



中国 机场住宿业 市场趋势 研究报告

国际中转 International Transfer
到港 Arrivals

CATSC 民航旅委
中国旅游协会民航旅游专业委员会

Horwath HTL 浩华

厚海
DATA PLATFORM





研究背景

在经历改革开放四十余年的高速发展后，中国民航业正经历着国家经济转型升级、增长速度换挡、产业结构调整等新战略与新政策所带来的诸多机遇与挑战。从不断增设新航站楼、扩容更新重点城市经济带的世界级机场群，到加速推进西部航空运输版图建设，我国航空运输网络体系在得到持续完善的同时，也进一步带动了相关产业链的蓬勃发展。

尽管受经济下行周期叠加疫情的双重影响，整体住宿产业发展增速有所放缓，但随着中国民航业于2023年步入「十四五」规划的首个增长期，供给侧在国家政策的加持下未来仍将继续释放优质增量，为与之紧密配套的机场住宿业创造更为多元的发展机遇。与此同时，伴随着消费结构的不断升级，如今消费者对于差旅体验的智慧高效与住宿产品的丰富多元等方面的追求，也将反向驱动机场住宿业对酒店产品进行优化迭代与技术创新，在更好满足飞行家们对美好出行生活向往的同时，实现自身的提质增效。

鉴于机场酒店在客源需求及经营管理方面的特殊性，浩华管理顾问公司继2020年首次发布《2020中国机场住宿业发展报告》后，筹备本次《中国机场住宿业市场趋势研究报告》，并向广大同仁分享研究成果，期待更多的机场住宿业者能参与到该专项市场研究，一同探索机场住宿业的长远发展。本次市场研究，通过对疫后时期市场供需端趋势的洞察与探讨，帮助机场酒店现有及潜在投资经营者充分把握机场住宿产业当前的产品投资趋势及运营管理方向，在经济新周期下更具针对性地塑造机场住宿产品并提升资产的精细化运营能力。

研究方法

本报告数据来自于厚海数据平台，现涵盖29个机场商圈，分布于26座城市，包含超1,250家中档以上定位酒店，达159,800间的客房总数。

厚海数据平台（www.hohidata.com）是浩华推出的产业信息整合查询及专业大数据分析平台，基于数字化时代的产业发展趋势和客户需求，整合海量产业信息和市场数据，首期推出聚焦于住宿场景的产业地图 | 企业工具 | 数据报告三大业务模块，为美好生活方式大消费产业投资者、运营商及产业上下游利益伙伴提供全方位数据解决方案，致力于市场信息的标准搭建，信息交互、信息和商业洞察数据分享，助力产业全面数字化转型。

加入**厚海数据平台** ——
—— 获取**更多机场酒店数据**

- 市场深度洞察
- 运营赋能工具
- 产业投资指引



目录

I. 中国机场住宿业供给格局解读

- 市场供给规模持续增长，投资步调趋于放缓
- 中档酒店占据机场住宿业半壁江山，行业供给逐渐呈现正向金字塔型结构
- 机场住宿功能需求升级，连锁品牌布局持续加深
- 高档及以上层级酒店连锁化水平显著，产品品质升级为大势所趋

II. 中国机场住宿业市场趋势解读

- 机场住宿业整体产品投资趋势
- 五大区域机场住宿业市场表现
- 机场住宿业产品塑造及运营趋势

III. 结语



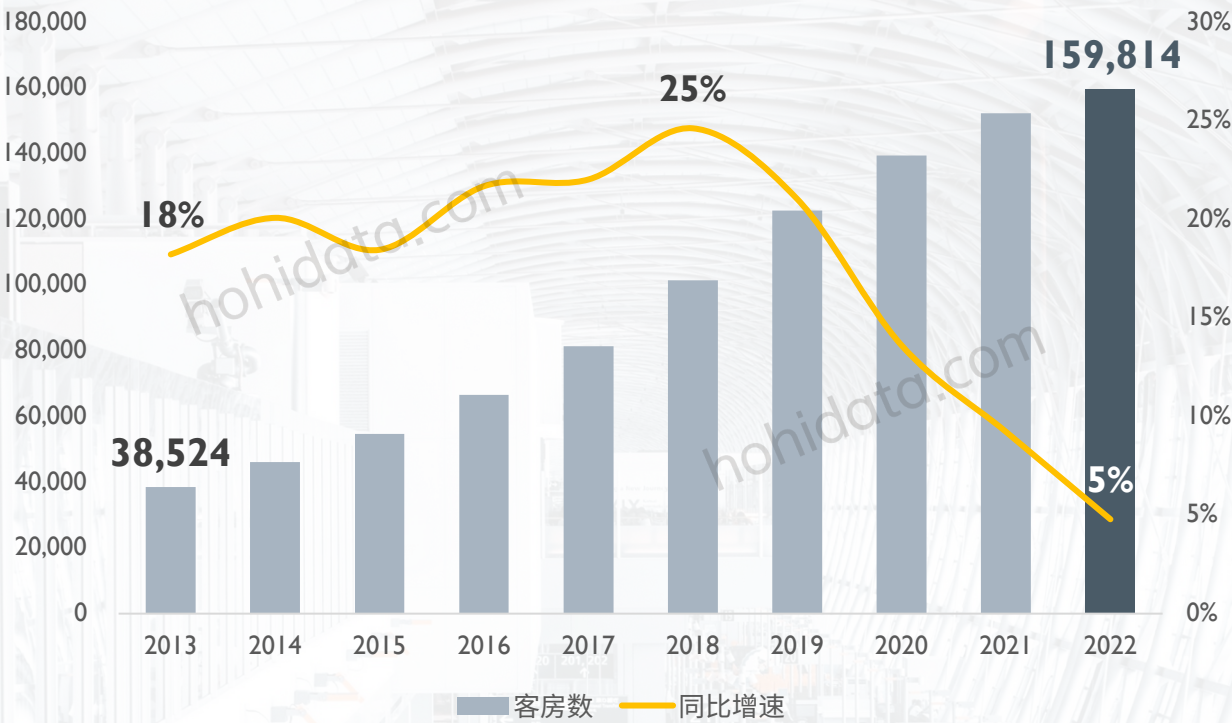
01

中国机场住宿业 供给格局解读

- 市场供给规模持续增长，投资步调趋于放缓
 - 中档酒店占据机场住宿业半壁江山
 - 行业供给逐渐呈现正向金字塔型结构
- 机场住宿功能需求升级，连锁品牌布局持续加深
- 高档及以上层级酒店连锁化水平显著，产品品质升级为大势所趋

市场供给规模持续增长， 投资步调趋于放缓

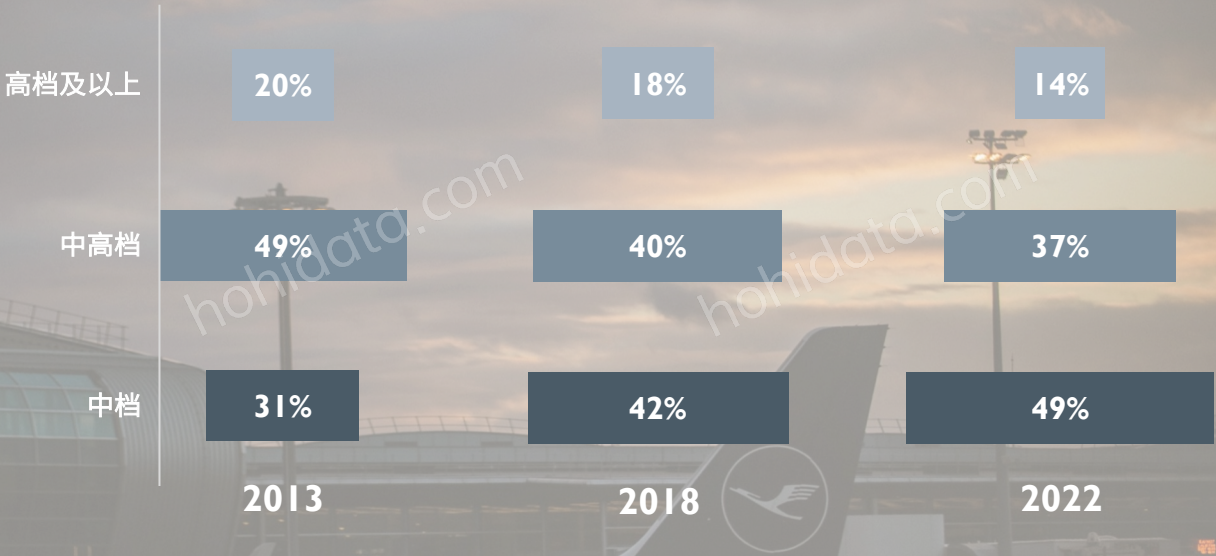
2013至2022机场商圈中档及以上酒店客房供给量



自改革开放以来，中国民用机场建设及扩建步入提速阶段，临空经济不断被纳入国家及区域的重大规划当中，而酒店作为机场延展服务的配套设施也因此迎来了高速发展周期。在供给规模上，2022年中国大陆地区机场商圈中档及以上酒店客房量已趋近16万间；增长率则在2017年达到近十年峰值后，持续下滑至5%。经过十余年的高速发展，尽管机场住宿业在年供给增速上有所放缓，但其整体在供给模上仍呈现出增长的态势。

中档酒店占据机场住宿业半壁江山， 行业供给逐渐呈现正向金字塔型结构

2013至2022年机场商圈酒店供给结构变化



在定位层级方面，过去十年机场酒店产品层级一直以泛中档为主，并呈现出逐步向中档层级倾斜的趋势。直至2022年，中档层级酒店产品供给占比已达49%，十年内占比提升近18%，而高档及以上定位层级酒店则在供给量上始终相对有限。究其原因，一方面，早期机场酒店作为旅客过夜用房，用以承接机组/旅客/驻场单位住宿需求，由机场或者政府进行投资，住宿要求相对基础；另一方面，机场酒店的客房需求量与所在机场的旅客吞吐量必然相关，加之其客群结构相对垂直，投资开发应理性考虑投资规模；再次，机场酒店市场的供给结构与其客群支付能力以及机场所在的城市层级息息相关。

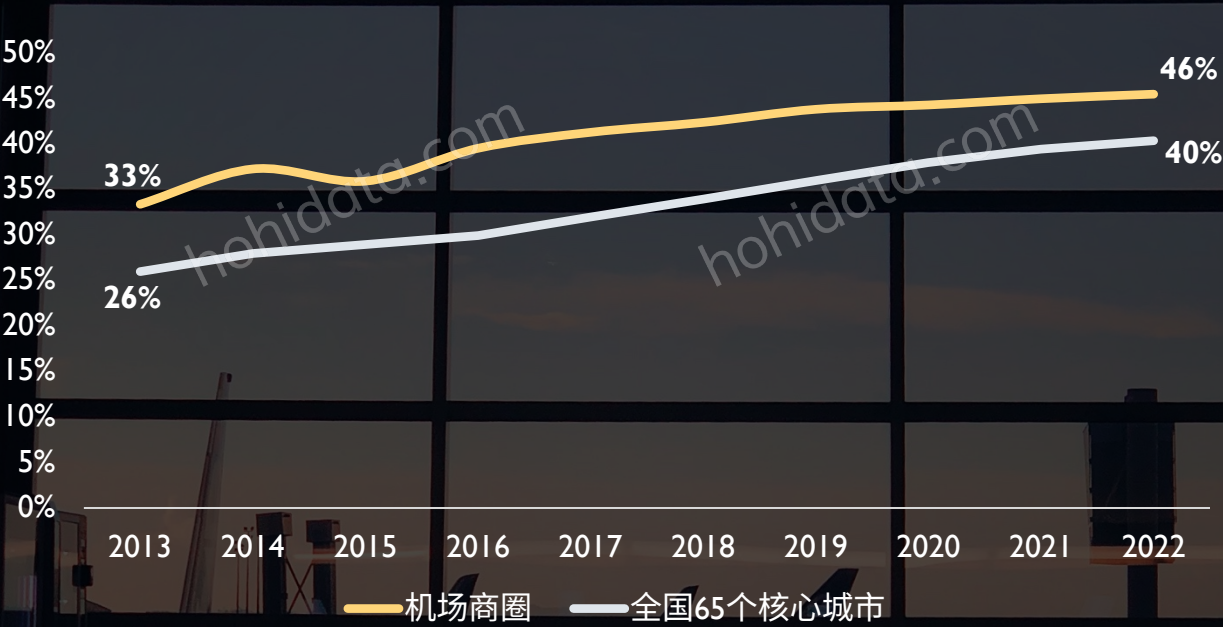
一线城市及新一线城市机场客流量庞大，机场周边产业结构相对丰富且规模相对庞大，旅客支付能力较强，拥有较好的高端需求基础，可有效支持在优越地理位置开发高端酒店。随着一线城市及新一线城市机场及其配套产业发展逐渐成熟，国内机场的投资建设重心逐渐向二线及以下城市迁移，这类城市在旅客吞吐量及商旅客群支付能力等方面上都尚处于培育期，因此机场酒店的产品开发也更加趋向于配套运营相对灵活、投资回报相对稳健的中档定位层级酒店。

机场住宿功能需求升级

连锁品牌布局持续加深

随着旅客吞吐量的增加，机场业务的多元化程度也随之提升，其产业格局组成也逐渐由过去单一的航空运输企业，发展至以资源为纽带的多元化企业；与此同时，经济发展所带来的消费力提升也使得差旅客群的需求构成发生了变化，越来越多的旅客开始追求品质，并寻求基础服务以外的住宿体验。由此，机场住宿业也从过去主要以单体为主，向品牌管理和单体运营并重过渡，品牌连锁化率在过往十年持续提升，于2022年提升至46%；由于机场酒店基数较小，且垂类特征明显，其总体连锁化率高于市场平均水平。

2013至2022年中档及以上酒店品牌连锁化率



高档及以上层级酒店连锁化水平显著

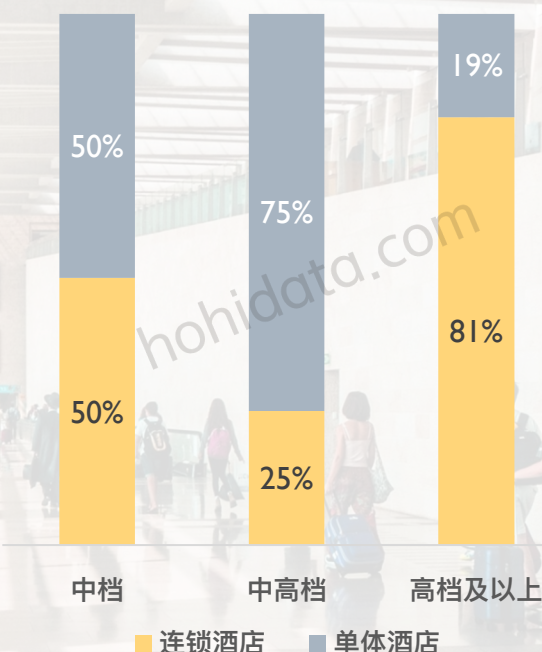
产品品质升级为大势所趋

在各层级酒店的连锁化率方面，2022年单体酒店与连锁酒店分别持续集中发力中高档层级与高档及以上层级，并在两个定位层级中占比分别达到75%与81%。

一方面，高档及以上定位酒店由于投资门槛较高、回报周期相对更长，且对经营者的管理经验及能力要求也相应较高，投资者更加倾向选择连锁品牌，以获取相对成熟的经营管理标准与较好的品牌影响力，进而捕获愈加多元的客群需求，以实现更好的业绩表现；另一方面，基于机场住宿业过去二十余年的发展，许多投资者逐渐积累了一定的资产运营管理能力，部分区域性本土酒店品牌依托自身优势，逐渐建立起管理输出的能力。

同时，在以建设国内大循环为主体的新发展格局下，国内众多二三线城市航空出行潜在需求进一步被激发，与之紧密相连的机场住宿产业也将迎来蓬勃的发展期。各大管理公司加速以泛中档层级品牌布局临空住宿产业，以可控的投资规模与体量，满足相对平稳的市场需求，这在一定程度上提升了机场住宿业中档酒店层级的连锁化率水平。

2022年机场商圈各层级酒店连锁化率水平





02

中国机场住宿业 市场趋势解读



• 机场住宿业整体产品投资趋势

五大区域机场住宿业市场表现

机场住宿业产品塑造及运营趋势

供给规模与机场吞吐量高度相关 市场整体投资趋于理性务实

基于机场住宿业在客源需求、功能配套等方面的特殊性，其整体投资规模及强度与所在城市能级高度相关，机场住宿产品的投资规模与强度则与所在机场的吞吐量必然相关。

对于一线及新一线这类高线城市，其民航产业在过去二十余年的高速发展后各方面已趋于成熟，而作为早期产业配套的机场酒店也因此陆续进入衰退期，继而引发了产品端的提质升级；同时，更为坚实的客流量基础、高比重的国际及中转航班过夜需求以及伴随城市发展吸引的高支付力差旅客群，也使得高线城市机场市场具备发展高层级酒店的土壤；加之近年来一线城市第二机场建设的逐步开展，这类城市机场住宿市场或将迎来了新一批高定位层级酒店的入局。

随着高档及以上定位层级的酒店入市，高线城市机场住宿业的品牌连锁化率有望进一步拉高。究其原因，一方面，这类酒店由于投资门槛较高、回报周期相对更长，且对经营者的管理经验及能力要求也相应较高，投资者更加倾向选择连锁品牌，以获取相对成熟的经营管理标准与较好的品牌影响力，进而捕获愈加多元的客群需求，以实现更好的业绩表现；另一方面，机场在过往数年中始终作为城市门户形象的展示窗口，也是人们在经过一座城市时最先与最后留下记忆的场所。因此，机场酒店在品牌选择与产品配套上也需要充分考虑如何发挥城市名片效应，连锁品牌更为成熟的产品塑造能力与较强的品牌市场影响恰好是一种有效借力。

此外，在产品结构方面，越来越多的品牌选择采用「高星级全服务+精选服务」的组合模式布局机场市场，一方面强化市场细分和扩大市场需求的涵盖面，同时集中管理以降低运营成本，提升资产的整体效率；另一方面，由于机场酒店的开发作为强规划导向的产品，在开发之初，投资人及品牌方便都面临较大的体量消化，组合牌的模式以更灵活的产品与功能适配服务机场客群，满足更为多元的机场住宿及消费需求。因此，从整体的供给结构来看，对于一线及新一线此类能级较高的高线城市，其机场酒店的产品供给也更为多元。

伴随着核心城市的进一步发展，高线城市的机场住宿业市场仍然存在一定的增量入口；而随着我国民航业加速推进中西部地区及东部地区低线城市开发布局，推升支线航空市场发展空间，酒店产业的整体投资重心也逐步向二线及以下层级城市迁移。这类城市在国内城镇化的深度推进和产业迁移及区域经济建设带动下，其经济及交通等方面均得到持续发展，相应的消费潜力和需求被不断释放，未来的增量空间可观。而反观当下，由于城市产业发展尚未成熟，差旅客群流量基础及支付力都稍显薄弱，因此相较于高线城市，二线及以下城市机场酒店仍以中档定位为主，以可控的投资规模与体量，满足相对平稳的市场需求；高档需求则普遍处于培育阶段，规模基数偏小，许多已建成的中高档或高档酒店都不得不通过接待机组来充实需求，市场整体仍需经历较长的培育期。

值得关注的是，二线及以下城市机场酒店的发展，在谨慎考虑其自身产品的品质定位和设施规模之外，还需要特别留意周边的供给规模。这类城市机场周边的产业用地往往更为充裕，许多城市围绕机场打造空港新城，但如果缺乏核心支柱产业的导入，会造成许多土地转为酒店住宿类开发，导致该区域酒店供给明显过度，从而给整体空港片区的酒店市场带来显著竞争压力。



总体而言，

机场酒店的流量经济效应相对于城市酒店会愈加显著，其投资强度也与机场吞吐量必然相关；同时，伴随着国家经济由高速发展期逐渐过渡至调整期，机场酒店业市场对于产品投资也顺应时代发展，整体回归于理性务实的态度。



02

中国机场住宿业 市场趋势解读

机场住宿业整体产品投资趋势

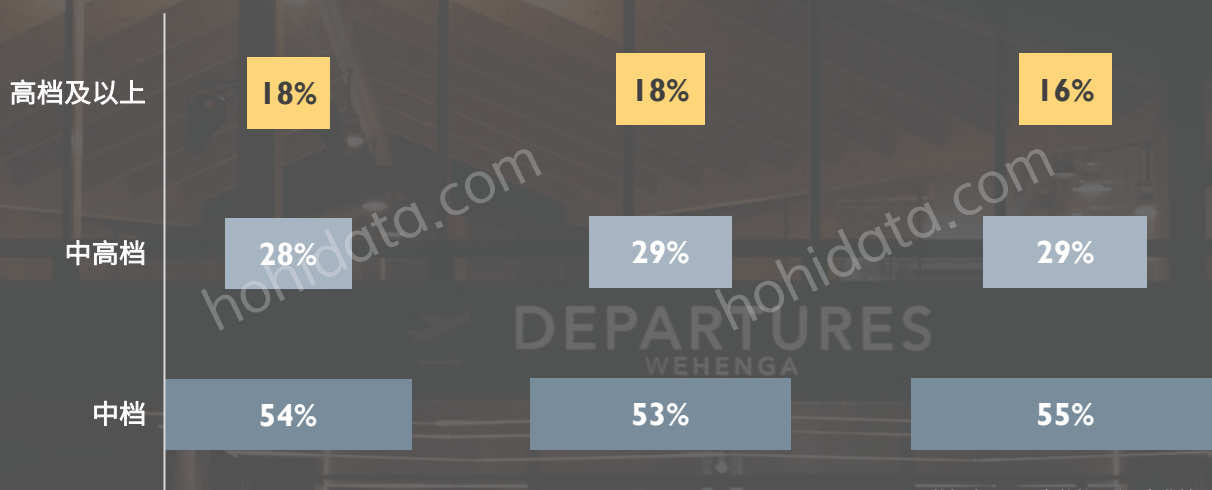


• 五大区域机场住宿业市场表现

机场住宿业产品塑造及运营趋势

作为高度依赖城市能级及机场成熟度的细分市场，长三角机场酒店依托该经济圈数量众多的经济强市，在二、三产业的双加持之下，以商务、文旅、金融贸易、会展会晤服务等多重需求为支撑，以上海为首的长三角区域机场酒店需求趋势与市场表现均优势明显。

2018年至2022年华东地区核心机场商圈酒店供给层级（按客房数量）



整体来看，长三角机场住宿业产品供给层级丰富，梯次明显，从客房数量来看，呈现健康的正金字塔型结构，城市商务型的中档酒店产品占据市场绝对的主导地位。

华东地区

全维度优等生，且信心充足

未来产品开发应聚焦

存量产品优化及客源需求释放



但受限于国际航班量的减少，以及整体机票价格水平的限制，高端及全服务酒店仍面临需求量与支付力的双重压力；另一方面，由于长三角主要机场多属于早期建设，该区域多数机场酒店市场起步较早，从酒店的供给数量、层级分布到连锁化率都趋向成熟，未来开发增量面临必然放缓，产品开发应聚焦在存量产品优化及客源需求释放，以供优化刺激需求水平，从而实现该区域机场酒店市场「量价齐驱」。

具体以浦东机场为例来看，浦东机场酒店市场需求流量充足，平均房价受制于产品供给上升乏力。

浦东机场酒店伴随浦东国际机场开发而建设，大部分酒店都在2008年第二航站楼正式通航后才入市，2018年三甲港酒店群的开业也使得区域供给显著增长。根据厚海数据平台数据显示，到2022年，浦东机场核心区中档及以上层级的酒店客房供给总量已接近4,000间。

市场表现来看，疫情前，由于市场需求量相对充裕，在原有客房量供给基础上，浦东机场酒店新增供给进入市场后能够被良好地吸收，市场整体住宿率基本稳定在80%以上的水平。而尽管住宿率水平较高，但受限于目前市场以中档酒店产品主导的供给结构，平均房价也较难实现进一步的突破。另一方面，近年来以中档定位主导的新增入市酒店，凭借更符合新生代消费者需求、强设计感和高性价比的产品，在入市后获得了良好的市场反馈，早年开业的核心区酒店在面对物业老化问题的同时，也面临市场竞争危机。

总体而言，以浦东机场酒店为例，酒店与机场航站楼的距离是保证客源需求量、增加溢价能力的关键因素，而品牌力和产品力则是酒店实现更强市场竞争力所需具备的重要因素。

华北地区

受宏观影响较大，恢复有限 品牌化产品及多元化合作为市场趋势

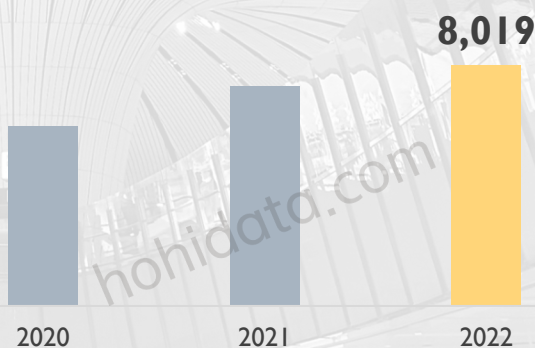
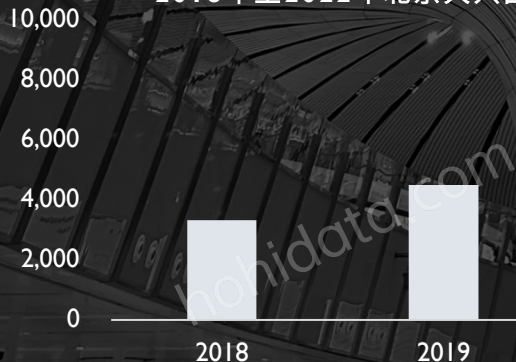
华北区域除北京首都机场和大兴机场外，其它机场及其住宿类产品均未形成规模。而受境外航班量恢复缓慢、入境商务人群消费能力下降、境内航班时间安排对过夜诉求并不友好等因素影响，首都和大兴两大机场的主要酒店业绩表现恢复有限；另一方面，作为受强政策影响的区域，北京两大机场在国内外政治及经济压力影响下，也呈现出全面消费降级的趋势。整体来看，以北京两大机场为首的华北区域机场酒店市场流量及需求水平恢复有限。

具体来看，北京首都国际机场作为多年运营的成熟机场，其配套酒店产品供给层级丰富。随着城市、机场与机场酒店市场的发展，国际品牌稳步扎根，近期暂无新住宿产品入市，现有存量机场酒店主要以翻新升级以锁定高端需求。

依托于中国首座破亿吞吐量的北京首都机场，周边酒店在疫情前均获取了稳定流量，酒店客群呈现出机场相关需求、散客需求、商务及会议会展三足鼎立的局面，客源结构更为多元且均衡。从房价表现来看，首都机场酒店为流量型市场且具备一定价格深度，各酒店平均房价相差较大，整体可分为人民币1,100元以上、600-800元及300-400元三个价格梯度，侧面验证了一线机场的价格深度，但整体高房价客源仍存在总量瓶颈。

而大兴国际机场由于距离城区较远，初期供给量薄弱。自2015年机场开工建设以来，区域内酒店开发明显进入加速期，酒店客房供给量增长明显，且在疫情的负面影响下仍然稳中有升。据厚海数据平台显示，2022年该区域中档及以上层级酒店客房供给总量已逾8,000间。

2018年至2022年北京大兴国际机场商圈酒店供给规模（按客房数量）



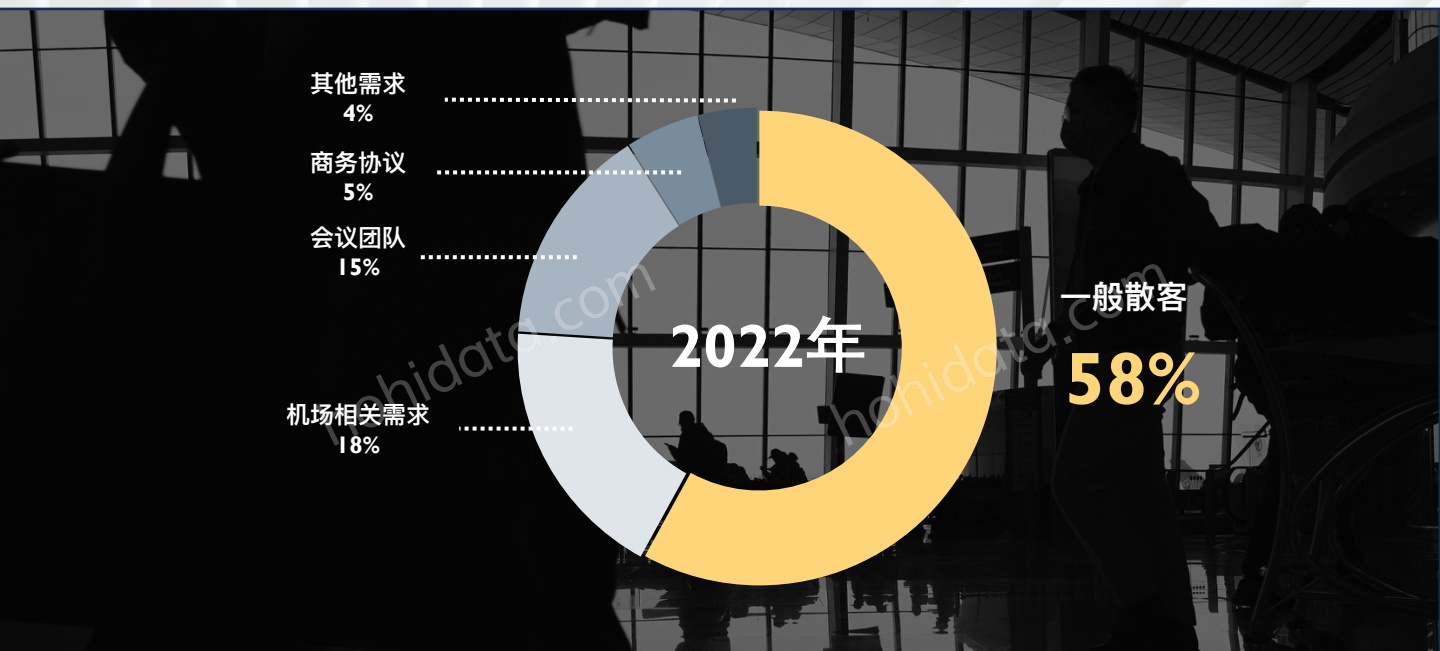
数据来源©厚海数据平台·产业地图

CATSO 民航旅委
协会 民航旅游专业委员会

Horwath HTL 浩华

厚海
DATA PLATFORM

从运营表现来看，自2019年10月底起，北京大兴国际机场正式投运数月之后便受到新冠疫情冲击影响，机场旅客吞吐量受到显著影响，致使酒店市场需求大幅受挫。在高档供给木棉花酒店入市之后，虽然市场平均房价有显著提升，但作为机场区域内仅有的两座酒店，自开业以来住宿率水平始终在低位徘徊，市场业绩表现不尽人意。



从客源结构来看，由于国内航司在北京大兴国际机场大多设有基站，内部规划有公寓满足机组相关的住宿需求，目前区域酒店客源结构以网络预订（携程、美团等）客人为主的一般散客需求为绝对主导，占比近六成；占比18%的机场相关客源主要来自未在机场设立机组公寓的其他航司；占比15%的会议团队主要为政府相关会议；占比5%的商务协议客源来自机场周边产业园、商务区建设规划单位；占比仅为4%的其他需求主要为少量的旅游团队和上门预定散客。

整体来看，作为国内多个城市新建机场的代表，北京大兴国际机场酒店市场仍处于发展初期，受疫情影响机场吞吐量不尽人意，导致酒店市场客源需求薄弱，再次表明机场酒店需求与机场旅客吞吐量及机场紧邻周边产业活跃度的强关联性。随着大兴机场旅客吞吐量逐步回升，有望给酒店提供更多需求支撑，从而帮助酒店业绩提升。

与整体酒店市场特征趋同，华南大湾区各城市机场酒店市场各有千秋，但整体呈现出典型的「量大于价」的机场酒店特征。

以广州与深圳为例，广州白云国际机场供需平衡，各层级供给量较为适宜。具体来看，广州机场酒店产品供给层级丰富，但仍以中档及经济型本土品牌住宿产品为主。依托机场业主背景，广州机场酒店客源结构来看，机场相关需求占比突出，需求表现十分强劲，但受制于该类客群支付能力有限，市场平均房价仍处于较低水平，目前以机场铂尔曼酒店领军市场，但房价仍有明显的上升空间。根据2023年8月飞常准APP发布的《2023年上半年全球民航航班运行报告》，广州白云机场航班量全国第一。整体看来，该市场为典型的流量型市场，需求量则是拉动业绩上升的主动动力。

排序	机场	国内航班量	国际航班量	国内 VS 2019	国际 VS 2019
1	广州白云	184184	16472	4%	-68%
2	深圳宝安	163594	5903	9%	-69%
3	北京首都	150363	14791	-30%	-78%
4	上海浦东	131155	31518	-0.04%	-69%
5	昆明长水	152787	3607	-4%	-80%
6	重庆江北	146294	2337	2%	-78%
7	成都天府	144002	4167	/	/
8	西安咸阳	144069	1406	-8%	-83%
9	北京大兴	131934	2750	/	/
10	杭州萧山	124954	5923	9%	-63%

数据来源©飞常准APP发布《2023年上半年全球民航航班运行报告》

华南地区

市场各有千秋，「量」为普遍动力

各自节奏成长，均有来日可期



深圳宝安国际机场投入时间相对较晚，对比之下其周边酒店市场不及其它主要一线城市机场成熟。深圳机场周边中高档及以上酒店市场仍处于发展期，代表性酒店产品2016年开始入市，虽因此迎来一波强劲增速供给，但受制于支撑客源不足，尚需一段时间培育，未能形成市场收益势能。客源结构来看，深圳机场散客占比突出，但主要是受产品供给诱导，也因此深圳机场酒店市场中高端酒店业绩出色，但高端酒店溢价能力不显。

整体看来，深圳机场酒店作为尚在成长期的流量型市场，住宿率的上升仍是拉动市场收益增长的主要动力。而作为一线城市机场，同时面临香港和广州机场的分流，受惠于机场周边的工业园区，客源结构更趋多元化，市场业绩呈现良好的成长趋势。

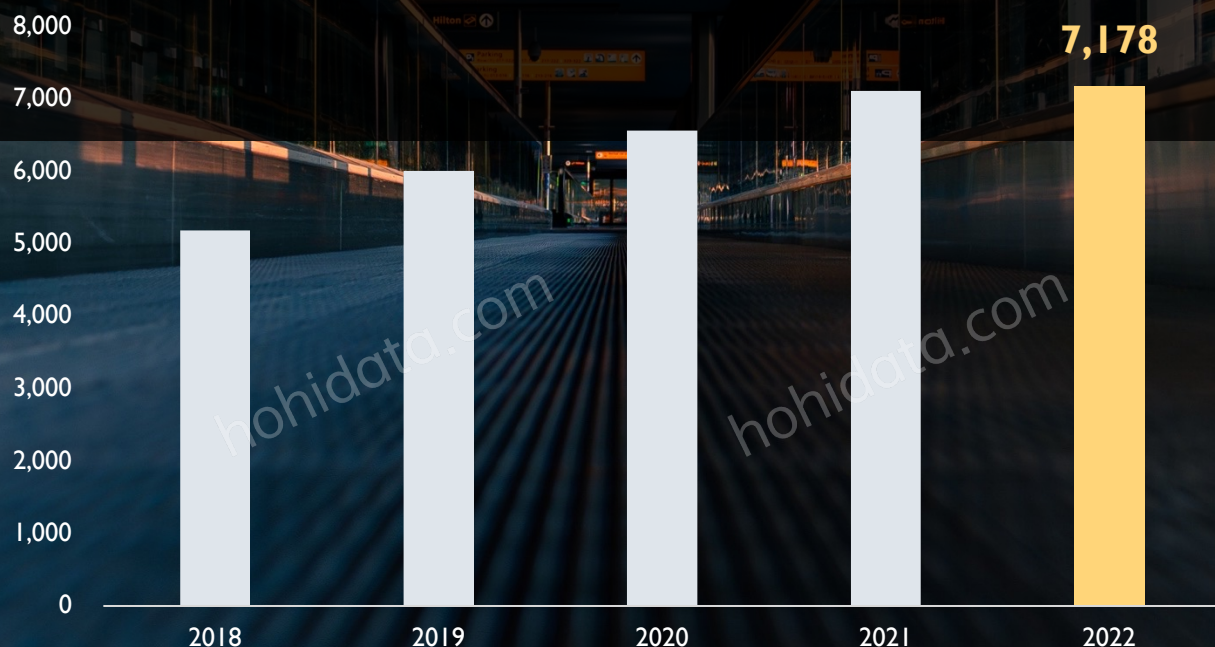
同时，深圳城市十四五规划中，已明确其打造5个世界级地标商圈的规划和决心，各级政府投资平台在政府前瞻性政策的指引下“筑巢引凤”，欲通过积极建设高端设施，促进城市招商引资能力、提升城市竞争力，也成为深圳市场新增供给的最大推动力。因此，深圳的各类业主及投资者对新建投资意愿依然强劲，单宝安区近期就有不少新增高端酒店供给推出，规划中的机场酒店的产品量级不小且均以中高端产品为主。

西南地区 旅游热门，来日可期 成都为例，探求双机场有序竞合

西南区域主要五省，以四川人口最稠密、交通最便捷、经济最发达，省会成都作为区域内商务、文旅出行市场表现最突出的城市，坐拥两大国际机场—双流国际机场及天府国际机场。两个机场所各自呈现的生命周期及产品特色，或许是众多坐拥双机场的城市其机场酒店缩影。

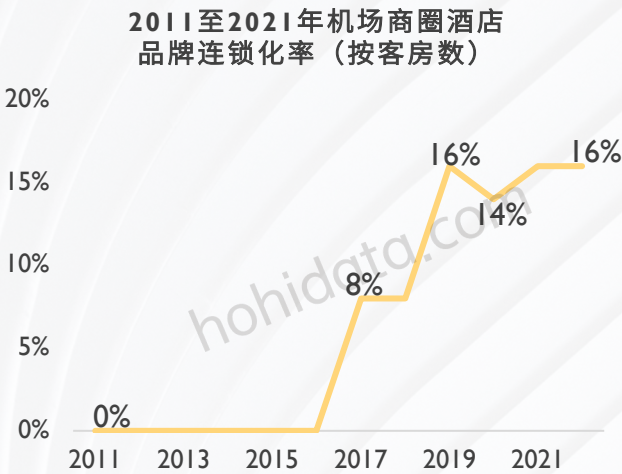
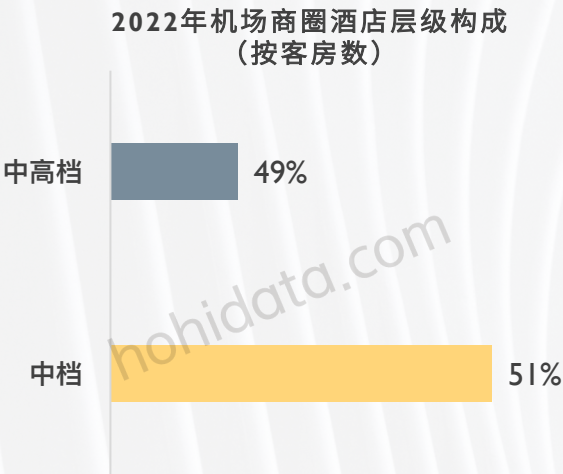
伴随着双流国际机场的日益发展与成都市区逐步融合，区域酒店开发逐渐活跃，双流机场客房供给总量呈现稳定的增长趋势。据厚海数据平台显示，至2022年双流机场酒店中档及以上层级的酒店客房总量已超过7,000间，供给规模可观。

2018年至2022年成都双流国际机场商圈酒店供给规模（按客房数量）



数据来源©厚海数据平台·产业地图

目前市场酒店产品仅覆盖中档及中高档层级，并未出现高档及以上层级酒店。以客房数量计算，中档及中高档酒店呈现半分天下的趋势。双流国际机场酒店业主多以政府或国有企业为主导，酒店通常为自有品牌、以自主经营模式运营，整体市场酒店品牌连锁化率低下，直至2022年酒店连锁化率仅为16%（按客房数计算）。



数据来源©厚海数据平台·产业地图

疫情前，在机场良好运营和城市高速发展的双向驱动下，双流国际机场酒店市场的供给端呈现稳中有升的健康趋势；市场对新增供给的消化能力也相对较好，需求端亦呈现出积极的提升态势。受新冠疫情影响，自2020年起，区域新增供给入市迟缓，市场需求在严格的防疫政策下也一度低迷、提升乏力，市场日房晚需求量跌落至接近2016年水平。

在市场供给端稳中有升的诱导下，双流国际机场逐年增长的旅客吞吐量亦带动市场房晚需求的逐步提升，市场整体住宿率呈现积极的增长趋势。即便在疫情期间，市场住宿率相较于城市酒店而言仍然相对坚挺流量型市场的优势得以显现。相较之下，由于整体市场的客源结构以价格较低的机场相关需求为主导，高支付力的客源需求相对有限，导致

市场平均房价的提升显得尤为疲软。

总体来说，双流国际机场酒店市场发展相对成熟，呈现出典型的「流量优于价值」的特性。受机场流量刺激以及周边产业助力，住宿率表现不俗，但由于客源仍以预算相对有限的机场相关需求，以及逗留时间较短的机场相关过夜散客需求为主，客源整体支付能力不高，因此相对应的产品供给则以中档及中高档为主。

而天府国际机场酒店市场目前仍处于「发展初期」机场正式投运后历经阶段式转场，叠加新冠疫情影响，酒店业绩不尽人意现阶段酒店产品供给虽然有限，但空港新城的积极建设预计将推进新增供给入市，同时，随着天府国际机场转场投运的完成，酒店市场有望迎来「量价齐驱」。

受区域宏观经济发展、自然资源类型及气候特征、民族特色等特殊影响，西北区域机场航线总量有限，且吞吐量季节性明显；客源结构来看，主要为旅游客群，商务需求薄弱；受制于经济能级机场流量较小，因而机场酒店供给有限且潜在供给不足；西北区域机场酒店市场化程度较低，区域市场竞争不充分，因而产品选择也相对单一。另一方面，也正因其特色性赋予的旅游目的地属性，以银川为例，机场酒店在疫情期间仍获得不错运营业绩。

整体来说，对于西北普遍供给初级的酒店市场而言，产品与市场仍处于初级阶段，如何关注住宿功能本身，打造快捷现代化的机场住宿产品仍是未来重点；投资人普遍期待专业管理公司的进场，帮助整体市场的产品标准化建设、市场性优化；另一方面，该区域机场酒店也将继续关注会务、培训、团建接待和航司系统平台拓展服务，以减轻目的地淡季带给机场酒店的运营收益压力。

在以建设国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下，西北区域凭借其独特的旅游特色，或释放更多旅游消费潜力，未来如该区域内有机场酒店增量，更需因地制宜，理性投资规模，突出区域特色。

西北地区

供给与增长均有限，季节性明显 内循环旅游发展或迎来适度增量

02

中国机场住宿业 市场趋势解读

机场住宿业整体产品投资趋势

五大区域机场住宿业市场表现



• 机场住宿业产品塑造及运营趋势

综上所述，机场酒店作为伴随新机场建设或新航站楼建设产生的强流量引导型产品，投资开发时更应结合市场需求的预期成长性，精准投资，科学规划产品配置，分期发展供给规模。目前整体机场住宿业开发，呈现出以泛中档定位层级为主导的精选服务型产品为首选的产品投资趋势。对于较新兴的机场片区或者是需求逐步上升的市场，酒店机场投资更应谨慎初始投资规模，分周期建设开发，以控制投资强度及降低初始运营压力。

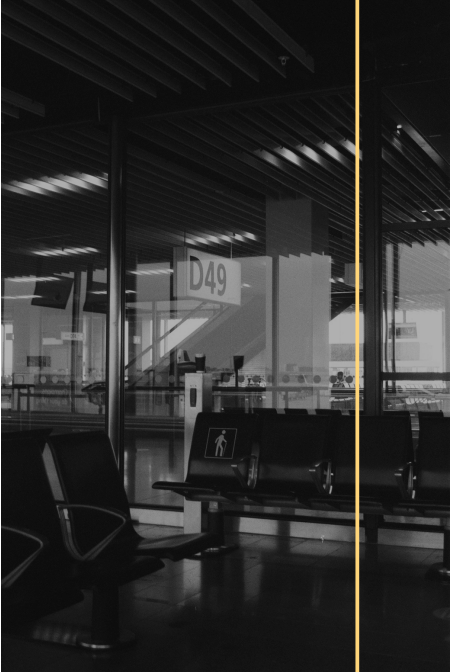
产品运营来看，由于机场高流量、快流转的特点，对于机场酒店运营团队运营效率与灵活性的要求进一步提高。运营团队应根据市场需求的变动，强化收益管理的能力和敏捷性；同时，机场酒店运营应紧贴机场生态圈，聚焦机场及机场酒店客群高度聚焦的需求，更有针对性地优化产品及运营管理，进而实现机场酒店高质量发展。

1. 强化机场酒店运营效率与灵活性

机场酒店运营的最大痛点在于运营的多重变量带来的高度不可控性，这使得酒店运营团队为满足持续变化的需求所具备的资源调配及应变能力有更高的要求。

1) 提高市场互动频率与效率

为更好地应对需求变量，在机场酒店日常经营中，应提高酒店与市场的互动频率与效率。运营团队除对于天气等可追踪的流量影响条件的关注之外，应与机场及航司保持密切的前置沟通，做好高频的动态收益管理，流量高峰时灵活调配客房及人力资源，在成本与效率间取得动态平衡。





图片 | 上海虹桥康得思酒店酒店；来源©酒店官网

2) 共享机场流量，提高资源使用率

根据浩华管理顾问公司此前关于机场客群对于酒店设施偏好的调查显示，在相对较短的停留时间（平均0.8–1.2天）中，机场客群对于住宿需求外的其余需求相对薄弱，使得酒店配套功能使用率相对较低。为提高场地、人力、能耗等多重资源利用率，拉升配套功能区域运营坪效，酒店可将部分独立运营区域开放经营，共享机场流量，增加收入场景。例如可将餐厅、大堂吧、健身房、会议室等配套区域对外经营；可在酒店内设置可供酒店客人免费使用，同时开放给机场旅客收费使用的「会客厅」等。通过以上方式可帮助增加酒店营收，同时增加了非过夜需求消费者与机场酒店的互动触点，也可帮助高星级全服务类型酒店去化过量的建筑面积。

3) 强化中台管理，提升管理应变能力

机场酒店效率的提升，一方面在于对变量的控制，一方面在于对变量的应对。这就要求运营管理对于所有运营资源的高度统筹、灵活调配，包括服务资源、房间资源、配套资源乃至时间资源等，而其实现的基础，在于一个高效的管理后台。为了进一步提升酒店运营效率，应逐渐强化其中台管理能力，通过中台系统的数字化管控，监控客户服务、客房管理、配套服务管理、工程管理等进程与结果，集中灵活调配人力、后台数据等资源，全盘动态调控收益管理策略，以更加精准高效的方式，应对机场经营场景中的不可控场景。



图片 | 上海虹桥康得思酒店酒店；来源©酒店官方微信公众号

4) 技术赋能实现C端体验高效便捷与B端成本高效管控

智能技术已然成为机场酒店在塑造便捷的体验场景、提升产品运营效率以及实现良好的中台管理能力等方面的突破口。在运营侧，针对机场生态圈注重效率、便捷度与灵活性的特质，机场酒店需要洞察旅客住店服务链的每个「低效」节点，并采用「自助化+移动化」的数字化运营机制对其逐个击破，完成从预订、入住至离店全场景运营提效。例如，酒店可以针对机场项目打通内外部预订管理系统，客人能够依靠客户端直接进行精准选房；同时，酒店还可以增加设置自助入住/退房一体化终端，实现「三十秒入住」与「一键退房」，在灵活便捷地应对差旅客入住时间碎片化与集中化的同时，帮助酒店自身降低人力成本；在管理侧，数字化平台同样可以帮助机场酒店实现财务与营销端的精细化统筹管理，并进一步对酒店的人员与管理成本进行压缩，提高经营毛利率。

伴随着5G、大数据、云计算、物联网等新型信息技术的迅速发展，智慧机场建设已经走过了从无到有的阶段。机场酒店作为机场的重要组成部分，也将同样在数字化转型过程中，以创新为导向，依托智能化技术进行智能化运营，构建面向全局的技术开放体系，以及面向需求及场景打造一体化的智能解决方案。

综上所述，通过前置沟通、共享机场流量、强化中台管理、技术智能赋能，全服务周期提升机场酒店运营效率，最大化其资源价值。

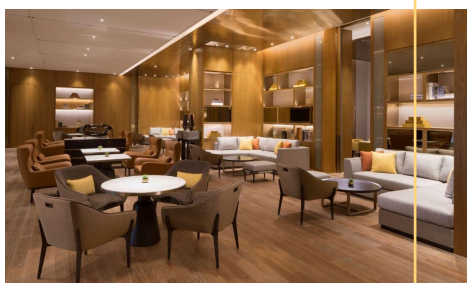
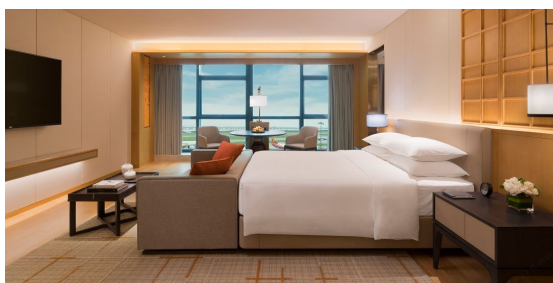
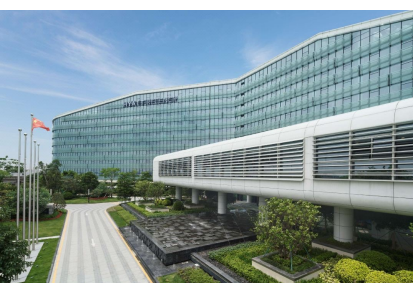


图片 | 华住Intercity城际酒店；来源©酒店官方微信公众号

II. 深挖机场客群实际需求，升级酒店产品

总体来看，鉴于机场及机场酒店客群的目的聚焦性，机场酒店客群需求具有一定的相似性。而具体从客源结构来看，机场客群包含机场中转旅客、协议公司/企业客户、机组人员、航延旅客、会议需求及其他需求。其中，凭借与机场便捷的距离，机场客群多集中在机场中转旅客及机组需求，其他方面客群需求的多样性则与机场周边的产业发展与配套成熟度息息相关。为了进一步提升酒店收益，优化产品及服务，机场酒店可在消费者与机场交互场景中，从时间、空间角度逐节细分，从机场内外全动线深挖客户实际需求，从细节之处，升级酒店产品模型，以打造服务差异化及亮点产品，增强酒店服务品质及客户粘性。

与此同时，客群需求随着社会的发展呈现发展变化态势，尤其对处于成熟运营期的机场酒店，其应追踪市场需求做适当的产品调整。举例而言，如海口美兰机场逸唐飞行酒店在开业之初鉴于其客源结构相对简单，因此对应客房产品较为单一；但随着海南度假市场不断发展，客群需求日渐多元，为更好地适应更加多元的客源结构及对应的产品配套，酒店将原有闲置率较高的套房改为了客群规模渐大的亲子房、家庭房、宠物房、电竞房、深睡房等多种客房类型，在增加了客源收入多元性的同时，收到了市场的积极反馈。



图片 | 深圳机场凯悦酒店；来源©酒店官网

III. 以产品优化，驱动客群多元发展

受商务及旅游需求的周期变化、航班航线及机场所在地气候等因素影响，机场客流量具有较为明显的季节性特征，而这也使得机场酒店的市场表现在经营淡季往往被动承压。因此，机场酒店需要从需求端与产品端入手，一方面拓宽当前酒店的需求面，优化客源需求结构；另一方面，则需通过产品驱动，激发客群潜在需求，最终实现酒店收益的持续性。

1) 汇集周边产业需求，优化自身客群结构

当前，以机场为依托而崛起的临空经济，正逐渐成为引领带动区域经济发展提质增效、转型升级的核心增长极。各区域希望通过发展空港经济，带动机场周边地区的综合开发和产业调整，最终形成以机场为中心的多功能、综合性经济发展格局，而这也将为机场酒店优化自身客群结构，夯实需求基础带来机会。

可以看到，临空经济区主要以机场为核心，周边配套产业常见涉及航空附属产业、航空物流业、具有明显航空运输指向性的高新技术制造业、由航空客流和高新技术制造带动的服务业配套等。在此基础上，机场酒店可根据自身所处地区空港经济发展情况，在满足机场常规客群的基础需求之上，通过深度挖掘周边产业需求，来扩大协议公司/企业客户、会议需求及其他客群规模，对自身需求空缺进行适当补充。

2) 通过产品驱动，激发客群潜在需求

在需求端的延伸外，机场酒店可以通过产品的打造，反向激发需求的产生，为潜在需求的落地创造载体。譬如，机场酒店可以继续延伸「机场作为城市门户形象的展示窗口」的「名片效应」，通过在机场酒店内单独设立企业专属会客室，将高质量机场酒店打造成为一个展示平台，一间会客厅等方式，在提升空间效率的同时，塑造更加丰富的体验场景，使之成为政府及当地企业展示交流、把待客之道延伸至「最后一公里」的最佳场景。

3) 未来目的地产品塑造

- 以机场作为目的地——新加坡樟宜机场·星耀樟宜
- 以机场酒店作为目的地——美国纽约肯尼迪机场·TWA Hotel

新加坡樟宜机场·星耀樟宜

2019年4月「星耀樟宜」商业体正式营业

T5航站楼预计2030年中期竣工

作为东南亚最大的国际航空枢纽之一，新加坡樟宜机场共设有4座航站楼，年吞吐量疫情前近七千万人次。随着作为1号、2号及3号航站楼枢纽联通区的「星耀樟宜」于2019年盛大启幕，樟宜机场已成为一座聚集航空设施、购物休闲、住宿餐饮、游乐项目、景观花园等多功能于一体的综合性目的地。

“ 从机场TOD，到「社区群落」

于2019年开业的「星耀樟宜」机场综合大楼坐落于新加坡樟宜机场第一航站楼前方，位于机场整体的核心位置。作为连接现有航站楼的桥梁，其将商业与花园景观紧密结合，创造出了一个以「社区」概念为中心的机场TOD；同时，其内置的标志性的穹顶、花园、天桥以及体验为主的植物走道、体验馆等也进一步呼应着新加坡「花园之城」的美誉。

• 机场中的首店经济

星耀樟宜共设有逾250家零售及餐饮店，且并利用大航空的特性，引入了多家品牌首进体验店，针对樟宜机场量身定制推出专属产品，为品牌带来流量曝光的同时，也成为了激发机场区域消费动能的重要引擎。

• 是城市入口，也是本地人的「快乐老家」

星耀樟宜对基础配套、商业消费、品牌推广、微旅打卡功能的复合开发，使之形成了多业态融合的体验式空间。而这种商业体的打造思路，既极大满足了多元客群在文化体验的特色化消费需求，也吸引了当地生活的居民前来消费，跳出了“机场”概念的限制，进化成为了一个多元型消费目的地。

我们的计划是重新定义机场航站楼的功能，创造一个生活在城市里的人都很想去的社交空间，而不是在城市郊区做一个专供旅客使用的巨大单体。

—— Thomas Heatherwick

*T5航站楼将作为位于新加坡东端的樟宜区的社会延伸，以「机场即城市」的概念，由一系列以人为本的社交空间组成，为新加坡的游客和居民提供不同品质气氛和体验。

TWA HOTEL

开业时间·2016年5月

改造自约翰·F·肯尼迪国际机场第五航站楼

作为全球唯一一家由航站楼改造而成的酒店，TWA拥有512间客房、6间餐厅、超过50,000平方英尺的会议设施、面向飞机跑道的屋顶泳池、一间陈列TWA空姐制服(均由Ralph Lauren设计)的博物馆，以及包含酒店停机坪上由L-1649A客机改装而成的Connie Bar在内的8个酒吧。

“ 用设计强化IP属性



身为喷气时代的标志性建筑，酒店设计语言完全遵循了当时的时代风格，比如大堂复原了原先航站楼的样貌结构：白色的穹顶，红辣椒色的地毯及经典的翻牌时刻表提示牌；航站楼时代的指廊也被原样保留下来，曾经作为连接飞机停靠处的走廊，如今成为了连接大堂与客房的通道。《猫鼠游戏》中小李和汤姆汉克斯的直面对话就发生在这里。而大量影视剧取景加持，也使得酒店成为了美国航空业的著名IP，承载了人们的时代回忆。

• 由小型客机改造的酒吧

酒店外部停机坪上的一架上世纪四五十年代的L-1649A客机如今退休之后被改造成了一间酒吧。飞机内部的样式，包括座椅等都大多被保留了下来；而这里的鸡尾酒，Jet Fuel与My Co-Pilot，也都来自擅长与天空打情骂俏的浪漫1960年代。

• 喷气机时代主题博物馆

博物馆位于酒店2层，主要展出美国航空时代和20世纪中期时期的展品，包括老式家具、TWA制服、飞机设施和一系列TWA纪念品。其中，酒店的工作人员的TWA制服都来自TWA不同年代的空乘服装，完美复刻了当时的造型。

多业态复合空间

”

结语

目前，中国民航业正处于高速发展阶段。中国成为仅次于美国、世界上第二大航空市场。根据国家发展委员会预测，到2035年，中国航空运输总量将达180亿人次，货运量将达到1亿吨。《“十四五”民用航空发展规划》提出将「十四五」分为2年恢复和3年增长两个发展阶段：2021-2022年作为恢复积蓄期，进一步巩固拓展疫情防控和民航发展成果；2023-2025年作为增长释放期重点要扩大国内市场、恢复国际市场，提高对外开放水平。

随着社会经济的持续发展以及国家综合机场体系的持续完善，一线城市持续向优向可持续发展，二三线城市枢纽机场活力也将进一步被激发。中国机场住宿业正处于不断发展的蓬勃周期。

而一方面，当下中国机场及机场住宿业都面临巨大的提质升级空间，需以市场为导向优化产品升级；另一方面，鉴于机场酒店及其市场特殊性，新增开发应因地制宜、明确投资目的、理性投资规模。

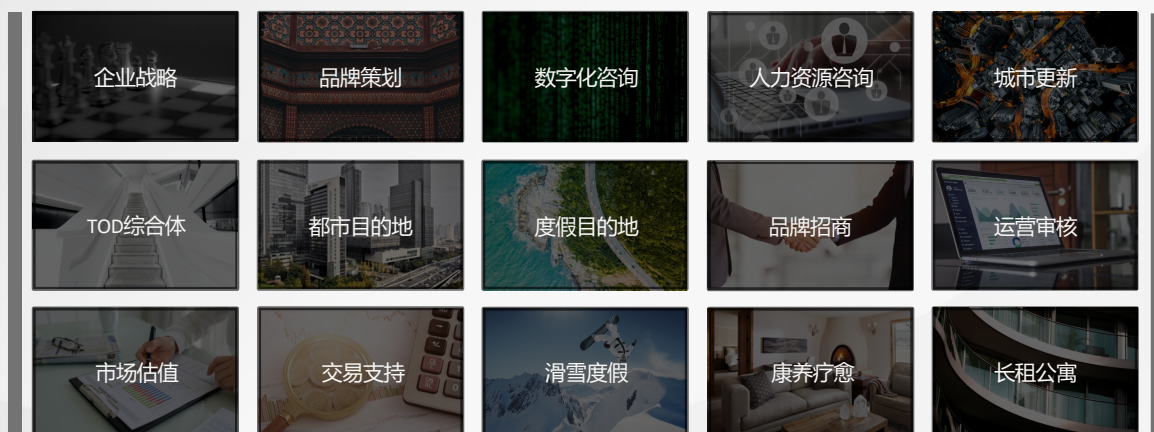
随着国家发展进入转变发展方式的关键阶段，产品的市场化运作与高质量发展，成为存量机场酒店和增量机场酒店所共同面临的课题。如何推动成熟期产品的持续优化？如何面向机场客群真实需求升级产品开发？如何加速技术及数字化建设，智慧赋能机场酒店资产管理？如何真正发挥机场酒店的「门户」作用，助力企业及城市的长远发展？投资人与管理者都应怀抱以产品驱动行业优化的目标，在各自角色中做好目标细化，促进行业可持续发展。



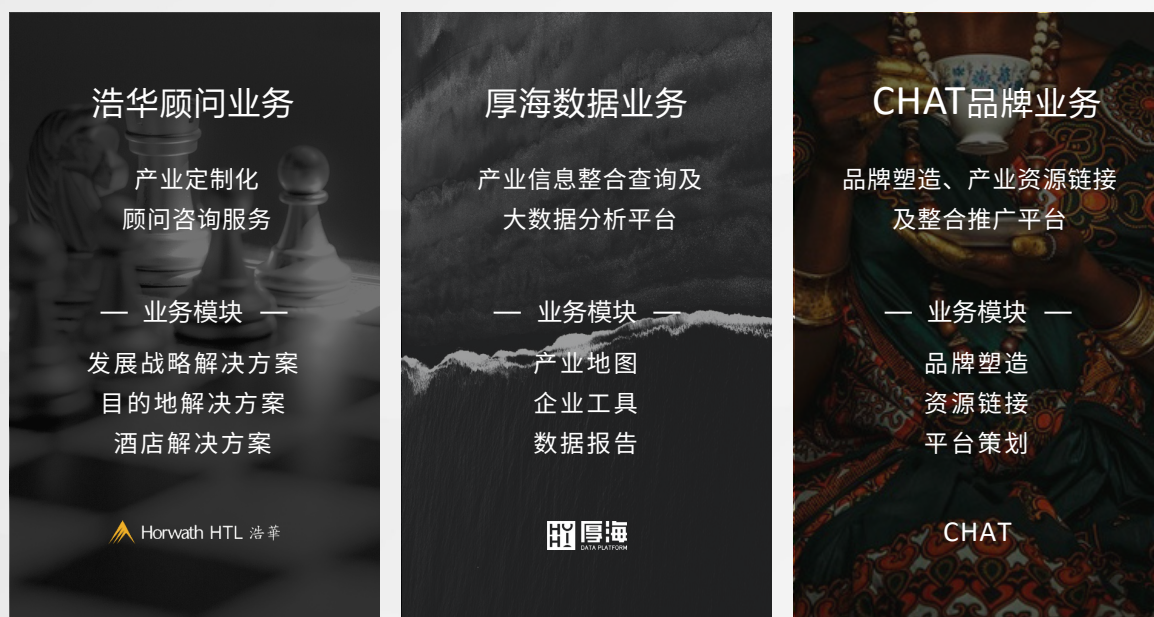
浩华管理顾问公司

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



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）

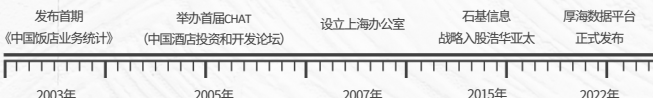
北京市东城区东长安街1号东方广场E3 903-904

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

