

# **中国住宿行业发展报告**

## **2017**

商务部服务贸易和商贸服务业司

2017年8月

## 目 录

<b>前 言</b> .....	<b>3</b>
<b>一、典型企业统计分析</b> .....	<b>4</b>
(一) 行业规模持续增长 .....	4
(二) 大众化企业成为行业主体.....	4
(三) 行业企业房租和人力成本负担加重.....	7
(四) 连锁化和互联网+推动行业转型升级.....	<u>78</u>
(五) 住宿业在国民经济发展中发挥重要作用.....	9
<b>二、行业发展基本情况分析</b> .....	<b><u>9910</u></b>
(一) 供给侧结构性改革取得新进展.....	<u>940</u>
1、供给结构进一步优化.....	10
2、供给能力大大提升 .....	<u>1044</u>
3、走出去步伐加快 .....	11
(二) 行业降成本取得新成效 .....	<u>114412</u>
1、营改增工作切实降低行业税负水平 .....	<u>114412</u>
2、绿色饭店提升行业可持续发展水平 .....	12
<b>三、住宿业存在的问题及原因</b> .....	<b><u>1213</u></b>
(一) 存在的问题 .....	<u>1243</u>
1、单体酒店、小规模连锁酒店生存环境更加艰难.....	<u>1243</u>
2、成本费用高企仍是住宿企业发展的普遍问题.....	13
3、数据分析和应用仍有较大提升空间 .....	13
4、民宿、租赁式公寓等新业态发展水平还有待提升.....	<u>1344</u>
(二) 原因分析.....	14

1、传统企业创新能力缺乏.....	14
2、投资和经营缺乏前置指导.....	<u>1415</u>
<b>四、行业发展趋势预测.....</b>	<b><u>151516</u></b>
（一）大住宿产业将逐步成熟.....	<u>151516</u>
1、行业结构将逐步完善成熟.....	<u>151516</u>
2、大众化仍是行业主流市场.....	<u>1516</u>
3、绿色发展仍将是行业发展主旋律.....	<u>161617</u>
4、共享经济带来行业发展新机遇.....	<u>161617</u>
5、互联网技术运用前景广阔.....	<u>1617</u>
6、走出去步伐进一步加快.....	<u>171718</u>
（二）转型升级具备良好的环境基础.....	<u>171718</u>
1、宏观环境看好.....	<u>171718</u>
2、消费升级带来行业发展新机遇.....	<u>1718</u>
<b>五、政策建议.....</b>	<b><u>181820</u></b>
（一）强化规划布局，引导科学决策.....	<u>181820</u>
（二）健全法律法规，完善标准体系.....	<u>181920</u>
（三）注重规范引导，加快转型升级.....	<u>181920</u>
（四）加大扶持力度，培育优质品牌.....	<u>191921</u>
（五）加强宣传引导，营造良好氛围.....	<u>191921</u>

## 前 言

本报告主要依据2016年商务部商贸服务典型企业统计数据进行测算，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等因素，相关统计数据可能存在偏差。本报告由中国饭店协会起草，力求准确反映2016年住宿业发展现状、存在问题，并结合行业发展趋势，提出相关政策建议。~~本报告主要依据商务部商贸服务典型企业统计2016年住宿业典型企业年报以及地方商务主管部门住宿行业年报进行测算和分析，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、从业人员的流动性等因素，相关统计数据可能存在偏差。该报告力求准确反映2016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。~~

## 一、典型企业统计分析

2016年，国内生产总值（GDP）74.4万亿元，同比增长6.7%，全国居民消费价格指数（CPI）上涨2.0%<sup>1</sup>，社会消费品零售总额33.2万亿元<sup>2</sup>，比上年增长10.4%，国内旅游44.4亿人次<sup>3</sup>，比上年增长11%，国内旅游收入3.9万亿元，同比增长14%。总体来看，住宿业正处在消费升级、行业结构再造、产业链重塑的转型升级关键期，上下游产业链进一步融合，“住宿+X”成为行业发展的模式。

### （一）行业规模持续增长。

据国家统计局统计，2016年，全国限额以上住宿企业营业收入为3791亿元，比上年增长4.0%。据商务部商贸服务典型企业统计测算，2016年，全行业经营单位达58.8万家，比上年增长2.5%，从业人数510.1万，同比增长2.1%，总收入5307.5亿元，同比增长4.0%，与上一年度相比，增速有所放缓，主要是住宿业新业态经过上一年爆发式增长后进入稳步增长期。

### （二）大众化企业成为行业主体。

---

<sup>1</sup> 数据来源：2016年国民经济和社会发展统计公报

<sup>2</sup> 数据来源：2016年国民经济和社会发展统计公报

<sup>3</sup> 数据来源：国家旅游局

从行业构成来看，2016年，住宿业在规模和档次上保持着金字塔形的市场结构，高档饭店占7.4%，中档饭店占28.6%，经济型连锁饭店占21.1%，其他旅店占41.9%。总体来看，服务大众市场的业态占比高达92.6%，体现了住宿业服务大众消费的民生属性。

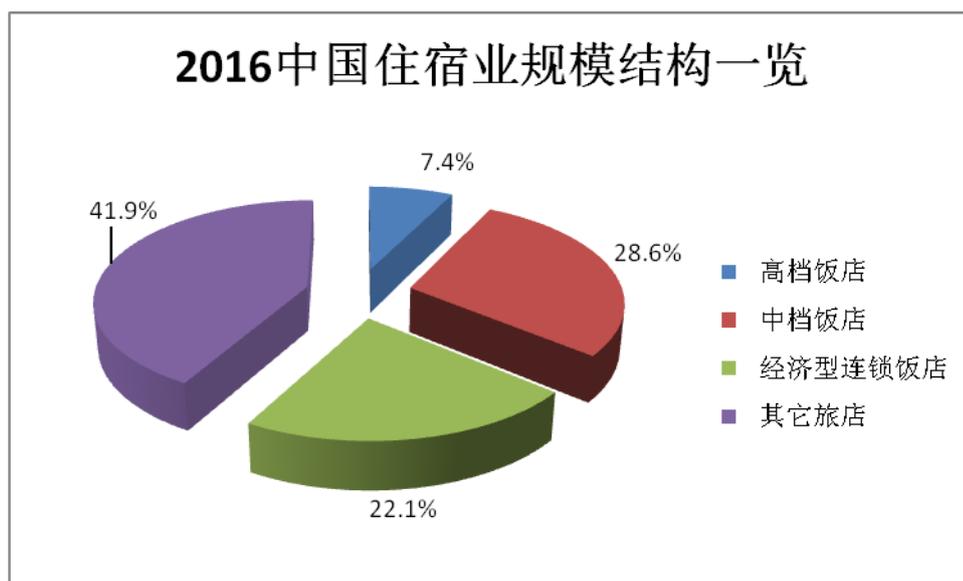


图 1：2016 年中国住宿业规模结构一览

数据来源：商务部商贸流通业统计系统数据测算

从就业人员来看，高档饭店从业人数占住宿业就业总人数的21.4%，而其他旅店从业人员仅占21.3%。

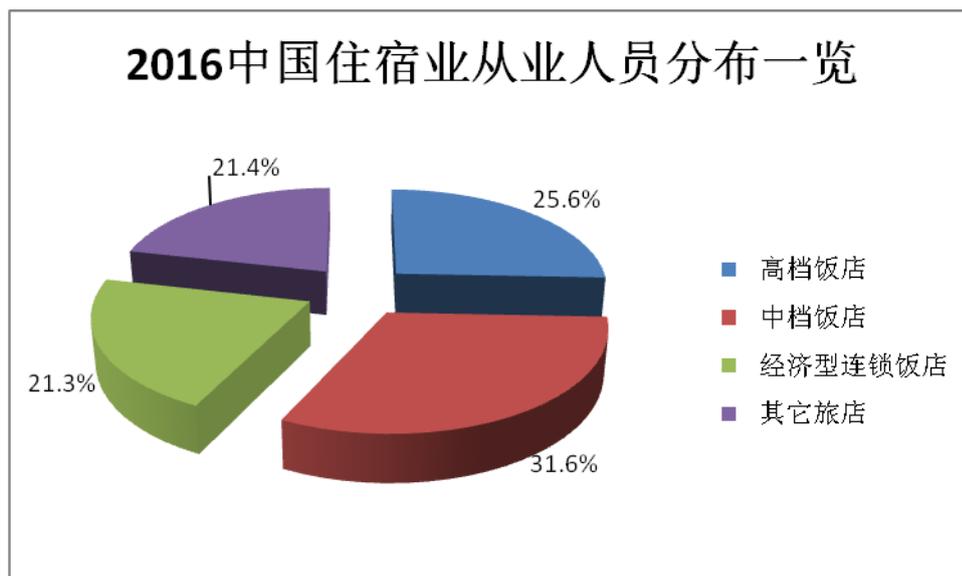


图 2：2016 年中国住宿业从业人员分布一览

数据来源：商务部商贸流通业统计系统数据测算

从营业收入构成来看，占比最高的是中档饭店，达 29.2%，其次是经济型连锁饭店，占比 28.2%。

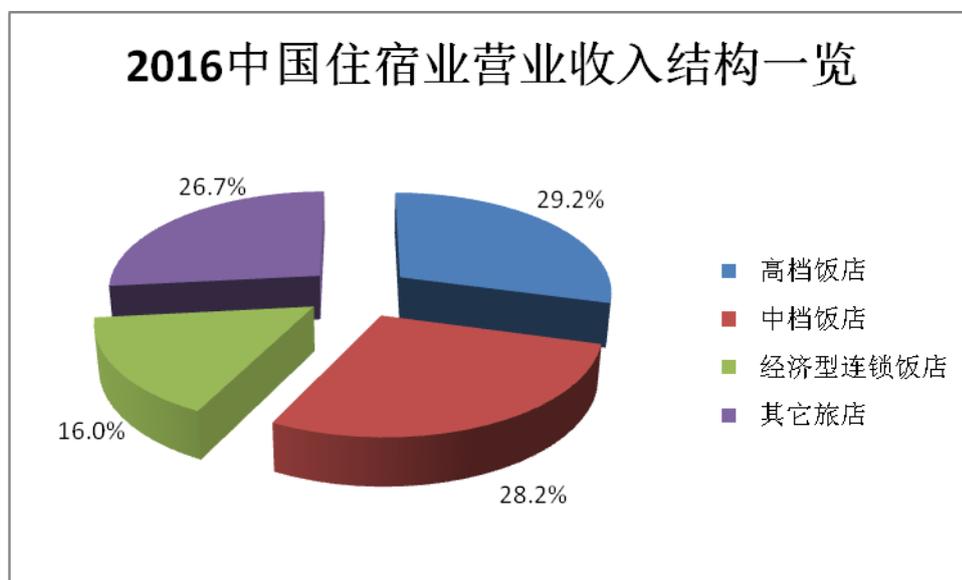


图 3：2016 年中国住宿业营业收入结构一览

数据来源：商务部商贸流通业统计系统数据测算

### （三）行业企业房租和人力成本负担加重。

根据商务部商贸服务典型企业统计数据，住宿业人均劳效达 26.3 万元，较上年增长 6.5%，客房收入仍然是住宿业营业额的重头，占 47.5%。从各项成本和费用来看，企业三项费用<sup>4</sup>平均为营业额的 66.3%，较上年增加 3.8%；应付职工薪酬为营业额的 27.2%，较上年增长 13.3%；房租为营业额的 10.7%，较上年增加 42.7%；这三项成本费用的上涨抵消了营业额增长的空间，以及能源、税金等的下调，总体来看，住宿行业企业负担较重，利润率仅为 1.0%，比上年下降 9.1%，盈利水平极低。详见表 1。

表 1：2016 年住宿业限上企业基本情况统计表

指标	2016 年	同比增长
人均劳效	26.3	6.5%
客房收入占营业额比重	47.5%	3.7%
三项费用占营业额平均比重	66.3%	3.8%
税金占营业额平均比重	6.4%	-13.5%
能源费用占营业额比重	6.1%	-11.7%
房租占营业额比重	10.7%	42.7%
应付职工薪酬占营业额比重	27.2%	13.3%
主营业务收入占营业额比重	94.9%	-1.9%
主营业务利润占营业额比重	54.4%	0.7%
利润率	1.0%	-9.1%

数据来源：商务部商贸服务典型企业统计系统数据测算

### （四）转型升级趋势日益明显。

2016 年，住宿业连锁化程度得到进一步加强。据中国饭店协会统计，

<sup>4</sup> 是指计入当期损益的销售费用、管理费用和财务费用。

2016年，中国住宿业以规模排序的酒店集团前五十大强合计拥有门店21093个，客房数2083077间，分别较上一年增长17.2%和8.4%，其中前十大集团市场占有率高达58.2%，在高端酒店领域，前十大高端酒店品牌占据了37.3%的市场份额，分别是锦江酒店、首旅建国、金陵饭店、碧桂园凤凰、开元名都、万达嘉华、华天大酒店、世纪金源、维景国际、开元大酒店；在中端酒店领域，前十大中端酒店品牌占据了64.8%的市场份额，分别是维也纳酒店、全季酒店、亚朵酒店、麗枫酒店、星程酒店、和颐酒店、如家精选酒店、南苑e家、山水时尚、桔子精选；在经济型饭店领域，前十大经济型饭店品牌占据了64.4%的市场份额，分别是如家酒店、汉庭酒店、7天酒店、锦江之星、格林豪泰、城市便捷、都市118、尚客优、莫泰酒店、布丁酒店，可以看出行业集中度明显提高。

表2：2016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	锦江国际酒店集团	上海	602363	5977
2	首旅如家酒店集团	北京	373560	3402
3	华住酒店集团	上海	331347	3269
4	格林豪泰酒店集团	上海	148872	1712
5	东呈酒店集团	广州	63169	733
6	尚美生活集团	青岛	62349	1107
7	都市酒店集团	青岛	55439	1126
8	住友酒店集团	杭州	33492	504
9	万达集团	北京	27521	92
10	上海恭胜酒店管理有限公司	温州	26699	493

数据来源：2016中国酒店连锁发展与投资报告，中国饭店协会

2016年，住宿业互联网程度得到进一步提升，根据商务部商贸服务典型企业统计显示，2016年，住宿业电子商务交易额较上一年度增长28.4%，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都在改写传统的住宿业营销方式，企业利用互联网为企业降低营销成本，扩大品牌传播，深入分析消费市场。

### （五）在国民经济中的作用日益突出。

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3所示，2016年，住宿业营业额占全年国内生产总值的0.7%，为第三产业增加值的1.4%，占全年社会消费品零售总额的1.6%。住宿业就业人口占全国总就业人口的0.6%。住宿业在解决就业、拉动内需、带动相关产业发展方面发挥起着不可忽视的作用。

表3：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%	1.4%	1.6%	0.6%

数据来源：2016年国民经济和社会发展统计公报、商务部商贸流通业统计系统数据测算

## 二、行业发展基本情况分析

### （一）供给侧结构性改革取得新进展。

按照中央工作部署，住宿业积极调整供给结构，提升供给品质，拓宽供给渠道，使无效、低效的供给转化为消费者的有效需求。

### 1、供给结构进一步优化。

首先，从市场结构看，住宿业供给更加符合当前消费升级下大众住宿消费市场的需求。中档酒店市场成为各大国内外连锁酒店巨头未来发展的重点，住宿业正从高端酒店与经济型连锁酒店主导的“哑铃型”结构向中档酒店不断扩大的“橄榄型”结构转变。2016年，中档饭店占住宿业的比重为28.6%，成为增长最快的领域。

其次，从细分业态看，住宿业供给更加丰富、产品更加多样化，从星级酒店、经济型酒店主导的二元时代进入了多元化发展阶段，文化主题酒店、中档连锁酒店、客栈民宿、租赁式公寓成为行业发展的生力军。随着消费的多元化和体验化发展，文化主题酒店成为传统酒店转型升级的重要方向。

最后，从地域分布看，住宿消费需求旺盛的经济发达地区的住宿业供给得到更好的发展。东部沿海省市以及国内大中城市仍是住宿业的主要市场，据迈点研究院统计数字显示，2016年国内新开业中高端酒店166家，涉及71个城市，其中以山东、上海为代表的华东地区新增客房数占总数的一半以上。

### 2、供给能力大大提升。

在消费需求的引领倒逼下，住宿企业通过创新提升了供给能力。公寓、民宿、目的地景区的多元化住宿生活中心、文化街区的部落式住宿、城市郊区的“4+3”式生活体等非标准化住宿业态的出现，中档酒店、文化主题酒店、精品酒店的迅猛发展，为消费者提供了多元化的消

费选择。根据《2016-2017 中国客栈民宿行业发展研究报告》统计，2016 年末我国大陆客栈民宿 53852 家，近两年的增幅达到近 78%。据《2016 中国长租公寓产业报告》统计，截至 2016 年 12 月，国内分散式品牌长租公寓规模已达到逾 40 万间。

### 3、走出去步伐加快。

2016 年，中国住宿企业以自建、并购、战略投资、管理输出、品牌输出等多种方式走出国门。锦江在收购卢浮后多次增持雅高，海航收购了卡尔森集团和希尔顿 25% 的股份，万达签约首家海外品牌输出项目-伊斯坦布尔万达文华酒店。截至 2016 年底，共有 35 家中国酒店品牌进入“全球酒店集团 325 强”<sup>5</sup>，其中 9 家为香港酒店品牌；进入前十的有 3 家，其中锦江酒店集团排名第五，首旅如家排名第八，华住酒店集团排名第九。

## （二）行业降成本取得新成效。

### 1、营改增工作切实降低行业税负水平。

2016 年 5 月 1 日起，住宿业全面实施营改增，行业税率水平为 6%，可抵扣项目主要包括餐饮成本、劳务服务、能源动力、工程维修、固定资产等项目，另有部分住宿企业不动产租赁（如物业出租）、交通运输（如酒店用车服务）、销售货物（如粽子、月饼、特产销售等）分别实施 11% 和 17% 的税率。由于住宿业经营管理比较规范，可抵扣发票可获

---

<sup>5</sup> 数据来源：HOTELS 325 RANKS, [www.hotelmag.com](http://www.hotelmag.com)

取比率较高，因此营改增后税负水平下降比较明显。根据商务部典型企业数据分析，住宿业实际税负水平较上年下降 10.1%，增强了企业的活力。

### 2、绿色饭店提升行业可持续发展水平。

2016 年，各级政府部门加大《绿色饭店》国家标准的宣贯工作力度，完善绿色饭店评价办法，组织加强绿色饭店评审员队伍建设，提升绿色饭店创建工作质量，鼓励饭店企业对照明、空调、锅炉系统进行节能改造，节约用电、用水、用气，减少各类用品过度豪华包装，为顾客提供舒适、安全、利于人体健康的绿色客房和绿色餐饮。目前已覆盖 20 多个省市，有超过五千家企业、近万名从业人员参与到绿色饭店工作中，绿色饭店平均节能 20%、节水 15%。越来越多的消费者选择进入到绿色饭店和绿色餐饮企业进行消费。

## 三、存在的问题及原因

### （一）存在的问题。

#### 1、单体酒店、小规模连锁酒店生存环境更加艰难。

据《2017 中国酒店连锁发展与投资报告》数据显示，2016 年，中国酒店集团规模 50 强的客房总数达到 2085616 间，比上年增长 8.54%。产业集中度得到进一步提升。在这种环境下，酒店连锁、酒店集团的平台效应进一步显现，无论是从会员体系、营销，还是从采购以及人力成

本，单体酒店和小规模连锁酒店与之相比，都有很大的劣势。

### 2、成本费用高企仍是住宿企业发展的普遍问题。

根据住宿业上市公司数据，营业成本以及管理、销售、财务费用在营业收入中的占比仍然很大，从 35%至 81%不等。与上年相比，成本费用也有不同程度的上涨，甚至高达一倍以上。根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算，住宿企业主营营业成本在主营业务收入的占比为 44.1%<sup>6</sup>。此外，房租到期续约成本上涨、人力成本增长较快也是导致部分住宿企业收入和利润下降的重要因素。

### 3、数据分析和应用仍有较大提升空间。

当前，住宿市场已经由卖方市场发展为买方市场，深入研究顾客消费行为，了解入住客群特征、客群消费特征，有助于企业进行市场定位、产品创新、服务创新以及经营创新。然而，目前大部分住宿企业，尤其是单体酒店还未对顾客消费行为研究加以重视。有些是因为没有有效的会员系统，没有针对性的营销措施和产品改进；还有些是因为企业内各个信息系统是割裂开的，顾客数据没有整合在一起，不能进行有效地使用；还有些是因为经营者意识不够，没有认识到数据分析的重要性。

### 4、民宿客栈等新业态发展水平有待提升。

大多数客栈民宿缺乏核心竞争力，缺乏对文化等特色内涵的挖掘，

---

<sup>6</sup> 主营业务成本是指生产和销售与主营业务有关的产品或服务所必须投入的直接成本，主要包括原材料、人工成本（工资）和固定资产折旧等，主营业务收入指的是企业经常性的、主要业务所产生的基本收入。

缺少结合当地的人文、地域特征开展一些体验性的活动。同时，客栈民宿以单体经营为主，还没有形成规范的组织，缺少行业间的沟通交流与指导，整体上从业人员素质参差不齐，参与门槛较低，单体规模小，盈利门店不多。在公寓行业，虽然公寓行业迈入了发展的快车道，但在公寓的品牌集中度、消费者口碑、盈利模式等方面还有相当大的发展空间，租客群体对品牌公寓的认知也有待提高。

### （二）原因分析。

#### 1、传统企业缺乏创新能力。

传统酒店企业经常存在经营管理模式化经验化、新知识新技术应用缓慢、人力资源缺乏、观念转变不足等问题，对新市场适应慢。同时，由于酒店企业同质化竞争严重，盈利能力偏低，无力投资应用新技术新系统、引进高端人才。

#### 2、投资和经营缺乏前置指导。

住宿行业缺乏行业各业态规模的总体数据，缺乏各业态投资的实时动态的公示，缺乏各业态各区域住宿市场经营情况的实时指数，但住宿企业从投资到开业有半年到两年不等的期限，因此，行业极易出现投资的一窝蜂，缺乏科学的数据与规划指导。同时，新兴业态如客栈民宿、公寓等在中国大多属于新生事物，没有太多的经验可供学习和借鉴，行业的经营管理人员面对着当前前所未有的市场环境，凭借经验主义和主观判断，经营决策具有一定的盲目性和局限性。

## 四、行业发展趋势预测

未来一段时间，我国住宿业从结构上来看，高档酒店的增速将会放缓，中端酒店将迎来大的发展机遇。从区域上看，城乡分布将更加优化和均衡。从业态上来看，新型业态将更加丰富，租赁式公寓、度假酒店、主题酒店、健康养生酒店、绿色饭店、民宿酒店、精品客栈等将迎来更大的发展。同时，资本和科技创新的力量将带动住宿业的新业态、新模式、新服务和新产品的不断涌现并快速成长。

### （一）大住宿产业将逐步成熟。

#### 1、行业结构将逐步完善成熟。

当前，住宿业已经进入大住宿时代，业态丰富、定位清晰、结构健全的行业形态逐步成熟，细分业态进一步明晰，市场布局进一步优化。继星级饭店、经济型饭店、客栈民宿、租赁式公寓、中档连锁等业态逐步发展成熟之后，新热点不断涌现和发展，大住宿业的结构将逐步成熟完善。

#### 2、大众化仍是行业主流市场。

满足居民百姓日益增长的住宿需求的业态将获得长足发展，中档住宿业态成为发展主体，高档住宿企业的发展将更加关注个人消费的细分需求。三线城市及小城镇的住宿市场将迎来品质提升和业态创新的新高潮。

### 3、绿色发展仍将是行业发展主旋律。

随着消费者对健康、安全、环保住宿消费的需求升级，绿色饭店仍是行业发展主旋律，其内涵外延将进一步扩大和丰富，空气质量、食品质量、居住环境安全、客用品健康安全等消费者关心的内容将陆续加入到绿色饭店概念中来。企业的绿色行动将不仅在管理方面得到普及，更将在经营过程中成为企业的特色化和亮点，最终实现社会效益和经济效益的最大化。

### 4、共享经济带来行业发展新机遇。

当前，共享经济的浪潮已经席卷全球，在住宿行业，以 Airbnb 为代表的共享住宿在国际上已经发展的如火如荼，有中国特色的住宿共享模式将继续得到创新发展。住宿企业需要学习适应共享时代的企业经营发展之道。

### 5、互联网技术运用前景广阔。

“互联网+住宿”将从技术的应用和渠道的普及转换为商业模式的变革，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、自助入住和退房、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；大数据分析、在线共享等互联网技术将对住宿业产生巨大影响。

### 6、走出去步伐进一步加快。

随着中国消费者走向全球，更了解中国消费者需求的民族酒店品牌将迎来全球化扩张黄金时期。与其他行业不同，酒店业的全球化步伐将更加以轻资产、品牌输出为特色，加快走出去步伐。当前，我国已经培育了一批优秀的民族酒店集团和品牌，其管理体系成熟、品牌特色鲜明、已经迈出了国际化步伐，为我国住宿业在国际市场中发挥更大作用奠定了良好基础。

## （二）转型升级具备良好的环境基础

### 1、宏观环境看好。

“一带一路”战略、京津冀一体化、特色小镇建设等新的经济增长极和增长带，给住宿业带来新机会。当前政府大力推进简政放权、减轻企业税负负担，激发企业发展活力。“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、消费升级带来行业发展新机遇。

随着居民可支配收入的提高，消费市场对住宿业的细分化、特色化、品质化方面提出新要求，同时 85 后、90 后消费群体逐渐成为市场主体，其独特的住宿消费需求还没有得到充分满足。住宿行业将以扩大服务消费为重点带动消费结构升级，支持信息、绿色、时尚、品质等新型消费，养老酒店、亲子酒店、女性酒店、健康养生酒店、度假酒店、科技主题

酒店等满足细分市场住宿需求的酒店成为行业创新机会。同时，中国消费者的国内旅游和出境旅游都屡创新高，为住宿业的进一步扩张奠定了市场基础。

## **五、政策建议**

### **(一) 强化信息服务，引导科学决策。**

加强对行业总体规模、各业态规模、各区域各业态投资情况、经营情况等方面数据的实时统计和分析，以行业报告、数据、指数等形式定期向各界发布，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、科学投资、规范建设、健康发展，实现住宿市场供给和需求的结构性均衡，更好的满足人民群众的住宿消费需求。

### **(二) 健全法律法规，完善标准体系。**

建立适合行业发展需要的法律法规管理体系，加强法律法规的针对性和行业适用性，鼓励行业的业态创新。同时，建立行业标准体系，按照行业发展需要加快建立和完善短租公寓等新业态、新模式、新产品、新服务领域的相关国家标准和国家行业标准。

### **(三) 注重规范引导，加快转型升级。**

鼓励住宿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，支持中央预定、集中培训、连锁管理等中央支持体系，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。对跨界经营的新兴业态，在政策制定上为其预留发展空间，加快制定行业标准，规范发展。

#### **(四) 加大扶持力度，培育优质品牌。**

通过奖励、补助、贴息等方式给予支持，鼓励企业兼并收购。建议金融机构积极支持住宿业发展，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。

#### **(五) 加强宣传引导，营造良好氛围。**

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，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。