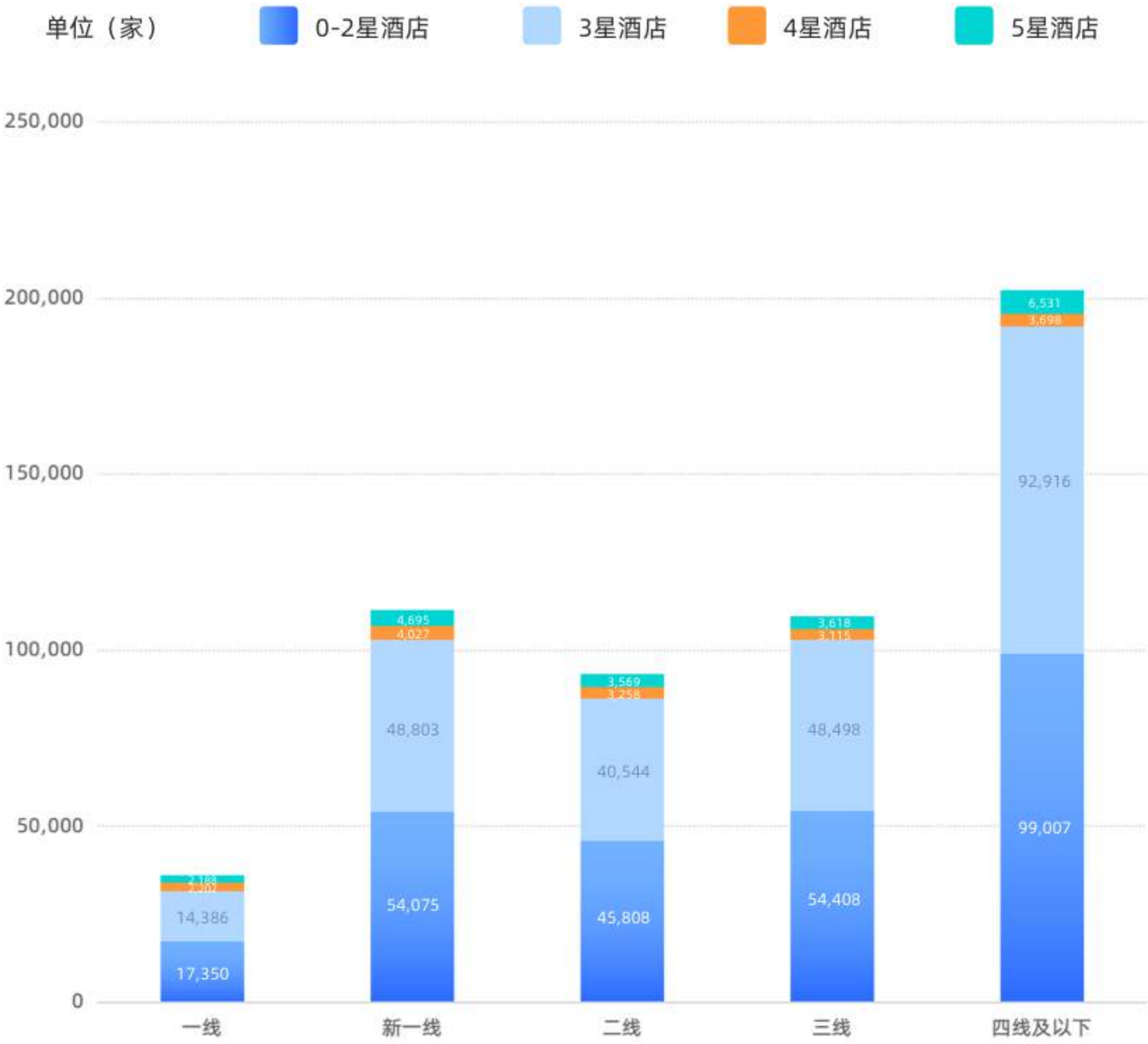


进一步来看31省份的连锁酒店客房规模情况，排在前6的省份和去年（2022年）亦相同，分别为江苏、广东、山东、浙江、上海、北京6省（市），其中两个直辖市——上海与北京凭借自身“特殊”的区位优势，商旅客恢复、旅游人数方面，2023年整体表现均较为不错，尤其是北京，酒店房价，特别是连锁酒店行业“天价房”新闻屡见报端，这也助推了两地连锁酒店市场进一步发展。

1-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国不同线级城市各档位酒店存量现状



备注：本图所统计各线级城市酒店均为15间客房以上类型的住宿设施。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市存量统计截止时间为2023年12月31日。



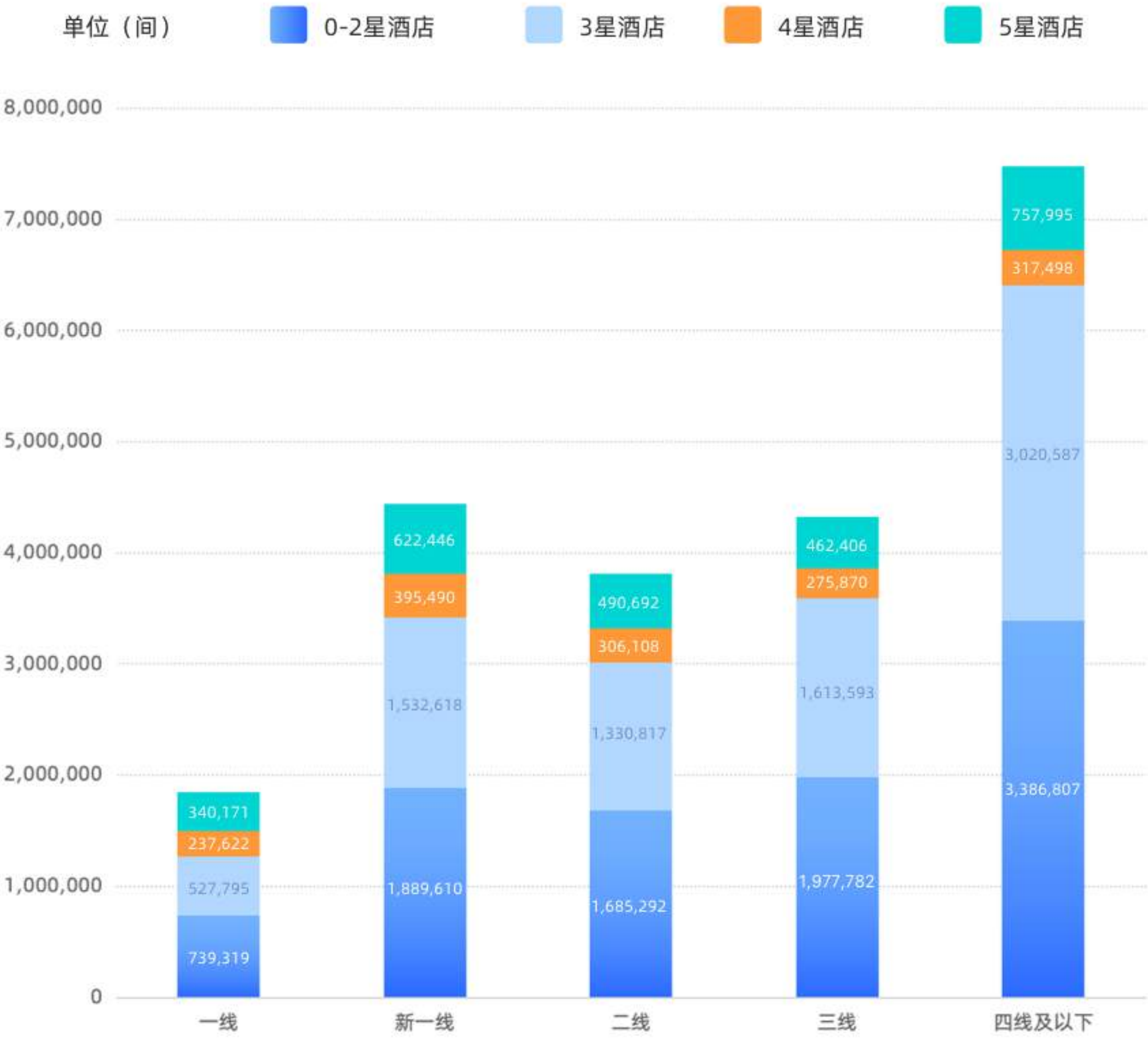
通过本图数据来看，全国酒店市场主要“腹地”依旧是四线及以下城市，也就是近年来提的较多的“县级市场”，这一部分加上3线城市酒店存量，占比是全行业存量总数一半还要多（尚未包含大量的15间及以下的民宿、夫妻老婆店、老旧小房量招待所等），未来对于广大酒店集团而言，这些市场中存在大量的“老店翻新”、换牌的机会。

1-2 不同省份、不同线级城市

各档位酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国不同线级城市各档位酒店客房存量现状



备注：本图所统计各线级城市酒店均为15间客房以上类型的住宿设施。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市存量统计截止时间为2023年12月31日。

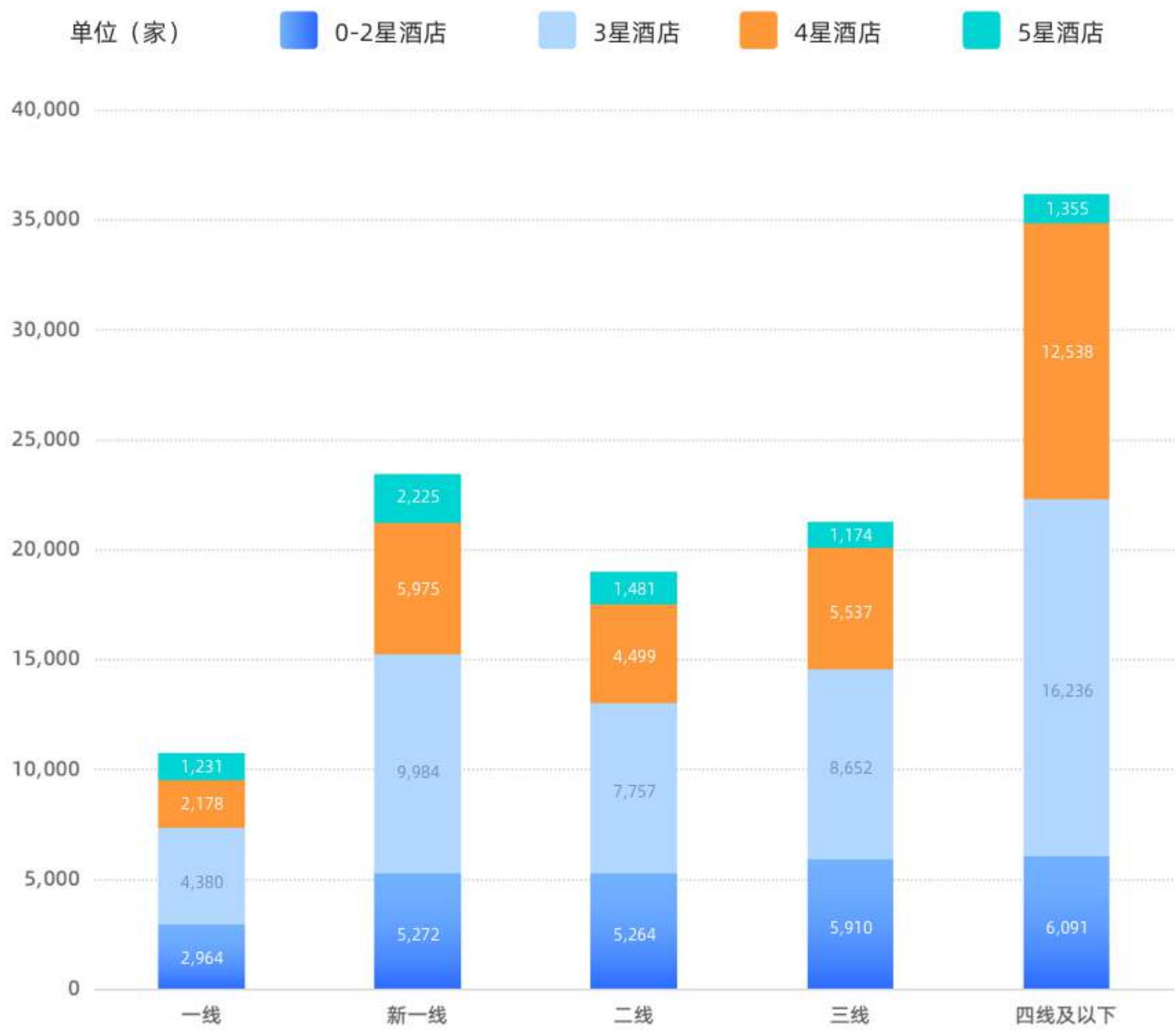


从本图数据中可以看出，在各线级城市酒店市场中，均是经济和中档两类型酒店占据主导地位，同时随着城市线级的下沉，两档位酒店的平均房量也有所不同，比如一线城市只有4座，新一线城市则有15座，但对比来看，新一线城市中档类酒店总房量是一线四座城市的2.90倍，而经济类总房量更是只有一线城市的2.55倍，但反观两者城市数量差距，接近4倍（ $15/4=3.75$ ），所以可从数据中初步得出，当前一线城市上述两档位酒店的项目平均房量大约是新一线城市1.38倍，这一“现象”在新一线与其它低线级城市的反推、对比中亦有复现。

1-2 不同省份、不同线级城市

各档位酒店（客房数）存量现状

截至2023年12月底全国不同线级城市各档位连锁酒店存量现状



备注：本图所统计各线级城市酒店均为15间客房以上类型的住宿设施。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市存量统计截止时间为2023年12月31日。

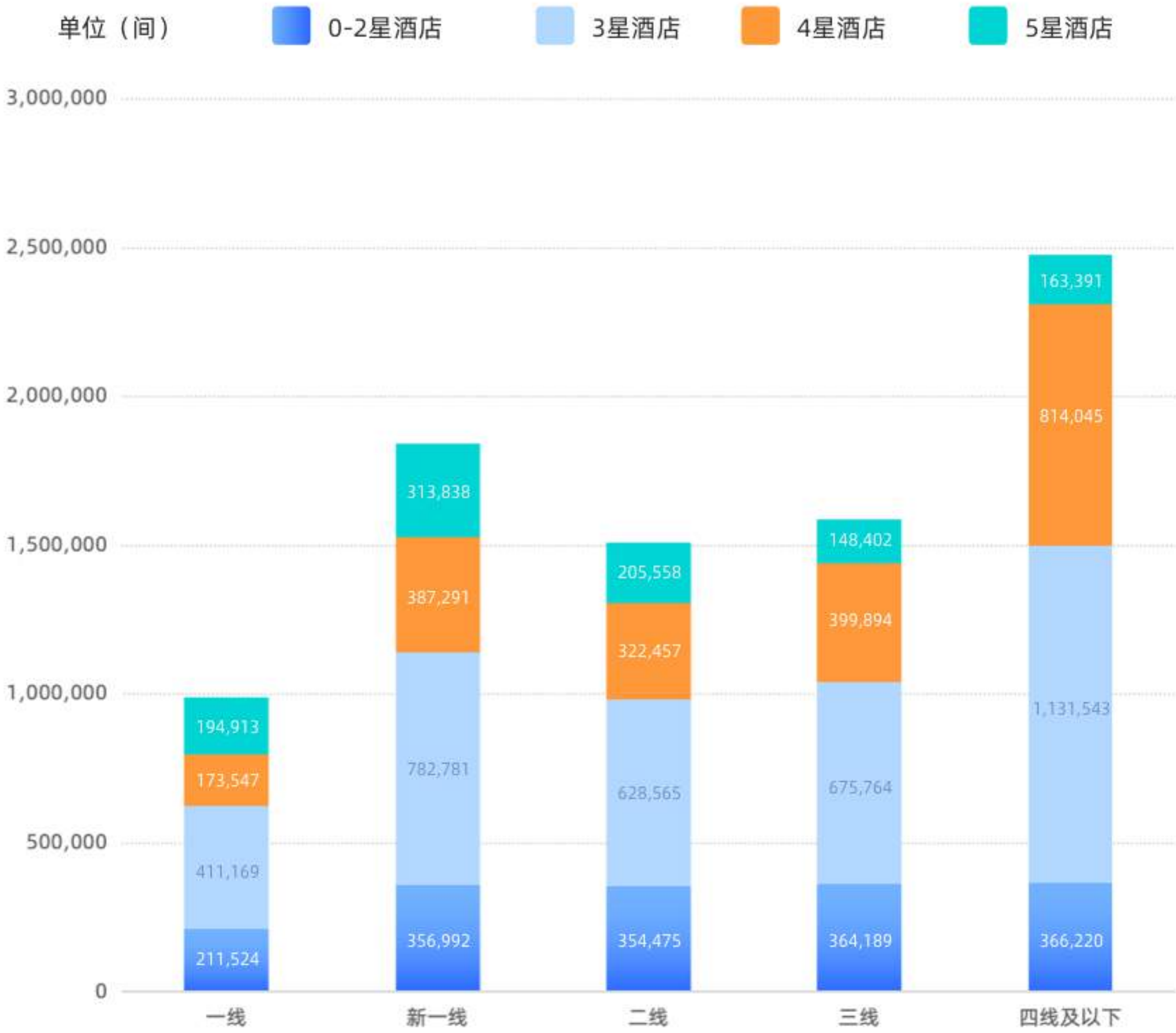


从本图数据能看出，新一线城市是当前豪华、高档酒店市场“中流砥柱”，15座城市分别拥有超过2200家、5900家豪华、高档连锁酒店。另外，值得注意的是，四线及以下城市虽然受到所在线级庞大城市基数的影响，一些档位酒店数量看起来“不准”，但对比其它几个线级城市来看，依旧能发现一些“问题”，如该线级城市的中档酒店和高档酒店之间比值，明显低于其它几个线级城市，两档位之间的均值水平，这在一定程度上意味着，该线级城市的中档酒店仍有“一定”投资空间。

1-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国不同线级城市各档位连锁酒店客房存量现状



备注：本图所统计各线级城市酒店均为15间客房以上类型的住宿设施。
数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

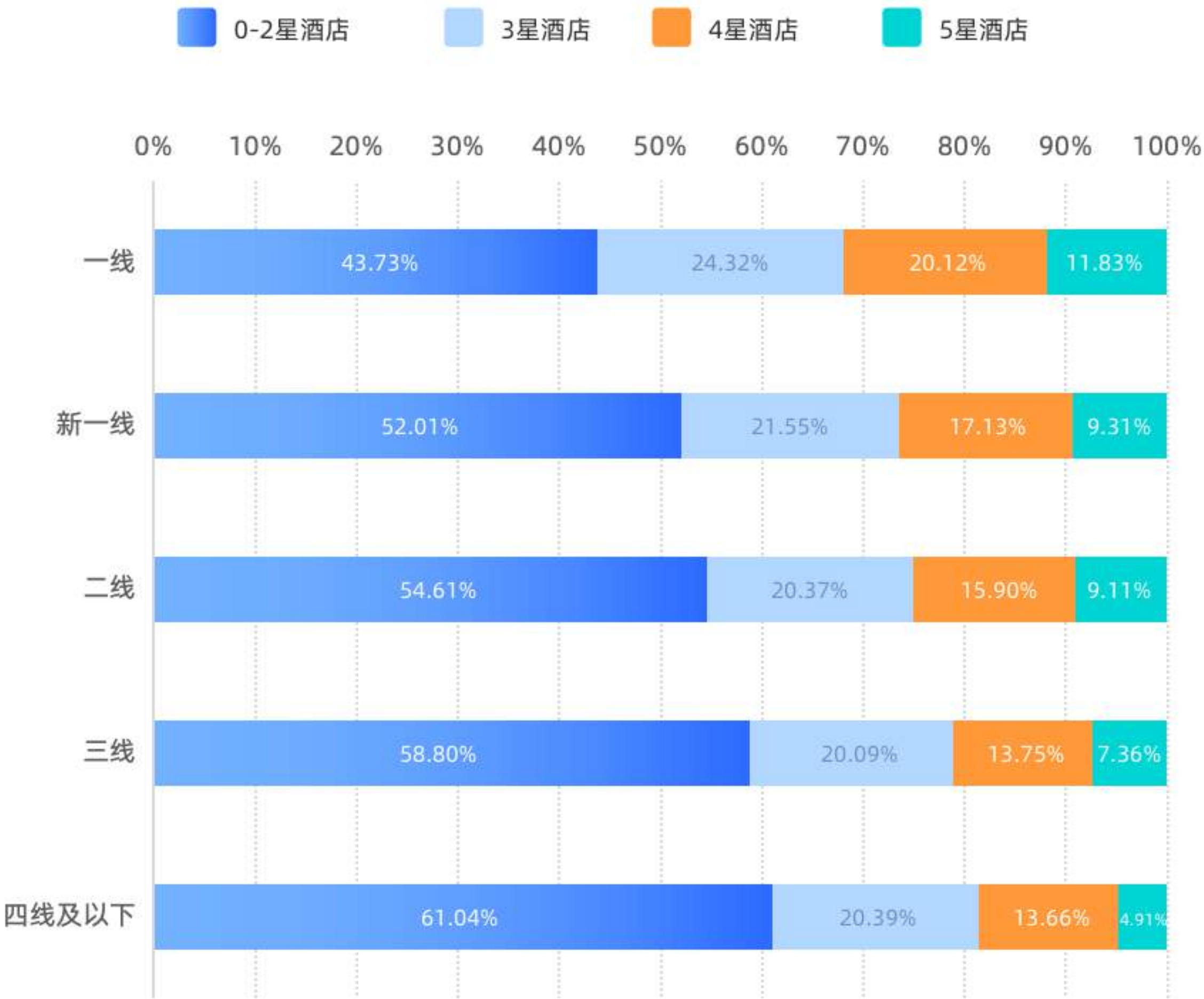


在连锁酒店维度，各线级城市之间，也存在客房数“悬殊”较大现象，比如一线4座城市中，中档连锁酒店总客房数超40w间，而新一线15座城市，这一数值仅为78w间，城市数接近4倍，房间总数却不到2倍，仅从这两个线级城市对比可发现，在中档连锁酒店客房这一维度下，两线级城市之间房量规模投资差距比例接近1.92。

1-2 不同省份、不同线级城市

各档位酒店（客房数）存量现状

截至到2023年12月底不同线级城市各档位酒店占比分布现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市占比的统计截止时间为2023年12月31日。



从本图数据来看，随着城市线级的“下沉”，0-2星（经济型）酒店的占比在逐步升高，高档和豪华两类的比例在逐步降低；进一步对比2022年同期各档位占比数据后发现，2023年各线级城市的经济型酒店占比相对2022年均有所降低，同时中档和高档类酒店占比亦有所提升；特别是中档类酒店的占比，相对2022年，2023年各线级城市该档位酒店占比增长最为明显，其中，一线城市是该档位酒店占比增幅最明显的城市群。

1-2 不同省份、不同线级城市

各档位酒店（客房数）存量现状



截至到2023年12月底不同线级城市各档位连锁酒店占比分布现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市占比的统计截止时间为2023年12月31日。



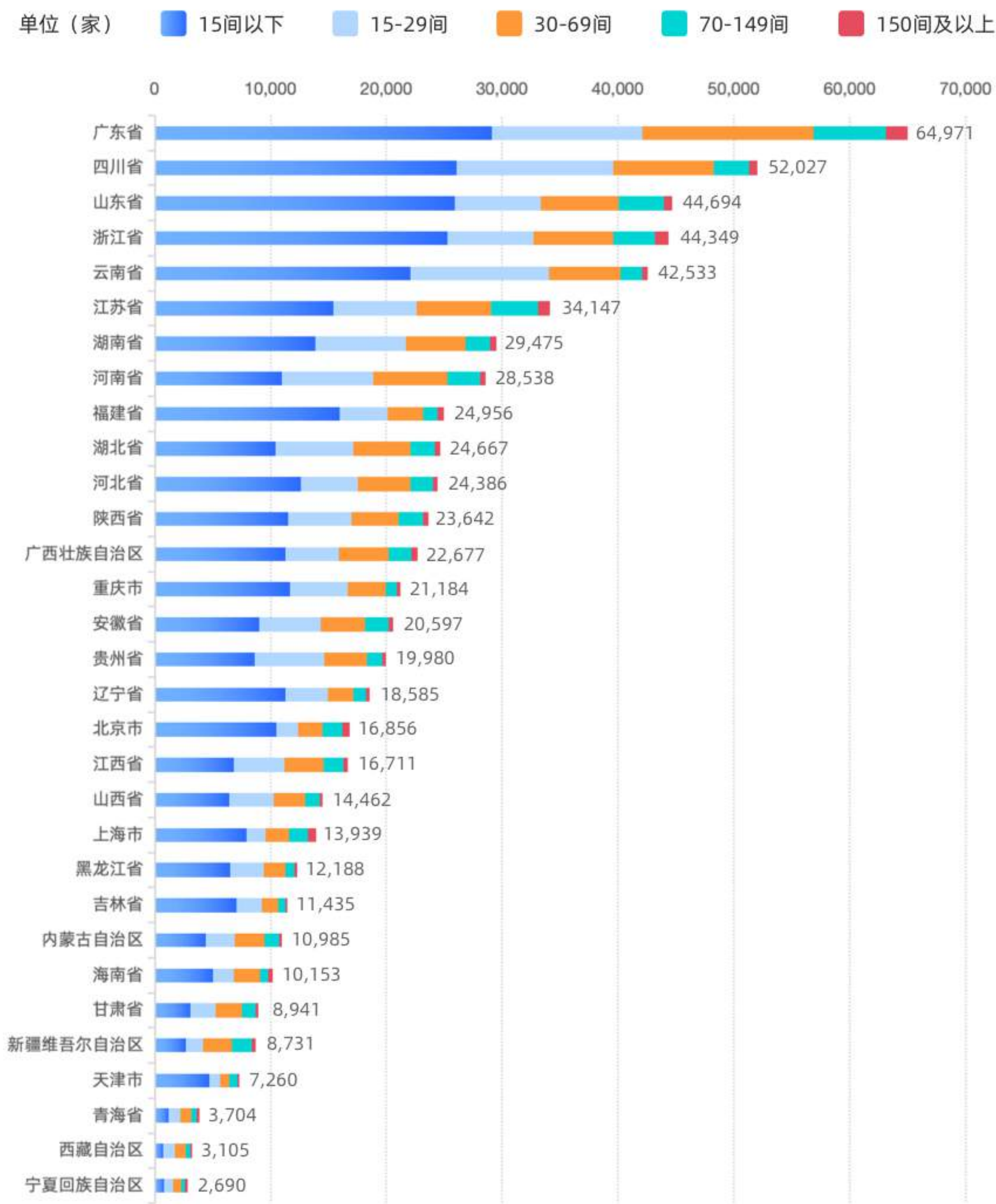
从各线级城市连锁酒店占比分布来看，四线及以下城市的中档酒店占比不仅没比其它几个线级城市弱，反而稍高一点（当然了，这也与四线及以下城市剩余几个档位酒店，特别是高档、豪华两类酒店的客房数相对较低的潜在影响有关），这进一步说明中档酒店当前的“红海”态势，哪怕是“下沉打法”，也未必能立即奏效。此外，本图另一值得关注的现象是，对比2022年同期，2023年新一线城市的经济类连锁酒店占比大幅下降，下降了近11个点，一个档位的占比大幅下降，反映了其它档位增长在加快，具体来看可发现，新一线城市2023年高档连锁酒店提升较快，其占比的提升幅度超过了中档类酒店。

1-3 不同省份、不同线级城市

各房量酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国31省份各房量酒店存量现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各省份存量统计截止时间为2023年12月31日。



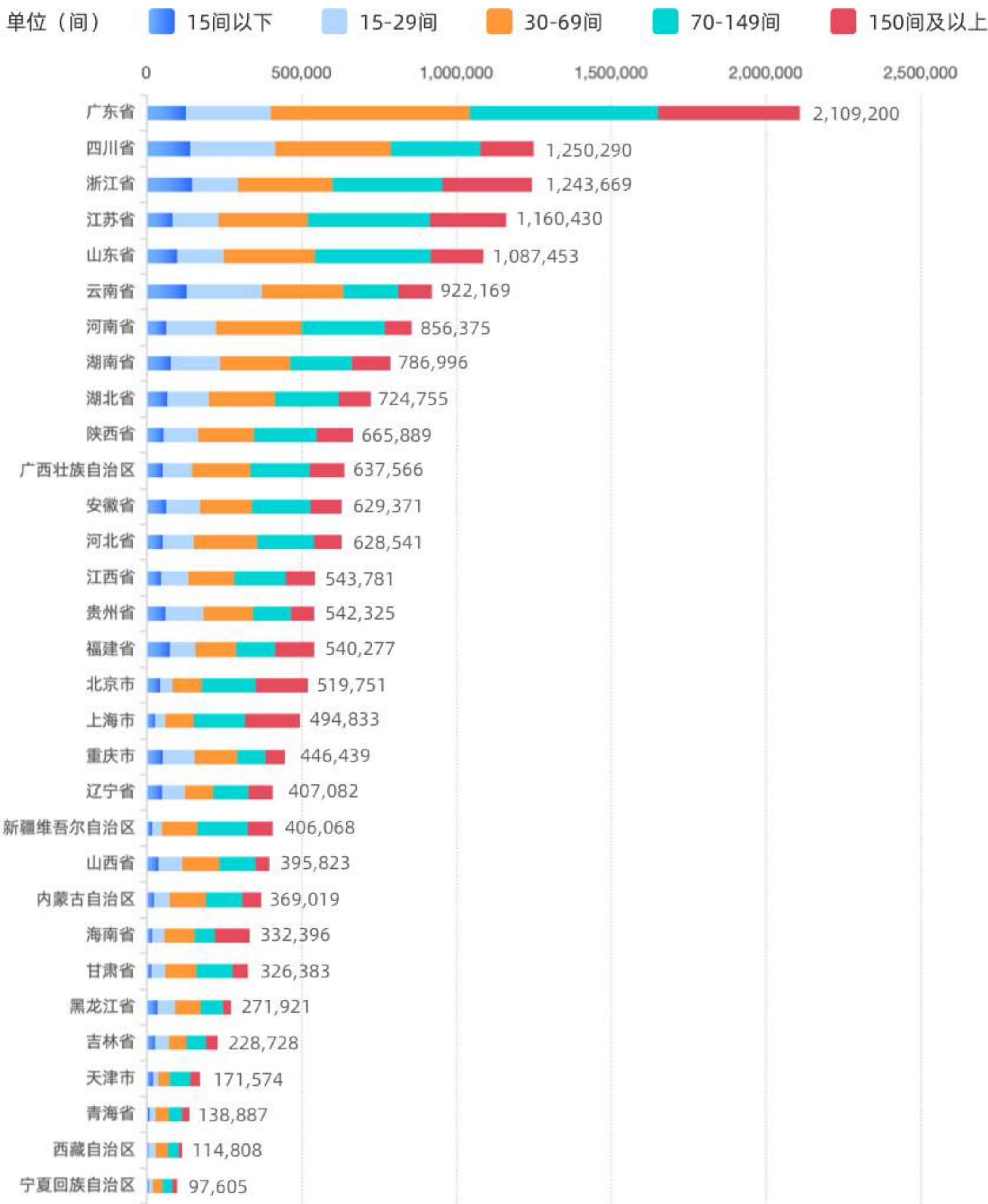
截至到2023年12月31日15间客房以下存量规模最大的省份从去年的浙江变为了广东省，其次是山东，再次是四川，说明2023年一年时间里，以上三地“小房量”（或者说民宿类住宿设施）酒店增长速度较快；值得一提的是，山东、浙江、江苏三省各自的酒店存量虽低于四川省不少，但这三个省份70-149间客房规模酒店总数却要高于四川，此外，浙江、江苏两省150间客房规模以上的酒店存量，相对总存量排在其前面的几个省份，亦高出一截，特别是浙江省，这一房量规模的酒店数量仅次于广东。

1-3 不同省份、不同线级城市

各房量酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国31省份各房量酒店客房数存量现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各省份存量统计截止时间为2023年12月31日。

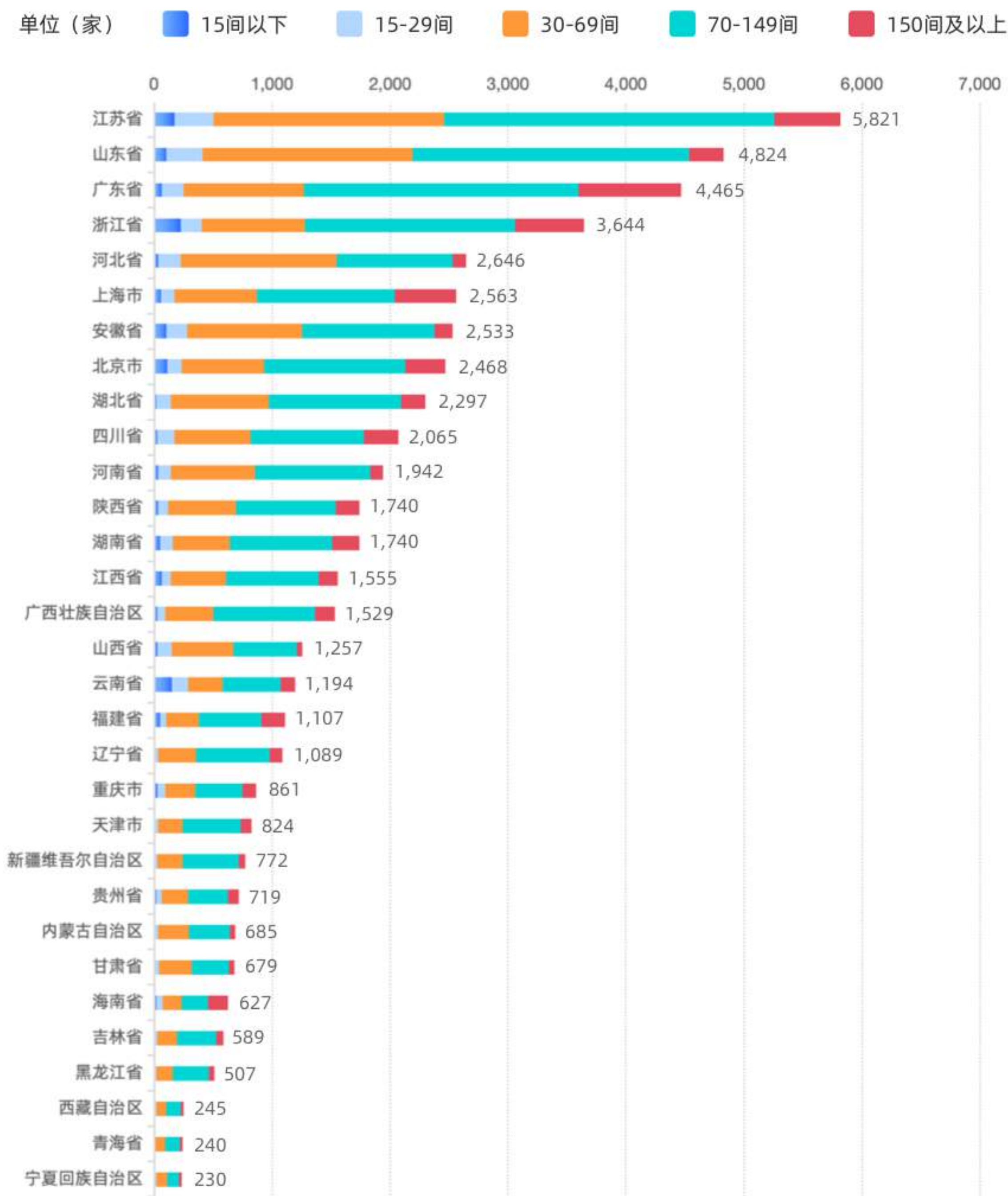


在总客房存量省份排名方面，截至到2023年12月31日，广东、四川、浙江分列前三，浙江省在前面15间客房以上酒店存量、客房存量方面，均无明显领先优势，但在本维度下，跃升至全国各客房规模总存量第三，不过相对2022年而言，浙江省总客房规模（含了15间以下客房住宿设施）略有下滑；直辖市里，北京略高于上海，上海大于重庆，以上三市又都远大于天津，值得注意的是，虽然北京总房量、几类客房规模的酒店数均高于上海，但在150间以上客房规模的住宿单位存量方面，低于上海不少。

1-3 不同省份、不同线级城市 各房量酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国31省份各房量连锁酒店存量现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各省份存量统计截止时间为2023年12月31日。

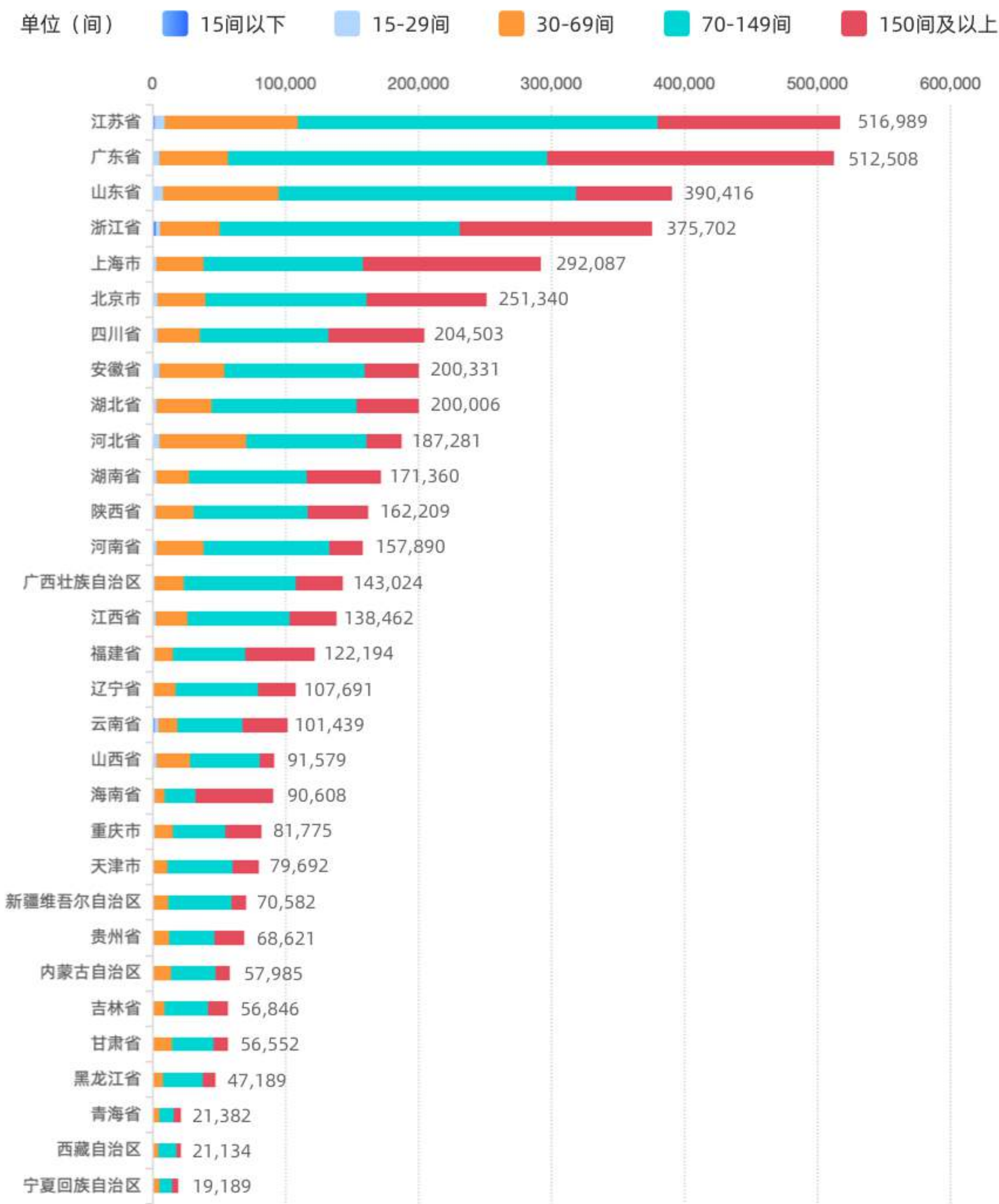


从图中数据可知，截至到2023年12月31日，华东地区各房量规模下的连锁酒店市场仍旧是全国独一档的存在，诸如江苏、山东、浙江、上海、安徽等地均是该维度下全国存量前十的存在（连锁酒店存量前十省份排名，华东诸省“分走”一半）。值得一提的是70-149间房这个“关键性”监测指标，在排名相对靠后省份中，广西排名较为“亮眼”，这一房量规模的酒店数超越了排在其前面省份。

1-3 不同省份、不同线级城市 各房量酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国31省份各房量连锁酒店客房数存量现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各省份存量统计截止时间为2023年12月31日。

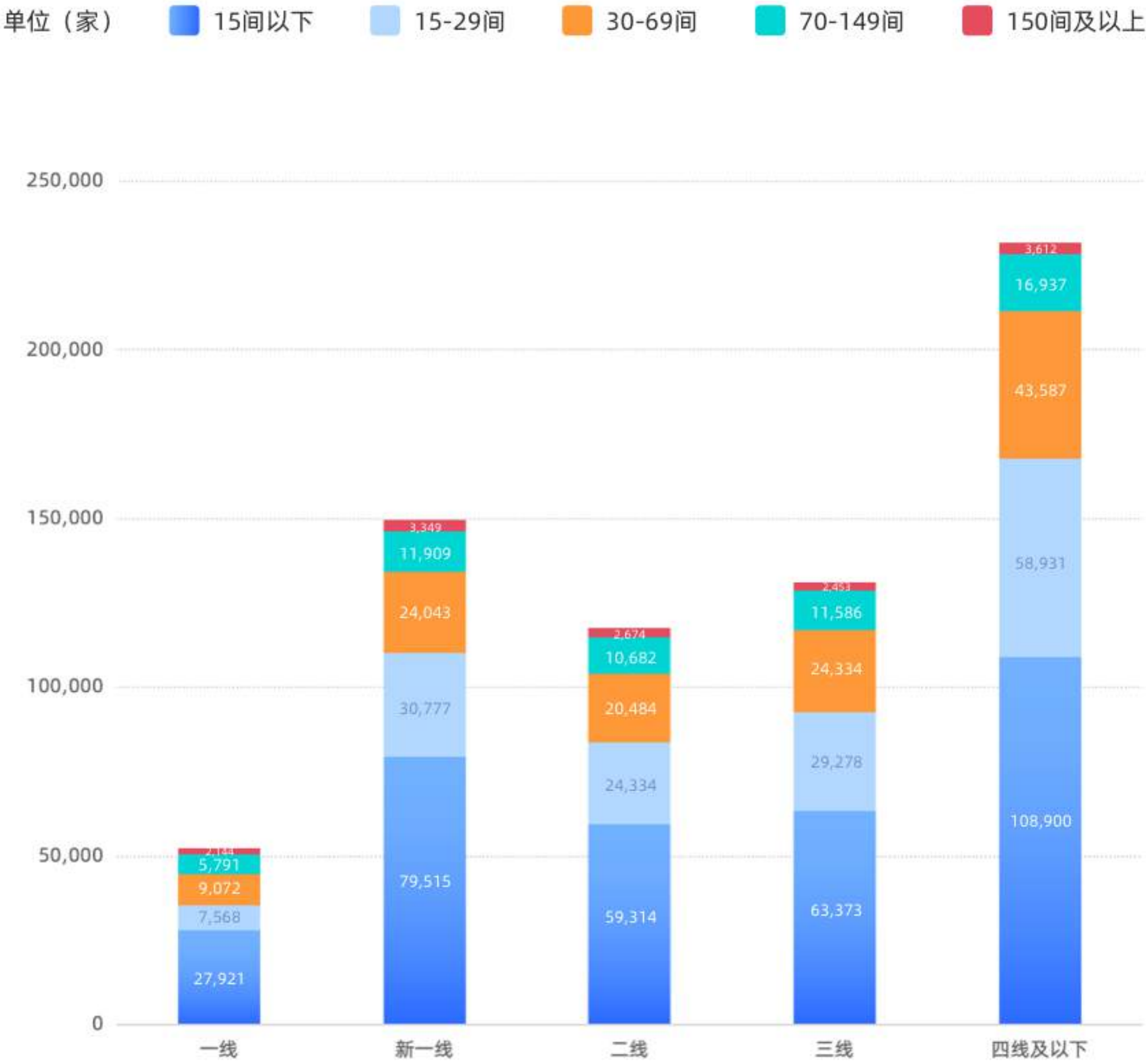


截至到2023年12月31日，70-149间客房规模的住宿设施省份排名中，除江苏、广东、山东、浙江外，上海、北京、湖北、河南等地“表现”也较为不错，150间客房规模以上的住宿设施省份排名中，广东客房存量数最高，其次是浙江、江苏、上海，整体来看，150间房的大房量住宿单位大多分布在华东地区的江浙沪等省（城市），目前山东省该房量酒店在华东地区总存量相对较低，值得进一步关注。

1-3 不同省份、不同线级城市 各房量酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国不同线级城市各房量酒店存量现状



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市存量统计截止时间为2023年12月31日。

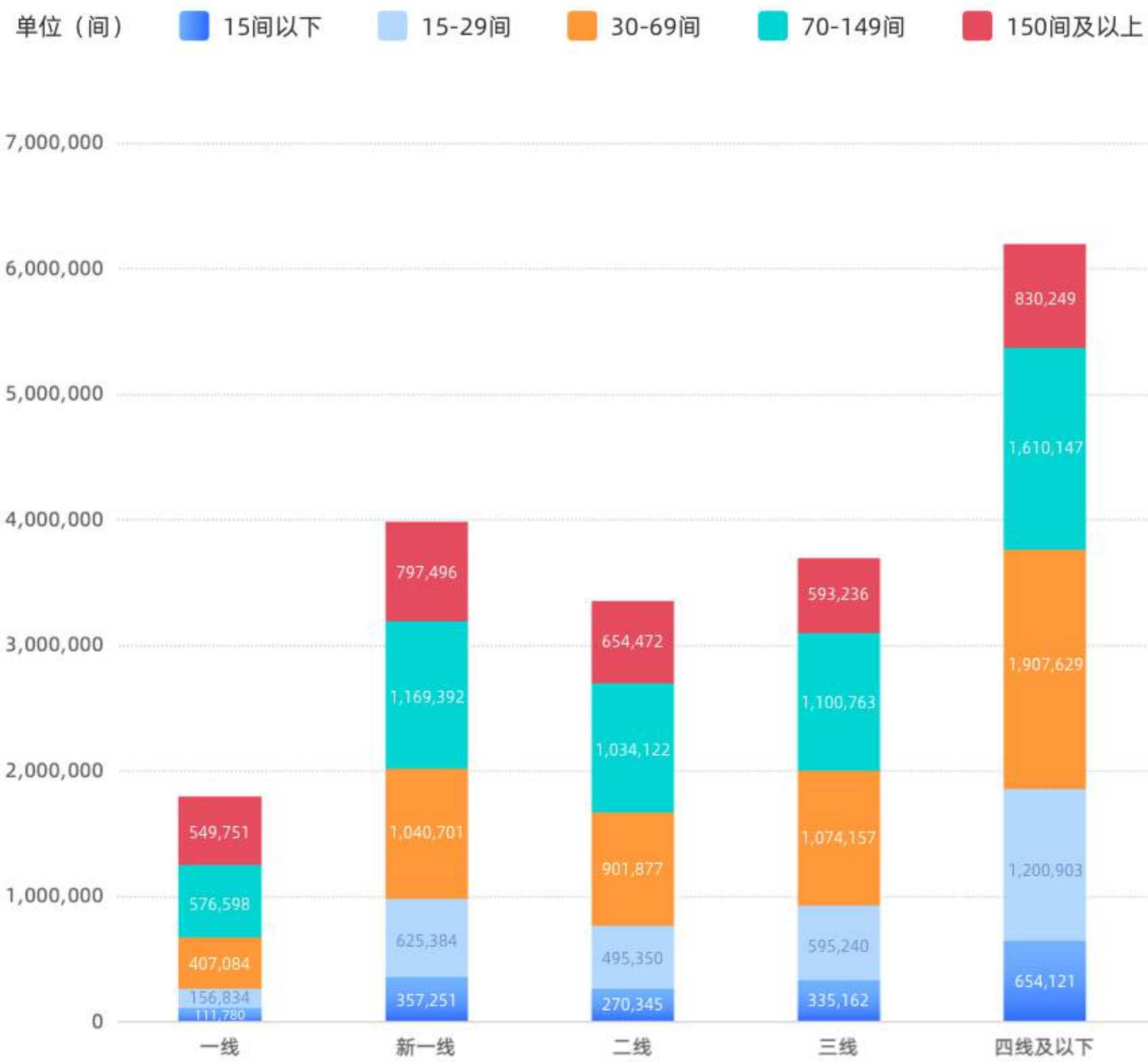


整体来看，除了四线及以下城市群之外，15间及以下、15-29间、70-149间、150间房及以上四类房量规模的酒店均是新一线城市存量值最高，特别是70-149间、150间房以上规模的两类“重要”房型的酒店，新一线城市虽然只有15座，但该类酒店分别达到了11909家、3349家。

1-3 不同省份、不同线级城市 各房量酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国不同线级城市各房量酒店客房数存量现状



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市存量统计截止时间为2023年12月31日。

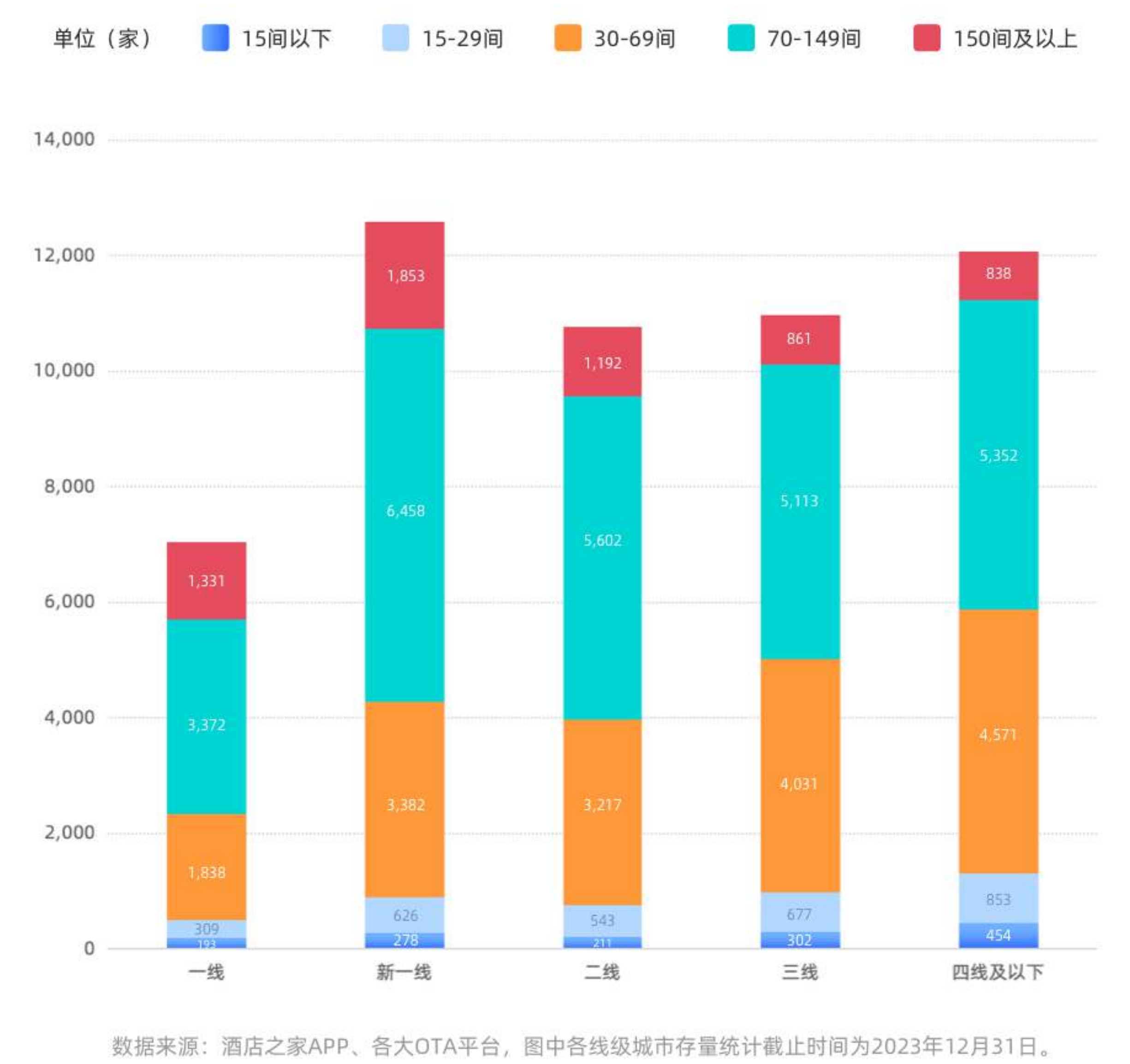


从本图数据可知，对比2022年同期，新一线城市的70-149间客房规模的酒店房间数与二线城市同等房量规模下酒店客房数对比，差距在进一步拉大，去年二者之间差值是70万间左右，到今年这一差距“跃升”至130万+间，一年时间，扩大几乎近一倍（当然在三线城市中也存在类似“现象”，但未如新一线和二线对比这么明显），这在一定程度上表明，新一线城市依旧是当下投资热门区域，但有逐年“饱和”倾向。

1-3 不同省份、不同线级城市

各房量酒店（客房数）存量现状

截至2023年12月底全国不同线级城市各房量连锁酒店存量现状

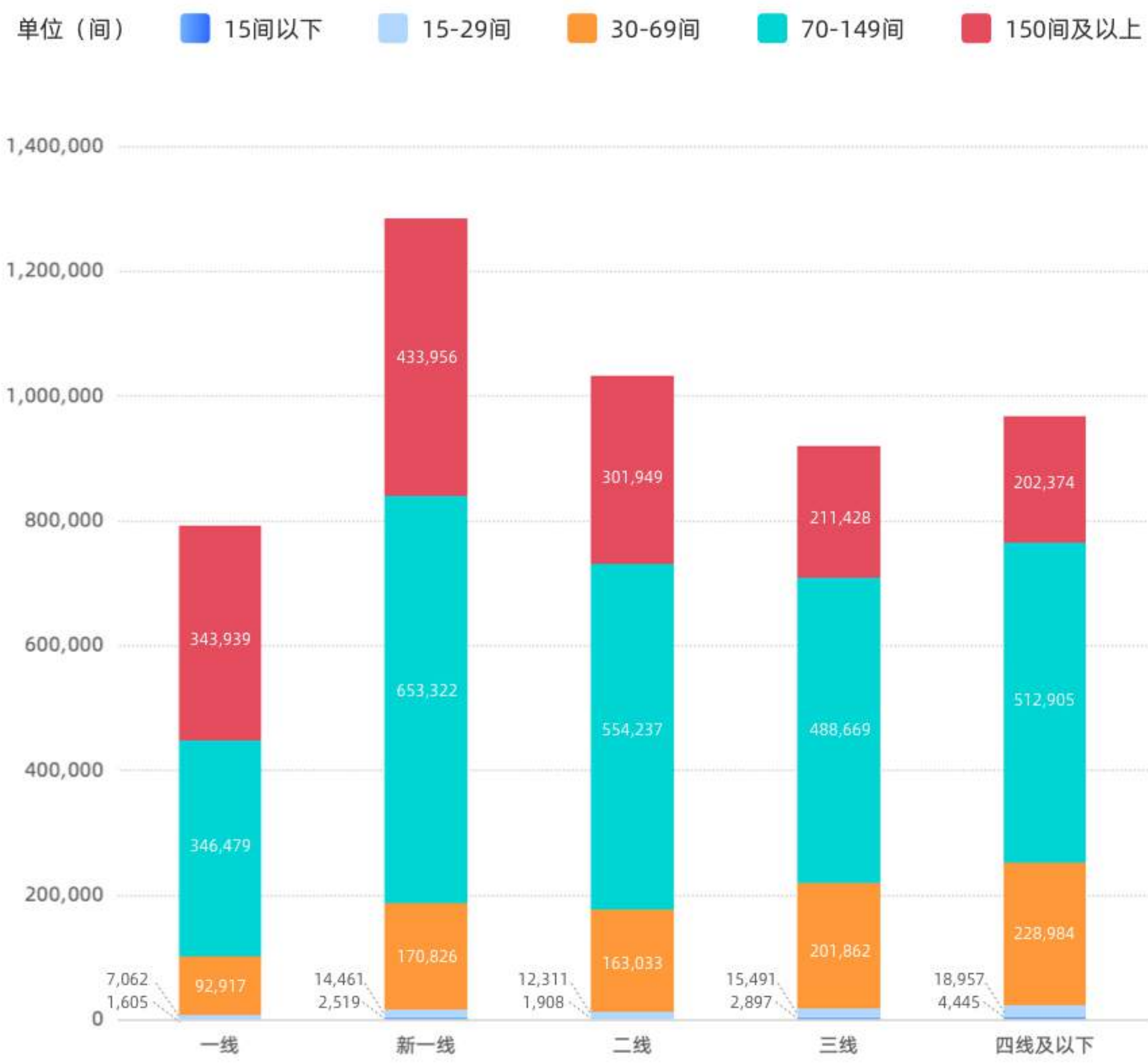


从上图来看，30-69间、70-149间房量规模的酒店是当下市场主流“房型”，这也符合当下酒店市场投资现状，另一个较为明显“信号”，70-149间房量规模的酒店在新一线城市群中，2023年对比2022年同期，数量增长最快，超过剩余各线级城市，同时还能发现，一线城市这一房量的酒店数增长最少，一定程度反映出，一线城市70-149间房量下的连锁酒店投资，速度逐渐放缓，市场开始“饱和”。

1-3 不同省份、不同线级城市 各房量酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国不同线级城市各房量连锁酒店客房数存量现状



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市存量统计截止时间为2023年12月31日。



从上图来看，30-69间房、70-149间房、150间房的几类酒店，其客房数总量几乎占据了当前连锁酒店市场房间体量90%及以上规模，15间房以下、15-29间房量的连锁酒店，其对该市场整体客房数“贡献”程度几乎可以忽略不计；另一个值得关注的“现象”，除了一线、新一线城市外，其它几个线级的城市，150间房以上的连锁类酒店，其整体客房数增长相对另外两个房量连锁酒店客房数而言，有“后劲不足、逐渐放缓”趋势，这也和当前豪华类“大量”关停、转让、出售的现状较为贴合。

1-3 不同省份、不同线级城市

各房量酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国不同线级城市各房量酒店占比分布现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市占比的统计截止时间为2023年12月31日。



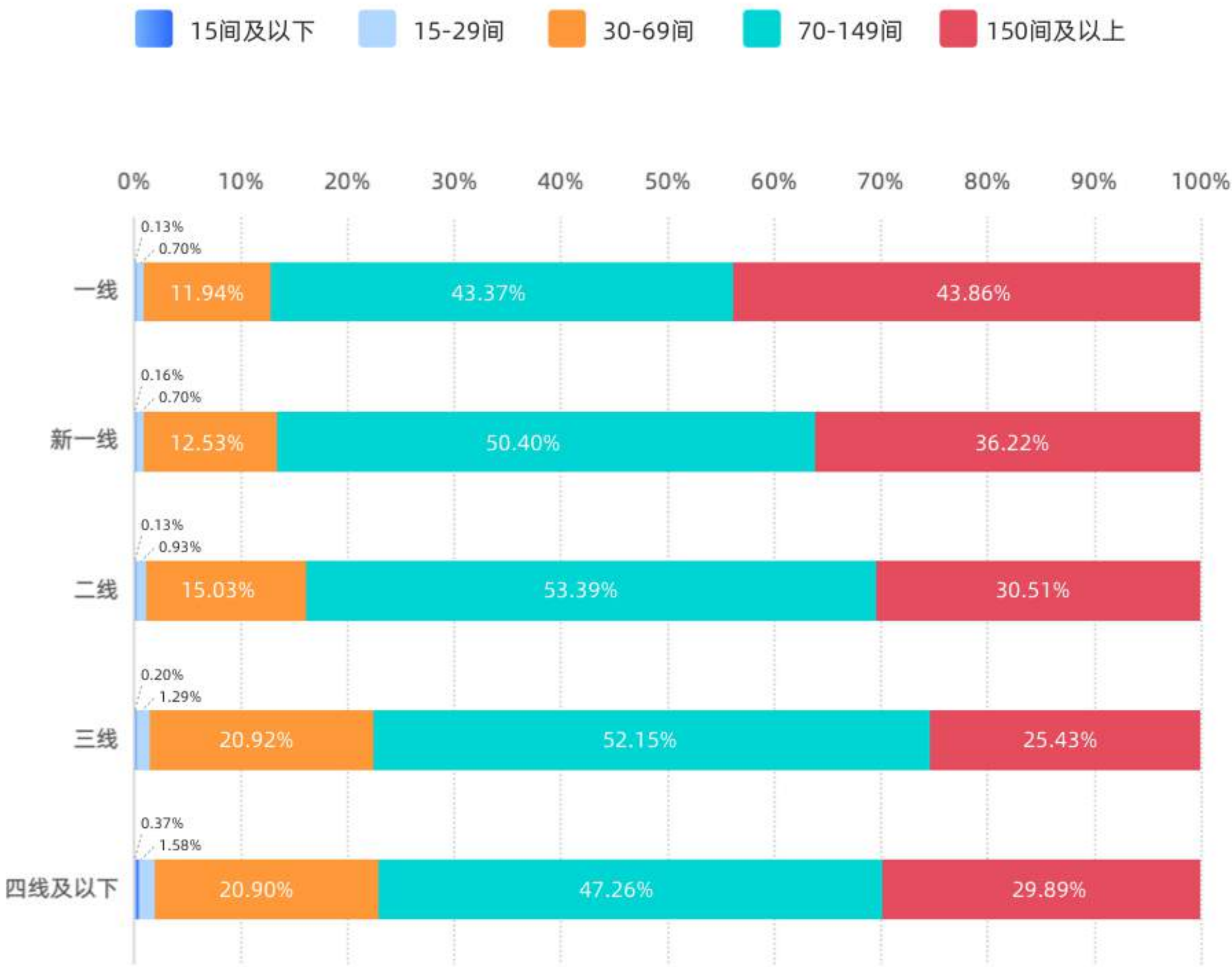
本图中，在各房量规模维度下，不同线级城市各客房量酒店占比分布与城市线级高低并无明显“联系”，首先，每个线级城市中，客房规模占比最高的酒店类型是30-60间、70-149间以及150间及以上三类，其中，一线城市的70-149间客房规模的酒店对所在线级城市总客房存量贡献最高，同时占比也最高，达到了33.39%，其次，新一线城市相较其它线级城市而言，这一房量规模的酒店，其客房贡献程度并不算高，仅仅在各个线级城市对比中，高于四线及以下城市群，这是因为该线级城市中，69间及以下房量规模酒店占比过高所致。

1-3 不同省份、不同线级城市

各房量酒店（客房数）存量现状



截至2023年12月底全国不同线级城市各房量连锁酒店占比分布现状



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，图中各线级城市占比的统计截止时间为2023年12月31日。

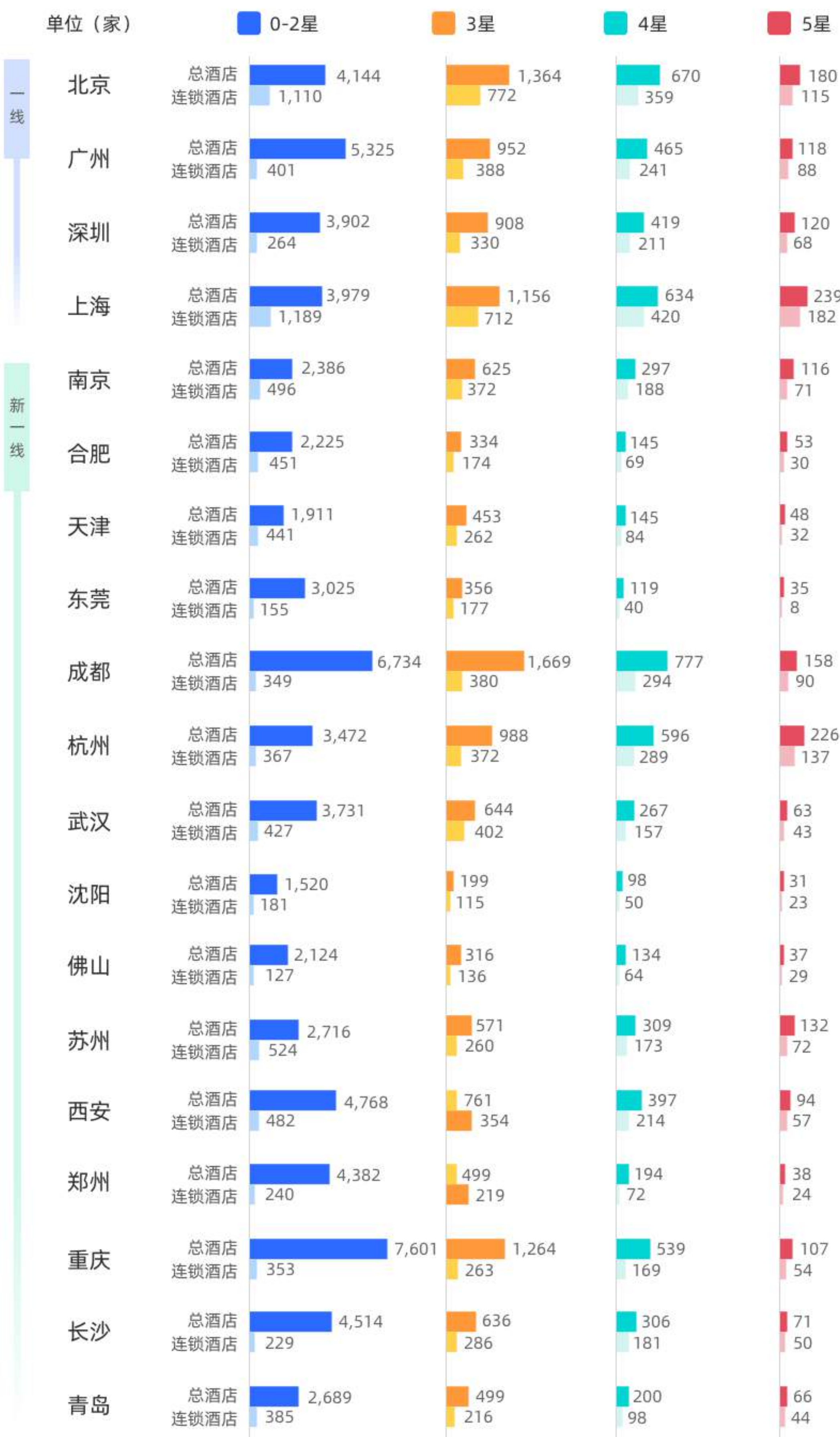


具体到不同客房量连锁酒店维度来看，在每一个线级的城市群中，70-149间酒店的客房数贡献占比依旧最高，其次是150间及以上客房规模的酒店；同时还能看出，随着城市线级的下沉，30-69间房的连锁酒店占比大体上在逐渐增大（四线及以下略低于三线城市），这说明当前在“城市线级”越低的酒店市场中，人们在物业选择方面，对30-69间小房量标的偏好“越严重”，这也与当下不少县城连锁酒店房量规模现状较为贴合。

1-4 全国一线及新一线城市

不同维度下酒店（客房数）存量现状

截止到2023年12月底一线、新一线城市不同档位酒店存量（&连锁酒店）



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为2023年12月31日。

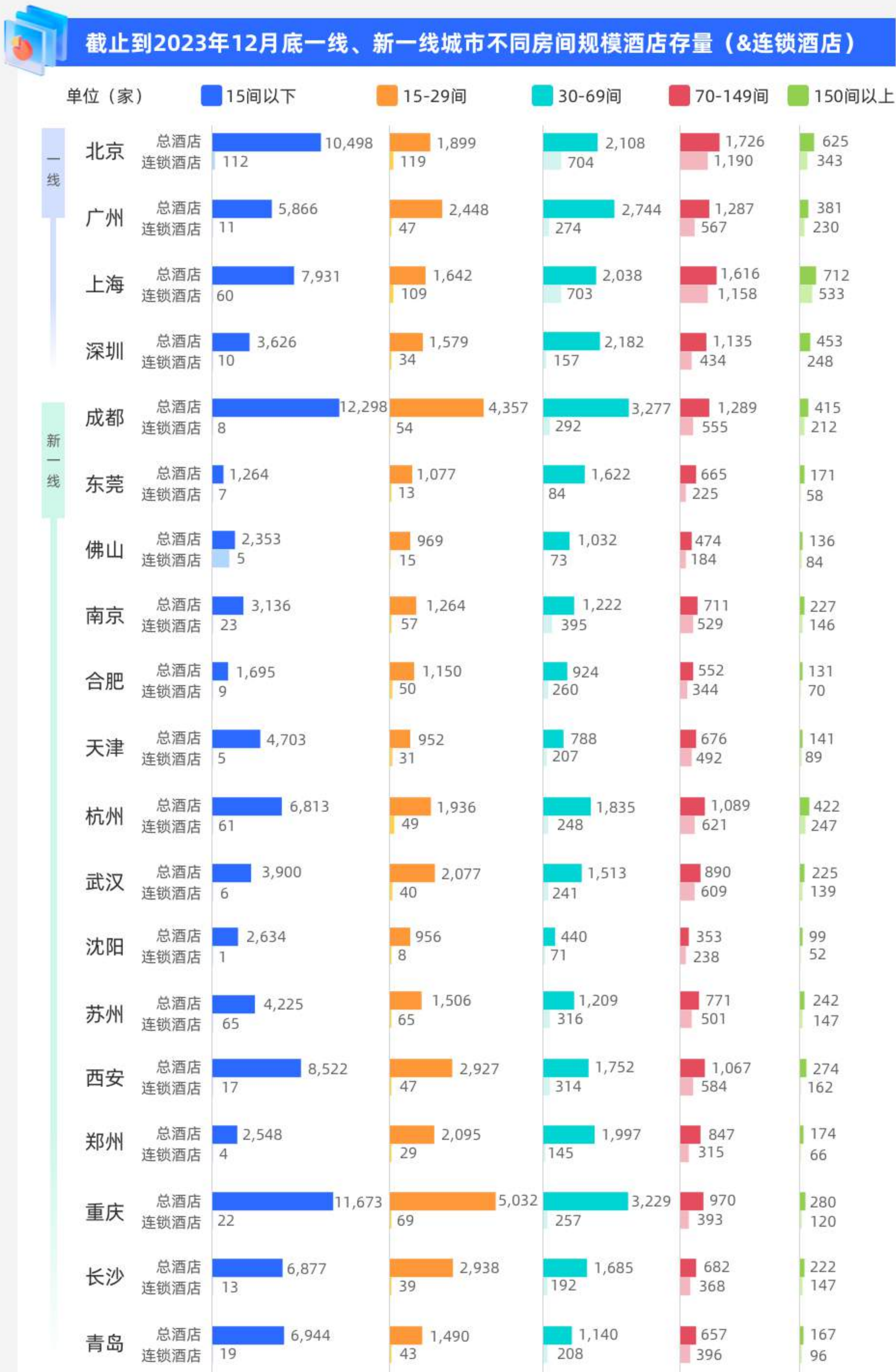
1-4 全国一线及新一线城市

不同维度下酒店（客房数）存量现状



1-4 全国一线及新一线城市

不同维度下酒店（客房数）存量现状

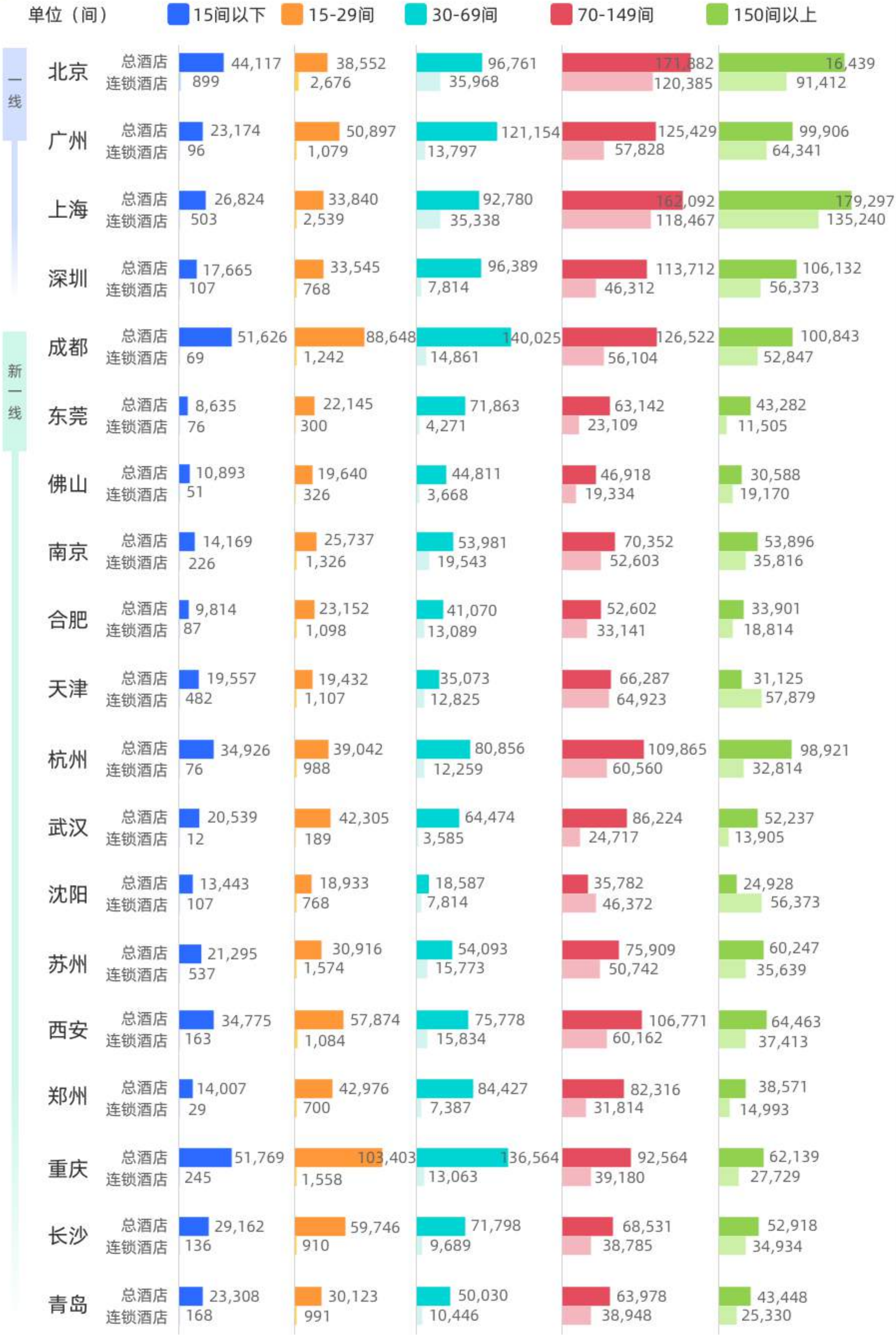


数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为2023年12月31日。

1-4 全国一线及新一线城市

不同维度下酒店（客房数）存量现状

截止到2023年12月底一线、新一线城市不同房间规模酒店客房存量（&连锁酒店）



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为2023年12月31日。

第二部分

春风已至

洞见酒店行业生态“新结构”



第二部分总结

静水流深，洞见酒店行业生态“新结构”

2023年全国新开业酒店数相对2022年全年大幅提升，2023年全年全国新开业酒店总数达到**4.17万家**（具体为41,789家），几乎是2022年全年新开业酒店总量的2倍；全年新开业客房数为**175.92万间**（具体为1,759,189间），新开业的酒店平均房间数为42间（2022年，新开业平均客房数为45间），新开平均客房数相对上一年有所下滑。

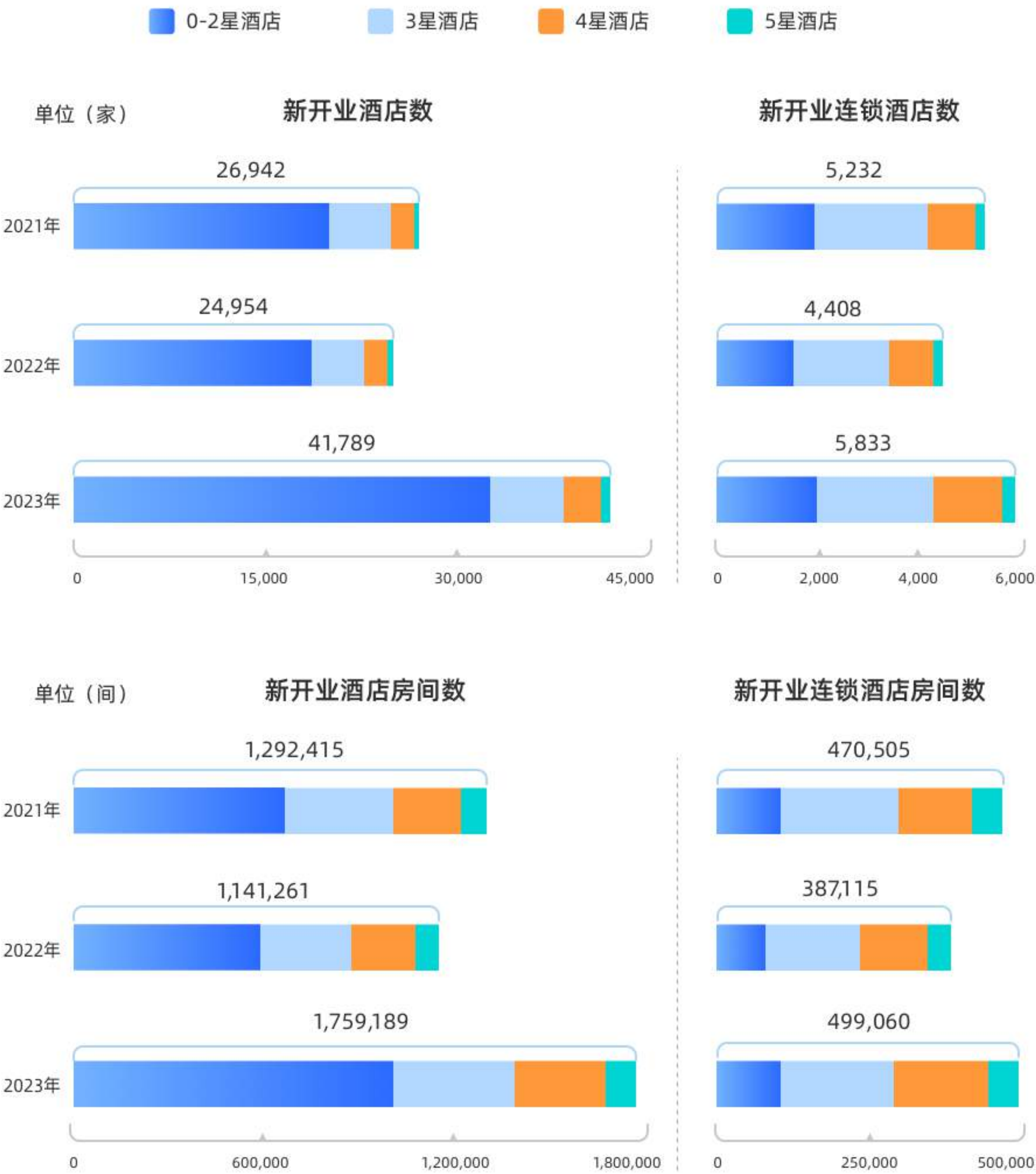
具体到连锁酒店新开业维度，2023年全年，全国新开业连锁酒店数达到**5833家**（4408家，2022年），新开业连锁酒店客房数为**499,060间**（387,115间，2022年），新开业的连锁酒店平均客房为85间（2022年，连锁酒店新开业平均客房数为87间），平均新开房间数同样出现小幅下滑。



2-1 全国酒店行业 整体新开业情况及分析



中国近年（2020-2023）15间房以上各档位酒店新开业数据一览（&连锁酒店）



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。



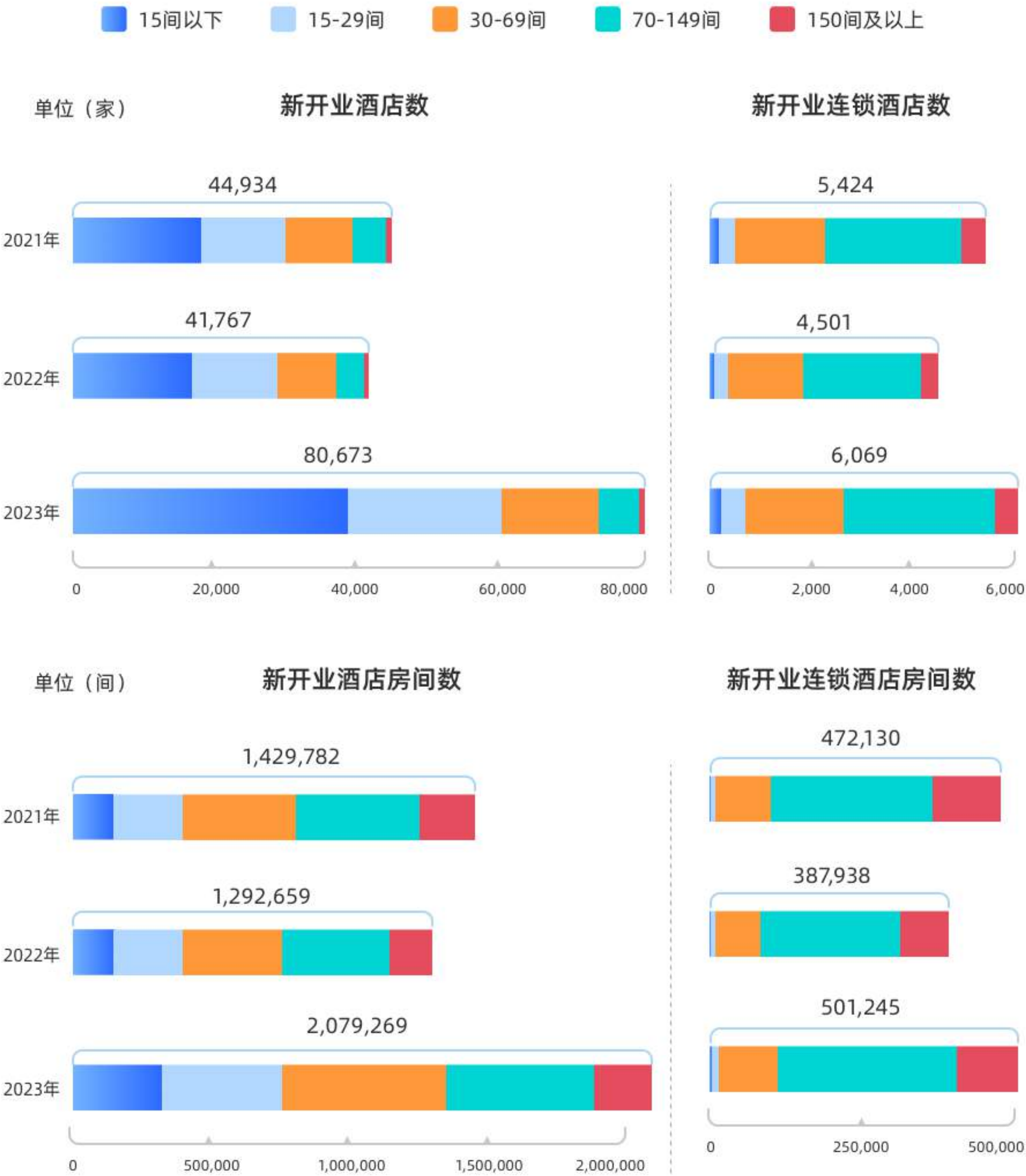
整体来看，中国15间客房及以上的酒店市场中，近几年（2021-2023）新开业数量呈现出“先降低，再升高”的走势，特别是2023年一年的时间里，无论是新开业酒店数，还是新开业连锁酒店数，均跃升至一个“新量级”。具体来看，2023年全行业新开酒店数达到4.18万家，新开业总客房数达到175.92万间；其中，全年新开业连锁酒店接近6000家，新开业连锁酒店客房数逼近50万间，远超去年同期，可以说经过2023年一年的“修整”，中国酒店行业供给端大致恢复到疫情前水平。

2-1 全国酒店行业

整体新开业情况及分析



中国近年（2020-2023）各房量规模下酒店新开业数一览（&连锁酒店）



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

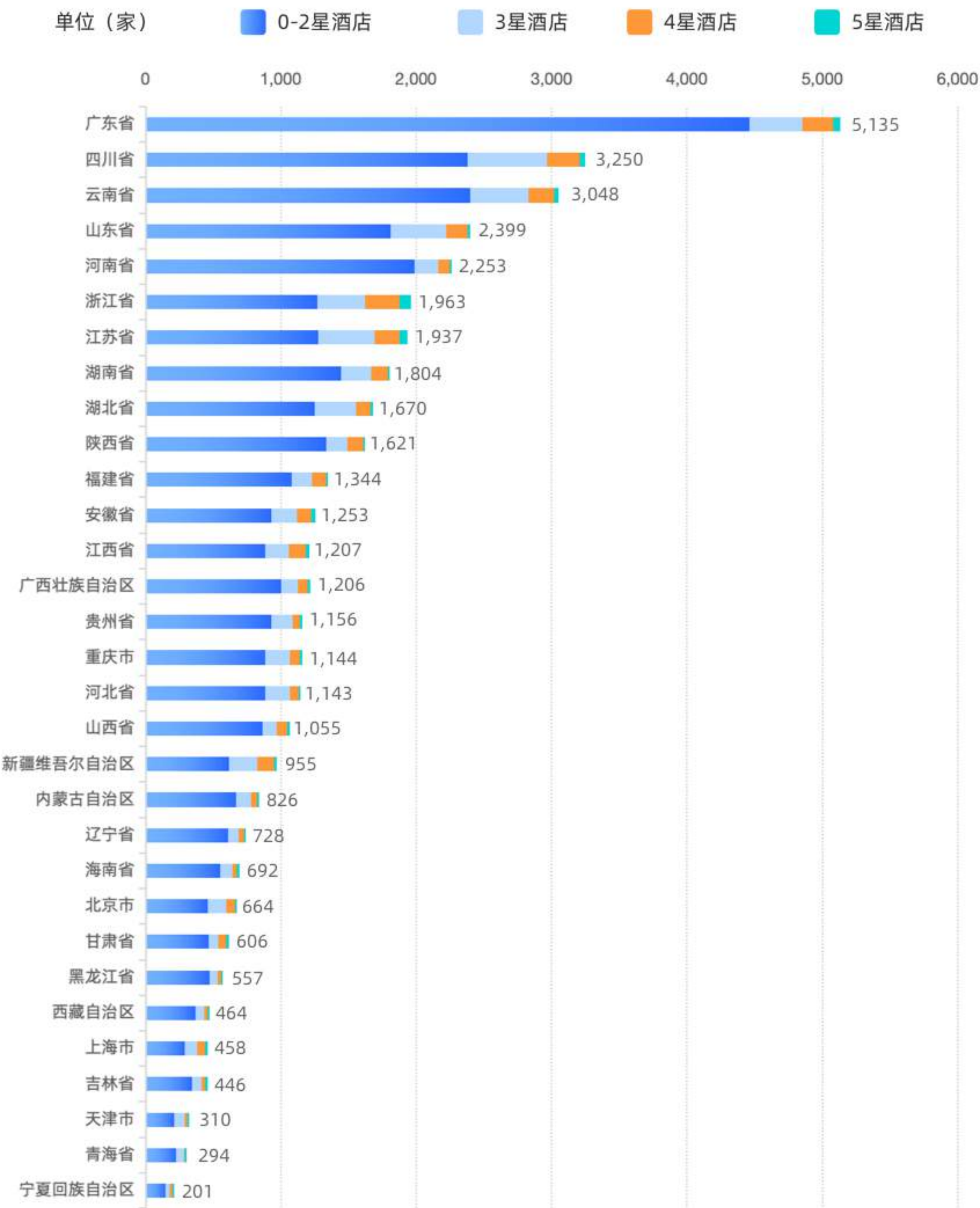


整体来看，2023年，全酒店行业供给出清的主要酒店类型是15间及以下小房量住宿单位，该部分“恢复量级”几乎与2022年全年新开业酒店数持平，接近4万家；相较而言，连锁酒店市场中，2023年新开业最多的是30-69间、70-149间两类房间规模的酒店，值得注意的是，2023年150间房以上的新开业酒店数要低于2021年，只略高于2022年同期。

2-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店行业各档位下31省（市）新开业酒店数



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。

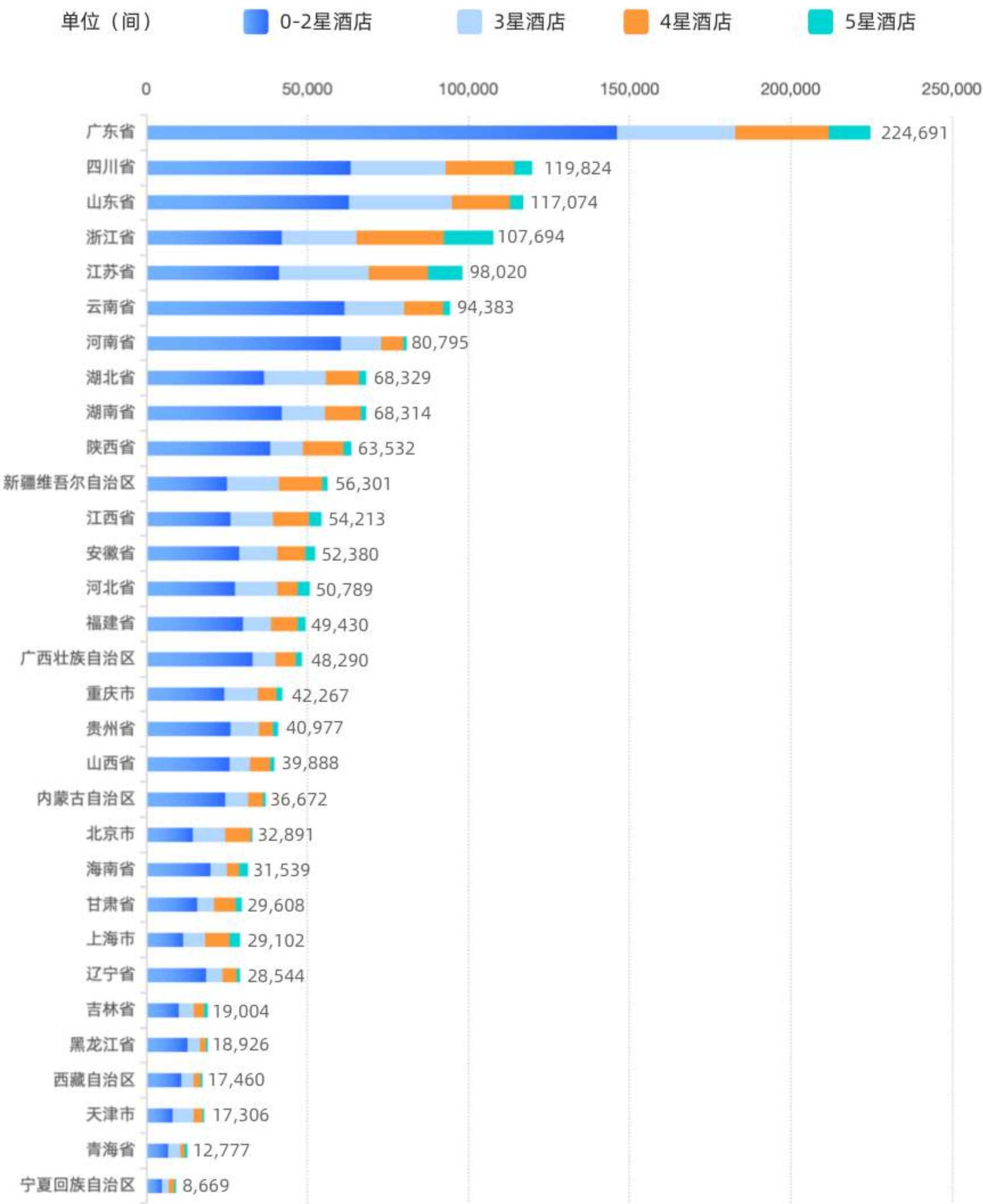


2023年15间客房及以上规模的酒店新开业省份排名中，广东、四川、云南同2022年一样，依旧是新开业酒店总数前三，稍显不同是，今年排名靠前几省，其新开业酒店总数近乎翻了一番，特别是云南省，2022年新开业酒店数为1510家，到了2023年，这一数值变成了3048家；另外纵观31省份，经济类酒店依旧是当前新开业酒店主流，以广东省为例，新开业5000多家酒店里，接近85%都是经济类酒店。

2-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店行业各档位下31省（市）新开业酒店客房数



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。

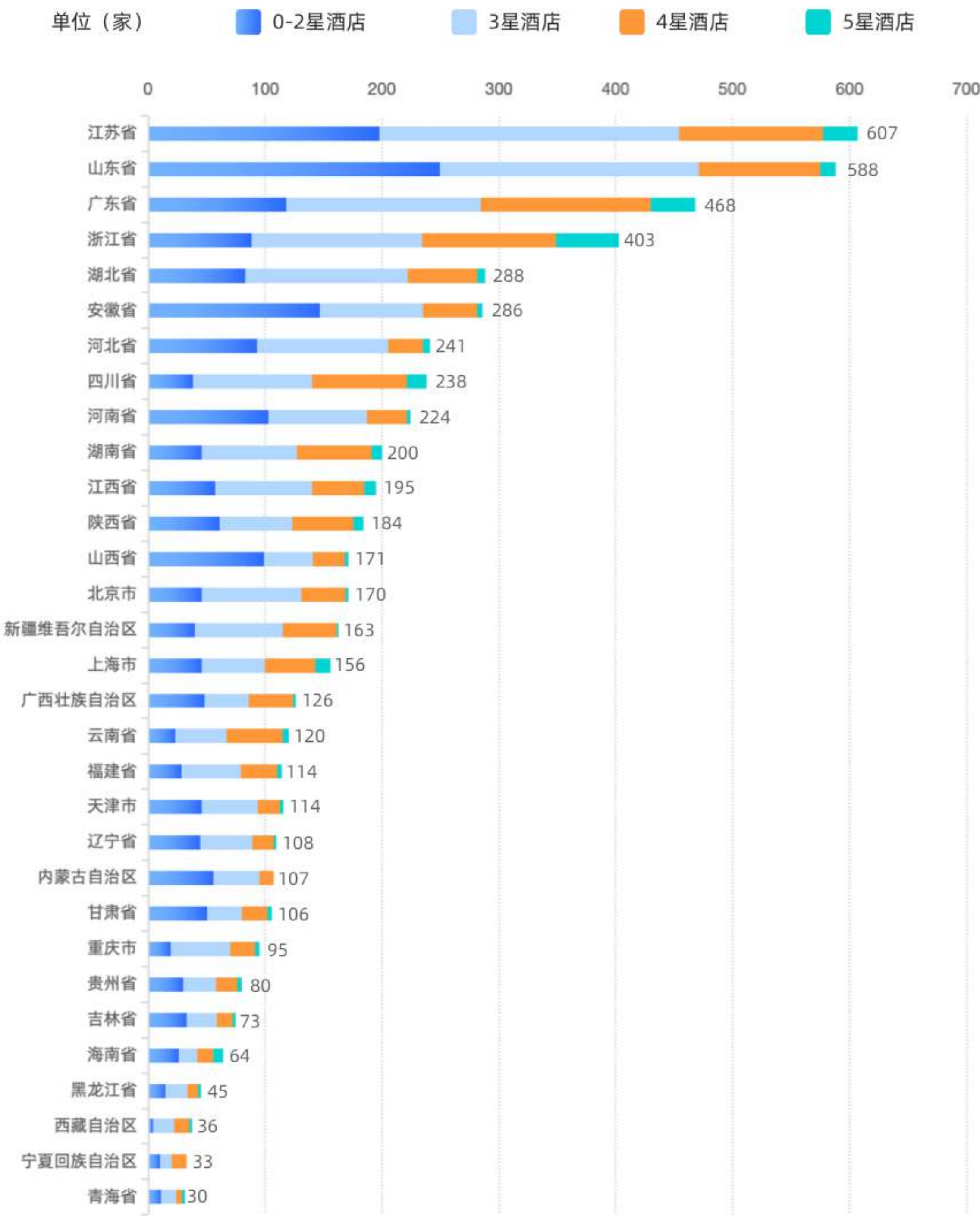


具体到2023年各档位酒店新开业房量维度，新开客房总量靠前的省份几乎不变，依旧是广东、四川、山东、浙江等省，稍显不同的是，部分省份虽然各档位新开业酒店客房数量级方面较相接近，但“来自”不同档位酒店的贡献程度差别十分明显，如江苏和云南两省，都是2023年新开业客房总数近9.5万间水平，江苏的经济型酒店新开业客房数不足一半，云南则相反，远超一半，接近三分之二的新开业客房数源自其经济类酒店。

2-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店行业各档位下31省（市）新开业连锁酒店数



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。

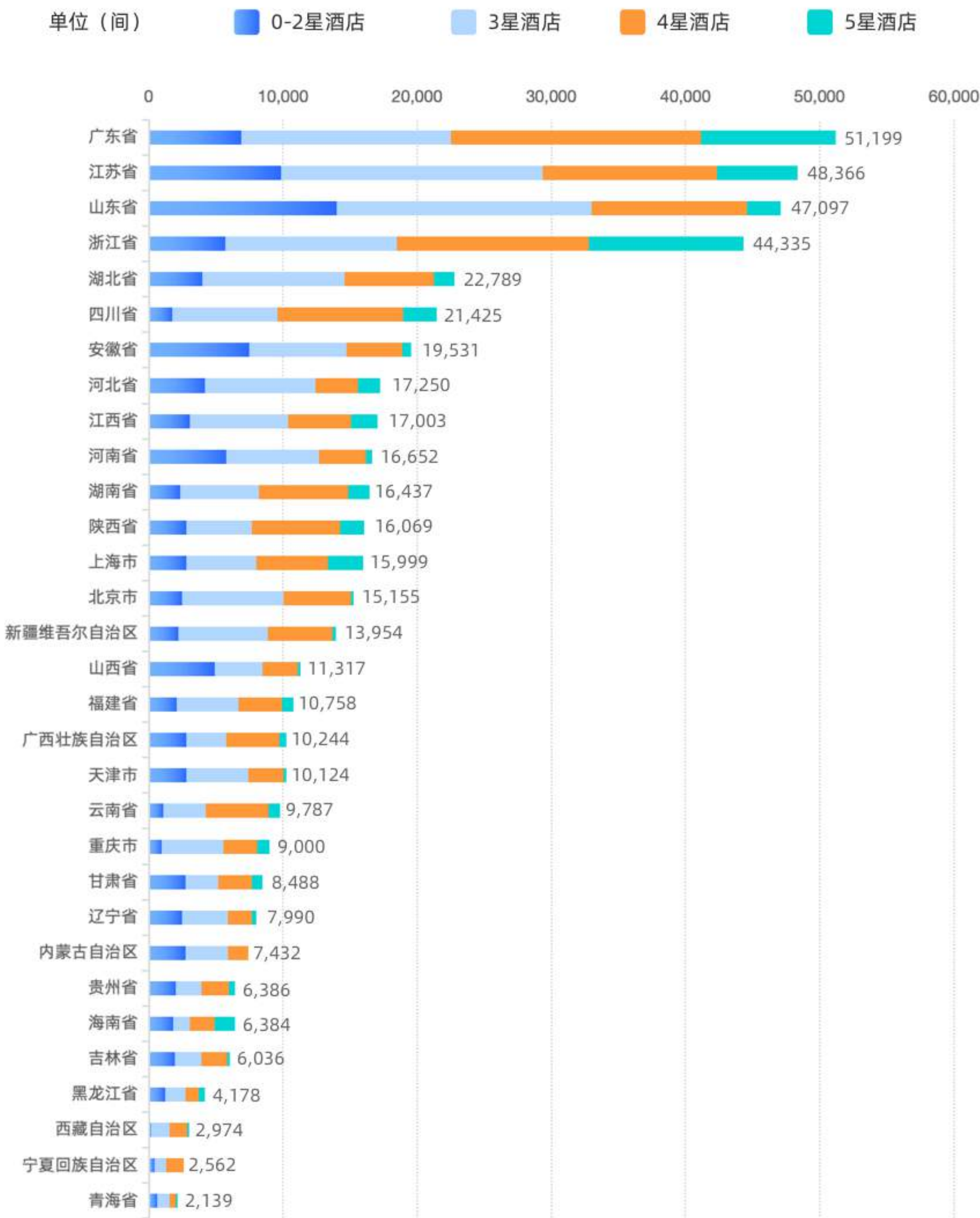


2023年连锁酒店新开业维度下，依旧是江苏蝉联榜单冠军，相对去年新增了近120家酒店，其次是山东，和江苏新开业连锁酒店总量相差较小，预计未来，山东有望“取代”江苏；这些新开业酒店数排名靠前的省份，大多都是因为经济类酒店新开业数值较高，但也有个别省份较为例外，如四川省，其中档酒店新开业数远超其经济类酒店新开业水平，当然了，浙江、湖北、湖南等省也有类似现象，但未如四川省“表现”这么明显。

2-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）新开业情况



截至到2023年12月底31省（市）各档位连锁酒店新开业客房数情况



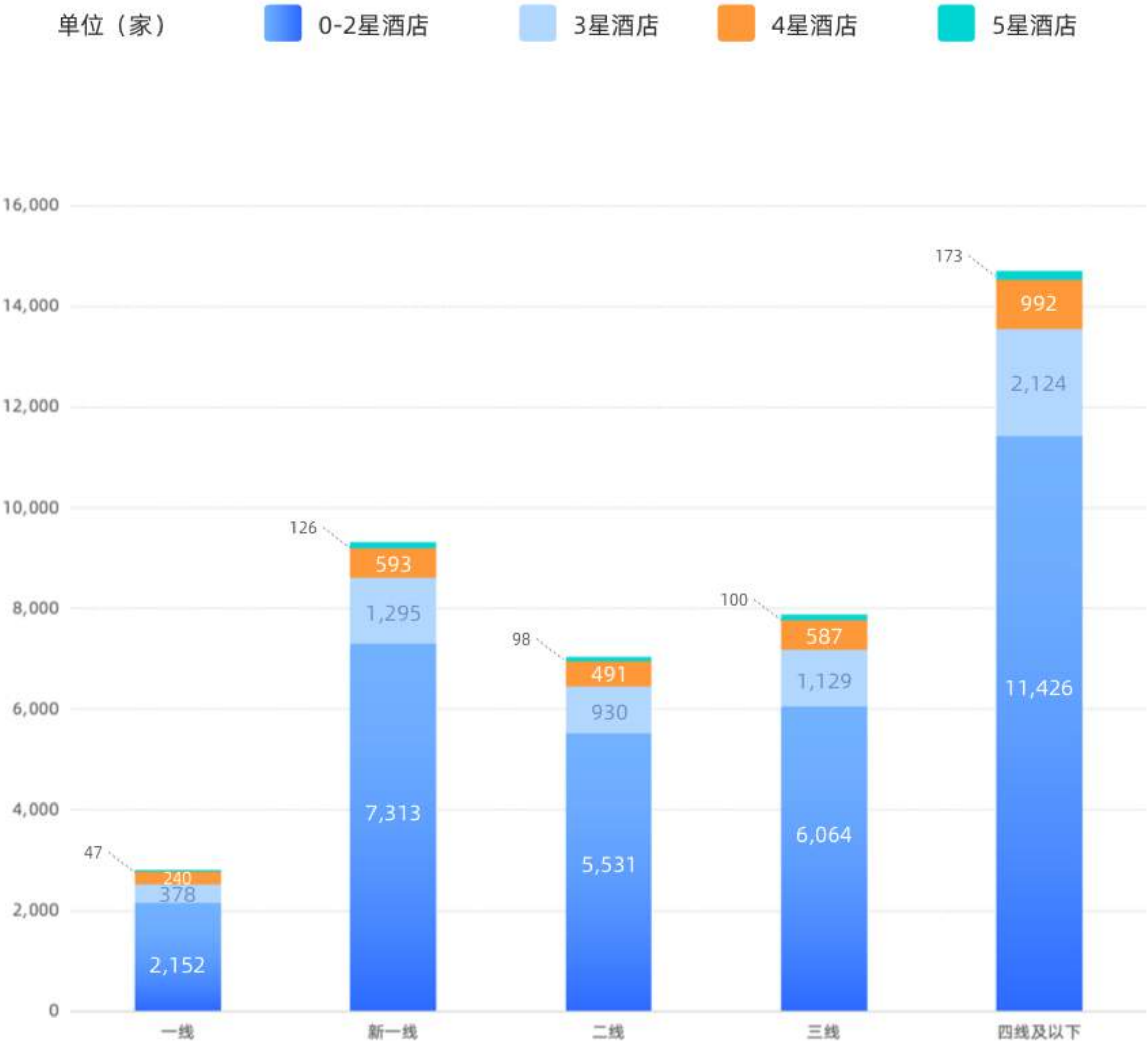
备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。



具体到2023年各省新开业连锁酒店客房数排名，位列前4的省份，其酒店新开业客房总数较为接近，不如2022年那样，新开业量级之间对比明显，如广东省从2022年新开业连锁酒店客房数（32832间，2022年）排名第三跃升至2023年31省第一（51199间，2023年），整体提升幅度虽然不小，但比起第二名江苏省，只多了不到3000间房；此外，江苏与山东两省之间，也从2022年的新开业总客房数（连锁酒店）差距4000间，缩小到2023年的不到1000间。

2-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）新开业情况

2023年全年中国酒店业不同线级城市各档位酒店新开业情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，各线级城市新开业酒店统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。

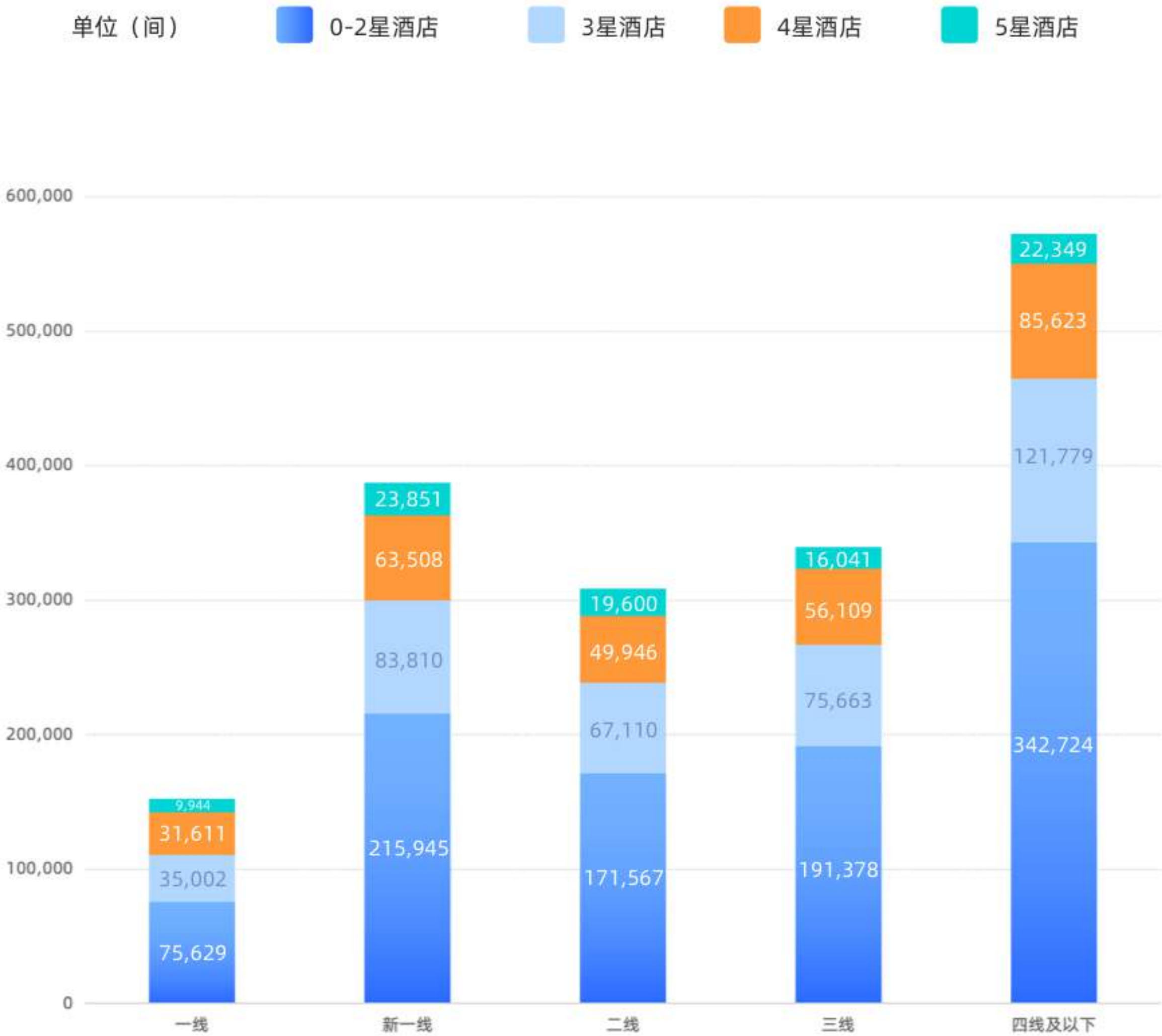


通过本图各线级城市不同档位酒店新开业数值对比发现，2023年各线级城市每个档位酒店新开酒店数均呈现不同程度递增，特别是各线级城市中的0-2星（经济类）酒店均相对2022年同期出现了倍幅增长，值得一提的是，新一线城市群3星酒店（中档酒店）新开业数在2022年，还只与四线及以下城市之间相差不到500家，到了2023年这一差距拉大到近1000家，这说明2023年，四线及以下诸多低线级城市中3星酒店的新开业速度在加速。

2-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店业不同线级城市各档位酒店新开业客房情况



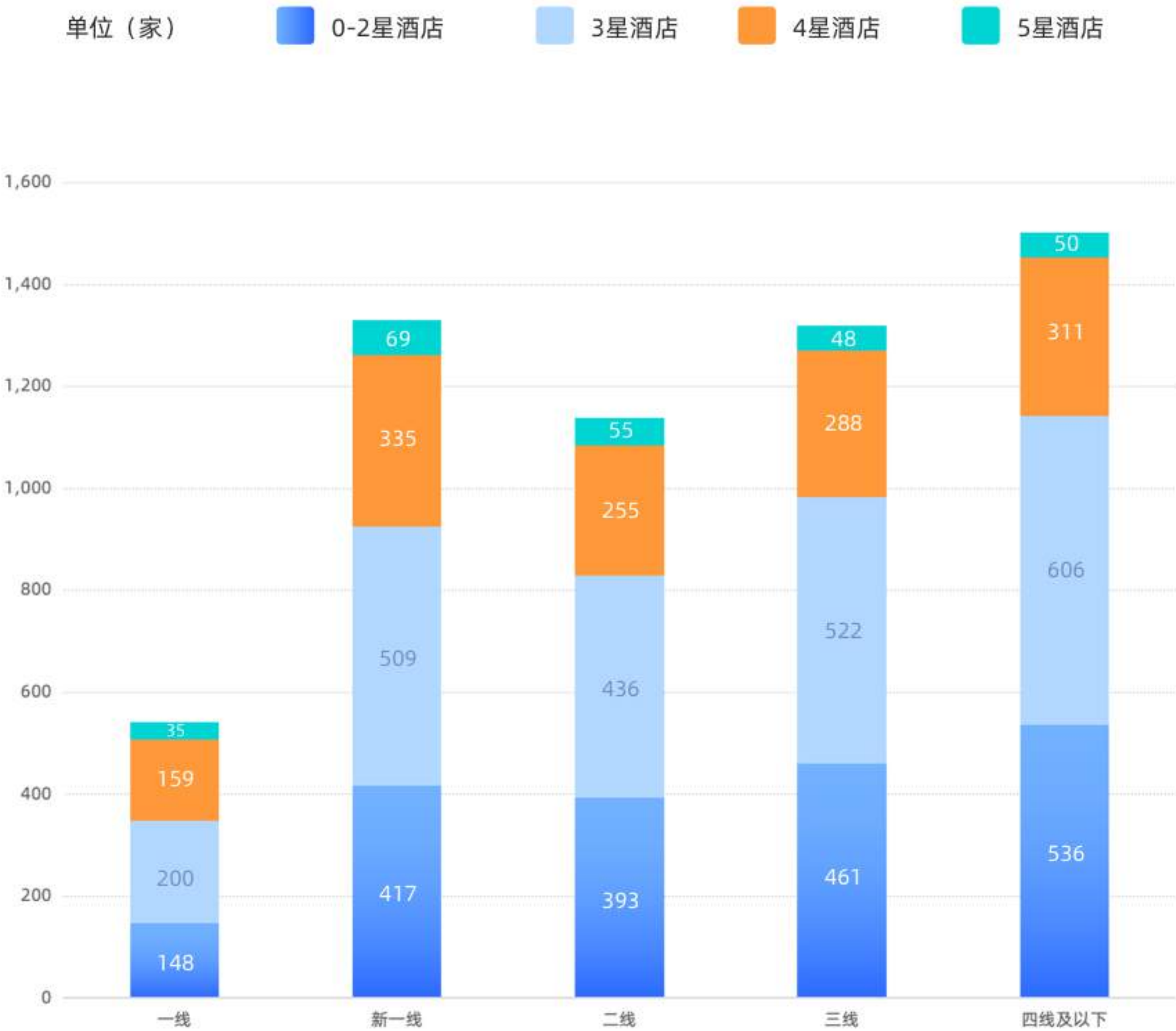
数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，各线级城市新开业酒店统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。



整体来看，2023年新一线城市经济类酒店的新开业客房数“领先了”三线城市近2万多间房，仅从房间量方面来看，新一线城市房间量似乎增加不少，但结合其新开业的酒店数会发现，2023年新一线城市该档位酒店的整体新开业数超出三线城市近1000家（在2022年只领先了100多家，新开房量也大致持平），但总房间数只多出2万出头，这意味着新一线城市新开业经济类酒店的平均房量相对三线城市或更少。这也表明在不同线级城市进行及酒店投资，因为物业资源、成本控制等诸多因素考量，导致低线级城市群酒店投资房量设计方面更具“灵活性”。

2-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）新开业情况

2023年全年中国酒店业不同线级城市各档位连锁酒店新开业情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，各线级城市新开业酒店统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。



从本图能看出，2023年连锁酒店市场主要新开业酒店档位依旧还是经济类和中档类酒店，但一个值得关注的趋势是高档酒店的近两年的新开业速度正在超过中档类酒店，这一规律在各线级城市中皆有印证，特别是三、四线城市中，近两年中档、高档两类酒店新开业规模对比下，高档酒店的新开业数值更高。

2-2 不同省份、不同线级城市 各档位酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店业不同线级城市各档位连锁酒店新开业客房情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，各线级城市新开业酒店统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。



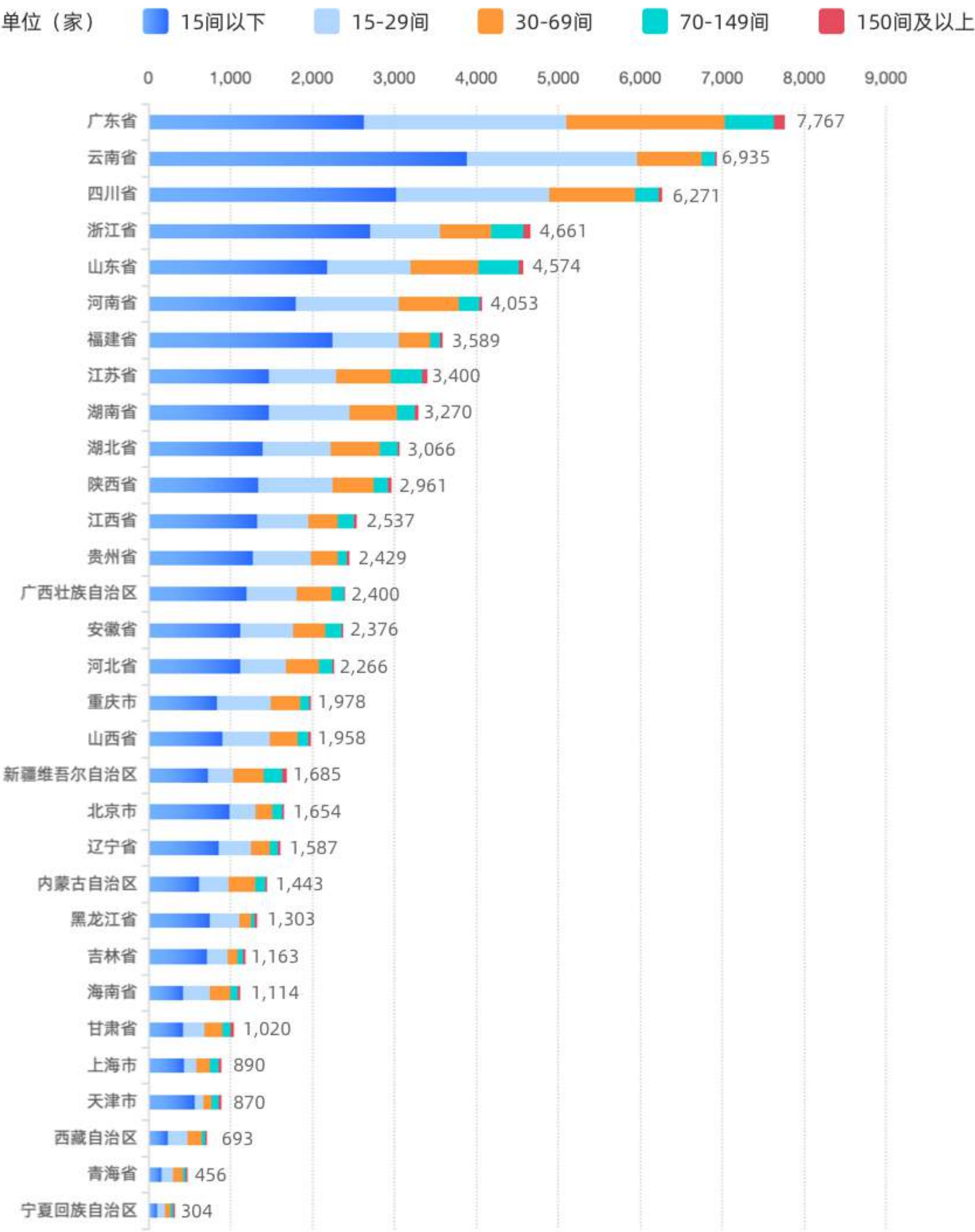
正如上一张新开业连锁酒店数据图所反应的那样，因为高档酒店的新开业数在增多，所以再与本图（新开业客房数）数据进一步结合对比发现，各线级城市的不同档位酒店新开业客房数，正在由以前“贡献程度”较高的中档酒店逐渐开始向高档酒店倾斜，在一个城市群当中，呈现出二者“双肩挑”的局面；2023年能发现每个线级城市二档位酒店新开业客房数差距，在逐渐缩小，特别是新一线城市群中，已经由2022年的近5000间差值缩小至2023年不到2000间的水平。

2-3 不同省份、不同线级城市

各房量酒店（客房数）新开业情况



截至到2023年12月底各房量规模下31省（市）新开业酒店数



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。



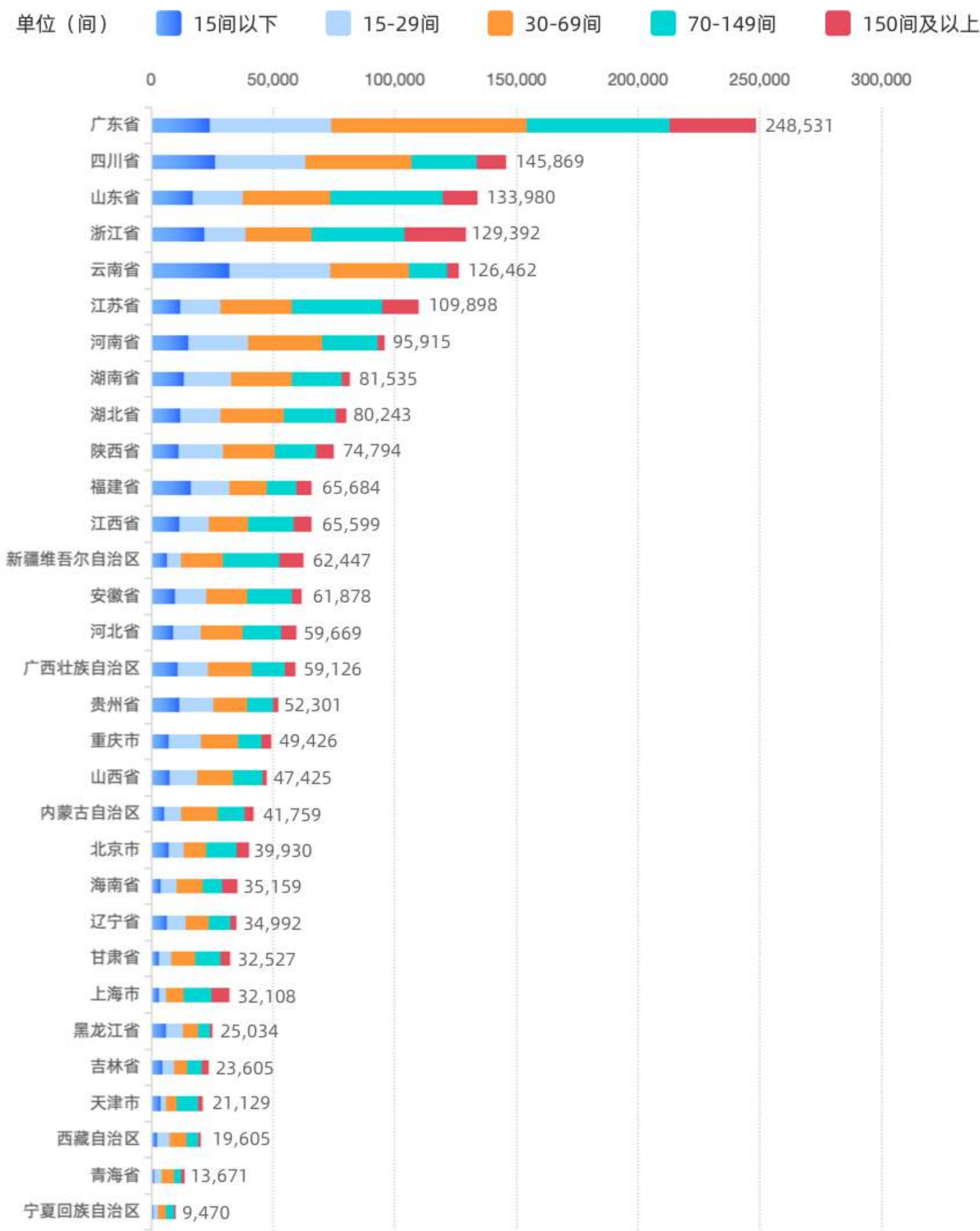
具体到不同房量规模下2023年各省份新开业情况，排名前五的省份于2022年并无较大变化，唯有第二名云南省，从2022年第四的位次跃升至2023年第二名，同时新开业总酒店数也达到了6935家，是2022年新开业数的3倍多。四大直辖市里，重庆新开业数量最多，并且超出北京近400家。排在靠后的几个西北地区的省份，在2023年新开业数量上也有所“改善”，从早前一年的200家左右新开业水平普遍升至为300-600家新开业规模。

2-3 不同省份、不同线级城市

各房量酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店行业各房量规模下31省（市）新开业酒店客房数



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。

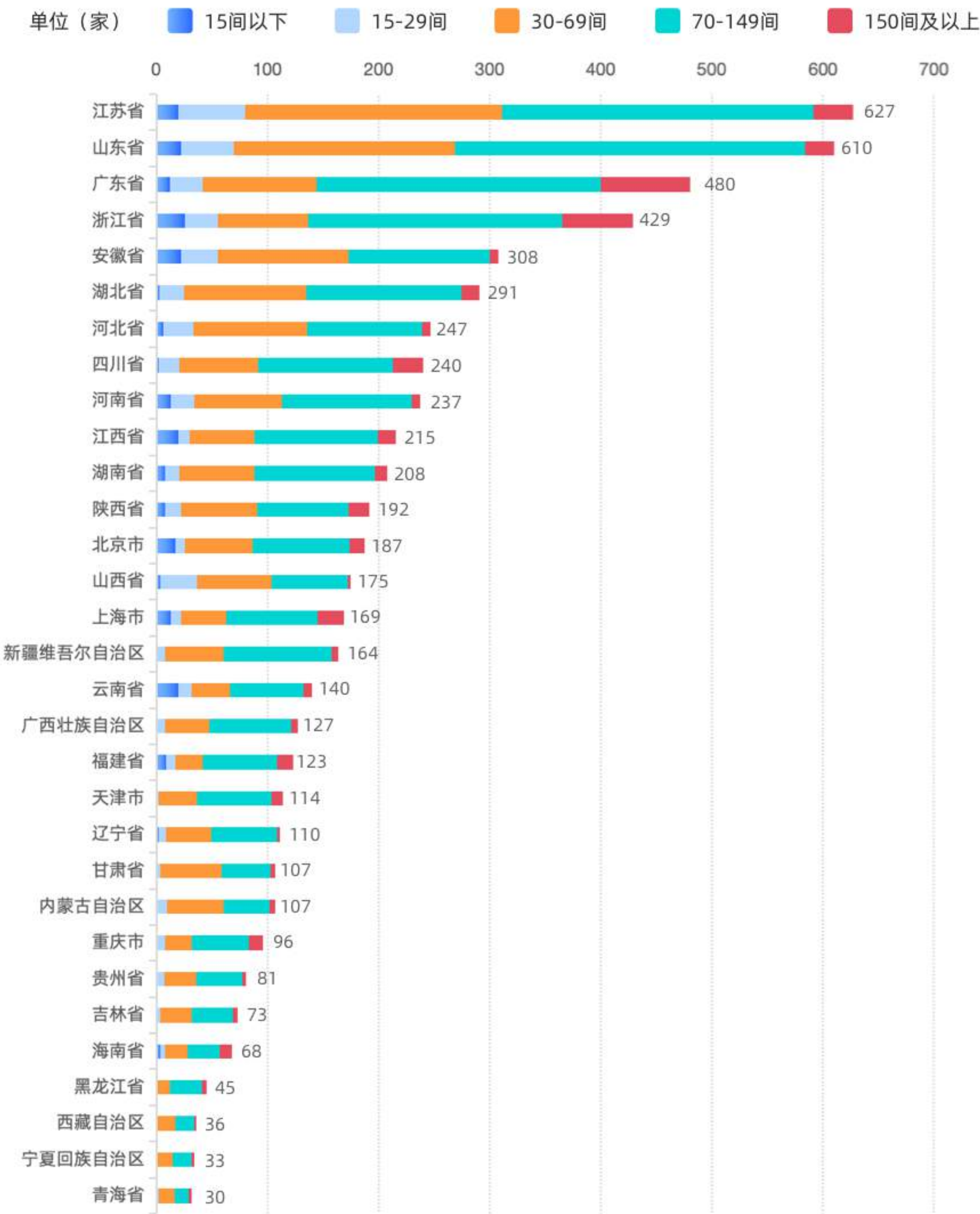


从本图来看，广东省依旧是2023年各房量规模下，新开业客房数最多的省份，相比之下，新开业数量上“取胜”的云南省，在全年新开业客房数方面并“不占优势”，滑落至榜单第五名；值得一提的是新疆地区，其150间客房规模的酒店新开业数并不算靠前，但具体到该房量2023年新开业总客房数方面，新疆比其更靠前诸多省份，该数值要高一截，这反映出该省这一房量规模下新开业酒店的平均房量或远高于150间，这与2023年新疆地区新开业高端、豪华酒店总数提升较多现状较为贴合。

2-3 不同省份、不同线级城市 各房量酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店行业各房量规模下31省（市）新开业连锁酒店数



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。

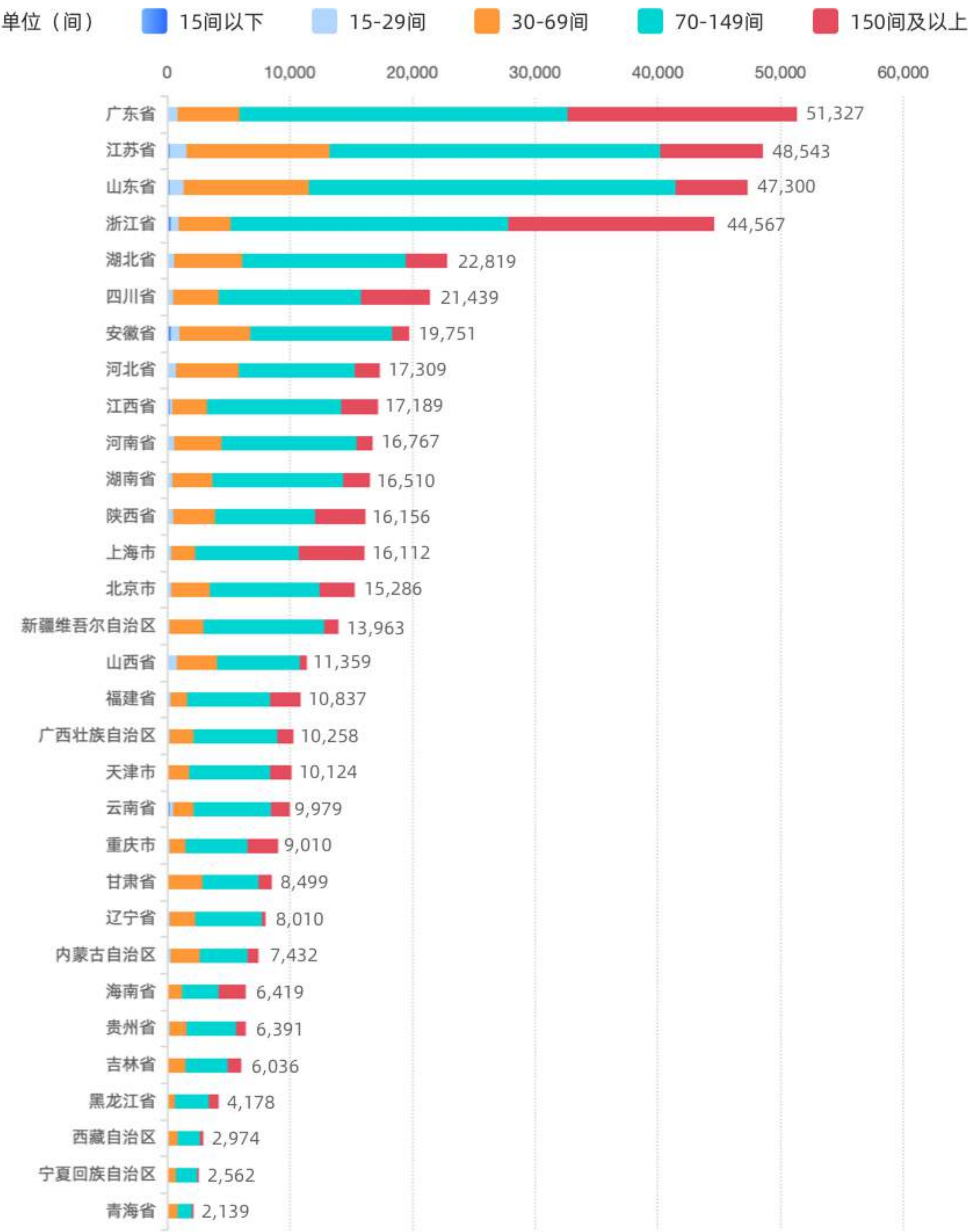


综合本图数据来看，相较于2022年，2023年连锁酒店维度下各省份不同房量规模的酒店新开业总数排名较为接近，但也有个别省（市）新开业排名下滑较为明显，如北京市从2022年新开业榜单第6跌至2023年本榜单中的第14，这主要原因是河南、江西、湖南等诸多省份在2023年连锁酒店新开业速度加快，因此在一定幅度上领先了北京，这也使得2022年北京新开业数值还领先于上海两倍，但到了2023年，同样维度下北京新开业总数只领先上海20家不到。

2-3 不同省份、不同线级城市 各房量酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店行业各房量规模下31省（市）新开业连锁酒店客房数



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台，统计周期为2022.12.31-2023.12.31一年的时间。



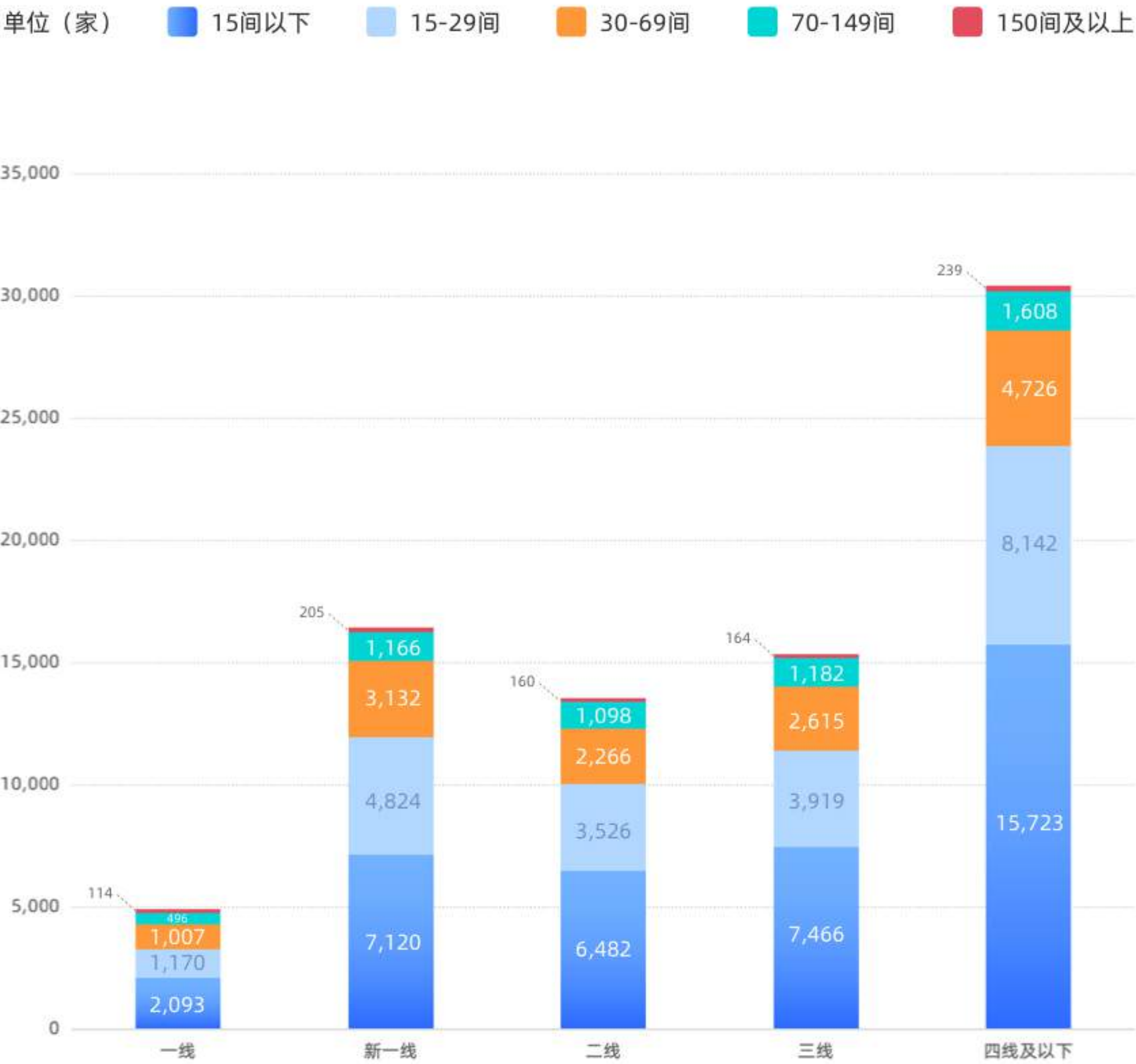
与2022年稍显不同的是，2023年广东省跃居全国31省新开业连锁酒店客房数（各房量规模下）第一，超出去年同期近2w间房，这主要得益于2023年广东省150间及以上规模房型酒店新开业“发力”。另外值得一提的是河北省，其2023年各房量规模下新开业连锁酒店分布中，30-69间规模房量的连锁酒店对新开业总客房“贡献”相较去年下滑较大，在2022年该房量规模下新开业客房数的贡献还和70-149间规模的房型大致持平，到了2023年锐减至其三分之二水平。

2-3 不同省份、不同线级城市

各房量酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店业不同线级城市各房量酒店新开业情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

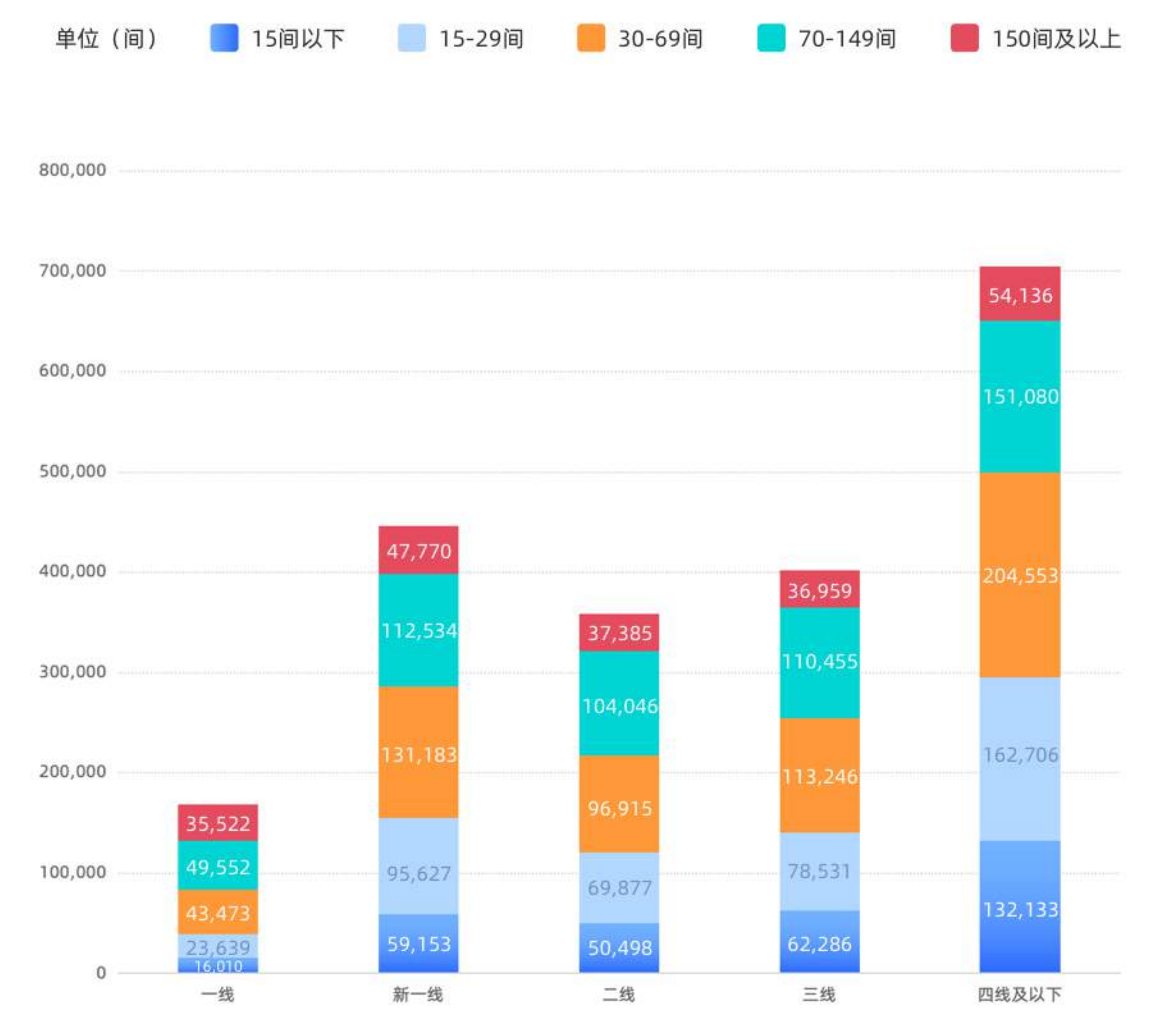


从本图中能看出，15间及以下小房量的住宿设施虽然不是市场主流，但仅从2023年新开业角度来看，其相对其它类型房量酒店而言，依旧还处在“当打之年”，甚至2023年全行业新开业酒店总数大幅增长（相对2022年同期），也是“得益于”该房量规模酒店；值得一提的是新一线城市群的70-149间这一房量规模的酒店，其新开业总数在2023年达到了1166家，是除了四线及以下城市群外，该房量新开业酒店数最多的城市群。

2-3 不同省份、不同线级城市

各房量酒店（客房数）新开业情况

2023年全年中国酒店业不同线级城市各房量酒店新开业客房情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

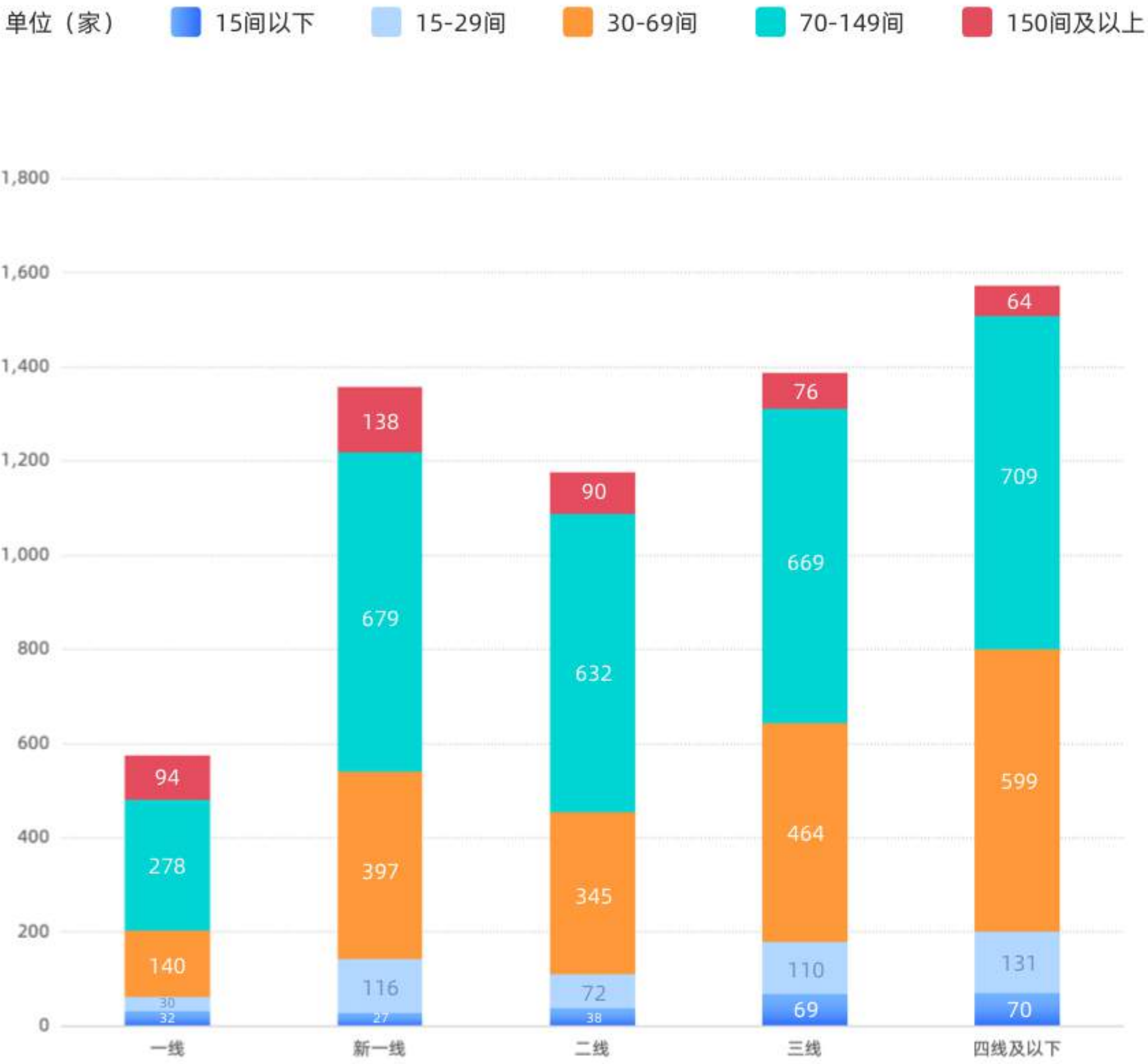


具体到2023年各房量酒店新开业客房数方面，能明显看出，除二线城市外，其余每个线级城市群中30-69间房是当年新开业总客房数“生力军”，其次是70-149间房量规模的酒店，上述两类客房规模酒店其新开业房间总数相加，几乎占据了每个线级城市2023年新开业总客房数的“半壁江山”；当然了，在部分城市中，15-29间客房规模的酒店，其对所在线级城市的总客房数贡献比例亦不低。

2-3 不同省份、不同线级城市 各房量酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店业不同线级城市各房量连锁酒店新开业情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

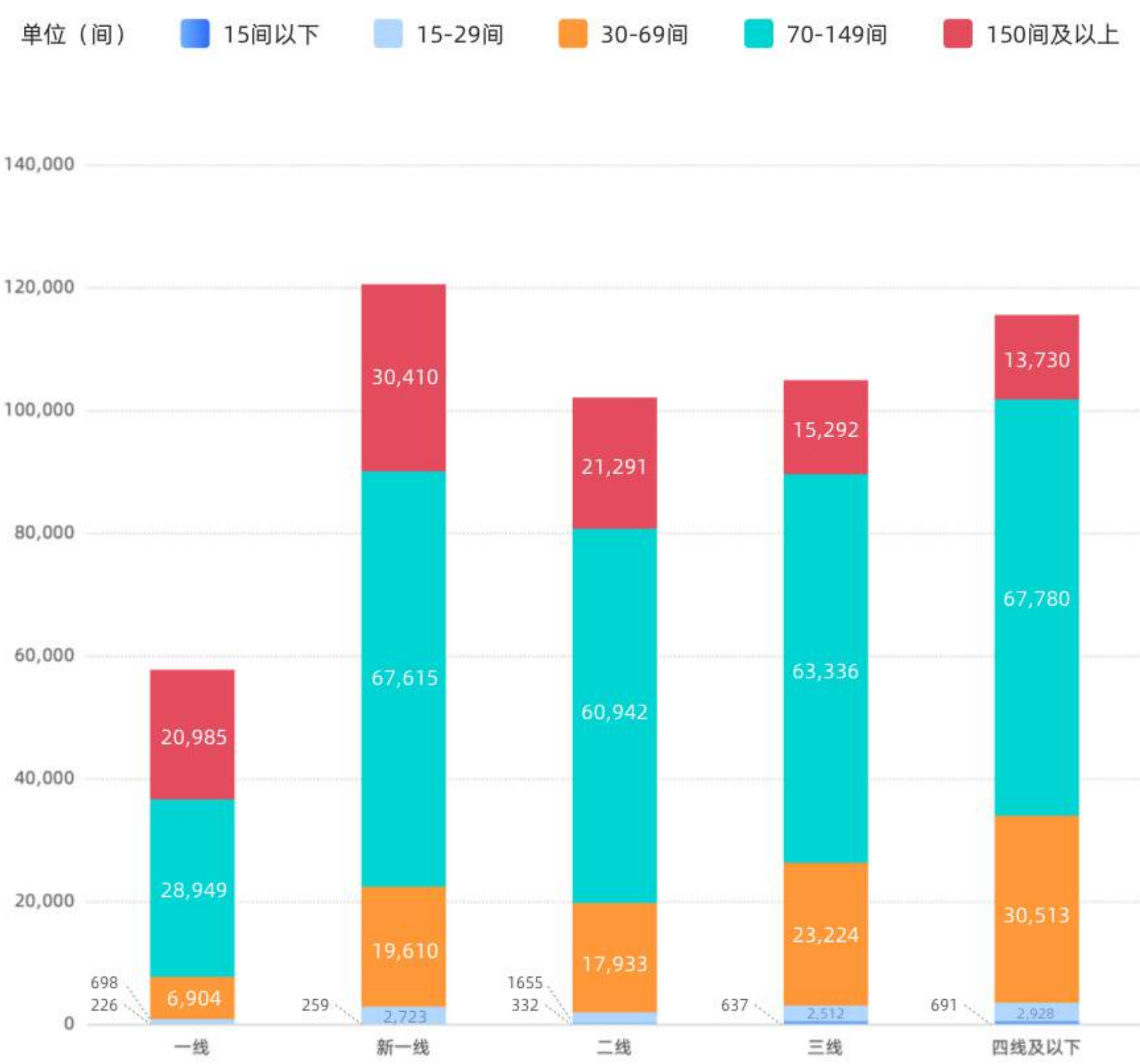


从本图数据来看，2023年连锁类各房量规模酒店新开业，主要集中在70-149间房量，其次是30-69间房量规模的酒店，这表明在当前连锁酒店市场，产品主要房型多为30-69间、70-149间；值得一提的是，150间房及以上规模的连锁酒店新开业情况，一线城市表现较为突出，虽然其只有四座城市，但整体新开业总数仅次于新一线城市，超过了剩余几个线级城市。

2-3 不同省份、不同线级城市 各房量酒店（客房数）新开业情况



2023年全年中国酒店业不同线级城市各房量连锁酒店新开业客房情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。



从本图来看，虽然上一张图所反映的连锁酒店维度下，30-69间、70-149间房两类酒店是新开业最多的，但细究到每个线级城市新开业客房贡献最大的房型，70-149间房规模酒店无疑“独树一帜”存在，其对每个线级城市新开业总房间数加成最大，在任一线级城市的连锁酒店市场当中，这一类型住宿设施占比远超其它几个房量，几乎占据了所在城市新开业总客房三分之二比例。

2-4 全国一线及新一线城市 不同档位酒店新开业情况

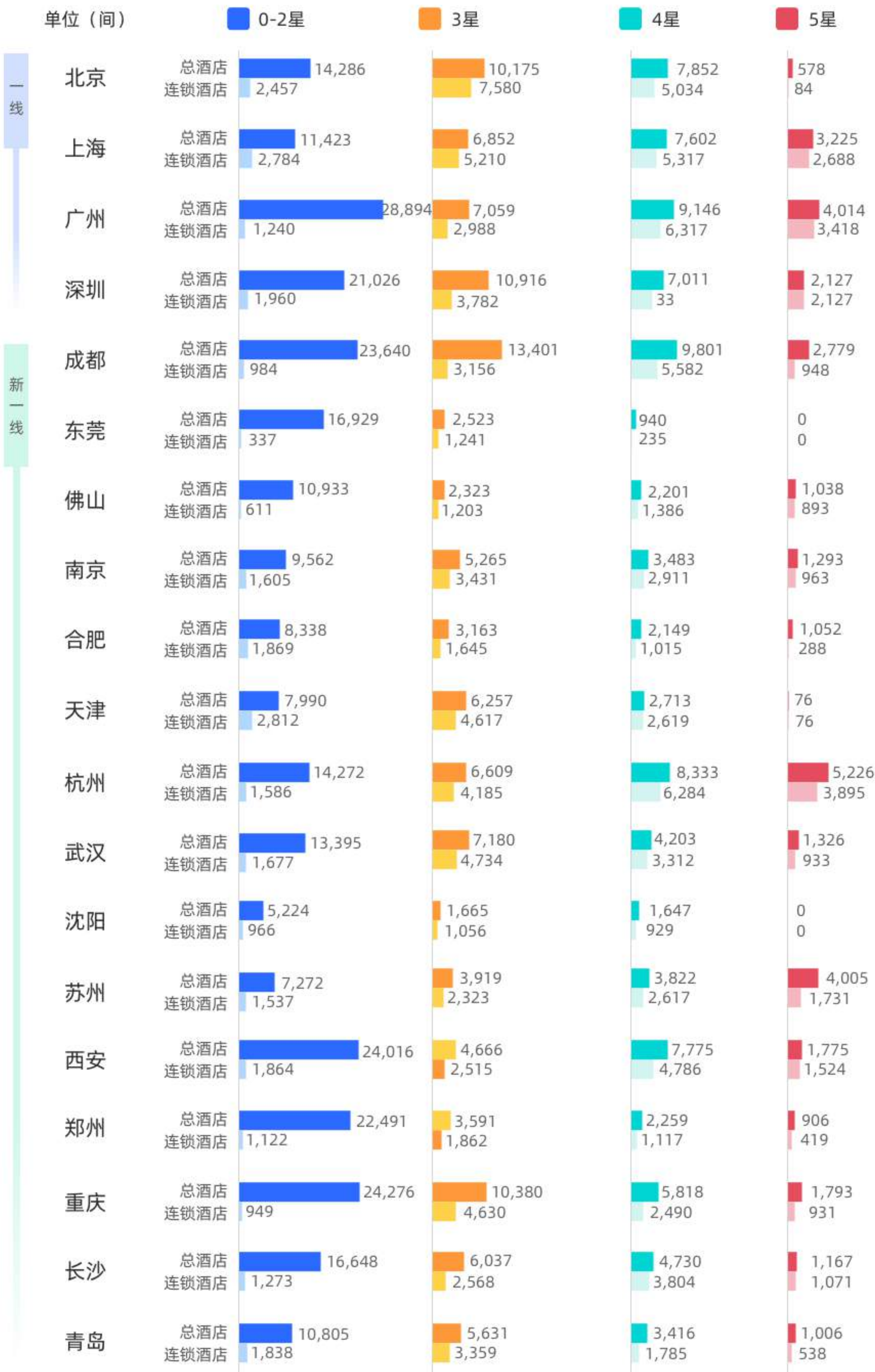
截止到2023年12月底一线、新一线城市不同档位酒店新开业酒店数（&连锁酒店）



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-4 全国一线及新一线城市 不同档位酒店新开业情况

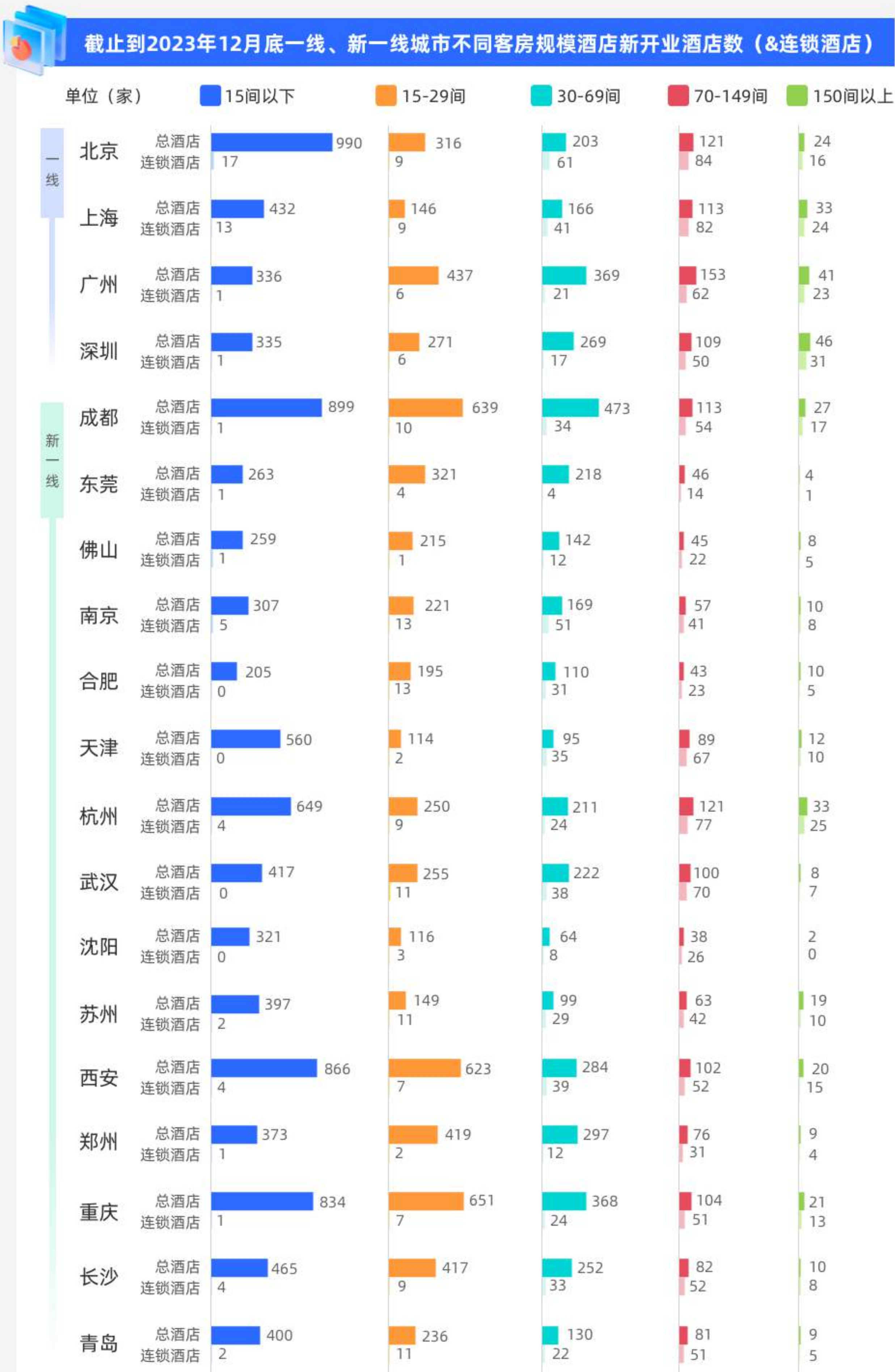
截止到2023年12月底一线、新一线城市不同档位酒店新开业酒店客房存量（&连锁酒店）



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-4 全国一线及新一线城市

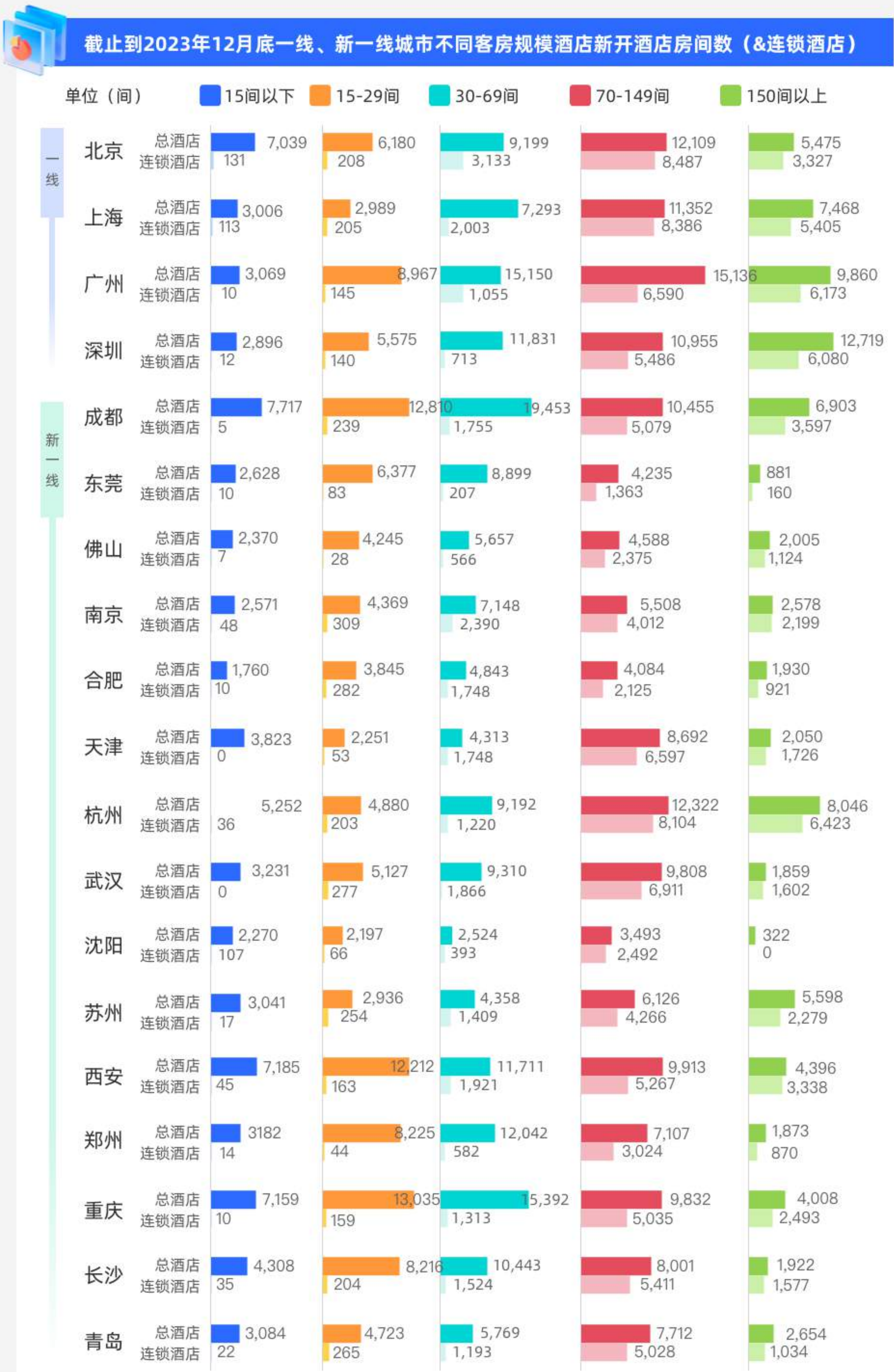
不同档位酒店新开业情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-4 全国一线及新一线城市

不同档位酒店新开业情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-5 中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）近2年（4个季度）不同区域新开业情况

锦江集团（中国区）2022年&2023年4个季度不同区域新开业情况分布图

第一季度 第二季度 第三季度 第四季度 酒店数量（家） 酒店房量（间）

华东地区

2022年：	77	6574	48	4505	76	6792	67	5760
2023年：	73	5826	80	6616	100	8510	65	5510

华南地区

2022年：	35	3626	33	3246	34	3060	28	2878
2023年：	26	2601	26	2557	32	3231	29	2837

华中地区

2022年：	44	3909	28	2626	22	2139	17	1695
2023年：	34	2816	22	1900	32	2834	26	2160

西南地区

2022年：	42	3467	28	2683	40	3469	27	2337
2023年：	23	1767	31	2944	42	3747	30	2606

西北地区

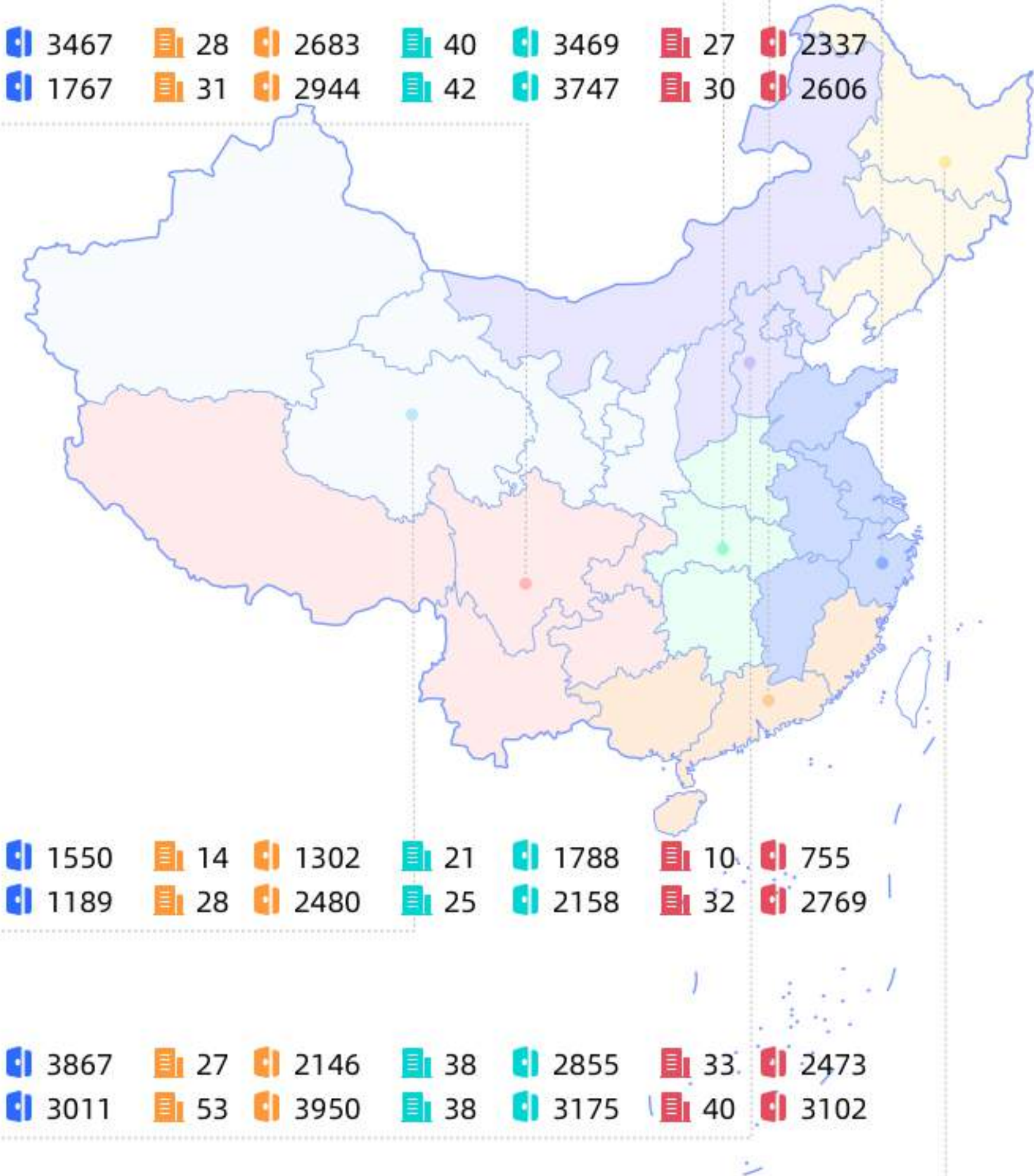
2022年：	21	1550	14	1302	21	1788	10	755
2023年：	16	1189	28	2480	25	2158	32	2769

华北地区

2022年：	53	3867	27	2146	38	2855	33	2473
2023年：	36	3011	53	3950	38	3175	40	3102

东北地区

2022年：	9	697	7	556	15	1195	6	675
2023年：	8	719	12	1053	15	1022	16	1121



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-5 中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）近2年（4个季度）不同区域新开业情况



华住集团（中国区）2022年&2023年4个季度不同区域新开业情况分布图

第一季度 第二季度 第三季度 第四季度 酒店数量（家） 酒店房量（间）

华东地区

2022年：酒店数量 134 酒店房量 11372 酒店数量 79 酒店房量 7156 酒店数量 166 酒店房量 15014 酒店数量 106 酒店房量 9551
2023年：酒店数量 95 酒店房量 8984 酒店数量 128 酒店房量 11425 酒店数量 191 酒店房量 17330 酒店数量 151 酒店房量 14550

华南地区

2022年：酒店数量 17 酒店房量 1595 酒店数量 11 酒店房量 1430 酒店数量 14 酒店房量 1852 酒店数量 14 酒店房量 1716
2023年：酒店数量 10 酒店房量 1244 酒店数量 12 酒店房量 1182 酒店数量 31 酒店房量 3259 酒店数量 38 酒店房量 4319

华中地区

2022年：酒店数量 26 酒店房量 2342 酒店数量 23 酒店房量 2174 酒店数量 32 酒店房量 2921 酒店数量 16 酒店房量 1550
2023年：酒店数量 29 酒店房量 2497 酒店数量 33 酒店房量 2973 酒店数量 51 酒店房量 4238 酒店数量 42 酒店房量 3552

西南地区

2022年：酒店数量 19 酒店房量 1710 酒店数量 19 酒店房量 1701 酒店数量 18 酒店房量 1484 酒店数量 10 酒店房量 961
2023年：酒店数量 26 酒店房量 2379 酒店数量 19 酒店房量 1504 酒店数量 51 酒店房量 4817 酒店数量 27 酒店房量 2474



西北地区

2022年：酒店数量 18 酒店房量 1537 酒店数量 21 酒店房量 1957 酒店数量 25 酒店房量 2065 酒店数量 4 酒店房量 390
2023年：酒店数量 16 酒店房量 1600 酒店数量 29 酒店房量 2792 酒店数量 33 酒店房量 2830 酒店数量 40 酒店房量 3405

华北地区

2022年：酒店数量 49 酒店房量 3733 酒店数量 39 酒店房量 3131 酒店数量 77 酒店房量 6748 酒店数量 29 酒店房量 2285
2023年：酒店数量 35 酒店房量 2985 酒店数量 45 酒店房量 3745 酒店数量 80 酒店房量 6356 酒店数量 39 酒店房量 3415

东北地区

2022年：酒店数量 12 酒店房量 1105 酒店数量 8 酒店房量 801 酒店数量 19 酒店房量 1710 酒店数量 10 酒店房量 886
2023年：酒店数量 16 酒店房量 1327 酒店数量 16 酒店房量 1189 酒店数量 20 酒店房量 1543 酒店数量 18 酒店房量 1611

数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-5 中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）近2年（4个季度）不同区域新开业情况

首旅如家集团（中国区）2022年&2023年4个季度不同区域新开业情况分布图

第一季度 第二季度 第三季度 第四季度 酒店数量（家） 酒店房量（间）

华东地区

2022年: 41 2912 26 1685 48 3278 45 2349
2023年: 32 1970 38 2421 55 3633 53 3268

华南地区

2022年: 2 217 2 314 1 109 2 61
2023年: 5 368 5 497 9 663 7 556

华中地区

2022年: 6 332 5 424 3 169 3 230
2023年: 2 132 1 32 5 318 2 160

西南地区

2022年: 10 551 9 525 7 421 8 429
2023年: 6 461 5 329 9 614 6 485

西北地区

2022年: 10 735 6 359 4 337 3 289
2023年: 2 150 11 810 12 996 9 650

华北地区

2022年: 10 833 12 812 34 2407 10 612
2023年: 9 601 16 959 28 1892 17 1224

东北地区

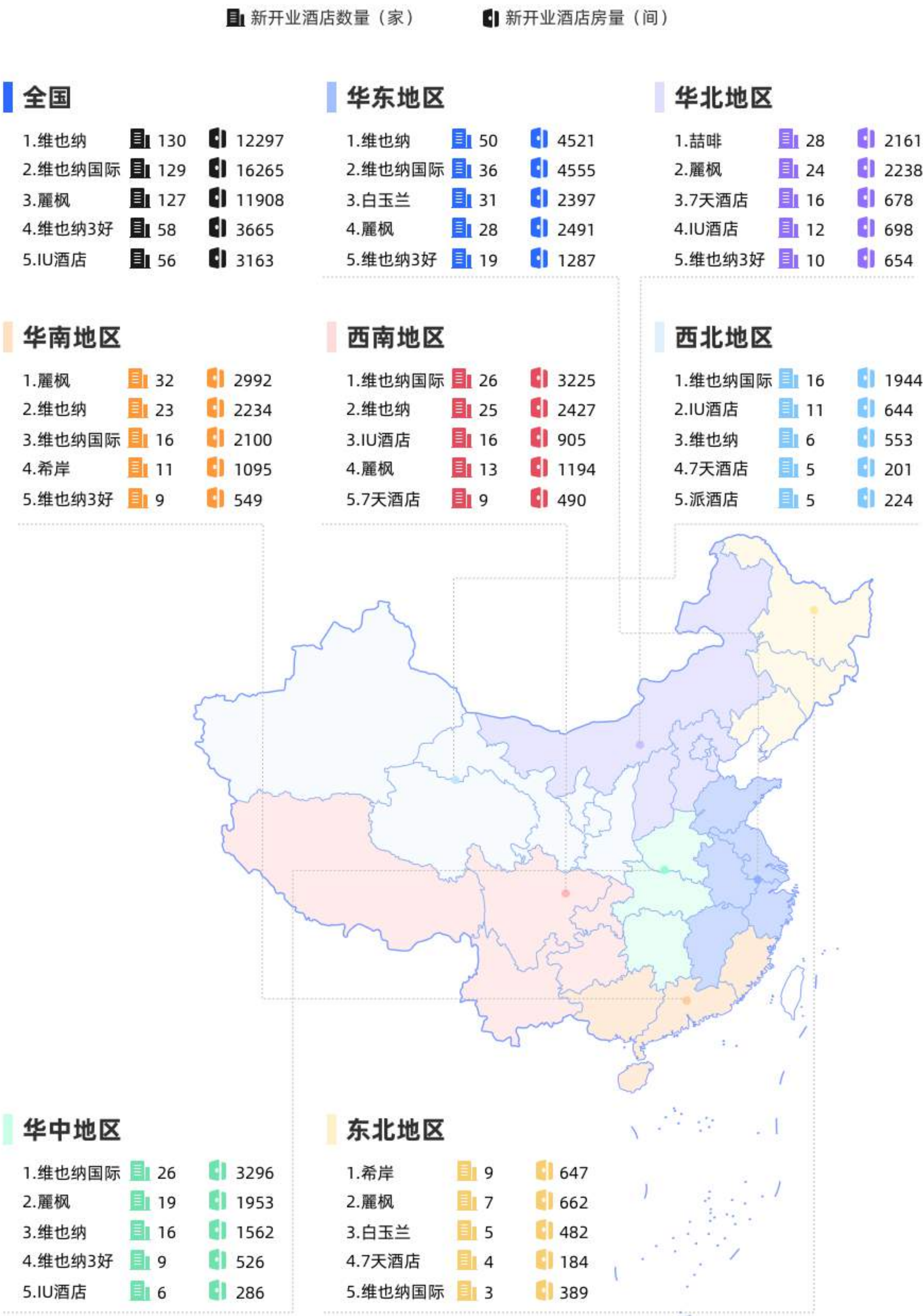
2022年: 8 572 5 284 8 352 9 523
2023年: 8 572 8 547 12 782 6 404

数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-6

中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）
不同区域强势品牌一览（2022年&2023年）

锦江集团（中国区）全国不同区域“强势”品牌对比（截至到2022年底前）

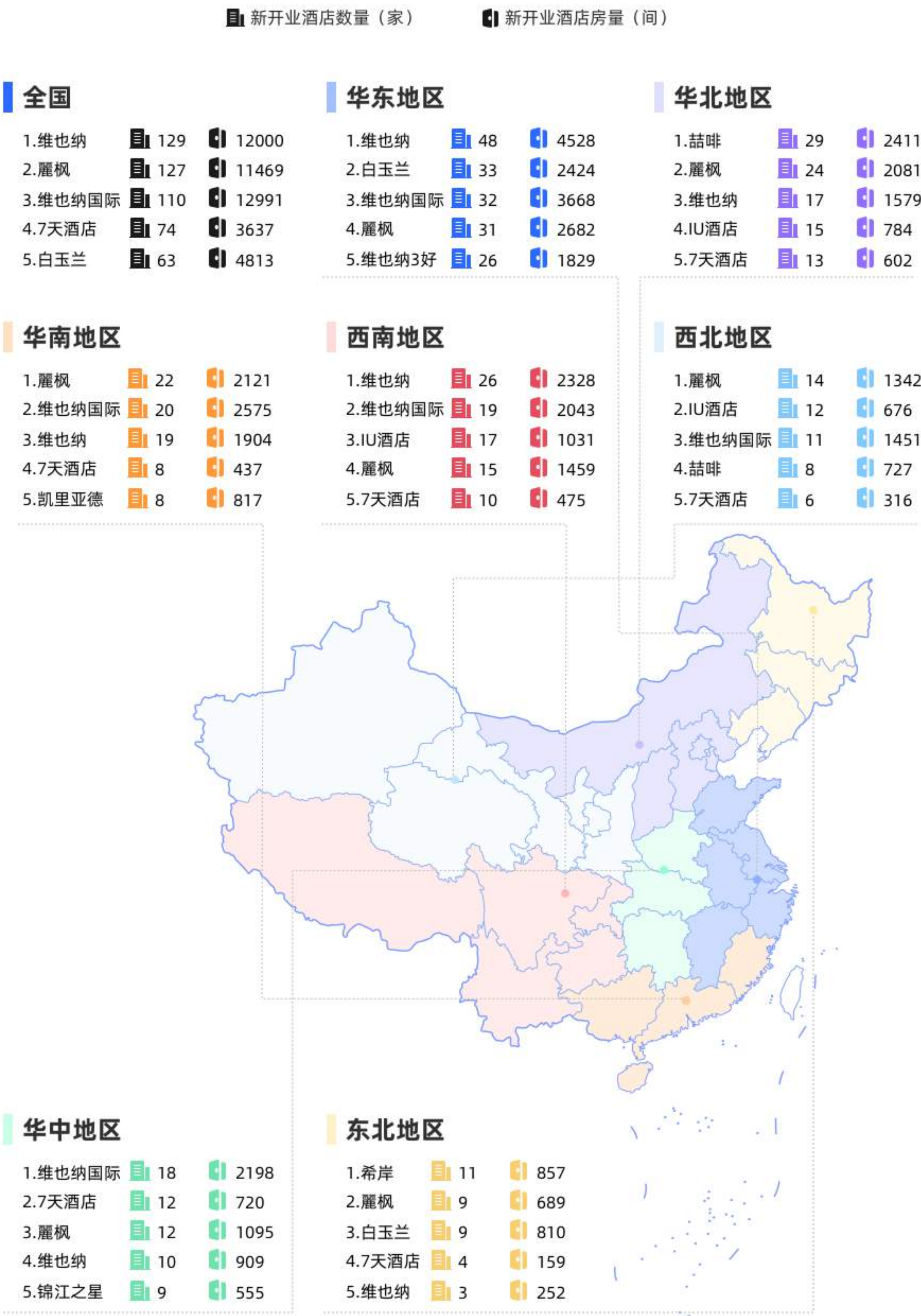


数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-6

中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）
不同区域强势品牌一览（2022年&2023年）

锦江集团（中国区）全国不同区域“强势”品牌对比（截至到2023年底前）

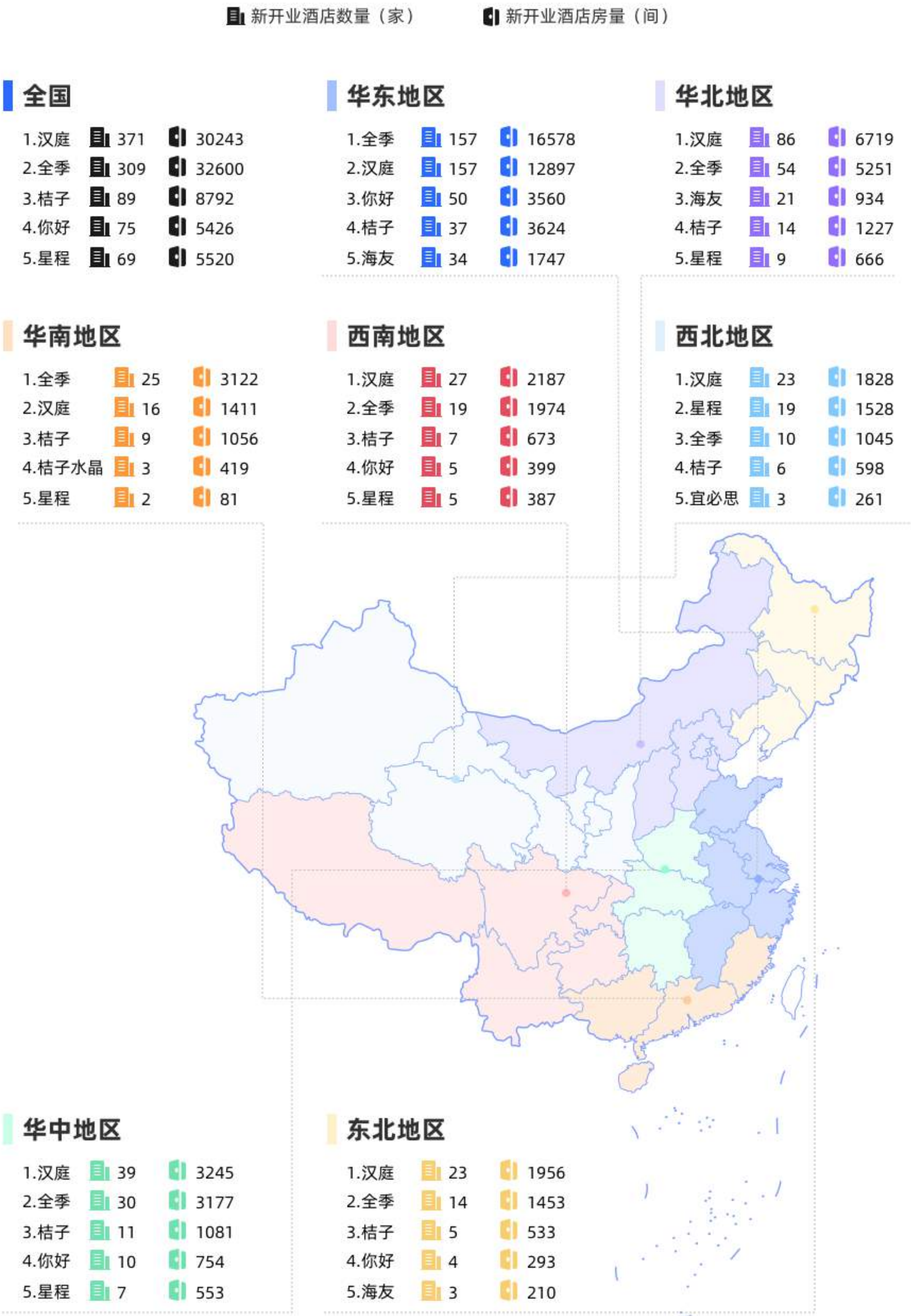


数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-6

中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）
不同区域强势品牌一览（2022年&2023年）

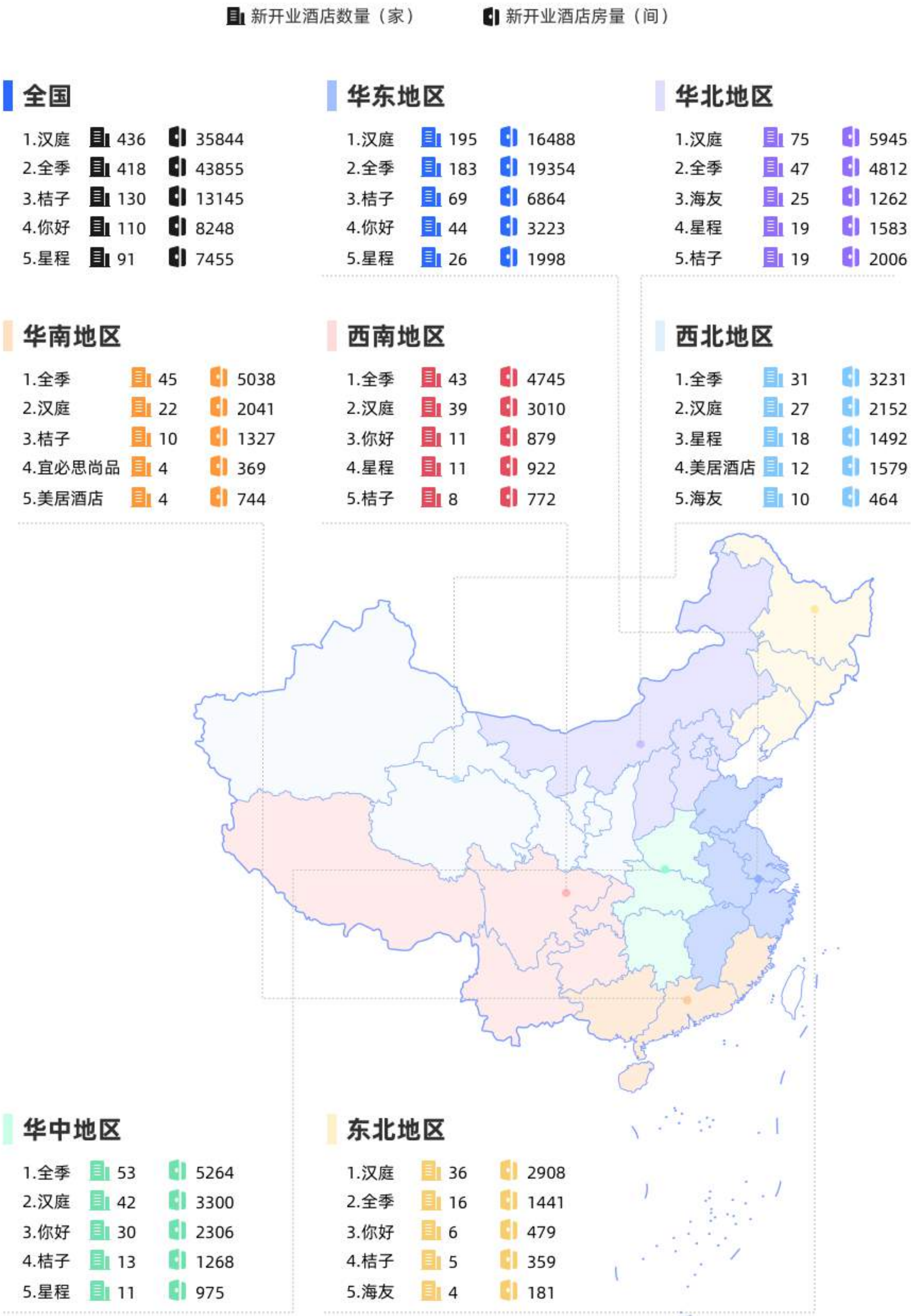
华住集团（中国区）全国不同区域“强势”品牌对比（截至到2022年底前）



2-6

中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）
不同区域强势品牌一览（2022年&2023年）

华住集团（中国区）全国不同区域“强势”品牌对比（截至到2023年底前）

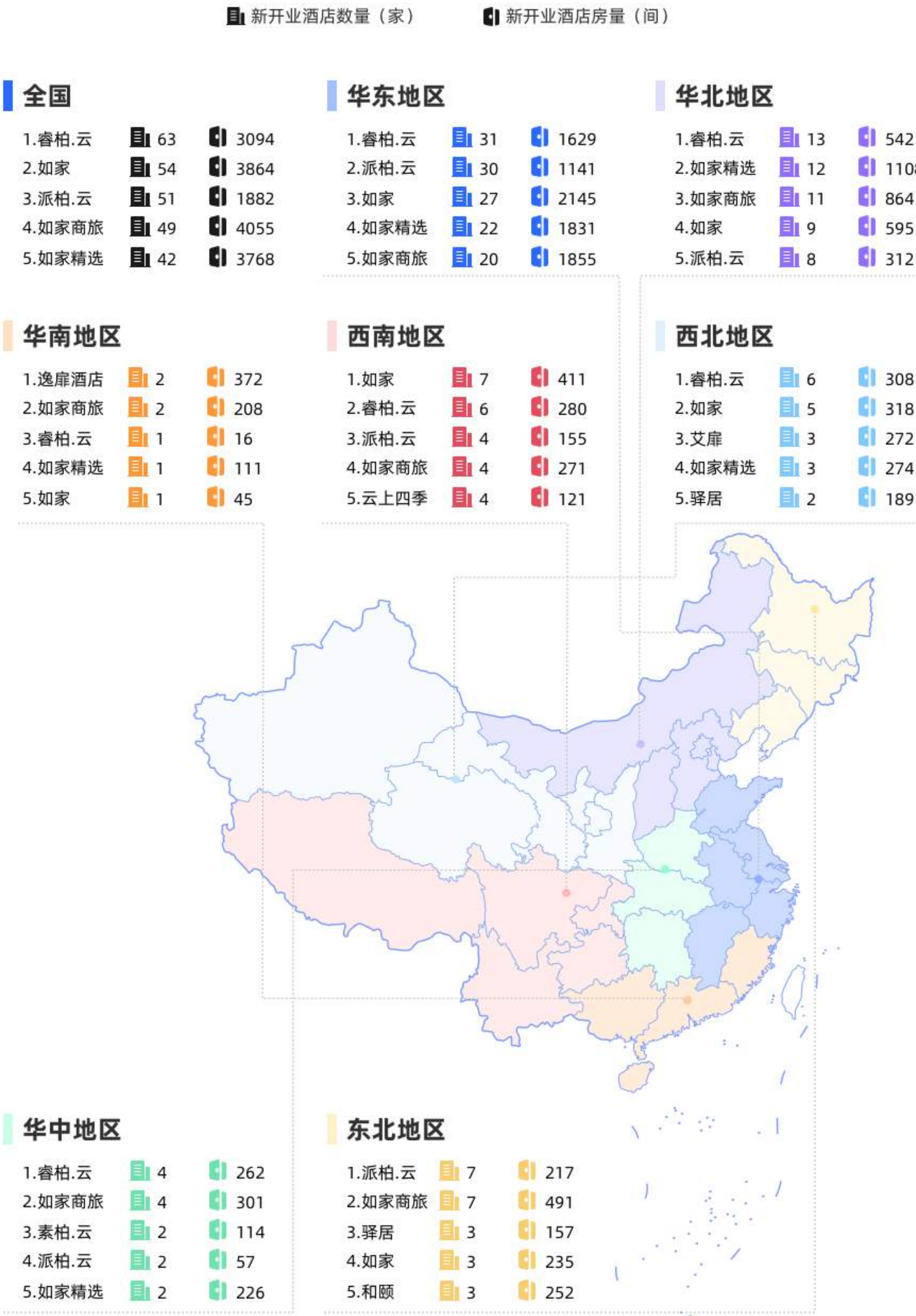


2-6

中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）

不同区域强势品牌一览（2022年&2023年）

首旅如家集团（中国区）全国不同区域“强势”品牌对比（截至到2022年底前）

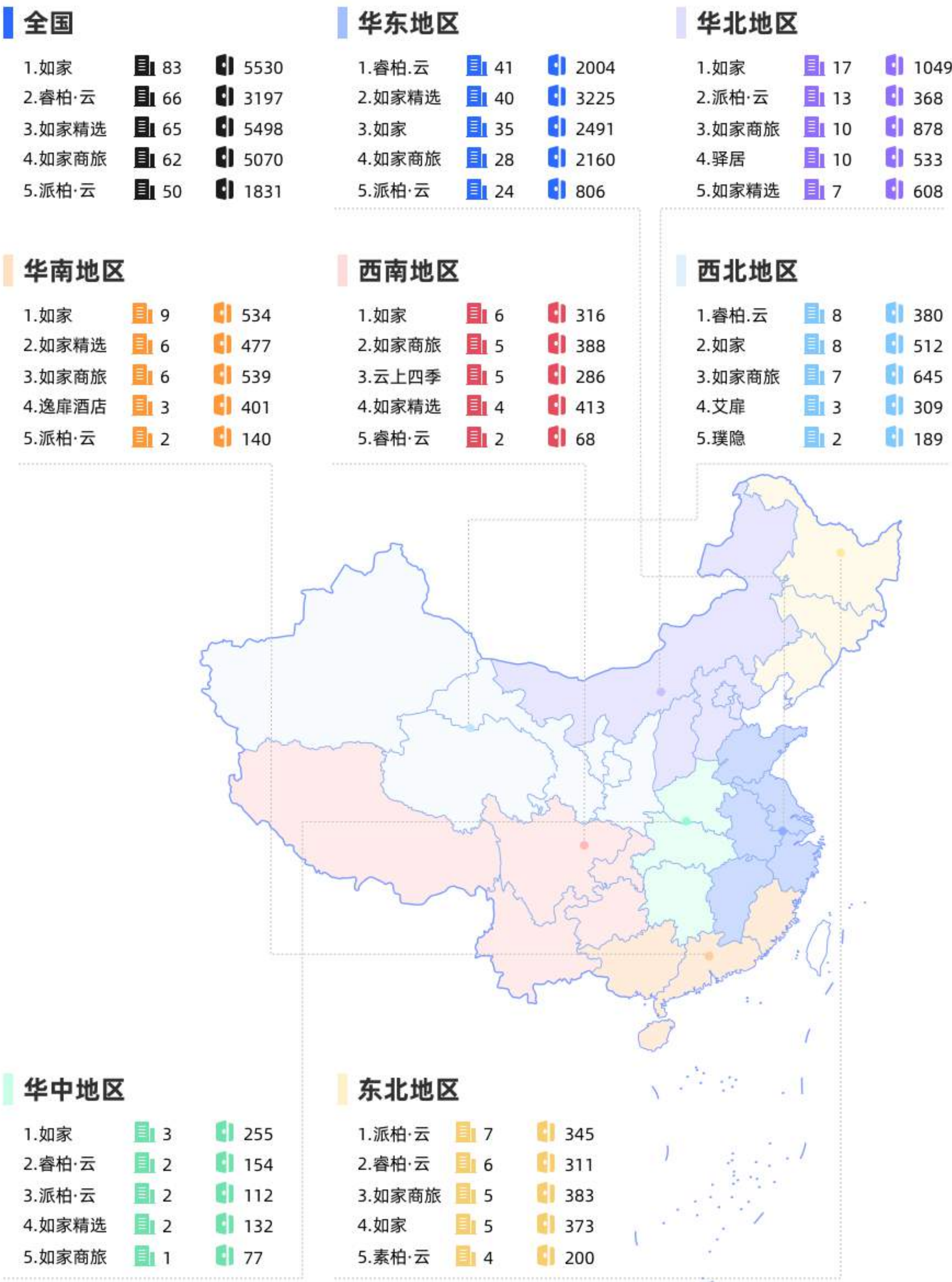


数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-6 中国“代表性”酒店集团（锦江、华住、首旅如家）不同区域强势品牌一览（2022年&2023年）

首旅如家集团（中国区）全国不同区域“强势”品牌对比（截至到2023年底前）

新开业酒店数量（家） 新开业酒店房量（间）



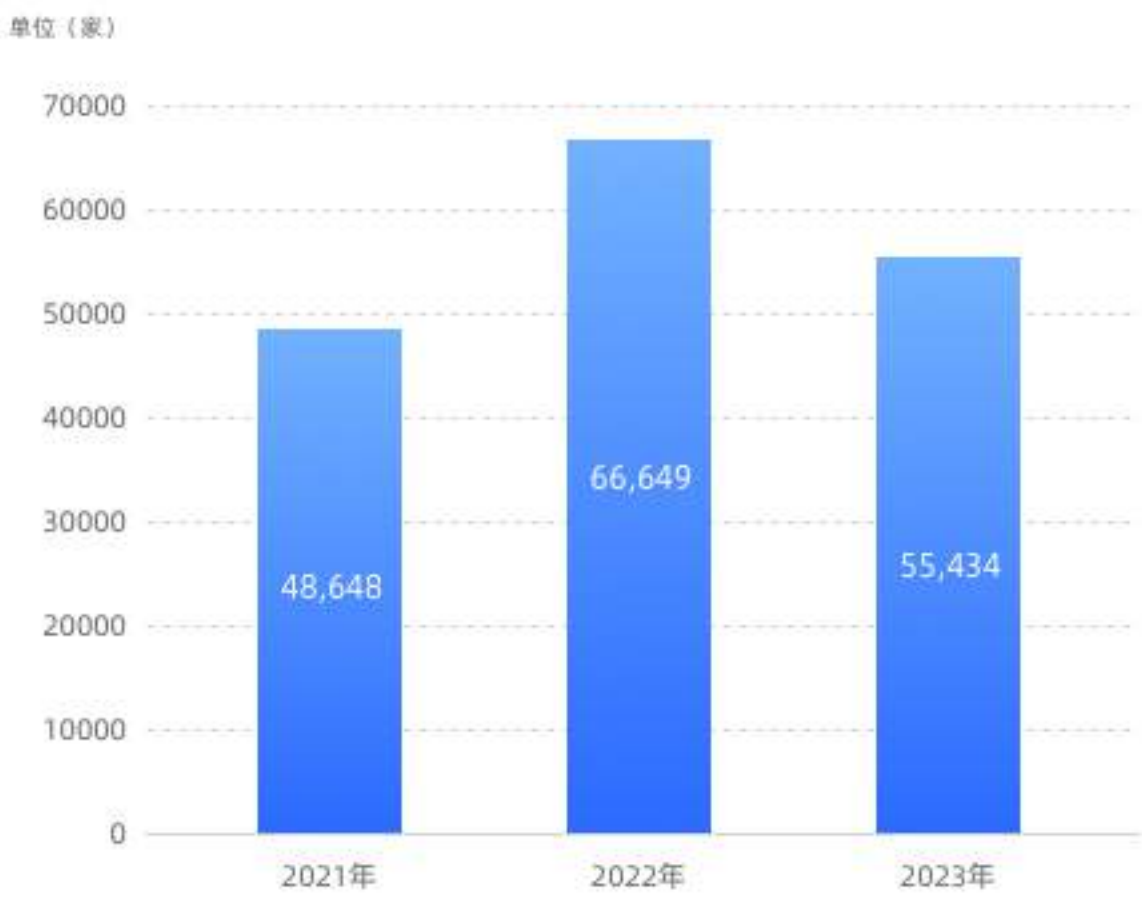
数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

2-7 2023年“特色类”酒店新开业情况 (影音、棋牌、亲子、度假类型)

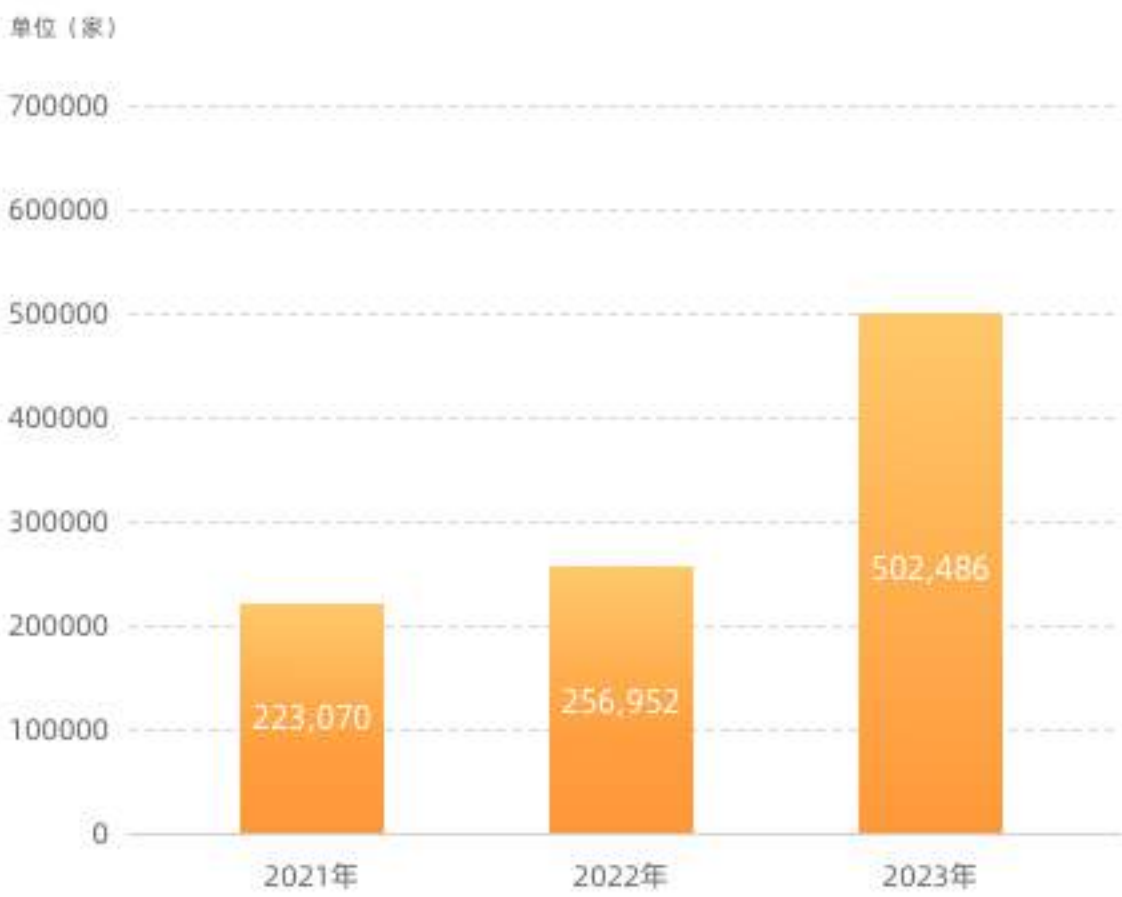


近三年（2021-2023）酒店行业“特色类”酒店数量变化一览

影音类标签酒店



棋牌类标签酒店



亲子类标签酒店



度假类标签酒店



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。



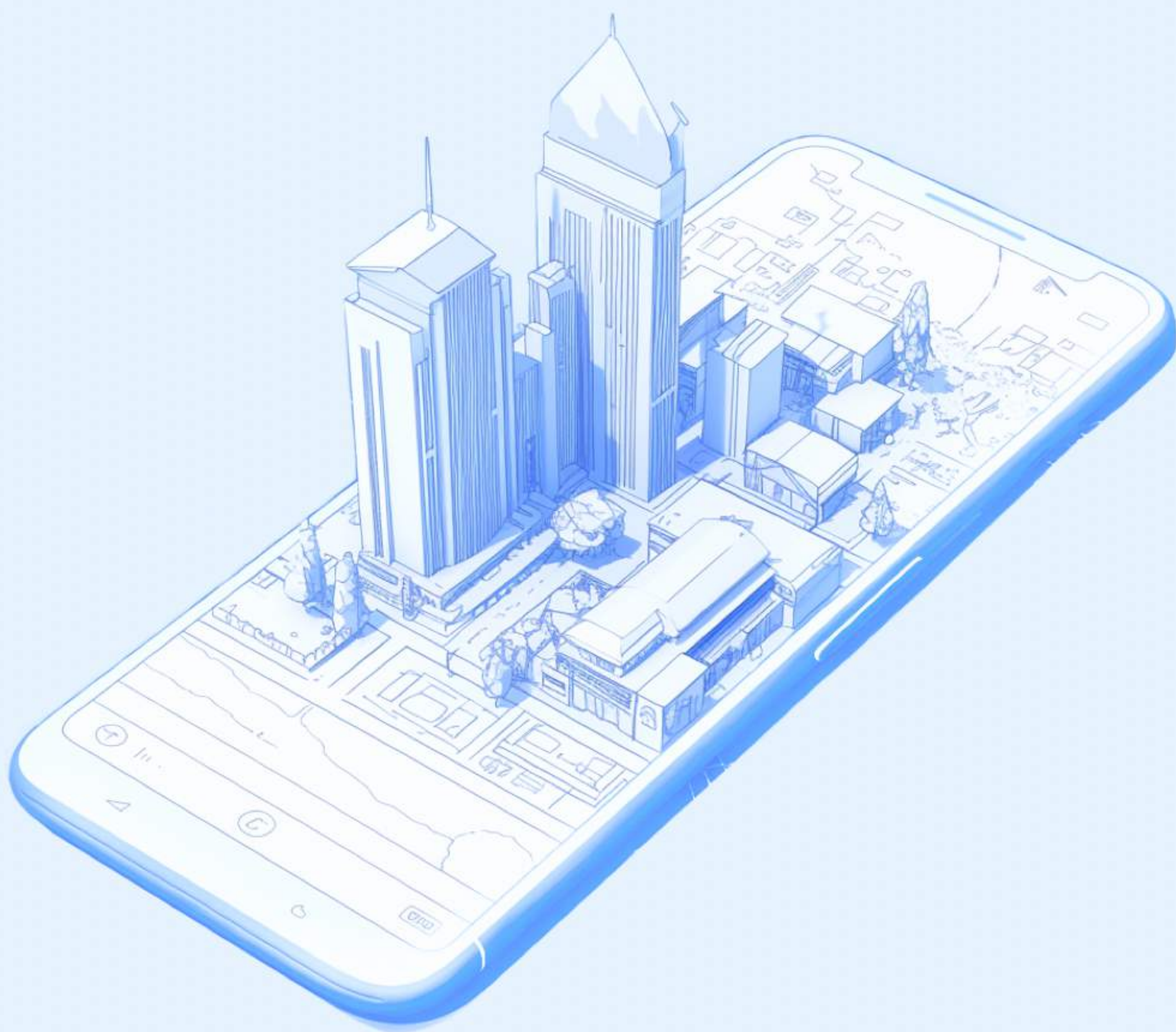
今年本报告新增对一些“独特”类别酒店的关注，比如影音类、棋牌类、亲子类、度假类等，其中电竞类、宠物类、智慧酒店等因为数据连续性问题，在本处未罗列上来。

仅从本图数据来看，除了度假类酒店，剩余几个酒店类型大多呈现出增长的趋势（影音类酒店在2023年有些许下滑趋势，但仍比2021年同期要高，主要原因是“疫情”后电影院可以自由出入，因此对影音酒店刚需有所削弱，不少之前打上影音类标签的酒店开始转向其它卖点的宣传），值得关注的是棋牌类酒店，在2023年几乎出现了倍增情况；反观度假类酒店，早些年曾兴起一阵度假酒店风，但近年来有所减弱，从各大集团最新的品牌调性设计方面也能窥见一二，不少集团近期都在将早前宣称“纯度假类”酒店品牌里注入一些商旅元素，这间接折射出行业商旅需求旺盛，酒管集团对于这一客群的重视程度也在逐年攀升。

第三部分

向阳而生

连锁酒店市场竞速“新征程”



第三部分总结

向阳而生，连锁酒店市场竞速“新征程”

总的来看，2023年各大酒管集团市场开拓路径体现一个“稳”字，整体新开业情况在后几个季度明显放缓，一方面大家都在提“专精特新”式酒店产品，因此很多早前那些缺乏设计理念、缺乏人本精神的品牌在市场的大浪淘沙中渐渐丧失加盟吸引力，这也导致连锁酒店市场头部的几家集团其市场占比逐年升高，从以前的“快鱼吃慢鱼”逐渐演变为“大鱼吃小鱼”态势。

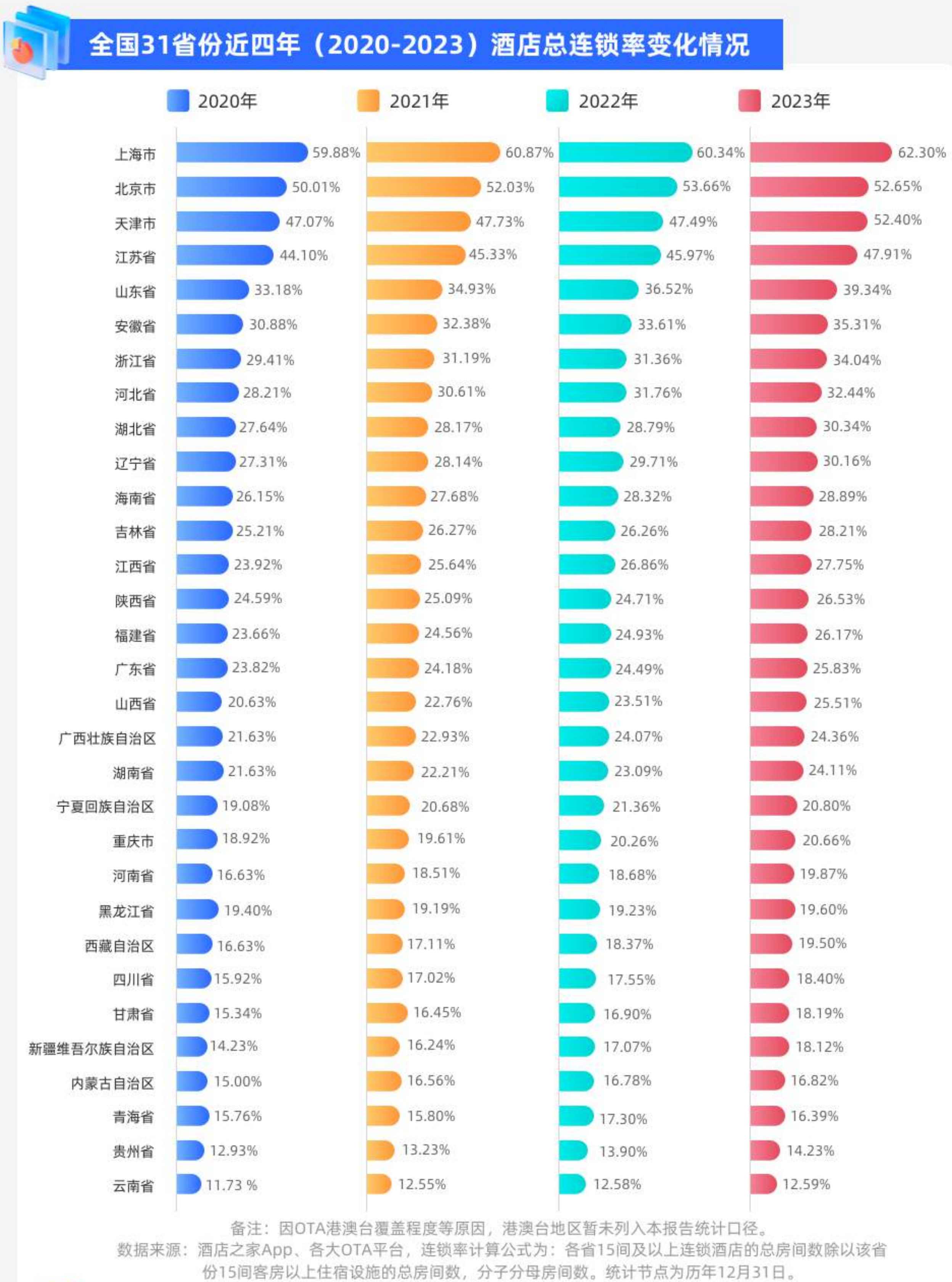
具体到各省份来看，上海的连锁率全国独一档，接近63%水平，其次是北京天津等，而江苏省是所有省份里连锁程度排在首位的；分区域来看，全国依旧是华东地区连锁程度最高，接近40%，预计将来也是最先“比肩”欧美连锁程度的区域，连锁程度最低区域仍旧是西南地区，目前平均连锁率尚且不到20%，当然不少酒管集团已经开始注意这一洼地，比如君亭酒店集团，在2023年成立西南总部，意在未来深耕西南酒店市场。

总结来看，2023年全国连锁酒店市场除了居高不下的高房价，酒管集团业绩持续回升，旗下的连锁品牌各业主陆续“回血”等热点话题，整体来看，2023年连锁酒店行业发展逐渐到达一个瓶颈，或者说一个新节点，未来是继续“向阳而生”，还是滑落泥潭，对诸多酒管集团而言，2024年都或将是一次“新征程”。



3-1 全国31省（市）

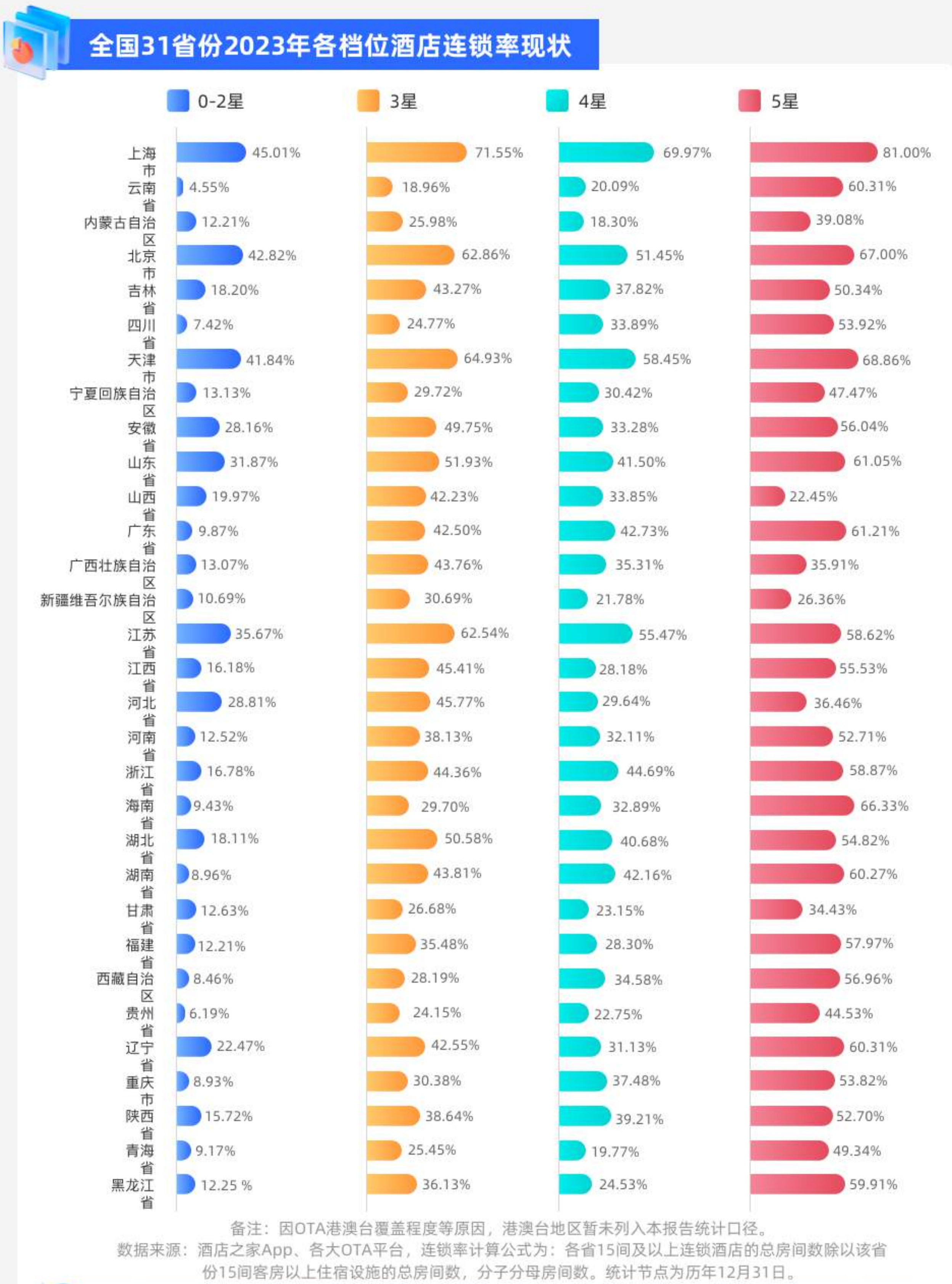
近年来连锁率变迁



整体来看，全国连锁率最高的省份（市）是上海，截止到2023年12月底，该市连锁率超过了62%，是排在最后一名云南省的5倍；具体到省份，江苏省是目前全国各省连锁率排第一省份，区域方面，华东地区连锁率继续领先全国其它地区，连锁率排名靠前省（市）中，有一半是华东地区省（市）。值得一提的是广东，虽然存量、新开业各方面都“较为优秀”，但整体连锁率较低，目前尚不足26%，仍有较大提升空间。

3-2 全国31省份

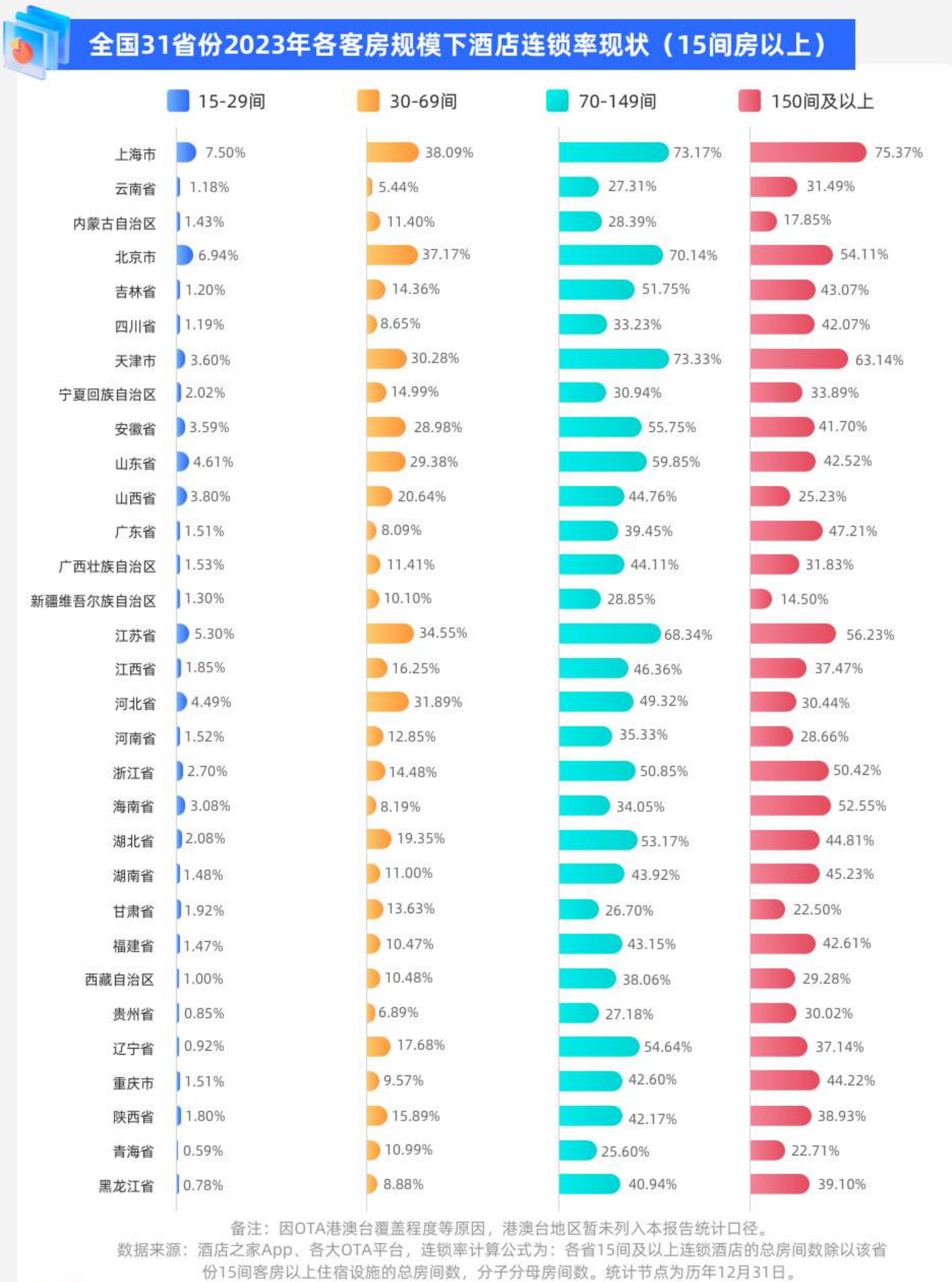
各档位酒店连锁率分布情况



具体到31省份不同档位酒店的连锁率分布情况，每个省份，因自身经济、区位、旅游资源等不同，各档位酒店之间连锁程度相差“悬殊”，比如整体连锁率较低的云南，其豪华酒店连锁率也能有60%左右，和广东不相上下（广东该档位酒店连锁率61%）。具体来看，经济类酒店连锁率最高的省份除上海外，紧随其后是北京、天津、江苏、山东等省；中档、高档类酒店的排名大抵也是这几个省份较为靠前，值得一提的是浙江省，虽然连锁酒店市场发展较为不错，但各档位酒店连锁率方面“并不出众”，特别经济类酒店的连锁程度仍有较大发展空间，当前浙江省经济类酒店连锁率不到17%。

3-3 全国31省份

各房量酒店连锁率分布情况

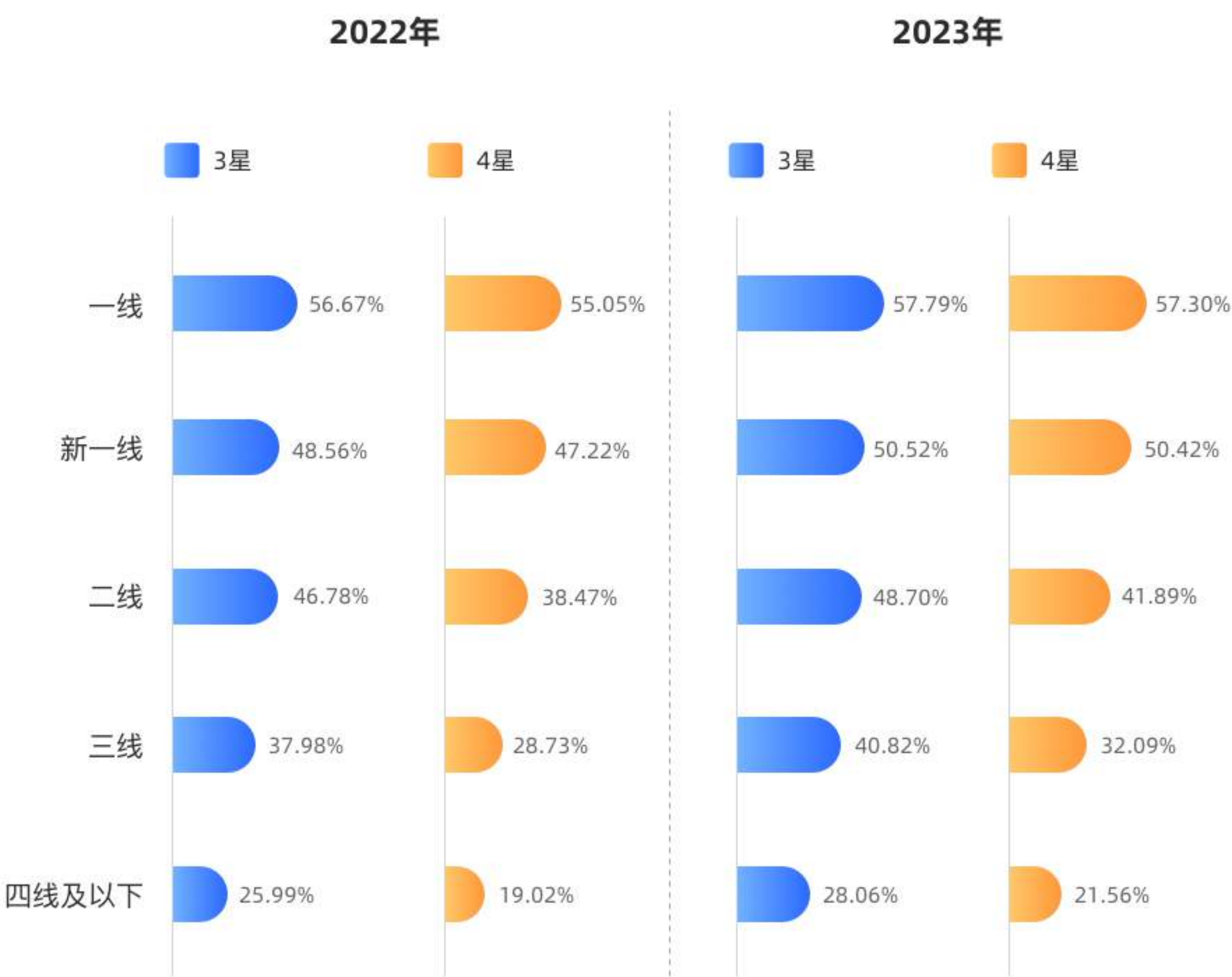


本处因为15间及以下房量规模的酒店连锁率探讨无较大意义，因此进行了剔除，剩余几个房量酒店可以明显看出，各省份70-149间房规模的酒店连锁程度和150间及以上房量酒店的连锁率成较强正相关关系。具体到各省份不同房量连锁率的对比，30-69间房维度下，除了那几个连锁率排名较高的省份（上海北京天津江苏等），河北省在这一房量规模下连锁率表现较为不错；另外值得关注的是，同为直辖市，前几个城市如上海市连锁率是全国第一的区域，北京天津紧随其后，而重庆的连锁率则“惨不忍睹”，全市目前连锁程度极低，即便是70-149间房量规模下的酒店，连锁率也刚刚越过40%。

3-4 不同线级城市

部分档位&房间规模下的酒店连锁率变化情况

与去年（2022年）同期对比各线级城市酒店市场中、高档酒店连锁率变化情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，连锁率计算公式为：各省15间及以上连锁酒店的总房间数除以该省份15间客房以上住宿设施的总房间数，分子分母房间数。统计节点为历年12月31日。



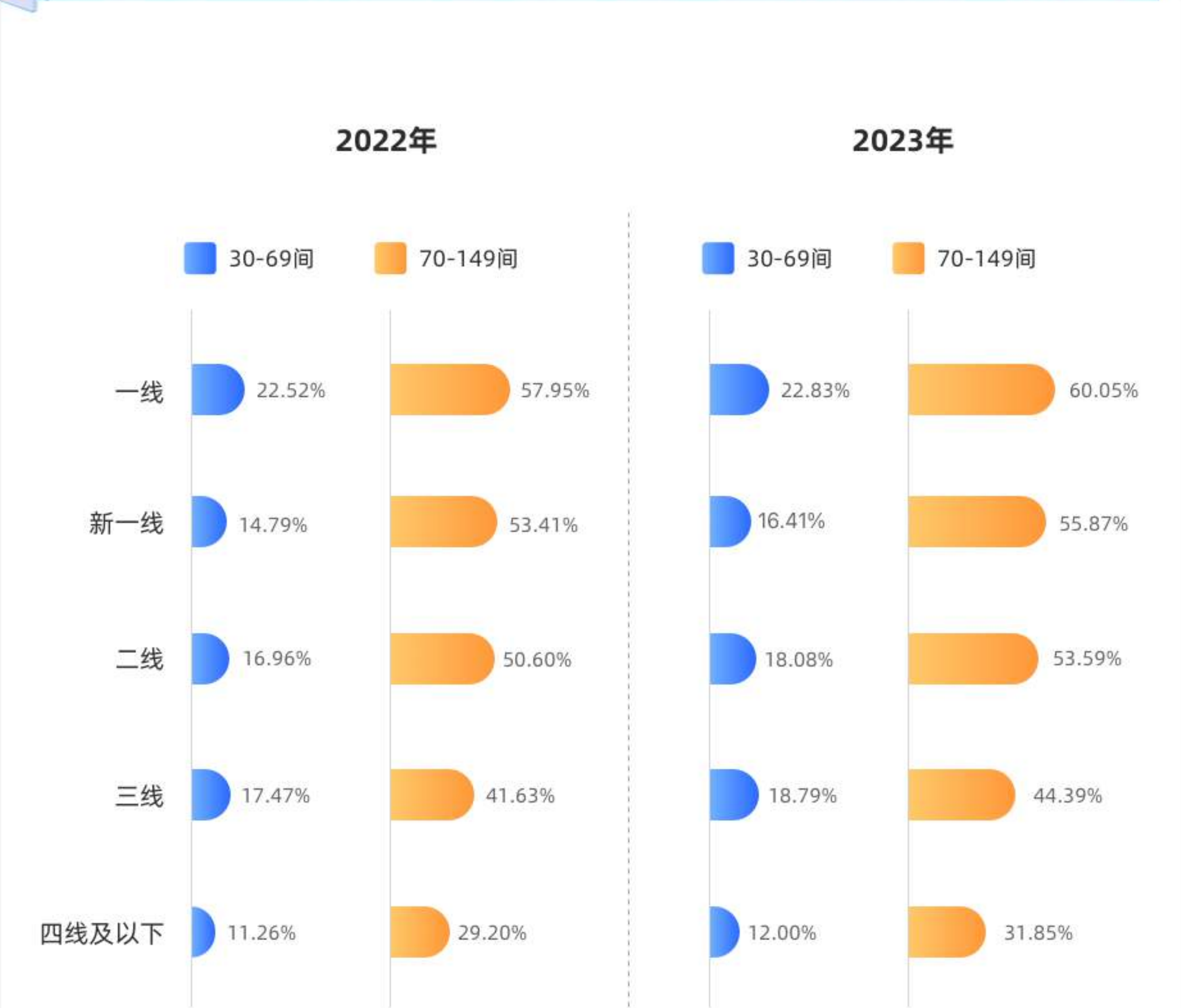
本处选取了两档平时行业关注程度较高的酒店，即中档和高档类酒店，并在城市线级方面进行了划分，选取了2023年与2022年进行对比，通过数据发现，截止到目前，中档和高档酒店连锁程度较高区域依旧是一线、新一线城市，近2年，中档酒店连锁率增长最快的是三线城市，高档酒店连锁率增长最快的则是二线城市。



3-4 不同线级城市

部分档位&房间规模下的酒店连锁率变化情况

与去年（2022年）同期对比各线级城市酒店市场主流房型酒店连锁率变化情况



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，连锁率计算公式为：各省15间及以上连锁酒店的总房间数除以该省份15间客房以上住宿设施的总房间数，分子分母房间数。统计节点为历年12月31日。



同上图中档位选取原则一样，本处对两年不同房间规模酒店的选取，也是遵循行业关注程度较高的几个房量酒店，即30-69间、70-149间两房型酒店。整体来看，70-149间房酒店连锁程度目前最高，其提升速度也最快；两年时间里，30-69间房型中，新一线城市连锁率提升最快，而70-149间房量规模的对比下，二线城市连锁率提升幅度最大。

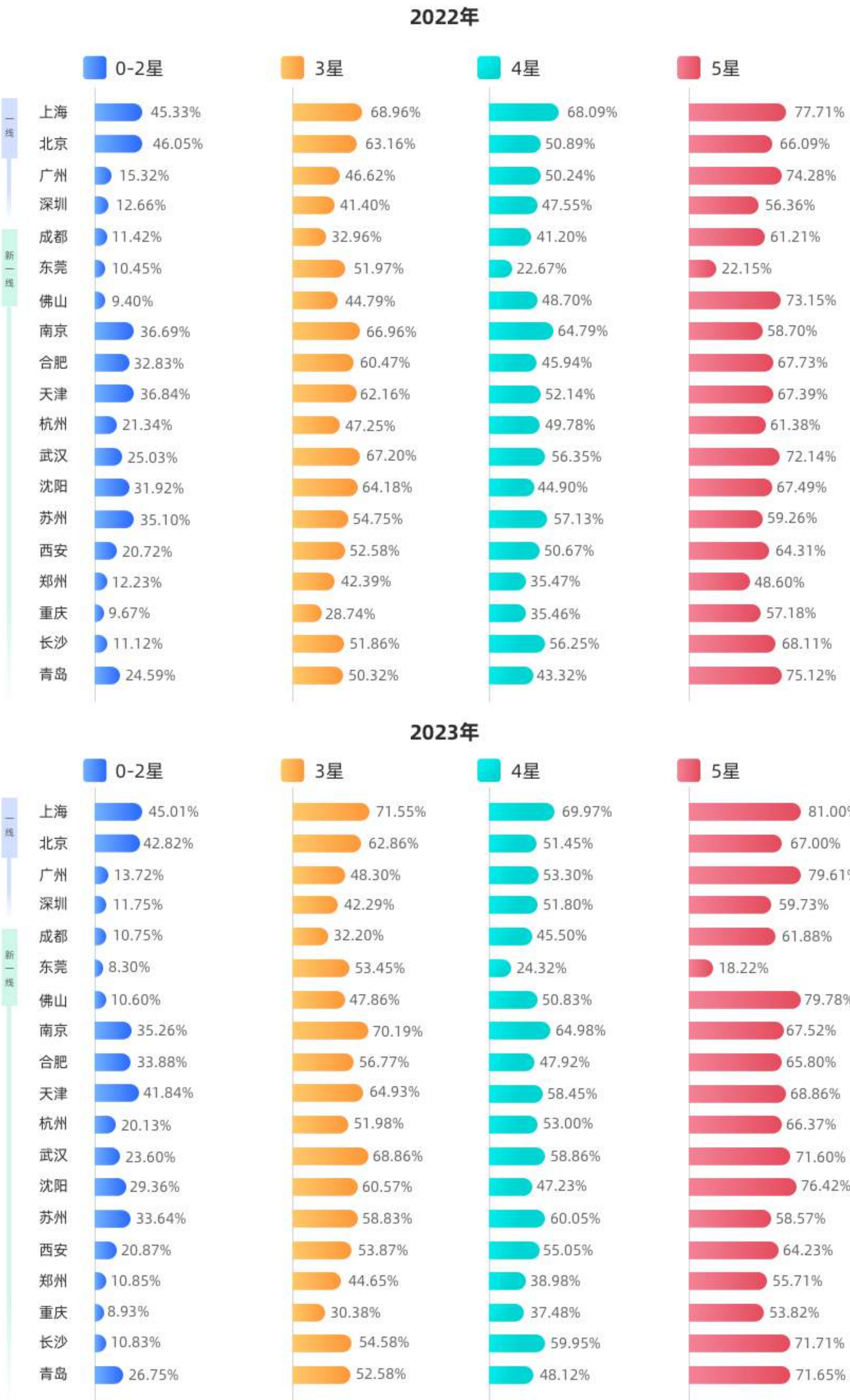


3-5 一线&新一线城市

各档位（&各房量）酒店连锁率变化



与去年（2022年）同期对比国内代表性城市各档位酒店连锁率变化情况

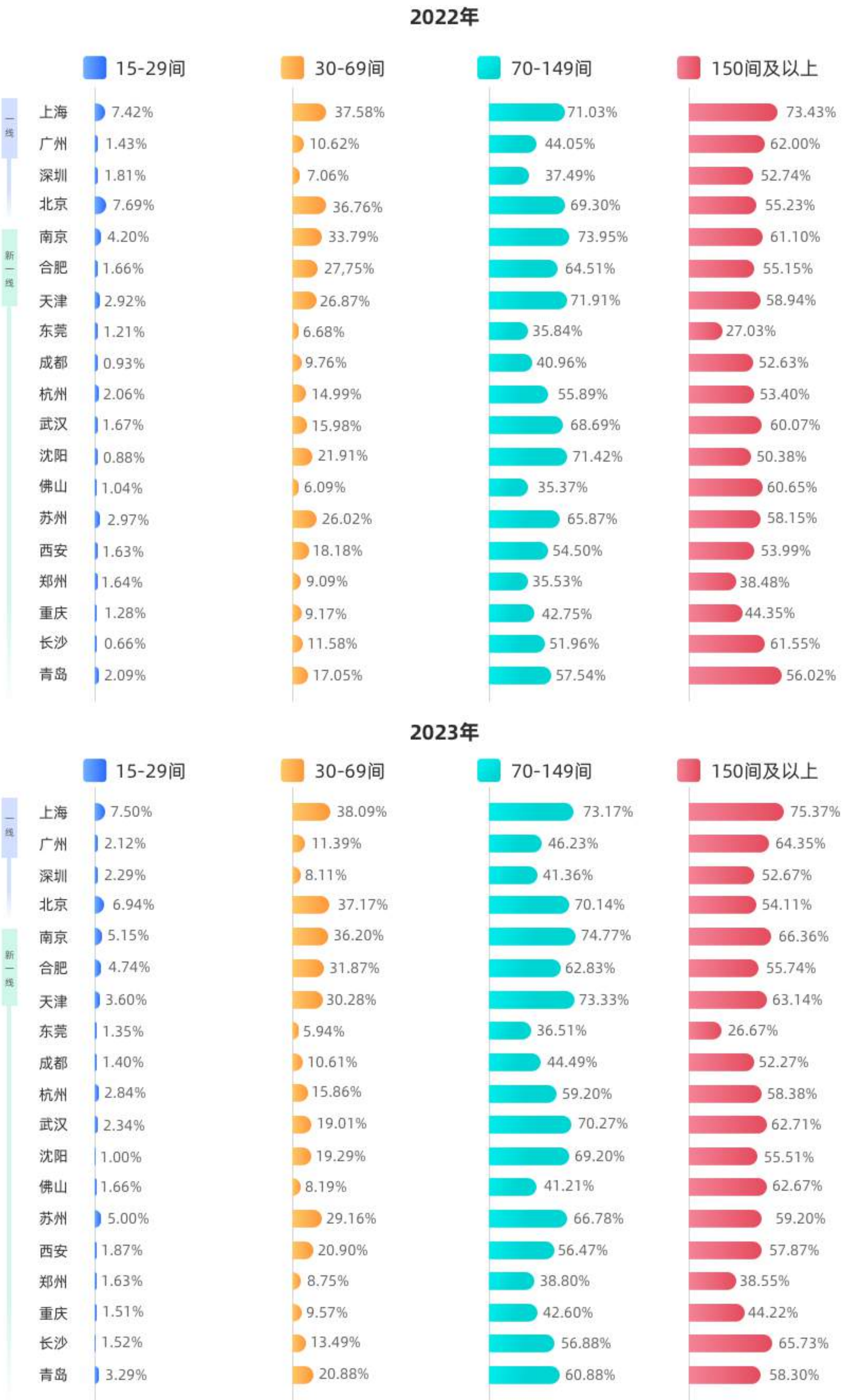


备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，连锁率计算公式为：各省15间及以上连锁酒店的总房间数除以该省份15间客房以上住宿设施的总房间数，分子分母房间数。统计节点为历年12月31日。

3-5 一线&新一线城市

各档位（&各房量）酒店连锁率变化

与去年（2022年）同期对比国内代表性城市各客房规模（15间及以上）酒店连锁率变化情况



备注：因OTA港澳台覆盖程度等原因，港澳台地区暂未列入本报告统计口径。
数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，连锁率计算公式为：各省15间及以上连锁酒店的总房间数除以该省份15间客房以上住宿设施的总房间数，分子分母房间数。统计节点为历年12月31日。

3-6 全国不同档位酒店客房服务点评（好评&差评）

全国各档位酒店近两年住宿点评“好评”词汇变化情况（一）



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

通过图中对比发现，经济类酒店也好，中档酒店也好，服务周到这个词是住宿好评关键词累计频次最高的，这也很好理解，对于任何一个酒店投资人而言，住客对本店评价无外乎就是服务好、服务细致、服务人性化等等，然后再是其它，另外一些值得投资人关注的引发好评行为的举措还有：酒店性价比较高、前台热情、打车方便等，这些都是投资人日常门店经营过程中，可以重点去维护和改善的。

3-6 全国不同档位酒店 客房服务点评（好评&差评）



全国各档位酒店近两年住宿点评“好评”词汇变化情况（二）



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。



在高档和豪华两类酒店好评关键词对比中，服务周到仍然是毫无疑问，好评门类下出现最高的词汇，可见对于一个酒店来说，所谓将服务做到极致，卖酒店就是在卖服务，此言不虚。具体来看豪华酒店，住客们相对更关心酒店环境，以及酒店设备设施情况，这一点同样值得豪华类酒店投资人重视和注意。

3-6 全国不同档位酒店客房服务点评（好评&差评）

全国各档位酒店近两年住宿点评“差评”词汇变化情况（一）



数据来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。

与好评清一色几个相似的高频词不同，差评“抱怨”方式似乎更直接，点评词汇更加一针见血，如在经济类酒店中，引起差评的常见场景有：酒店的隔音差、酒店的态度差、酒店的卫生差、酒店的设施陈旧等等；当然这一诉诸，在中档酒店里也颇为常见，这值得酒店投资人警醒，在日常经营中应该有效规避、及时整改。

3-6 全国不同档位酒店

各客房服务点评（好评&差评）

全国各档位酒店近两年住宿点评“差评”词汇变化情况（二）



来源：酒店之家App、各大OTA平台，统计周期为历年12月31日。



高档与豪华的差评累计较为靠前关键词较为接近，都是酒店“态度差”、“设施陈旧”、“隔音差”、“早餐一般”，当然豪华类酒店对于早餐重视程度相对更高，引起差评概率也更大。总结以上近几年好评与差评关键词可发现，客人对好的服务是有感知的，特别是人性化、打注重细节的、提供便利的服务，反过来，住客对于酒店服务过程中不友好的态度、较差的硬件也有基本的底线值，这些关键词的归纳，为投资人在日常门店经营过程，特别是住客差评反馈前瞻方面，提供了一个趋利避害参照标准。

3-7 全国代表性酒店集团

“拳头”品牌综合评分排名



锦江集团（中国区）“代表性”品牌OTA平台中综合点评分一览



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台。



本部分选取了国内较为知名的三个酒管集团，分别是锦江（中国区）、华住、首旅如家，并分别根据集团品牌矩阵的分布，挑选出集团部分“拳头”类品牌。

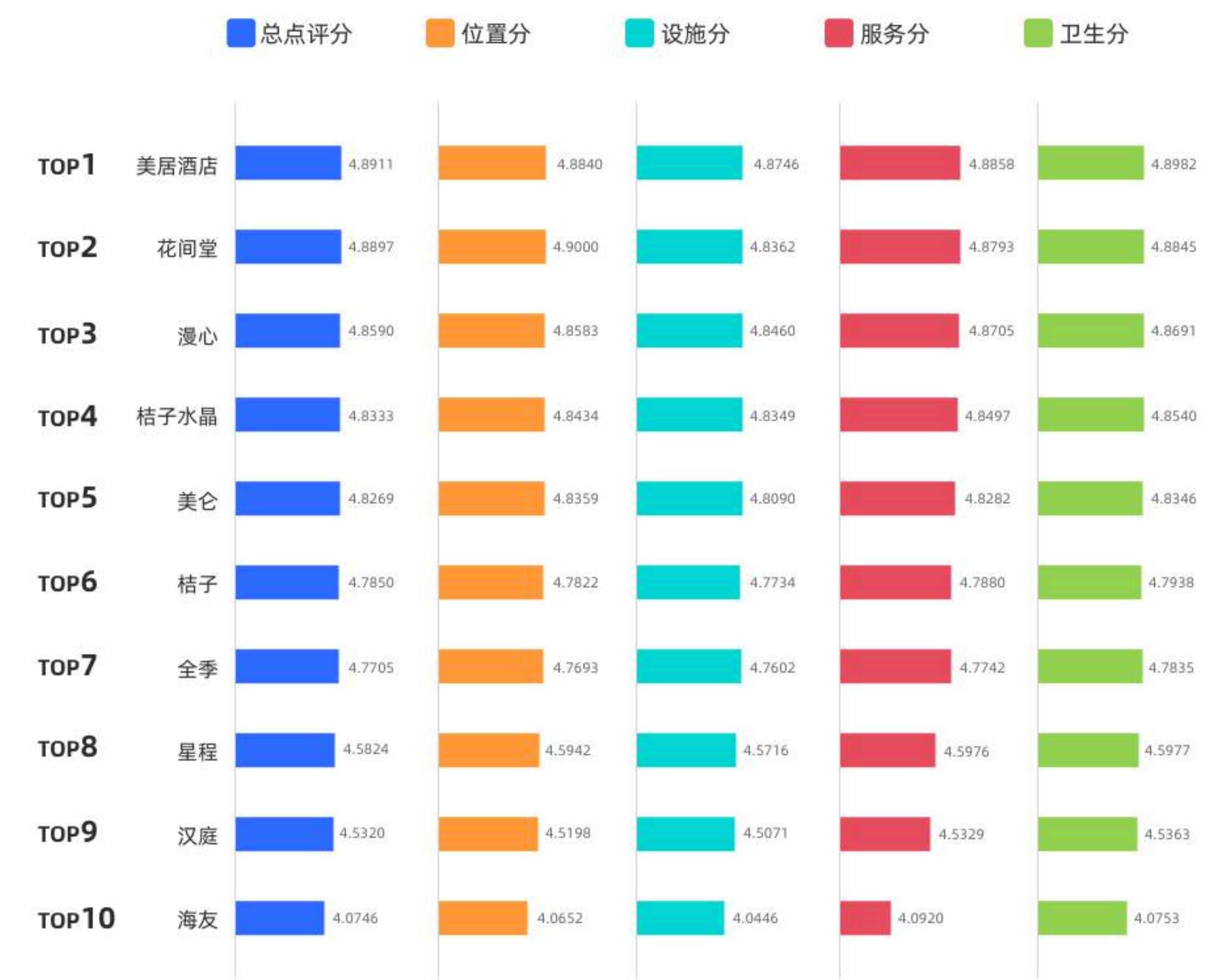
在锦江集团部分，希尔顿欢朋是该集团目前平台综合评分最高的酒店品牌，其次是希岸，凯里亚德等；一些锦江知名经典品牌，如7天、锦江之星虽然也上榜，但整体评分并不高，尚不足4分，比如说7天酒店品牌，设施类小分最低，只有3.8左右，这说明一些大酒管集团的老牌经济类酒店品牌，因为市场布局较早，部分门店经营日久，硬件设施等方面已经开始拖后腿，亟待改造和升级。



3-7 全国代表性酒店集团

“拳头”品牌综合评分排名

华住集团（中国区）“代表性”品牌OTA平台中综合点评分一览



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台。



在华住集团部分，综合点评分排名较为靠前的品牌是美居、花间堂、漫心、桔子水晶灯，其“拳头”品牌全季，目前位列本次10个样本品牌的第7位，仍有较高的提升空间；值得一提的是，海友酒店品牌，服务分目前较大的拉低了该品牌综合分，这值得该酒店集团相关品牌开发、负责人重视，不过整体而言，华住诸多代表品牌评分均高于4.0分，相对其它酒店集团而言，各品牌的平均分数暂时领先。

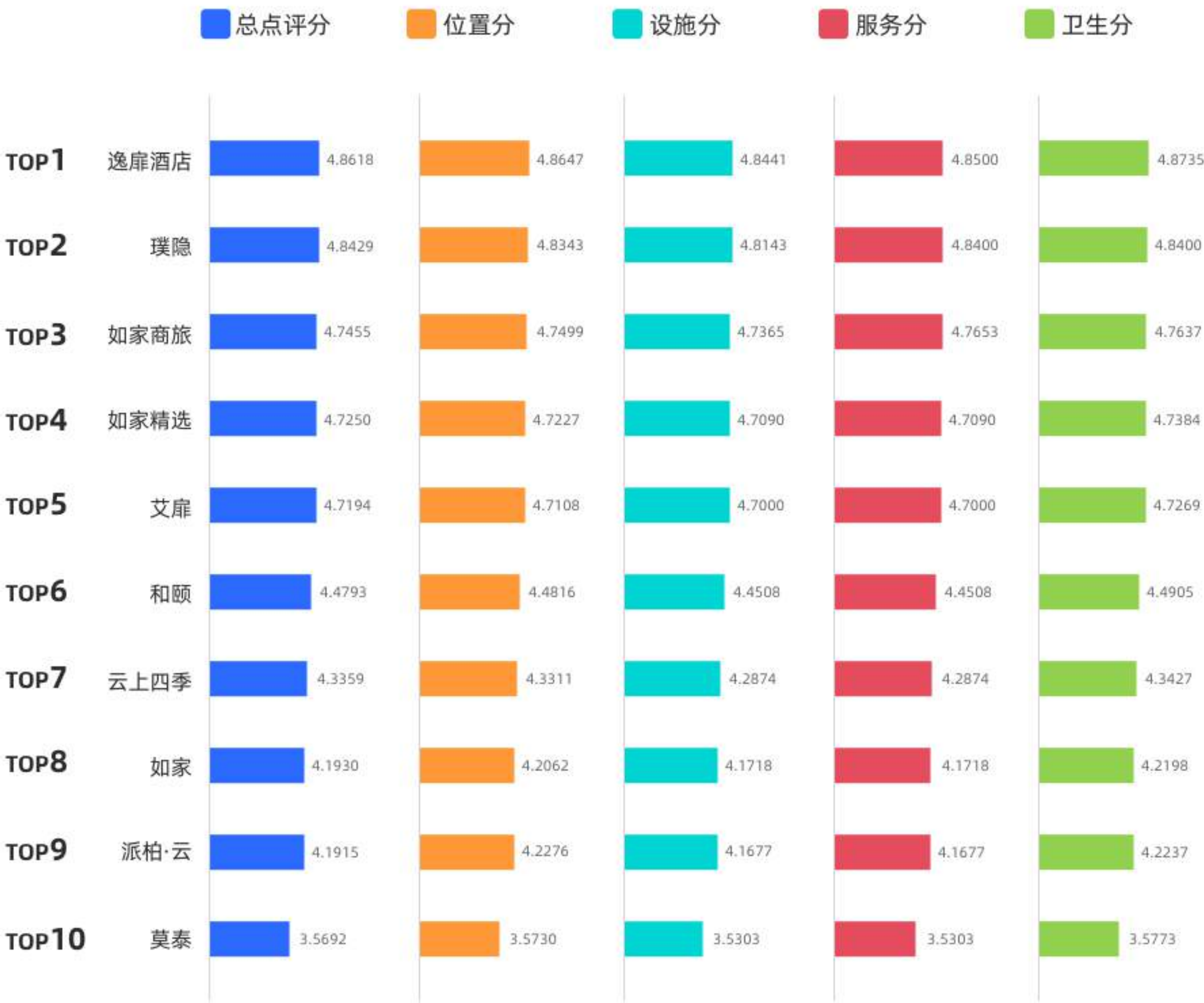


3-7 全国代表性酒店集团

“拳头”品牌综合评分排名



首旅集团（中国区）“代表性”品牌OTA平台中综合点评分一览



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台。



在首旅集团部分，排名靠前的是逸扉酒店，其次是璞隐，如家商旅，如家精选等；相对而言，首旅旗下几个真正“代表性”品牌，比如“如家”中端系列相应的综合评分还不俗，与之对比较为明显的是，首旅“收编”孵化而来的云系列品牌，如派柏云等，当前综合评分仍有较大提升空间，大多徘徊在4.0左右，当前主要是受到了服务分小项的影响，这值得相应品牌负责人关注和改善。



第四部分

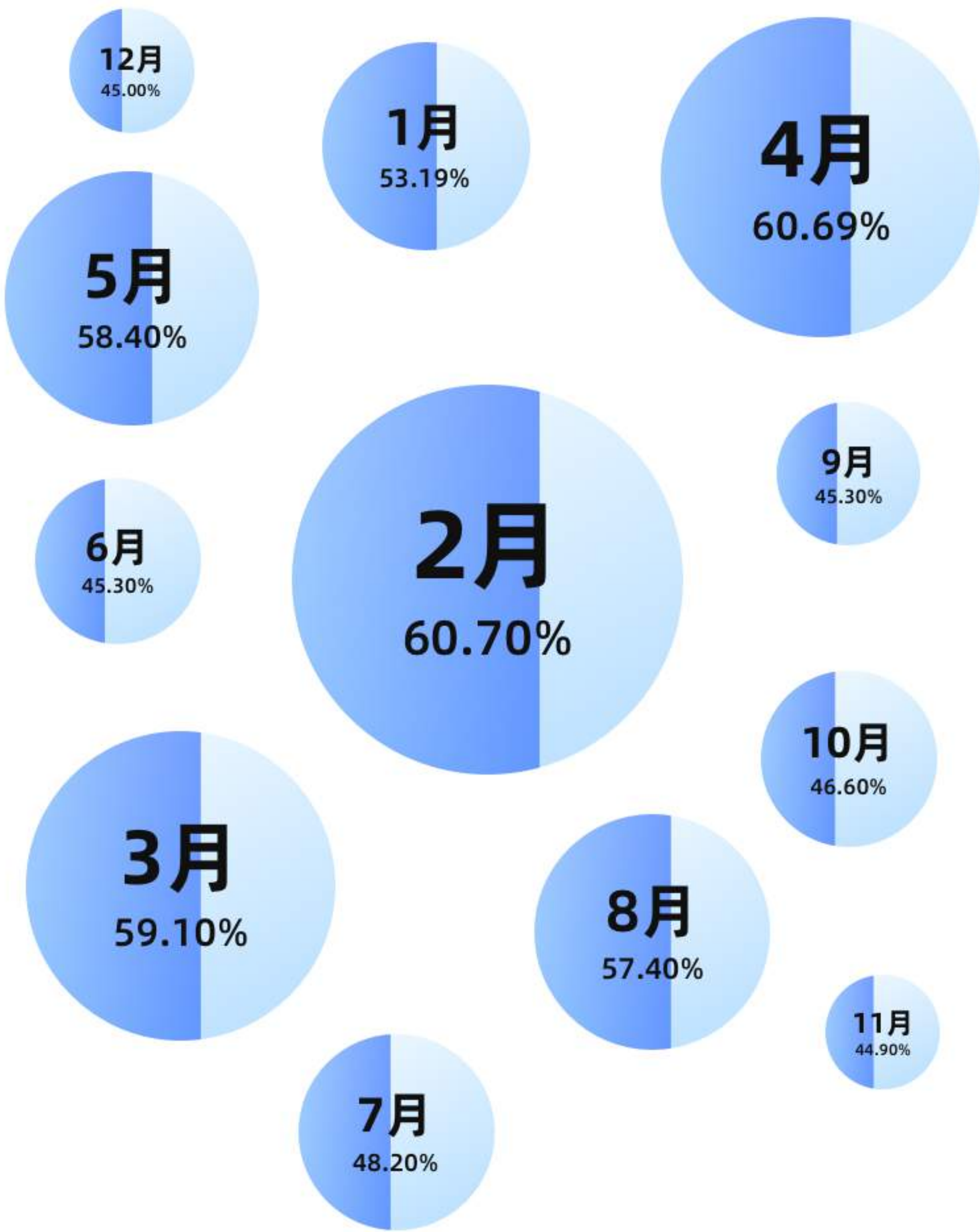
繁花与共

酒店市场开启经营转化“新篇章”



4-1 2023年全国酒店行业 各月份平均出租率数据及分析

2023年酒店行业每月平均出租率一览



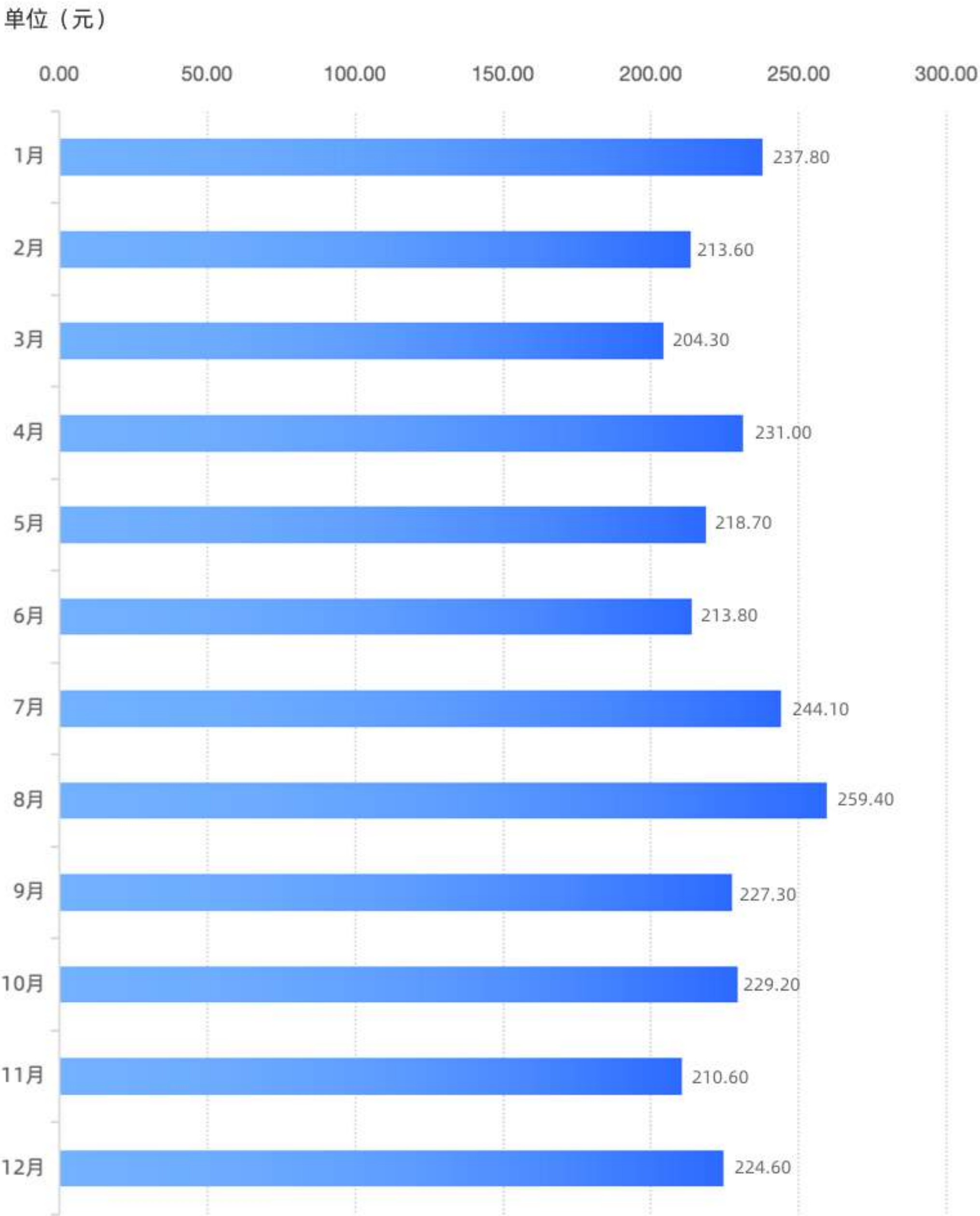
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。



从图中数据可知2023年中国酒店行业，全年平均入住率为52.4%，出租率最高月份为2月，因为2023年2月前后商旅客的助推，导致2月出租率一度跃升至全国最高水平。

4-2 2023年全国酒店行业 各月份平均房价数据及分析

2023年酒店行业每月ADR一览



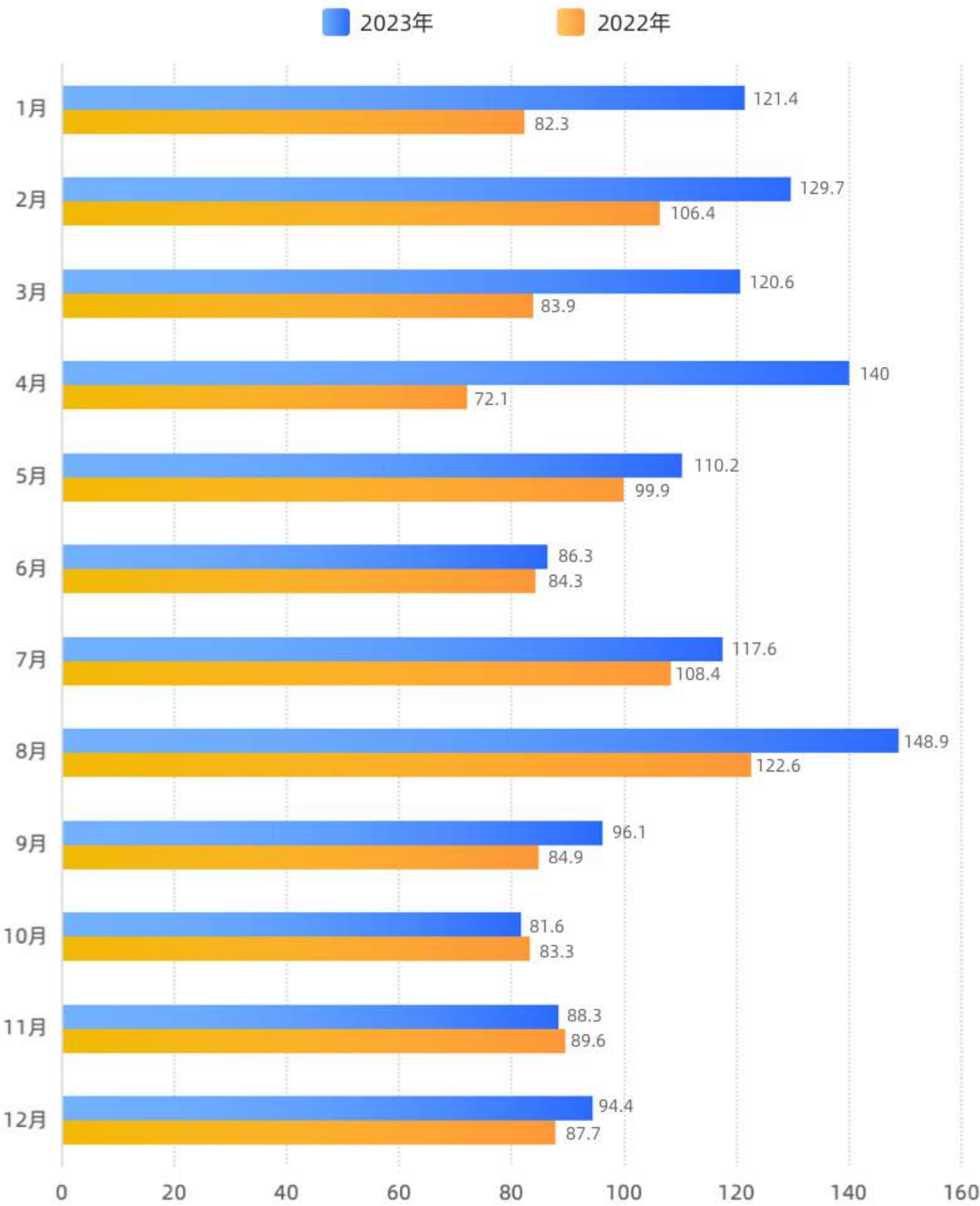
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。



整体来看，全国平均房价为227.3元，单月ADR最高出现在8月，回顾整个2023年，全酒店行业“高房价”、“天价房”屡见报端，不少投资人在2023年“结结实实的”赚了一把，此外，相对2022年，2023年酒店行业全年平均房价提升超20%。

4-3 2023年与2022年全国酒店行业各月份RevPAR对比分析

2022-2023年酒店行业每月RevPAR对比



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。

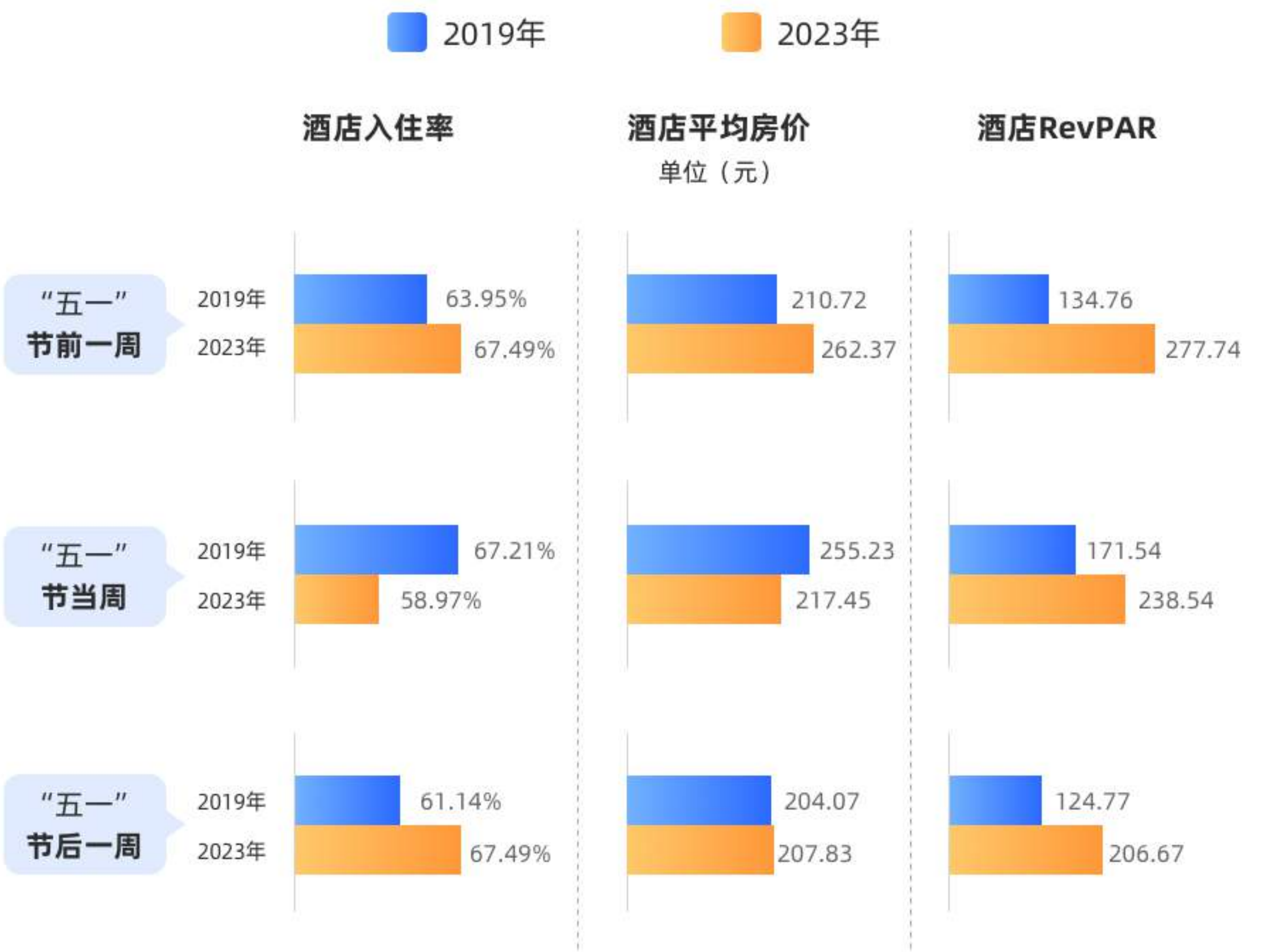


总结来看，2023年酒店行业，全年平均入住率为52.4%，平均房价为227.3元，平均单房收益为119.1元，同比去年增长28.8%。

对比每月数据发现，酒店行业前两个季度经历了明显的报复性增长，下半年则较为平稳，与去年基本一致。平均房价明显高于去年同期水平，最高点出现在7月、8月和1月，对应着暑期和春节旺季。在入住率和房价的影响下，前三季度的单房收益明显高于去年同期水平。

4-4 2023年全国重要节假日(五一、十一、春节)与2019年同期（周次）经营数据对比分析

2023年“五一劳动节”与“疫前（2019年）”对比，节日前后经营数据情况



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。

由于本图中数据拆分到周次，因此部分数据看起来和当时节日后，相关部门对外公布部分结论有些许差距，其它几个节假日亦存在此类问题，但好在通过节前节日节后三周的对比，同样能得到一些关键信息量。比如2019年“五一”节假日，前后三周的节日平均OCC在65%左右，而2023年这一数值升至67%，但并非出现在五一节假日当周而是节前和节后，说明凑假出游、错峰游，在疫后越来越趋于普遍。（当然这也和2023年五一放假时间安排有部分关联）

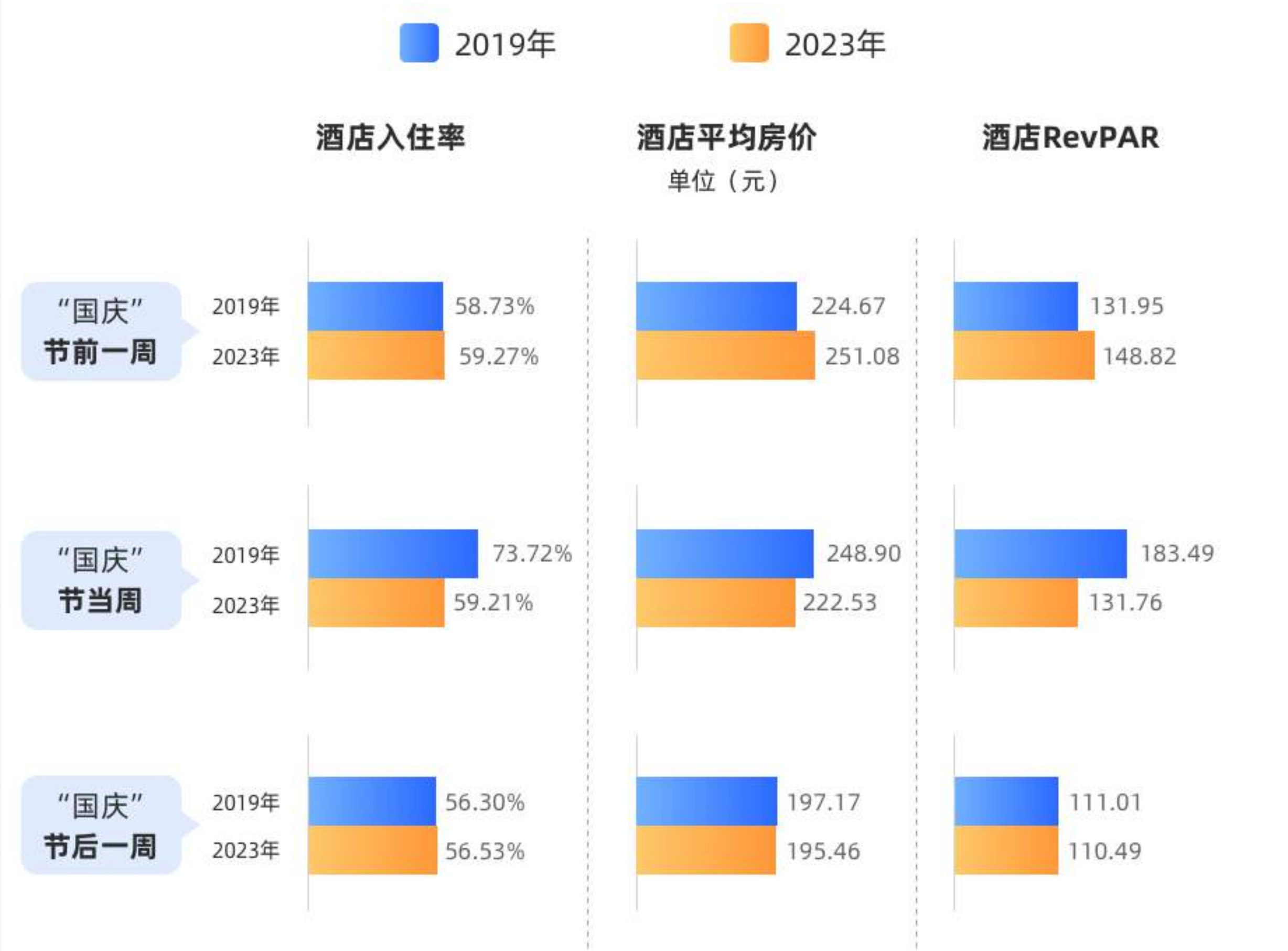


4-4

2023年全国重要节假日(五一、十一、春节)
与2019年同期（周次）经营数据对比分析



2023年“国庆节”与“疫前（2019年）”对比，节日前后经营数据情况



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。

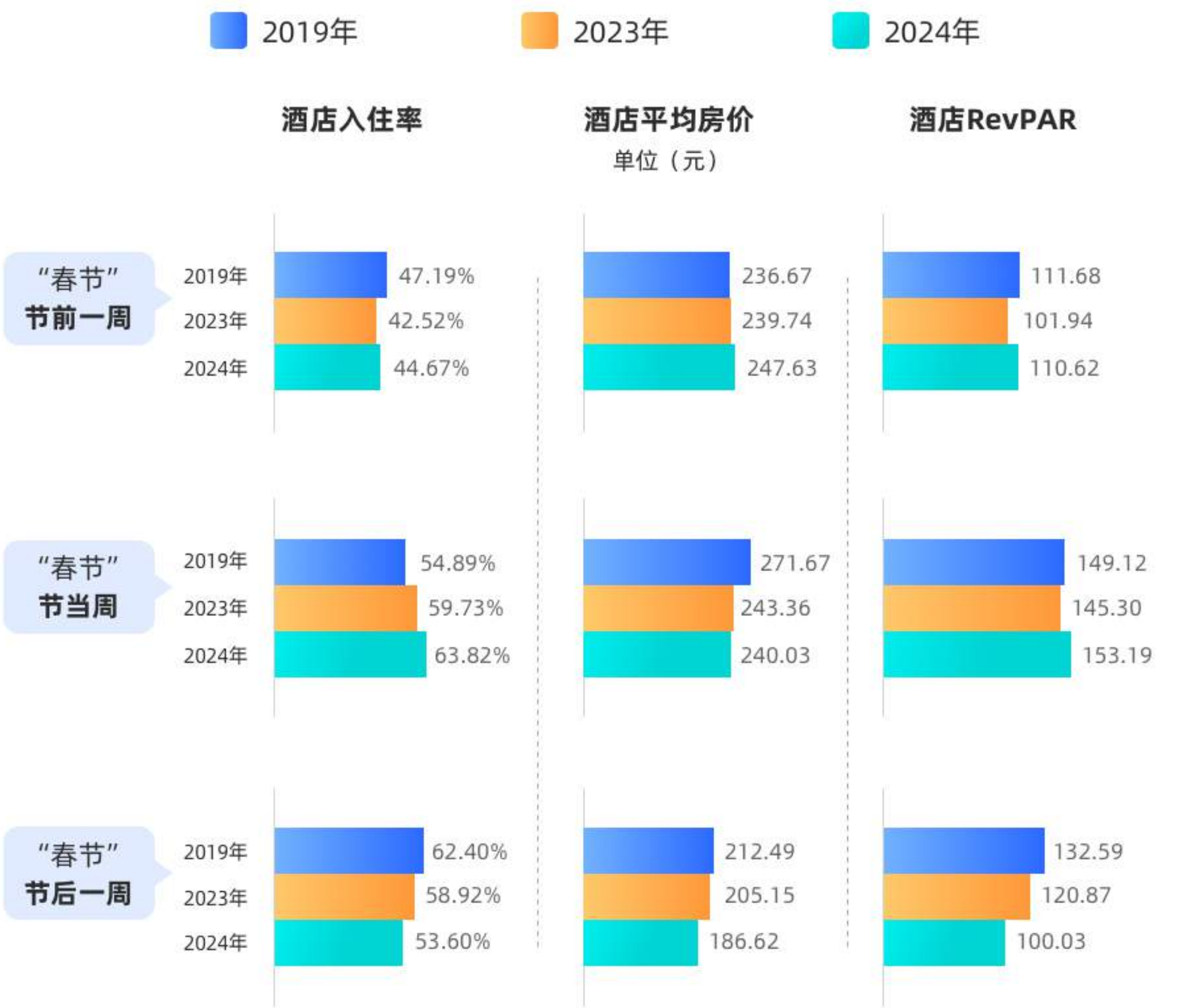


对比2019年国庆行业经营数据恢复情况，2023年由于连同中秋一块，所以节日的天数更长，开始放假的第一天并非国庆当天，因此，出租率最高、房价最高周次均是国庆前一周，也即开始放假那一周；同时能明显看出2023年国庆节后一周，行业平均房价开始大幅下滑，从节日中的255元前后跌至195上下，甚至比2019年同期都要低。



4-4 2023年全国重要节假日(五一、十一、春节)与2019年同期（周次）经营数据对比分析

2024年春节前后酒店行业经营数据对比情况（分别对比2023年、2019年同期经营数据）



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。

纵观2023年、2022年、2019年三年的春节经营数据，对比发现，酒店平均价格最高年份出现在2019年春节的当周，达到271元左右水平，最低平均价格出现在2024年春节节后一周，行业均价滑至187元左右，值得一提的是，这三年里，行业平均出租率最高值出现的年份是2024年春节当周，接近64%，但节后一周下滑严重，下滑幅度接近10个点，不如疫情前水平。

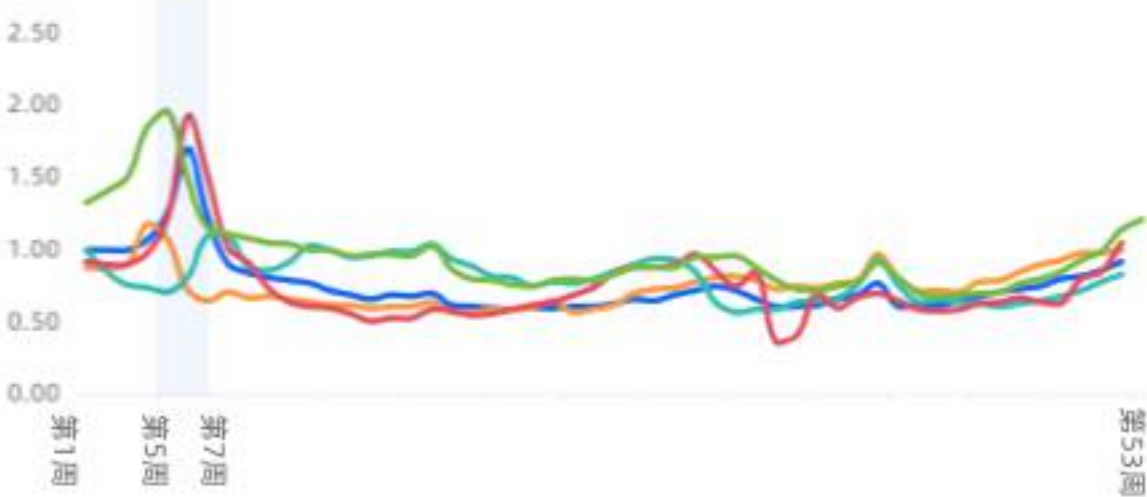


4-5 全国代表性城市2019年-2023年近5年的酒店平均价格趋势值对比及分析

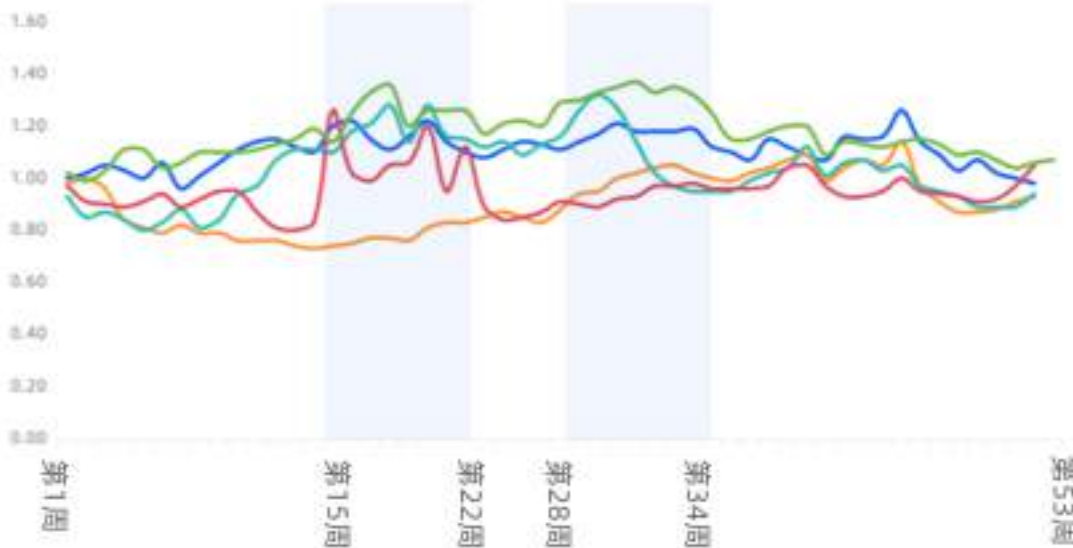
三亚、上海、广州、北京、杭州5座城市近5年酒店平均价格指数周次对比

2019年 2020年 2021年 2022年 2023年

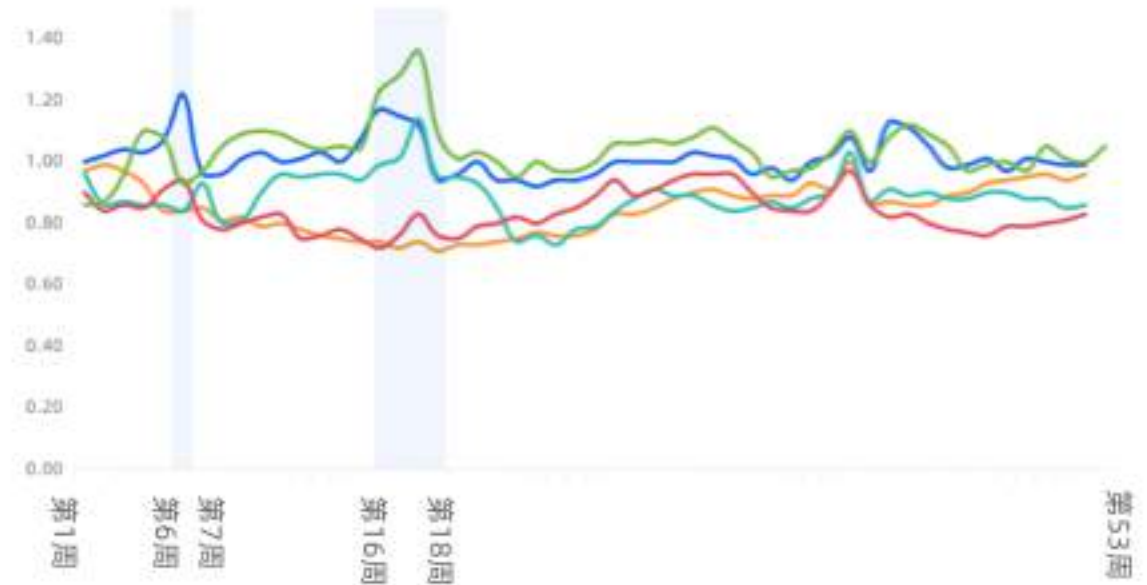
三亚



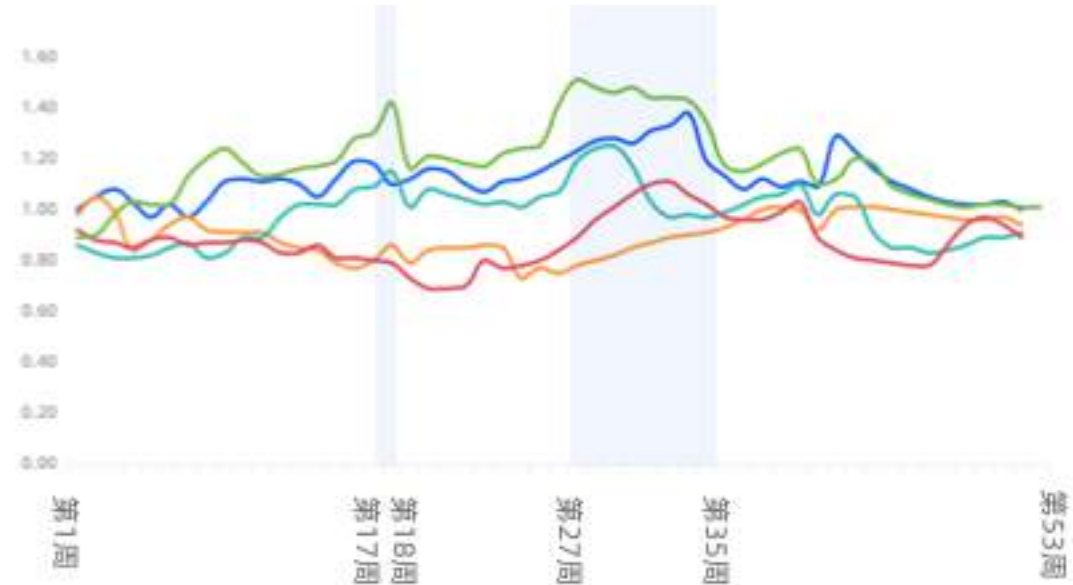
上海



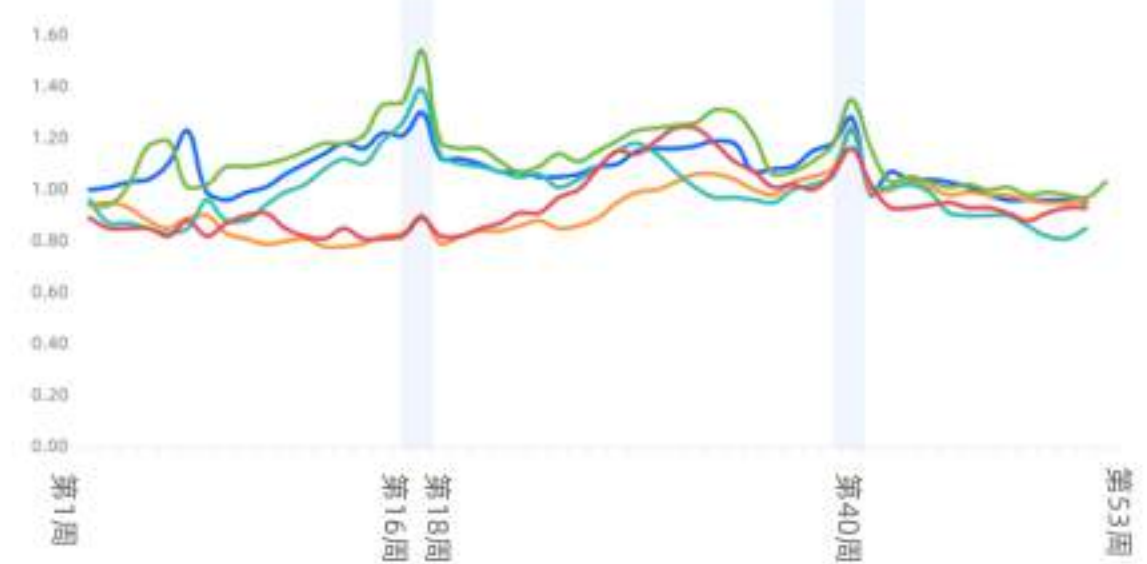
广州



北京



杭州



整体来看三亚在春节阶段是全年价格高峰，而上海则大致上是五一、暑期、国庆期间出现几个价格波峰情况，广州与杭州也与上海近年来价格走势大体相似，北京则与上述城市明显不同，价格浮动并不规律，除了常见节假日会出现峰值水平之外，一些特殊节点，如两会等也会出现小幅行业价格“攀至高峰”现象。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统，统计跨度为2019年阳历第1周至当年最后一周，其它几个年份亦如此。

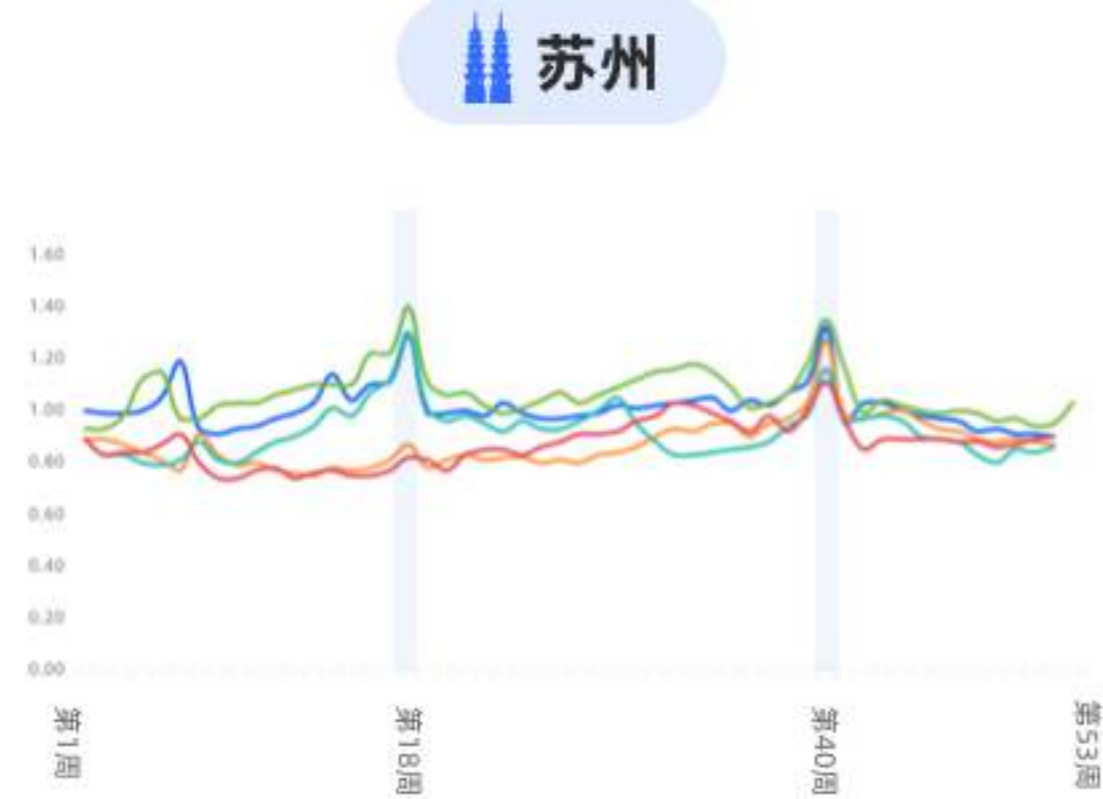
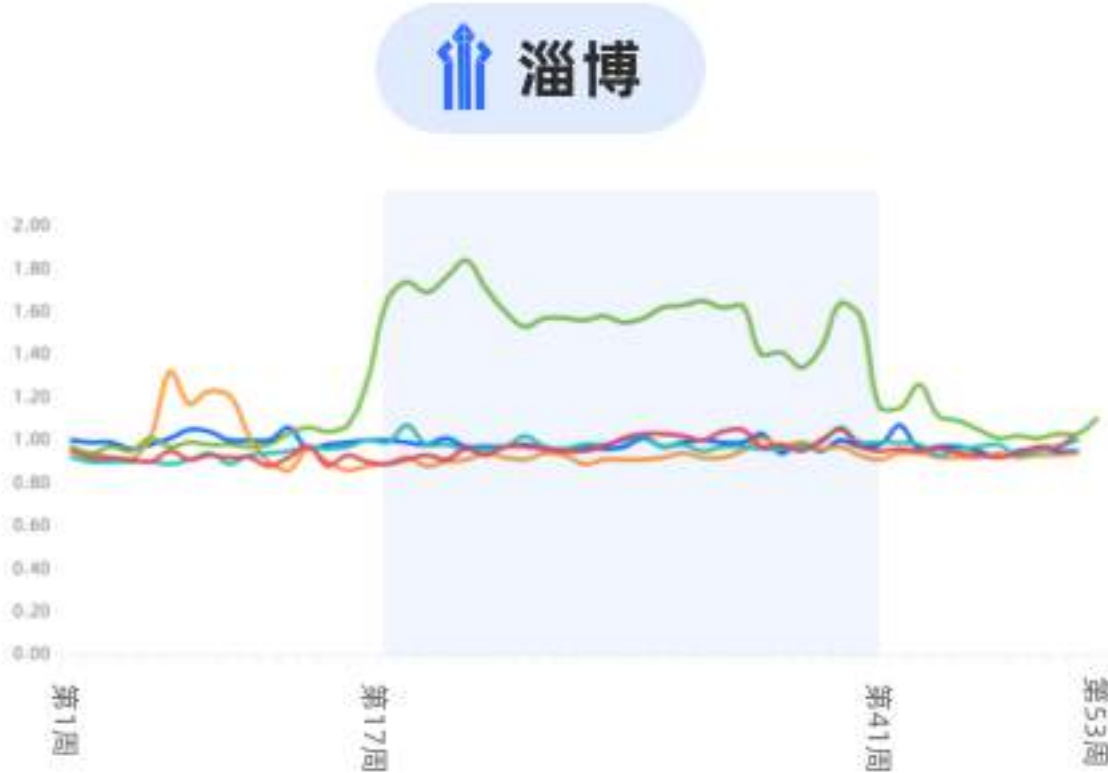
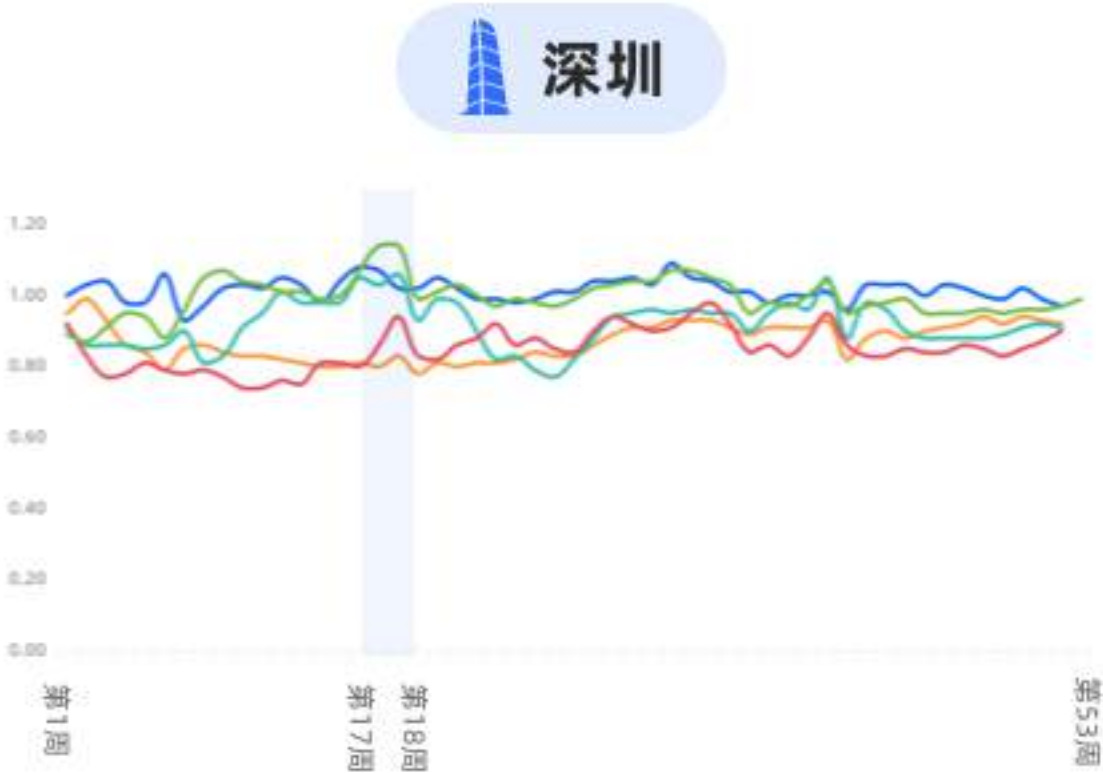


4-5 全国代表性城市2019年-2023年近5年的酒店平均价格趋势值对比及分析



深圳、淄博、苏州、南京、西安5座城市近5年酒店平均价格指数周次对比

2019年 2020年 2021年 2022年 2023年



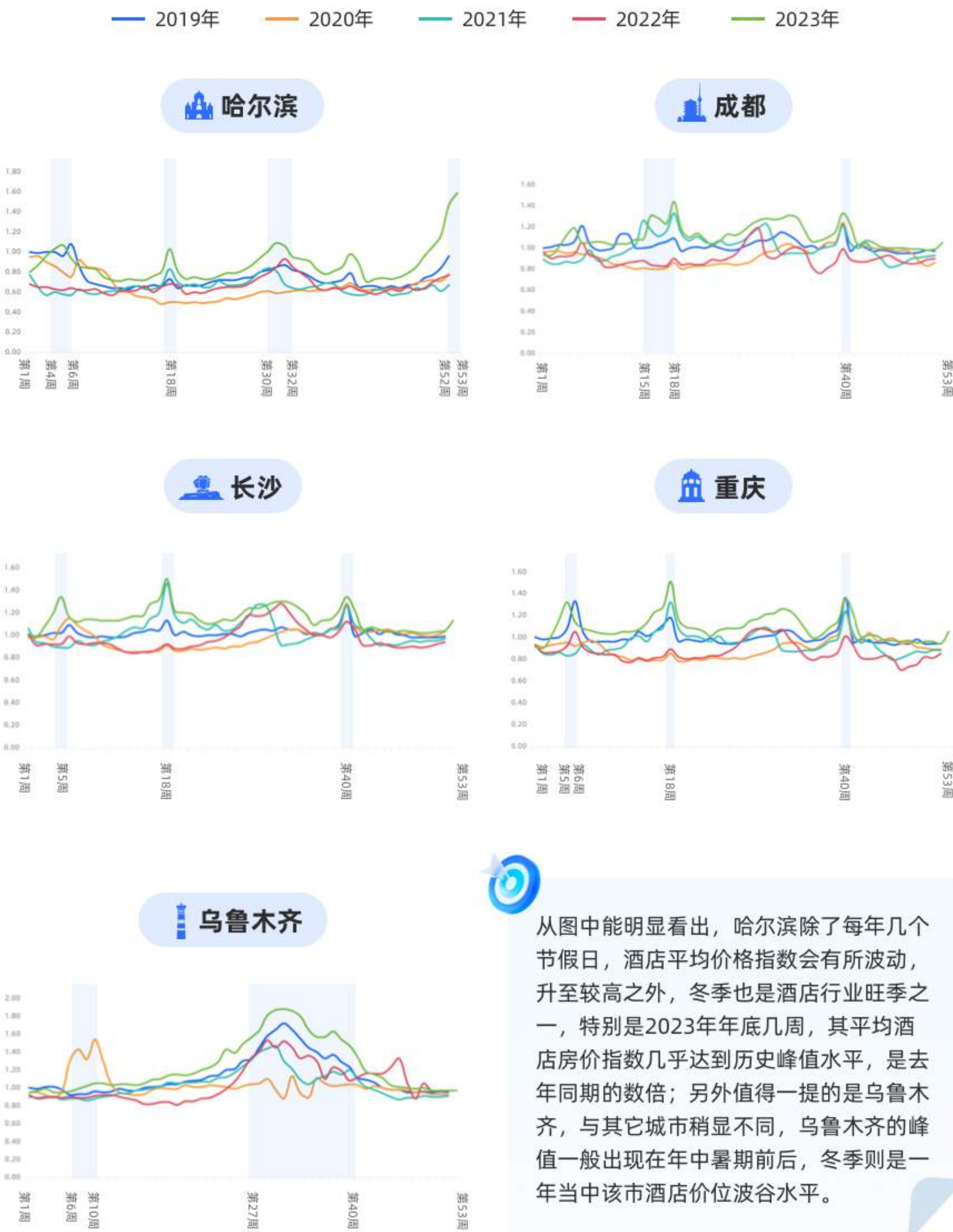
从图中可以看出，对比其他几座城市，淄博出现了一种“奇观”，即2023年从3月前后一路到8月底，其城市酒店平均价格指数几乎是历史同期数倍，这与2023年淄博一度大火现象较为贴合之外，西安2019-2022几年里，城市酒店价格指数走势无明显“异常”，到了2023年，西安也在几个节点，较为频繁的出现了几次平均价格指数高峰，分别是五一、暑期（周杰伦演唱会前后）等；相对于上述城市，南京、苏州、深圳近年来酒店价格指数波动情况和全国市场诸多城市相似，无明显不同。

数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统，统计跨度为2019年阳历第1周至当年最后一周，其它几个年份亦如此。



4-5 全国代表性城市2019年-2023年近5年的酒店平均价格趋势值对比及分析

哈尔滨、成都、长沙、重庆、乌鲁木齐5座城市近5年酒店平均价格指数周次对比



数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统，统计跨度为2019年阳历第1周至当年最后一周，其它几个年份亦如此。

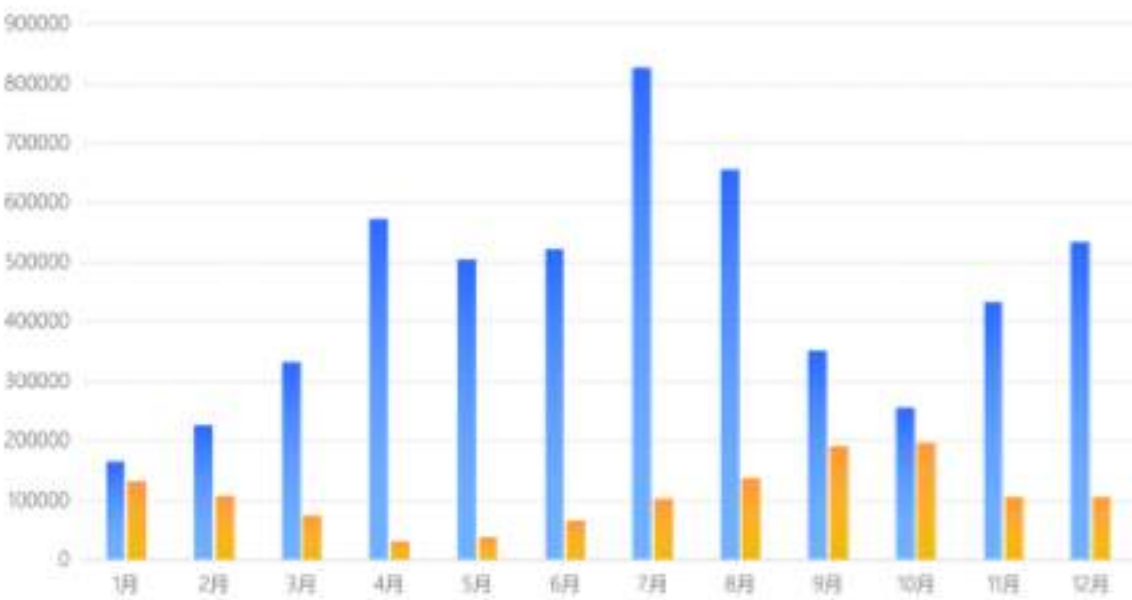


4-6 全国代表性城市近两年来OTA平台每月搜索热度值对比及分析

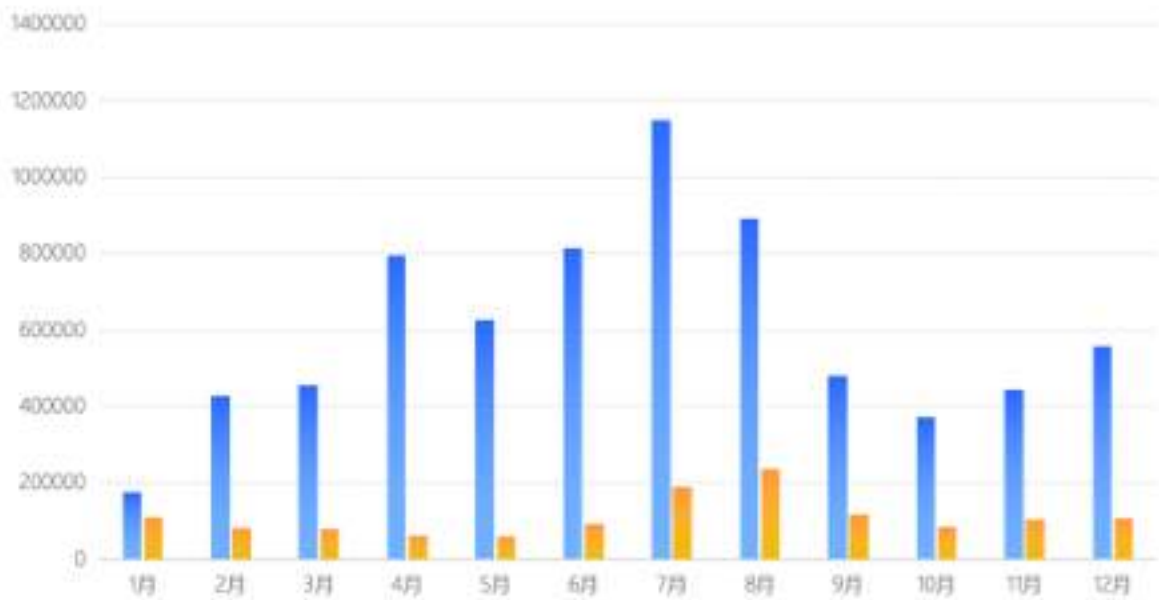
近两年（2022年&2023年）“代表性”城市1月-12月平台搜索指数对比（一）

2023年该月搜索指数 去年同期搜索指数

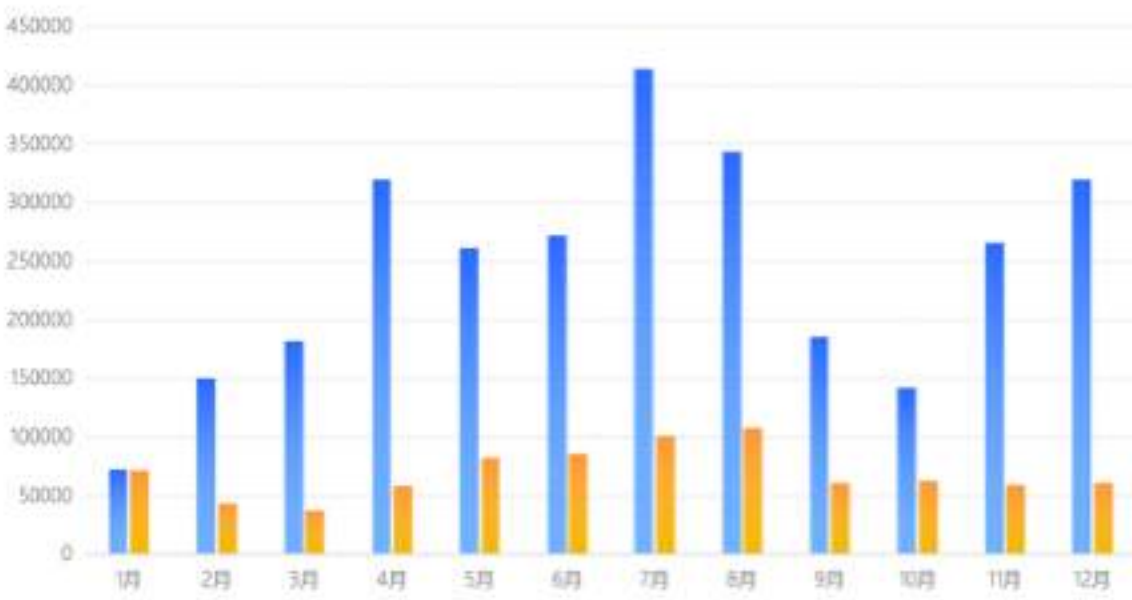
上海



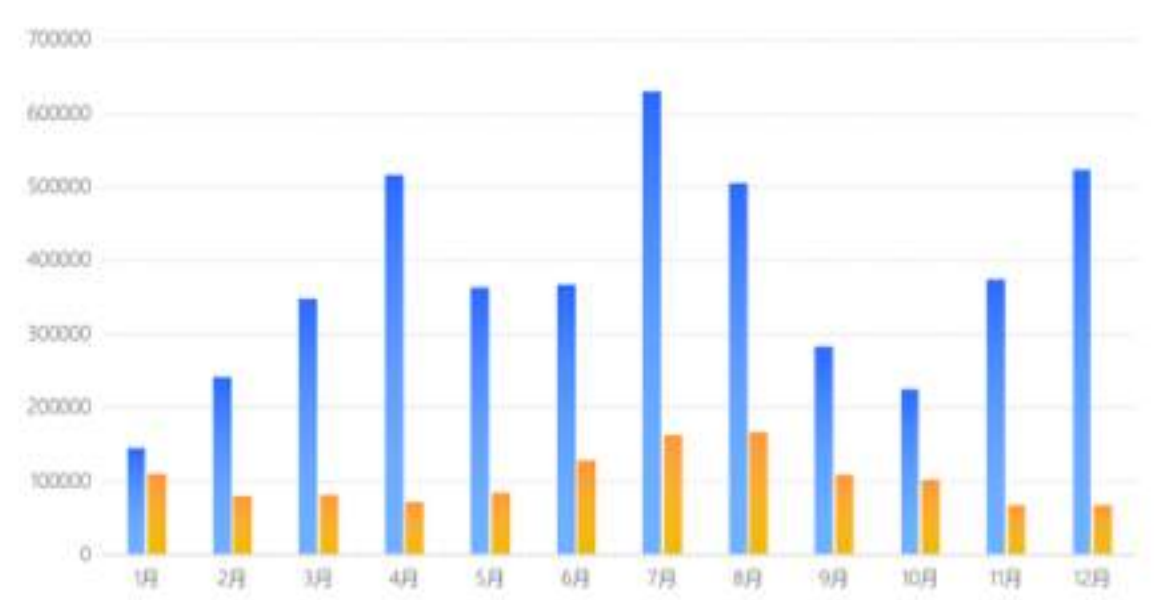
北京



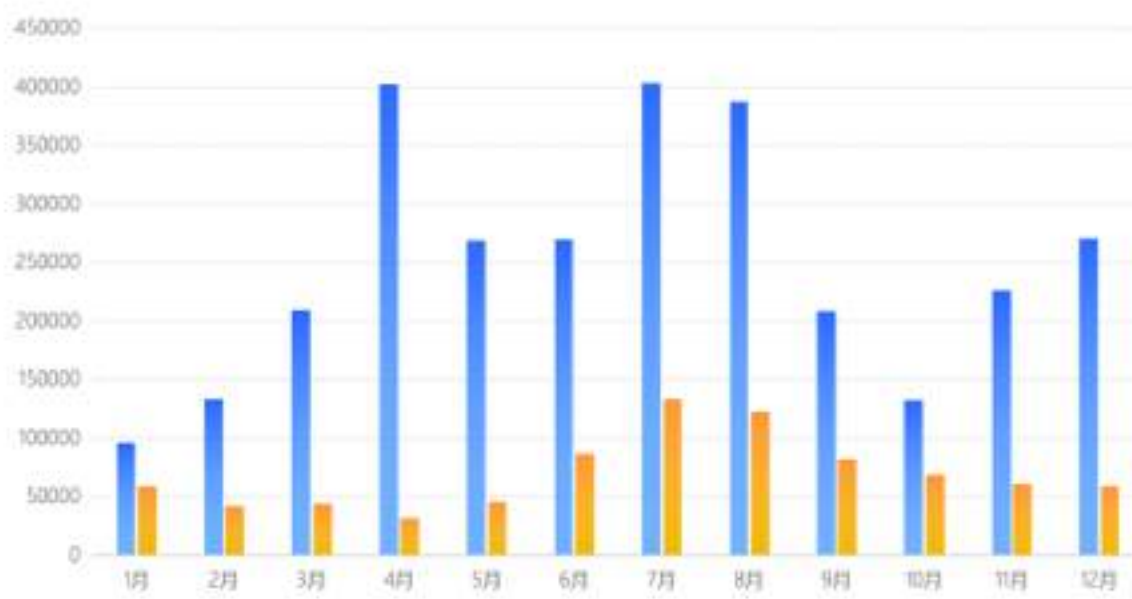
深圳



广州



杭州



根据图中数据来看，上海、北京、广州、深圳的全年平台中搜索高峰均出现在7月，这对于投资人启示是，在每年7月份到来之前，须做好酒店的相关准备工作；以上几座城市中，杭州较为特殊，其2023年搜索热度值最高月份是4月，并非7月，同时其8月的搜索指热度回落相对其它几座城市，下降幅度并不明显；最后从图中还能看出，2023年，各城市搜索热度相对2022年，几乎呈现倍增的现象，这说明疫后行业全年的恢复情况整体较为良好。

备注：数据统计为平台中城市名称、城市名称+任何词汇阅读检索总次数。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。

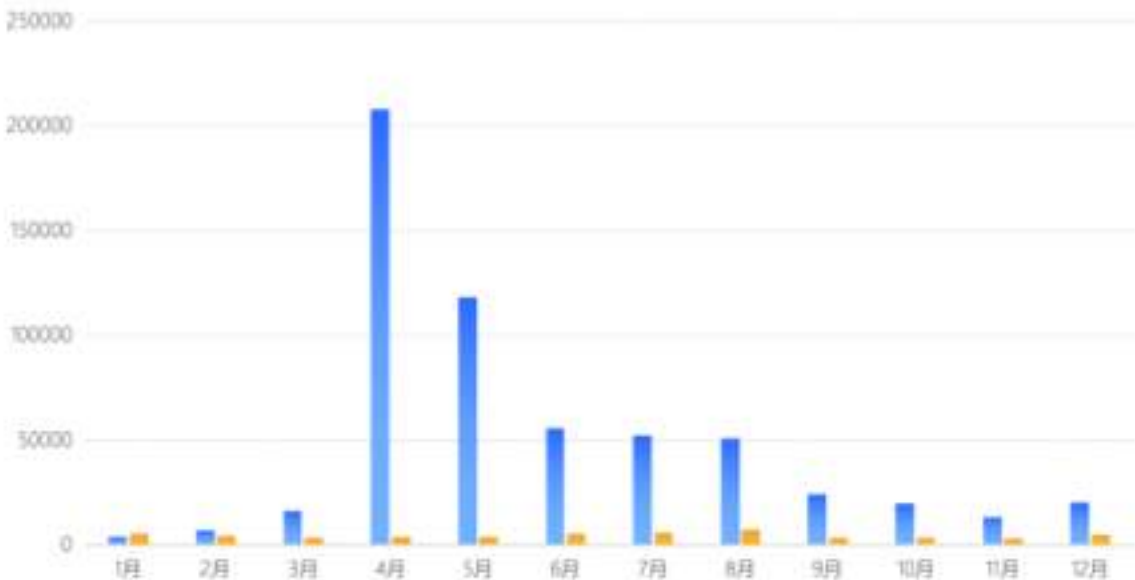


4-6 全国代表性城市 OTA平台每月搜索热度值对比及分析

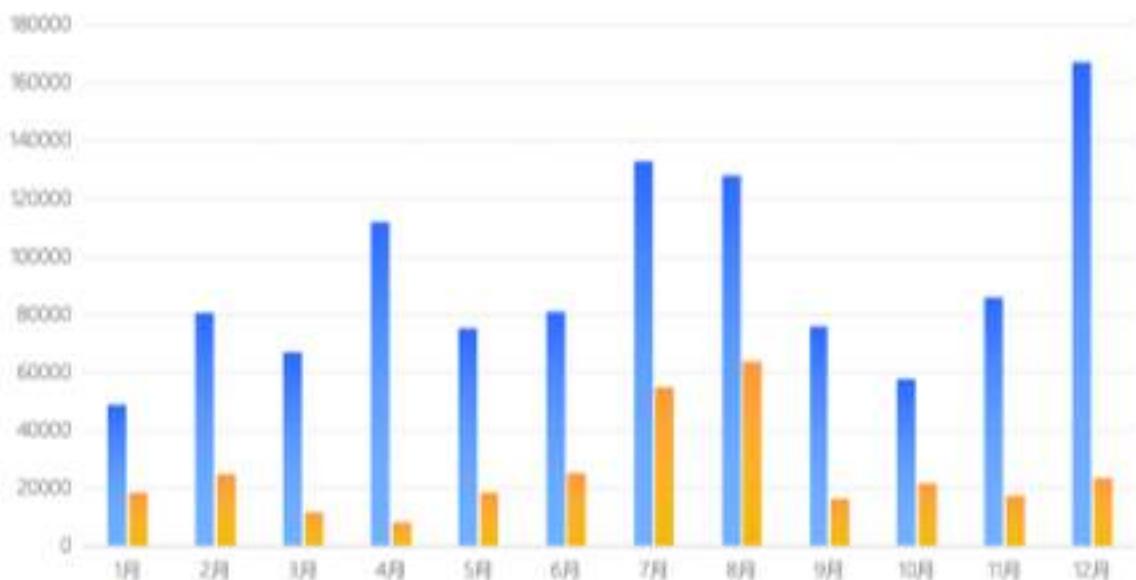
近两年（2022年&2023年）“代表性”城市1月-12月平台搜索指数对比（二）

2023年该月搜索指数 去年同期搜索指数

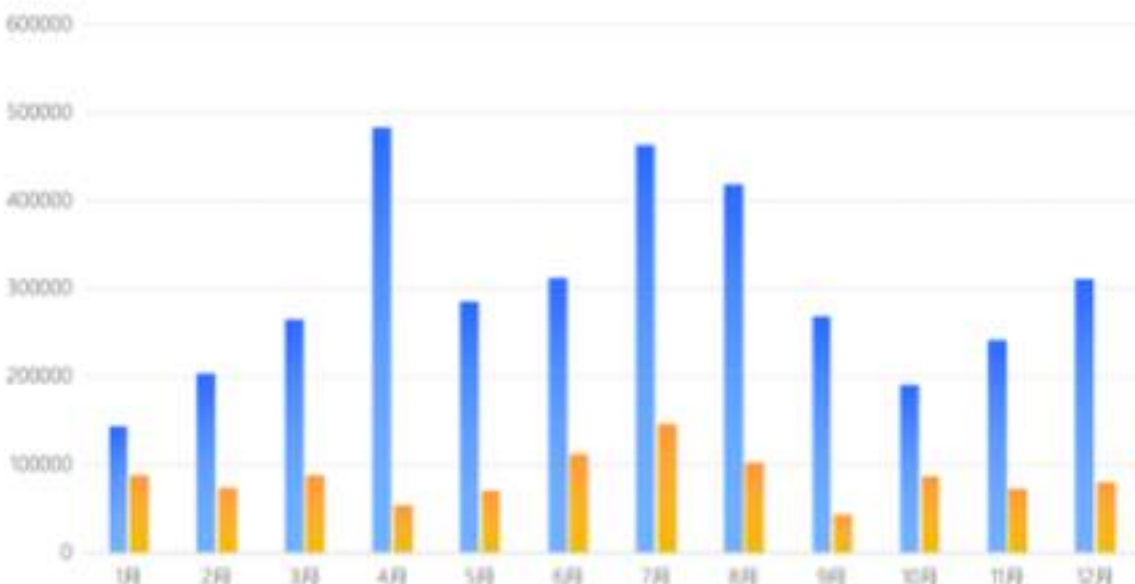
淄博



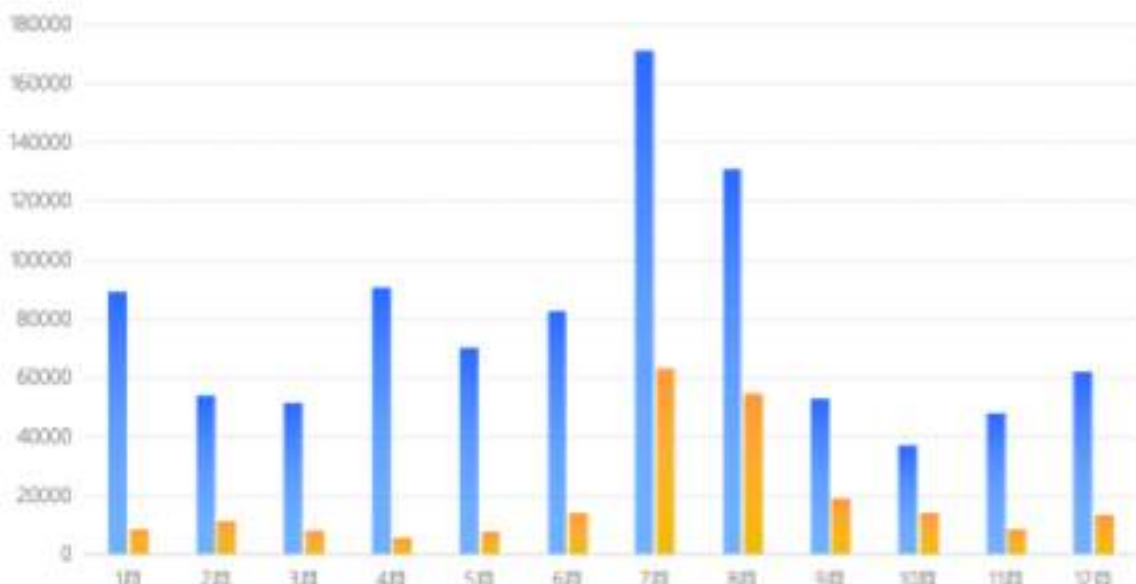
哈尔滨



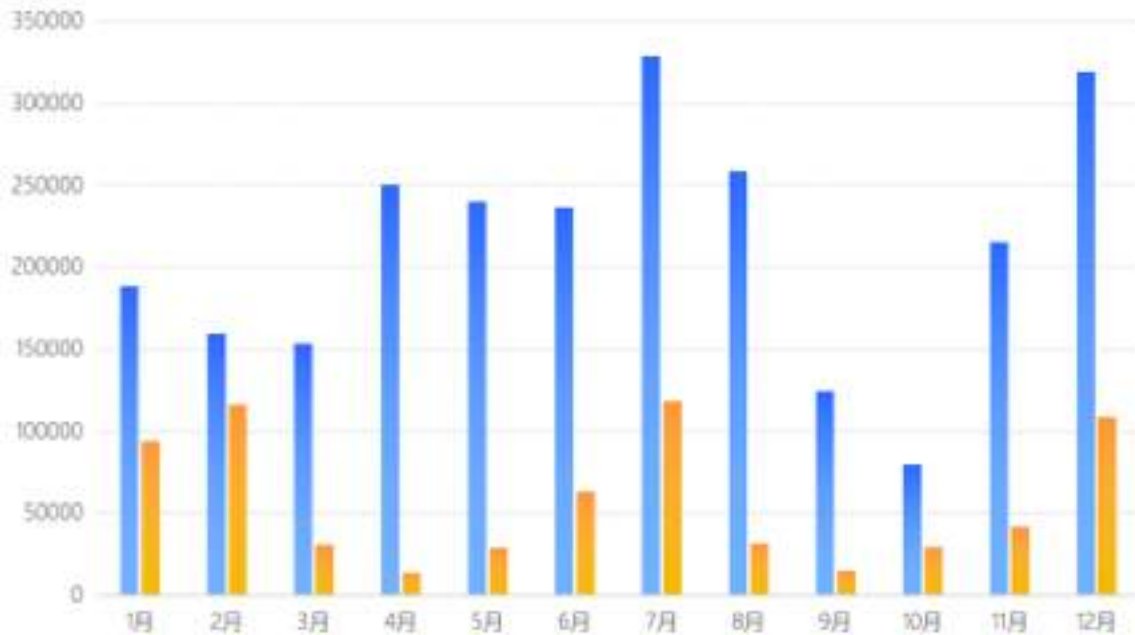
成都



丽江



三亚



这5座城市中，除了丽江、三亚两市月度搜索指数高峰值出现在7月份，其余诸市，均“散落”在不同月份，比如淄博搜索指数最高值是4月，再如哈尔滨搜索指数最高值是12月；总结来看，一个城市的平台搜索指数高低往往反映出该市潜在的出行人数规模大小，城市投资人可以通过该市历年搜索指数高低分布情况，来提前做好酒店招待及准备工作。

备注：数据统计为平台中城市名称、城市名称+任何词汇阅读检索总次数。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。



4-7 全国代表性节假日

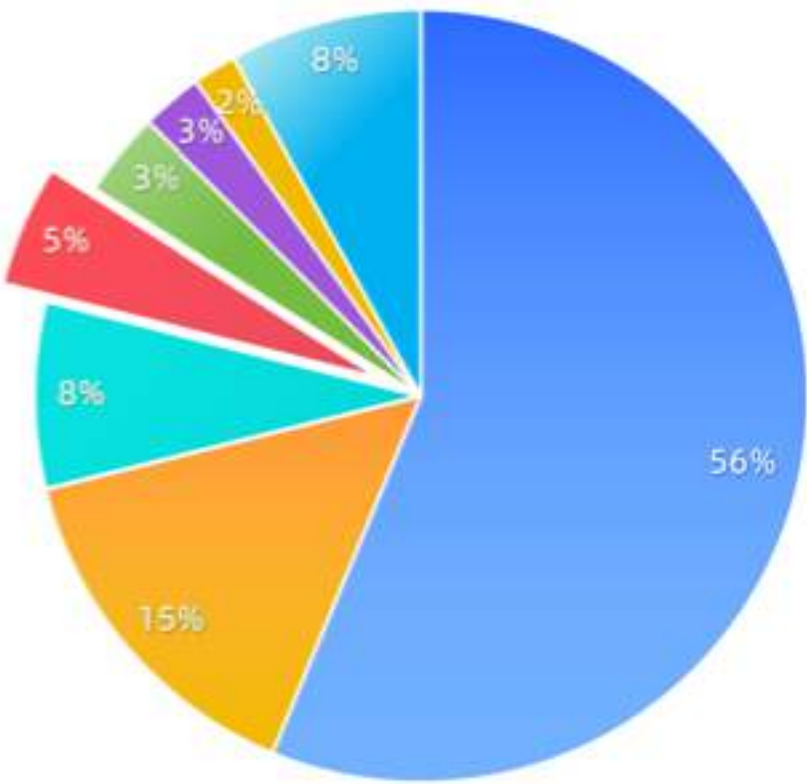
用户预订天数变化对比及分析



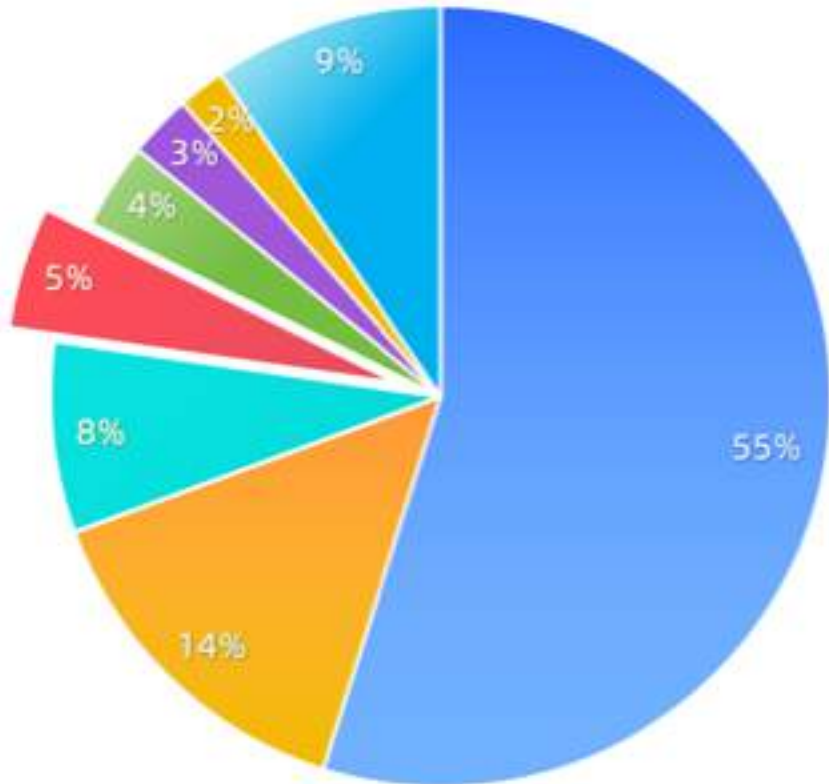
“春节”平台用户酒店提前预定天数趋势变化

- 提前1天
- 提前2天
- 提前3天
- 提前4天
- 提前5天
- 提前6天
- 提前7天
- 7天以上

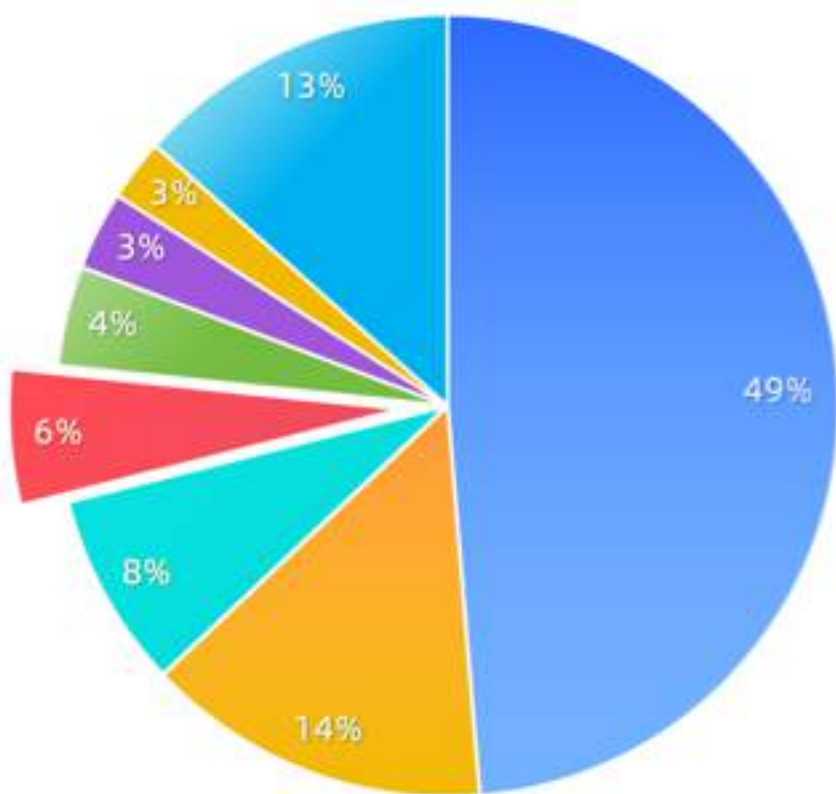
2021年春节



2022年春节



2023年春节



通过图中近三年春节酒店提前预订数据对比来看，春节期间提前1天预定酒店的人群占比在减少，而提前4天等更长天数开展酒店预订的人群占比在增加。

备注：由于当天预定的订单占比过高，处于作图考量，本处删除该天数下预定人群占比。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。



4-7 全国代表性节假日

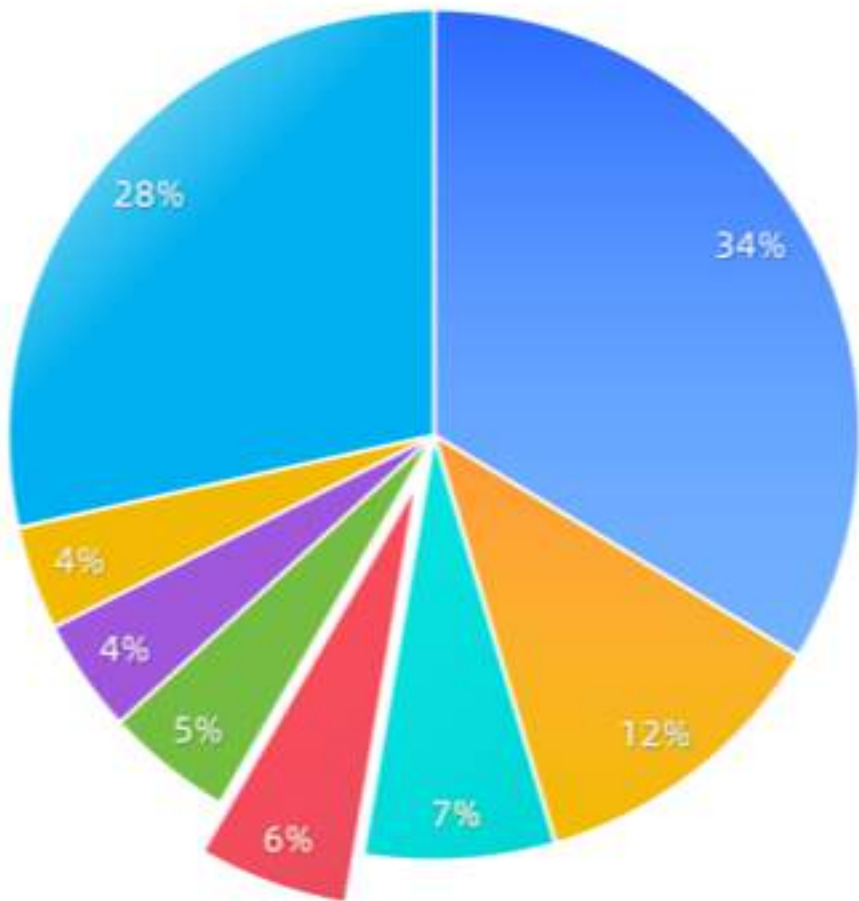
用户预订天数变化对比及分析



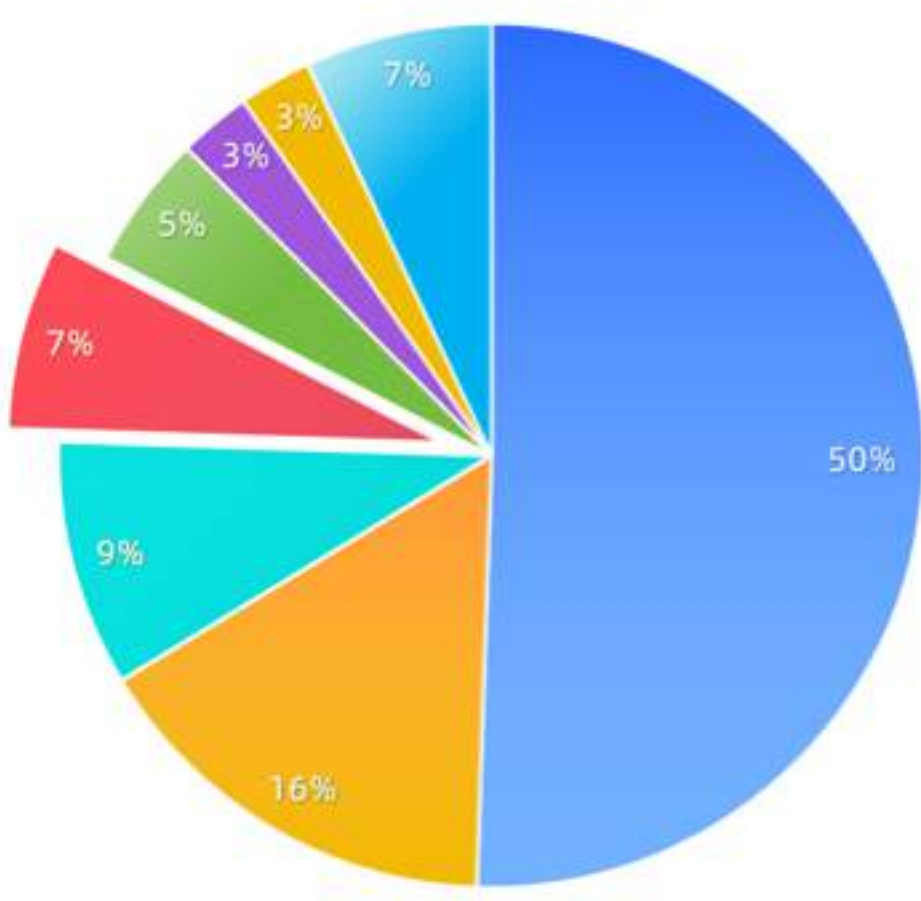
“劳动节” 平台用户酒店提前预定天数趋势变化



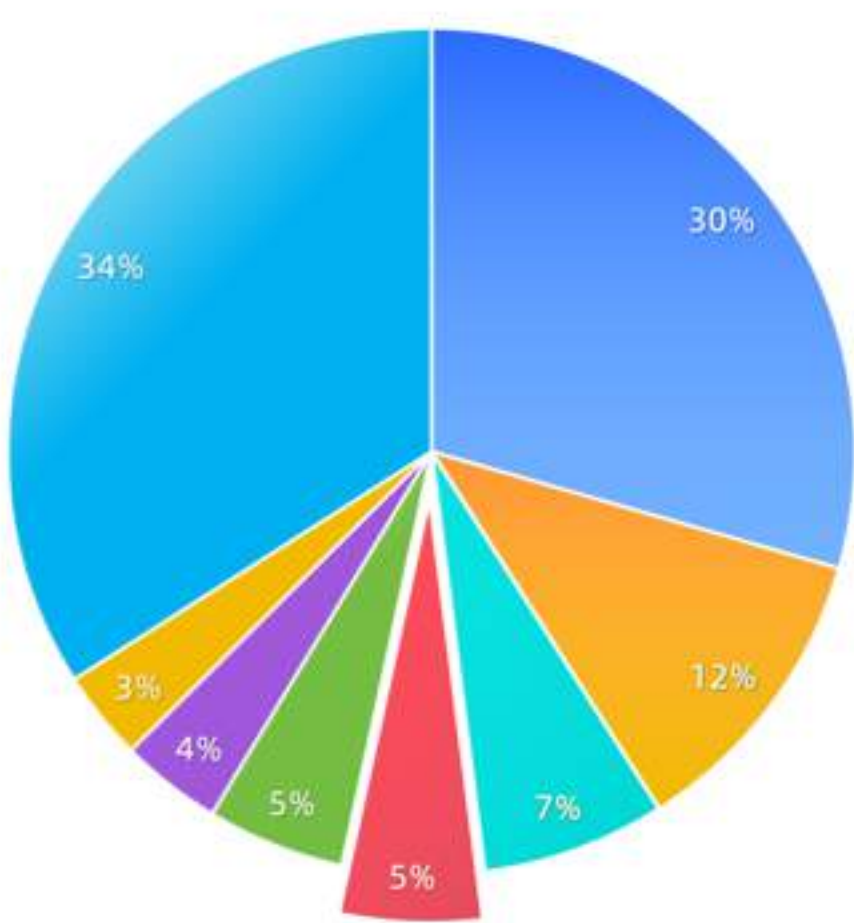
2021年劳动节



2022年劳动节



2023年劳动节



近几年五一劳动节酒店提前预定天数占比人群分布并不稳定，2022年大概率受到疫情影响，“临时做出”（提前1天）决定的人相抵更多，但到了2023年这一现象有所“改善”，相对而言，有更多人考虑提前预定酒店，特别是提前7天及以上预定酒店的人群占比相对2021年，该比例有所提升。

备注：由于当天预定的订单占比过高，处于作图考量，本处删除该天数下预定人群占比。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。



4-7 全国代表性节假日

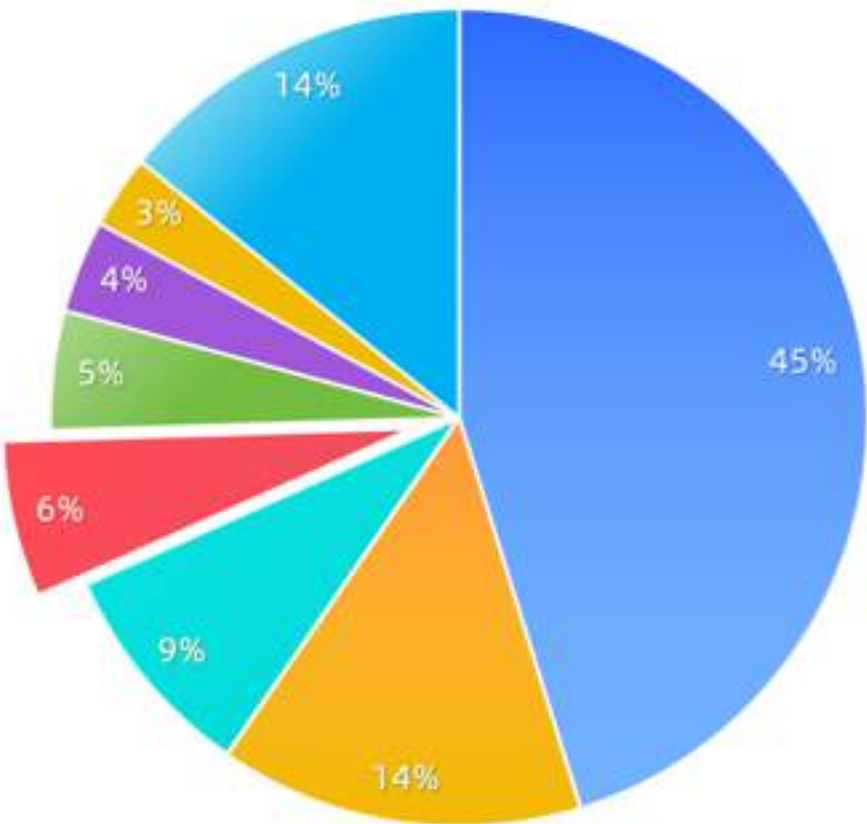
用户预订天数变化对比及分析



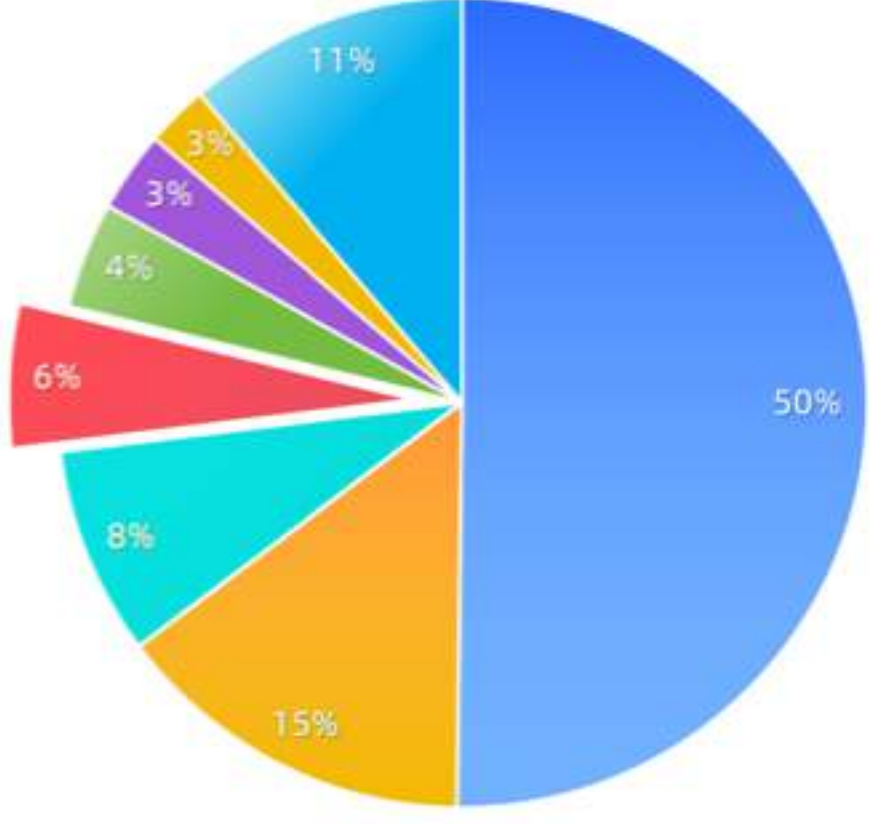
“国庆”平台用户酒店提前预定天数趋势变化



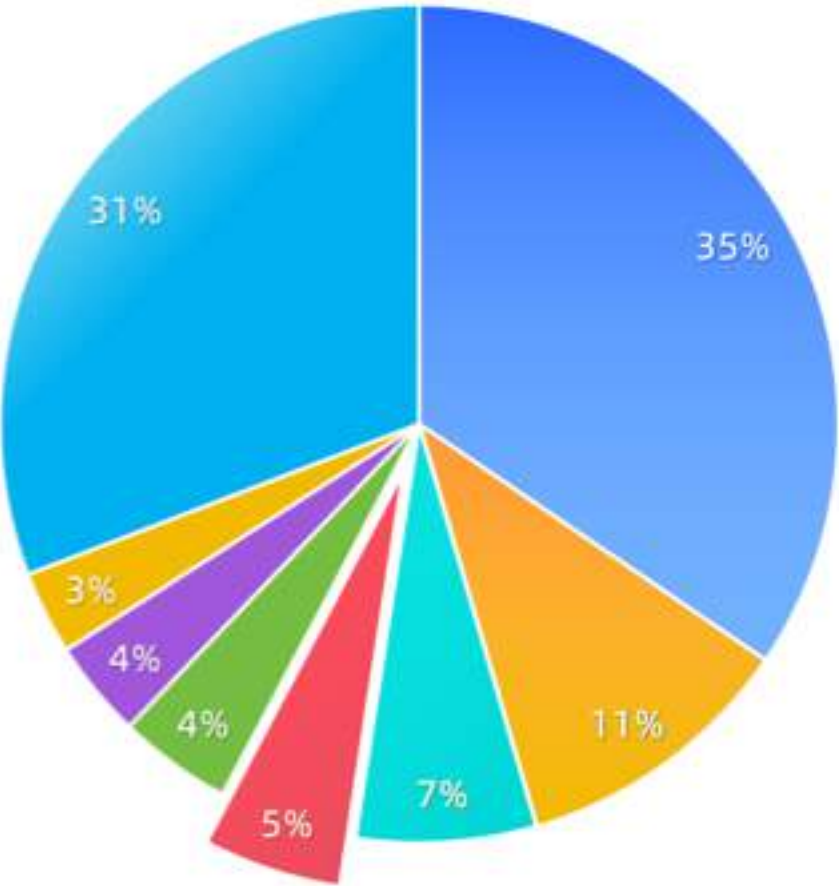
2021年国庆



2022年国庆



2023年中秋节&国庆



相比于春节、劳动节，国庆节酒店提前预定比例变化确实颇为“特殊”，提前7天预定酒店的人群比例近年来有所变少，而提前1天左右决定人群有所增加，这与上述几个节日酒店预订天数规律，呈现出相反趋势，春节、劳动节渐有预订“越早越好”趋势，而国庆相对此类“担忧”则减轻了许多。

备注：由于当天预定的订单占比过高，处于作图考量，本处删除该天数下预定人群占比。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。



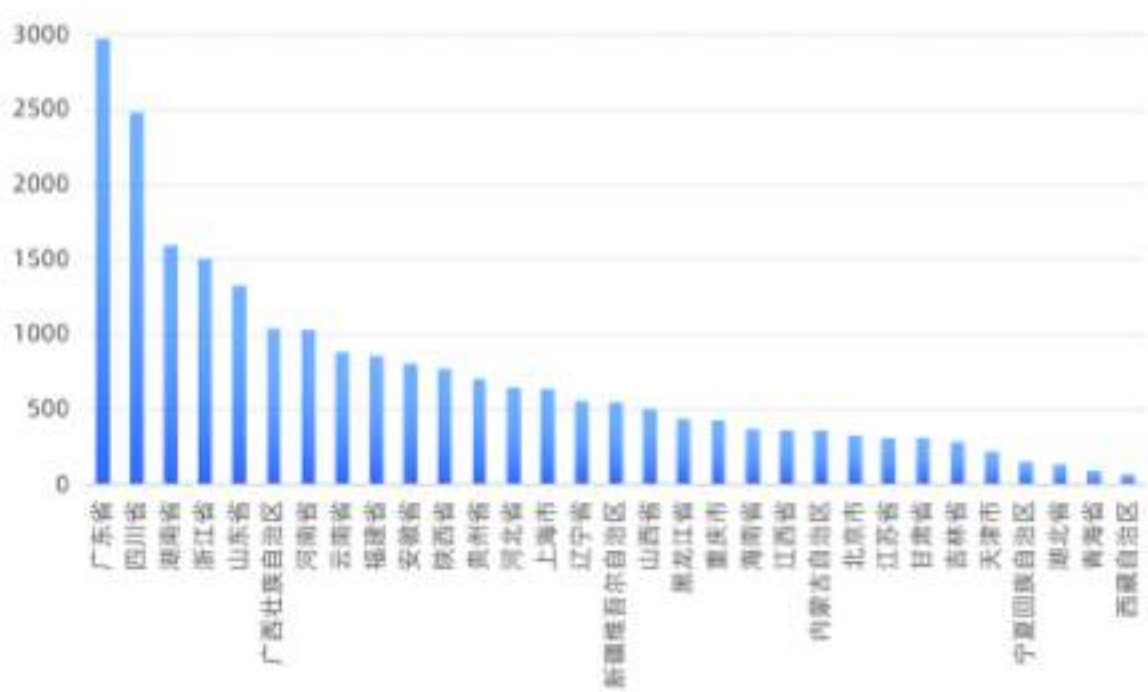
4-8 各省份代表性世代（银发族群&Z世代）

近年来酒店消费偏好对比及分析

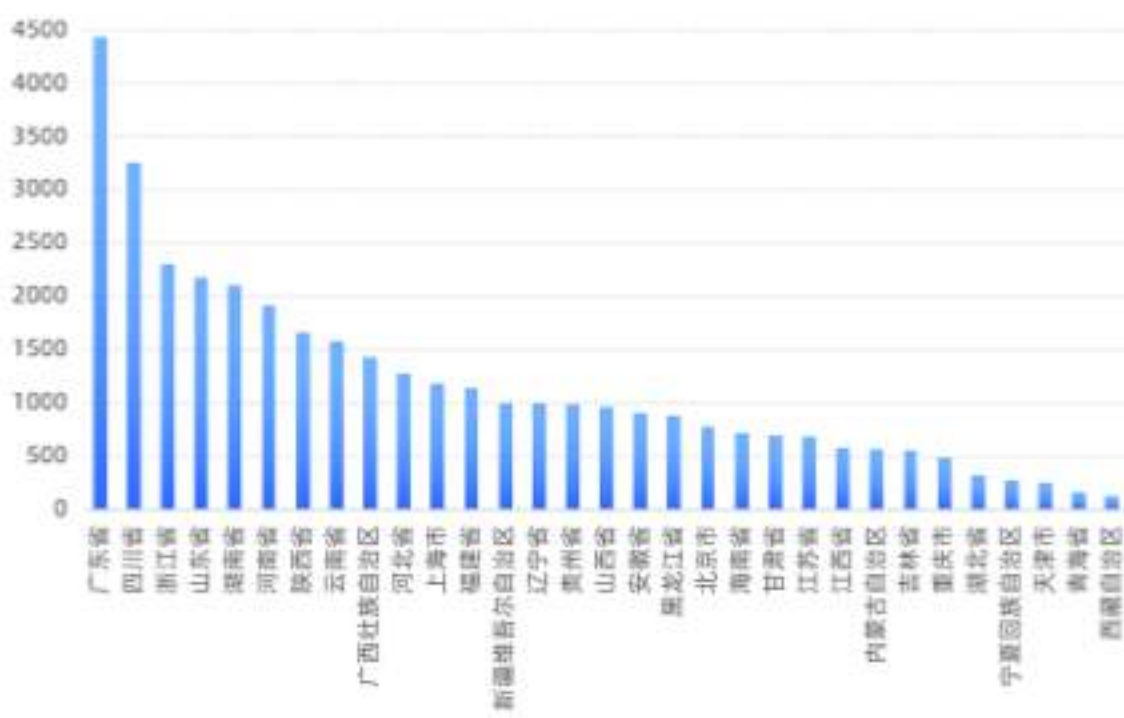


“银发族”近两年全国不同省份酒店消费“偏好”（一）

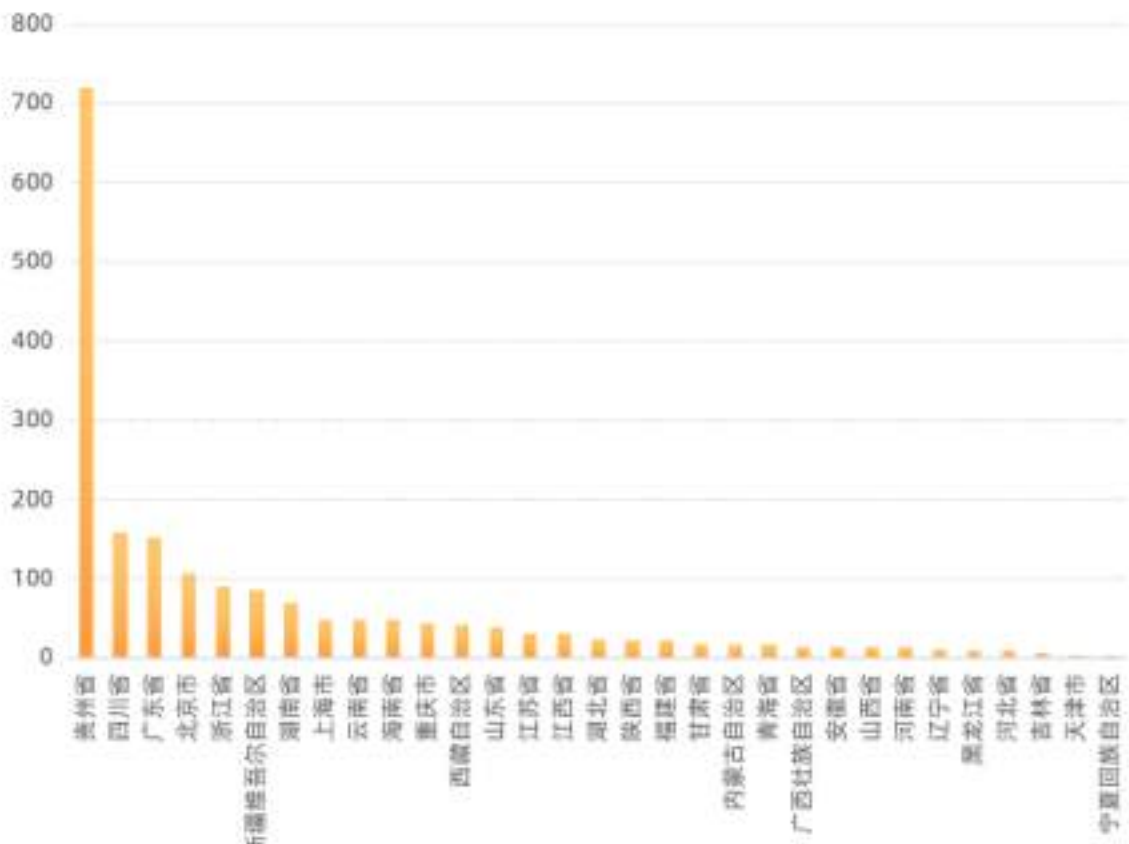
2022年区间（0-200】订单分布状况



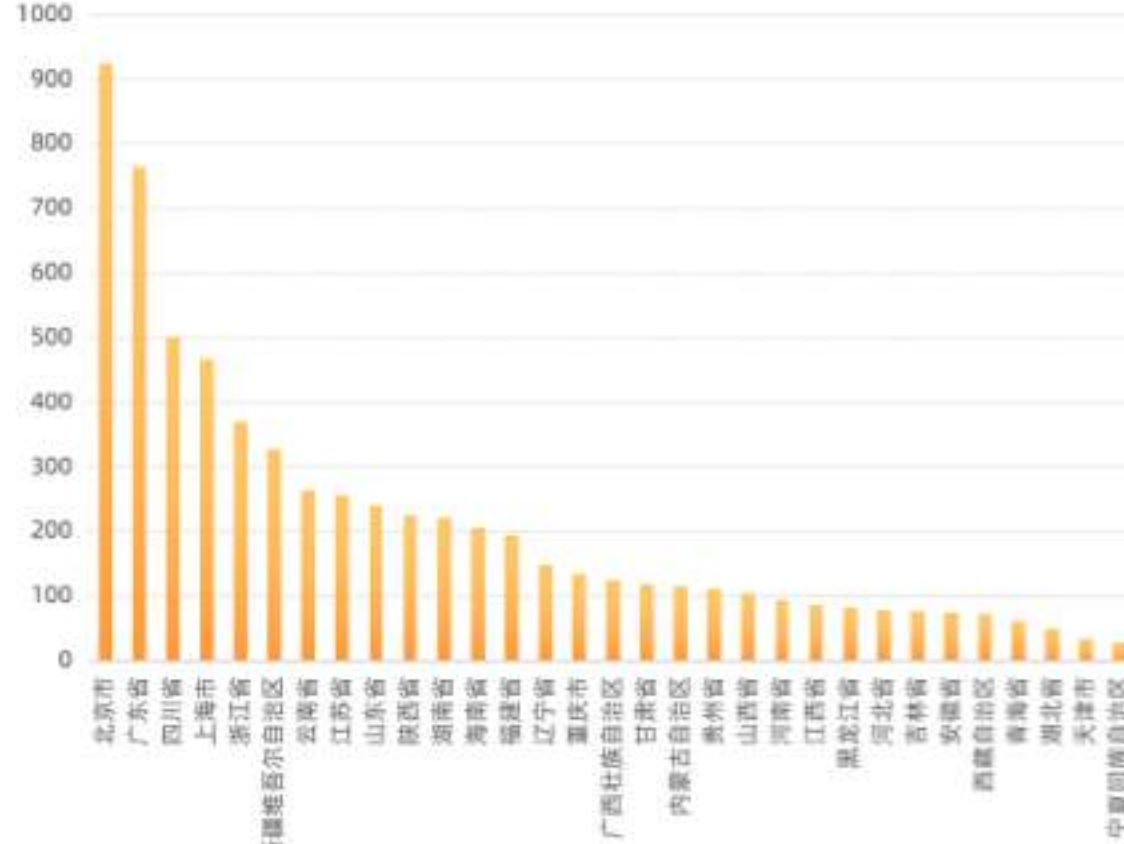
2023年区间（0-200】订单分布状况



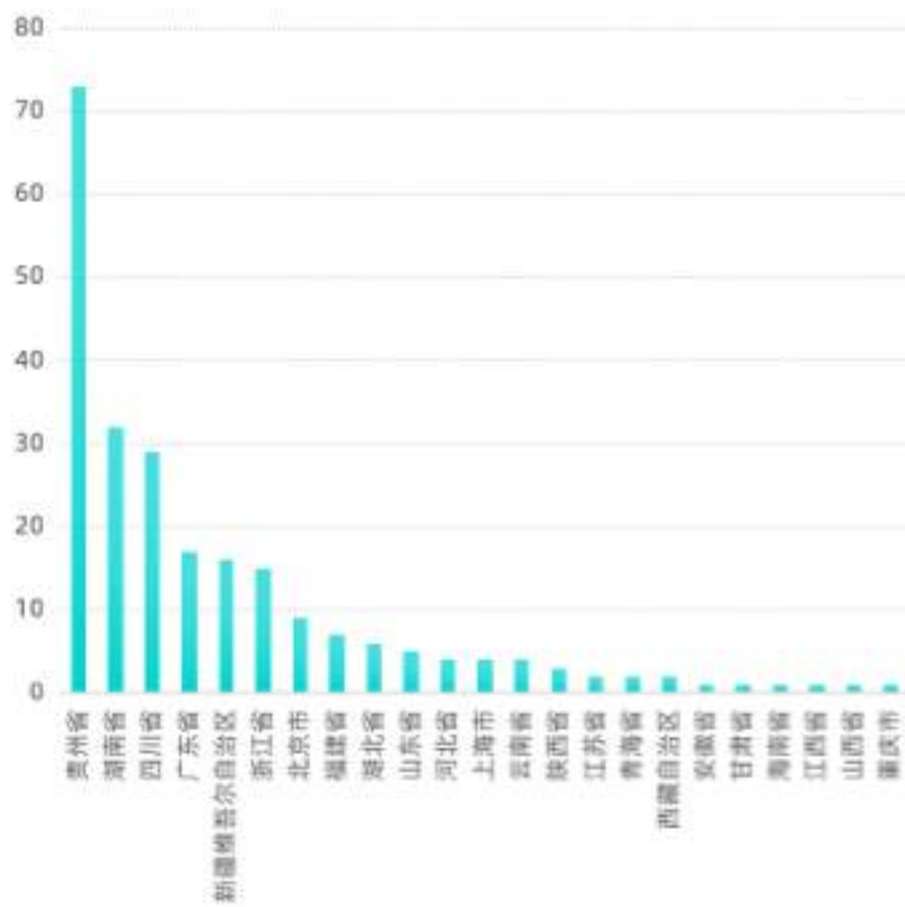
2022年区间（200-400】订单分布状况



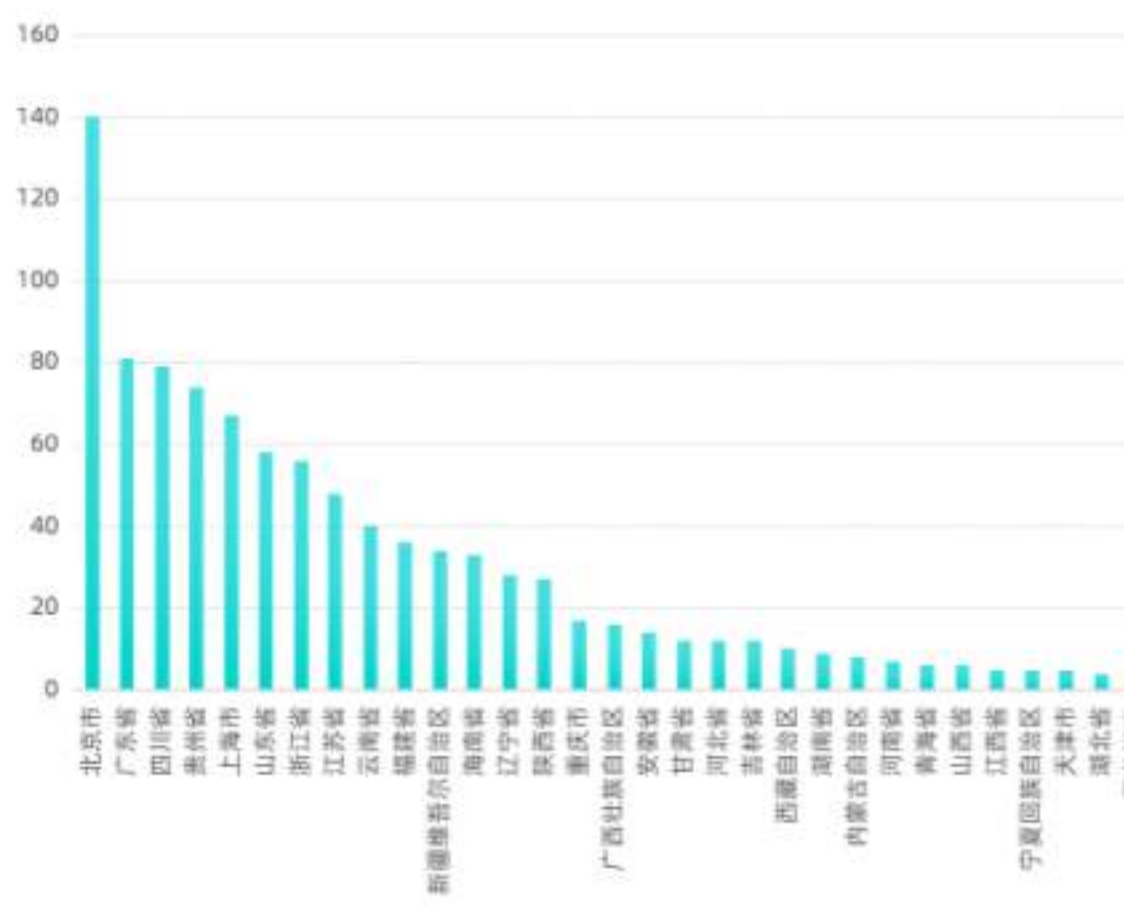
2023年区间（200-400】订单分布状况



2022年区间（400-600】订单分布状况



2023年区间（400-600】订单分布状况



备注：本处银发族群未严格按照行业通常划分标准，出于订单总量更可观考量，对该族群年龄划分降低至平台中55岁及以上消费群体，特此作出说明。

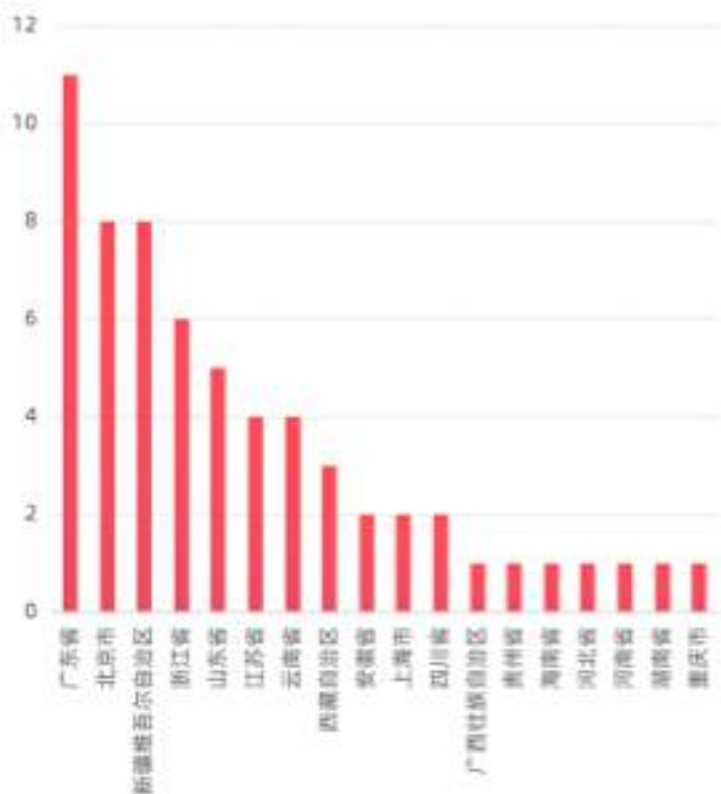
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。

4-8 各省份代表性世代（银发族群&Z世代） 近年来酒店消费偏好对比及分析

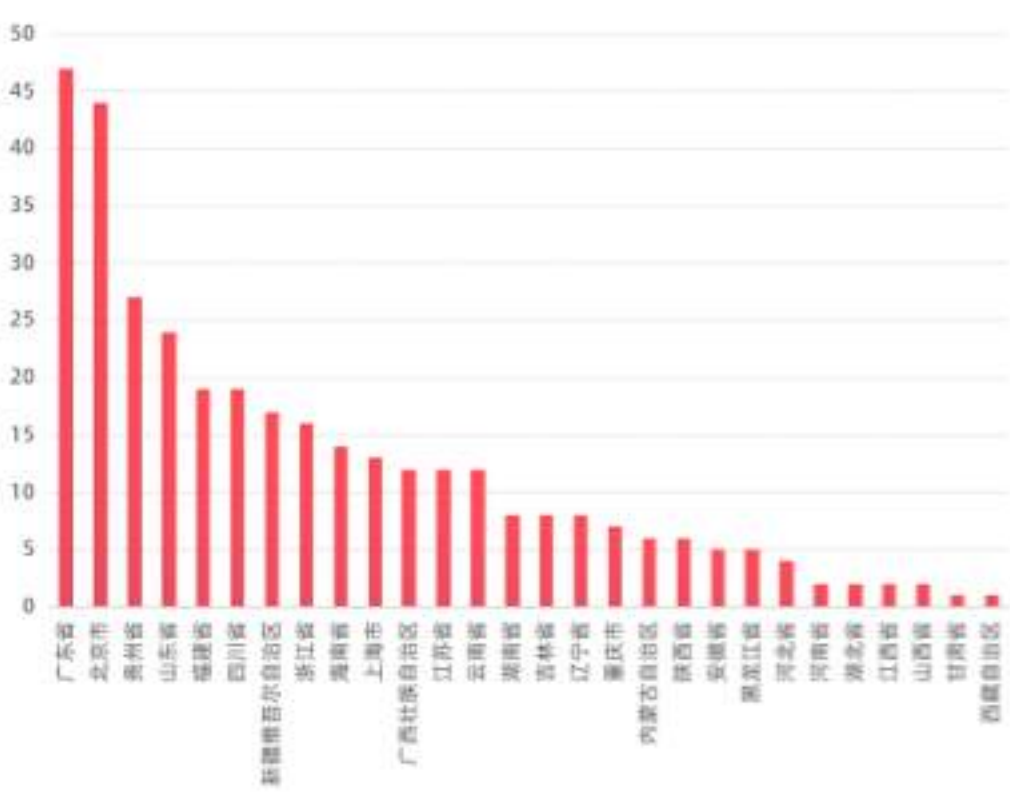


“银发族”近两年全国不同省份酒店消费“偏好”（二）

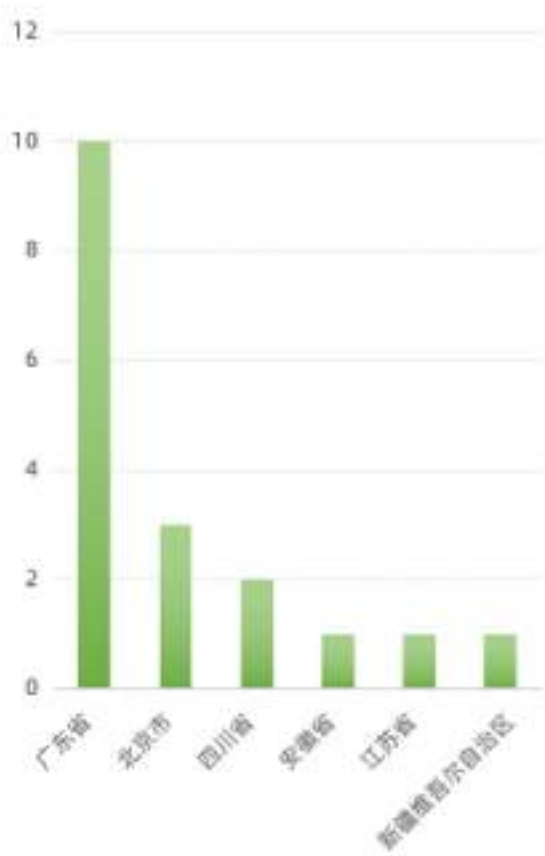
2022年区间（600-1000】订单分布状况



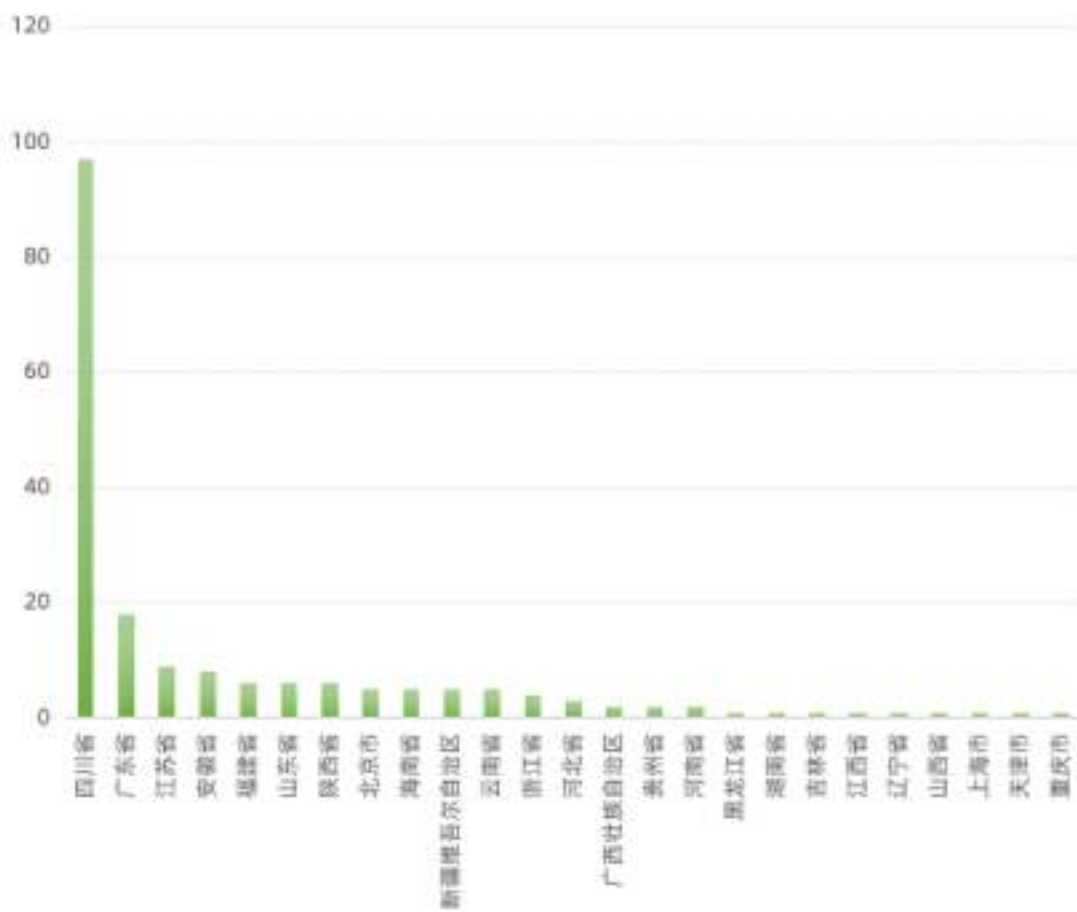
2023年区间（600-1000】订单分布状况



2022年1000级以上订单分布状况



2023年1000及以上订单分布状况



备注：本处银发族群未严格按照行业通常划分标准，出于订单总量更可观考量，对该族群年龄划分降低至平台中55岁及以上消费群体，特此作出说明。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。



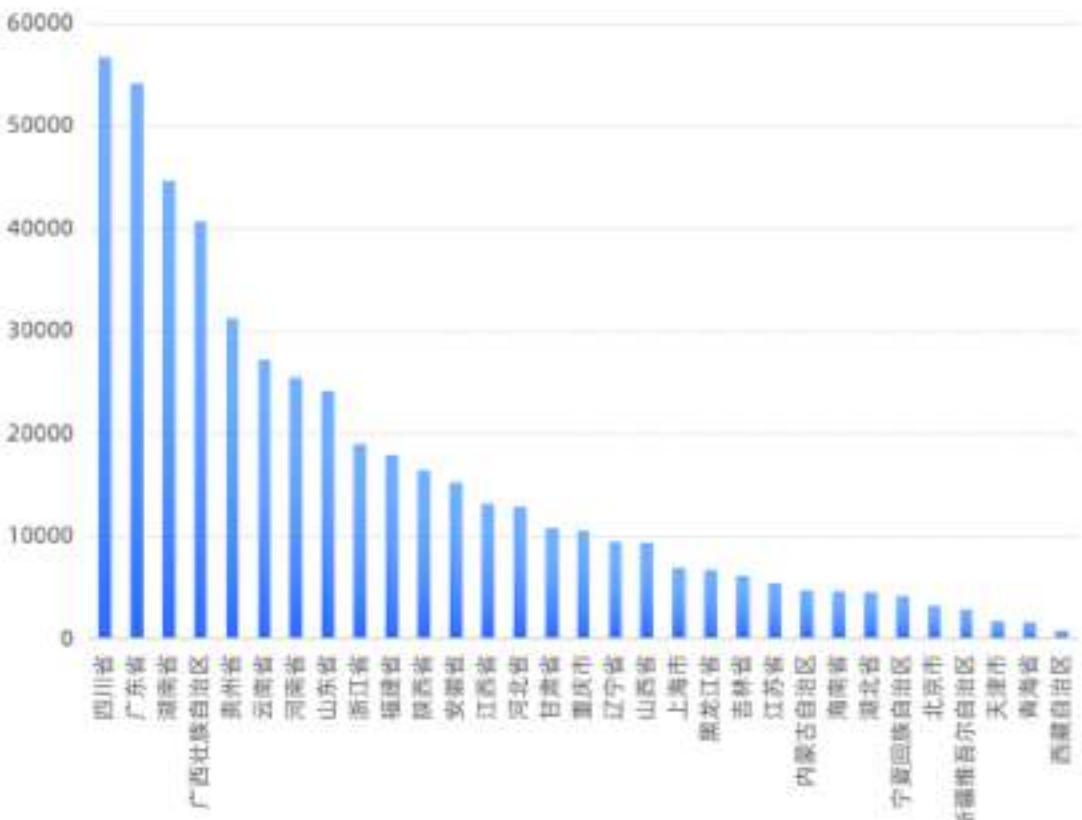
其实近年以来我国老年人口规模持续扩大，日益崛起的“银发经济”显示出银发一族的消费需求和消费能力，老年旅游产业也展现出巨大的增长空间。早前，中国社科院曾经发布过一组数据，仅在2021年，银发一族年个人旅游消费开支达到5000元以上的比例，60后就已经超过了70后和80后，同时根据其它公开数据，银发一族的客单价是几乎Z世代的2.5倍。不过具体到上图银发一族近2年酒店住宿消费数据来看，该族群消费偏向较高房价，酒店订单虽然有所增长，仍有较大挖掘空间，对于一些省份而言，该族群真正消费能力依然未能充分彰显，特别是千元房价以上住宿消费方面。

4-8 各省份代表性世代（银发族群&Z世代）

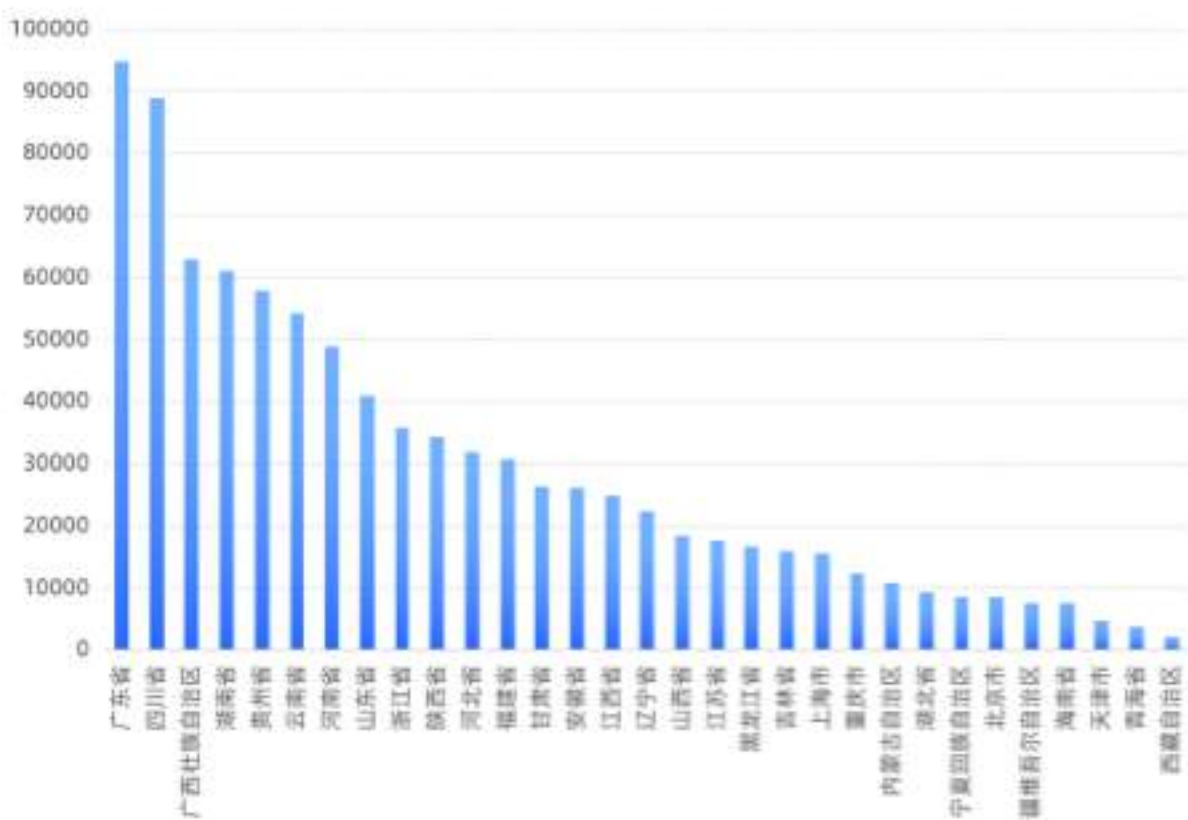
近年来酒店消费偏好对比及分析

“Z世代族群” 近两年全国不同省份酒店消费“偏好”（一）

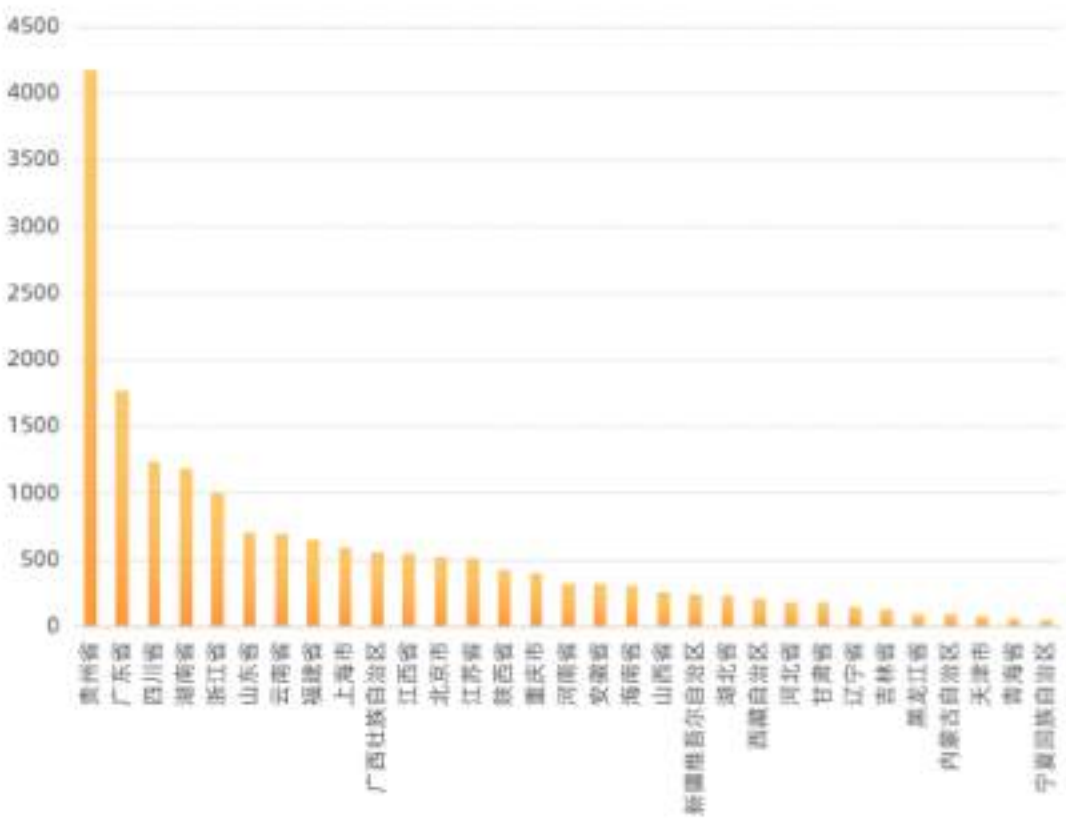
2022年区间（0-200】订单分布状况



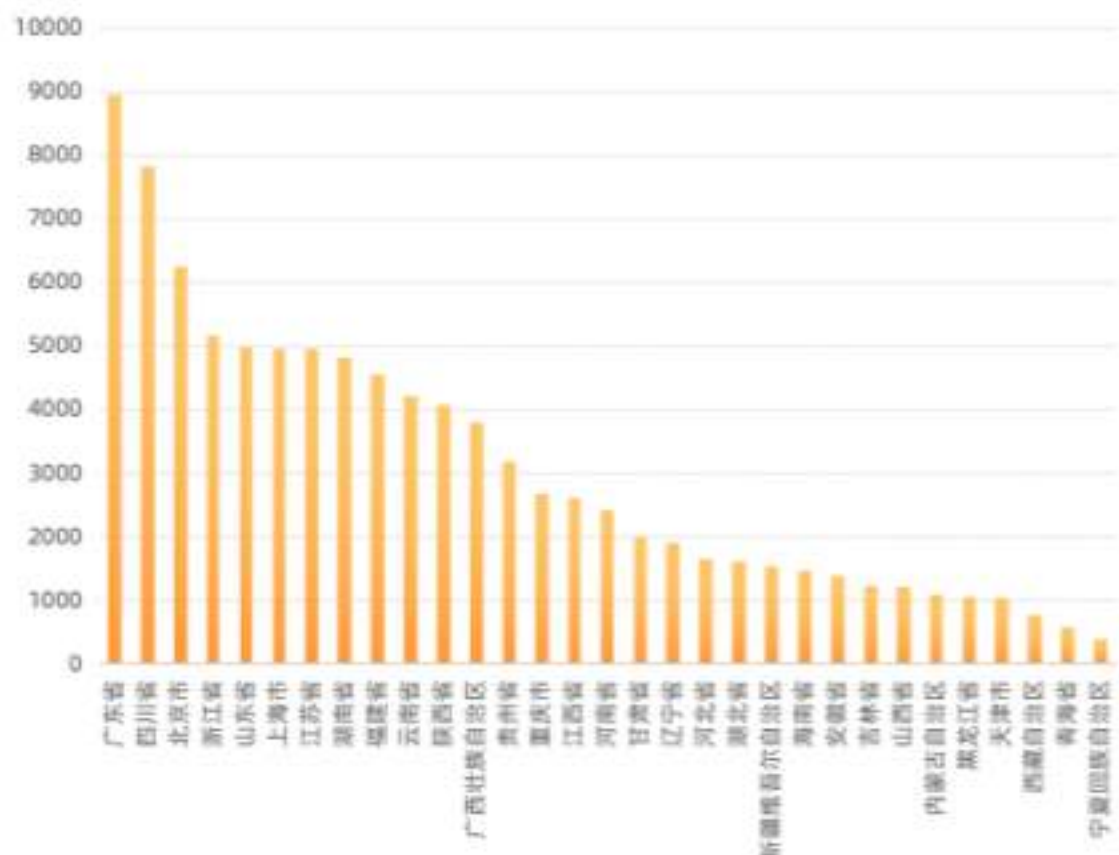
2023年区间（0-200】订单分布状况



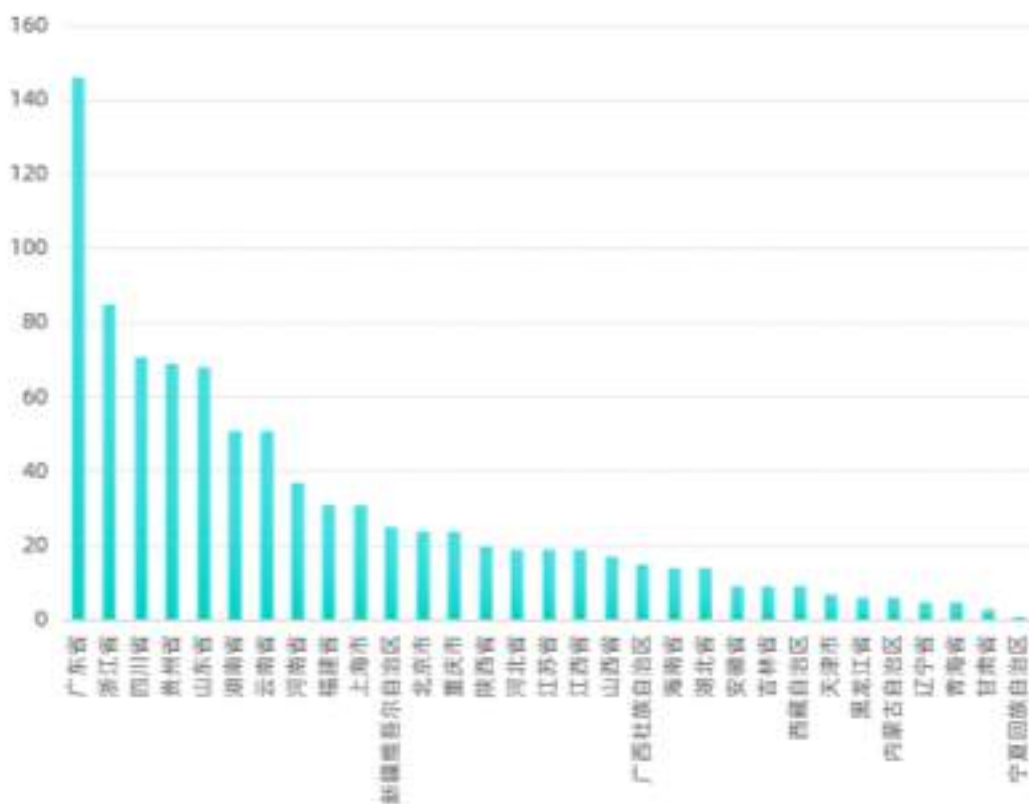
2022年区间（200-400】订单分布状况



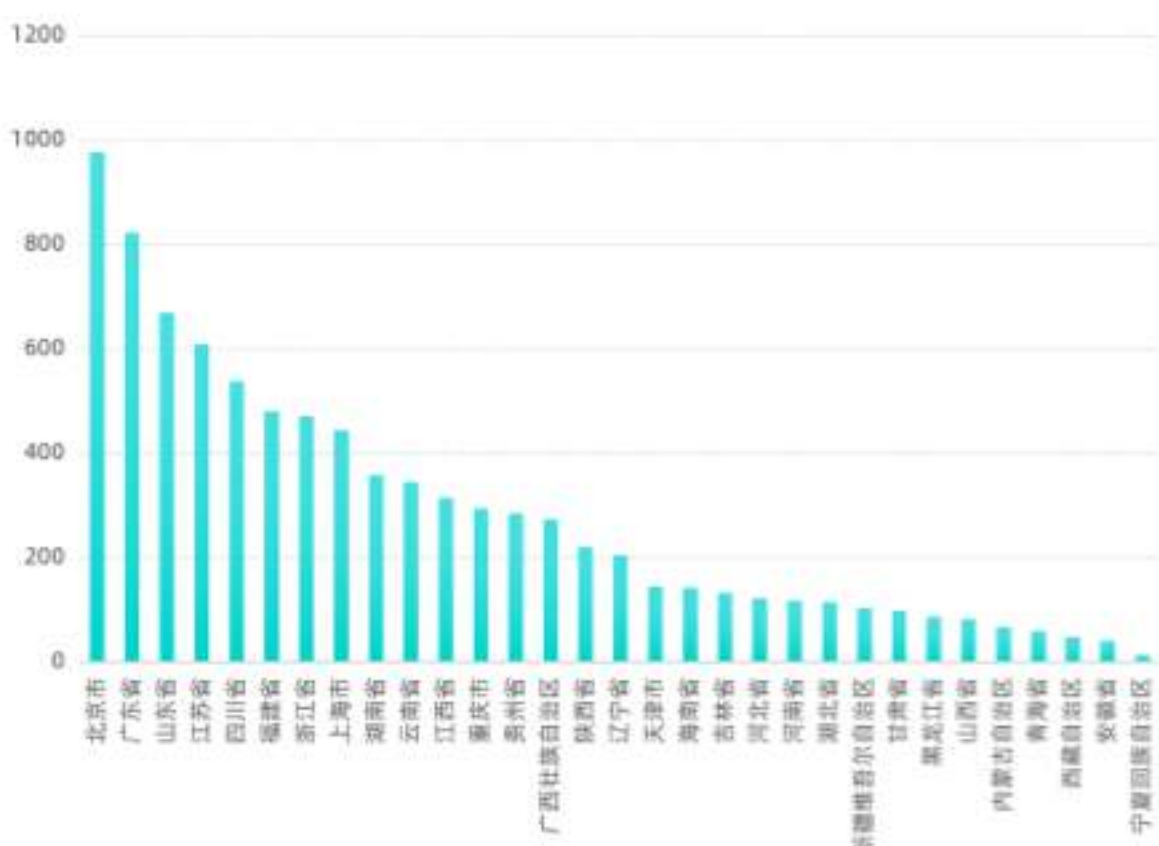
2023年区间（200-400】订单分布状况



2022年区间（400-600】订单分布状况



2023年区间（400-600】订单分布状况



备注：本处Z世代族群未严格按照行业通常划分标准，出于订单总量更可观考量，对该族群年龄划分延展至25岁及以下的年龄群体，特此作出说明。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。

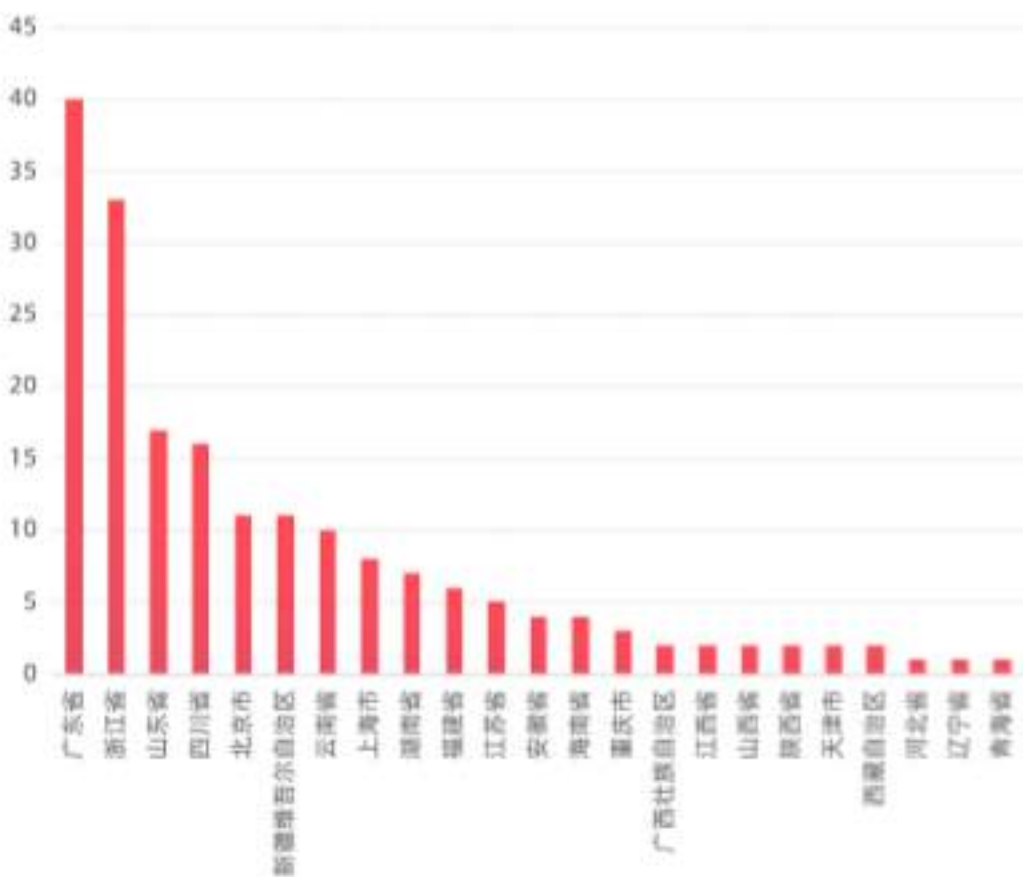
4-8 各省份代表性世代（银发族群&Z世代）

近年来酒店消费偏好对比及分析

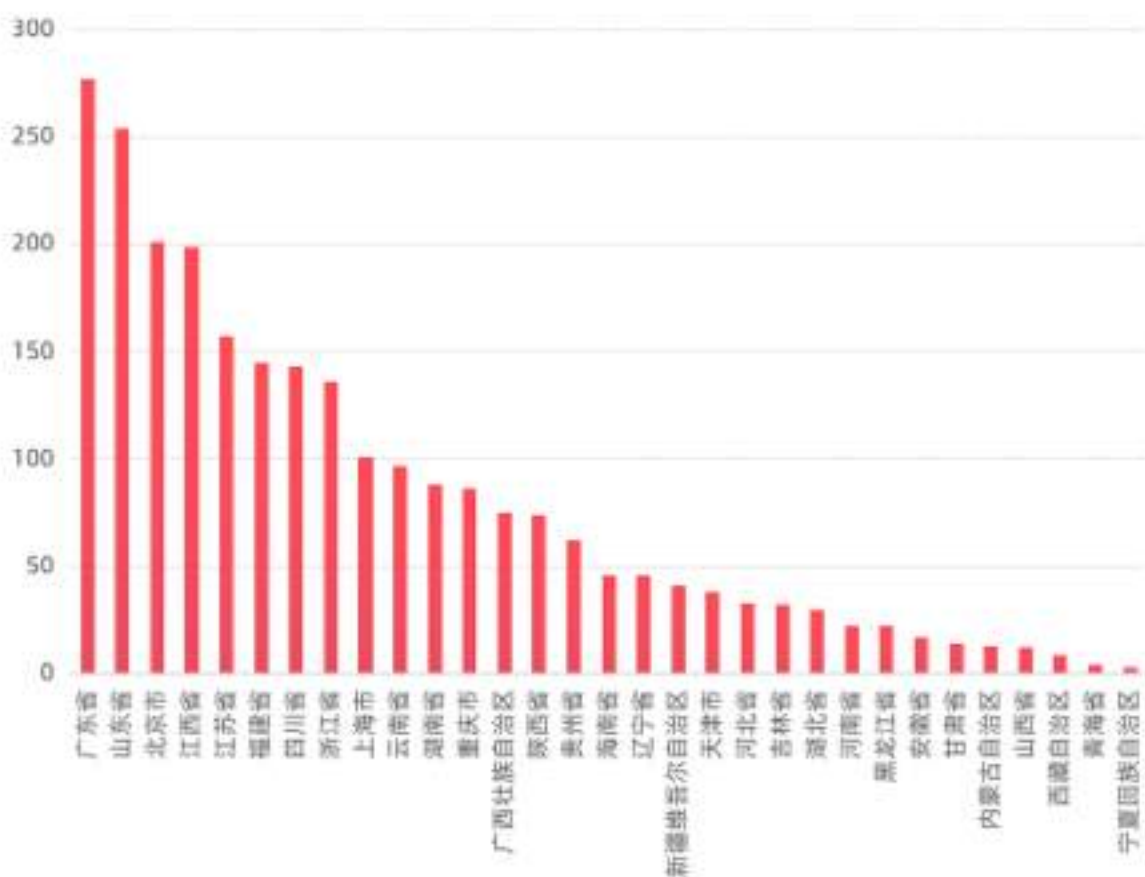


“Z世代族群”近两年全国不同省份酒店消费“偏好”（二）

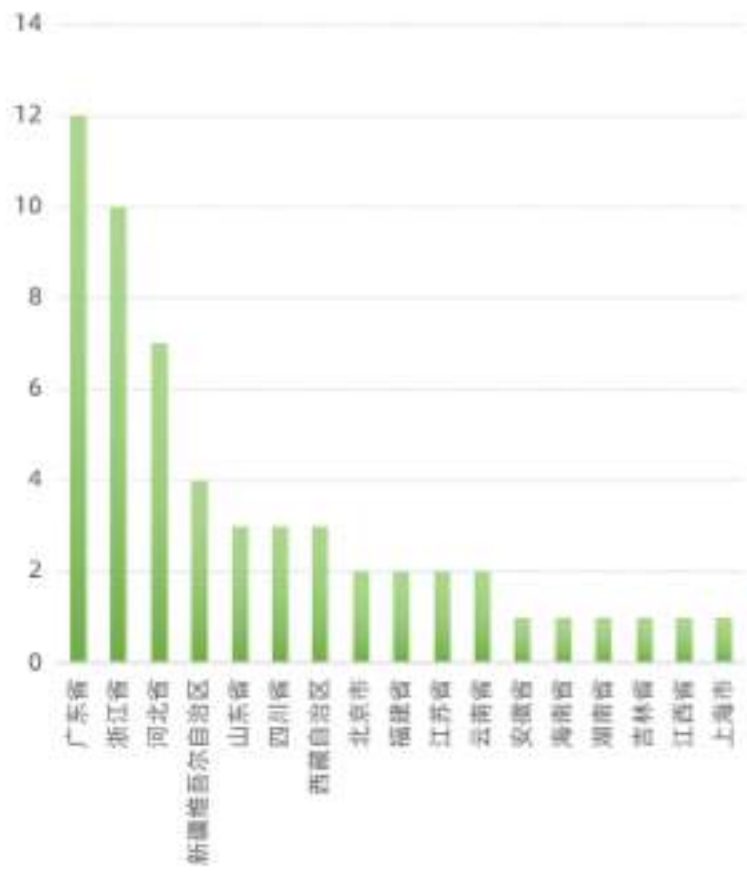
2022年区间（600-1000】订单分布状况



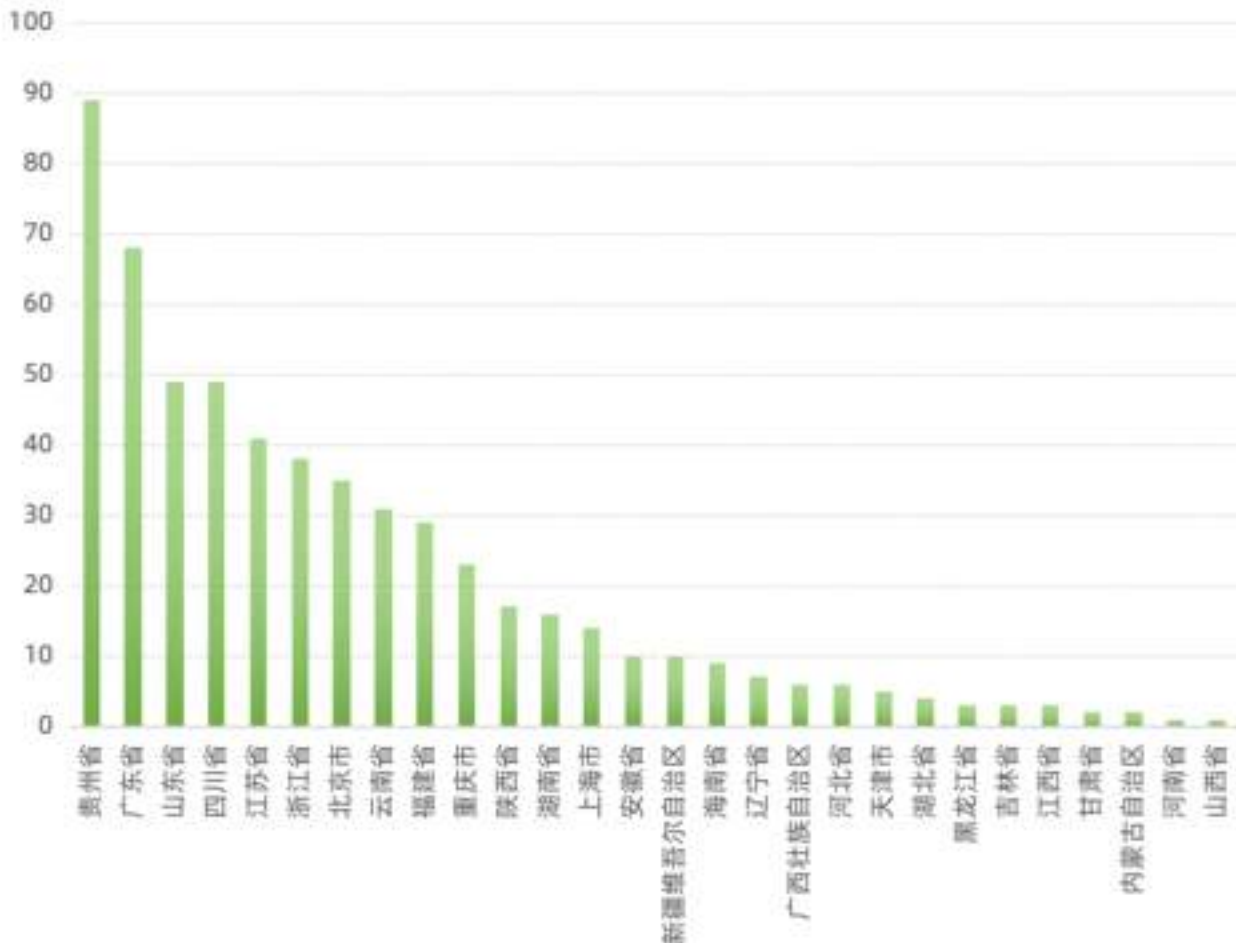
2023年区间（600-1000】订单分布状况



2022年1000级以上订单分布状况



2023年1000及以上订单分布状况



备注：本处Z世代族群未严格按照行业通常划分标准，出于订单总量更可观考量，对该族群年龄划分延展至25岁及以下的年龄群体，特此作出说明。
数据来源：酒店之家APP、各大OTA平台、PMS系统。



结合数据来看，“Z世代”青年的住宿消费400元以下的各省份订单累计最高，结合之前研究院一些数据可知，“Z世代”当前平均住宿消费水平大约为175-200元/间，这一规律也符合早前论断，这也较为符合“Z世代”青年的整体收入水平。

值得投资人注意的是，“Z世代”青年是各种新生住宿业态的主力消费人群。研究院早前已有相关研究，如18至27岁的“Z世代”青年在电竞酒店用户群中占比高达45.2%，是绝对消费主力。此外，“Z世代”青年还是剧本杀酒店、宠物酒店等住宿新业态的潮流引领者和核心消费人群。

出品团队

酒店之家 驿镜数据研究院

更多酒店投前业务请上酒店之家APP

更多酒店行业省市、集团&品牌、经济圈等现状和趋势
性分析报告请关注酒店之家APP公众号



酒店之家APP



酒店之家订阅号

其他合作事宜，请联系

酒店之家官方客服：tcinnhome

或发邮箱 innhome@ly.com

酒店之家定位

面向住宿行业投资人的数字化一站式酒店投资服务平台，
提供行业数据和报告，经营工具，交易撮合等服务

酒店之家愿景

成为酒店投资人最信赖的投资服务平台

酒店之家使命

让酒店投资更成功

免责声明

本报告基于本公司认为可靠的、已公开的信息编制，但本公司对该等信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅反映报告发布当前的观点和判断。本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的观点、结论和建议仅供参考，不构成最终投资行为。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及作者均不承担任何法律责任。未经本公司书面许可，任何机构或个人不得以翻版、复制、发表、引用或再次分发他人等任何形式侵犯本公司版权。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“酒店之家”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。本公司对于一切剽窃版权的行为保留追究相关责任的权力。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。