

2. 酒店

2023年的中国酒店业将是全面复苏的一年，也是夺回自2020年起因各类防疫措施失去盈利机会的一年。为使中国国内酒店需求恢复到“疫情前”水平，除积极吸引因防疫政策而受到限制的海外旅客外，还希望采取有力措施，刺激和促进宴会、婚礼、MICE等需求。

中国酒店业

行业动态：2022年酒店业全面开启优胜劣汰

文化和旅游部数据展示了2019年以来星级酒店数量和客房数量的变化情况（见表1）。自2010年以来，星级酒店数量一直呈下降趋势，新冠病毒疫情让市场环境变得更加严峻。值得注意的是，进入2022年，这一趋势更加明显。

表1：星级酒店数量与客房数量变化情况

		2019	2020	2021	2022 Q4	20vs 21	21vs 22 Q4
五星级	饭店数量(家)	822	820	799	747	-21	-52
	客房数量(万间/套)	26.0	26.4	26.4	N.A.	0.0	
四星级	饭店数量(家)	2,443	2,399	2,324	2,071	-75	-253
	客房数量(万间/套)	44.3	43.8	43.3	N.A.	-0.4	
三星级	饭店数量(家)	4,350	4,074	3,686	3,024	-388	-662
	客房数量(万间/套)	42.4	39.5	37.1	N.A.	-2.4	
二星级	饭店数量(家)	1,268	1,100	853	614	-247	-239
	客房数量(万间/套)	7.5	6.2	5.1	N.A.	-1.1	
一星级	饭店数量(家)	37	30	14	9	-16	-5
	客房数量(万间/套)	0.1	0.2	0.1	N.A.	-0.1	
合计	饭店数量(家)	8,920	8,423	7,676	6,465	-747	-1,211
	客房数量(万间/套)	120.4	116.1	112.1	N.A.	-4.0	

资料来源：中华人民共和国文化和旅游部统计

注：2019年-2021年数据摘自年度统计，2022年数据摘自季度统计。

市场分析：酒店收入与客流量双下滑

这一数据展示了酒店业面临的三大困境。

第一是不再受消费者青睐的酒店遭到淘汰。这主要出现在一至三星级的中低端酒店。除了收入水平的提高和消费者需求与偏好日益多元之外，可以推测，在卫生、消毒和安全方面，新冠病毒疫情之后，中低端店不再受到消费者的欢迎。

第二是酒店收入不断下滑。其中一个原因可以归结为新冠病毒疫情的影响。2020后，随着社区感染的消退，经济活动开始复苏。但后来疫情传播一旦得到确认，城市间人员流动即刻受到严格限制，导致酒店需求变得有限且不稳定。因此，人们认为需求不足，即较低的出租率导致客房单价持续下滑。（见表2）

表2：各星级酒店平均房价和平均出租率变化情况

		2019	2020	2021	2022 Q1	2022 Q2	2022 Q3	2022 Q4
五星级	平均房价(元)	596.6	518.8	551.0	505.0	463.6	542.0	504.5
	平均出租率(%)	60.9	40.4	44.7	32.5	34.9	50.0	36.8
四星级	平均房价(元)	331.6	300.2	310.3	289.9	296.2	314.2	307.7
	平均出租率(%)	55.1	39.1	41.9	31.9	36.7	44.8	36.9
三星级	平均房价(元)	225.7	206.2	212.9	196.9	207.5	224.4	218.6
	平均出租率(%)	52.2	38.0	39.9	32.3	38.4	43.7	37.0
二星级	平均房价(元)	179.4	161.9	172.3	151.8	167.5	178.3	177.7
	平均出租率(%)	52.0	38.6	39.0	30.6	34.0	40.3	34.3
一星级	平均房价(元)	112.0	117.3	88.2	68.2	84.7	76.8	83.9
	平均出租率(%)	51.4	35.7	38.1	26.5	32.9	40.7	39.0

资料来源：中华人民共和国文化和旅游部统计

注：2019年-2021年数据摘自年度统计，2022年数据摘自季度统计。

此外，从中还可以看出消费者旅游支出的变化。图1为文旅局的统计数据，显示了与2019年相比中国节假日期间国内旅游出游人数和旅游业收入回升趋势。这表明与出游人数的回升相比，收入增长有所放缓，即旅游支出有所减少。通过分析，可以认为这与以下两种旅游方式的日益盛行有关，一种是以“周边游”为代表的控制支出型旅游，另一种是“自驾露营游”等不涉及酒店住宿的旅游。

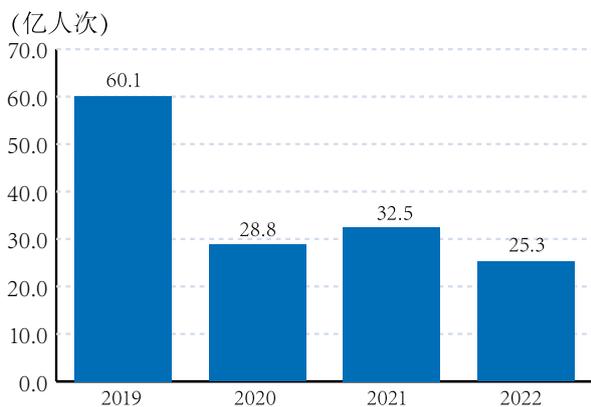
图1：节假日期间国内旅游出游人数和旅游业收入回升趋势（与2019年同期相比）



资料来源：中华人民共和国文化和旅游部统计

第三是国内游客人数减少。图2显示了2019年以来国内游客人数的变化。从2020年下半年到2021年上半年，游客人数出现了阶段性回升，但此后再次转为下降。2022年以来游客人数的回升阻止了酒店数量的进一步下降，但由于升速较缓，导致一些酒店不得不关门停业。

图2: 国内游客人数的变化(单位: 亿人次)



资料来源: 中华人民共和国文化和旅游部统计

客房单价的下降和客流量的减少在酒店业统计数据中得到了明显的体现。从中国星级饭店业的营业收入来看, 相对于2019年的1,908亿元, 2022年降至1,122亿元, 降幅高达40%。值得注意的是, 与2019年相比, 2022年的客房单价下降了3%至16%, 平均出租率的降幅更是达到了18%至42%, 这表明虽然存在着季节性因素, 但更主要是受到了平均出租率下降的影响。(见表3)

在这样的市场环境下创造盈利机会所需的政策很简单, 就是“增加客流量”。

表3: 星级饭店经营指标的变化

	2019	2020	2021	2022 Q1	2022 Q2	2022 Q3	2022 Q4
平均房价 (元)ADR	353.0	313.9	335.0	300.8	297.9	342.2	321.5
平均出租率 (%)OCC	55.2	39.0	41.8	32.1	36.7	45.5	36.8
每间可供出租客房收入 (元/间夜) RevPAR	194.8	122.4	139.9	96.6	109.4	155.7	118.3

资料来源: 中华人民共和国文化和旅游部统计

注: 2019年-2021年数据摘自年度统计, 2022年数据摘自季度统计。

展望2023年: 全面放开如何带动需求增长

随着全面放开, 无论是否有核酸检测阴性证明, 或者是否已接种疫苗, 城市间人员流动原则上已畅通无阻。当前面临的挑战是, 如何在此基础上提高“流动、聚集和消费”绝对人数。

第一个建议是增加入境客流量。尽管全球各国都在采取行动刺激经济发展, 但境外人员入华却依然受到限制。我们希望, 为增加入境人数, 应不分旅游和商务等出行目的, 除放宽强制集中隔离和居家观察等入境防疫措施外, 还应简化签证手续, 增加航班数量, 继续放宽限制。

第二个建议是刺激MICE需求。MICE是一项旨在吸引众多客户并与其互动的活动, 因此有望对拉动酒店需求产生直接影响。此外, MICE本质上与企业 and 行业活动以及研究和学术等活动相关, 有望通过人员的聚集和交流产生附加价值, 并对经济产生连锁效应。希望政府除直接主办MICE活动外, 采取措施激励协会、民营企业和外资企业举办MICE

活动。

第三个建议是为个人入住酒店创造机会。在这方面还可以参考其他国家的一些政策措施。例如, 日本采取的旨在推行全民出游的“Go To Travel (2020)”计划及“全国旅行支援(2022年)”计划, 在设定了额度上限的基础上, 向用户提供旅行费用折扣和优惠券。此外, 意大利和希腊也在2020年推出了相关刺激政策, 以一定收入以下的个人和家庭为对象, 为其提供住宿费折扣。新加坡则在2020年底至2021年上半年, 向18岁以上的公民发放了数字代金券, 供其在利用旅游设施、本地旅游和住宿时使用。以振兴旅游业为目标的财政激励措施将有助于客流量的恢复, 希望出台面向个人的旅游惠民政策。

<建议>

- ①希望不分旅行和商务等出行目的, 继续放宽中国的人境限制。
- ②希望政府部门牵头, 积极采取措施, 创造更多会展(MICE)机会, 刺激企业等单位的会展需求。
- ③包括国内旅行、婚礼在内, 希望采取扶持措施, 促进个人使用酒店的机会。