

MSI

中国酒店市场 景气调查报告

2024 第二季度

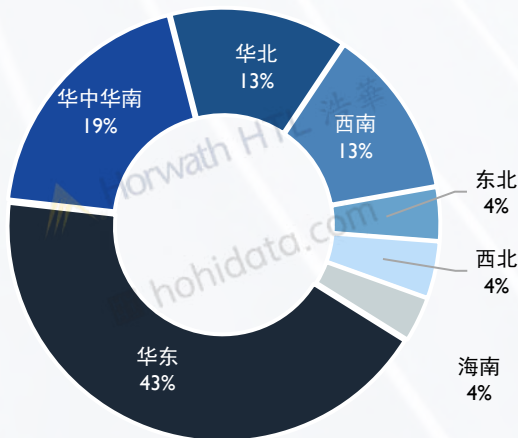
背景介绍

作为浩华全球酒店市场景气调查的重要组成部分，中国酒店市场景气调查旨在为中国酒店业者提供对未来前景的判断和预测。此次调查是浩华管理顾问公司实施的第36次针对中国酒店市场的景气调查，从住宿率、平均房价和总收入三方面了解业界对2024年第二季度的业绩预期。我们对以往景气指数进行对比分析，以便能有效呈现出中国各地区酒店业者对市场的预期展望。为了更好地对中国各地区及城市的酒店市场进行分析和比较，我们用特定的景气指数模型将受访者的反馈情况进行量化并以指数的形式呈现，以便更加直观地反映出受访者对酒店市场的预期。

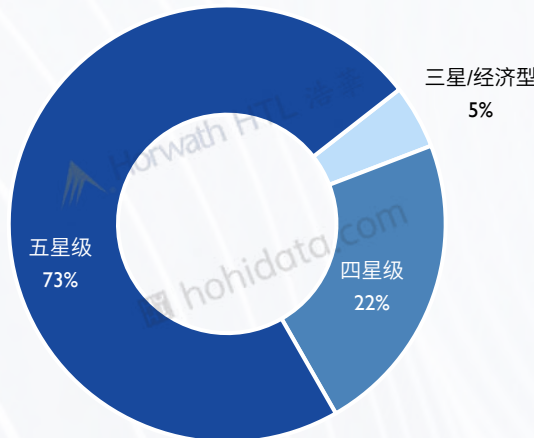
本次调查中，酒店市场业绩前景预测部分所呈现的景气指数反映了市场对整体业绩表现的期望值。该指数范围从-150至+150，“-150”表示市场对预期业绩表现非常悲观，“0”表示业绩预期持中立态度，“+150”则表示市场的预期值十分乐观。

此次调查涵盖的结论旨在协助酒店业同仁充分了解行业动态，及时调整经营策略，更快实现常态化健康运营。本次报告汇总了此专项调查的研究成果，共收到来自大陆地区31个省、直辖市、自治区的887份问卷，在经过数据有效性检测后，共保留804份有效样本。在此诚挚感谢各参与者的行业见解分享。

样本区域分布



样本星级分布



*问卷收集日期为2023年3月09日至2024年3月29日



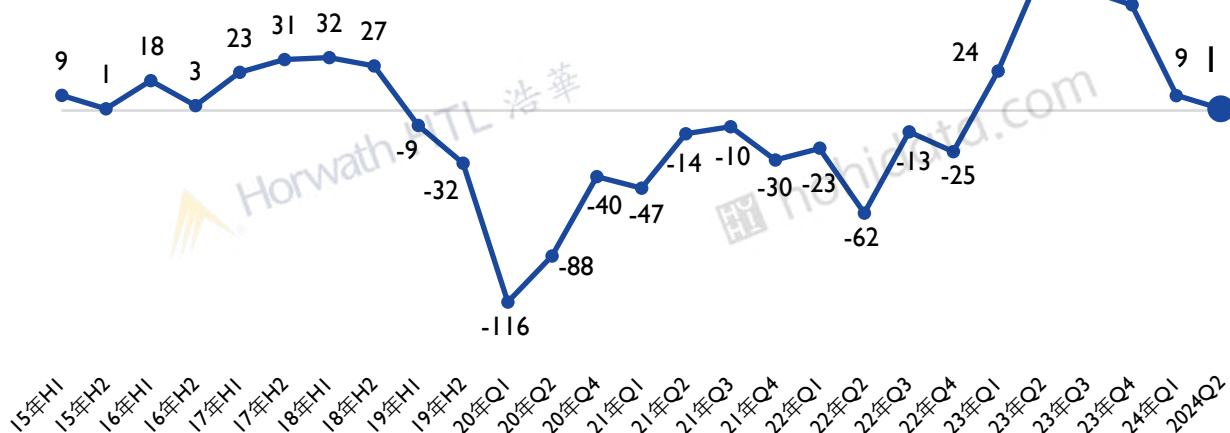
厚海数据平台现已开通【酒店市场景气指数（MSI）查询】功能
请扫描左边二维码或登录厚海数据平台 (www.hohidata.com/home/report/msi) 体验

市场预期谨慎乐观

平均房价和总收入上涨动能偏弱

2024年第二季度MSI 酒店市场综合景气指数

1



2024年第二季度中国酒店市场景气指数为1，市场整体信心指数处于谨慎乐观。自今年一季度开始，景气指数已回归至2020年以前的市场水平。这表明疫后需求的恢复性增长已彻底结束，未来景气指数将回归市场常态水平。从细分维度的指数来看，与去年同期相比，市场对需求增长的预期仍相对积极，但平均房价和总收入的增长动力相对不足，导致2024年第二季度酒店业绩的景气指数下降。

区域市场分析表明，本季度各区域的景气指数普遍下降，但整体排名与上一季度相似。其中，东北和华北区域的市场预期最为积极，景气指数明显高于其他区域，主要得益于第一季度市场业绩的正面影响。相反，西南、海南和西北区域的景气指数下降幅度较大，反映出受访者对平均房价和总收入增长的预期较为悲观。

问题：与2023年第二季度相比，请预测2024年第二季度整体酒店市场的预期业绩表现？

2024年Q2酒店市场综合景气指数

	平均值	住宿率	平均房价	总收入
东北	13	12	12	16
华北	10	14	10	7
华中/华南	4	5	5	0
华东	2	6	-1	1
西北	-6	5	-13	-10
西南	-16	-9	-20	-19
海南	-27	-9	-43	-29
全国平均	1	5	-2	-1

如需了解
过往酒店市场景气指数及更多相关详情
可扫描二维码或登录厚海数据平台

www.hohidata.com/home/report/msi



相比去年同期

一线城市韧性犹在，三亚市场信心有待重振

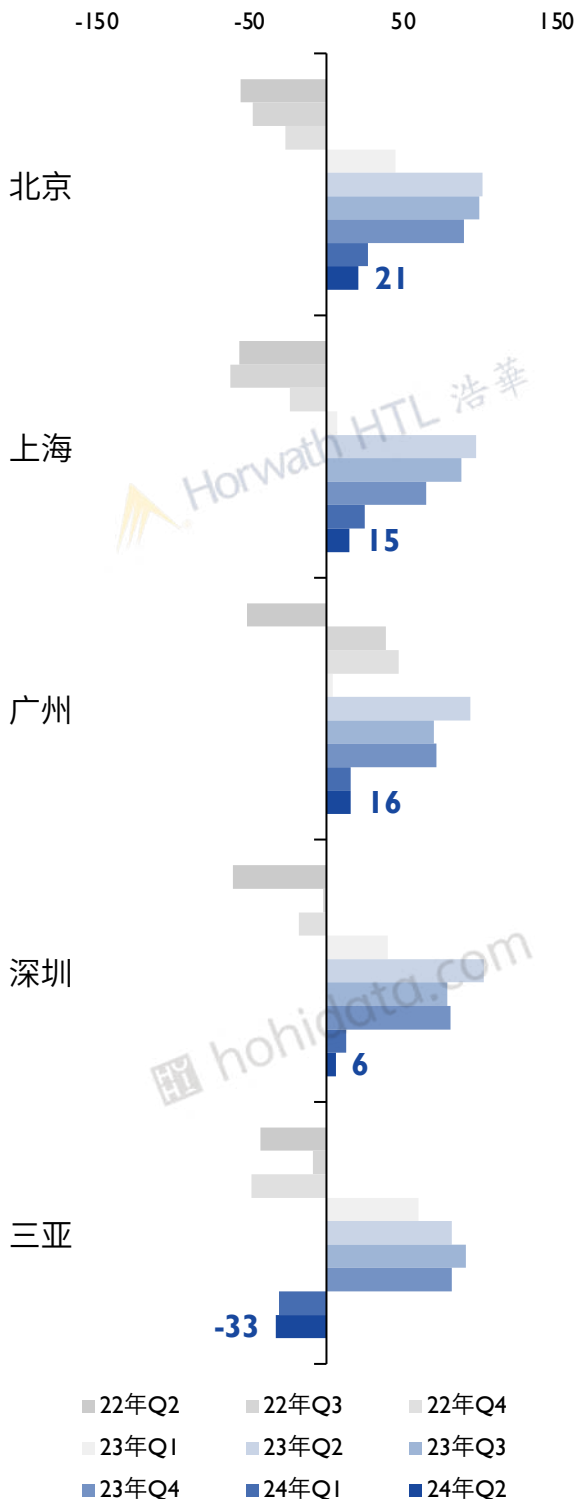
2024年Q2各一线城市酒店市场综合景气指数

	平均值	住宿率	平均房价	总收入
北京	21	24	16	22
上海	15	16	13	17
广州	16	11	26	9
深圳	6	19	-3	2
三亚	-33	-8	-50	-43

从整体来看，一线城市中，北京、上海、广州和深圳这四个一线城市的景气指数明显高于全国平均水平，充分体现出一线城市的市场韧性。从细分指标来看，除了广州之外，其他一线城市城市对于平均房价的预期谨慎保守。

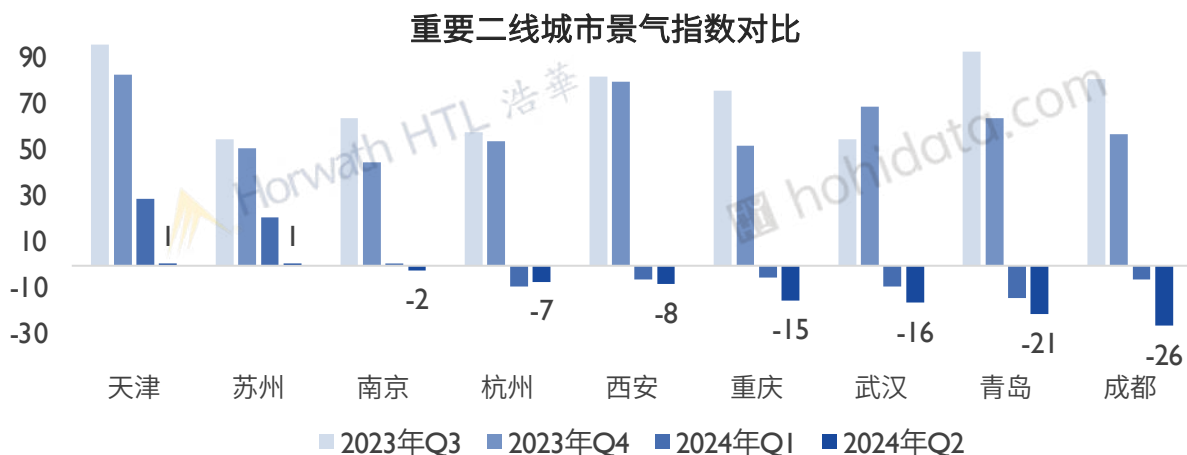
北京酒店从业者信心波动较小，仍稳居一线城市之首，这表明北京市场的持续吸引力和稳定的业绩预期。

三亚的酒店市场景气指数出现下滑，受访者普遍认为2024年的第二季度难以企及去年同期水平。一方面，第二季度是三亚市场的淡季，特别是3月市场业绩不如预期，一定程度上加剧了业界对第二季度悲观情绪。另一方面，随着出境旅游市场的复苏，特别是东南亚国家对中国游客开放免签政策，也影响了三亚酒店从业人员对短期业绩提升的信心。但值得注意的，景气指数只是行业从业者对未来市场预期的情绪表达，这种情绪通常会被放大，而非代表真实的市场业绩水平。作为中国最具价值的旅游目的地，三亚以其得天独厚的资源禀赋，拥有持续发展的强大动能，市场信心有待重振。



重点二线城市信心走低

部分城市景气指数低于全国平均水平



2024年Q2重点二线城市酒店市场业绩预期景气指数				
	平均值	住宿率	平均房价	总收入
苏州	1	17	-12	-2
天津	1	-4	13	-6
南京	-2	-7	1	-1
杭州	-7	-1	-10	-11
西安	-8	3	-18	-10
重庆	-15	-4	-26	-16
武汉	-16	-15	-17	-17
青岛	-21	1	-39	-24
成都	-26	-17	-27	-33



2024年第二季度，重点二线城市的市场信心有所减弱，部分城市景气指数低于全国平均水平，相比去年同期的顶峰状态，信心落差显著，表明酒店从业者对今年业绩的提升倍感压力和挑战。特别是多数城市在房价和总收益方面的悲观预期，进一步压低了整体的景气指数。

天津和**苏州**的景气指数保持重点二线城市的前两名，而**成都**和**青岛**在此次调研中，景气指数下滑较为明显。究其原因，下滑显著的这些二线城市均受益于疫后需求的集中爆发，普遍在去年第二季度的业绩表现优异。因此市场回归常态后，2024年第二季度的市场业绩预计将与去年同期相比有较大幅度的落差，从而影响了从业者的市场信心。

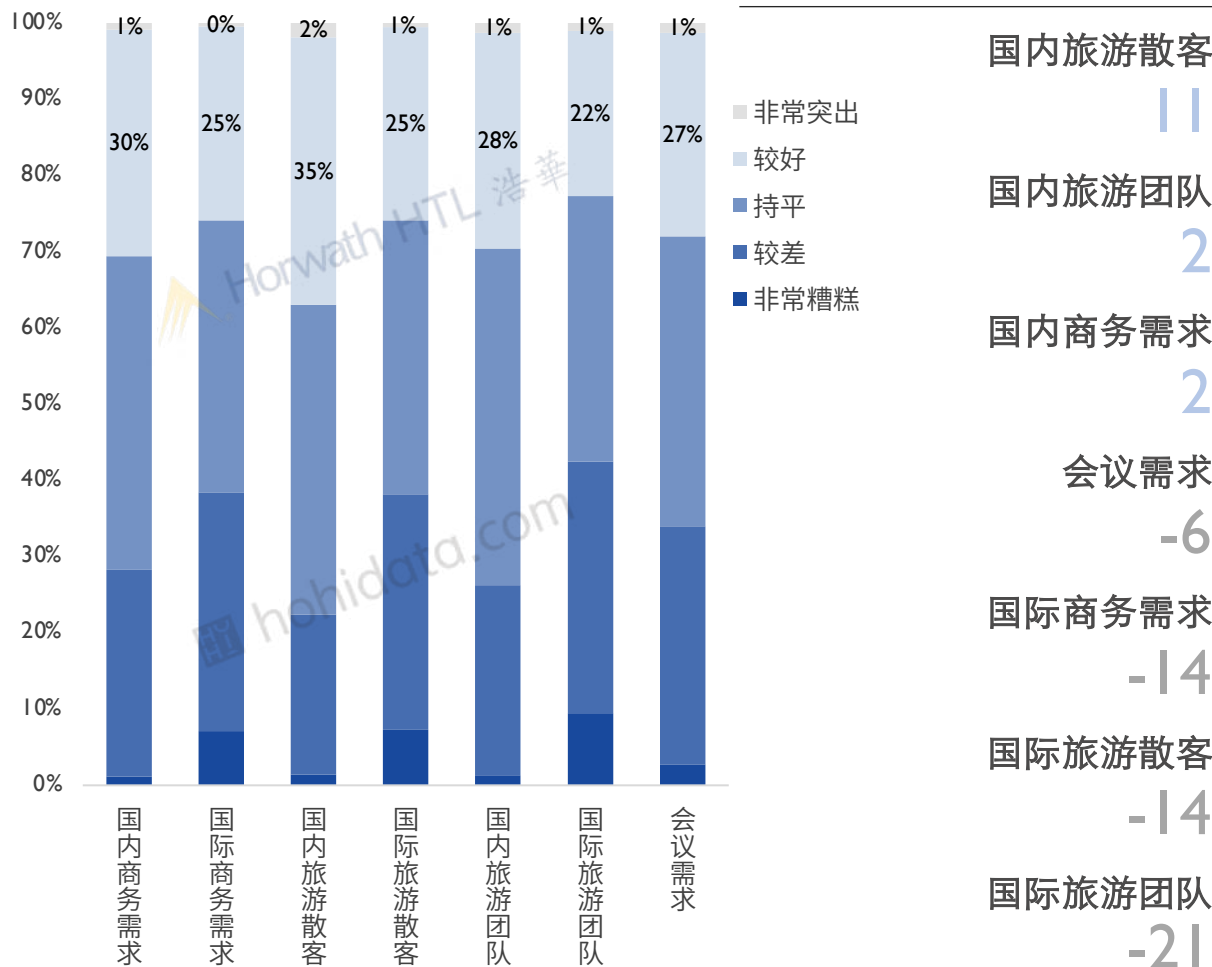
国际需求市场预期加速回暖

会议需求信心不足

问题：请预测2024年第二季度以下各类需求市场的预计表现情况？

各客源市场预期表现

2024年Q2指数



本季度，受访者对国内旅游散客、国内旅游团队以及商务市场继续保持积极预期，景气指数维持在正向区间。尽管国际需求市场的景气指数距离转正仍有一定距离，但从变化趋势来看，本季度的国际需求市场延续了过去两个季度以来的回暖趋势，不论是国际商务需求、国际旅游散客还是国际旅游团队，景气指数均在逐步恢复。今年以来，得益于我国不断扩容免签“朋友圈”、优化入境旅游支付服务以及国际航班扩增等利好因素的推动，入境游客数量明显增长，也为酒店业界恢复对国际市场的信心提供了强劲支撑。

然而，值得注意的是，会议需求的景气指数转负，本季度景气指数下滑至-6，这主要是积攒的会议需求在集中释放后，会议市场需求进入到更为理性阶段。伴随着众多企业削减会议预算，中小型会议逐渐成为市场的新常态，取代了传统的大会议模式，这一转变也使得市场对会议需求的增长持较为负面态度。

对外贸易趋势提振从业者信心

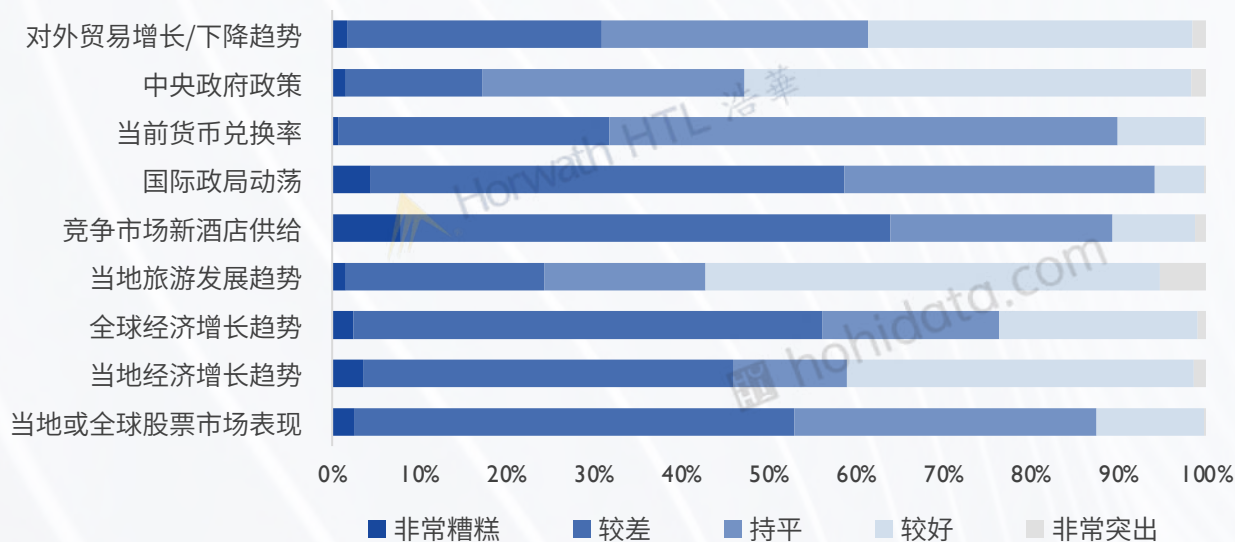
经济增长趋势与股票市场波动束缚业绩预期

市场对各影响因素预期

影响因素	2024Q2指数	较2024Q1变化
当地旅游发展趋势	28	6
中央政府政策	27	2
对外贸易增长/下降趋势	6	7
当地经济增长趋势	-5	-4
当前货币兑换率	-17	4
全球经济增长趋势	-25	2
当地或全球股票市场表现	-32	-2
国际政局动荡	-43	2
竞争市场新酒店供给	-45	-1



问题：请预测以下各因素可能会对2024年第二季度的酒店市场业绩产生怎样的影响？



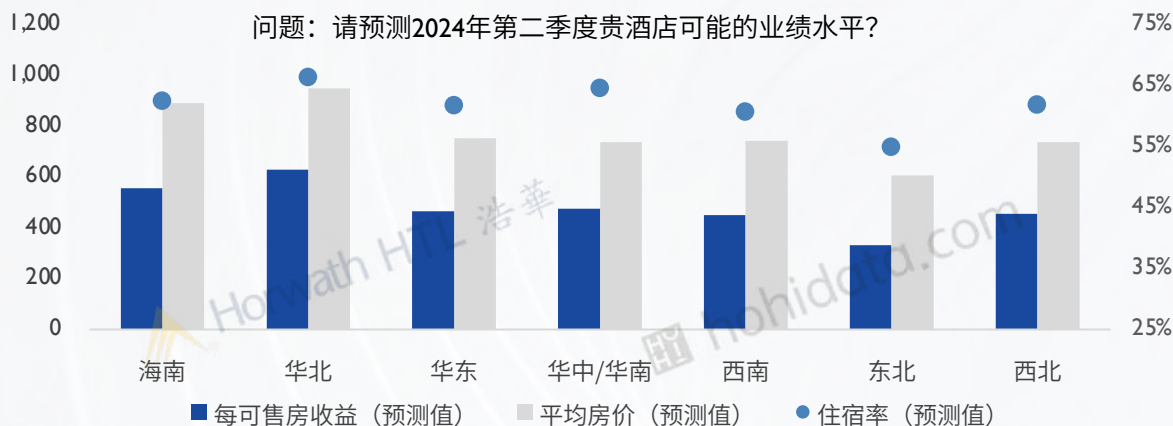
在众多影响因素中，「当地旅游发展趋势」与「中央政府政策」依然被受访者视为最具积极影响的因素。同时，「对外贸易增长/下降趋势」保持了自上季以来的复苏势头，在本季度成功实现了正向转变。自2023年第四季度起，我国外需市场逐渐回暖。据海关总署发布数据显示，2024年前2个月，我国的货物贸易出口同比增长10.3%，增速自去年4月份之后重回“两位数”。然而，国内外经济增长趋势与股票市场的表现，仍是对酒店业从业人员信心构成挑战的主要因素。相较于上季度，「国内经济增长趋势」下滑了4个百分点；尽管「全球经济增长趋势」提升了2个百分点，仍处于-25的负区间；而「当地及全球股票市场表现」的指数进一步降至-32。

受访者普遍预计入住率将环比提升

平均房价预期凸显市场信心分歧

2024年第二季度各区域市场预测业绩

问题：请预测2024年第二季度贵酒店可能的业绩水平？



2024Q2预测的入住率相较2024Q1实际业绩的变化情况热力图

	高于20%	10%至20%	0%至10%	无变化	-10%至0%	-20%至-10%	低于-20%
华北	7%	35%	47%	4%	7%	0%	1%
东北	16%	22%	41%	0%	13%	6%	3%
华东	8%	31%	46%	5%	8%	1%	0%
华中/华南	3%	16%	42%	10%	22%	8%	1%
西南	15%	30%	31%	5%	15%	2%	2%
西北	12%	35%	41%	6%	3%	3%	0%
海南	4%	4%	0%	0%	29%	46%	18%
全国平均	9%	27%	41%	5%	12%	4%	1%

2024Q2预测的平均房价相较2024Q1实际业绩的变化情况热力图

	高于20%	10%至20%	0%至10%	无变化	-10%至0%	-20%至-10%	低于-20%
华北	7%	13%	62%	8%	8%	1%	2%
东北	9%	19%	38%	0%	13%	6%	16%
华东	7%	11%	48%	7%	23%	3%	1%
华中/华南	3%	10%	42%	12%	29%	3%	2%
西南	7%	13%	33%	11%	23%	9%	6%
西北	21%	26%	38%	12%	3%	0%	0%
海南	0%	0%	4%	0%	7%	22%	67%
全国平均	7%	12%	44%	8%	20%	4%	5%

在本次调研中，为了更直观地呈现从业者的业绩预期，我们特别邀请受访者在填写酒店在第一季度的实际业绩后，进一步预测第二季度可能的入住率和平均房价。根据全国五星级酒店的预测业绩来看，2024年第二季度的预测平均客房住宿率约为62%，比第一季度的实际住宿率提升约6%；平均房价预计与上一季度基本持平，约为781元。

而从变化率来看，从业者对于入住率的乐观态度尤其突出，超过80%的受访者预测第二季度的入住率将超越第一季度，其中超过35%的受访者预期入住率将增长10%。但是，市场对于平均房价的预期的预期呈现分歧：约六成的受访者认为第二季度平均房价将超过第一季度，而三成受访者则认为第二季度的平均房价将低于第一季度。

从区域市场来看，相比第一季度，华北、华东等区域受访者对业绩增长最为乐观，主要是由于第二季度进入了传统的商务会议市场旺季，从而提升了受访者对这些商务特征明显区域的预期。以华北地区为例，受访者预测第二季度的平均每可售房收益将达到628元，显著高于第一季度的实际收益（526元）。然而，受第二季度缺乏长假期的影响，西南和海南等中长线度假市场面临业绩增长的挑战，因而影响了从业者对第二季度的市场预期。

结语

本季度，疫后需求的恢复性增长已彻底结束，未来景气指数将回归市场常态水平。2024年第二季度酒店市场景气指数为1，行业展现出谨慎乐观的市场预期。从业者对于第二季度出租率表现仍持有相对积极的态度，但对酒店的平均房价和整体收入增长预期普遍保守。从城市维度来看，一线城市继续以稳健的景气指数领跑全国，凸显其市场韧性，三亚的酒店业绩则难以匹敌去年同期水平，多个重点二线城市表现出市场信心不足。从各需求市场来看，国际需求延续了过去一个季度的回暖趋势，但会议市场需求指数出现下滑，市场信心有待重振。

进入到2024年第二季度，我们欣喜地看到外需市场呈现明显的复苏趋势，出入境旅游市场正在逐步恢复中，需求市场仍在释放出新的利好信号。但是另一方面，酒店市场的不确定性挑战仍然存在，从地缘政治的紧张局势到经济的下行压力，再到私人消费趋向理性保守，这些因素都将一定程度上制约着酒店行业中短期内的业绩迅速提升。

在此背景下，对酒店业而言，主动适应市场的变革，在行业转型升级中加速形成新质生产力，积极应对挑战，成为穿越当前市场周期，实现螺旋式上升和持续增长的关键。正如每一次挑战都伴随着机遇，当前行业面临的挑战也将激励行业加速蜕变。我们相信，通过从业者的精耕细作和长期主义的思维坚守，国内酒店行业将穿越市场周期，实现逆势破局和高质量发展。

特别鸣谢（按拼音首字母排序）：德胧集团、华住集团、凯悦酒店及度假村、万达酒店及度假村、万豪国际集团、希尔顿集团、雅高集团、洲际酒店集团等，对此次专项调查的鼎力协助。感谢中国旅游饭店业协会对本次调查的协助和支持。



如需获取酒店市场景气指数（MSI）详情

请扫描二维码

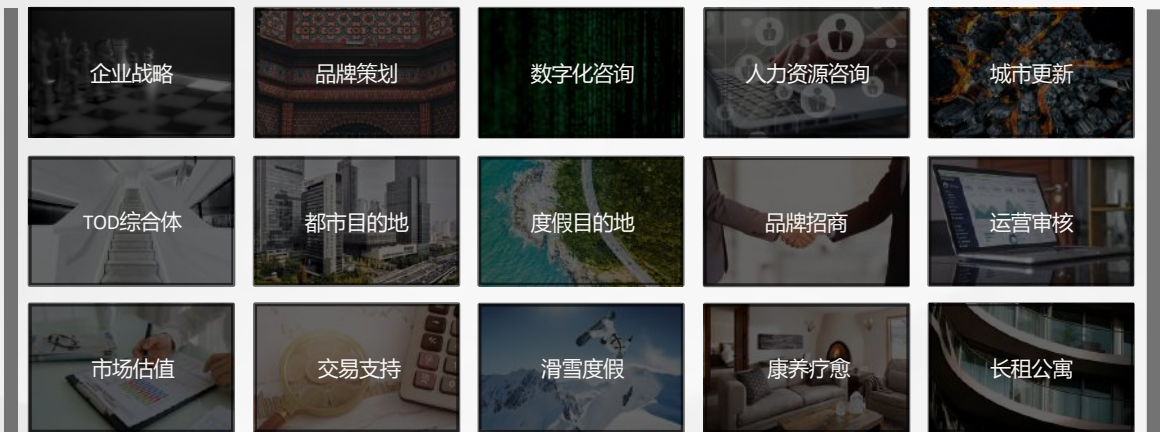
或登录厚海数据平台(www.hohidata.com/home/report/msi)



浩华管理顾问公司

作为拥有百年历史的专业咨询品牌，浩华参与了上世纪五十年代《全球酒店业统一会计准则》的创立，并于2003年正式在北京开设中国大陆地区的第一间办公室。浩华与中国旅游饭店协会通力合作，自2003年开始，每年度正式出版的《中国饭店业务统计》，现已成为行业业务标杆数据发布和分享的权威专业刊物。浩华致力于以前瞻性视角引领行业趋势和推动行业变革，率先在业内推出“空间坪效”概念，以推动行业精准化投资、空间功能规划及持续优化的资产管理举措，并首创了MSI（市场景气指数）及MVI（市场价值指数）两大指数体系。2022年，浩华正式推出「厚海数据平台」，进一步构建酒旅行业专业的数据标准和评价体系，参与推动行业数字化转型和全面效能提升。浩华深耕中国市场超过二十年，在超过280个城市和目的地，累计完成了超过2000个顾问咨询项目，积累了丰富的项目咨询经验。迈入新周期，依托「浩华」、「厚海」及「CHAT」三大业务品牌，浩华将覆盖企业发展、目的地及住宿产业的全生命周期业务矩阵，为我们的客户提供从宏观到微观、从战略到落地的专业解决方案。以数据精神、破立自新、长期主义为核心价值观，浩华将以「致力于推动美好生活方式产业持续进化」作为企业发展愿景。

多维度及全生命周期专业解决方案



三大品牌及业务板块

<h3>浩华顾问业务</h3> <p>产业定制化 顾问咨询服务</p> <p>— 业务模块 —</p> <p>发展战略解决方案 目的地解决方案 酒店解决方案</p> <p>Horwath HTL 浩华</p>	<h3>厚海数据业务</h3> <p>产业信息整合查询及 大数据分析平台</p> <p>— 业务模块 —</p> <p>产业地图 企业工具 数据报告</p> <p>厚海 DATA PLATFORM</p>	<h3>CHAT品牌业务</h3> <p>品牌塑造、产业资源链接 及整合推广平台</p> <p>— 业务模块 —</p> <p>品牌塑造 资源链接 平台策划</p> <p>CHAT</p>
--	--	--

声明

本报告版权归浩华管理顾问公司所有。未经浩华管理顾问公司书面许可，任何人不得以任何形式对该报告的部分或全部内容进行出版、转摘及复制。引用本报告之任何数据，需注明信息来源于浩华管理顾问公司。

本报告所刊载的一切资料、数据及所述的任何观点仅做参考之用。报告中所使用的基础数据来源渠道为访谈和调查问卷，尽管浩华相信其可靠性，但我们并未对其逐项确认，因此也无法保证其真实性和全面性。并且，浩华不对任何个人、单位以任何方式使用此报告造成的损失承担任何责任。

联系我们

浩华管理顾问公司（中国区总部）

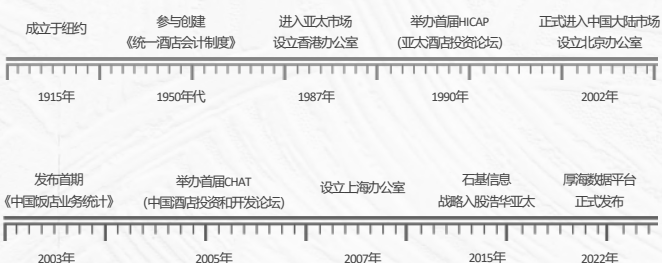
北京市东城区东长安街1号东方广场E3 903-904

电话：86(10)8518 1833

邮箱：beijing@horwathhtl.com

大中华区五大业务中心

北京 上海 深圳 成都 香港



浩华中国
www.horwathhtl-cn.com



厚海数据平台
www.hohidata.com



CHAT资讯
www.chatchina.com.cn

