

# 2015 年住宿行业发展报告

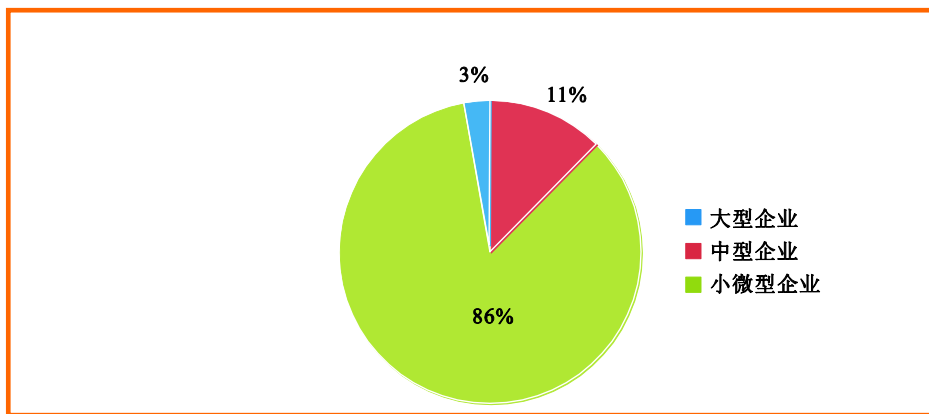
## 一、典型企业统计分析

2015 年，住宿业进入了结构优化、动力转换的新常态，正处于产业链重塑的关键时期，并购、非标准住宿、“互联网+”等成为行业发展的热点。

### （一）市场规模持续增长

据国家统计局统计，2015 年，全国限额以上住宿企业营业收入为 3602.9 亿元，比上年增长 4.0%。据商务部商贸服务典型企业统计测算<sup>1</sup>，2015 年，全行业共有经营单位 57.4 万家，比上年增长 5.2%；从业人数 499.9 万，比上年增长 4.5%，总收入 5103.4 亿元，比上年增长 4.3%，主要原因是业态创新迅速，新的经营主体不断进入，其中微型企业占比达 86%。

图 1 2015 年中国住宿业规模结构



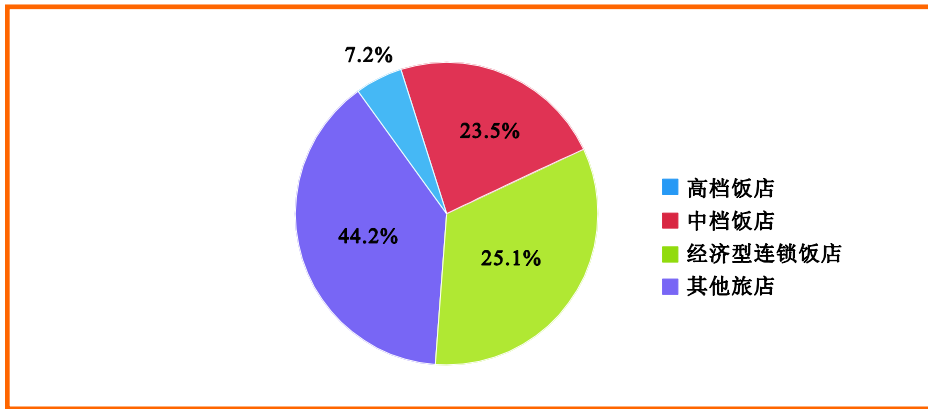
数据来源：商务部商贸服务典型企业统计监测系统数据测算

<sup>1</sup> 数据来源：商务部商贸服务典型企业统计数据测算

## (二) 业态更加多元化

星级酒店纷纷转型，新业态迅猛发展。2015年，高档饭店市场规模占7.2%，中档饭店和经济型连锁饭店占48.6%，而包含了民宿客栈等多种业态的其他旅店比重达到44.2%，充分体现出住宿业是以大众消费为主体的民生产业。主题饭店成为众多单体酒店的转型方向，民宿客栈成为消费升级的新亮点，中档酒店连锁化、品牌化、细分化发展成为新趋势。随着第三方在线平台的兴起，租赁式公寓、民宿客栈、农家乐等非标准住宿的概念越来越被市场所接受。

图2 2015年中国住宿业产业结构



数据来源：商务部商贸服务典型企业统计监测系统数据测算

## (三) 企业利润水平较低

根据商务部商贸服务典型企业统计分析，住宿业人均劳动效率达24.7万元，较上年增长5.3%，客房收入占营业额的45.8%，较上年下降1.1%。企业三项费用平均为营业额的63.9%，较上年增加3.3%；应付职工薪酬为营业额的24.0%，较上年增长0.2%；能源、税金等微幅下调，体现了政府为企业减负的初步成效。但总体来看，住宿企业负担仍较重，利润率仅为1.1个百分点，详见表1。

**表 1 2015 年住宿业限上企业基本情况统计表**

指标	2015 年	同比增长
人均劳效（万元）	24.7	5.3%
客房收入占营业额比重	45.8%	-1.1%
三项费用占营业额平均比重	63.9%	3.3%
税金占营业额平均比重	7.4%	-1.3%
能源费用占营业额比重	6.9%	-3.3%
房租占营业额比重	7.5%	-1.9%
应付职工薪酬占营业额比重	24.0%	0.2%
主营业务收入占营业额比重	96.7%	-1.9%
主营业务利润占营业额比重	54.0%	2.7%
利润率	1.1%	471.2%

数据来源：商务部商贸服务典型企业统计监测系统数据测算

#### （四）连锁化发展迅速

根据商务部商贸服务典型企业统计分析，2015 年，住宿业连锁企业占行业法人总数的 2.7%，平均门店数为 8.1 个。中国饭店协会发布的饭店行业连锁化发展统计报告显示，2015 年，中国酒店集团五十强合计拥有门店 17992 个，客房数 1921562 间，分别较上年增长 33% 和 25%，行业集中度明显提高。新连锁品牌的出现，品牌间的兼并整合不断推进，市场领军品牌凭借其资金及市场势力加大股权收购，或以代理或合作等方式增强竞争能力。

**表 2 2015 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（间）	门店数（个）
1	锦江国际酒店集团	上海	341666	2783
2	如家酒店集团	上海	321802	2922
3	华住酒店集团	上海	278843	2763

排名	集团名称	总部所在地	客房数（间）	门店数（个）
4	铂涛酒店集团	广州	238519	2662
5	格林豪泰酒店集团	上海	134164	1521
6	维也纳酒店集团	深圳	48001	295
7	尚客优酒店	青岛	46961	822
8	东呈酒店集团	广州	41929	453
9	首旅集团	北京	41904	173
10	住友酒店集团	杭州	29597	436

数据来源：2016 中国酒店连锁发展与投资报告，中国饭店协会

#### （五）“互联网+”成为住宿业发展新动力

“互联网+酒店”的运营方式，为住宿企业带来了转型升级的新思路。据商务部典型企业调查显示，2015 年，住宿业电子商务交易额较上年增长 50.7%，除携程、美团等第三方在线交易平台外，基于微信等社交平台的在线销售、品牌在线直销等方式深入分析市场，降低营销成本。同时，住宿业的互联网化正以硬件设施在线化、数据化为发展趋势，并在此基础上实现产业跨界融合。

#### （六）对国民经济的拉动作用明显

住宿业作为重要的服务性行业，对国民经济做出了重要的贡献。如表3所示，2015年，住宿业营业额占全年国内生产总值的0.8%，为第三产业增加值的1.5%，占全年社会消费品零售总额的1.7%。住宿业就业人口占全国总就业人口的0.6%。

表 3 住宿业在国民经济指标中的比重

	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	0.8%	1.5%	1.7%	0.6%

数据来源：2015 年国民经济和社会发展统计公报、商务部商贸服务典型企业统计数据测算。

## 二、行业发展基本情况分析

### （一）良好的宏观政策环境成为住宿业发展的重要推动力

2015年，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》为中国经济发展确定了目标，也为住宿业发展指明了方向。国务院办公厅印发的《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》（国办发〔2015〕85号）提出，要强化服务民生的基本功能，形成以大众化市场为主体、适应多层次多样化消费需求的住宿业发展新格局，积极发展绿色饭店、主题饭店、客栈民宿、短租公寓、租赁式公寓等满足广大人民群众消费需求的细分业态<sup>2</sup>。

各级政府部门纷纷出台政策，进一步加强涉企收费管理，落实各项优惠政策措施，切实减轻住宿企业税费负担。以民宿客栈为例，杭州市发布《关于进一步优化服务促进农村民宿产业规范的指导意见》，就农村民宿开业条件、办理程序等方面做出具体要求，进一步规范民宿行业标准。黄山市发布《民宿客栈安全管理规定》，明确了客栈民宿的设施设备、消防、治安、客房、行李与贵重物品寄存等方面的标准。深圳市大鹏新区印发了《深圳市大鹏新区民宿管理办法（试行）》，对民宿企业的设立、民宿经营、行业自律和监督检查等方面进行了规范。为鼓励住宿企业绿色发展，重庆市对绿色饭店安排专项资金予以补助，企业还可以从区县商务部门获得配套支持。

#### 1. 租赁式公寓成为房地产业去库存突破口

租赁式公寓以酒店式管理与服务为主要特色，规模化、标准化、品质化的公寓有利于快速消化房地产库存。经不完全统计，2015年，长租公寓产业取得高速发展，行业年均增长速度超过50%<sup>3</sup>；短租平台发展迅猛，并不断有新企业进入，在短租运营企业中，一批在规模上处于领先地位的企业客房数量基本处于10000间左右，发展潜力巨大。

---

<sup>2</sup> 《关于加快发展生活性服务业促进消费升级的指导意见》，国务院办公厅，2015

<sup>3</sup> 数据来源：2015中国长租公寓发展报告，中国饭店协会公寓委员会

## 2. 民宿客栈成为住宿业万众创新、大众创业的热点

随着消费者住宿需求的分化、消费能力的提高以及消费观念的更新，客栈民宿也进入高速增长期，成为住宿行业发展的热点。目前中国有民宿企业 10 万多家，民宿行业从业人员近百万人<sup>4</sup>。据估算，客栈民宿全行业在线销售的客房达数百万间。2015 年，中国民宿发展呈现出数量增多且分布较集中、市场发展潜力巨大、管理逐渐规范、主体趋向多元发展的特征。

### (二) 住宿业转型升级出现新动力

2015 年，战略联盟体成为行业重要力量，在会员共享、联合订房、渠道共享、积分互通、联合营销及品牌聚力宣传等方面展开深度合作。住宿企业加大走出海外步伐，中国住宿企业对国外大型酒店集团的收购以及海外酒店并购基金的成立，代表中国企业在海外发展酒店业务又迈出新的一步。同时，新三板、众筹成为行业融资新渠道，为上市艰难的酒店企业迎来新的融资渠道。

## 三、住宿业存在的问题及原因

### (一) 存在的问题

#### 1. 部分传统住宿企业转型困难

从市场表现来看，随着消费升级带来的多元化需求增加，传统星级饭店营业收入增长乏力，2015 年，星级酒店平均出租率为 58.7%，比上年增长 4%；平均房价仅为 370 元，比上年下降 2.3%，处于五年来最低水平<sup>5</sup>。大多数传统住宿企业受到体制、人才结构、产品等方面限制，缺乏核心竞争力，直接导致企业业绩下滑明显，盈利水平不高。尤其是单体住宿企业，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显得力不从心。

#### 2. 新兴业态亟需引导和规范

部分新业态企业经营方式缺乏专业性和长远性，日常运营与服务不规范。新兴行业质量标准体系为空白，行业规范与标准缺失，经营者权利也缺乏保护。需要完善法规标准，最大程度地保留新业态的特色与活力，又提高各类新型业态经营活动的规范性、安全性和稳定性。

#### 3. 在线预订市场过于集中，住宿企业谈判力量不足

第三方在线预订平台（OTA）是重要的销售渠道，对线下酒店的定价有很强的话语权。2015 年 OTA 行业开始整合，携程从 Expedia 收购艺龙 37.6% 的股权，成为第一大股东，又与百度以股权置换交易的方式完成了去哪儿的并购，携程及其控股的去哪儿和艺龙三大 OTA 平台占据 2015 年酒店第三方在线预订市场份额超过 70%<sup>6</sup>。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，另一方面平台的高度集中导致酒店在与

<sup>4</sup> 数据来源：短租公寓、客栈民宿产业现状、问题与对策，中国饭店协会

<sup>5</sup> 数据来源：2015 各季度星级酒店统计公报，国家旅游局

<sup>6</sup> 数据来源：《2015-2022 年中国连锁酒店市场评估及未来发展趋势研究报告》，中国产业信息网

OTA 谈判力量不对等，对住宿业的发展具有非常大的影响。

## （二）原因分析

### 1. 盈利能力不足

住宿市场竞争日趋激烈，营业收入增长缓慢，同时人力、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<sup>7</sup>，目前人工成本占企业营业收入平均达 24%，能源费用平均占 6.9%，房租平均占 7.5%的比例，税金平均占 7.4%，主营业务成本占营业额 31.8%，三项费用合计占营业额 63.9%。住宿企业平均利润率只有 1.1%。根据国家统计局发布的 2015 年城镇非私营单位就业人员分行业年平均工资，住宿餐饮业的平均工资水平为 40806 元，仅高于农林牧渔业<sup>8</sup>。

### 2. 传统企业观念转变不足

在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，很多追求差异化、特色化的主题酒店，对文化内涵挖掘不足。另一方面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，急需打破传统经营管理理念，对产品和服务进行重新梳理。

## 四、行业发展趋势预测

新业态、新技术、互联网、平台化、资本力量、品牌创新正在成为住宿业发展主要驱动力。住宿业将进一步实现结构优化和动力转换，科技创新、质量高、生态友好将成为行业发展主要变革方向。

### （一）新常态下住宿业将迎来新的发展阶段

#### 1. 大众消费市场继续成为发展热点

随着国家推进供给侧结构性改革，增加有效供给，满足人民群众对品质消费、绿色消费、体验消费、便利消费需求的相关政策推进，住宿市场发展的政策环境将不断被优化，新业态的发展将更加规范，大众消费市场连锁化、品牌化、细分化发展将成为趋势。

#### 2. 单体酒店品质及成本管理成为制胜关键

传统单体酒店在市场中占有重要位置，地理位置好、有特色、有品质的单体酒店仍将受到消费者的认可。在这种背景下，单体酒店如何练好内功、做好产品、做好内部管控、加强特色、创建及发展品牌成为重点突破口。传统单体酒店将从高度标准化产品向特色化的产品和服务演变，深度挖掘文化内涵，实现由住宿场所向消费体验场所演变。

#### 3. 并购整合将继续升温

不论是融合还是联合，战略投资、兼并收购还是产业联盟，未来酒店行业将突破品牌、

---

<sup>7</sup> 数据来源：商务部商贸服务典型企业统计数据测算

<sup>8</sup> 数据来源：2015 年城镇非私营单位就业人员分行业年平均工资，国家统计局

企业和行业限制，广泛开展外部合作，抱团发展。资本、技术、会员等作为纽带的紧密型或松散型合作将在住宿行业兴起，提高效率、降低成本。

#### 4. 线上线下进一步融合

80后、90后更习惯使用新科技办理酒店预订、入住、支付等环节，让酒店管理更高效、更有针对性、更节约成本。“酒店+信息化”将逐步转变为“互联网+酒店”，互联网将从早期的工具、中期的渠道演变为自助入住、退房、机器人服务、客房智能控制系统、可穿戴智能技术等全方位服务。消费者的大数据分析、在线民宅短租等互联网企业将对住宿业产生巨大影响。

#### 5. 关注生态和谐，打造绿色饭店

加大绿色主题培育、节能降耗改造、环境友好运营，以节能减排为先导，开展绿色宣传、引导消费者的绿色消费行为，并将绿色高效作为企业管理的目标，从而实现消费环境的绿色化，并降低企业经营成本，提升企业经营效益，实现社会效益和经济效益的最大化。

### **(二) 转型升级具备良好的环境基础**

#### 1. 消费市场升级带来巨大发展机会

老年消费、女性消费、亲子消费、品质消费、健康养生消费等追求功能化、特色化、精品化、科技化、安全等消费市场迅速崛起，对住宿行业的业态细分和产品升级提出新要求。从以星级饭店单一业态为主、高端市场为投资焦点的单一产品期进入以大众化为主体，多业态、精细化、品质化、特色化的发展新时期。

#### 2. 住宿服务创新具备较大潜力

住宿业的连锁化和品牌化是发展趋势。以此为目标，提升住宿产品和服务的文化内涵，提高其绿色化水平。同时，以移动互联网技术为手段，推动企业电子商务水平，促进营销和服务模式的创新，推动传统企业的网络化、信息化发展。促进智能硬件的广泛应用，以提高生产效率。大力推进住宿业连锁化、品牌化发展，提高住宿服务的文化品味和绿色安全保障水平。鼓励发展针对个性化需求的定制服务。