

DATA  
REPORT

# 2021中国 住宿产业发展 及消费趋势报告

后疫情时代中国住宿产业发展趋势研究

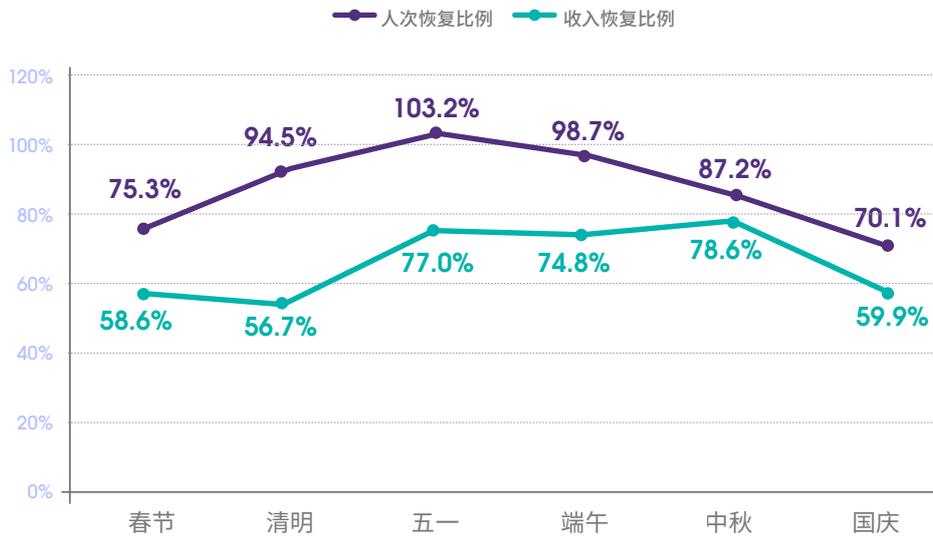
2021

## 前言

2021年，国内旅游业的复苏整体呈现出“先扬后抑”的走势。以“就地过年”为主基调的春节长假过后，紧接着的清明假期整个出行及旅游度假市场迎来了全年第一轮报复性消费，并就此开启了加速复苏模式。“五一”假期基本上是行业全年复苏的顶点。从端午假期开始，局部疫情反复先后在珠三角、长三角及大西北等地区轮番上演，不仅让暑期旺季提前结束，而且还影响了秋游及四季度一、二线城市的商旅市场。按照文旅部的调查统计，2021年前三季度国内旅游总人次26.89亿，同比增长39.1%，恢复到2019年同期的58.5%；国内旅游收入（旅游总消费）2.37万亿元，比上年同期增长63.5%，恢复到2019年同期的54.4%。**整体的复苏情况低于年初预期。**



## 2021 年度主要假期旅游经济恢复情况



※ 根据国家文旅部统计数据整理，恢复比例为相对于 2019 年同期的比例

疫情影响之下，基于对中国旅游业未来增长潜力的强烈预期，住宿产业依然是整个旅游产业链上最具价值的赛道之一，吸引了资本的持续关注。同时，大众化旅游时代的到来推动了休闲度假消费的崛起，住宿消费也日益多元化，从而催生了大量新业态、新模式。

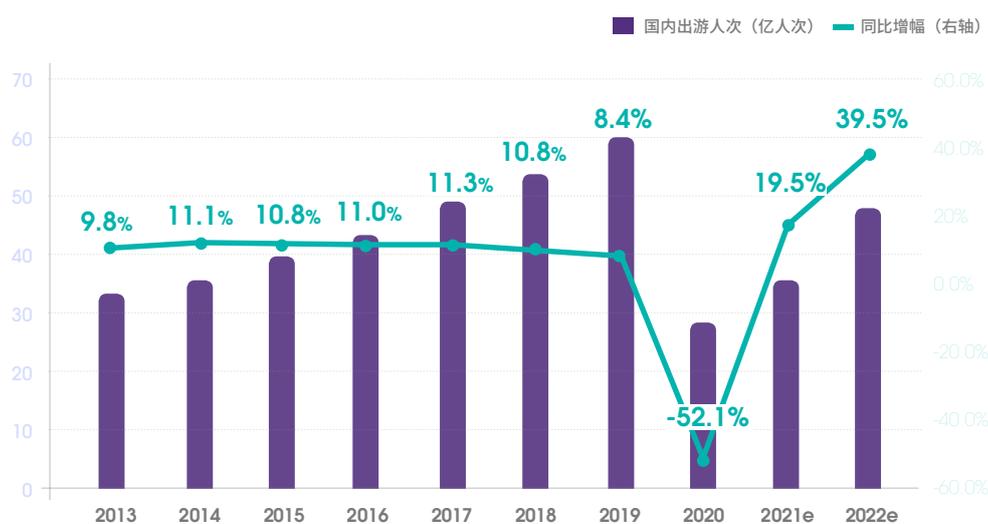
后疫情时代，住宿消费将产生一些新的消费趋势，其中蕴含着产业创新与发展机遇。每一次危机过后，伴随着产业的全面复苏，都会涌现出一大批新事物。透过产业的变化及消费大数据的分析，我们可以从中发现改进的方向和新的机会。

# PART 1 2021 旅游业的 曲折复苏



旅游业的复苏不仅关系到住宿产业的收益恢复进程，更关系到整体的消费信心指数。国家文旅部公布的调查统计数据显示，2021年前三季度国内旅游总人次 26.89 亿，同比增长 39.1%，恢复到 2019 年同期的 58.5%；国内旅游收入（旅游总消费）2.37 万亿元，比上年同期增长 63.5%，恢复到 2019 年同期的 54.4%。根据前三季度的整体复苏形势，结合相关专家意见，我们预计 2021 年全年国内旅游人次预计为 34.4 亿人次，同比增长 20% 左右（按可比口径恢复至 2019 年的 57% 左右）；国内旅游收入大约为 3.08 万亿元，同比增长 38%（按可比口径恢复至 2019 年的 54% 左右）。

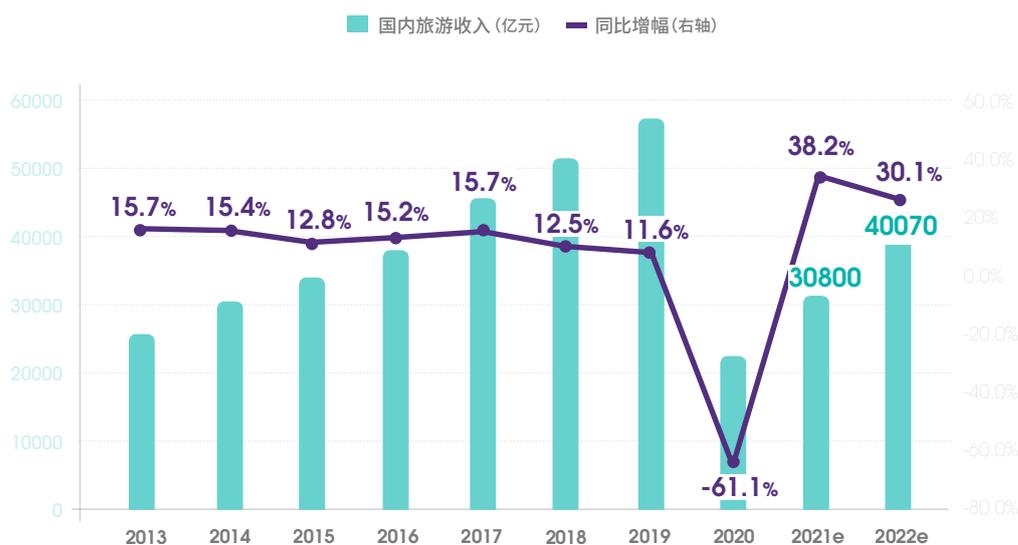
## 2013 至 2022 年国内出游人次增长趋势



数据来源：同程研究院

按照国家防疫部门的规划，国内疫苗完全接种比例（完成全程接种的人口占比）将在 2021 年年底前达到 80%。与此同时，多条技术路线同时推进的国产抗新冠病毒药物进展顺利。基于相关数据分析及专家意见，我们对 2022 年的国内旅游业复苏形势相对更为乐观，对国际旅行的恢复谨慎乐观。我们预计 2022 年全年国内旅游人次有望达到 48 亿人次左右，恢复至疫情前（2019 年）的 80% 左右，国内旅游收入有望突破 4 万亿元，恢复至疫情前的 70% 左右。

## 2013 至 2022 年国内旅游收入增长趋势



数据来源：同程研究院

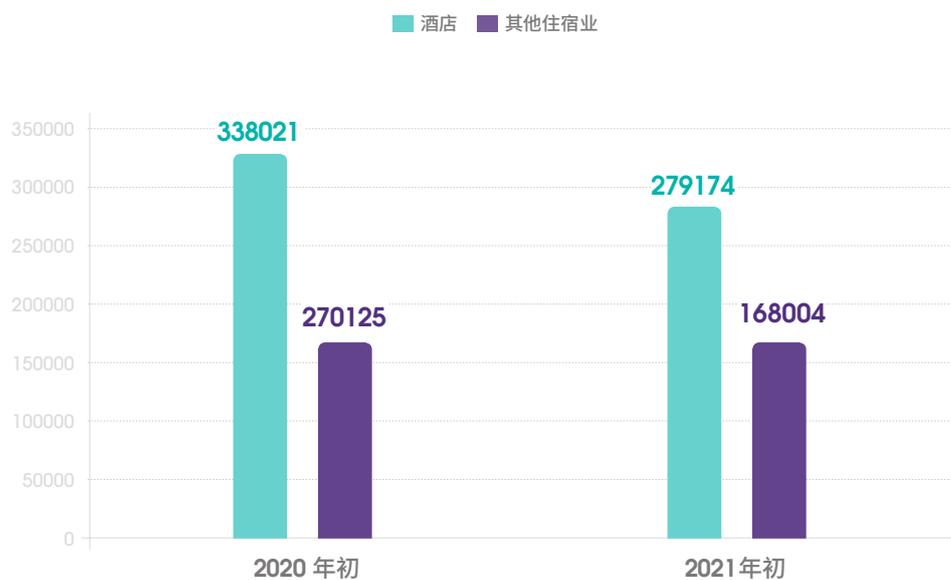
# PART 2 中国住宿产业发展趋势分析



## 2.1 中国住宿产业规模的变化

新冠疫情的持续蔓延和不断反复改变了中国住宿产业原本的增长轨迹，对产业结构也造成了较大影响。根据中国饭店协会发布的《2020 中国酒店业发展报告》及《2021 中国酒店业发展报告》，从 2020 年初至 2021 年初的一年时间中，全国住宿设施（包含酒店和其他住宿业）数量由 608146 个减少至 447178 个，同比减少 26.5%，其中酒店由 338021 个减少至 279174 个，同比减少 17.4%，其他住宿业由 270125 个减少至 168004 个，同比减少 37.8%。

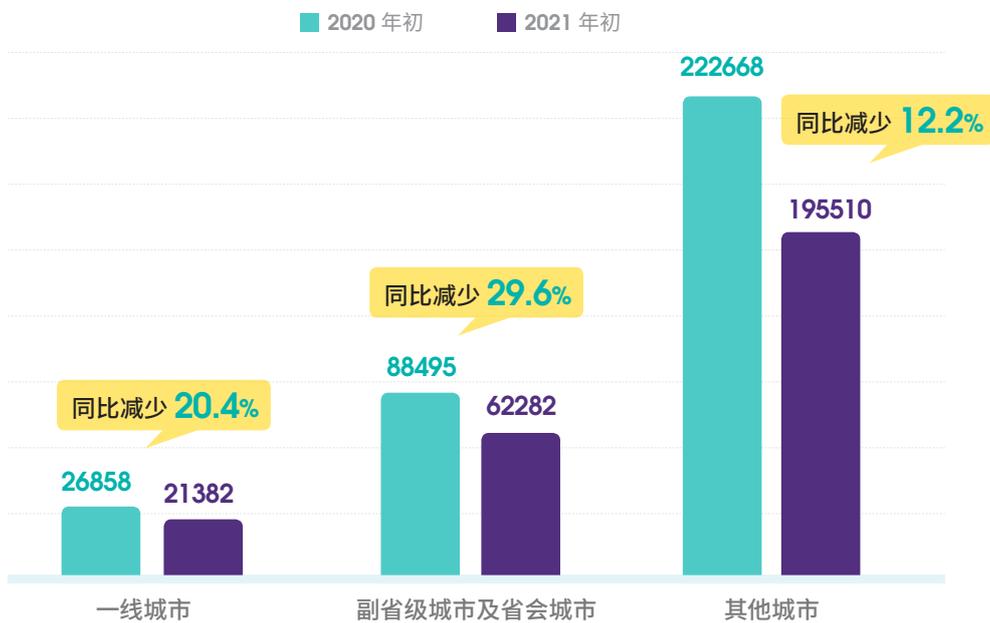
### 2019 及 2020 年度全国住宿设施总量



※ 根据中国饭店协会相关报告整理

从结构上看，包括民宿、客栈等在内的其他住宿业受疫情打击较为严重，大量店面在疫情爆发后的一年内关闭或暂时停止经营（一些城市针对民宿的新规也造成了部分民宿停止运营）。

## 2019 及 2020 年度全国各级城市酒店数量



※ 根据中国饭店协会相关报告整理

分地区来看，低线城市住宿产业规模萎缩的情况相对轻微，副省级城市及省会城市相对更严重一些，这可能与疫情影响的区域不均衡有关联。

## 2019 年度及 2020 年度各类别酒店数量



※ 根据中国饭店协会相关报告整理

从结构上看，经济型酒店（二星级及以下）的规模降幅最大，其次是中档酒店。根据中国饭店协会的统计，2021 年年初全国经济型酒店的数量较 2020 年年初减少了 20.1%，中档酒店减少了 5.1%，五星级酒店减少了 2.6%，仅四星级酒店有小幅增加（3.5%）。

数据显示，疫情对于国内住宿产业的影响是不均衡的，在区域方面，低线城市住宿产业规模受到的影响相对较小；结构方面，高档酒店（四星级）、豪华酒店（五星级）的产业规模受影响程度相对更小。事实上，疫情爆发以来，低线城市的旅游产业复苏情况整体要优于一线、二线城市，这应该是造成住宿产业规模变化地区不均衡的根本原因。

## 2.2 “后疫情时代” 中国住宿产业发展趋势

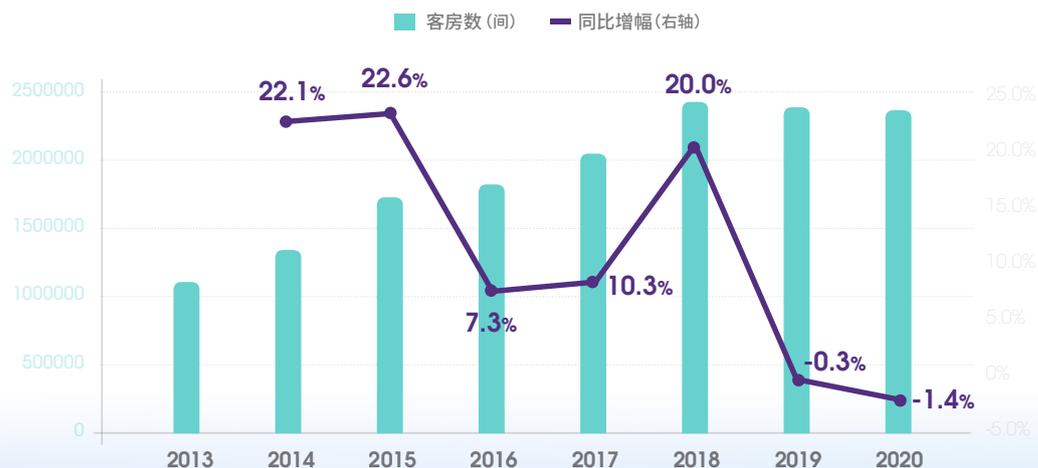
疫情的影响加速或催生了住宿产业的一些趋势，其中最值得关注的是三个方面：连锁化趋势，一是连锁酒店规模保持扩张趋势，二是连锁化率的加速提升；基于“住宿+X”的业态多元化趋势；以及数智化趋势。

### 2.2.1 连锁化趋势

连锁酒店占比的持续提升是我国住宿产业最近十余年的一个长期趋势，一方面是连锁化酒店数量的持续增加，另一方面是连锁化客房供给占比的持续提升。

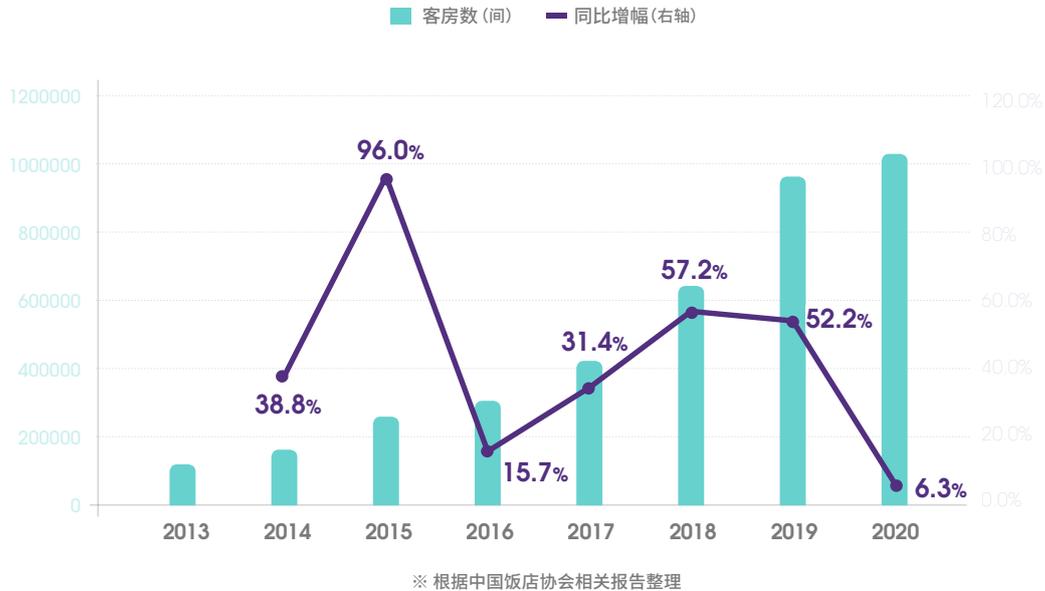
中国饭店协会发布的相关报告显示，自2013年以来中国经济型连锁酒店及中端连锁酒店（三星级）的客房数量基本处于持续增长状态，仅经济型酒店的客房规模在疫情期间有小幅下降，中端连锁酒店的客房数量则有小幅增长。

#### 2013至2022年中国经济型连锁酒店客房增长趋势



※ 根据中国饭店协会相关报告整理

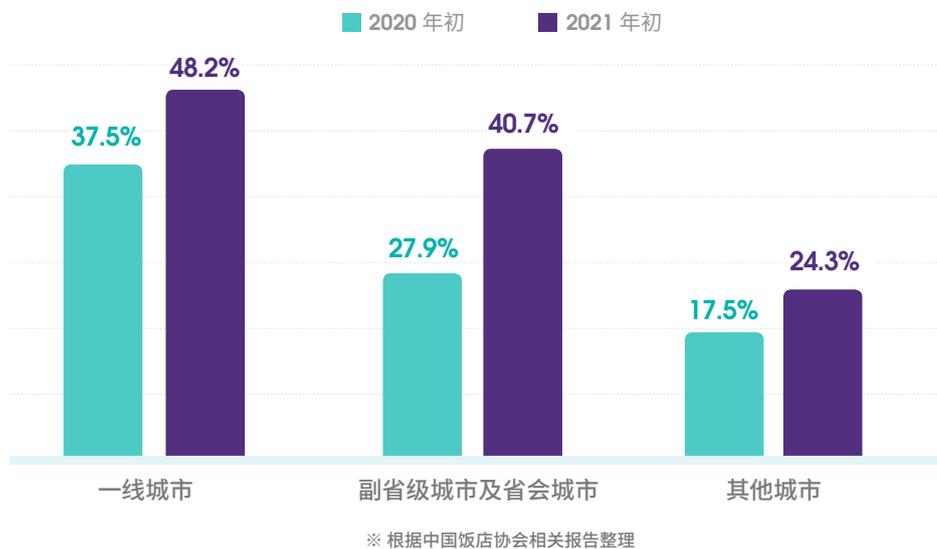
## 2013 至 2022 年中国连锁中端酒店客房增长趋势



具体到连锁化率方面，2020年初至2021年初，连锁酒店客房量保持了增长势头，而非连锁酒店的客房量则有一定幅度的下滑。数据显示，2020年初至2021年初一年时间，全国连锁酒店客房数量从4523695间增长到了4689894，增幅3.7%，非连锁酒店客房数量则从13095999间下降到了10636116间，降幅18.8%。过去一年间，客房量口径的全国酒店连锁化率由25.7%提升到了30.7%。

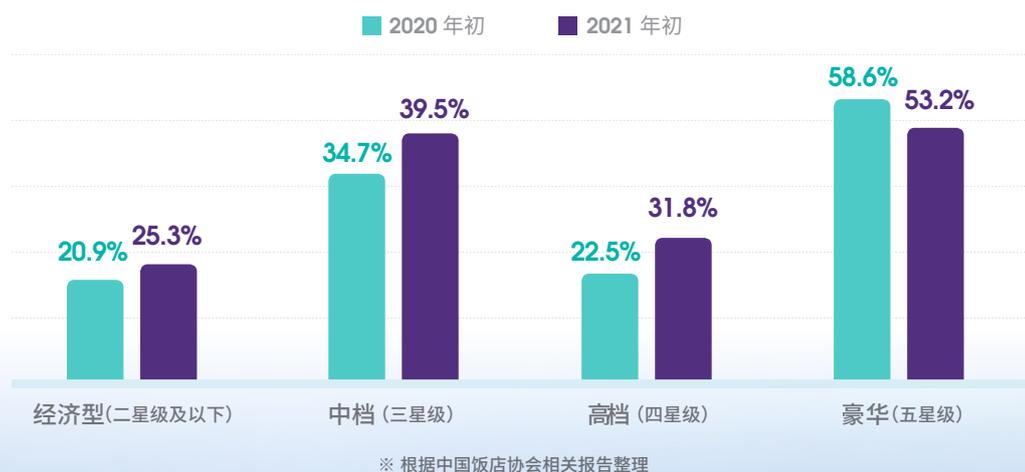
地区分布方面，2020年初至2021年初一线城市的酒店连锁化率（客房量口径，下同）由37.5%增至48.2%；副省级城市和省会城市的酒店连锁化率由27.9%增至40.7%；除前两者之外其他城市的酒店连锁化率由17.5%增至24.3%。

## 各级城市酒店连锁化率(客房量维度)均有提升



酒店类型方面,除豪华酒店(五星级)的连锁化率有所下降外,其余所有类型的酒店连锁化率均呈上升趋势。具体而言,经济型酒店(二星级及以下)的连锁化率由 20.9% 增至 25.3%;中档酒店(三星级)由 34.7% 增至 39.5%;高档酒店(四星级)的连锁化率由 22.5% 增至 31.8%。在所有类型酒店中仅豪华酒店(五星级)的连锁化率有小幅下降,从 58.6% 下降至 53.2%。

## 高档及以下等级酒店连锁化持续提升



在国内疫情相对更严重的 2020 年度,全国酒店业的连锁化率依然保持了整体向上的势头,这一方面是连锁经营模式抗风险能力相对更强的表现,另一方面也表明连锁酒店具有较强的增长惯性,核心原因在于我国酒店连锁化巨大的增长空间。

## 2.2.2 “住宿+X”业态多元化趋势

在需求多样化的驱动下，中国住宿产业的业态也日益多元化，经营者在空间运营方面持续创新，从最核心的住宿及过夜市场延伸到了休闲、娱乐、社交等领域，“住宿+X”逐渐成为非标准住宿领域最具活力的一股创新力量，催生了电竞酒店、电影酒店、健身酒店、剧本杀酒店等“新物种”。

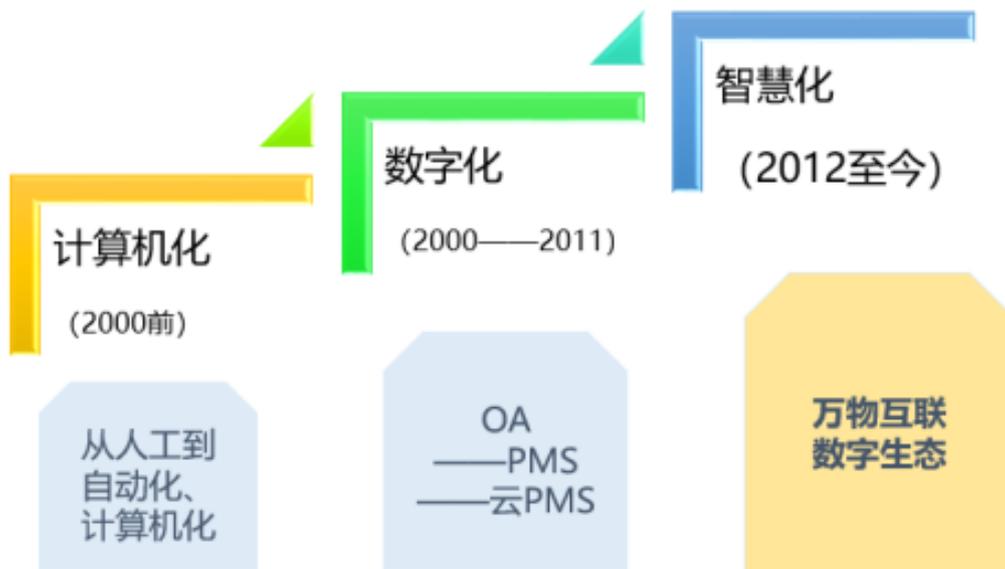


电竞主题酒店（左）与电影主题酒店（右）

疫情期间，本地化休闲消费强势崛起，以本地客源为主的“住宿+X”系列新业态逆势增长，为住宿产业的疫后复苏注入了活力。同程旅行平台数据显示，2020年电竞酒店的间夜量较2019年增长了165.6%，2021年1至6月份的电竞酒店总间夜量较2020年全年增长了17%。同样，“剧本杀”酒店或主题房也成为2021年国内住宿市场最热门的细分领域之一，收获了大量年轻群体的关注。与传统住宿业态相比，将社交等需求纳入其中的创新业态有着相对更高的重复消费比例和更加稳定的客源。以电竞酒店为例，同程旅行平台的电竞酒店用户平均每年消费2次及以上的占比22.1%，专门电竞酒店用户的消费频次更高一些。按照总量口径统计，电竞酒店用户平均每人每年的消费次数约为1.5次，高于传统酒店。根据调研，爱电竞酒店用户的平均复购率为65%（消费2次及以上的用户比例），远高于传统酒店。

### 2.2.3 数智化趋势

数字化与智慧化是当前国内住宿产业的另一大发展趋势。我们将国内住宿产业的数智化发展简要划分为三个阶段：2000 年以前为第一阶段，主要是酒店的各项管理活动从人工向计算机化和自动化的演进过程，表现为各类酒店管理软件的快速普及，主要有华仪软件、中软好泰、西湖软件、广东劳业电脑系统开发公司（千里马饭店管理系统）、北京石基公司等早期经营者。2000 年至 2011 年是第二阶段，伴随着中国互联网产业的腾飞，酒店运营管理的数字化、线上化迅速起步，从 OA 时代迈向云时代；2012 年至今是第三阶段，主要是移动互联网时代推动了物联网的大发展，特别是近年来 5G 的快速商用推动了智慧化时代的到来，相关的趋势方兴未艾，预计将对酒店的运营管理乃至业态等产生革命性影响。在智慧化阶段，除了 PMS 商家外，聚焦于住宿产业的商用机器人公司也在快速成长中。



疫情期间产生了庞大的非接触服务需求，从而加速了住宿产业的数智化进程，酒店机器人等被大量应用到了相关服务环节之中。

# PART 3

## 国内住宿 消费趋势分析



疫情危机对人们的住宿消费产生了怎样的影响？这是广大业者普遍关心的问题。在此，我们以同程旅行平台 2019 年度、2020 年度及 2021 年 1 至 10 月份的住宿订单为统计样本，梳理了一些趋势和规律。

### 3.1 预订行为规律—— 「睡前经济」向旅行消费渗透

针对用户下单时间及出行（入住）时间的对比分析发现，用户的下单时间相对比较集中在每天的 15 时至 18 时以及 19 时至 23 时，其中 19 至 23 时下单的用户占比在最近三年间基本稳定在 33% 以上。这一规律与当前电商领域的“睡前经济”现象基本吻合。

预订提前量方面，随着线上订单处理效率的不断提高和消费者消费习惯的养成，在入住当天预订逐渐成为主流。同程旅行平台 2019 至 2021 年（1 至 10 月份）的住宿订单统计显示，在入住当天预订的比例基本稳定在 70% 以上。

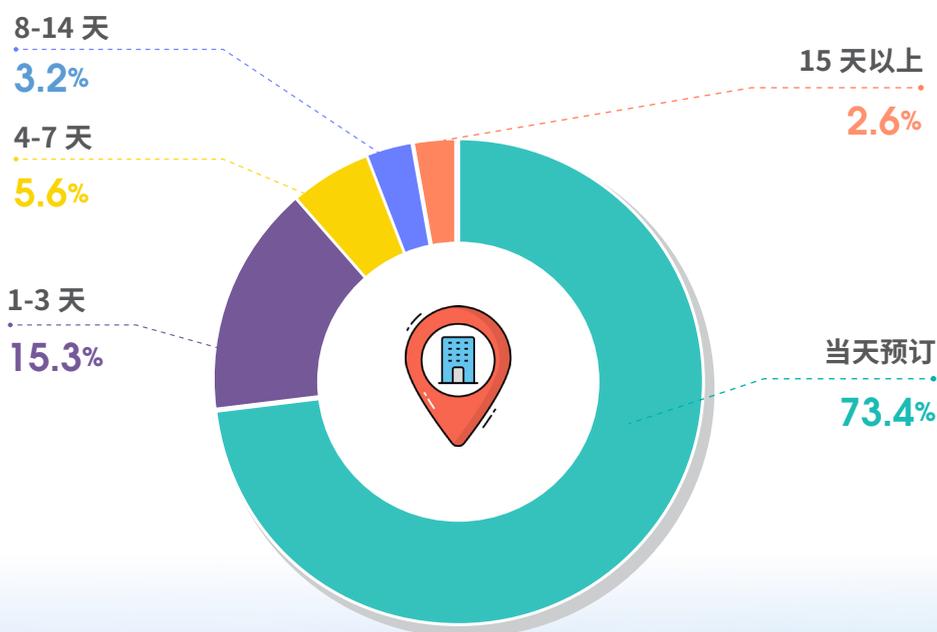
## 2019 至 2021 住宿用户在线预订下单时间分布情况

时间	2019	2020	2021
0 至 5 时	9.2%	10.0%	10.7%
6 至 10 时	12.3%	11.6%	11.5%
11 至 14 时	20.6%	20.8%	20.8%
15 至 18 时	24.2%	24.0%	23.4%
19 至 23 时	33.7%	33.5%	33.5%

数据来源：同程研究院

受疫情影响，人们的行程不确定性加大，从而进一步压缩了预订提前量，尤其是 3 天以内下单的比例有小幅增长。

## 2020 至 2021 年 10 月份国内住宿消费预订提前量分布



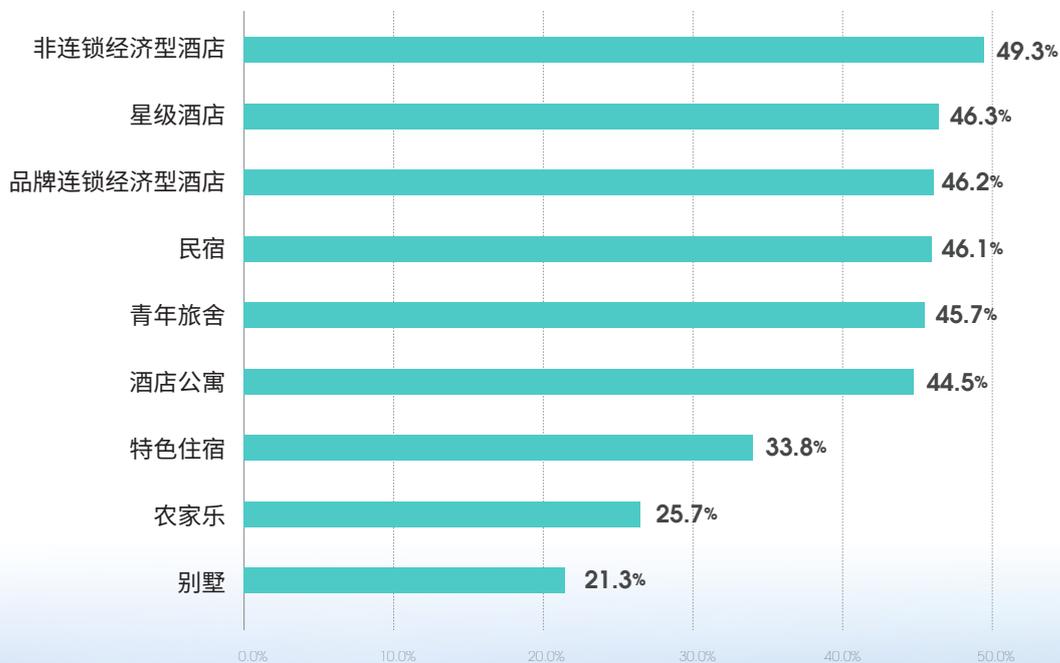
数据来源：同程研究院

## 3.2 客源结构的变化 ——本地消费崛起

随着旅游消费大众化及休闲度假观念的改变，来自本地居民的周末休闲消费在当地旅游消费中的占比呈上升趋势，疫情对于跨地区旅行的抑制则进一步强化了这一趋势。

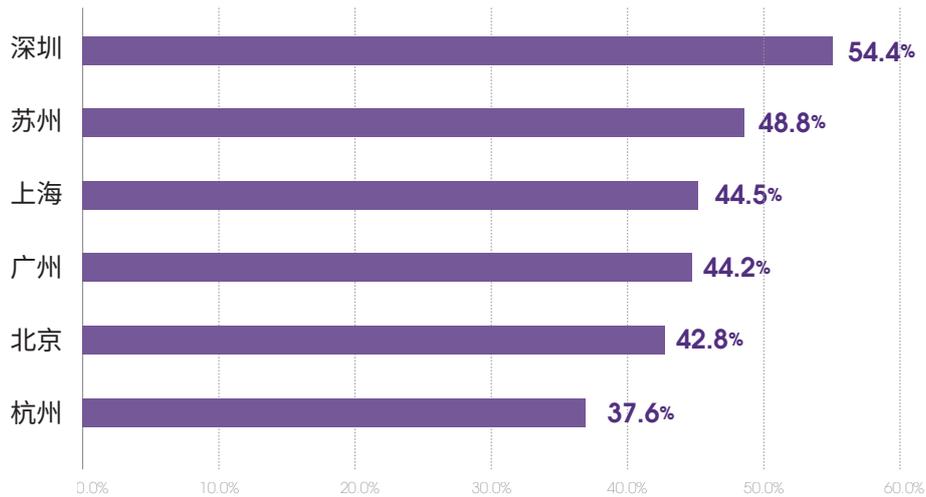
同程旅行 2020 年年初至 2021 年 10 月份的住宿预订数据显示，星级酒店及经济连锁酒店等主流住宿设施来自本地预订的比例基本都在 40% 以上，其中非连锁经济型酒店有 49.3% 的预订来自本地用户，与疫情前相比有一定幅度的提升。

2020 至 2021 年 10 月份国内各类住宿设施本地预订占比



数据来源：同程研究院

## 2020 至 2021 年 10 月份全国核心城市本地住宿预订占比



数据来源：同程研究院

以一线城市及部分热门中心城市为例，2020 至 2021 年 10 月份的预订统计数据显示，深圳市住宿设施来自本地用户的预订占比 54.4%，在一线城市中位居第一，苏州的本地预订占比为 48.8%，上海、广州、北京的本地预订占比也都在 40% 以上。

从地区对比来看，一线城市及区域核心城市来自本地预订的比例相对高于三线及以下城市，传统旅游目的地的本地预订占比相对更低一些。

### 3.3 消费结构的变化—— 非标住宿存在较大供给缺口

通过对比最新的住宿消费意愿调研数据及实际消费结构数据可在一定程度上观察目前国内住宿市场的供需矛盾。相关对比数据表明，当前国内住宿市场的供需矛盾一方面是传统标准化住宿设施的供给相对过剩，另一方面则是一些非标准住宿设施供给不足。另外，疫情也是一个影响人们住宿消费偏好的重要因素，例如，出于安全考虑，原本倾向于经济型酒店的消费者在实际消费时选择了入住各项设施和服务更优的星级酒店。

#### 2021 住宿消费意愿及实际消费结构对比分析

住宿类型	消费意愿	实际结构	偏离度
经济型酒店	39.7%	8.7%	-78.1%
星级酒店	24.3%	72.4%	197.9%
民宿	10.2%	11.7%	14.7%
特色住宿（主题酒店、露营等）	8.6%	0.2%	-97.7%
客栈	8.5%	0.9%	-89.4%
酒店公寓	5.6%	5.9%	5.4%
农家乐	3.0%	0.2%	-93.3%

※ 消费意愿数据来自 2021 年度用户问卷调查，消费数据来自 2021 年度

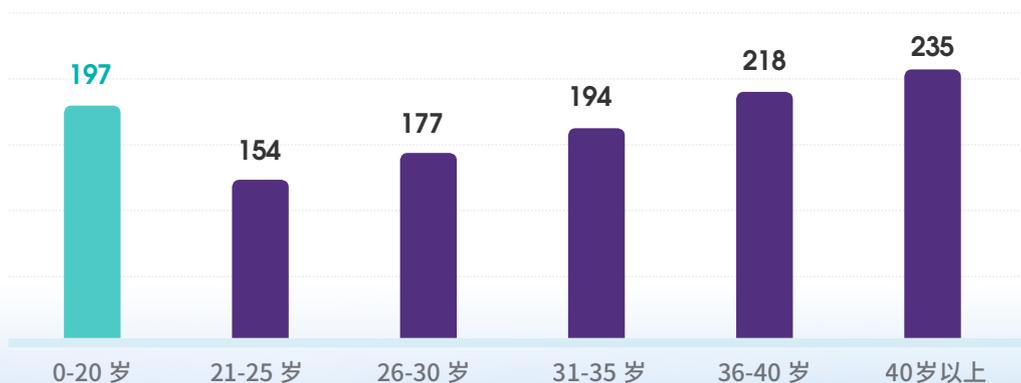
去除疫情因素，我们依然可以发现特色住宿（主题酒店、露营等）的实际消费比例仅为 0.2%，而其对应的消费意愿却高达 8.6%，二者的偏离度达到了 -97.7%，意味着存在供不应求的情况（或高质量供给不足），用户的消费意愿在现实中没有得到很好的满足。以此类推，客栈的消费意愿和实际消费之间的偏离度达到了 -89.4%，农家乐则达到了 -93.3%，表明均存在有效供给不足的情况。

## 3.4 住宿消费水平 ——新生代崛起

根据同程旅行平台 2019 年、2020 年及 2021 年前十个月的住宿订单统计结果，全国消费者在出行住宿方面的消费水平约为 208 元 / 间夜，其中一线城市约为 240 元 / 间夜，较全国平均水平高出约 15.3%，非一线城市约为 187 元 / 间夜，较全国平均水平低 10.1%。

除了地区间存在消费水平差异外，不同年龄段消费者的住宿消费水平也存在一定的差异。在 21 岁及以上的五個年龄区间内，住宿消费水平基本与年龄成正相关关系，而 18 岁以下人群的消费水平则是个例外。基于实际消费场景的分析表明，造成这一现象的原因，一方面是家长们为未成年子女预订住宿行程时倾向于预订更为高端的住宿设施（成年人为未成年子女预订），另一方面则是新生代（18 至 20 岁以上）消费者更为激进的消费理念的体现（更加重视品质）。

不同年龄段消费者的旅行住宿消费水平（单位：元 / 间夜）

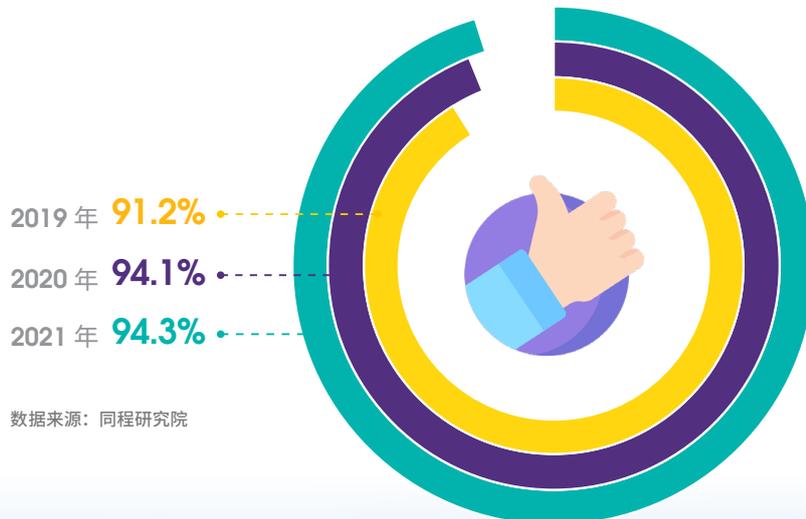


※注：数据来自 2019 至 2021 年 10 月份之间

## 3.5 用户点评分析： “服务”的关注度最高

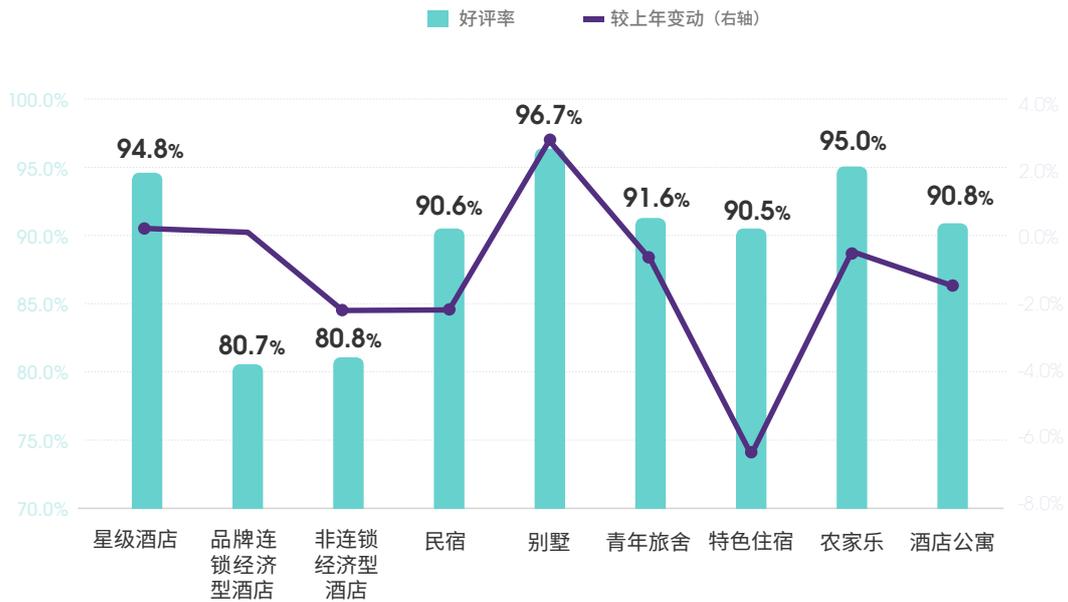
用户点评是用户消费体验满意度的直观反映，是经营者系统了解用户需求趋势及消费偏好的“金矿”。我们分析了2019年年初以来同程旅行平台的数千万条住宿消费用户的有效点评（过滤掉信息量过小及无实质内容的点评），发现国内住宿消费的好评率整体呈上升趋势。2019年至2021年同程旅行平台全国主要城市住宿消费的好评率分别为91.2%、94.1%和94.3%，即便在疫情期间也保持了总体向上的趋势。

### 2019至2021年度全国住宿消费好评率情况



在整体好评率稳步向上的同时，住宿消费的好评率还存在结构性差异。2021年度（1月1日至10月31日的点评数据）好评率最高的是别墅类的96.7%，其次是农家乐的95%以及星级酒店的94.8%。相比之下，经济型连锁酒店的好评率相对较低，基本在80%左右。近三年各类型住宿设施整体的好评率情况基本稳定，各类型之间的好评率排名也变化不大。与2020年度相比，星级酒店、品牌连锁经济型酒店和别墅的好评率有不同程度的提升，其余类别均有不同程度的下滑，但基本在正常的波动范围内。

### 2021年度各类型住宿设施好评率及变动情况



数据来源：同程研究院



---

# PART 4 结论与展望

---





基于以上分析，关于国内住宿产业的发展趋势及消费趋势我们的结论及展望主要有以下几个方面：

1

疫情对国内住宿产业规模的影响存在不均衡，低星及部分单体酒店及其他住宿设施供给减少。

2

国内住宿产业的连锁化趋势有提速迹象，除豪华酒店（五星级）外的所有类型酒店的连锁化扩张趋势在疫情期间均未受影响。

3

数智化是国内住宿业现在及未来五年内的长期趋势。

4

消费多元化正推动住宿业态多元化，“住宿+X”成新趋势。新业态的诞生将为住宿产业的高质量发展注入新活力。

5

本地化住宿消费加速崛起，并将改变住宿产业供给格局。

6

住宿供求之间仍存在结构性矛盾，非标需求存在供给缺口。我们认为，随着休闲市场的快速增长，未来数年内非标住宿将保持高速增长态势。

7

疫情期间，用户的住宿预订行为有一定变化，预订提前量有进一步缩小的趋势，出行当天预订成为主流，下单时间相对集中在夜间。我们预计，随着住宿线上预订流程的智能化及酒店管理的数字化，对于住宿预订需求的处理效率将不断提升，实时预订、所见即所得是大势所趋。

8

消费者的住宿点评相对集中在“服务”、“环境”、“位置”等几个方面，一些“长尾”因素也受到了关注，体现了住宿消费的多样化趋势，这将是一个长期趋势。

## 关于艺龙酒店科技

艺龙酒店科技是集酒店管理、信息技术和采购贸易为一体的住宿产业综合平台，是代表未来住宿产业创新发展趋势的新型科技平台。艺龙酒



店科技成立于 2021 年，由同程旅行成立。通过内部孵化、战略投资，艺龙酒店科技平台已形成多元化的酒管品牌矩阵，入驻平台的企业有美程酒管、艺龙酒管、珀林酒管、安程酒管、良程酒管、爱电竞酒管、日本艺丽酒管、悦程酒管等多家酒管公司，以及艺龙智慧布草、同驿科技、艺同凡享等住宿赋能平台。艺龙酒店科技拥有完善的会员体系，平台内“艺龙会”整合了各酒管品牌的会员体系，充分满足用户商务差旅、休闲度假等多元化出行住宿需求。

艺龙酒店科技秉持让旅途更智慧、更温暖的使命，通过技术、酒店营销与运营、供应链、资本等深度赋能住宿行业，助力住宿行业效率和效能不断提升，为全球旅行者提供优质、便捷、安心的住宿服务体验。



## 关于同程研究院

同程研究院最早筹建于2010年，是同程集团设立的企业智库，也是在线旅游业内最早设立的企业智库之一，主要从事大消费、互联网、旅游等领域的行业研究、用户研究，以及相关领域的政策研究。

经过多年的积累，同程研究院已经建立了以互联网大数据为核心的研究体系，先后与多个机构开展过相关课题的联合研究与发布工作。

同程研究院的相关研究成果及专家作品不定期在官方微信订阅号“同程研究院”发布，欢迎扫描下方二维码订阅。



欢迎关注同程研究院微信公众号