

酒

店

旅

游

信

息

采

编



总第 216 期

3-2

2023.3.30



# 目 录

<b>业界动态</b> .....	<b>1</b>
2023年2月中国酒店业发展报告 .....	1
<b>要闻精粹</b> .....	<b>25</b>
行业要闻 .....	25
灵活用工模式受到酒店重视 .....	32
<b>行家之音</b> .....	<b>36</b>
张润钢：如何看待当下的酒店行业状况？ .....	36
<b>走进全球酒店</b> .....	<b>43</b>
隐于闹市，寄情山水，昆山花桥华邑的东方美学 .....	43



## 2023年2月中国酒店业发展报告

来源：迈点研究院 · 2023-03-06

2月，酒旅市场“稳开高走”；“浪漫经济”推动消费热度持续攀升，各大酒店集团抓住机遇强势发力国内为市场拓展。

### 一、市场动态总结

1. 月度总况：酒旅市场“稳开高走”；“浪漫经济”推动消费热度持续攀升

2月市场保持活跃，寒冬后的解封加速市场回暖：酒店节后客房、会务、餐饮数据全线飘红，重点酒旅项目持续建设落户加速全球及国内市场布局；得益于出境便利度的大幅提升，出境游势头持续火热，携程数据显示，截至2月7日，预订2-3月海外酒店的订单量环比增长52%；此外，浩华《2023年第一季度中国酒店市场景气调查报告》显示，三年以来，市场综合景气指数首次回正，国内酒店市场整体呈现明显的回暖趋势，各市场主体秉持乐观态度。

随着乡村旅游的持续火热以及对康养需求的转变，2月民宿市场热度攀升。木鸟民宿数据显示，2月14日，民宿预订量达2022年同期的2.4倍，“网红”民宿预订量达2022年同期的2.6倍，上海迪士尼和北京环球影城周边民宿预订量同比均出现1.7倍以上的增长。同时，乡村民宿发展趋于成熟完善，2月24日，乡村民宿服务认证工作现场推进会在浙江省湖州市德清县召开。会上发布《乡村民宿服务认证要求》认证认可行业标准，这也是认证认可行业标准首次延伸到民宿行业。

情人节催发“浪漫经济”，酒店市场再现节后客流高峰。据去哪儿数据显示，2023年2月14日酒店预订间夜量同比增长3.4倍，自2月5日以来，2月14日入住的酒店预订量逐日增长，单日增幅达三成。截至2月11日，“情人节”预订间夜量已超过2019年四成，同比2022年增长3.4倍。

2. 品牌开业签约：中端、中高端酒店强势拓展，国际国内品牌齐发力

品牌酒店开业：据迈点研究院不完全统计，2023年2月新开业137家酒店，



类型横跨全品类。酒店类型占比上，中端酒店最多，54家，格林豪泰酒店开业突破10家，维也纳酒店达到7家；其次是中高端酒店，45家；经济型酒店以20家的数量排名第三；然后是国际高端酒店、轻中端酒店、国内高端酒店、奢华酒店和精品民宿。

2023年2月开业酒店项目一览		
品牌类型	酒店数量	主要酒店项目
奢华酒店	1	阿里山英迪格酒店
国际高端酒店	7	苏州古运河逸衡酒店 莫干山都喜天丽酒店 上海西岸美高梅酒店 潮州腾瑞皇冠假日酒店 墨江榕树家温德姆花园酒店
国内高端酒店	3	廊坊大兴机场君澜酒店 香港丽豪航天城酒店 银川鼓楼玉皇阁北街亚朵S酒店
中高端酒店	45	北京海淀稻香湖希尔顿花园酒店 丽柏酒店(广州火车站店) 成都武侯祠希尔顿惠庭酒店 广州萝岗科学城骑士物语酒店 襄阳暨尔湾华美达酒店
中端酒店	54	CityNote希诺酒店(昆明世纪城店) 云菲酒店(江西抚州乐安大都汇店) 希岸酒店九江火车站万达广场店 麗枫酒店·和田迎宾路店 美豪丽致酒店(西安沣西新城管委会店) 如家精选酒店(莱州光州西街店)
轻中端酒店	6	途客中国轻居酒店随州烈山大道店 白玉兰酒店(沧州盐山凤凰公园店) 青季酒店MINI(上海南站店)
经济型酒店	20	贝壳酒店安徽省合肥市第二人民医院店 速8酒店邢台汽车园店 7天酒店(淄博华光路广电大厦店)
精品民宿	1	携程度假农庄福建永泰赤锡店

资料来源：迈点研究院（不完全统计）

酒店品牌签约：据不完全统计，2023年2月中国酒店市场新签约项目93家。



《酒店旅游信息采编》2023年3月下期总第216期

锦江酒店（中国区）、旅悦集团等均有签约项目落地。其中旅悦集团拿下36个项目，实力可嘉。品牌类型上，精品民宿签约23家，中端酒店签约19家，中高端酒店签约16家，国际高端酒店签约8家。在市场布局上，呈现全国扩张态势的同时，酒店品牌都在加码旅游目的地城市和下沉市场。

2023年2月签约酒店项目一览		
品牌类型	酒店数量	主要酒店项目
奢华酒店	2	上海冰雪世界洲至甄选酒店 杭州华尔道夫酒店
国际高端酒店	8	上海冰雪世界皇冠假日酒店 西安国际港务区皇冠假日酒店 上海浦东滨江喜来登酒店 钓鱼台美高梅酒店广州项目 美利亚豪华臻选酒店内蒙古阿尔山项目
国内高端酒店	6	花筑奢·庐山觅岚隐居民宿 广东翡翠湾·白天鹅度假酒店项目
中高端酒店	16	锦江都城酒店·福建晋江项目 陌上轻雅酒店（金华市永康项目） 陌上轻居酒店（郑州花园路） 陌上轻奢酒店（漯河临颖项目） 卓亚世纪缘国际酒店项目 柏纳酒店（三亚湾店） Vyluk蔚徕酒店（象山万达广场店）
中端酒店	19	艺龙海雅酒店亳州项目 河北石家庄澳斯特WOW酒店 爱电竞酒店（西安雁塔店）
轻中端酒店	13	米漾米居浏阳沿溪大围山店 IU酒店·成都红光大道店
经济型酒店	6	锦江之星浙江省嘉兴市嘉善县亭桥南路酒店 7天酒店签约16个项目
精品民宿	23	花筑·黛水和一线海景民宿酒店（大理双廊古镇店） 花筑·崇明旧乡二店

资料来源：迈点研究院（不完全统计）

酒店人事任命：据迈点不完全统计，2023年2月共有39位高管履新，环比





1月升高34.4%，其中涉及雅阁璞邸酒店、瑞吉酒店、万达嘉华酒店等数十个奢华、高端酒店。市场全面回暖以后，酒店各职务人才的变动和优化，将有助于提升酒店品质、提高协作效能。

2023年2月酒店人事任命一览		
姓名	酒店/集团	职位
Deepak Booneady	禧亚酒店及度假村集团	CEO
毛怡冰	万豪国际集团	大中华区总裁
黄勤辉	凯悦酒店集团	大中华区商务副总裁
张经邦	TUI BLUE 酒店集团	亚洲区运营负责人
欧代份	广州莲花山雅阁璞邸酒店	总经理
费里·沃恩克先生	国家会展中心上海洲际酒店	总经理
于飞迪	上海静安瑞吉酒店	总经理
罗立军	广东河源巴伐利亚庄园&雅阁度假·澳斯特菩提酒店	总经理
陈文峰	武汉襄投万豪酒店	总经理
赵华	三亚海棠湾喜来登度假酒店&三亚海棠湾JW万豪度假酒店	总经理
葛浩德	贵阳凯宾斯基大酒店	总经理
赵丽莎	广东河源巴伐利亚庄园&雅阁度假·澳斯特菩提酒店	副总经理
丁华州	广州白云人和雅阁澳斯特酒店	总经理
孙刚刚	新余华侨豪生大酒店	总经理
Joseph Colina	吴哥莱佛士大酒店	总经理
翟新斌	杭州锦豪雷迪森酒店	总经理
朱一军	象山黄金海岸雷迪森酒店	总经理
袁雪山	嘉兴海盐雷迪森维嘉酒店	总经理
陈积袁	镇江康华汇利喜来登酒店	总经理
杨睿	帕劳悦舍雷迪森度假酒店	总经理
李朝旭	宁德富力万达嘉华酒店	总经理
王旭	丽水遂昌雷迪森怿曼酒店	总经理
倪萍	嘉兴雷迪森怿曼酒店	总经理
赵维军	成都花水湾豪生温泉大酒店	副总经理
郑孝庆	义乌博览皇冠假日酒店	总经理
陈耀彬	长沙富力万达文华酒店	总经理
古龙	苏州金普顿竹辉酒店	总经理
蔡德来	郑州富力万达文华酒店	总经理
董继闪	抚州仙盖山温德姆至尊豪廷大酒店	总经理
Marc Selinger	美利亚清迈酒店	总经理
丹尼尔·罗兰·梅尔	三亚亚龙湾喜来登度假酒店	总经理

资料来源：迈点研究院（不完全统计）

3. 品牌拓展更新：多集团达成战略合作，品牌加速国内外市场拓展



**品牌推新升级：**第一，亚朵集团旗下年轻商旅酒店品牌轻居重磅推出3.0版本——轻居「水空蓝」，此次历经品牌重塑后全新面世的轻居3.0版本，依托复合业态经营提升坪效，通过控制选材、公区规模和空间融合的设计巧思，打磨出兼具竞争力的产品形态和“轻投入、快回报”的投资模型，开启了全新的中端酒店运营模式。

**酒店战略合作：**第一，裸心与携程战略合作，宣布携手拓展可持续的生活方式，补齐国内乡村高端度假的短板，为实现乡村振兴和共同富裕联合助力；第二，君亭酒店与中旅酒店达成战略合作，双方拟聚焦品牌共创、资源互通、平台共建，在酒店管理、联名品牌建设、会员合作、创新升级等方面开展深度合作，带动双方主业全面提质、全速发展；第三，万达酒店及度假村与海通恒信正式签订战略合作协议，双方将在酒店投融资领域达成全面、深度战略合作，建立酒店“投融建管退”的完整产业生态，共同引领酒店资产管理新格局；第四，擎朗智能与东呈集团签署战略合作协议，双方将共同协力推动服务机器人深入酒店场景，助力酒店行业提质赋能，通过提供高稳定、高效率的无接触服务，助力企业产业化、数字化、智能化升级。擎朗智能与东呈的强强联合，大幅度提升了客人的入住体验；第五，榕树家与富蓝特酒店集团战略合作签约，此次合作，将在张家界打造短、中长期旅居康养服务、合作转诊绿色通道，凸显高品质旅行居住特色，结合医疗康养、中医药康养、气候康养、食疗康养于一体，充分激发旅游者的归属感，创造、吸纳并长期留住大量旅游客源。第六，丽呈集团与富士丽雅酒店集团达成战略合作，富士丽雅旗下“季枫”和“富士”等系列品牌加入丽呈集团联盟，成为丽呈品牌矩阵中的新生力量。

**市场拓展方面：**第一，都喜酒店集团公布2023年扩张计划，预计新开14家酒店和度假村。第二，尚美数智科技集团发布2023年核心战略，提出将“用户为先”作为2023年的核心战略，未来将通过设计、会员、智能三大增长飞轮，聚焦8大核心品牌，实现1600家好店的战略目标。

#### 4. 酒店资产交易：2月拍卖不止，酒店资产加速腾挪

据迈点不完全统计，2023年2月，共有35家酒店拍卖，其中拍卖价格在亿元以上酒店11家，拍卖价格在5000万元以上酒店7家，拍卖价格5000万元以下酒店15家。截至月底，共有4家酒店成交。



三年环境冲击，酒店业务受到较大影响，业务停滞、项目未能如期交付，酒店营收进入下行通道逐渐陷入流动性困境，在债务危机及业务压力下充足的资金补充成为刚需。为解决现金流难题，酒店、商业等大宗资产转让频发，拍卖转让资金募集成为资金释压重要方式。2月酒旅市场逐渐回暖，但集团资金压力累积仍存在，为确保重创后的“轻装上阵”，各大酒店集团努力调整组织架构，梳理资产投入比重，剔除烂尾资产，新增优质资源，以谋求业务扩张优化酒店盈利能力。

2023年2月酒店资产交易一览	
酒店名称	资产交易情况
潍坊盈远酒店	<b>2200万元底价转让</b> 挂牌期截至5月6日。
舟山阿尔法酒店	<b>拍卖价格：1.57亿元</b> 标的物：舟山阿尔法酒店发展有限公司重整投资权拍卖(简称“阿尔法酒店公司”)重整投资权益所对应的资产范围主要包括归属于阿尔法酒店公司名下的不动产及其他实物资产，包含酒店建筑物所有权、土地使用权及厨房设备、家具、布草类等资产。
汉魏国际大酒店	<b>拍卖价格：1.4亿元</b> 标的物：洛阳市孟津区小浪底大道与河图大道交汇处西南角的“汉魏国际大酒店”及土地使用权。
新龙国际	<b>拟4800万港元收购日本淡岛酒店</b> 收购事项与集团投资于能提供收入并有长线资产升值潜力的房地产投资策略一致。
郑州裕鸿大酒店	<b>1号楼、2号楼、3号楼、4号楼房产2.93亿元拍卖</b> 标的物评估价为4.08亿元。
和一国际大酒店	<b>起拍价2.44153亿元起</b> 将在3月16日开始竞拍。
金潮玉玛国际酒店	<b>拍卖价格：5.98亿元</b> 标的物：金潮玉玛国际酒店房产、土地使用权及酒店内不可移动附属设施设备。
锦林快捷酒店	<b>Z3号1-2层拍卖</b> 参考价494.64万元。





<b>南方明珠国际大酒店</b>	<b>拍卖价格：2.49亿元</b> 标的物：南宁市武鸣区(原武鸣县)城厢镇定罗路 12-1号的南宁南方明珠国际大酒店1幢(包括地面1-21层、地下室-1层)、副楼1、3#-6#接待楼在建工程及对应的三宗国有土地使用权。
<b>格兰云天大酒店</b>	<b>拍卖价格：10.52亿元</b> 标的物：深圳市宝安区观澜街道中心区观澜格兰云天大酒店的酒店、公寓、娱乐功能楼、职工宿舍。
<b>江苏永林国际酒店</b>	<b>拍卖价格：3.12亿元</b> 标的物：江苏永林国际酒店有限公司所有的位于建湖县城湖中南路东侧明珠路南侧永林国际大酒店二期、永林国际大酒店东侧综合楼共两处不动产及室内外配套设施。
<b>神憩大酒店</b>	<b>拍卖价格：1.46亿元</b> 标的物：郴州大道与郴江路交汇处的梨树山路1号神憩大酒店(现京伦酒店7-16楼、19楼、22-25楼)。
<b>禹神轩国际酒店</b>	<b>拍卖价格：1.31亿元</b> 标的物：信宜市东镇长塘二宗土地的国有土地使用权及信宜市禹神轩国际酒店负一层至第十五层房屋所有权、十六层建筑物、及房屋内的部分物资。
<b>贵州凤栖酒店</b>	<b>拍卖价格：1.19亿元</b> 标的物：被执行人名下位于贵州省江口县双江镇象狮大道宏鑫旅游接待服务中心(凤栖酒店)资产。
<b>丫髻山森林酒店</b>	<b>拍卖价格：1.12亿元</b> 标的物：洛娃科技实业集团有限公司持有的位于北京市平谷区密三路(刘家店段)99号1幢-1至4层101金潮玉玛丫髻山森林酒店房屋所有权、土地使用权及酒店内不可移动的附属设备设施。
<b>时尚贵宾馆</b>	<b>拍卖价格：9670万元</b> 标的物：乌兰察布市兴和县新城区兴和大道国际酒店(主楼)以及兴和县新城区国际酒店院内(时尚贵宾楼)。主楼建筑面积:14600㎡, 贵宾楼建筑面积:8800.90㎡。
<b>雅安红珠宾馆</b>	<b>拍卖价格：9500万元</b> 标的物：位于四川省雅安市雨城区北郊乡红星村雅安红珠宾馆的整体资产。
<b>锦和酒店</b>	<b>拍卖价格：9374万元</b> 标的物：琼中县营根镇海榆路锦和酒店A#-A01至A12房产以及车库等酒店附属设施。
<b>索普锐中州国际饭店</b>	<b>拍卖价格：8356万元</b> 标的物：漯河市临颖县新城路西侧景观大道北侧临国用2014第0089号土地及其地上附属物(索普锐中州国际饭店)。
<b>原阳县公园世纪大酒店</b>	<b>拍卖价格：7461万元</b> 标的物：原阳县公园世纪大酒店有限公司名下土地房屋建筑物设备及其他资产。
<b>砀山国际大酒店</b>	<b>拍卖价格：5300万元</b> 标的物：砀山国际大酒店有限公司主楼第1-11层商业服务房屋建筑产权和宗地使用权。



<b>恒亚大酒店</b>	<b>拍卖价格：5139万元</b> 标的物：禄劝彝族苗族自治县禄劝县城掌鸠河南路1号恒亚大酒店。
<b>荣成市丽璟酒店</b>	<b>拍卖价格：4745万元</b> 标的物：荣成市丽璟酒店所含不动产及部分酒店(宾馆)用品。
<b>御庭大酒店</b>	<b>拍卖价格：4314万元</b> 标的物：贵州御庭房地产开发有限公司御庭大酒店商品房和办公设备。
<b>拉菲国际酒店</b>	<b>拍卖价格：4313万元</b> 标的物：四川省成都市温江区南江路230号、228号附202号、208号1栋10层-17层房屋。
<b>艺景生态餐饮酒店</b>	<b>拍卖价格：3735万元</b> 标的物：如皋市如城街道益寿南路186号御墅园2幢综合楼南侧扩建部分(酒店)及御墅园2幢1室商业用房(含无证房产、装饰装修)及案外人拒不领取的部分室内物品。
<b>雅安市碧海云天酒店</b>	<b>拍卖价格：3315万元</b> 标的物：雅安市雨城区滨江大道尚东·碧海云天4栋3—12层共110项建(构)筑物所有权及酒店内部装饰装修、机器设备、可移动资产所有权。
<b>康龙大酒店</b>	<b>拍卖价格：2788万元</b> 标的物：福清市三山镇横坑村康龙大酒店整座房产、土地使用权及房产内未搬离的财物。
<b>华美酒店</b>	<b>拍卖价格：2180万元</b> 标的物：位于镇安县王家坪村四组华美酒店房产及土地使用权。
<b>紫韵罗兰度假酒店</b>	<b>拍卖价格：2062万元</b> 标的物：长白山保护开发区池北区二道镇白林东区通场路紫韵罗兰度假酒店项目在建工程及土地使用权。
<b>华埠大酒店</b>	<b>拍卖价格：1824万元</b> 标的物：开化华埠大酒店有限公司百盛路408号房地产及室内物品。
<b>环湖北路913号酒店</b>	<b>拍卖价格：1469万元</b> 标的物：浙江省杭州市淳安县环湖北路913号酒店。
<b>旭瑞酒店</b>	<b>拍卖价格：1044万元</b> 标的物：洛川县凤栖镇中心街南段西侧房产(旭瑞酒店部分建筑物)。
<b>方圆假日酒店</b>	<b>拍卖价格：995万元</b> 标的物：阳泉市方圆假日酒店部分房产。
<b>佳程酒店21层</b>	<b>拍卖价格：662万元</b> 标的物：长沙市劳动西路386号佳程酒店21层所有房产。

资料来源：迈点研究院

### 2023年2月酒店融资动态一览

酒店/集团	融资事件
<b>首旅酒店</b>	拟发行10亿元中期票据 期限3年
<b>海南嘉佩乐酒店</b>	22.01亿元ABS获上交所反馈。

资料来源：迈点研究院



## 5. 企业营收情况：全球市场全面回暖，头部集团营收、净利双增长

2月，酒店集团陆续披露2022年业绩情况。截止发稿，迈点研究院获取8家酒店集团财务数据，总体较为可观，净利润同比均实现正增长，其中雅高集团（PINK:ACRFF）、朗廷-SS（01270.HK）、凯悦酒店（H.US）、万豪国际（MAR.US）、希尔顿度假酒店（HGV.US）净利润同比增长超过100%，其中雅高集团（PINK:ACRFF）净利润同比370.59%，遥遥领先。2022年雅高（PINK:ACRFF）全年整体RevPAR对比2019年增长了2%，净利润4亿欧元。其2022年雅高集团积极全球拓展，截止12月，雅高酒店总数达到5445家，筹建酒店1247家。

### 2022年国际酒店集团营收净利润数据

集团名称	营收	营收同比	净利润	净利润同比
雅高酒店 (PINK:ACRFF)	42亿欧元	80%	4亿欧元	370.59%
洲际酒店 (IHG.US)	38.92亿美元	33.88%	3.75亿美元	40.98%
朗廷-SS (01270.HK)	2.97亿元	48.03%	3.75亿元	221.06%
凯悦酒店 (H.US)	58.91亿美元	94.55%	4.55亿美元	304.95%
万豪国际 (MAR.US)	207.70亿美元	49.91%	23.58亿美元	114.56%
希尔顿度假酒店 (HGV.US)	38.35亿美元	64.24%	3.52亿美元	100.00%
精选国际酒店 (CHH.US)	14.02亿美元	31.11%	3.32亿美元	14.95%
温德姆酒店及度假村 (WH.US)	14.98亿美元	-4.28%	3.55亿美元	45.49%

资料来源：酒店集团财报，迈点研究院整理

## 二、本月百强榜单

以下是迈点研究院独家发布的“2023年2月酒店品牌影响力100强榜单”。本月，维也纳酒店、希尔顿欢朋酒店、锦江酒店、洲际酒店、宜尚酒店、亚朵酒店、如家酒店、希尔顿酒店、凯悦酒店、维也纳国际酒店进入榜单前十。本月100强榜单中，共有33个品牌排名环比上升，53个品牌排名环比下降，1个品牌排名没有发生变化。本月共有13个酒店品牌新晋百强榜单，分别为：索菲特酒店、兰欧酒店、万信至格酒店、康铂酒店、半岛酒店、华邑酒店、丽芮酒店、丽亭酒店、丽笙酒店、丽晶酒店、易佰酒店、美居酒店、朗廷酒店。





## 2023年2月酒店品牌影响力100强榜单

排名	品牌名称	所属集团	MBI 值	排名变化
1	维也纳酒店	锦江酒店(中国区)	730.34	—
2	希尔顿欢朋酒店	希尔顿酒店集团	608.00	↑
3	锦江酒店	锦江国际集团	593.65	↑
4	洲际酒店	洲际酒店集团	593.51	↑
5	宜尚酒店	东呈集团	561.92	↑
6	亚朵酒店	亚朵集团	560.18	↑
7	如家酒店	首旅如家酒店集团	553.28	↑
8	希尔顿酒店	希尔顿酒店集团	539.93	↓
9	凯悦酒店	凯悦酒店集团	533.82	↑
10	维也纳国际酒店	锦江酒店(中国区)	531.25	↓
11	万豪酒店	万豪国际集团	521.99	↑
12	麗枫酒店	锦江酒店(中国区)	517.69	↓
13	皇冠假日酒店	洲际酒店集团	515.99	↓
14	喜来登酒店	万豪国际集团	513.55	↓
15	城市便捷酒店	东呈集团	511.42	↓
16	丽思卡尔顿酒店	万豪国际集团	495.24	↑
17	四季酒店	四季酒店集团	474.81	↑
18	喆啡酒店	锦江酒店(中国区)	468.45	↓
19	锦江之星	锦江酒店(中国区)	463.87	↓
20	君亭酒店	君亭酒店集团	448.35	↑
21	全季酒店	华住集团	445.40	↓
22	悦榕庄	悦榕酒店和度假村	438.97	↑
23	智选假日酒店	洲际酒店集团	436.45	↑
24	桔子酒店	华住集团	431.34	↑
25	假日酒店	洲际酒店集团	429.88	↓
26	W 酒店	万豪国际集团	421.72	↑
27	7 天酒店	锦江酒店(中国区)	421.18	↓
28	君悦酒店	凯悦酒店集团	420.40	↑
29	潮漫酒店	锦江酒店(中国区)	417.50	↓
30	汉庭酒店	华住集团	414.76	↓
31	雅阁酒店	雅阁酒店集团	402.02	↑
32	万达文华酒店	万达酒店及度假村	400.78	↑
33	锦江都城酒店	锦江酒店(中国区)	393.61	↑
34	IU 酒店	锦江酒店(中国区)	385.00	↓
35	柏悦酒店	凯悦酒店集团	381.90	↑
36	Club Med	复星旅文集团	377.79	↑
37	格林豪泰酒店	格林酒店集团	377.39	↓
38	速 8 酒店	温德姆酒店集团	374.19	↓
39	温德姆酒店	温德姆酒店集团	373.84	↑
40	白玉兰酒店	锦江酒店(中国区)	368.54	↓
41	华美达酒店	温德姆酒店集团	365.12	↓
42	凯里亚德酒店	卢浮酒店集团	357.69	↑
43	香格里拉酒店	香格里拉酒店集团	349.15	↓



44	万达嘉华酒店	万达酒店及度假村	348.52	↓
45	希岸酒店	锦江酒店(中国区)	336.52	↓
46	OYO 酒店	OYO 酒店集团	335.27	↓
47	瑞吉酒店	万豪国际集团	335.23	↓
48	布丁酒店	住友酒店集团	333.46	↓
49	澳斯特酒店	雅阁酒店集团	331.31	↑
50	万丽酒店	万豪国际集团	331.18	↑
51	ZMAX HOTELS	锦江酒店(中国区)	329.88	↓
52	宝格丽酒店	万豪国际集团	329.77	↑
53	威斯汀酒店	万豪国际集团	329.35	↑
54	希尔顿逸林酒店	希尔顿酒店集团	325.07	↓
55	索菲特酒店	雅高酒店集团	322.12	—
56	艾美酒店	万豪国际集团	319.43	↑
57	华尔道夫酒店	希尔顿酒店集团	319.21	↑
58	尚客优酒店	尚美数智科技集团	318.32	↑
59	柏曼酒店	东呈集团	317.39	↑
60	康莱德酒店	希尔顿酒店集团	313.36	↑
61	花筑民宿	旅悦集团	312.36	↑
62	星程酒店	华住集团	311.47	↓
62	海友酒店	华住集团	311.27	↑
64	兰欧酒店	尚美数智科技集团	308.50	↓
65	文华东方酒店	文华东方酒店集团	307.92	↑
66	万信至格酒店	首旅如家酒店集团	304.70	↓
67	康铂酒店	卢浮酒店集团	302.22	↓
68	如家商旅酒店	首旅如家酒店集团	299.20	↓
69	丽怡酒店	丽笙酒店集团	297.26	↓
70	尚客优品酒店	尚美数智科技集团	295.04	↑
71	半岛酒店	半岛酒店集团	293.65	↑
72	华邑酒店	洲际酒店集团	292.20	↓
73	维也纳3好酒店	锦江酒店(中国区)	289.65	↓
74	亚特兰蒂斯酒店	柯兹纳国际酒店集团	289.09	↑
75	丽芮酒店	丽笙酒店集团	288.88	↓
76	派酒店	锦江酒店(中国区)	288.78	↑
77	铂尔曼酒店	雅高酒店集团	287.22	↑
78	怡莱酒店	华住集团	286.48	↑
79	瑰丽酒店	瑰丽酒店集团	284.05	↓
80	轻住酒店	轻住酒店集团	283.74	↑
81	丽亭酒店	丽笙酒店集团	282.85	↓
82	非繁城品酒店	锦江酒店(中国区)	282.48	↑
83	和颐酒店	首旅如家酒店集团	280.23	↓
84	如家精选酒店	首旅如家酒店集团	279.71	↓
85	丽笙酒店	丽笙酒店集团	279.13	↑
86	都市118连锁酒店	都市酒店集团	277.82	↑
87	万怡酒店	万豪国际集团	277.49	↑
88	丽晶酒店	洲际酒店集团	276.44	↓
89	华驿酒店	首旅如家酒店集团	275.16	↑





90	易佰酒店	逸柏酒店集团	275.10	↑
91	派柏·云酒店	首旅如家酒店集团	275.06	↓
92	贝壳酒店	格林酒店集团	274.97	↓
92	雅斯特酒店	雅斯特酒店集团	274.97	↑
94	宜必思酒店	雅高酒店集团	273.20	↓
95	骏怡酒店	尚美数智科技集团	270.67	↓
96	福朋喜来登酒店	万豪国际集团	269.65	↑
97	美居酒店	雅高酒店集团	269.15	↓
98	朗廷酒店	朗廷酒店集团	267.01	↓
99	睿柏·云酒店	首旅如家酒店集团	266.97	↓
100	君澜度假酒店	君亭酒店集团	265.63	↓

数据来源：迈点研究院

### 三、品牌细分榜单

#### 1. 酒店品牌类型分布

##### 1) 酒店类型分布与品牌指数



数据来源：迈点研究院

2023年2月类型榜单中，中端酒店品牌类型数量最多，有420个；奢华酒店品牌类型数量最少，有72个。从品牌指数来看，奢华酒店最高，品牌指数均值为222.91；精品民宿最低，品牌指数均值144.82。

迈点研究院数据显示，奢华酒店品牌指数整体居高不下，在市场背景惨淡之下仍保持领先地位。随着洲际酒店集团、万豪国际集团进一步发力奢华酒店市场、全球范围内积极布局，奢华酒店板块再度掀起热潮。2023年新开业的代表性的



奢华酒店有：阿里山英迪格酒店等。

2) 酒店类型细分榜单

2023年2月各类型酒店品牌指数榜单					
高端酒店品牌 TOP10					
奢华酒店		国际高端酒店		国内高端酒店	
排名	品牌名称	排名	酒店品牌	排名	酒店品牌
1	洲际酒店	1	希尔顿酒店	1	锦江酒店
2	丽思卡尔顿酒店	2	凯悦酒店	2	万达文华酒店
3	四季酒店	3	万豪酒店	3	万达嘉华酒店
4	悦榕庄	4	皇冠假日酒店	4	君澜度假酒店
5	W酒店	5	喜来登酒店	5	碧桂园凤凰酒店
6	柏悦酒店	6	君悦酒店	6	花间堂
7	香格里拉酒店	7	雅阁酒店	7	建国饭店
8	瑞吉酒店	8	Club Med	8	开元名都酒店
9	宝格丽酒店	9	温德姆酒店	9	君乐酒店
10	索菲特酒店	10	万丽酒店	10	澳门银河酒店
中端酒店品牌 TOP10					
中高端酒店		中端酒店		轻中端酒店	
排名	品牌名称	排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	希尔顿欢朋酒店	1	维也纳酒店	1	IU酒店
2	亚朵酒店	2	宜尚酒店	2	白玉兰酒店
3	维也纳国际酒店	3	麗枫酒店	3	尚客优品酒店
4	君亭酒店	4	喆啡酒店	4	维也纳3好酒店
5	智选假日酒店	5	全季酒店	5	睿柏·云酒店
6	假日酒店	6	桔子酒店	6	希岸·轻雅酒店
7	锦江都城酒店	7	潮漫酒店	7	万爱情侣酒店
8	华美达酒店	8	格林豪泰酒店	8	智尚酒店
9	ZMAX HOTELS	9	凯里亚德酒店	9	途客中国轻居酒店
10	兰欧酒店	10	希岸酒店	10	青季酒店



经济连锁酒店品牌 TOP10			
经济型酒店		精品民宿	
排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	如家酒店	1	花筑民宿
2	城市便捷酒店	2	携程度假农庄
3	锦江之星	3	路客 HOTELS
4	7天酒店	4	泊心云舍
5	汉庭酒店	5	久栖连锁客栈
6	速8酒店	6	大乐之野
7	OYO酒店	7	那云星空宿酒店
8	布丁酒店	8	尧珈
9	尚客优酒店	9	登巴客栈
10	海友酒店	10	良宿

数据来源：迈点研究院

## 2. 酒店品牌主题分布

### 1) 酒店主题分布与品牌指数



数据来源：迈点研究院

据迈点研究院数据显示，2023年2月酒店主题数量分布中，商务酒店占比最多，多达144个；潮牌酒店占比最少，仅有13个。品牌指数均值来看，潮牌酒店、商务酒店、个性化酒店位列前三；电竞酒店品牌指数均值最低，为146.08，



其品牌处于市场培育期，相对小众。从品牌指数的环比变化来看，艺术酒店、商务酒店、生活方式酒店增幅较为明显，主要得益于市场大环境的好转，商旅需求急剧攀升，酒店行业中占据重要一极的商务酒店快速恢复，因此在回暖的2月，无论是品牌数量还是品牌指数均值，商务酒店的数据表现较为可观。2月，生活方式酒店如一匹黑马在快速复原的市场中崭露头角。生活方式酒店作为市场细分的一种酒店类型，在国内尚处于发展阶段，无论是认知还是认同都存在局限。但市场的升级与群体的更迭致使传统酒店的吸引力日渐下降，既满足了消费者的需求，又迎合酒店市场发展新方向的生活方式酒店逐渐迈入大众视野。生活方式代表性酒店有：枫渡酒店、穆拉酒店、瑰宝酒店等。

### 3) 酒店主题细分榜单

2023年2月各主题酒店品牌指数榜单					
商务酒店		度假酒店		生活方式酒店	
排名	品牌名称	排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	维也纳酒店	1	悦榕庄	1	喆啡酒店
2	希尔顿欢朋酒店	2	Club Med	2	白玉兰酒店
3	维也纳国际酒店	3	花筑民宿	3	澳斯特酒店
4	全季酒店	4	亚特兰蒂斯酒店	4	ZMAX HOTELS
5	桔子酒店	5	君澜度假酒店	5	威斯汀酒店
6	潮漫酒店	6	雅阁度假酒店	6	康铂酒店
7	汉庭酒店	7	花间堂	7	丽芮酒店
8	格林豪泰酒店	8	澳门银河酒店	8	宜必思酒店
9	柏曼酒店	9	涵碧楼	9	万达文华酒店
10	星程酒店	10	途客中国酒店	10	郁锦香酒店
潮牌酒店		个性化酒店		设计师酒店	
排名	品牌名称	排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	W酒店	1	希岸酒店	1	丽怡酒店
2	英迪格酒店	2	瑞吉酒店	2	君屿酒店
3	艾迪逊酒店	3	派酒店	3	宜必思尚品酒店





养生酒店		电竞酒店		社交酒店	
排名	品牌名称	排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	碧桂园凤凰酒店	1	锦囊青年酒店	1	IU酒店
2	六善酒店	2	创电竞酒店	2	如家精选酒店
3	阿纳迪酒店	3	爱电竞酒店	3	都市118精选酒店
文化酒店		艺术酒店		电影酒店	
排名	品牌名称	排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	亚朵酒店	1	柏悦酒店	1	美豪酒店
2	君亭酒店	2	兰欧酒店	2	巨片电影酒店
3	尚客优品酒店	3	木莲庄酒店	3	有戏电影酒店
美学酒店		轻奢酒店		情侣酒店	
排名	品牌名称	排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	雅阁璞邸酒店	1	山水S酒店	1	万爱情侣酒店
2	坤逸酒店	2	艺龙酒店	2	菲酒店
3	云和夜泊酒店	3	中濠酒店	3	一簪·玫瑰酒店

数据来源：迈点研究院

### 3. 酒店品牌区域分布

#### 1) 酒店区域分布与品牌指数



数据来源：迈点研究院





2023年2月区域酒店分布中，全国性品牌数量最多，有616个；其次是华东区域品牌，有395个；再次为全球性品牌，有202个。从各区域酒店品牌指数来看，全球性品牌以绝对性的优势领先，其次分别为全国、华南、东北、西北、华中、华东、西南、华北。各区域品牌指数平均值为169.14，全球性、全国性品牌高于平均值。

2月，随着市场的加速回暖酒店发展再度上升，国内、全球酒店均迎来新的爆发增长，万豪、洲际、希尔顿等头部国际酒店集团率先出击加码布局中国市场，公布2023年在中国的酒店扩张计划，国际酒店和本土酒店品牌竞争，正在进入一个新的阶段。

### 2) 酒店区域细分榜单

2023年2月各区域酒店品牌指数榜单					
全球地区		全国地区		华东地区	
排名	品牌名称	排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	希尔顿欢朋酒店	1	维也纳酒店	1	君亭酒店
2	洲际酒店	2	锦江酒店	2	银座佳驿酒店
3	希尔顿酒店	3	宜尚酒店	3	书香世家酒店
4	凯悦酒店	4	亚朵酒店	4	悦华酒店
5	万豪酒店	5	如家酒店	5	城市之家酒店
6	皇冠假日酒店	6	维也纳国际酒店	6	清沐酒店
7	喜来登酒店	7	麗枫酒店	7	南苑e家
8	丽思卡尔顿酒店	8	城市便捷酒店	8	清沐精选酒店
9	四季酒店	9	喆啡酒店	9	黄龙饭店
10	悦榕庄	10	锦江之星	10	佰翔酒店
华南地区		华中地区		华北地区	
排名	品牌名称	排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	澳门银河酒店	1	君屿酒店	1	锦颐连锁酒店
2	长隆酒店	2	莫林酒店	2	雅悦酒店
3	锦囊青年酒店	3	华天大酒店	3	时光漫步怀旧主题酒店
4	新濠天地	4	仟那酒店	4	锦颐优选酒店
5	白天鹅酒店	5	延年酒店	5	古北水镇酒店
6	优程酒店	6	欢漫酒店	6	云颐自在酒店
7	三正半山酒店	7	莫林风尚酒店	7	懿庭臻舍酒店
8	域酒店	8	廷泊酒店	8	映向城酒店
9	逸米酒店	9	亚米酒店	9	玉渊潭酒店
10	红树林度假世界	10	丽橙酒店	10	悦为智酒店



西南地区		西北地区		东北地区	
排名	品牌名称	排名	品牌名称	排名	品牌名称
1	贵州酒店集团	1	雅夫酒店	1	星月时尚酒店
2	城市名人酒店	2	坤逸酒店	2	禧龙宾馆
3	阿富尔连锁酒店	3	万澳酒店	3	大公馆 1903 酒店
4	泊心云舍	4	菲林酒店	4	宜客宜家酒店
5	来住酒店	5	艾豪森酒店	5	豪泽酒店
6	怡家酒店	6	陕西南方酒店	6	佳泰-优选酒店
7	璞里酒店	7	加利利连锁酒店	7	大洋君逸酒店
8	四川锦江宾馆	8	丽彩酒店	8	艾居连锁酒店
9	两江假日酒店	9	百事特威酒店	9	春天连锁宾馆
10	岷山饭店	10	哇雅酒店	10	马迭尔 MIX 酒店

数据来源：迈点研究院

#### 四、品牌指数分析

##### 1. 品牌指数分析



数据来源：迈点研究院



2月百强榜单和整体酒店品牌指数均呈上升态势，TOP100品牌值均数为369.25，环比上升8.60%；整体酒店品牌指数均值169.14，环比上升1.51%。从数据可知，整体品牌指数均值与TOP100呈现较大差距，且有差距拉开更大的趋势，反映出头部品牌具有较高的市场关注度和认可度，头部品牌具备市场欢迎度高、客户触达范围广、住店服务体验佳、服务品质有保障等多重优势，因而无论是投资人还是普通游客，都会将其作为优选对象，但其他品牌也在不断提升自身产品竞争力，优化服务品质，从多层面缩小与头部品牌的差距。

## 2. 品牌指数维度分析

### 1) 媒体指数

从媒体指数均值来看，本月整体酒店品牌的媒体指数均值为6.52，环比上升42.98%，媒体重点关注酒店开业、品牌升级、开店签约。从酒店品牌媒体表现来看，洲际酒店、锦江酒店、万达文华酒店、丽思卡尔顿酒店、希尔顿酒店、皇冠假日酒店、W酒店、维也纳酒店、君亭酒店、喜来登酒店位列前十，环比提升最快的前十酒店分别为安达仕酒店、世纪金源大饭店、康铂酒店、白天鹅酒店、都喜天丽酒店、漫心酒店、两江假日酒店、佰翔酒店、艾迪逊酒店、荟语酒店。

2月媒体重点关注洲际酒店战略布局、品牌开业升级、财务收入等。第一，洲际酒店集团发布2022财年的全年财报。财报显示，期间内营业收入为38.92亿美元，同比上涨34%。营业利润为6.28亿美元，同比上涨27%；第二，洲际酒店集团计划于今年以多元化品牌持续加码布局大中华区，遍布200多座城市；第三，绿城中国&苏城控股集团&洲际酒店集团&锦江酒店（中国区）签约仪式在西安浐灞华邑酒店成功举办。



数据来源：迈点研究院

## 2) 搜索指数

从搜索指数均值来看，本月整体酒店品牌搜索指数均值为 2.62，环比上升 14.41%。酒店品牌潜在客群的城市分布来看，广东、山东、北京、江苏等地客群搜索频次较高。据迈点研究院监测，本月酒店潜在客群关注度前十的是宜尚酒店、城市便捷酒店、潮漫酒店、ZMAX HOTELS、希尔顿欢朋酒店、维也纳酒店、丽怡酒店、喆啡酒店、万信至格酒店、维也纳国际酒店。搜索指数提升最快的品牌前十的为创电竞酒店、丽亭酒店、锦江都城酒店、兰欧国际酒店、瑰丽酒店、中州颐和酒店、柏曼酒店、格林东方酒店、宇豪酒店、澳斯特酒店。因契合年轻化市场，电竞电竞用户和市场规模爆发式增长，据推算，2023 年我国电竞酒店预计突破 2 万家。电竞酒店行业规模正逐步扩大，快速占据酒店主题细分市场。作为电竞酒店的标杆，创电竞酒店受到广泛关注。2 月潜在客群分布在江苏、河南、山东等等地，年龄普遍集中于 20-29 岁之间，有非常强的客群指向性。





数据来源：迈点研究院

### 3) 运营指数

从运营指数均值来看，本月整体酒店运营指数均值为 5.01，环比上升 1.83%。本月运营指数排名前十的酒店品牌为凯悦酒店、君悦酒店、华美达酒店、Club Med、柏悦酒店、维也纳酒店、悦榕庄、希尔顿欢朋酒店、万丽酒店、智选假日酒店。提升最快的酒店品牌前十为豪宜酒店、美居酒店、锦江酒店、家美家酒店、简悦酒店、桔子酒店、卡加斯酒店、悦为漫酒店、豪华精选酒店、绿洲商务宾馆。2月份凯悦酒店在微博、微信互联网平台表现活跃，集中体现在酒店全球战略布局等方面。2月下旬消息，凯悦酒店集团将进一步推动旗下品牌组合在亚太区尤其是大中华区的持续增长，预计将于2023年开设一系列奢华和生活方式酒店和度假村。





数据来源：迈点研究院

#### 4) 点评指数

从点评指数均值来看，本月所有酒店品牌点评指数均值为 154.99，网络口碑情况与上月相比有所上升。本月点评指数排名前十的酒店品牌为亚朵酒店、锦江之星、麗枫酒店、如家酒店、维也纳酒店、城市便捷酒店、维也纳国际酒店、7天酒店、喆啡酒店、全季酒店，上升前十的酒店品牌是豪绅酒店、莫林锦尚酒店、虎跃酒店、萨维尔世纪酒店、原拓酒店、都市星联酒店、索特来文艺酒店、悦柳酒店、茅台珍品酒店、舒与酒店。其中亚朵酒店 2 月表现突出，搜索指数、媒体指数、运营指数均环比上升显著。独创“中国体验”发展理念的亚朵在对客方向有着独到的见解，融入方方面面的“体验派”理念为亚朵收获一批忠实粉丝。根据 Brandwisdom 进行的独立调研，从 2017 年开始，亚朵的总体客户满意度就一直排在六大主流中高端连锁酒店的第一名。在 Brandwisdom 确定的 17 个关键的酒店客户互动和消费场景中，亚朵的服务都获得了最高的客户满意度评级。



数据来源：迈点研究院

## 五、榜单数据说明

“2023年2月酒店品牌影响力(MBI)100强榜单”数据来源于迈点品牌指数MBI,根据2月迈点MBI八大旅游住宿业品牌类目中的1837个品牌数据汇总统计而成。具体说明如下:

### 1. 迈点品牌指数 MBI (旅游住宿业品牌部分) 说明

迈点酒店品牌指数 (MBI) 主要从搜索指数、点评指数、运营指数、媒体指数 4 个维度分析品牌在互联网和移动互联网的影响力。迈点研究院自主开发的“迈点品牌指数监测系统” Meadin Brand Index Monitoring System (MBIMS) 提供的一项免费数据分析服务。

计算公式:  $MBI=a*SI+b*CI+c*OI+d*MI$

(1) 搜索指数 (SI): 一段时期内, 品牌关键词在主流搜索引擎中正面搜索频次的加权和。

(2) 点评指数 (CI): 一段时期内, 用户对于该品牌下酒店/客栈/民宿在 OTA 网站的点评累计情况。

(3) 运营指数 (OI): 一段时期内, 品牌在互联网和移动互联网运营情况,



如微博、微信等。

(4) 媒体指数 (MI)：一段时期内，大众媒体和行业媒体报道中与品牌关键词相关的正面新闻数量。

2. 统计时间：2023年2月1日-2023年2月28日

3. 监测范围：奢华酒店、国际高端酒店、国内高端酒店、中高端酒店、中端酒店、轻中端酒店、经济型酒店、精品民宿等八大类目的1837个市场主流旅游住宿业品牌。

基于百人团队的全时监测、超千种维度的数据抓取、5轮层层精校与自我审核，迈点品牌指数 MBI 最终得以化繁为简，将繁杂的数据表象精炼为客观指数并加以呈现。历经11年有余的数据积淀与深耕，迈点品牌指数 MBI 也日益成为洞察行业品牌发展变化的风向标。

关于迈点研究院

迈点研究院成立于2009年，是国内领先的商业空间资产战略研究咨询机构。

迈点研究院长期致力于大数据商业分析平台建设，用“数据生产力”改变认知、提升企业效能，为寻求进入与扩大商业空间领域业务的企业与公共机构，提供基于情报+数据+服务的多元化大数据解决方案。化“数”为“据”，辅助客户制定重大决策，识别投资风险。

迈点研究院率先深入商业空间品牌资产研究，将无形的品牌资产通过有形的数据维度呈现，创新开发了品牌动态数据监测系统-MBI（迈点品牌指数）、MCI（迈点酒店竞争力指数）、MVI（迈点短视频影响力指数），被誉为“行业福布斯”榜单。并以此为依据，为需要科学规划项目资源配置的客户，提供战略、运营、组织的咨询服务，提高项目空间资产价值，提升项目运营定价权与收益，稳健财务增长；同时，迈点研究院积极参与公共政策咨询和公共事业建设。是国内领先的聚焦商业空间领域战略、运营、组织以及兼并购方面的专业咨询机构。



## 行业要闻

整理编辑：夏利君

### 1、文旅部等部门拟严禁电竞酒店违规接待未成年人

来源：中国旅游网 · 2023-03-20

3月17日，据“文旅之声”微信公众号，为切实加强电竞酒店未成年人保护工作，促进行业健康有序发展，文化和旅游部、公安部、国务院未成年人保护工作领导小组办公室研究起草了《文化和旅游部 公安部 国务院未成年人保护工作领导小组办公室关于加强电竞酒店未成年人保护工作的通知（征求意见稿）》（以下简称“《征求意见稿》”），现向社会公开征求意见。

《征求意见稿》中明确，严禁电竞酒店违规接待未成年人。专业电竞酒店和非专业电竞酒店的电竞房区域，容易产生未成年人沉迷网络等问题，属于不适宜未成年人活动的场所。电竞酒店经营者应当遵守《中华人民共和国未成年人保护法》等有关法律法规，不得允许未成年人进入专业电竞酒店和非专业电竞酒店的电竞房区域。

此外，专业电竞酒店经营者应当在酒店入口处的显著位置悬挂未成年人禁入标志；非专业电竞酒店经营者应当在相近楼层集中设置电竞房并划定电竞房区域，在电竞房区域入口处的显著位置悬挂未成年人禁入标志。电竞酒店经营者应当在前台显著位置和客房管理系统明示电竞房区域分布图。

电竞酒店经营者应当在消费者预定、入住等环节明确告知其电竞房区域不接待未成年人；通过电子商务平台等开展客房预定的，应当以显著方式提示消费者电竞房区域不接待未成年人。电子商务平台经营者应当核验电竞酒店提示信息，不得允许持未成年人身份证预定电竞房。





## 2、君亭酒店：拟出资 6300 万元设立合资公司

来源：品橙旅游 · 2023-03-02

君亭酒店(301073)3月1日晚间公告，公司与悦凡投资签订《关于合作设立合资公司之股东协议》，约定共同出资于上海市设立上海君达城商业发展有限责任公司。合资公司拟注册资本为7000万元整。其中，公司以现金出资6300万元，占合资公司注册资本的90%。

## 3、希尔顿集团推出面向社会“零工”模式,推动灵活就业

来源：品橙旅游 · 2023-03-02

2023年3月1日，作为国内首家引入“零工”模式的国际酒店集团，希尔顿集团大中华区继去年九月推出面向内部团队成员的“零工”试点后，今日宣布开启“零工”模式第二阶段，在上海、杭州两个试点城市的11家酒店面向社会人才提供灵活就业机会。

随着近期休闲游热度的迅速上升，叠加城市商旅需求的复苏，希尔顿集团的外部“零工”试点将于上海、杭州的11家希尔顿集团旗下酒店推行，向外部人才开放第一批共计23个需求量激增的基础岗位。为提升社会资源匹配率，希尔顿集团对开放职位做出了适配外部人才的职能重构，以简单易上手为前提，确保为宾客提供可靠而友好的体验和服务。此外，还将为“零工”就业人员提供有竞争力的时薪、温暖而舒适的工作环境及工作餐、时薪秒结等备受青睐的结算方式，以保障顺畅无忧的“零工”体验。

希尔顿集团大中华区及蒙古人力资源副总裁王晓蓉表示：“经过半年来的内部试点，我们切实感受到了‘零工’模式为团队成员带来的多元发展机会，以及对酒店运营带来的助益。适逢《上海市就业促进条例》3月1日起实施，在立法层面支持和规范多渠道灵活就业。我们希望能够通过先试先行，积累‘零工’实践，进一步开拓酒店行业的用人渠道，提升用工灵活度和团队成员体验，最终达到吸纳外部优秀人才，优化酒店用工结构的目的。期待外部‘零工’能够成为一



个桥梁，打破酒店行业的用工壁垒，为系统外的人才开启感受希尔顿卓越职场文化的窗口，同时也为行业人才的成长创造更多实践机会。”

2022年9月，希尔顿集团大中华区在上海、杭州、北京、成都等7个城市推出了内部“零工”模式，有意愿的团队成员可在现有工作之余，前往集团旗下同区域的其他试点酒店，尝试不同的职位和工作环境，提升职业技能，同时实现灵活且额外的收入，助力团队成员蓬勃发展，提升酒店运营效率。内部试点运营6个月以来，希尔顿集团的内部零工平台——“小希斜杠”上已吸引了近半数试点酒店团队成员的注册。内部试点中，餐厅、宴会、及后厨的职位完成率最高。随着第二阶段的开启，希尔顿集团大中华区还将持续结合“零工”模式的试点反馈部署项目拓展方案。

#### 4、株洲首家“军人驿站”设西苑宾馆 现役军人免费入住

来源：株洲日报 · 2023-03-19

酒店每天将拿出4间专属客房提供给现役军人免费入住。

近日，株洲市首家“军人驿站”将在天元区西苑宾馆试运营。现役军人凭军官证，退役军人和其他优抚对象凭优待证就可享受“兵”至如归的服务。

“军人驿站”正式运营后，现役军人可以凭证件免费入住，退役军人和其他优抚对象享折上折优惠。相关优惠项目的具体内容，市退役军人事务局正与宾馆方面协商。

“军人驿站”开放试运营后，酒店每天将拿出4间专属客房提供给现役军人免费入住。酒店对专属客房进行了军旅元素改造，符合条件的军人可享受优先订房、免除两晚住宿费、免费停车等优待，续住按协议价的8折优惠，餐饮、宴席、婚庆布置享受8.5折，“八一”建军节还可以在军人主题包厢免费享受价值1000元的菜品。退役军人和其他优抚对象同样可以享受住宿、餐饮等折扣优惠。



## 5、4月1日起，全国66个站点可直达香港九龙站

来源：界面新闻 · 2023-03-26

基本恢复至2019年开行水平。

界面记者从中国国家铁路集团有限公司获悉，为进一步满足内地与香港的出行需求，4月1日起，广深港高铁香港段的长途服务将全面恢复，全国66个站点将可直达香港西九龙站点。

据悉，铁路部门将逐步增开广深港高铁香港西九龙站与广东省内跨境高铁列车40列、与广东省外的长途跨境高铁列车22列。届时广深港高铁每日跨境高铁列车开行数量由目前的102列增至164列，66个站直通香港西九龙站，基本恢复至2019年开行水平。

广深港高铁于2018年9月23日全线通车，由此香港接入内地高铁网络，其中广深段设计时速350公里，香港段设计时速200公里。广深港高铁香港段长26公里，从香港西九龙站出发，19分钟可抵达深圳北站，47分钟抵达广州南站。

疫情前，香港高铁与内地联系紧密，2019年7月10日铁路调图后，从香港出发的高铁可直达内地58个站点，包括北京、上海、石家庄、郑州、武汉、长沙、杭州、南昌、福州、厦门、汕头、贵阳、桂林、昆明等城市。

由于疫情原因，香港高铁停运近三年之久。自今年1月15日，广深港高铁跨境列车才开始复运。1月15日至3月11日，广深港高铁跨境列车只开行途径香港、深圳、东莞、广州等城市的本线列车。3月11日起，广深港高铁增开12.5对广深港高铁跨境列车，内地更多城市恢复直达香港的高铁运行。恢复开行以来，广深港高铁旅客出行需求旺盛，双向客流持续走高，日均发送旅客人数逾2万人次，最高日突破4万人次。

自4月1日起，广深港高铁香港段的长途服务将全面恢复。目前，12306上已经可以查到部分票务信息，平台显示，上海、长沙、杭州、福州、厦门、贵阳、昆明等城市自4月1日起分别增加开行1列直达香港西九龙的高铁，目前，记者点击购票时平台提示“列车运行图调整，暂停发售”，乘客还无法进行购买。而北京、武汉、郑州等城市目前未查到直达香港的高铁信息。

据相关负责人介绍，此次新增开的62列跨境高铁列车车票将于3月23日6



时起正式开售，旅客朋友可通过铁路12306网站（含客户端）、车站售票窗口、代售点、自动售（取）票机等多种方式购买内地与香港往来的高铁票。下一步，内地铁路部门将与香港铁路部门持续加强沟通协商，根据客流情况适时优化调整跨境高铁列车开行方案，更好便利两地旅客群众出行。

## 6、中国重启出入境旅游 中国团为全球旅游注入活力

来源：南方网 · 2023-03-16

根据外交部领事司的通知，自北京时间2023年3月15日起，恢复2020年3月28日前签发且仍在有效期内的签证入境功能；驻外签证机关恢复签发外国人各类赴华签证；口岸签证机关恢复签发符合法定事由的各类口岸签证；恢复海南入境免签、上海邮轮免签、港澳地区外国人组团入境广东免签、东盟旅游团入境广西桂林免签政策。与此同时，文旅部也发布消息，从3月15日起，中国公民团队出境游的目的地将从20个增至60个。

自疫情防控政策优化调整以来，我国出入境管理、出境游、国际航班等接连调整政策，人员流动愈发便利。2月6日，我国出境团队游业务重启，出境游快速升温，涉及的相关国家机票和酒店预订量同比大幅增长。3月以来，国内航司的出入境航班量超3000班次，同比去年增长近77%。国内航司的出入境旅客量约45万人次，同比去年增长超8倍。从春节假期开始，文化旅游市场势头红火，众多景区再现人挤人、餐厅要排队的景象。在出境商旅和自由行需求不断增长的背景下，相关部门再次推出优化调整政策，可谓因时而动、顺势而为。

中国重启出入境旅游大门，备受各方关注。在第二批国家名单公布后，欧洲和非洲两个大洲的相关国家旅游签证咨询量、机票搜索量快速上涨。我国国内首批近百名游客于政策发布当日就从广州南站出发，经中越陆路口岸过关，率先开启了北越之旅。有的旅行社上线出境游产品数量超千款，包括跟团游、自由行、签证服务及机票、酒店等。数万人已经出行或即将出行，相信在这个三月，会有更多国家陆续迎来中国“首发”团。

“中国的发展惠及世界，中国的发展离不开世界。”中国逐步放宽国际往来





政策，既是为了用好全球市场和资源发展自己，又是为了促进全球旅游业发展、拉动世界经济复苏。中国是全球重要的出境游目的地，中国游客是全球最大的海外消费群体。中国市场和中国游客的回归，重燃了全球旅游业的信心。通过来自中国的游客，世界能感受到中国经济的发展活力、潜力，这对提振全球特别是亚太地区的信心也至关重要。

改革开放是决定当代中国命运的关键一招。中国出入境政策的优化，向世界释放出强烈的信号——我们在推进中国式现代化、在实现第二个百年奋斗目标的历史进程中，还是要吃改革饭、走开放路。中国开放的大门会越开越大，中国游客出境旅游的目的地清单也会越来越长。

## 7、泰国旅游持续登上热搜榜 总理下令澄清安全问题

来源： 品橙旅游 · 2023-03-23

近日，泰国旅游持续登上热搜榜。除了旅游费用高以外，安全也成为热门话题。有网友称现在去泰国性价比不高，三四年前，香港飞泰国能把机票压到五六百来回，现在没有2千以上飞不了。有网友甚至表示，现在泰国把游客当水鱼一样抢钱。

值得注意的是，3月21日，一则“3名泰国警察因绑架中国男子被捕：另一名同伙在逃”的新闻备受关注。

报道称，3月20日一名38岁的泰国女子来到了曼谷警察局报案。声称她和中国籍男性雇主(62岁)，遭一群警察打扮的人绑架，他们声称中国雇主涉嫌伪造身份证，要求他支付204万泰铢(约人民币41万)才能离开。后续经过交涉，该女子的中国雇主支付了一半勒索金额后，二人才被他们送回了家里。事后该女子的中国雇主立刻返回了中国，她则害怕再次遭到这伙人的伤害，因此向警方求助。

据泰国《世界日报》报道，泰国国家警察总署副警总长素拉切警上将针对中国男子被绑架案指出，已经向法院申请4名涉案移民局警察的逮捕令。经过调查，警方确认4名警察涉嫌犯罪，其中包括1名少校、2名中尉和1名高级警长，其



中1人在逃。

报道称，尽管有充足的证据和受害者陈述，3名被指控的警察仍拒绝认罪。目前，国家警察总署会将4人直接开除，刑事方面则交由检察院依法处置。

3月21日，泰国总理府办公室发言人阿努查透露，泰国总理兼国防部长巴育上将就近期中国境内流传的一些假新闻或不实信息，即“前往泰国旅游或遭遇各种危险”等言论，已下令泰国旅游与体育部部长向媒体作出澄清。

## 8、出入境政策再放宽，释放中国“扩大开放信号”

来源： 品橙旅游 · 2022-03-17

中国出入境政策再放宽的消息引发外媒广泛关注，这被视为中国拥抱世界的积极信号。

自3月15日起，中国调整签证及入境政策，包括恢复2020年3月28日前签发，且仍在有效期内的签证入境功能等举措。美国有线电视新闻网（CNN）报道说，中国正在向外国游客全面开放。德国之声网站刊文称，中国恢复核发外国旅客签证，重新向世界游客开放，呼应了中国两会提出的“稳经济”这一工作重点，释放出中国扩大开放和欢迎外资的信号。《纽约时报》发布推文称，中国正在广泛地推动中国与世界之间“双向流动”。

更多外国游客将来到中国，也有更多中国游客走向世界。3月15日，中国公民团队出境旅游目的地从20个增至60个。哈萨克斯坦《阿斯塔纳时报》关注到，这是中国团队出境游试点的第二批目的地，哈萨克斯坦被列入其中。越通社援引越南文化体育与旅游部国际合作局局长阮芳的观点表示，越方对中方调整双边旅游合作表示欢迎，这对越南旅游业和越南人民是一大喜讯，希望双方继续密切合作，以健康务实的方式推动双边旅游合作发展。

印度尼西亚旅游从业者对《日经亚洲》表示，中国游客是旅游经济的主要动力，中国游客的回归将提升旅游业的乐观情绪。美国消费者新闻与商业频道（CNBC）报道说，中国开放“势头强劲”，中国游客将再次成为国际旅游市场的“巨大贡献者”。



## 灵活用工模式受到酒店重视

来源：中国旅游新闻网 · 2023-03-16

### 多家酒店尝到甜头

前不久，希尔顿集团大中华区宣布开启“零工”模式第二阶段，在上海、杭州两个试点城市的11家酒店，面向社会人才提供灵活就业机会，这无疑为酒店行业的招人用人提供了参考。灵活用工模式对于酒店破解“用工难”究竟作用几何？

早在去年9月，希尔顿集团大中华区就推出了内部“零工”的用工模式，鼓励员工工作之余到集团旗下同区域的试点酒店尝试不同职位。“随着会议、婚宴等需求的不断复苏，我们切实感受到‘零工’模式为酒店运营带来的益处，北京地区在今年春节期间就完成了26单‘零工’任务。对酒店而言，这不仅优化了用工结构、打破了用工壁垒，也为员工的成长创造了更多实践机会。”希尔顿集团北京及河北地区总经理刘浩然介绍。

如今，不少酒店引入了灵活用工模式，应对基层岗位招聘难、人工成本高的问题。

南京金陵饭店总经理周蕾介绍，目前，酒店内部正式员工和灵活用工的比例分别为70%和30%。“基础性、辅助性岗位酒店会采用劳务派遣、服务外包、实习生、临时工替补等方式，确实弥补了用工缺口，缓解了阶段性客情高峰时的人员需求。灵活用工可以帮助酒店根据实际经营需要和季节性工作节奏灵活调控用工人数，灵活性、可操作性很高。”

“当前，劳动市场紧缩、员工流动加快成为服务业的经营痛点，在此背景下，灵活用工便成为诸多酒店面临员工缺失时的第一选择。”青岛海景花园大酒店总经理周泉红介绍，酒店在中西餐传菜、大型宴会服务、餐饮班后以及客房卫生清理等岗位都采用了灵活用工。其中，在传菜岗位灵活用工占到60%，大型宴会服务岗位占80%至85%。“这些岗位劳动强度较大，而酒店花费大量时间培养



的正式员工从事上述工作的意愿较低，采用内部帮工、季节工、兼职小时工、劳务外包等用工方式，可以优化用工结构，让更多员工专注于自身的强项，提升专业性。”

有业者坦言，酒店通过灵活用工平台把招聘、保洁、人事管理等事务外包出去，可以较多地节约招聘、奖金、培训等成本，减少的工资支出也不是一笔小数目。

“除了酒店集团内部进行人员流动，外部的灵活用工形式也更加多样，比如与劳务公司在小时工与外包方面进行合作；与院校建立长期战略合作；用好周边的社区资源，向小区、写字楼、物业等闲置的劳动力发布临时用工信息。”明宇商旅综合管理中心总经理熊莉介绍。

记者了解到，此次希尔顿开启的“零工”模式第二阶段，面向社会开放了23个基础岗位，以简单易上手为前提，邀请社会面专业人士参与，以此来提升社会资源匹配率。

### 完善机制更显重要

有业者说，灵活用工仿佛是酒店经营的一把双刃剑。虽然能够帮助酒店实现降本增效，但也在一定程度上造成了临时用工人员服务意识低、专业性不足、服务质量下降等问题，无法彻底根除酒店的人才困境。比如有的酒店甚至出现“到点甩手就走”的临时用工人员，他们不仅缺乏服务知识，服务意识和责任感也较差。而这又该如何破解呢？

建立强效机制进行管理是弥补灵活用工“上手难、效率低、风险高”问题的关键。周蕾认为，酒店在引入灵活用工时须建立相应的管理规定和标准服务流程，让临时用工人员能够最快、最简单地开展酒店服务。同时，岗位技能和文化意识培训一个也不能少，按照工作经验、技能类型、服务满意度等维度对其进行分类管理，让与企业文化、岗位需求高度匹配的员工上岗。如果是劳务外包人员，与合作方进行密切沟通也非常重要，这样才能保障临时用工人员的稳定性、可持续性。

“保证服务质量是酒店灵活用工的命门，用工是灵活的、工作是碎片的，但为客人提供的服务是一体化和高品质的。”为避免服务意识不强、服务水平不高





的问题，周泉红说，在酒店临时用工人员上岗前，相应的岗位管理人员会对其召开“班前会”，进行简单培训。此外，此类人员上岗时一定要由酒店老员工的引领，尽量让他们从事接触客人少的岗位，既能避免临时用工人员因业务不熟悉造成的顾客投诉，又能起到对他们的监督和帮带作用。“做好对临时用工人员的维护和培训也很重要，让他们遵守酒店的制度，认同酒店的文化，更有责任心、归属感和品牌意识。”

希尔顿集团大中华区及蒙古人力资源副总裁王晓蓉建议，酒店在引入灵活用工时，要建立标准的服务流程，确保其符合酒店的运营标准及操作规范，此外，临时用工人员的岗位设计也要注重简约原则。“把传统岗位中的工作拆分出来，创建出新的、更精细化的用工任务和环节，这就降低了用人的技能要求，经过简单培训后即可快速上岗。”

有业者提醒，在灵活用工模式下，企业与从业者之间的关系由签订劳动合同的雇佣关系转变为合作关系，如果相关政策法规支撑不到位、相关部门监管有缺失，企业与从业者就较容易产生劳动纠纷，造成双方合法权益的损害。因此，要保障酒店及临时用工人员的权益，就要让专项法律法规以及管理方案及时匹配到位。

### 关键还是留住人心

如今，不少酒店业者也开始了更多尝试，不仅将临时用工人员引进来，还希望让更多优质人才留下来。灵活用工的从业人员对良好的工作环境与企业福利有着同样的渴望，如何留住他们，实现效率与价值的最大化，是企业需要认真思考的问题。

王晓蓉介绍，为了让临时用工人员尽快上手，酒店对开放的岗位进行了适配外部人才的职能重构，为“零工”就业降低门槛，令其尽快熟悉工作。舒适的工作环境、可口的工作餐、时薪秒结的结算方式等对临时用工人员比较有吸引力，上海奉贤前昇希尔顿酒店准备了“零工”上岗欢迎卡，以简单明了的方式帮助临时用工人员快速融入工作环境和上手新工作。

想要留住人心，人文关怀必不可少。“对于可以长期在酒店兼职的人员，我们会提供免费食宿，让他们感觉到酒店大家庭的温暖，感受到‘在家靠父母、在



店有我们’的氛围，让他们更有愿意融入我们、真正加入我们。”周泉红说。

随着充满个性、喜欢自由的00后相继进入职场，酒店业者也在根据其思维习惯、需求特点作出策略调整。“00后更看重工作氛围与环境，对自己的职业规划也较为明晰，不想做‘工具人’的意识更为强烈。为此，即使是灵活用工，也不能用‘老模式’‘旧思路’，要更多地让他们发挥主观能动性，激发热情、展示才能，实现自我价值，这才是稳住员工的有效途径。年轻群体看待职场更为理性，只有通过酒店扎实的品牌基础以及优厚的福利待遇才能留住他们。”周蕾说。

“我们常说，要把酒店办成一支部队、一所学校、一个家庭，通过组织咖啡、茶艺、化妆、摄影、VIP管家服务等专业项目的周期性培训，提升包括临时用工人员在内的多岗位、多层级的职场技能，他们对于酒店的归属感也会随之增强。”周泉红说。

“解决用工问题，治标更要治本。灵活用工本身并不是酒店的目的，关键是保障服务质量、留住专业性人才、提供客人满意的服务。归根结底还需要从源头解决企业的经营问题，提高对人才的吸引力。”日出·东山海海岸度假区总经理唐伟良提醒。

“无论主动或被动，灵活用工已经被酒店行业越来越多地应用。但是，酒店行业是以经验为主导、劳动密集型行业，灵活用工对于提升酒店服务质量、产品质量方面仍有拓展的空间。”一位业者总结道。



## 张润钢：如何看待当下的酒店行业状况？

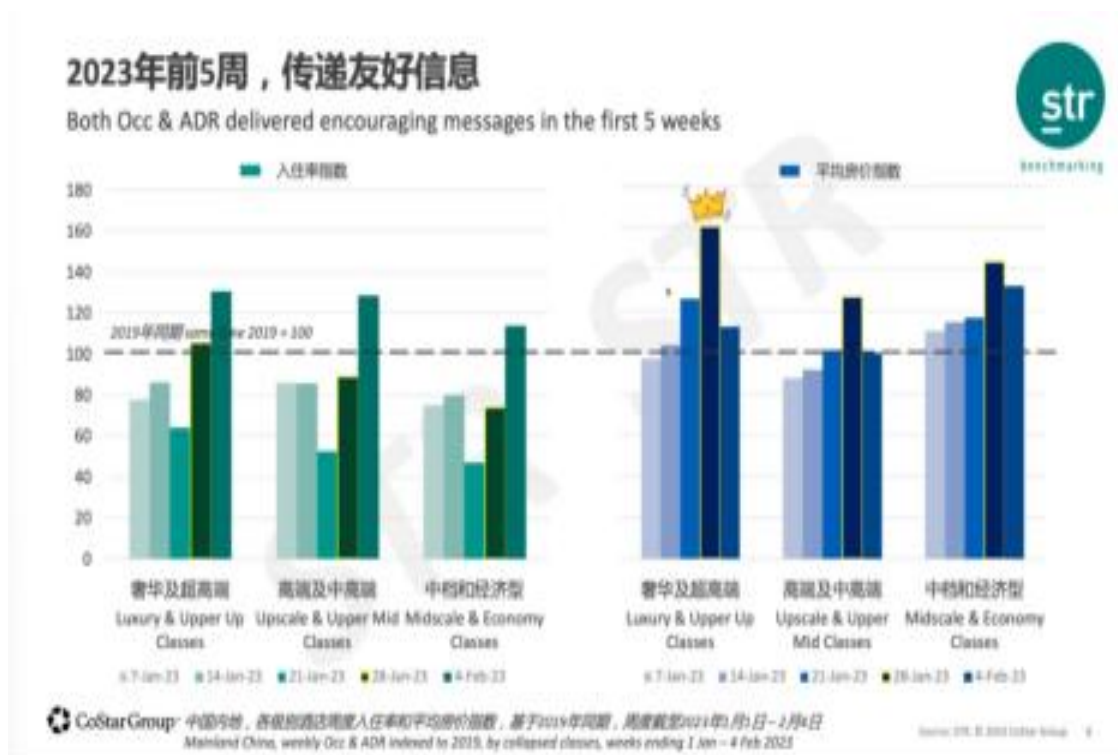
来源：迈点网 · 2023-03-23

不能仅仅满足于短期的乐观，更需要谋求长期的发展。

（迈点专栏 张润钢）2023年，中国酒店人正站在疫情三年与行业发展三十余年的历史交汇点。眼下行业在“紧运行”，但却仍然处在“慢车道”上。因此我们既要瞻前，也要顾后，不能仅仅满足于短期的乐观，更需要谋求长期的发展。

### 01、生意红火，但一醉不能解千愁

2023年第一季度即将过去，春节之后，行业复苏的情况喜人。





▲ 图注：STR、浩华相关数据

单纯从数据上看，市场需求已经全面恢复到疫前水平，其进程似乎比人们预料的更快一些。

为此，媒体和一些同行们开始欢欣鼓舞，有文章称“酒店行业已经夺回了‘失去的三年’”。很多酒店人也在为迅速回来的生意欢欣鼓舞，脸上荡漾起开心的笑容。

不堪回首的日子结束了，高兴一下并无不妥。然而，持续的用工荒、随处可见且高频出现的服务质量问题不仅被广泛诟病，也使得酒店人的兴奋程度打了折扣。几天前，北京某奢华酒店就爆出了“厕所门”事件。与此同时，中国旅游研究院提供的调查数据显示，全国游客满意度六年来首次下降。

酒店人应该庆幸 3.15 被曝光的案例中没有出现酒店，但靠侥幸度日既不是长远之计，更不是应有之道。事实上，我们距离可以弹冠相庆的时刻还有很长的路要走。

眼下看似火爆的商务需求中，掺杂了不少对疫情三年欠账的补偿性活动，这是非持续性的。只有到补偿告一段落后，才是常态下的市场需求。

再者，即使客流超过了 2019 年，也还要多几分淡定。对酒店人而言，2019 年并不是一个充满荣光的年份。



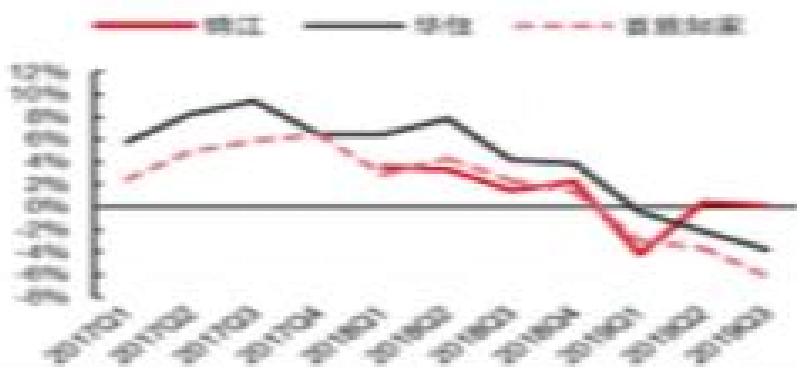


## 02、回到2019又怎样

三年疫情对行业的摧残令人刻骨铭心，这不免冲淡了大家对2019年的记忆。实际上，2019年的酒店业已经滑落到了形成产业以来三十余年的最低谷，尽管这一年里并没有发生什么特别的突发事件。

前面引用的浩华市场景气指数显示，2019年全年的两个数据皆为负值，其最低点的-32甚至低于疫情期间的2021年春夏和2022年的夏季。

2019年，三大集团的业绩都出现明显下滑，市值也出现了萎缩。





## 2017、2018、2019 三大公司市值 (美元)

	2017	2018	2019
锦江	45	40	38
华住	95	124	117
首旅	35	33	29

▲ 资料来源：公司年报

2019年，是中国酒店业积淀下的沉疴充分爆发的一年，这些问题主要是：

1. 病态的发展模式：最早是政府推动（八十年代效果积极，九十年代后问题多多），然后是房地产拉动，问题在于都忽视了酒店行业自身的发展规律；
2. 异化的产品模式：长官意志决定酒店产品，导致实用性和性价比问题多多，运营水平不理想，经济效益不佳；
3. 断档的人力供给：效益不佳，导致员工待遇长期处于极低水平，这一状况反过来又造成员工流失严重，招人困难；
4. 低下的服务质量：上述弊端最终以服务质量方面的问题集中显现出来，甚至丑闻频出。

这些沉疴在接下来的2020年被一场突发的疫情所掩盖，如今，疫情的潮水退去，水落石出，只是这些顽石上面又多了一层疫后的青苔。

我们不应健忘，在推进行业复苏的过程中，不能回避或无视这些老问题。同时，还需要结合疫情之后的新情况，做出统筹安排。



### 03、三年疫情给酒店人留下了什么

酒店方面：很多酒店的家底已经耗光，原有的债务更沉重；企业迫不得已大量裁员，劳动力不足的现象十分严重。

市场方面：消费者能力转弱；原有市场似有似无，让人感觉像是雾里看花。

除此之外，三年疫情还留下一些全新的事物和现象：

1. 诞生了线上办公
2. 出现了直播带货
3. 推动了短途（反向）流动
4. 普及了灵活办公
5. 催生了私域流量

还有很重要的一条：国际形势巨变。

### 04、寻找蓝海

线上办公技术的出现并不断完善，无疑会造成传统商务活动有所减少。对此，业界有着基本共识。世界形势的变化更会压缩国际商务活动，这一点已经逐步显现。两个因素叠加在一起，结果就是传统商务市场需求雪上加霜。

上海一直是市中国酒店业的风向标，这个城市的相关数据曾极具指标意义。然而，今年一季度，上海酒店市场尽管也在恢复，但其力度明显不及全国总体水平，进入三月份后的一段时间里，更是出现明显回落，甚至不及2019年的水平。这也再次印证了商务市场（特别是国际商务市场）所面临的严峻局面。

疫情期间诞生了灵活办公，并逐渐普及。此举客观上起到了进一步减少商旅需求的作用，同时也使得广大上班一族有了更多的时间自由。休闲、度假、亲子、沉浸式旅游以及各种生活方式类型产品的需求量已经并且将持续大幅增长。

对此，从今年春节和后来的二、三月份的相关数据中，已可看到端倪：北上广深等商务型城市的反弹力度明显不如一些三、四线的网红城市；价格偏高的城市明显不如价格更实惠一些的城市。



### 2023年春节最大赢家

Top performance markets – Chinese New Year in 2023 vs 2019



CoStar Group 中国内地部分市场，2023年春节假期数据，基于2019年春节假期，人民币  
Mainland China Selected Markets, CNY Holiday 2023 indexed to CNY Holiday 2019, CNY

Source: STR & CoStar Group

### 国内重点省份、城市酒店市场表现



- 云南、青海、天津、浙江、江苏、湖北的旅游收入和接待人次都已**反超2019年**
- **12个省份**春节期间的**旅游收入破百亿**，21年为9个省份，22年仅为7个省份

**云南、浙江、江苏、山东、四川、湖北、河南、上海、湖南、福建、黑龙江、吉林**

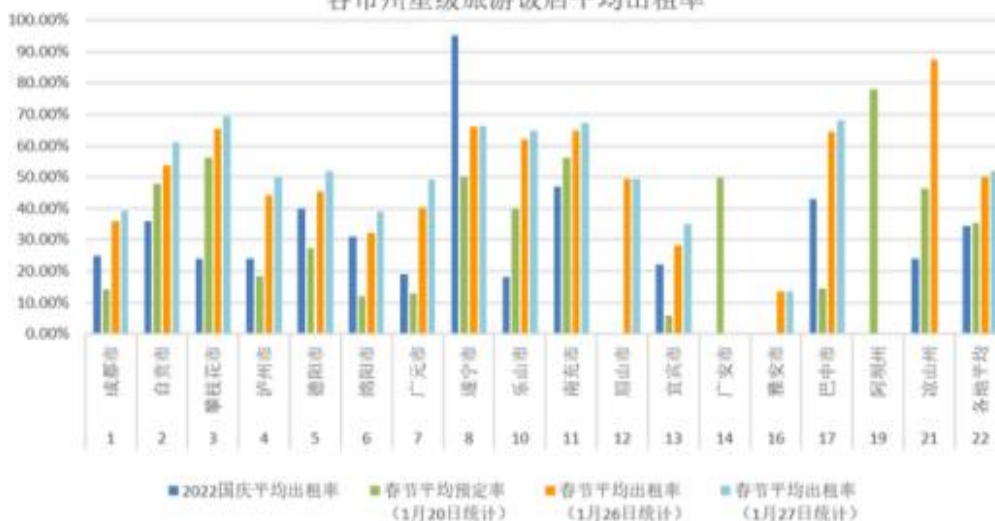
- **6个省份**春节旅游接待人次**破3000万**，21年为4个省份，22年仅为1个省份

**云南、江苏、山东、四川、湖北、河南**



数据源: STR/STRAT, 2023

### 各市州星级旅游饭店平均出租率



▲ 图注：近期相关数据





如今，尽管消失三年的一张张熟悉面孔又回到了酒店，但他们的诉求有可能已经发生了变化，疫情之前是因公出差，今天可能是家庭旅居。

疫情后的市场已经并且将持续改变，酒店也将从主要服务于差旅到更多服务于生活；从聚焦传统食宿到聚焦新形态的“吃喝玩乐”；从主要关注外国人到主要服务外地人再到更多关注周边人；从服务权贵到服务大众。

疫情前的二十年里，我们先后见证了**经济型酒店**和中档酒店的崛起，如今通过寻找档次差异开辟新蓝海的年代已近结束，下一片蓝海则主要应在酒店的类别中去寻觅。

在这方面，我们看到了亚朵、松赞、凤悦等酒店集团的积极探索和实践，尽管他们在规模上并不居于头部，但在特色上已经或将要占得先机，这与规模扩张的成果同样宝贵。

#### 05、当下需要做好的几项基本功课

1. 一定要牢牢守住服务底线，绝对不能自毁前程。用工荒是客观现实，但即使再困难也要尽可能稳定住服务质量。

2. 要紧密跟踪技术发展趋势和由此带来的新的营销模式，从OTA到直播带货再到私域流量，营销技术的发展和迭代速度远胜于酒店产品，酒店人在这两个方面都不应掉队。

3. 用工荒倒逼酒店改革创新，缓解用工荒的努力已经不仅仅限于千方百计找人、留人的范畴，组织架构改革、用工机制的创新以及通过科技手段提高劳动生产率等全方位措施都应得到重视并付诸实践。

4. 酒店资产管理应尽早提到议事日程，特别是应与寻找新蓝海的努力有机结合，使酒店能赚钱，从而逐步摆脱酒店价格与价值严重背离的局面。

2023年，中国酒店人正站在疫情三年与行业发展三十余年的历史交汇点。眼下行业确实是在“紧运行”，但却仍然处在“慢车道”上。因此我们既需要瞻前，也需要顾后。

我们不能仅仅满足于短期的乐观，更需要谋求长期的发展。



## 隐于闹市，寄情山水，昆山花桥华邑的东方美学

来源：酒店圈儿 · 2023-03-28





疫情的因素让 Staycation 近几年再度被频繁提及，Staycation 让人在“受限”的情况下也可以进行目的地的深度探索和体验，感受当地文化。疫情后这种趋势也并没有消失，反而成为一种大家普遍接受的生活方式。

原因在于快生活的节奏需要一段“慢”的节奏来调和，于是有不少都市人群选择找一家酒店宅一下，真正的去体悟生活的意义。

在快生活的当下，Staycation 最需要的就是一个舒适感。对于酒店业来说，也不乏有许多以中式元素为风格所设计的酒店，只学其形，不学其意。周末在昆山花桥华邑酒店，体验到了安宁和舒适感，对于“意”的打造足以看出一个酒店的用心。中式魅力在于禅意自然，人在旅途中最重要的是寻找一个心灵上的憩息地，无论是商务出行还是家庭出行，都需要有一个地方可以化解一身的疲惫，这就是住宿的延伸力量。不论是对于追求周末度假的周边白领人群，还是在出差途中的商旅人士，如果酒店能够提供一种“度假”的感觉，不只是一个能在旅途匆忙停留的地方，赢得这样的客评，也是推动酒店销售的重要因素。



## 美在意蕴

昆山花桥华邑酒店于今年1月15日盛大开业。华邑品牌本身就是洲际集团为中国旅客推出的首个专门打造的酒店及度假村，不同地方的华邑酒店设计结合当地的传统文化，凸显地域传统文化特色。无论是古都西安还是魔都上海，我们都能找到华邑独有的魅力。而在昆山，最深体会到的就是酒店流露出的园林风情。苏州园林是东方魅力的体现之一，酒店传承苏州园林艺术精髓，以现代美学手法匠心雕琢出一方“隐市桃园”。





酒店坐落在素有“江苏东大门，苏沪大陆桥”之称昆山花桥商务区，与嘉定区咫尺相望，驾车3分钟即可抵达上海地铁11号线光明路地铁站，距离京沪高速10分钟车程。对江浙沪人民，尤其是上海人民来说，是一个很好的周末微度假选择。

酒店入口衔接起了昆山花桥华邑酒店和昆山花桥套房假日酒店。昆山花桥华邑酒店以实惠的价格提供豪华酒店的服务体验，而花桥套房假日酒店也为广大商务人士和旅游者在昆山提供了一个温馨且性价比极高的场所。酒店打造出这样的酒店综合体，与城市综合体的其他功能体相互联系和补益，有助于实现酒店投资永续发展。



昆山花桥华邑酒店将其设计理念——“亲近自然且不失奢华”始终贯通于酒店各个空间。酒店入口处采用了中式对称的美学设计，其中吸引人的点在左右两侧借鉴园林元素的壁灯，浓郁的书卷气扑面而来。入口处天花板和建筑材料的立面以高级灰和米白色为主，木制的装饰样板和硬朗的线条设计则很巧妙的将园林元素与现代风格相结合，大气典雅，独具江南风情。灯光的运用将光与自然发挥到极致，色彩搭配非常和谐，既不失奢华，也具有中式含蓄、内敛的美感。





在酒店大堂，映入眼前的绿植给人扑面而来的清凉感，雅致的景观设计、隐约舒缓的音乐、清新自然的华邑特色香氛，大堂酒廊让宾客在亲近自然又不失奢华的格调中一边会客，一边享受高品质的中式茶饮。



## 02

### 美之佳肴

说起茶，这也是昆山花桥华邑酒店的特色。以茶论道，品茗交友，就来到了酒店特色的会客佳选之地——“举茗邑”。“一邑一承”是华邑品牌的酒店设计的五大特色之一，意思是每一家华邑酒店都融合了在地独有的文化传承记忆，其中以茶论道的举茗邑就是昆山华邑酒店为宾客打造的一处独特文化之所，作为住客会客品茗，商务洽谈的佳选之地，配有四间贵宾茶室包房、专业茶艺师在此演绎精彩的茶道表演。











五大设计特色为一邑一承、独有餐饮式体验、园林式的场景、序列感的动态空间、华邑雅集

宾客可以在举茗邑品尝苏式下午茶，整体搭配清幽温雅，颜值口感双双在线，配上一壶地道好茶，偷得浮生半日闲。





外观设计是引人入内的第一要素，而美食则是让人留恋忘返的存在。独特的餐饮体验是华邑品牌的五大设计特色之一。不论是酒店的全日制餐厅还是酒店彩丰楼的中餐，都大有可说。

“鲜艳”全日制餐厅将东方各式饮食文化完美交融，味道可口，入住酒店不来一碗无疑是损失。此外，还有酒店特设的“麵家”——深夜面档，提供精致的中式各地特色小吃，其中有苏州特色的面食——奥灶面，让人能够体验一番中式的深夜食堂。



据说酒店开业后，鲜艳全日餐厅的自助晚餐预约一直是排队的状态，足以看出消费者对于酒店的肯定。

苏州园林是中国传统建筑美学的重要组成部分，彩丰楼以苏式园林设计为脉，山水花鸟石艺为魂，有非常多中国风的元素，艺术品的运用和造景让我感受到了设计师的匠心，意境幽深。设计时既彰显了精致的现代感，又唤起了对中国传统的温暖怀旧之情。有不少地方体会到了中华文化的天人合一的思想。











彩丰楼中餐厅自大厅至12个独立包房，可为聚会或宴请提供多种风格空间。其中粤菜和本地菜肴最为经典，以及招牌菜单“彩丰十味”，让人流连忘返。

## 03

### 感受园林式场景

客房是酒店的灵魂所在。昆山花桥华邑酒店的客房面积48平米起，以当代中国风为设计灵感。设计在细节处见真章，藤椅、摆件、山水挂画或是每一个灯，都充满浓郁的韵味雅致。





在客房内，也有华邑“赏茶”特色，迷你吧配备了四款精选茶饮，配以华邑定制的精选中式茶具，若是想要享受一个人的独处，就可以在客房内自己泡一壶茶，看看书，发发呆，随时畅想旅行的舒心，体验中式文化的禅意。

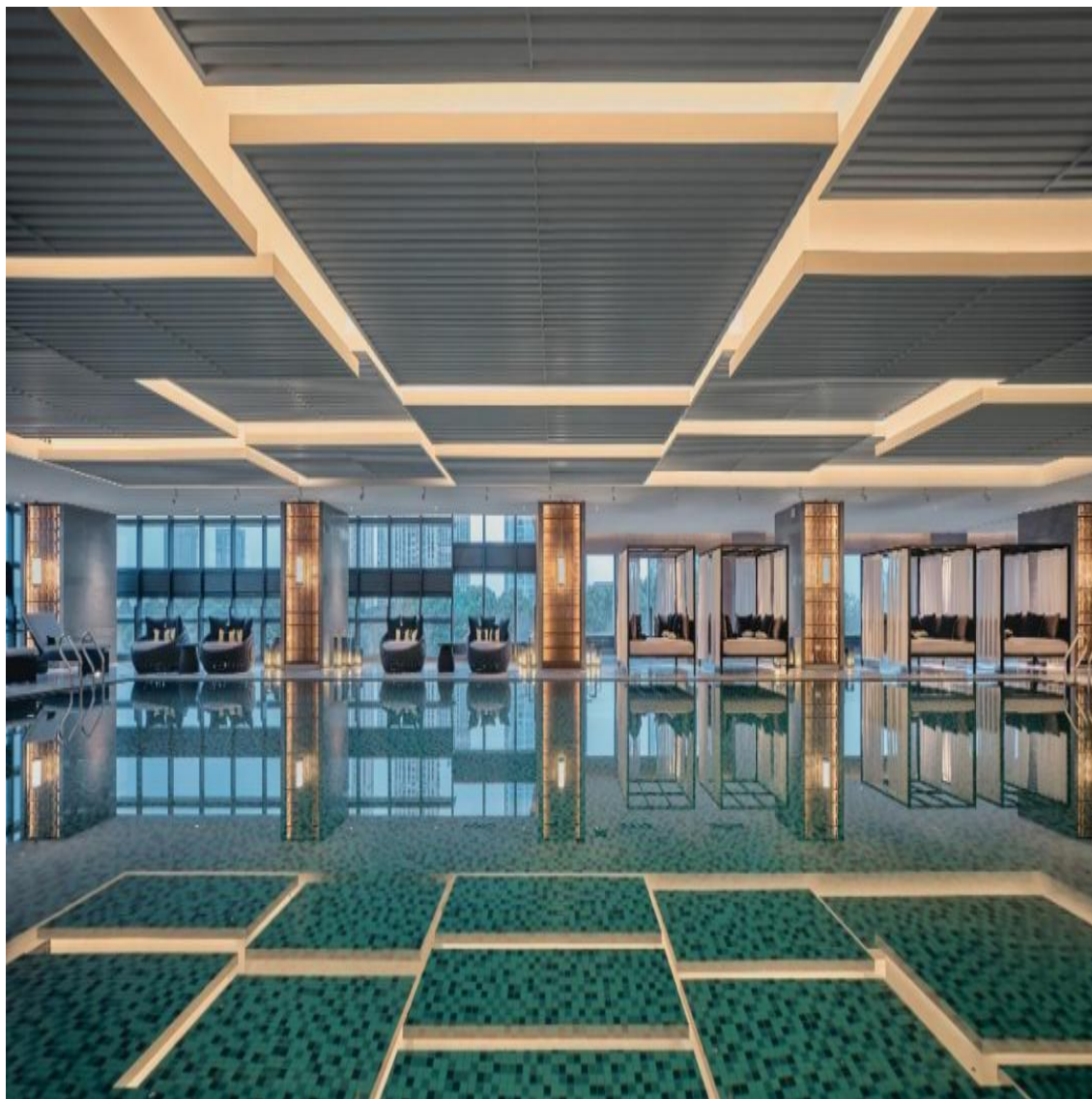


酒店行政酒廊将园林式的场景再度展现，让人增加了对自然的感知和体味，无论是挂画上的暮霭沉沉楚天阔般的景象，还是巧妙的宫灯设计，都给人一种生活的自然感，从物境到心境，从悠然到自得。



健身中心以原木风格为整体配色，镂空雕花窗墙面装饰与宫灯造型壁灯等巧思设计，令人心旷神怡，延续了苏州园林之美。室内恒温游泳池和瑜伽空间通透开阔，现在这个季节泳池的水控温做得非常到位，正是下水最舒服的时候。





套房假日酒店的全日制餐厅显然是为商务旅行和家庭出游提供便捷舒适的用餐环境所服务的，餐厅配色明亮舒适，给人愉悦感。当阳光洒进餐厅的时候，温馨和舒适感瞬间萦绕心头，让人浑身都放松下来。



昆山花桥套房假日酒店客房配色则更为清新，简约清新的现代风格让人感受到温馨活力感在空间中流淌，与窗外中央公园水绿相融的自然风光和城市生机交相辉映。此外，还有小黄鸭、海底小纵队的亲子套房，以及假日酒店贴心的“儿童食宿欢乐尽享”的礼遇，在细节处感受到了酒店的用心。





## 04

### 生活化的中式美学

酒店中式文化的体现并不仅仅局限于外在的酒店设计，更多的是从服务和细节上传递出的“中华待客之道”。酒店提供的“礼尊和达”为核心的服务体验，让人感受到中式传统文化的魅力。

酒店房卡上的戏曲元素是由华邑品牌携手中国新水墨艺术家陈九先生以中国经典戏曲表演桥段为灵感所设计，水墨优雅，简约大方。



以茶待客，也是中华待客之道的一项艺术。无论是在举茗邑品茶论道还是在客房独自享茶，对茶文化的运用也是中国式美学的输出。



立足中国文化，以中式文化入手，也是华邑品牌的价值观所在。酒店美学，不是立于高楼之上物品冰冷的触感，而是对生活本真的触及和心灵上的表达。华邑品牌以中国文化为根基，深度链接不同地域的文化，用匠心表达出了新中式美学。Z时代是推动新中式美学传播的重要力量，对于传统文化的创新性表达接受度高，获得Z时代消费群体的认可已经成为酒店发展的重要目标。目前酒店行业新中式风格酒店较少，随着旅游行业的复兴，以新中式为风格的酒店也会成为未来发展的风口之一。





苏州本身就有一种安稳感和会让人放松下来的魔力，原因自然有姑苏美学所传递的典雅和舒适感。昆山花桥华邑酒店正是给人一种恰到好处的感觉，酒店以姑苏美学为轴，内外兼修，细细雕琢出独属于江南的特色，无论是从设计，还是服务，都营造出舒适自然的氛围。华邑品牌本身就是立足于传承中国传统美学，为中国传统美学而生。服务上洲际集团“以善为本，以诚待客”，让宾客感受到中华待客之道艺术，感悟中华礼仪的力量。苏州园林，昆曲等地域文化特色是昆山花桥华邑酒店在设计上重点突出的一个部分，设计上浓缩“姑苏”造物之精妙，融入苏州这座具有浓厚文化底蕴的城市特色，在现代简约中演绎传统中华美学。





**主办单位：成都银杏酒店管理学院图书馆**

**出版发行：内部刊物**

**责任编辑：夏利君**

**出版期号：2023 年第 3 期下月刊（总第 216 期）**

**投稿方式：[yxxytsg@163.com](mailto:yxxytsg@163.com)**

**联系电话：028-87979510**