

酒店行业持续“开卷”县域市场



▲因“反向旅游”带火的县域游让县城酒店迎来“黄金时代”（图源：新华网）

年轻消费群体“托举”起县域酒店业态

整体来看,今年国庆节火热的旅游市场背后,与政府的积极政策鼓励不无关系。今年以来,全国各地推出了一系列促进旅游消费的政策措施,给旅游和酒店行业的发展注入了极大的信心。比如,湖北发放多批次文旅惠民券,福建印发推动数字文旅高质量发展实施方案,浙江创新推进旅游驿站建设,海南发布“机票即门票”等优惠措施,新疆发布旅游消费专项行动计划。

在实际消费层面,县城酒店为什么火的原因,年轻人功不可没。

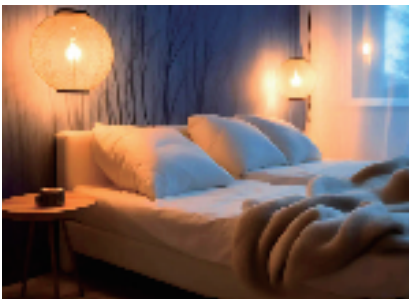
首先,个性化、差异化的出行方式成为主流。作为旅游市场的主力军,新一代年轻人的消费观念和行为模式正在发生深刻变化,他们不再盲目追求热门景点,对“人挤人”的景区以及走马观花的旅游模式感到厌烦,而是期待更加个性化和品质化的旅游体验。因此县城凭借小众、独特、商业化程度低等特点自然受到年轻人青睐,而县城酒店作为县城旅游的必选项,自然受到更多关注。

早在今年春节时便感受了一波“反向旅游”后,北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云告诉记者:“原本我会倾向于去三亚,今年没买到票去了广东一个小城,体验太好了。”她表示,近年来屡登热搜的美食游和小城游,几乎都是年轻人“托举”起来的文旅现象。比如新兴社交平台的兴起,给爱“冲浪”的年轻人打开世界的大门。县城酒店的走红与年轻人旺盛的分享欲和表达欲分不开。可以看到,目前热门县城旅游目的地、县城酒店均在社交平台上热度颇高,以福建省平潭县为例,仅小红书上的相关笔记便超过46万篇,县城酒店也因此受益,其中有酒店售价超过600元的客房在中秋、国庆等节假日前便基本售罄。

对此,吴丽云认为,除了假期足够长,也有年轻一代的生活和消费方式与



▲位于浙江安吉的某茶园乡村酒店在假期期间迎来爆满状态（图源：安吉文旅体局）



▲当下,县域门店的潜力已是不少酒店巨头普遍的投资策略（图源：君澜酒店集团官网）

城市渐渐同频的缘故,人们对于“旅游”有了更新的理解和更多元的表达方式,种种因素,多方促成了小城酒店市场的繁荣。

这股“奔县”热潮延续至今,更直接反映在了许多国内头部连锁酒店业的业绩中。比如,锦江酒店(中国区)在国庆期间共接待旅客入住超1000万人次,特别是此次黄金周前四日中,荆州、淄博、常德、自贡、南阳、开封、广元、临汾、汉中、景德镇等三线以下城市,实现全城满房。华住集团也有类似表现,该集团数据显示,二线城市中,华住旗下徐州市、南昌市、珠海市酒店整体入住率均超过92%;三四线城市中,华住旗下淮南市、怀化市、岳阳市、仙桃市酒店入住率均超100%,受益于《黑神话:悟空》的火爆,华住旗下山西晋城酒店入住率也高达98%。

酒店集团频入场,“发力”后如何保持

近年来,在价格、规模的比拼之中,酒店品牌经历了一轮轮的贴身“肉搏”与格局汰换后,逐渐开始聚焦“向下扩容”和“向上突破”两条路径,即向下渗透低线城市及向上聚焦中高端赛道。伴随着挖掘低线城市,县域门店增长潜力已成为不少酒店巨头普遍的投资策略。

早在2023年的“华住伙伴”大会上,华住集团创始人季琦就提及,低线市场是韧性时代酒店业重要的价值洼地,是酒店品牌角逐的重要战场。而在今年二季度财报电话会议上,华住CEO金辉表示,华住不断向住宿需求尚未被充分满足的低线城市渗透,输出优质供给,填补当地连锁酒店业市场的空白。如今,318国道沿线已聚集华住旗下汉庭、全季、桔子、星程、海友、宜必思等品牌酒店。甚至在不少相对来说更“低线”城市,华住也开出品牌“首店”。

据酒店之家发布的《2024中国酒店投资白皮书》显示,截至2023年年底,全国华东地区连锁化程度最高,接近40%,连锁化程度最低的区域为西南地区,目前平均连锁率尚不到20%。

这也从侧面显示,西南区域或成为酒店集团布局的重点,很快,这一“洼地”便吸引了不少酒管集团,比如今年5月,茅台镇衡昌洲际酒店正式签约,洲际酒店品牌首次入驻贵州;同样5月,华住集团在贵州已开业酒店66家,并制定了《华住贵州发展战略规划》,确立“深耕贵州”战略目标;7月,锦江酒店伙伴成功大会上,锦江酒店(中国区)宣布将和贵州省旅游产业发展集团联合推出度假产品品牌。

对此,北京第二外国语学院旅游科学学院副院长李彬教授曾对县城酒店进行过市场调研,据他分享,县城酒店中本地消费所占的比例要高于一二线城市。而在县域本地消费中,不同级别的酒店对应着不同的客群结构和消费场景。中、高端酒店消费大多围绕婚宴

◎ 记者 刘 青 通讯员 朱绮琳 南 川

回顾刚刚过去的“十一”假期,除了各处“人从众”的热闹和繁华,旅游热潮带动下的酒店市场也呈现出欣欣向荣之势。根据中国饭店业协会公布的最新数据显示,9月30日~10月6日之间,全国酒店的平均入住率为69.78%,同比去年国庆假期(2023年10月2日~10月8日)高出10.57%;酒店平均房价(按入住日期统计,单位:元)268.72元,同比2023年增加13.34元;酒店平均RevPar(单店单日单间客房产生的平均实际营业收入)为187.51元,比2023年增加36.3元。

宴请、公务会议等类目展开;而商务、快捷酒店则主要接待来自周边城市的差旅客,这些旅客绝大多数来自省内,故也可被纳入“本地”消费的范畴。

也就是说,多元的消费需求其实为投资者指明了不同的酒店“赛道”。李彬表示,下沉市场除了通常意义上的四五线城市,还包括大中型城市里的缝隙市场。这些局部和区域性市场,比如新建的社区、工业园区、文旅产业区,以及医院、大学周边的新兴区域,具有比较明显的市场属性,可以成为酒店投资的重点。此外,中西部地区部分热门城市,以及文旅产业发展相对较好的城市,也是值得关注的市场。

于此同时,作为一个整体,下沉市场目前正处于发育期,想要取得较为长足完善的发展,还需要至少五年以上的时间。而短期内大城市市场也还远远没有饱和,仍然有可观的成长空间。因此,酒店依然要谨慎选择布局战略,“跟风”将下沉市场作为集团最主要的发展重心可能并不适宜。

未来,县域酒店行业生意也许不会再“躺赚”,但显然市场并非完全饱和。各酒店集团需要在一轮轮新的探索中重新找到科学合理的生意模式,在下沉市场这块“新地图”上,更需时刻洞察市场,以系统性能力,细细研磨、针对性布局。

2023年第41周【10.2-10.8】国庆假期酒店数据				
城市/酒店	客房数	预订占比	预订均价	预订间数
上海	1.2	98.7%	280.00	1.2
北京	1.2	98.7%	280.00	1.2
广州	1.2	98.7%	280.00	1.2
深圳	1.2	98.7%	280.00	1.2
杭州	1.2	98.7%	280.00	1.2
南京	1.2	98.7%	280.00	1.2
2023年第41周【10.2-10.8】国庆假期酒店数据				
城市/酒店	客房数	预订占比	预订均价	预订间数
上海	1.2	98.7%	280.00	1.2
北京	1.2	98.7%	280.00	1.2
广州	1.2	98.7%	280.00	1.2
深圳	1.2	98.7%	280.00	1.2
杭州	1.2	98.7%	280.00	1.2
南京	1.2	98.7%	280.00	1.2

▲今年“十一”假期,全国近百个县城酒店预定热度同比上涨超过50%（图源：酒店之家驿镜酒店大数据平台）