



HI 厚海
DATA PLATFORM

MVI 潜流蓄势 见微知航

中国酒店市场价值指数 三十城榜单

2025

www.hohidata.com

*本报告独家战略合作伙伴

 腾讯智慧文旅

前言

2024年，中国酒店业进入承压与调整并存的深度周期。在经历2023年的强劲修复后，行业迅速遭遇宏观经济放缓、消费信心波动以及结构性供给过剩等多重压力，整体盈利能力明显承压，城市与细分市场之间的业绩表现加速分化。在此背景下，城市酒店市场的价值基准是否正在重构？哪些区域供需关系更趋健康，具备更强的内在稳定性？不同类型城市的品牌渗透与供给结构又呈现出哪些值得关注的新趋势？

浩华管理顾问公司依托厚海数据平台提出了**市场价值指数 (Market Value Index, 简称MVI)**的概念，旨在通过量化的数据指标来评价城市、商圈和物业三个维度的酒店市场价值。在这个指数体系之下，针对城市 (city) 层面的市场价值评价称之为cMVI，即城市市场价值指数。通过对MVI指数的持续追踪，我们致力于为行业提供观察市场周期、识别结构性机会与制定产品与运营策略的参考依据。本次报告基于2024年全年数据，聚焦全国重点一二线城市及核心旅游目的地，梳理其供需变化趋势，洞悉城市发展中酒店市场的长期价值机会。

本报告的核心看点主要包括：

- **区域中心城市成为高端供给的增量引擎：**一线城市进入存量优化阶段，而以重庆、郑州等为代表的区域中心城市，正成为拉动高品质供给增长的新引擎。
- **市场业绩呈现显著的“K型”分化：**一线商务市场表现坚挺，哈尔滨等部分城市依托文旅热点实现逆势增长，而另一些传统旅游目的地则面临回调压力。
- **文旅热点正成为酒店投资的核心风向标：**上海等头部城市依旧保持较高的签约体量，而三亚、哈尔滨等文旅热点城市，则凭借极高的签约增速成为捕捉增量机会的新焦点。

此外，报告首次引入「腾讯智慧文旅」，新增了对城市到访客群的画像分析。这一全新维度的引入，旨在现有的供需与业绩评估之外，从“人”的视角出发，为业界理解城市酒店市场的真实需求与品牌承载力，提供一个更具深度的补充视角。

MVI酒店市场价值指数评价体系

产品供给指数	× 0.20
品牌连锁指数	× 0.18
市场业绩指数	× 0.21
运营健康指数	× 0.24
投资热度指数	× 0.17

市场价值指数(MVI)说明

市场价值指数 (Market Value Index, MVI) 设置了5个一级维度及15个二级维度。一级和二级维度权重的确定结合了主观和客观赋权法，各维度指标数据进行无量纲处理后，与对应权重相乘相加，最终形成指标综合得分*。此外，为了消除不同数据指标量纲的影响，本报告中的各项指标均进行了标准化处理，并将得分映射在0-100之间。指数越大，即代表其市场价值越高。

* 具体的指标体系及更详细的数据，请参见厚海数据平台产业地图

<https://hohidata.com/data-map/hotel/city/rank>

MVI指数覆盖三十城



MVI

2025年核心三十城MVI排名

2025年酒店市场价值指数（MVI）排名显示，头部城市的领先优势依然稳固，而中腰部及尾部城市的位次则出现了显著的动态调整。头部城市凭借其综合实力构筑了稳定的价值基础，而其他城市的排名变化，则更直接地反映了其年度市场业绩、供给结构及投资热度的综合变动。

排名1-8的城市，构成价值第一梯队，在多维度上均表现出较强的稳定性。上海、北京、广州、成都继续占据全国前四位，其领先地位稳固。深圳（上升1位）凭借其坚挺的市场业绩与健康的运营表现成功跻身前五，而杭州（下降1位）则顺移至第六。三亚、重庆的排名则基本维持稳定。

排名9-17的城市，位次变动显著，呈现结构性分化。南京与昆明的排名分别上升至第11位和第15位，背后主要得益于其高端酒店供给与产品类型结构的持续优化，同时在市场业绩和投资热度上亦有积极表现。哈尔滨在“冰雪经济”驱动下，游客热度显著提升，带动市场业绩和运营收入同步上涨，使其综合指数排名跃升11位，成为本年度涨幅最大的城市之一。

排名第18至第30位的城市，整体波动幅度较大，排名变化多由市场业绩或投资热度的短期波动所驱动。福州和贵阳分别上升4位和3位，主要得益于投资热度和市场活跃度的回暖；而大连与海口则分别下降9位与7位，排名回调主要受市场业绩和运营表现下滑的影响。整体来看，该梯队中的城市在综合指标上的表现尚不突出，但部分市场在细分维度上仍具结构性优势，例如福州在品牌连锁与高端供给上有持续改善，贵阳在运营健康方面维持较强表现。这些要素构成了其未来市场价值提升的潜在支撑点。

需要指出的是，本报告中所列排名是相对于其他城市的名次。某个城市在某个指标上的排名下降并不意味着该城市绝对水平的下降，很可能是其他城市在该指标上的提升幅度更大，反之亦然。



如需了解
更多细分指标及排名信息
请扫描二维码或登录厚海数据平台
<https://hohidata.com/data-map/hotel/city/rank>

2025酒店市场价值指数30城综合指数



图例说明：▲ 排名上升 ▼ 排名下降 - 排名无变化

注：指数和排名所用数据均使用前一年数据计算所得。本报告中，2025年指数和排名的数据统计时间截止于2024年年末；2024年排名的数据统计时间截止于2023年年末。

一级指标解读

01 产品供给指数

- 供给规模指数
- 高端供给指数
- 产品类型指数

02 品牌连锁指数

- 品牌渗透指数
- 高端品牌指数
- 国际品牌指数

03 市场业绩指数

- 需求度指数
- 支付力指数
- 成长力指数

04 运营健康指数

- 收入指数
- 利润指数
- 成长指数
- 生产力指数

05 投资热度指数

- 新建投资指数
- 存量投资指数

一线城市高端存量优势稳固 区域中心城市供给加速追赶

市场供给的质和量如何？

产品供给指数

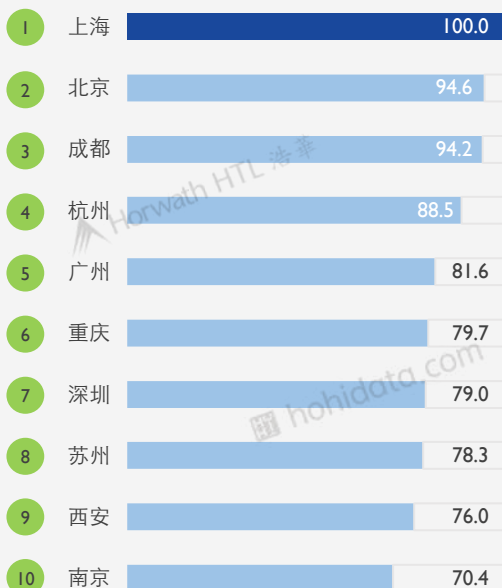
权重 $\times 0.20$



一级维度	二级维度
产品供给指数	A. 供给规模指数
	B. 高端供给指数
	C. 产品类型指数

* 产品供给指数旨在通过了解一个城市酒店市场的供给量级、供给品质以及产品丰富度情况，判断该城市酒店市场供给端的发展水平。

产品供给指数 TOP10榜单

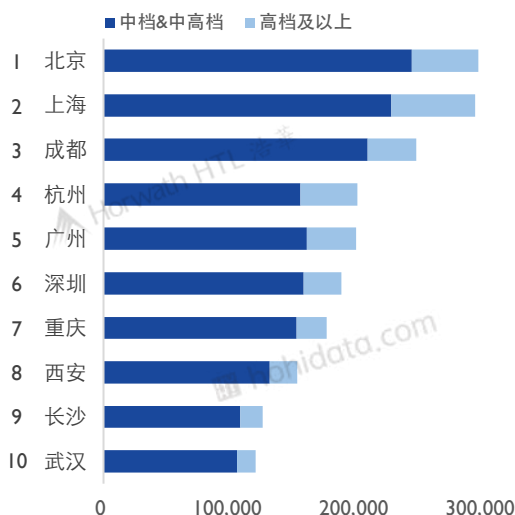


供给规模：2024年，北京与上海继续稳居全国酒店市场供给的第一梯队，中档及以上客房规模均接近30万间，构筑全国市场的“供给天花板”。成都以超过24万间的供给规模稳居第三，展现出非一线城市中最强的规模扩张能力。杭州与广州则双双迈入“20万间俱乐部”，进一步扩大头部市场的规模优势。

供给增速：与头部城市供给规模趋于稳定不同，部分新一线和二线城市的供给扩张动力显著增强。济南、海口、青岛、大连和沈阳五座城市的中档及以上酒店客房数量同比增长均超过10%。相较之下，一线城市新增酒店则更加谨慎，市场逐步进入结构优化与存量升级阶段。

高端供给：上海与北京仍具备绝对领先优势，2024年高档及以上酒店客房数量分别超过6.6万间与5.2万间，继续吸引高端品牌深耕布局。同时，部分区域中心城市在会展、文旅、大交通等功能带动下，高端供给快速扩张，驱动市场向品质化、品牌化演进。数据显示，重庆（+76%）、郑州（+66%）、济南（+45%）、南京（+38%）、武汉（+34%）等城市的高端酒店供给增速显著高于整体市场，成为新一轮高端投资布局的重点城市。

2024年大陆中档及以上酒店客房供给量TOP10城市



城市到访热度呈普遍上行趋势

深圳工作日热度增长最为突出

近年来，随着宏观经济增速放缓及企业差旅支出的收紧，传统的商务差旅需求增长承压。在此消彼长之下，休闲散客在酒店客群结构中的比重不断提升，逐步成为驱动市场表现的重要力量。文旅市场热度与酒店行业业绩之间的相关性愈发紧密。

为更全面反映城市对外来客群的吸引力，本报告特别引入「腾讯智慧文旅」，基于用户真实到访轨迹所构建的年度热度值，对全国30座核心城市在节假日（含法定节假日和周末）与工作日两大场景下的表现进行跟踪评估，旨在揭示城市在文旅与商务客群间的流量结构与差异（各城市热度值详见附录1和2）。

从年度变化来看，**2024年多数城市的到访热度呈现普遍上扬态势**，但增长结构有所分化。30座城市中，有21座城市的节假日热度录得同比增长，26座城市的工作日热度录得同比增长，反映出城际间流动活跃度的持续回升。其中，工作日热度的平均增长（约+10.6点）高于节假日（约+8.0点），而不同城市在两大场景下的具体表现则差异显著。

工作日场景中，核心经济圈城市优势明显，部分省会城市加速追赶。在热度绝对水平上，深圳、广州、成都、北京、上海等核心经济城市的领先地位较为稳固，是全国重要的商务差旅活动集聚地。值得注意的是，部分头部城市的增长动能依然保持活跃：深圳不仅在绝对值上领先，其热度年度增长值（+34点）同样位居前列，表现突出。此外，南京、南昌、西安和长沙等省会城市的追赶势头也较为迅猛，其常态化经济活力与吸引力或正快速增长。

节假日场景中，以西安、杭州、重庆为代表的访客到访热度增长突出。从热度绝对水平来看，广州、成都、深圳等一线及新一线城市，构成了节假日客流的头部阵营。而从年度增长表现来看，西安、杭州和重庆等城市的增长则最为迅猛，反映出其作为文旅目的地的吸引力持续得以提升。

工作日到访热度增长TOP 10城市 (2024 vs. 2023)



节假日到访热度增长TOP10城市 (2024 vs. 2023)



扫码进入厚海小程序或点击下方链接

<https://hohidata.com/data-map/hotel/map>

体验「选址评估工具」和查询更多周边业态



注明：城市到访热度基于非本地常住客群的到访行为生成，对比周期为2024年全年与2023年同期。

数据来源：腾讯地图位置大数据

高端与国际品牌供给加速扩张

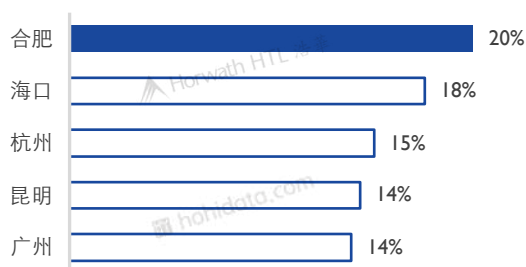
区域中心城市成为增量布局重点

2024年，全国30城市品牌连锁化率整体保持上升趋势。天津、武汉、济南、南京、沈阳、苏州等多个城市的品牌渗透率突破60%大关。从增长动能看，海口（+8%）、苏州（+8%）和杭州（+7%）等城市的连锁化率提升最为迅猛，反映出市场整体的专业化与标准化水平正迈上新台阶。

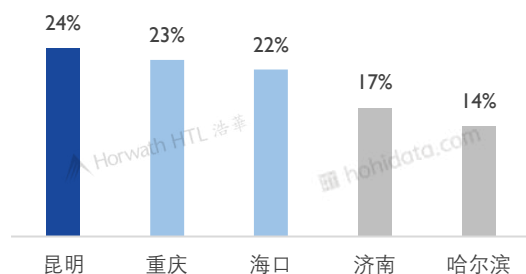
高端品牌布局的增速梯度愈发明显。在上海等一线城市稳步增长的同时，一批新一线及二线城市正成为高端供给增长的新引擎。数据显示，合肥（+20%）、海口（+18%）、杭州（+15%）、昆明（+14%）等城市的高端品牌客房数增速领跑全国，正加速成为高端酒店投资的新高地。

国际品牌的扩张版图也正向更多区域中心城市扩展。除深圳（+13%）、成都（+12%）等头部城市持续吸引国际品牌外，昆明（+24%）、重庆（+23%）、海口（+22%）和济南（+17%）等城市的国际品牌客房增速尤为突出。这表明，国际品牌在中国的布局焦点，正逐步从传统的头部一线城市，向更具增长潜力的区域性市场延伸。

2024年高档及以上品牌酒店客房数增长率TOP 5



2024年国际品牌酒店客房数增长率Top 5



品牌发展水平如何？

品牌连锁指数

权重 $\times 0.18$



一级维度	二级维度
品牌连锁指数	A. 品牌渗透指数
	B. 高端品牌指数
	C. 国际品牌指数

* 品牌连锁指数旨在衡量一个市场对于酒店品牌的吸引力，特别是高端品牌和国际品牌对该市场的青睐度。

品牌连锁指数 TOP10榜单

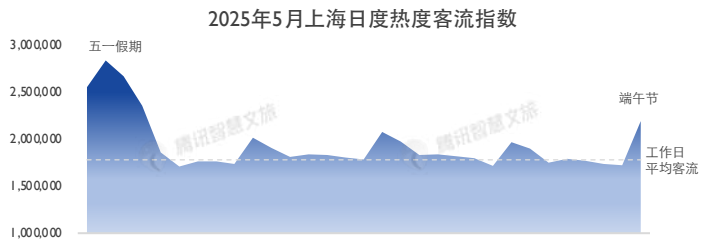


客群的高消费力和需求多元性 构筑上海市场的品牌承载力

当酒店的功能从单一的休憩之所，演变为生活方式的延伸与在地文化的体验场，客群的消费偏好与行为模式便成为解码城市酒店市场价值的新标尺。上海，正是凭借其到访客群展现出的多元化与品质化的生活方式特征，为本土和国际酒店品牌的创新与共生提供了一个最佳范本。

坚实庞大的客流是市场需求的基本盘。

腾讯智慧文旅监测显示，2025年5月，即便是工作日，上海核心区的单日到访客流也稳定在178万人次以上；周末日均客流约为200万人次，而在“五一”这样的节假日，日均客流更是跃升至245万人次以上。这为酒店业提供了稳定且充沛的需求基础。



上海核心区工作日到访客群特征

53.8%
拥有本科及以上学历

61%
拥有较高消费意愿

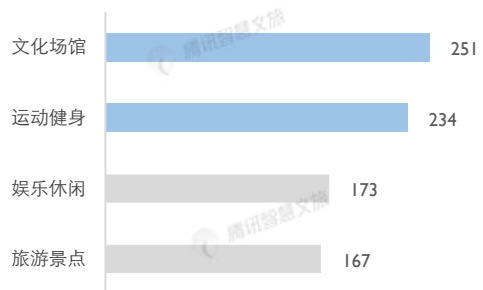
65.4%
收入水平超过1万元

中高消费客群构筑市场核心优势。上海酒店市场的核心优势，在于其庞大且稳固的中高消费客群基础。这一特征直观地体现在其收入水平与消费意愿上：数据显示，月收入过万的客群占比高达65.4%，且超过61%的客群呈现高或次高消费水平（高消费人群TGI 287）。而高学历特征则为这一消费能力提供了坚实的人群基石：到访客群中本科及以上学历者占比超过53%，其中硕士及以上学历人群的相对集中度尤为突出。这样一类群体，他们对产品的品质与体验有更高要求，而这也正是上海多元化、高品质酒店生态得以蓬勃发展的需求根基。

多元消费偏好，映射丰富场景需求。这群中高消费客群展现出的生活方式偏好，一定程度上解释了为何上海能容纳如此丰富的酒店品牌。数据显示，到访客群对文化场馆（TGI 251）和运动健身（TGI 234）等需求有显著偏好，勾勒出一个注重自我提升、追求健康体验的现代化都市客群画像。

总之，上海酒店市场的领先地位，并非源于单一维度的优势，而是由庞大规模、高消费能力与需求多元性等共同构筑而成。正是这片由无数细分需求交织而成的需求沃土，使得无论是强调运营效率的中端商务型酒店，还是注重个性体验的高端生活方式或奢华品牌，都能在这里找到与之共鸣的目标客群和广阔的成长空间。

到访客群部分偏好的TGI指数



注明：TGI指数（Target Group Index，目标客群指数）用于衡量特定目标客群在某一行为、偏好或特征上的表现，与整体市场平均水平的差异程度。若指数值大于100，表示该群体对该属性的偏好度高于整体平均水平，且数值越高，偏好程度越强。本页所指目标客群为上海核心区工作日到访人群，对比参照对象为上海市全体常住人口。

业绩表现如何？

市场业绩指数

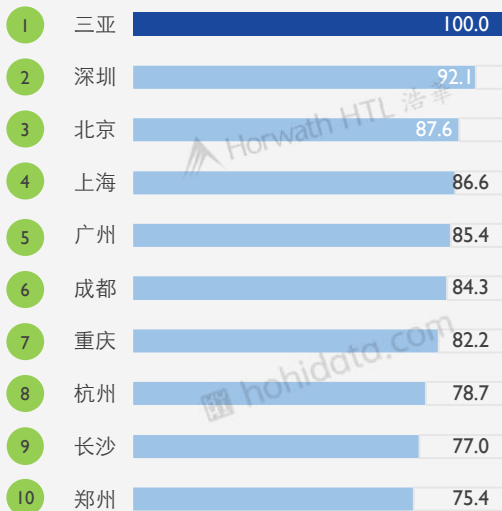
权重 × 0.21



一级维度	二级维度
市场业绩指数	A. 需求指数
	B. 支付力指数
	C. 成长力指数

*市场业绩指数通过酒店市场的出租率、平均房价和平均每房收益增速等核心数据指标，以衡量酒店市场的业绩健康度水平。

市场业绩指数 TOP10榜单



受宏观市场环境影响 市场业绩普遍呈现 回调态势

2024年，全国市场在经历2023年快速修复后的高基数影响下，整体业绩出现回调。根据《2025中国饭店业务统计》显示，2024年全国五星级酒店的RevPAR同比降幅达6.2%。

从排名来看，一线城市业绩相对稳定。三亚凭借独特度假资源继续位居市场业绩榜首，深圳、广州、北京、上海分列2至5位，一线城市全面重回前五，头部优势进一步巩固。值得注意的是，三亚尽管排名保持第一，但受客流分流影响，平均房价同比降幅超过24%，与其他城市的业绩优势有所缩小。

在旅游休闲动能带动下，部分非一线城市实现业绩逆势上涨，展现出结构性增长潜力。哈尔滨依托冰雪经济强势破圈，带动酒店业绩五星级酒店平均每房收益同比大幅增长33%，成长力指数跃升12位，成为2024年最具代表性的“黑马城市”。除哈尔滨外，天津和成都分别实现RevPAR 同比分别增长5%和2%，市场业绩指数排名分别上升7位和2位，彰显出较强的市场韧性。

相对而言，部分城市在竞争加剧的环境下面临业绩压力。青岛、海口、昆明、大连等城市业绩排名下滑明显，平均房价与入住率双双回落，反映出在市场新酒店供给加速释放与客源分流双重影响下，提价能力受限。



“出圈”更“升级”

哈尔滨到访游客的结构性优化

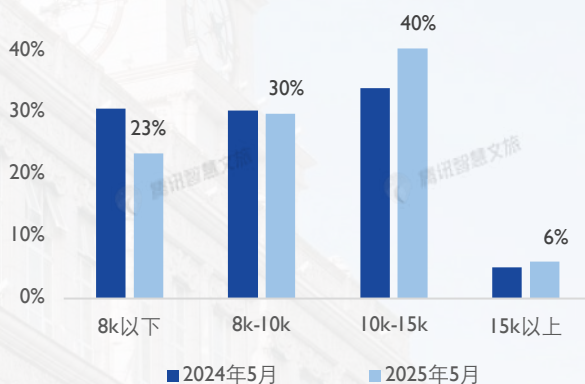
2024年，哈尔滨凭借冰雪经济的强劲带动和城市营销的持续“出圈”，成为全国文旅市场的现象级城市。根据哈尔滨统计公报，全年接待国内外游客1.79亿人次，同比增长32.2%；旅游总花费同比增长36.7%。为进一步探究支撑这一热潮的深层动能，本报告引入腾讯智慧文旅，通过对比2024年与2025年五月同期游客画像发现，到访哈尔滨的客群结构呈现出优化升级的趋势。

中高消费客群规模显著扩大。到访客群的消费层次提升，是本轮结构优化的核心体现。腾讯智慧文旅数据显示，到访哈尔滨游客中的有车族比例从44%跃升至89%，有房族比例也从44%大幅增长至74%。在此基础上，中高收入客群规模持续扩大，月收入过万的游客占比从39.0%提升至46.6%，净增7.6个百分点。这表明哈尔滨正吸引着一个规模更大、消费基础更坚实的中高消费客群。

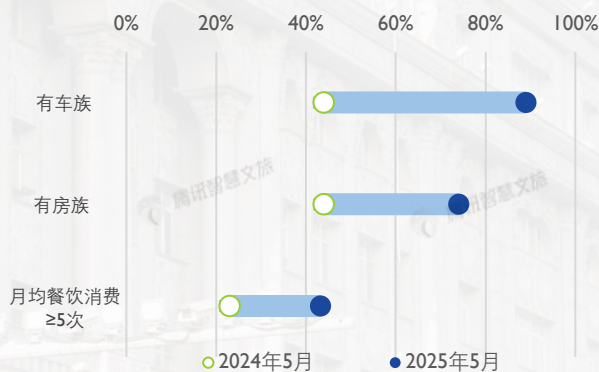
到访客群消费习惯更趋活跃，蕴含巨大在地消费潜力。客群的结构优化，也体现在其固有的消费习惯上。数据显示，到访游客中，较高频外出就餐（月均≥5次）的活跃餐饮消费型客群，其占比从23.1%大幅提升至43.3%。这类客群作为积极的消费者，其固有的高频消费倾向，反映了到访客群对体验在地文化与生活场景的浓厚兴趣，进而为中高端及特色酒店的发展，提供了更广阔的市场空间与溢价可能。

核心景区持续聚拢高价值客流。从流量分布来看，中央大街步行街、冰雪大世界等核心景区对高价值客流的集聚效应依然显著，成为全市酒店市场流量和消费的高地。这些热点区域对客流的强大集聚效应，使其成为全市酒店市场流量与价值的双重高地，为周边酒店带来了稳定且优质的客源保障。

哈尔滨到访客群收入水平对比
2024年5月 vs. 2025年5月



哈尔滨到访客群资产与消费活跃度
2024年5月 vs. 2025年5月



哈尔滨到访热度TOP 10景点
2024年5月-2025年5月

- 1 中央大街步行街
- 2 果戈里大街
- 3 冰雪大世界
- 4 索菲亚广场
- 5 中华巴洛克风情街
- 6 哈药集团制药六厂
- 7 侵华日军七三一遗址
- 8 防洪纪念塔广场
- 9 太阳岛风景区
- 10 亚布力滑雪场

收入端承压下行 城市间分层格局依然显著

营利情况如何？

运营健康指数

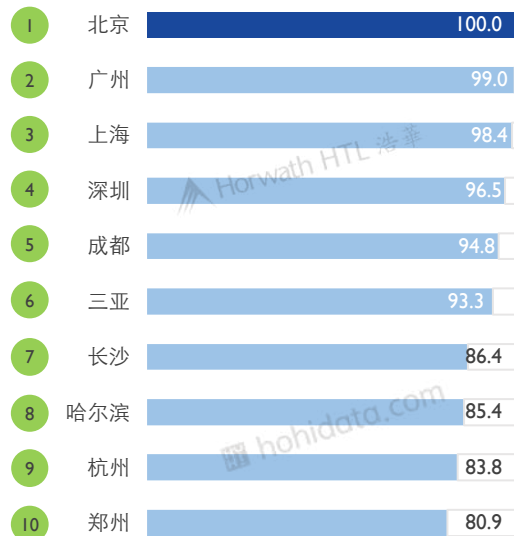
权重 × 0.24



一级维度	二级维度
运营健康指数	A. 收入指数
	B. 利润指数
	C. 成长指数
	D. 生产力指数

* 运营健康指数旨在考量市场中酒店在收入增长和成本管控上是否健康，未来发展是否具备可持续性。

运营健康指数TOP10榜单

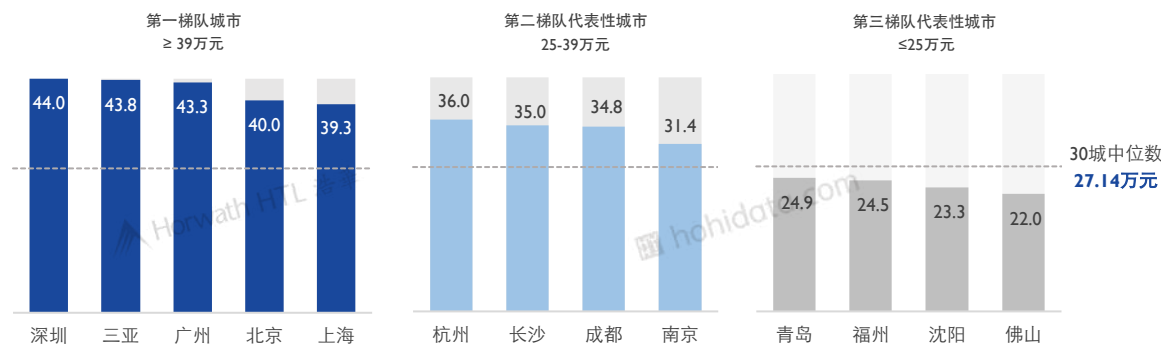


2024年，酒店运营健康指数排名格局出现明显变化，头部城市间的差距进一步缩小。北京凭借稳定的客群结构，跃升至运营健康指数榜首。广州、上海、深圳、成都构成排名前五的第一梯队，其中广州、成都进位明显，分别较上年提升4位和3位，展现出在高基数压力下的强大消化能力和利润维稳能力。相较而言，三亚受业绩回调影响，排名自第一位降至第六；大连与重庆则因RevPAR下滑与利润率收缩，跌出前十。

收入端分层格局显著，头部城市绝对优势稳固。从平均每间可供出租房收入表现看，2024年市场虽普遍回调，但三个梯队的界限依然清晰。第一梯队由深圳、三亚、广州、北京、上海五座城市构成，年每间可供出租房收入均超过39万元。然而，该梯队内部的业绩韧性呈现分化：三亚（-16.7%）、广州（-11.1%）的RevPAR回调幅度明显，而北京（-2.4%）则展现出更强的稳定性。杭州、成都、长沙、南京等构成第二梯队，五星级酒店每间可供出租房收入多在25-36万元之间，既有商务客源基础，也受益于文旅流量带动。第三梯队则囊括了其大部分城市，其平均每间可供出租房收入低于25万元。

利润表现上，**卓越的运营能力可部分对冲收入下滑影响。**以昆明为代表，尽管收入端并不突出，但依托高效运营和严控成本，五星级酒店经营毛利率达到38%，位居30城榜首，同比提升并领先第二名3个百分点。由此可见，在整体市场增长承压、收入空间有限的背景下，依靠组织效率提升与成本管控，成为推动酒店业健康运营、实现结构性突破的关键动力。

2024年代表性城市五星级酒店每间可供出租房收入



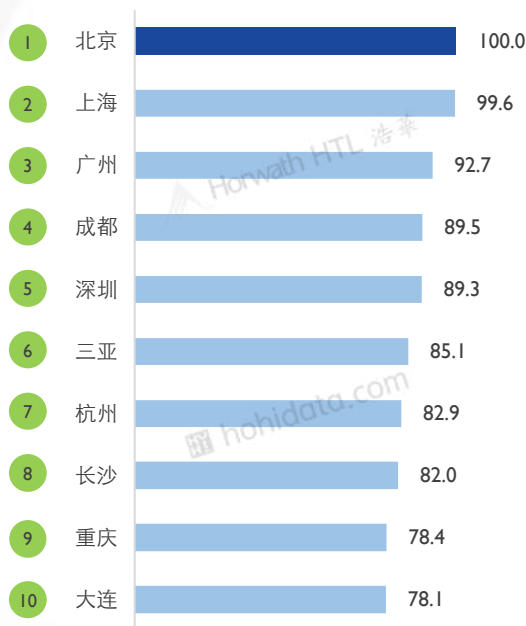
人效表现

成为运营健康分化的重要锚点

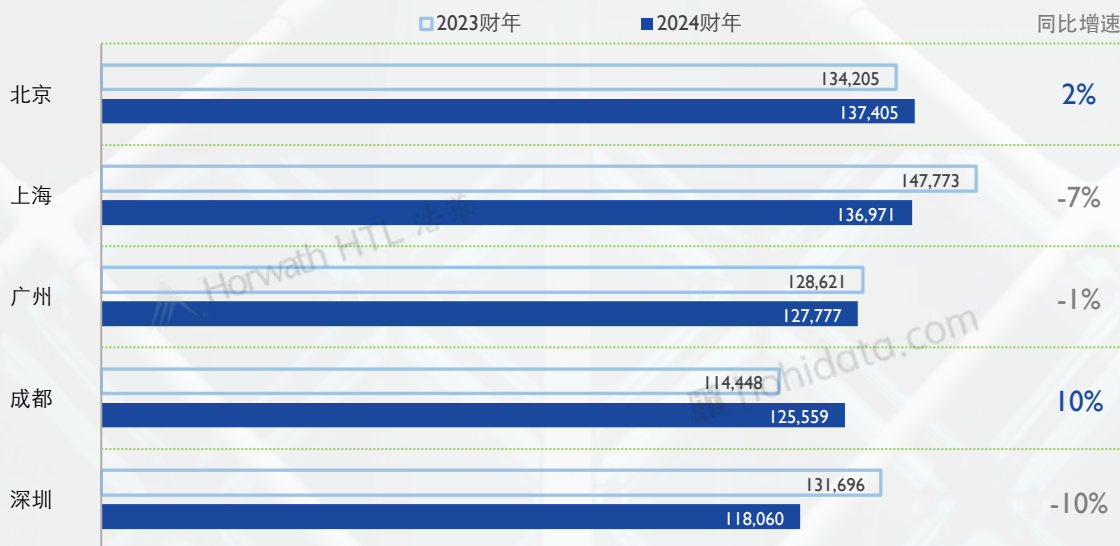
2024年，在整体收入承压背景下，各城市酒店的运营管理能力日益成为影响运营健康的关键因素。根据《2025中国饭店业务统计》显示，全国五星级酒店的入房比降至0.91，达到除2022年以外的历史最低值，反映行业在用工编制和工资总额上的持续收紧趋势。然而，多数城市在压缩人力的同时，未能同步释放人效潜力，收入与利润同步下滑。以杭州、青岛为例，两地入房比基本维持稳定，但在高基数影响与转化效率不足的背景下，生产力指数同比下降。

相较之下，少数城市的卓越运营管理带来了人效的突破。根据生产力指数（每位员工创造的收入与利润）数据显示，30城中仅有6座城市实现了人均创利的同比增长。这其中，北京在维持极高人均创利绝对值的基础上，依然录得年度正增长，表现尤为突出。而以成都为代表的城市，则主要依靠人均创收的大幅增长（+15%），有力对冲了经营利润率的微弱下滑，最终带动人均创利实现10%的同比增长。此外，福州、哈尔滨、郑州、南京也同样实现了人均创利的年度正增长。

生产力指数TOP10榜单



五星级酒店每员工创造利润TOP5, 2024 vs. 2023



如需了解
酒店人效对标和体验[经营对标工具]
可扫描二维码或点击下方链接登录厚海数据平台
<https://hohidata.com/home/tool>

文旅消费热点 成为酒店投资风向标

投资活跃程度如何？ 投资热度指数

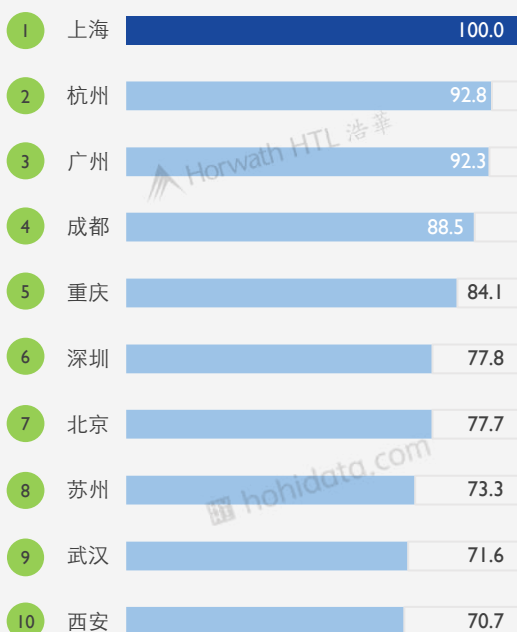
权重 × 0.17



一级维度	二级维度
投资热度指数	A. 新建投资指数
	B. 存量投资指数

* 投资热度指数用于评判未来市场酒店的增量和存量的新建投资情况，判断市场投资是否活跃。

投资热度指数 TOP10榜单

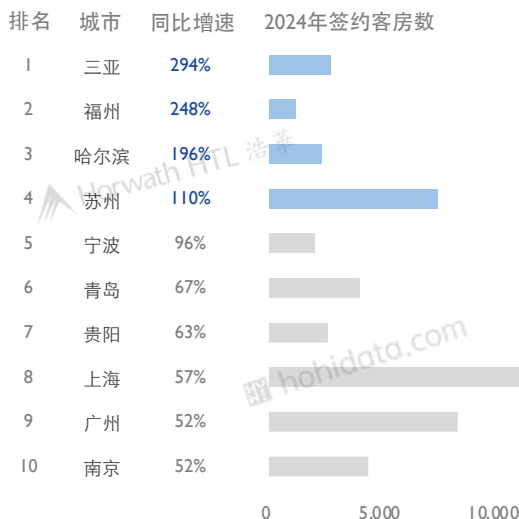


2024年，全国酒店市场投资热度指数呈现结构性变化，头部城市持续保持吸引力。上海凭借品牌签约与存量改造的双轮驱动，蝉联投资热度榜首，全年签约中档及以上品牌酒店逾1.1万间。杭州和广州分列第二、第三，投资热度指数整体持平。成都与重庆位列第四、第五，其中成都虽签约量同比略有减少，体量依然位居前列；重庆则凭借40%的签约增速，投资热度指数排名跃升5位。

杭州的投资热度持续攀升，近三年指数排名由第七位稳步上升至全国第二，展现出城市投资活力和品牌方布局意愿。在数字经济、科技产业和文旅融合协同发展的多重驱动下，杭州在品牌吸引力、产品多元化及投资回报预期等方面，成为新一线城市中最具成长性的投资高地之一。根据浩华发布的《2024年度中国大陆地区中档及以上品牌酒店签约报告》，杭州酒店品牌签约数量达到8,184间，位列全国第三位。

从签约增速来看，文旅热点城市释放出更强的投资动能。三亚、福州、哈尔滨等地签约量同比增长分别达294%、248%和196%。这些城市依托优质的资源禀赋和文旅政策的持续加码，显著提升了品牌承载力与投资关注度，正成为新一轮酒店投资的重要承接地。

品牌酒店签约增速TOP 10榜单，2023 vs. 2024



产业基因

是解码杭州商圈价值的钥匙

作为全国酒店投资热度攀升最快的城市之一，杭州的强劲驱动力已远不止于宏观的经济增长，而是更多地源于其独特的产业结构与多元的消费生态。本节将以杭州为样本，借助腾讯智慧文旅，从客流热度、收入结构、产业背景等核心维度，对杭州TOP5商圈进行客群画像分析，旨在揭示热度排行之下，一个更加立体、多元的消费格局。

商圈客流热度呈现梯度化特征。从客流热度指数来看，杭州头部商圈的“梯队效应”显著。湖滨商圈作为城市级地标，其热度值断层式领先，构成第一梯队。西溪与滨江作为高成长性板块，稳居第二梯队。而人民广场与钱江世纪城则代表了功能完善的区域核心，共同组成了杭州极具活力的商圈头部阵营。

客群收入结构反映商圈价值差异。深入到客群的收入结构，我们发现了更深层次的分化。湖滨商圈的优势在于其全市占比最高的“中坚消费层”（月收入10,001-12,000元）占比达到38%，这奠定了它最广泛的城市消费市场基础。但若聚焦于月收入超过12,000元的中高收入客群，则呈现出不同景象：新经济板块的西溪、滨江，以及新CBD钱江世纪城表现更为突出。

产业背景塑造了不同的客群画像。客群收入结构的差异，根植于各商圈不同的产业DNA。当聚焦于科技以及金融两大核心行业时，西溪与滨江商圈展现出鲜明的科技产业标签，其“计算机/互联网/通信”相关从业者占比表现突出，这种产业氛围持续吸引着同类别的商务差旅客人。与之形成鲜明对比的是钱江世纪城，其在“金融/银行/投资/保险”领域的从业者浓度上拥有显著优势，这一特征精准体现了其作为城市新金融中心的定位。而热度最高的湖滨商圈，在这两大核心行业的从业者占比上均不突出，这恰恰说明它并非由特定产业驱动，而是面向更广泛、更多元客群的城市级综合性消费中心。

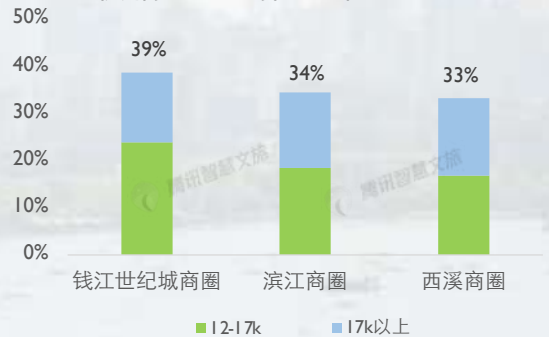
总之，杭州的商圈因独特的产业基因而形成了各异的市场肌理和客群画像。后者的深度分析为区位价值评估增添了新的洞察维度，有助于在看似均质化的热点市场中，更精准地识别不同板块的商业潜力，并为产品与客群的匹配找到坚实的数据支撑。

杭州商圈热度值TOP 5

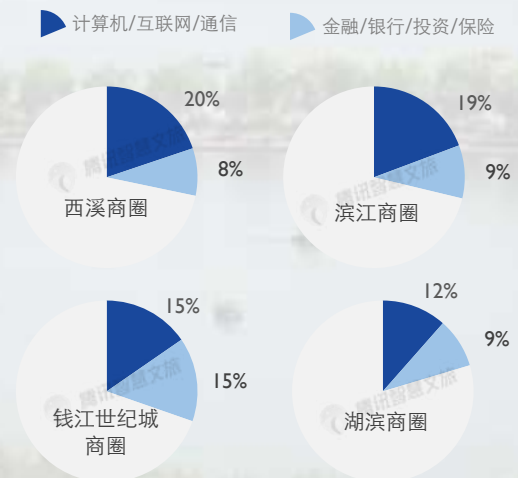


注明：杭州商圈，由腾讯智慧文旅根据下列核心商业体的客流聚集效应综合划定：湖滨商圈（湖滨银泰in77、嘉里中心）；西溪商圈（龙湖西溪天街、西溪银泰、西溪印象城）；滨江商圈（滨江宝龙、滨江龙湖天街）；人民广场商圈（萧山万象汇、银隆百货），钱江世纪城商圈（杭州万象城、来福士购物中心）。

杭州商圈中，中高收入人群占比TOP 3



杭州商圈中，核心行业从业者占比结构对比



结语

2024年，中国酒店业在经历了前一年的快速回升后，步入了一个更具挑战性的盘整期。宏观环境的变化与市场供需关系的调整，使得多数市场不得不采取“以价换量”的策略以维持经营，行业的整体业绩表现承压。在此背景下，不同城市及细分市场的表现呈现出显著差异，结构性的变化正在发生。

从供给与品牌格局来看，一线城市进入存量优化阶段，而部分区域中心城市则成为高端供给的重要增长点。以合肥、重庆、昆明为代表的区域中心城市，在高端及国际品牌客房规模上的同比增长率，明显高于市场平均水平，反映出品牌化、品质化的发展趋势正向更多区域中心城市延伸。

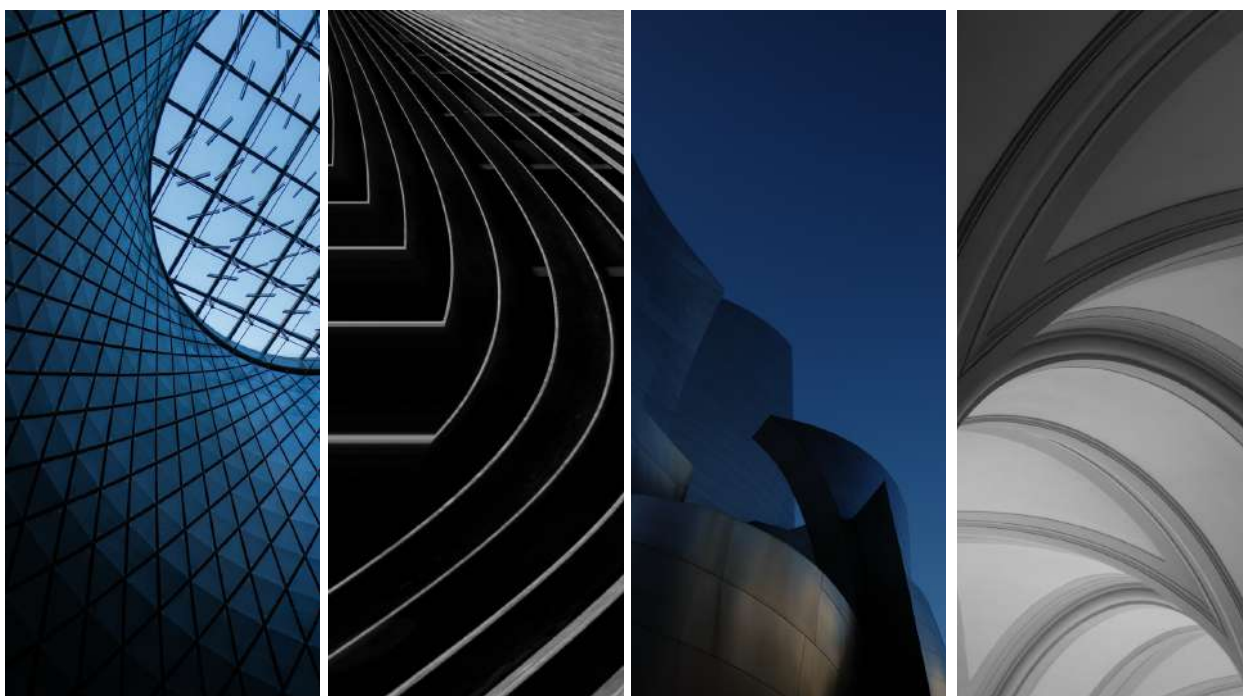
在需求与业绩表现上，市场的分化特征尤为突出。一线城市的商务型市场业绩相对稳健；哈尔滨等城市依托文旅热点实现了业绩的同比显著增长。而青岛、海口等旅游目的地城市则因客流分流等因素，面临一定的业绩回调压力。

从投资趋势来看，上海、杭州等头部城市凭借庞大的签约体量和存量改造潜力，持续巩固其核心投资地位；而以三亚、福州、哈尔滨为代表的文旅热点城市，则以极高的签约增速，成为捕捉增量机会的新焦点。

展望未来，在增长承压的背景下，主动进行经营模式的调整与优化，是穿越周期的关键。我们希望MVI市场价值指数及其新增的客群分析维度，能够为行业同仁提供一个观察市场、识别结构性机会的参考视角，在充满不确定性的市场中，找到穿越周期的方向与路径。

行业研究报告

为政府、协会及各研究机构提供：



市场深度洞察

行业发展研判

产业布局规划

投资招商指引

&MORE

往期研究报告(部分展示)

- 《中国机场住宿业市场趋势研究报告》
- 《中国酒店业投资及资产管理市场展望报告》
- 《深圳市饭店行业年度发展报告》
- 《海南省旅游饭店业发展报告》
- 《酒店人力资源白皮书》
- 《精品民宿调研报告》

宏观市场研判

酒店供需分析

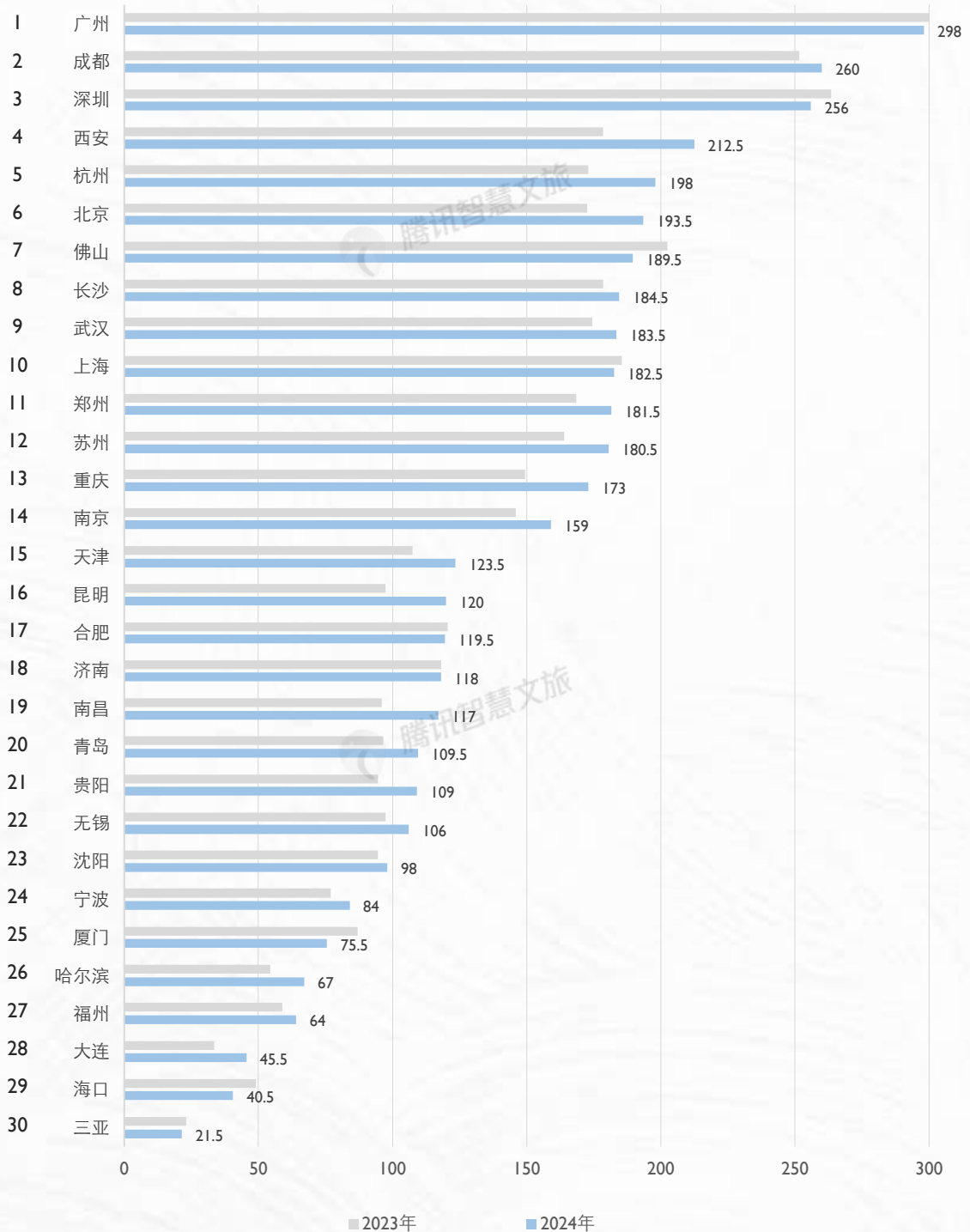
未来发展策略



报告定制 | 扫码咨询

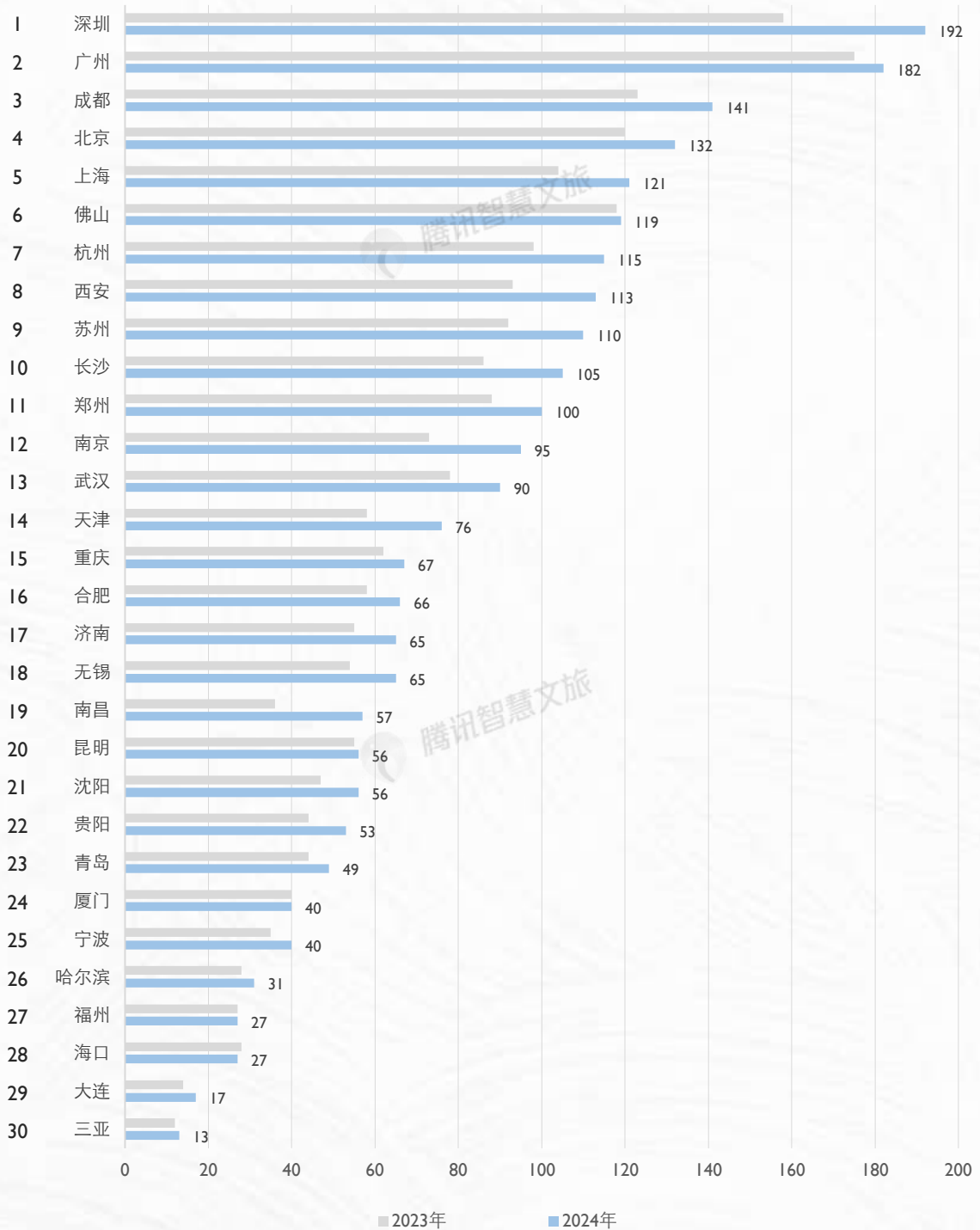
附录1

30城节假日到访人群热度值



附录2

30城工作日到访人群热度值



关于 厚海数据平台

「厚海数据平台」是浩华管理顾问公司旗下的一站式酒店和文旅行业数据平台，为投资者及运营商提供全面的行业数据、市场资讯及数字化工具，服务场景覆盖酒店选址、市场研究、经营评估、资产管理等。平台旨在通过大数据分析 & 专业洞察，助力客户做出明智的商业决策。

法律声明

版权声明

本报告由「厚海数据平台」制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护。未经「厚海数据平台」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「厚海数据平台」。

免责条款

本报告的数据来源为「厚海数据平台」。相关数据信息是「厚海数据平台」通过合法方式或公开渠道获取的信息，并经过脱敏、加工、整合、计算形成的统计类、倾向性参考信息。「厚海数据平台」无法保证所有数据绝对毫无瑕疵。因此，上述瑕疵如是基于数据审核水平或数据统计口径差异无法避免的，「厚海数据平台」对其造成的任何直接或间接损失不承担任何责任。任何机构或个人援引或基于「厚海数据平台」的数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与「厚海数据平台」无关，由此引发的相关争议或法律责任由行为人承担，「厚海数据平台」不承担任何责任。本报告期内数据分析仅作为用户参考使用，任何参考数据报告造成的投资及经营性损失，「厚海数据平台」均不承担任何责任。

联系我们

产品问询 | inquiry@hohidata.com

平台合作 | contact@hohidata.com

北京市东长安街1号东方广场E3 903-904

电话: 86(10)8518 1833

厚海数据平台



www.hohidata.com

CHAT资讯
浩华官方微信公众号



浩华中国
领先的酒店及旅游业顾问



www.horwathhtl-cn.com

浩华CHAT视频号
更多行业洞见与前瞻



本报告独家战略合作伙伴

腾讯智慧文旅

腾讯智慧文旅，依托腾讯公司20多年数字化能力及经验沉淀，以云、AI、大数据等科技为驱动，融合游戏、动漫、音乐等数字内容资源，深耕文旅行业领域，通过为管理端、消费端、产业端提供一体化的智慧化综合服务，助力文旅行业升级，实现共建共赢的文旅生态共同体。

目前，腾讯智慧文旅业务已覆盖国内25余省份和地区，在海内外打造了300余数字化项目，与中国旅游集团、锦江集团、北京环球度假区、乐高乐园等大型文旅企业及头部酒店集团都开展了长期合作，在服务客户数量、项目质量、团队建制、服务闭环能力等均位居全国前列。

四力商家增长平台

腾讯四力PLUS商家增长平台，旨在与商户共同推动以私域为核心的全域发展和业务增长，包括诊断、资源助力、咨询策略等深度合作。以四力私域增长模型为引擎，对商家进行科学化诊断与行业对标，此为四力战略合作的基础。

腾讯位置大数据

腾讯地图位置大数据是基于腾讯海量生态位置数据及地理数据等多种数据于一体的人地物时空大数据分析产品，具有数据来源丰富、生态体系完善、时效性高、模型算法能力强的优势，能够为文旅、政务、交通、零售、地产等行业客户提供全套解决方案，已在多业务场景中积累了丰富的应用实战经验。