

# **中国住宿行业发展报告**

## **2015**

商务部服务贸易和商贸服务业司

中国饭店协会

2015年6月

# 目 录

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| <b>前言</b> .....                | <b>3</b>  |
| <b>一、行业发展基本概况</b> .....        | <b>4</b>  |
| (一) 行业整体规模保持增长.....            | 5         |
| (二) 行业业态更加多元化，大众化消费成为主流.....   | 5         |
| (三) 行业企业盈利能力不足.....            | 7         |
| (四) 连锁化和互联网+时代到来，推动行业转型升级..... | 8         |
| (五) 住宿业对国民经济发展发挥重要作用.....      | 10        |
| <b>二、住宿业存在的问题及原因</b> .....     | <b>11</b> |
| (一) 存在的问题.....                 | 11        |
| 1、行业管理需要进一步加强.....             | 11        |
| 2、传统单体住宿企业同质化严重、盈利与创新能力不足..... | 12        |
| 3、典型业态遭遇发展瓶颈需要突破.....          | 12        |
| 4、在线预订市场过于集中、挤占行业利润空间.....     | 13        |
| 5、管理人才缺乏，难以适应行业发展.....         | 13        |
| (二) 原因分析.....                  | 14        |
| 1、行业发展存在无序竞争.....              | 14        |
| 2、成本高企，盈利能力不足，企业创新乏力.....      | 14        |
| 3、传统企业观念转变不足.....              | 15        |
| <b>三、行业发展趋势预测</b> .....        | <b>15</b> |
| (一) 新常态下住宿业将迎来新的发展阶段.....      | 16        |
| 1、新业态将取得新发展.....               | 16        |
| 2、新经济增长带将带来新机会.....            | 16        |
| 3、消费者驱动的互联网+时代将进一步推进行业升级.....  | 16        |

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| 4、关注生态和谐，打造绿色饭店 .....              | 17        |
| 5、文化特色将成为住宿企业主流竞争力 .....           | 17        |
| 6、注册制积极推进，优化改善酒店业经营新模式 .....       | 18        |
| 7、经济型酒店实行多品牌发展战略，中端市场成新增长点 ..      | 18        |
| 8、境外游升温引发中企海外酒店投资潮 .....           | 18        |
| (二) 政策环境和市场环境为住宿业的转型升级奠定了基础 .....  | 19        |
| 1、宏观环境看好 .....                     | 19        |
| 2、国内消费市场后续可望保持持续增长，需求有待进一步挖掘 ..... | 19        |
| <b>四、促进行业发展的主要对策及政策建议 .....</b>    | <b>20</b> |
| (一) 主要对策分析 .....                   | 20        |
| 1、强化规划引导，规范市场秩序 .....              | 20        |
| 2、健全行业法律法规、完善标准规范的落地实施 .....       | 21        |
| 3、优化行业结构，转变发展方式 .....              | 21        |
| 4、加强商业模式创新和新产品开发 .....             | 22        |
| 5、更加注重酒店人才，特别是经营管理人才的培养和引进 ..      | 22        |
| (二) 政策建议 .....                     | 23        |
| 1、积极引导，加快转型升级 .....                | 23        |
| 2、降低税费负担，促进持续稳定发展 .....            | 23        |
| 3、加大扶持，助推加快发展 .....                | 23        |
| 4、加强宣传引导 .....                     | 24        |

## 前 言

本报告主要依据商务部商贸流通行业统计信息平台2014年住宿业典型企业统计数据进行测算和定性分析，鉴于典型企业统计方法的局限性，考虑到行业非法人经营单位、从业人员的流动性和不宜统计因素，相关统计数据可能存在偏差。该报告力求准确反映2014年住宿业发展现状、存在问题，并结合中国饭店协会对住宿业发展情况的判断，提出相关政策建议，为政府主管部门和行业提供参考。

## 一、行业发展基本概况

2014年，面对经济持续下行的压力，新一届政府坚持继续创新调控思路和方式，在加强区间管理的基础上，推出定向调控措施，宏观经济运行总体平稳，我国主要经济指标处于合理区间，GDP增长7.3%，居民消费价格指数增长2.1%，实现了年初预期的目标，特别是在经济增速稳中缓降的同事，结构优化效应增强，中国经济全面向新常态转换。新常态不仅意味着经济增长转向中高速，而且伴随着深刻的结构变化、发展方式变化和体制变化。而结构、方式和体制的变化不断推进、显现，正是新常态下中国经济新动力所在，机遇所在。与此同时，新的适应新常态发展的宏观经济政策也逐步成型，成为保持经济平稳整张、促进经济活力增强、结构不断优化升级的有力支撑。

从住宿业宏观市场环境来看，全年社会消费品零售总额26.2万亿元，同比增长12%，扣除价格因素，实际增长10.9%，比上年同期分别放缓1.1个和0.6个百分点<sup>1</sup>。2014年全年旅游总收入约为3.25万亿元，实现平稳增长，国内旅游36亿人次，增长10%；入境旅游1.28亿人次，下降1%。全年旅游总收入约3.25万亿元，增长11%<sup>2</sup>，总体来看，住宿业宏观市场环境增速放缓，保持稳步小幅增长。在这种大的背景下，2014年住宿业也进入了结构优化、动力转换的新常态。作为中国住宿业结构优化、创新频现的一年，在经历了2013年市场环境巨幅变化后，住宿

---

<sup>1</sup> 数据来源:国家统计局

<sup>2</sup> 数据来源:国家旅游局

企业纷纷调整经营方向，谋求转型以适应市场新状况。同时，伴随着市场需求进一步细分，新业态发展迅速，新技术应用得到迅速推广，新品牌不断出现。大众市场的增长从经济型扩展到中端，民宿客栈业态发展态势较好，面向个人消费的高端奢华酒店也极具市场等，住宿行业正处于结构性调整的关键时期。

### **(一) 行业整体规模保持增长。**

据中国饭店协会依据商务部典型企业数据估算<sup>3</sup>，截止2014年底，全行业经营单位达54.6万家，比上年增长6.69%，从业人数478.4万，同比增长5.9%，总收入4893亿元，同比下降5.3%。住宿业经营单位数和从业人数较上一年度有所增长，主要原因是住宿业业态创新迅速，新业态不断出现，新的经营主体不断进入，行业规模持续增长，行业接待能力持续扩大。但由于总体业绩指标的下行，行业收入走低，产业格局震荡。

从商务部典型企业数据来看，被调查企业2014年总营业面积和资产总额均有所增长，营业面积总额较上一年度增长9.1%，资产总额较上一年度增长4.7%，住宿行业规模持续扩张。

### **(二) 行业业态更加多元化，大众化消费成为主流。**

从行业体制来看，2014年，内资企业为主体，港澳台资企业、外资企业均衡发展，保持着多种经济成分、多种类型企业并存格局，国有企

---

<sup>3</sup>此数据基于国家统计局基础数据，根据商务部典型企业增长速度估算产生，鉴于数据的不完整性，有可能存在误差。

业占比明显下降，仅为 11%，较上年下降 5%，是国内市场竞争比较充分的行业。

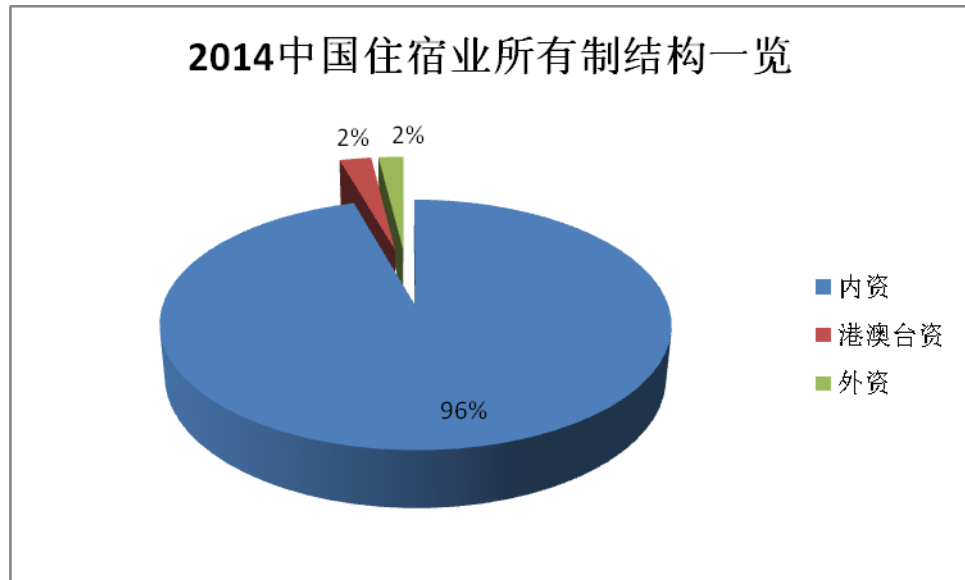


图1:2014年中国住宿业所有制结构一览

数据来源：商务部流通服务业典型企业统计数据测算

从业态结构来讲，2014年，个人消费市场成为主体，高端酒店谋求转型，摘星现象涌现，星级不再成为投资和消费的主流标准。在星级评定方面，2013年我国共有88家酒店进行了五星级评定网上公示，而2014年，进行评定公示的五星级酒店数下降到33家，与此同时，据统计，2014年全国范围内共有50多家星级酒店主动降星<sup>4</sup>。面对新形势，许多高星级酒店纷纷转型，通过价格调整和产品创新来吸引广大个人消费者。与此同时，消费者对个性化、专业化、差异化产品和服务的需求越发明显，民俗客栈、精品酒店、主题型酒店、短租公寓、中档连锁、度

<sup>4</sup> 数据来源：《2014年度中国酒店业品牌发展报告》，迈点旅游研究院，2015

假饭店等业态在 2014 年得到迅猛发展。行业组织形式从传统高大上改为小而美。精品化、特色化、小型化、快速反应成为主流。

从档次和规模上来看，2014 年，市场保持着金字塔形的市场格局，高档饭店占 8%，中档饭店和经济型连锁饭店占 45%，而包含了民俗客栈等多种业态的其他旅店比重达到 45%。反映了大众住宿消费市场的强大生命力，及其广阔的创新空间和新业态的迅速增长。

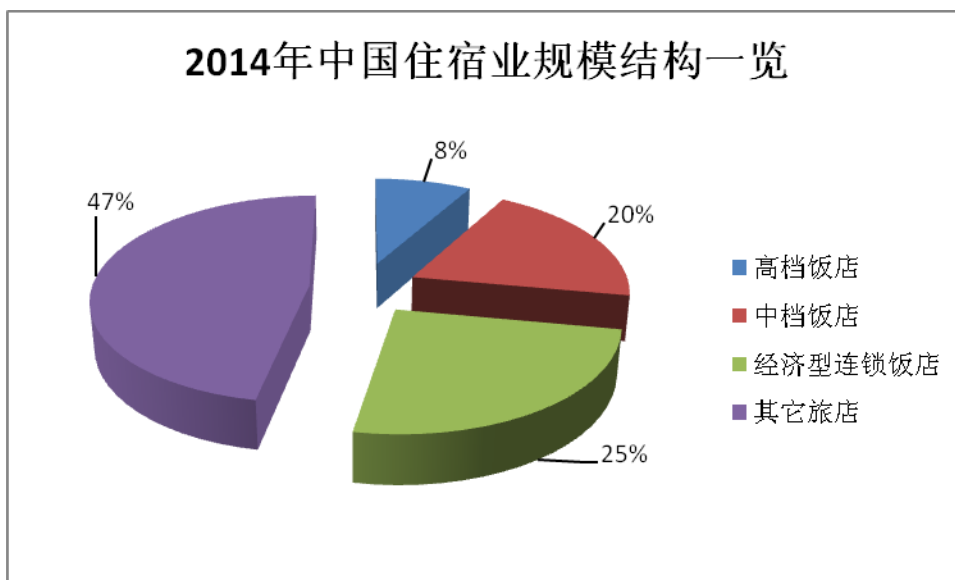


图2：2014年中国住宿业规模结构一览

数据来源：商务部流通服务业典型企业统计数据测算

### (三) 行业企业盈利能力不足。

根据商务部典型企业调查，限上企业平均每单位营收 4465.2 万元，每单位平均就业人数 214 人，人均劳效达 20.8 万元，平均营收和人均劳效分别比去年同比下降了 5.3%和增长了 2.6%，其中高端住宿企业营

收回落最为明显。从盈利能力看，限上企业利润率同比下降 90.4%，平均利润率已降至 1%。企业三项费用平均为营业额的 62.4%，较上年增加 0.7%，而税金为营业额的 7.5%，较上年增长 9.1%，企业负担较重，总体来看，住宿行业盈利水平极低，企业负担较重，经营困难，详见表 1。

表1：2013年住宿业限上企业基本情况统计表

| 指标           | 2013 年    | 同比增长   |
|--------------|-----------|--------|
| 每单位平均营业收入    | 4465.2 万元 | -5.3%  |
| 每单位平均人数      | 214 人     | -7.8%  |
| 人均劳效         | 20.8      | 2.6%   |
| 每单位主营业务收入    | 4426.7 万元 | -2.8%  |
| 每单位主营业务利润    | 2438 万元   | -5.9%  |
| 每单位利润总额      | 9.5 万元    | -90.9% |
| 三项费用占营业额平均比重 | 62.4%     | 0.7%   |
| 税金占营业额平均比重   | 7.5%      | 9.1%   |
| 利润率          | 0.2%      | -90.4% |

数据来源：商务部流通服务业典型企业统计数据测算

#### （四）连锁化和互联网+时代到来，推动行业转型升级。

以连锁化、互联网+为代表的行业现代化程度在不断提升，推动了住宿业转型升级。

随着大众市场的兴起，以产品标准化、经营规模化特色的连锁经营在住宿业得到进一步发展。中国饭店协会发布的年度饭店行业连锁化发展相关统计报告显示，2014 年中国住宿业以规模排序的酒店集团前五

十强合计拥有开业门店 13448 个，客房数 1535721 间，分别较上一年增长 20%和 27%，行业集中度明显提高。酒店集团规模区域分布明显，进入 50 强的酒店集团总部所在地最多的区域是华东，共有 20 家。最多的城市为北京，共有 10 家；其次为上海，共 8 家。集团总部所在地体现很强的区域特征，与所在地经济实力、商业氛围、企业精神息息相关。同时，经济型酒店集团强势依旧，品牌竞争力强，2014 中国酒店投资与管理集团规模 50 强排行榜中，前 5 强有 4 强均为经济型酒店为主体的酒店集团。

表2：2014年度中国酒店集团规模前十强

| 排名 | 集团名称     | 总部所在地 | 客房数    | 门店数  |
|----|----------|-------|--------|------|
| 1  | 如家酒店集团   | 上海    | 296075 | 2609 |
| 2  | 锦江国际酒店集团 | 上海    | 231033 | 1520 |
| 3  | 华住酒店集团   | 上海    | 209955 | 1995 |
| 4  | 铂涛酒店集团   | 广州    | 195976 | 2112 |
| 5  | 格林豪泰酒店集团 | 上海    | 108458 | 1219 |
| 6  | 首旅集团     | 北京    | 40512  | 155  |
| 7  | 维也纳酒店集团  | 深圳    | 30409  | 182  |
| 8  | 尚客优酒店    | 青岛    | 23813  | 428  |
| 9  | 东呈酒店集团   | 广州    | 23144  | 247  |
| 10 | 玖玖旅馆     | 温州    | 22287  | 387  |

数据来源：2015中国酒店连锁发展与投资报告

2014 年，互联网+助力住宿业进入移动互联网时代。以实现传统产业的在线化、数据化为发展趋势，在此基础上实现的产业跨界融合，多元化营销。根据商务部典型企业调查显示，2014 年商务部典型企业的电

子商务交易额同比增长 87.5%。住宿企业越发追求回归行业本质，专注产品和服务，积极塑造酒店品牌，借助互联网为企业降低营销成本，品牌口碑传播，互联网思维模式下的酒店营销，并实现行业面向移动互联网从营销到产品全面的互联网变革。住宿业正在移动互联和信息化新技术的作用下从营销、传播、支付、消费者体验各个环节重新定义行业的运营和发展模式。

### （五）住宿业对国民经济发展发挥重要作用。

住宿业作为重要的服务性行业，对国民经济发展发挥着重要的贡献。如表 2 所示，2014 年，住宿业营业额占全年国内生产总值 636463 亿元（增速 7.4%）的 0.7%，为第三产业增加值 306739 亿元（增速 8.1%）的 1.6%，占全年社会消费品零售总额 262394 亿元（增速 12%）的 1.9%。住宿业就业人口占全国总就业人口 77253 万人的 0.6%。

表2：住宿业在国民经济中比重分析

|       | 国内生产总值 | 第三产业增加值 | 社会消费品零售总额 | 全国总就业人口 |
|-------|--------|---------|-----------|---------|
| 住宿业占比 | 0.7%   | 1.6%    | 1.9%      | 0.6%    |

数据来源：2014年国民经济和社会发展统计公报、商务部流通服务业典型企业

统计数据测算

住宿业产业关联度强，其需要的消费产品涉及到国民经济各行业，大到钢铁水泥、小到针线香皂，需要采购成千上万种产品，涉及建筑、地产、家电、化工、农林牧副渔等众多行业。应该说，住宿业在国民经

济中有重要地位，在解决就业、拉动内需、带动相关产业发展方面发挥着不可忽视的作用。

## 二、住宿业存在的问题及原因

### (一) 存在的问题。

当前住宿业面临多方面困难的叠加：部分城市酒店结构性供需矛盾不足；传统酒店收入结构中 30-40%的会议收入和餐饮收入属于公务消费，随着中央八项规定的深入开展，这部分消费大幅下降；新技术爆发加上消费市场更新换代，导致消费需求和消费行为都有新动向，传统酒店的思维方式和商业模式难以快速反应；酒店过于依赖订房渠道网站，大量利润被 OTA 获得等等。

#### 1、行业管理需要进一步加强。

目前住宿行业表现突出的问题是行业结构性失衡，部分地区无序发展，空间布局不均衡，部分地区产能过剩。部分三四线城市高星级酒店占比很大，导致大众需求不能满足，高档市场供过于求。行业标准方面，一些标准内容和范围重叠甚至矛盾，而一些业态和产品尚无可遵循的标准，新业态如客栈、在线短租等业态在现有管理制度下无法获得卫生许可、特种行业经营许可、消防许可等。已出台的标准宣贯力度亦有不足。

## 2、传统单体住宿企业同质化严重、盈利与创新能力不足。

随着互联网时代和大众消费时代的到来，新市场、新技术给住宿行业带来巨大的冲击，行业的市场结构、营销方式、人力供给等都产生质的变化，在这种变化面前，传统单体住宿企业准备不足，很大一部分企业缺乏核心竞争力，市场与人才流失严重，直接导致企业业绩下滑明显，盈利水平不足。总体来看，传统单体住宿企业经营每况愈下，全行业亏损，国家旅游局发布的《2014 全国星级饭店统计公报》显示，2014 年全国 12803 家单体星级饭店营收共计 2151.45 亿元，同比下降 6.17%，共亏损 59.21 亿元，为有记录以来最大的亏损年，困损总额较上年增长 183.6%，充分体现了当前单体酒店面临的困境。在这种情况下，结合前期的非理性投资，酒店业总体而言回报率偏低，巨额投资难以收回。

在当前的行业互联网+进程中，相对于连锁企业在集团层面的系统、平台、会员体系等方面投入的能力，单体住宿企业显得力不从心。目前单体酒店大多仅停留在信息传递方面，还没有形成闭环。真正能通过网站和微信实现在线预订、支付的单体企业少之又少，而能够建立自身会员体系、常客奖励计划并成为企业销售有力补充的更是缺乏。主要困难集中在单体企业第一缺乏足够的资金实力进行系统、体系的投入，尤其是持续性的投入。第二缺乏专业的人力资源进行实施。

## 3、典型业态遭遇发展瓶颈需要突破。

2014 年，高端酒店遭遇政务消费锐减、个人高端消费未能充分挖掘的经营困境；经济型酒店面临产品老化、成本上升、品牌弱化的发展瓶

颈，普遍盈利下滑；中档酒店连锁化进程仍未能突破模式的探寻，品牌的形成需要时间的积累和服务的沉淀，成功模式的缺乏和合适物业的稀缺使其规模扩张未能达到预期，中端连锁酒店截止 2015 年 1 月 1 日在营业的总规模不超过 1000 家。定位重复、概念不清、盈利模式、竞争激烈等因素仍考验着各中端酒店品牌的生存能力和行业的健康发展。

#### 4、在线预订市场过于集中、挤占行业利润空间。

2014 年，酒店市场在线预订市场份额超过 800 亿元<sup>5</sup>，其中携程旅行网、艺龙旅行网、美团网、去哪儿网四家合计占第三方在线预订市场 80%以上市场份额<sup>6</sup>，过于集中。一方面酒店对第三方预订平台的过于依赖导致酒店利润的直接、大量流失，另一方面各平台间竞争激烈，为应对激烈竞争产生的偏弱势平台的补贴及差异化低价竞争方式直接影响了酒店的良性疾病策略。

#### 5、管理人才缺乏，难以适应行业发展。

人力资源短缺这些年来一直是住宿业面临的突出问题，2014 年管理人才的断层成为酒店业人力资源管理最大问题。新的市场竞争格局对酒店管理人员的知识结构和技能水平产生更高要求，连锁化、集团化、互联网化的模式变革要求管理人员技能更加多元化、复合化，传统的单店运营管理人员在网络营销、会员体系建设、收益管理、智慧酒店、新生代消费者消费方式转变等方面知识和技能不足。同时精品酒店、主题酒

---

<sup>5</sup> 数据来源：《2014-2015 中国在线旅游市场研究报告》，劲旅咨询，2015 年 7 月

<sup>6</sup> 数据来源：相关企业财务报告及专家调研

店、客栈、酒店式公寓等新型业态管理人员以及连锁品牌、集团总部人才严重不足制约了行业的转型创新。

## (二) 原因分析。

### 1、行业发展存在无序竞争。

高星级酒店作为房地产行业的附属品，出于地方招商引资、品牌效应、拉动规模等综合因素考虑，不以酒店经营为主要盈利途径，导致供给的非理性驱动，而一些大众急需的住宿产品，因为物业租金价格偏高、监管政策缺失、进入门槛偏高等问题发展缓慢，需要统一规划和政策指引。

### 2、成本高企，盈利能力不足，企业创新乏力。

随着住宿企业总量的增加，市场竞争日趋激烈，营业收入增长缓慢，同时人员、原材料、物业及能源等成本却在不断上涨，导致企业利润率不断下降。据行业典型调查数据，目前人工成本占企业营业收入平均达23.4%，能源费用平均占7.6%，物业成本平均近10%的比例。同时饭店企业还承担着近20项高企的税费，占营收的8%左右。这对于本身就是高人力成本、高房租、高原材料成本、高能源成本的住宿企业来说，更是大大拉低了利润水平，从而缺乏对新技术新系统的投入能力、高端人才引进的薪酬水平、创新驱动空间等。

### 3、传统企业观念转变不足。

在当前消费市场结构变化、互联网时代到来双重因素作用下，以及新业态不断进入市场引流细分市场的环境下，传统住宿企业准备不足，一方面产品同质化和服务无特色，虽然市场上也出现了一定数量的主题特色酒店，但很多是仅仅停留在表面建设和装饰上，不能挖掘到主题酒店的内涵，不能形成独有特色，即使在短期内能吸引顾客前来，也达不到留住顾客的目的。二是缺乏有效的客户大数据管理，缺乏对顾客消费数据的收集、整理与分析，不能为个人定制服务提供依据。同时很多企业缺乏长期发展战略；缺乏直销体系建设和会员培育；缺乏对顾客消费行为的研究；忽视客户忠诚度培养；忽视人才培养；对大额的节能环保设备以及信息化技术手段缺乏必要的投资等，传统住宿企业急需转变观念，打破传统经营管理理念，对产品和服务进行重新梳理。

## 三、行业发展趋势预测

新常态下的住宿业，传统发展方式和市场理念将迅速被取代，靠高资本投入、高人力投入、高能源消耗的行业发展方式难以为继。新技术、互联网、平台化、资本力量、品牌创新正在成为行业发展主要驱动力。住宿业将进一步实现结构优化和动力转换，科技创新、质量效益、生态友好、人员配置合理性和服务优化、需求变化和产品特性将成为行业发展主要变革方向，从而促进住宿业在发展中升级，在升级中发展，实现更高质量、更好效益、更加多元、更可持续的行业新局面。

## **(一) 新常态下住宿业将迎来新的发展阶段**

### **1、新业态将取得新发展。**

当前，住宿业正在进入大住宿业时代。行业分层、分级、分业态的细分将进一步明晰，整体布局将进一步在市场驱动下优化调整。传统酒店企业外，酒店式公寓、生态休闲度假、民宿客栈、养老酒店、短租公寓、高端精品、中端连锁、艺术酒店、情侣酒店等住宿业态将迎来快速发展。

### **2、新经济增长带将带来新机会。**

当前，政府正在实施西部开发、东北振兴、中部崛起、东部领先的区域发展总体战略，重点实施“一带一路”战略、长江经济带、京津冀协同发展，同时，在新型城镇化战略中，将重点解决一亿农业转移人口落户城镇、改造1亿人居住的城镇棚户区和城中村、引导约一亿人在中西部地区就近城镇化，将给住宿业带来巨大投资和发展机会。

### **3、消费者驱动的互联网+时代将进一步推进行业升级。**

“酒店+信息化”将逐步转变为“互联网+酒店”，互联网将从早起的工具、中期的渠道演变为当前的生态圈，当前大多数的住宿企业对互联网的应用还处于工具和渠道之间，仅仅是用于营销、传播环节，但是移动互联、大数据、物联网、智能化等技术将从投资环节就开始产生全方位影响，一直到消费者的消费体验。微信开门、自助入住退房、机器

人服务、客房智能控制系统、可穿戴智能技术等技术应用将带来住宿行业运营模式的改变；消费者的大数据分析、以及在线民宅短租等重组行业产品的互联网企业将对住宿业产生巨大影响。

#### 4、关注生态和谐，打造绿色饭店。

2014年国家相继出台了系列意见通知，如国务院《关于促进内贸流通健康发展的若干意见》、《商务部关于大力发展绿色流通的指导意见》以及商务部办公厅、中宣部办公厅、发展改革委办公厅《关于组织开展低碳节能绿色流通行动的通知》等，都明确强调要进一步推动绿色饭店创建活动。发展绿色产业、推进生活方式绿色化是当前行业绿色饭店建设的主题，企业将加大绿色主题培育、节能降耗改造、环境友好运营，并积极响应绿色饭店号召，持续开展节能减排工作，加强绿色低碳节能设备技术和先进管理模式在饭店行业的应用，在节能减排的同时，通过大力开展绿色宣传、积极引导绿色消费，提升企业绿色高效的管理能力，打造健康舒适的消费环境，提升企业的经营管理效益。

#### 5、文化特色将成为住宿企业主流竞争力。

消费者对住宿消费的选择，已经从星级时代进入到品牌和点评相结合的时代。基于新消费群体倒推的品牌定位、产品设计、营销策略、顾客体验、经营思维都将面临革命性的改变，未来大住宿市场之下，必然是进一步细分化、精益化。文化特色将成为强有力的差异化武器，也是单体住宿企业主要的竞争优势。传统酒店企业将由标准化向特色化变

革，由产品层面向文化层面推进，由住宿提供者向消费者体验场所演变，进而打造生活方式分享平台。

## 6、注册制积极推进，优化改善酒店业经营新模式。

随着注册制的逐渐开闸，中国酒店行业上市的门槛大幅降低，为酒店业带来低成本的资金解决方案，势必给住宿业经营模式带来很好的优化和改善。

## 7、经济型酒店实行多品牌发展战略，中端市场成新增长点。

在全球主要城市对中端酒店需求的日益增长的背景下，中外各大酒店集团都将在加大在中端酒店市场的发展力度。例如国内的华住酒店集团、锦江国际酒店集团、铂涛酒店集团、维也纳酒店集团，海外的希尔顿集团、喜达屋酒店、法国雅高集团等都有新的发展和品牌计划。外资酒店集团在国内中档市场开疆拓土将进入白热化，中端连锁市场正成为国内外酒店集团竞争的新焦点。

## 8、境外游升温引发中企海外酒店投资潮。

2014年11月，锦江集团以不少于12亿欧元收购卢浮酒店集团。据统计，在2014年，至少有9起国内企业投资收购海外酒店的并购事件。境外游升温引发中国企业海外酒店投资潮，根据中国国家旅游局的数据，中国2014年出境游人次首次破亿达到1.07亿。由于中国企业更加

了解中国游客的喜好，也由于中国酒店集团及酒店投资方已经发展到了全球化布局的阶段，下一个阶段，中国企业将加速进军海外酒店市场。

## **(二) 政策环境和市场环境为住宿业的转型升级奠定了基础。**

### **1、宏观环境看好。**

2014年中国出境游首次破亿，民族品牌走出国门大有可为。同时，“一带一路”战略、京津冀、长江经济带等新的经济增长极和增长带的培育，以及新型城镇化进程的加快，给行业带来新兴市场和新的投资增长机会。政府简政放权、主动为行业减税减负。互联网+战略为住宿业这个传统服务业的现代化、信息化、科技化插上翅膀。

### **2、国内消费市场后续可望保持持续增长，需求有待进一步挖掘。**

国内中产阶级兴起，中档酒店连锁化、特色化、精品化有广阔空间。麦肯锡报告表示2025年中国将有3.3亿的中产阶级，其中70%的是高收入的中产阶级。未来5年、10年、20年饭店业如何面对这些新的需求，包括他们的商业旅行、私人旅行、亲子时间、父母养老，都值得住宿业关注和研究。如日本和台湾有大量的动漫主题亲子酒店，美国有成规模、成体系的主题酒店，欧洲有成熟的养老社区、养老酒店，这些业态和市场在国内还仅仅是起步，还有很大的空间。

85后、90后消费群体的崛起。作为互联网的原住民，80、90一代的需求与60、70后有本质的不同。在中国6.5亿互联网人口中，超过

60%的人口是 85 年以后出生，他们的成长以及对酒店消费需求都有其特殊性，住宿消费需求还没有得到完全满足。。

国民住宿消费需求在升级。国民旅游进入休闲经济时代，度假酒店、民宿客栈等业态将迎来大发展。同时，消费市场对文化创意的需求在增强。可以看到，随着中国消费群体的成熟，消费者对产品的文化创意表现、环境氛围营造、产品审美品位的要求在增加。不仅指文化主题酒店和设计酒店，传统酒店的艺术性、消费者感官体验都需要增强。

饭店业的发展，在经受了高端政务消费锐减的阵痛后，以大众市场、新经济为代表的新业态将迎来发展的新机遇。

## 四、促进行业发展的主要对策及政策建议

### （一）主要对策分析。

#### 1、强化规划引导，规范市场秩序。

在符合城市规划的前提下，对行业发展和企业投资进行统筹规划和合理布局。从政策制定、法规完善、财政补贴、金融支持、社会保障等各方面制定相关配套产业政策，引导不同业态、不同规模、不同主题、不同档次的住宿企业正确定位、规范建设、健康发展。同时，各级行业主管部门应积极牵头协调公安、工商、质监、食品监管等有关部门为新兴业态预留准入空间，为企业正常经营依法办理相关手续，创造公正、诚信、安全的经营环境和消费环境，从而推动行业科学健康可持续发展。

另外，各级行业主管部门应加强行业信用体系建设，积极推行信用等级管理，建立行业信用评价体系和相关制度，促进行业规范发展。

## 2、健全行业法律法规、完善标准规范的落地实施。

健全行业法律法规，建立高效的执行与监管机制是行业健康发展的基础保障。但现有涉及住宿业的规章制度的执行与监督管理缺乏有效的协调机制。许多被采用于规范与管理酒店市场的各有关法律条文都散见于其他相关法律，缺乏行业针对性。

同时，目前行业标准的制定已趋于体系化，并在不断完善中。但突出的问题是已出台标准的宣贯落实工作十分欠缺，没有起到应有的标准规范作用。因此，在重视标准体系建设和标准起草制定的同时，主管部门更应建立已出台标准的宣贯实施保障体系，真正将标准化工作作为行业管理的有效手段，营造开放有序、公平竞争的市场环境。

## 3、优化行业结构，转变发展方式。

推进客栈、精品酒店、文化主题酒店、在线短租等新业态的健康发展，为其预留足够的发展空间，并在政策上允许其存在与发展。大力发展绿色酒店、经济型酒店，加快品牌培育和资源整合，促进住宿企业品牌化、连锁化、集团化发展，帮助住宿业进行准确市场定位和结构优化，提高行业发展集中度和企业经营特色差异化。引导住宿业在规划建设和经营管理各个环节树立节约环保理念，转变发展方式，积极推进绿色酒店的创建，引导住宿企业加强内部高效管理制度和体系，广泛合理运用

新型节能减排技术设备，实现低能耗运营，进行垃圾污水减量化和无害化处理，带动行业走低碳化环保、可持续发展之路。

推进行业的互联网+，加快传统住宿企业的互联网化进程，推进行业的大数据和新技术应用，大力推动住宿企业尤其是单体企业的电子商务水平。

#### 4、加强商业模式创新和新产品开发。

酒店行业在坚持标准化的基础上，更要注重创新，以保持和提升企业竞争力。随着消费者的日渐成熟、市场竞争的不断加剧，酒店经营者需进一步突破传统思维，进行创新性的经营和管理，必须在经营战略和理念、市场和产品的地位与开发、精细化管理服务、新产品技术应用和商业模式创新等方面进行突破。寻求市场差异化和产品独特化在经营管理过程中的合理结合是企业成功发展的助推剂。

#### 5、更加注重酒店人才，特别是经营管理人才的培养和引进。

建立完善人才培养机制，转变目前普遍存在的“重挖人、轻育人”的状况，通过公平开放的人才竞争考核和发展机制推进人力资源管理工作。推动业内外人员的健康流动。建立完善的行业人员教育培训和人员流动监管体系；各大院校要从实际需求出发，改进传统教育培训模式，将学校教学同行业实践结合起来，使人才培养适应行业应用性强的特点，做到教学和实践相结合。发挥在职教育和行业培训的突出作用，做到行业需求和人才培养紧密结合。

## **(二) 政策建议。**

### **1、积极引导，加快转型升级。**

支持企业充分运用电子商务手段开展营销。鼓励饭店企业开展技术改造和能源管理等项目。鼓励企业创建绿色饭店。探索多元化经营和连锁经营，加快推进集原辅料基地、加工制作、物流配送、终端服务于一体的全产业链发展。减少行政审批环节或加快审批流程，为企业经营创造有利条件。对监管空白的新兴业态，协调有关部门给与开业许可，或在安全卫生等方面建立管理的标准、诚信试点，加快制定行业标准。

### **2、降低税费负担，促进持续稳定发展。**

进一步正税清费，减轻企业负担。推动允许跨区域连锁企业合并纳税，避免重复征税。对符合条件的企业酌情减免地方水利建设基金、房产税、城镇土地使用税、污水排污费、建筑消防设施及电器消防安全检测费、电梯检验费、污水化验费、锅炉安全阀检测费、数字电视使用费等收费标准。符合条件的饭店企业可申请执行大工业用电分时电价。

### **3、加大扶持，助推加快发展。**

加大专项资金、服务业引导资金、节能减排专项资金等对住宿行业的支持力度，重点向大众便民类的住宿企业倾斜，对绿色酒店节能改造及创建、住宿业法规标准建设、住宿业人才培养及基地建设等给予补助或奖励。通过奖励、补助、贴息等方式，对住宿业龙头企业、产业化基

地、配送中心、连锁企业总部、中央支持体系等给予支持。鼓励企业间兼并收购。在项目审批等环节鼓励企业进军海外市场。

建议金融机构积极支持住宿业发展，逐步降低住宿企业银行卡消费手续费率。加大对住宿企业的信贷扶持力度，对企业改造经营设施、开设网点、购置节能设备等所需资金和流动资金贷款，积极通过无形资产评估、有形资产和经营权抵押以及担保机构担保等多种方式，向住宿企业提供信贷支持。

#### 4、加强宣传引导。

充分利用多种渠道，积极发挥媒体作用，加强舆论的正面宣传引导，大力宣传住宿业对国民经济和社会建设的积极作用和加快住宿业发展有关政策措施，为住宿业发展营造良好宣传舆论氛围。加强对绿色酒店企业和优质服务示范企业的宣传推广。