



Vocust 华客

2025中国住宿业 品质服务报告

中国饭店协会 X 华客科技

联合出品



即将开启住宿业高质量之旅...

Part 01 前言概述	1
1.1 会长寄语	2
1.2 研究对象	3
1.3 2025市场/平台/新媒体概况	4
1.4 2025宾客体验总结	8
1.5 2026宾客体验发展趋势	10
Part 02 体验质量	14
2.1 体验质量Benchmark	15
2.1.1 酒店维度	18
2.1.2 品牌维度	19
2.2 体验质量指数和洞察	20
2.2.1 新增点评分（流量指数）	22
2.2.2 华客分CSI（流量转化指数）	23
2.2.3 点评量与好差评	24
2.2.4 点评和差评回复率	25
2.2.5 影响体验质量的因素有哪些	26
2.2.6 豪华型酒店的客群体验质量洞察	27
2.2.7 豪华型酒店双客群的服务体验差异	31
2.2.8 数字化工具的效能验证	34
2.3 住中服务质量指数和洞察	35
2.3.1 住中服务数量和类型	37
2.3.2 住中服务观点洞察	38
2.3.3 住中服务修补漏斗	39
2.3.4 豪华型酒店的住中服务观点洞察	40
2.4 差评转化指数和洞察	43
2.4.1 差评转化指数和洞察·豪华型酒店	45
2.4.2 差评转化指数和洞察·高端型酒店	46

2.5 绿色服务洞察和行动指南	47
2.5.1 绿色服务洞察	48
2.5.2 绿色服务提升行动指南	51
2.6 餐饮服务洞察和体验升级建议	54
2.6.1 餐饮服务洞察	55
2.6.2 餐饮体验升级建议	58

Part 03 | 体验案例 **59**

3.1 酒店调研问卷概况	60
3.2 10大品质服务案例	69
3.3 11个品质服务细分案例	97

Part 04 | 附录 **106**

4.1 2025 酒店品质服务S100	107
4.2 2025 酒店体验质量指数Benchmark: 城市 x 酒店档次	113
4.3 2025 酒店品牌口碑榜S100: 品牌 x 品牌档次	166
4.4 出品方介绍和指标说明	179

PART 01

前言概述

1.1 会长寄语	2
1.2 研究对象	3
1.3 2025市场/平台/新媒体概况	4
1.4 2025宾客体验总结	8
1.5 2026宾客体验发展趋势	10

1.1 会长寄语



中国饭店协会会长

陈新平

为认真贯彻落实十五五规划发展要求，落实商务部等九部门《关于促进住宿业高质量发展的指导意见》（以下简称《指导意见》），推动住宿业高品质、多样化、便利化发展，中国饭店协会联合华客科技共同发布《2025中国住宿业品质服务报告》。在此，我谨代表中国饭店协会，向参与报告调研与编制的所有单位和个人，致以诚挚的感谢！

住宿业是促消费、惠民生、稳就业的重要领域，是畅通国内大循环的重要环节，与消费升级同频共振、与经济发展同向而行，承载着满足人民美好生活需要的重要使命。当前，行业正处于多重变革交织的关键期，消费端对品质化、个性化、体验化的需求日益提升，供给端则面

临“存量资产激活、业态模式创新”的时代命题，如何锚定“品质化、智慧化、融合化、绿色化、国际化”方向实现突围，成为全行业推动住宿业高质量发展必须回答的时代命题。

品质服务从来不是静态的标准，而是呼应政策导向、顺应消费需求的动态进化过程，正如习近平总书记所强调的，要“把是否促进经济社会发展、是否给人民群众带来实实在在的获得感，作为改革成效的评价标准”。这份报告正是我们破解行业难题的重要探索，依托华客科技服务三万余家酒店的实战数据，融合AI、BI技术沉淀的洞察能力，系统呈现了住宿业在品质化提升、智慧化转型、融合化创新、绿色化发展、国际化合作等领域的服务成果。从推进绿色饭店降碳实践，到响应“数字经济与先进制造业、现代服务业深度融合”的号召；从贴合“业态融合”导向，创新文化主题体验，到推进适老化改造与亲子服务以满足“一老一小”需求，报告中的每一组数据、每一个案例，都承载着行业同仁的智慧与坚守，彰显了行业让发展成果更多更公平惠及全体人民的责任担当。

报告不仅梳理了存量升级的有效路径，更聚焦增量创新的突破方向，既为企业提供了可复制的实践经验，也为政策落地提供了基层反馈，更向投资者清晰传递了“品质化供给”的市场机遇，助力释放我国超大规模市场优势和消费潜力。希望以报告为镜，找准政策契合点与市场发力点，让政策红利转化为发展实效，在扩大内需、畅通国内大循环中展现更大作为。

新征程上，品质是践行高质量发展要求的核心内涵，服务是回应民生需求的永恒落点。住宿业的高质量发展既是行业自身的进阶之路，更是服务国家发展大局的必然要求。预祝《2025中国住宿业品质服务报告》发布圆满成功！祝各位同仁事业兴旺，愿中国住宿业行稳致远、再创辉煌！

1.2 研究对象



数据来源

携程等国内OTA网站
华客CEM体验云系统
问卷调研



样本数量

9200W+条点评的4.2亿+个观点
8400W+条住中客户之声的
1.1亿+个观点



时间维度

2024年1月-9月
&
2025年1月-9月



地点维度

中国大陆及港澳地区



酒店维度

豪华型、高端型
中端型、经济型酒店



品牌维度

豪华型、高端型
中端型、经济型酒店



分析维度

与住中语音、住后点评相关的
数量、分数、内容情感、观点、出行客群



出行目的

商务出差、家庭出游
情侣出游、朋友出游、独自出游

主 编 : 陈新华
副 主 编 : 孙茂华、丁志刚、张乐然
编 辑 : 杨晓丹、蒙英华、陈丹雯、龙如玉

1.3 2025市场/平台/新媒体概况

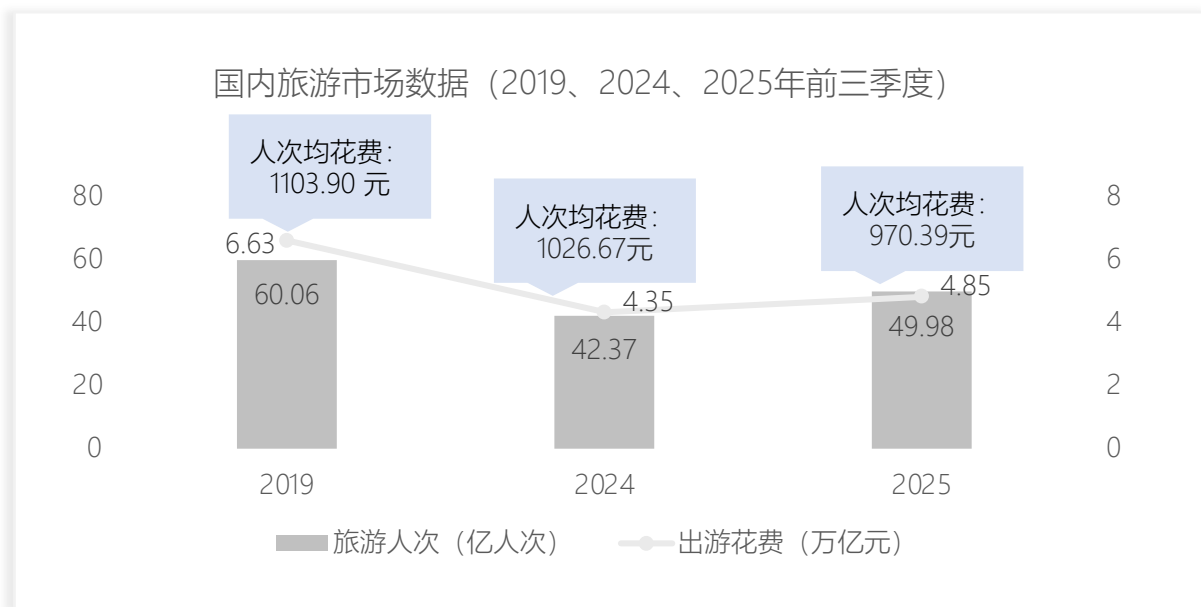
一、旅游市场

2025年中国旅游市场呈现强劲复苏态势，国内旅游人次和消费均实现显著增长，出境游市场也持续回暖。以下从国内旅游、出境旅游及全球趋势三个维度梳理关键数据。

1. 国内旅游市场概况

根据国内居民出游抽样调查统计结果，2025年前三季度，国内居民出游总人次和出游花费同比均实现10%以上的增长，其中，农村市场增速更快，但城镇居民仍然是出游主和消费主力军。

2025年前三季度	出游数量(亿人次)	同比	出游花费(万亿元)	同比
国内居民	49.98	18.0%	4.85	11.5%
城镇居民	37.89	5.9%	4.05	9.3%
农村居民	12.09	25.0%	0.80	24.0%



数据来源：中华人民共和国文化和旅游部官网。国内游客花费=国内游客出游总花费/国内旅游人数×10000

国庆中秋假期 (8天) 成为年度高峰，全国国内出游8.88亿人次，较2024年同期增加1.23亿人次；出游总花费8090.06亿元，同比增长15.4%。文旅融合活动 (如非遗体验、红色旅游) 和惠民措施 (消费补贴、区域联票) 有效激发了消费潜力。

1.3 2025市场/平台/新媒体概况

2. 出境旅游动态

中国出境游市场加速恢复，消费结构向高品质体验转移。以澳大利亚为例，2024年9月至2025年8月期间，中国赴澳游客达98.14万人次，同比增长16%，成为澳增长最快的国际客源市场；同期中国游客在澳消费总额117亿澳元（约544亿元人民币），同比增长29%，消费增速高于人次增长，反映单次消费能力提升。多国旅游局（如马来西亚、加拿大）通过路演、增开航班（中澳每周航班恢复至117班）争夺中国游客资源。

3. 全球旅游趋势背景

全球旅游业在2024年已恢复至疫情前水平，国际游客数量达14亿人次，与2019年持平。2025年一季度，国际游客总数突破3亿人次，同比增长5%，亚太市场领跑增长。中国作为最大旅游支出国，出境支出同比增长30%，推动全球航空、酒店业全面复苏。游客需求更注重安全性、智能化与沉浸式体验，可持续旅游和签证便利化成为关键驱动因素。

二、中国内地住宿业市场

存量和经营状况

戴德梁行2025年10月16日在北京发布的《中国酒店业市场投资与价值洞察》报告披露，截至2024年最新数据，中国三星级及以上星级酒店总量达5620家，各档次酒店经营数据呈现差异化特征：

- 五星级酒店736家，平均入住率约62.5%，平均房价755元/房晚；
- 四星级酒店2073家，平均入住率59.1%，平均房价423元/房晚；
- 三星级及有限服务酒店2811家，平均入住率62.1%，平均房价345元/房晚。

当前中国酒店行业已步入存量竞争时代，随着运营体系日趋成熟，入住率、平均房价、平均每间房收益（RevPAR）等核心经营指标，与城市等级、酒店档次的关联愈发紧密。不过，行业整体仍面临经营毛利润率（GOP）偏低的问题，实际投资回报或未能匹配投资预期。在此背景下，酒店行业需在稳步提升收入的基础上，进一步聚焦成本端优化，通过精细化运营持续挖掘盈利潜力，最终实现酒店资产价值的有效提升。

三、OTA平台规则迭代和新媒体策略变化

OTA平台规则迭代

1. 携程

评分规则优化：2025年9月后，将“超棒”酒店的评分门槛从4.8分降至4.7分，同时调整PSI（点评竞争指数）规则，4.7分即可获得满分评价权重。此举扩大了中高分酒店的流量曝光范围，引导酒店从“冲高分内卷”转向“基础体验夯实”。

点评机制细化：支持0.5分增量评分（如4.5分），涵盖位置、设施、服务、卫生四大维度，

1.3 2025市场/平台/新媒体概况

单条点评最低分 0.5 分；用户离店后 6 个月内可追加评价，同一用户半年内对同一酒店仅展示两条差异化点评，强化点评的真实性与多样性。

2. 美团（含大众点评）

诚信管理升级：2025 年 9 月发布《商户评价诚信管理办法》，明确禁止“利益交换评价”“骚扰用户改评”等行为，违规者将被扣除诚信分、禁止上榜、排序降权。例如，通过折扣、赠品换取好评的酒店，将面临商户星级扣减及页面公示处罚。

评价体系整合：大众点评与美团核心业务深度融合后，取消“精选评价”与“普通评价”的区分，所有审核通过的评价均计入星级，但低质量或重复评价会被折叠（折叠内容仍计入星级计算），倒逼酒店重视每条评价的真实性。

3. 高德

扫街榜创新：2025 年 9 月推出“高德扫街榜”，以用户“真实导航到店行为 + 芝麻信用”为核心，构建“无法刷分”的酒店榜单。榜单纳入“回头客榜”“专程前往榜”等维度，结合 AI 风控与芝麻信用 ≥ 660 分用户的评价加权，确保榜单真实反映用户选择，推动酒店从“刷点评”转向“做体验”。

4. 抖音生活服务

心动榜发布：2025 年 9 月推出“心动榜酒店”，以“内容消费 - 线下核销 - 评价回流”的完整链路为依据，结合核销率、GMV、用户评价等数据计算“心动指数”。酒店的营销视频播放量需转化为真实入住，才能提升榜单排名，强调“内容种草 - 消费转化”的闭环价值。

评价审核强化：通过算法与人工结合，识别并处置“恶意差评”，包括同行诋毁、用户勒索等非商家责任评价；对“星级与内容不一致”“消费前体验评价”等类型，降低其在评分计算中的权重，保障评价的公正性。

5. 飞猪

体验保障加码：针对酒店拒单、服务失误等问题新增处罚场景；用户离店后 90 天内可评价，交易成功后 180 天内可追加评价，且追加评价不影响原评分，延长了用户反馈的时间窗口。

新媒体渠道策略变化

1. 小红书

内容真实性导向：打击“过度美化”“与实际体验不符”的酒店种草笔记，对“真实细节实测”（如“隔音效果实测”“早餐种类清单”）的内容给予流量扶持，推动酒店从“滤镜营销”转向“场景化真实体验展示”。

1.3 2025市场/平台/新媒体概况

互动玩法升级：通过“体验券抽奖”“话题打卡”等活动，引导用户发布“有细节、有场景”的酒店点评。例如，发布“非遗工坊体验券”笔记，用户点赞收藏即可参与抽奖，中奖者需发布体验笔记并@酒店，笔记热度决定后续活动规模，形成“内容 - 体验 - 传播”的闭环。

2. 抖音

评价转化链路：打通“短视频 - 酒店预订”直接链路，用户观看酒店体验视频时可一键预订“同款房型”，并享受“视频专属优惠”，缩短从“内容种草”到“消费决策”的路径；同时推出“酒店体验官认证”，要求达人发布“客观优缺点分析”，避免“一边倒好评”，强化评价的参考价值。

2025年OTA与新媒体渠道的规则调整，共同指向“真实体验”与“价值转化”的核心逻辑：

从“点评运营”到“体验经营”：高德扫街榜、抖音心动榜等新榜单的推出，以及携程、美团的规则优化，让“刷点评”的操作空间大幅压缩，酒店需将资源投入到服务细节、场景创新中，例如通过AI智能客服提升响应效率、借助轻量化AI工具生成多渠道营销内容。

从“单一渠道”到“全域联动”：酒店需适配不同平台的规则特性，如在携程强化基础评分管理、在抖音打造“内容 - 核销 - 评价”闭环、在高德聚焦真实到店体验，通过多渠道的差异化运营构建“全域口碑”。

从“流量导向”到“价值导向”：无论是OTA的评分门槛调整，还是新媒体的转化链路强化，均强调“体验价值”与“商业收益”的绑定，推动酒店在成本、效率、体验的平衡中寻找可持续增长路径。

参考资料：

1. 2025年10月21日，2025年前三季度国内旅游数据情况：
https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202510/t20251021_962874.html
2. 2024年10月21日，2024年前三季度国内旅游数据情况：
https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202410/t20241021_955808.html
3. 2020年3月10日，2019年前三季度国内旅游数据情况：
https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202003/t20200310_851786.htm
4. 2025年10月19日，戴德梁行发布2025年《中国酒店业市场投资与价值洞察》报告：
<https://finance.ifeng.com/c/8naNOGdcTXr>
5. 2025年9月17日，《美团评价规则（细则）》修改公示：
<https://rules-center.meituan.com/rules-notice/1/1188>
6. 2025年9月2日，酒店点评评分新规（4.7分筛选门槛调整）：
<http://www.shturl.cc/685c7834964c0c4c82cb43d2e00d576c>
7. 2025年9月10日，高德扫街榜上线及“烟火好店支持计划”：
http://m.toutiao.com/group/7548306782613619252/?upstream_biz=doubao
8. 2025年9月10日，大众点评“重启”品质外卖服务：
<https://c.m.163.com/news/a/K93MEMUD05566FUC.html>
9. 2025年9月24日，抖音【度假旅游服务】类目商品发布细则：
https://lifexue.com/rule/detail/123220992258?enter_method=search
10. 2025年10月15日，每周新规速递（含酒旅行业 / 心动榜单规范）
<https://lifexue.com/knowledge/detail/137005>

1.4 2025宾客体验总结

2025年，在中国文旅市场持续升温与消费需求升级的双重驱动下，住宿业正从“规模扩张”步入“体验深耕”的深度竞争阶段。

政策引导、技术革新与客群需求变迁共同重塑行业生态，宾客体验从基础功能满足转向更高维度的情感共鸣与价值认同，宾客对住宿的需求已从“有处可住”升级为“有品可享”。

结合行业数据、客诉洞察及标杆案例，系统复盘 2025 年行业特征，预测 2026 年发展趋势，为住宿业高质量发展提供参考。

一、体验需求升级：从“功能达标”到“价值认同”的体验升级

2025 年，住宿业宾客体验的核心逻辑发生深刻变化。消费者对酒店的期待不再局限于“干净、安全”等基础标准，而是追求场景化的情绪价值与个性化的记忆点，评价焦点从“位置便利”转向“智能体验”“细节质感”“文化沉浸”等多元维度。

从客诉数据看，体验短板呈现“显性问题与隐性风险并存”的特征。豪华型酒店“酒店服务印象”差评转化率高达 883.6%，高端型酒店“客房装修设计”转化率达 366.4%，反映出服务细节的累积不满或硬件瑕疵极易引发住后负面传播。同时，智能设备投诉呈现“实用导向”，宾客青睐解决实际痛点的语音控制、无接触服务，对操作复杂的技术应用则反馈消极，印证了“科技服务体验”的核心逻辑。

二、体验维度丰富：硬件、服务+场景

1. 硬件体验：品质与质感成为核心门槛

硬件设施的“新旧度、设计感、实用性”构成体验分水岭。2025 年客诉数据显示，客房清洁、设施损坏、维修不及时三大问题占客诉总量的 75%，豪华与高端酒店中，“客房装修设计”“客房空间”“家具印象”等硬件类客诉的差评转化率均超 150%。这一现象背后，是高端客群对硬件品质的高期待与部分酒店设施老化、设计脱节的矛盾，也推动行业加速硬件焕新与品质升级。

2. 服务体验：温度与专业的双重考验

服务体验的核心需要兼顾“标准化流程”和“个性化关怀”。酒店服务态度、服务专业性的差评转化率居高不下，其中“酒店服务印象”类问题呈现“低客诉、高转化”的隐性风险特征，如员工服务一致性、品牌承诺兑现度等细节，易在住后形成集中差评。政策层面，《关于促进住宿业高质量发展的指导意见》明确提出提升服务标准与管理水平，推动行业从“被动响应”向“主动预判”转型。

3. 场景体验：文化与生态的价值延伸

场景化体验成为差异化竞争的关键抓手。酒店不再局限于住宿功能，而是通过“住宿+”模式构

1.4 2025宾客体验总结

多元生态：文化主题酒店融合地域非遗资源，推出“非遗美食工坊”“国风主题宴会”；商务酒店强化效率场景，优化智能会议设备与高速网络；亲子酒店聚焦家庭需求，完善儿童友好设施与互动体验，2025年“亲子设施和服务”已成为酒店客流增长的核心抓手。

三、客群分化：多元需求催生市场细分

不同客群的体验偏好呈现显著差异，推动行业从“全域覆盖”向“精准深耕”转型：

客群类型	核心需求	OTA / 新媒体偏好	典型体验设计
年轻客群 (18-30岁)	智能、社交、 网红属性	小红书种草、抖音打 卡	全屋智能、网红场景、社 交媒体传播礼包
家庭客群 (30-45岁)	亲子便利、 安全舒适、 温馨健康	携程亲子标签、美团 家庭套餐	儿童友好设施、亲子互动 活动、家长放松体验、餐 饮灵活性 & 居住舒适度
商务客群 (35-50岁)	效率、专业、 隐私	飞猪企业版、高德导 航便利	快速响应服务、智能会议 设备、安静办公区、康体 洗衣体验
银发客群 (55岁以上)	适老、康养、 便捷	同程长辈版、携程适 老标签	防滑设施、智能马桶、康 养理疗服务

四、标杆案例：体验创新的实践样本

2025年共收到酒店提交的136个品质服务案例，精选其中的10个大案例和11个小案例（P74-P110），案例整体呈现趋势：

- 数字化与智慧：从“单点智能管控”到“全流程效率升级”
- 品控管理标杆：从“传统质检体系”到“人机结合闭环管理”
- 亲子与家庭：从“硬件适配”到“IP沉浸互动”
- 在地化与文化：从“元素堆砌”到“深度参与”
- 绿色可持续：从“认证达标”到“价值感知”
- 健康与康养：从“设施配套”到“全周期疗愈”

2026年住宿业的宾客体验，正从“目的地导向”转向“情绪与情感驱动”。数字化无扰服务、个性化预判关怀、在地文化深度融合与可持续体验成为核心，旅行者既追求静谧疗愈与日常舒适，也看重代际情感联结，住宿体验正朝着更精准、有温度的方向升级。

一、政策标准与市场发展

1. 政策与标准：绿色化、康养化、适老化、数字化成硬性要求

- 加快饭店绿色化建设：商务部等9部门《关于促进住宿业高质量发展的指导意见》明确加快饭店绿色化建设，倡导国企同等条件下优先采购绿色饭店服务，支持线上平台为绿色饭店增设专属标识并向消费者提供积分、折扣等激励，推进相关标准国际化及与 GSTC、WTTC 等国际认证互认，同时强化宣传推广，支持行业协会分享最佳实践、开展绿色服务、技术、供应链等领域交流。
- 康养标准落地：《酒店康养服务规范》将明确健康客房、疗愈体验的硬件与服务要求，OTA 平台将增设“康养认证”标签，康养设施完善的酒店将获得流量倾斜。
- 适老化标准落地：《酒店适老化服务规范》正式实施，2026 年 6 月前，所有三星级以上酒店需完成适老化改造（如加装扶手、优化智能设备操作），未达标的将面临行政处罚；将明确防滑、照明、智能设备适配等 18 项强制要求，OTA 平台将增设“适老服务”筛选标签，适老设施完善的酒店将获得流量倾斜。
- 数字化监管加强：文旅部门将建立“住宿业体验大数据平台”，对接 OTA 与酒店数据，实时监测“差评转化指数”“客诉闭环率”，对连续不达标企业启动约谈。

2. 市场发展：从“同质化竞争”到“赛道深耕”

- 2026 年行业将呈现更显著的赛道分化特征，不同定位酒店的体验策略将各有侧重：
- 奢华与高端赛道：聚焦“定制化 + 稀缺性”，通过私人管家、专属行程规划、硬件定制化升级巩固客群，探索高端生活方式品牌溢价；
- 中端与精选赛道：发力“性价比 + 核心体验”，通过数字化工具降本增效，聚焦睡眠品质、早餐丰富度等核心需求打造口碑；
- 度假与主题赛道：主打“场景化 + 沉浸感”，围绕亲子、康养、文化等垂直领域，构建强辨识度的体验壁垒；
- 下沉市场赛道：侧重“标准化 + 本地化”，在保障基础品质的同时，融入区域文化元素，满足县域市场的消费升级需求。

二、体验必须深耕与创新：从“服务优化”到“生态重构”

1. 品质管控精细化

以“差评转化指数”为核心的体验管理工具，建立【客诉 → 差评】的全链路管理体系。

- 对高指数客诉（如豪华型酒店“酒店服务印象”）启动专项整改，实施“首席服务官”直连机制。
- 对硬件类高指数客诉，建立实施全生命周期管理体系，通过定期调研与动态监测，确保设施品质与客群需求同步升级。
- 对品牌设计、整体体验感受（如高端型酒店“客房装修设计”）制定周期性焕新计划，实现体验问题的精准治理。

2. 个性化体验精准化

- AI 驱动的“千人千面”服务将普及，酒店通过 OTA 与新媒体数据，记忆宾客的“枕头硬度”“早餐选择”“房间温度”等细节，下次入住时自动匹配；
- 物联网技术实现“客房智能适配”，如根据宾客身高调整淋浴水温、根据睡眠习惯调节窗帘开合时间。

3. 体验营销一体化

“体验营销一体化”不是“体验”与“营销”的简单叠加，而是将体验设计、客群互动、价值传递深度融合，让宾客从“体验接受者”变为“品牌共创者”，它将成为住宿业体验深耕与创新的增长引擎。

• 体验营销一体化以“体验即营销，营销即体验”为内核，实现三大闭环：

- ① 体验设计与客群需求闭环：通过 OTA 数据、新媒体互动挖掘客群对“绿色、康养、亲子、文化”等服务热点的真实需求，反向指导体验创新；
- ② 体验交付与价值感知闭环：将服务热点的细节（如绿色减碳数据、康养项目疗效）转化为可传播的营销内容，让宾客直观感知体验价值；
- ③ 体验反馈与迭代优化闭环：把客诉、点评、UGC 内容转化为体验升级的依据，形成“创新 - 营销 - 反馈 - 再创新”的循环。

• OTA 与新媒体的“体验 - 营销”联动

- ① OTA：从“流量入口”转为“体验展台”。携程“绿色服务”标签下，酒店上线 VR 漫游展示绿色设施；美团引导宾客分享绿色、康养体验，真实点评成决策依据；飞猪客群画像工具生成营销素材包，助力精准定位。
- ② 新媒体：从“口碑传播”转向“体验预售”。小红书以体验券抽奖促用户发笔记，形成传播闭环；抖音发起绿色挑战，任务视频带话题赢房券拉新；私域社群预告特色活动，借稀缺性促复购。

• 客诉与好评的“体验修补 - 营销转化”

- ① 差评：化危机为升级契机。绿色服务差评时，OTA 回复公示整改计划；智能设备投诉后，推出适老服务包并拍抖音科普；小红书定期发差评整改数据，彰显改进决心。
- ② 好评：变认可为营销助力。剪辑宾客抖音好评视频作 OTA 官网素材；邀好评客任“体验官”测评新服务；美团点评发笔记可积分解锁文化、康养权益，促创作与复购。

4. 服务生态化延伸

- “住宿 + 本地资源”“住宿 + 在地文化”生态服务圈模式将持续深化，酒店将整合本地文旅、康养、非遗等资源，从菜品研发、场景营造、体验延伸三个维度打造地域文化 IP，将单一的住宿产品延伸为多元的生活方式解决方案，让宾客沉浸式感受地域文化。如“住宿 + 本地研学”“住宿 + 康养疗愈”“住宿 + 非遗体验”等组合产品，实现从“临时居所”到“体验载体”的转型，并打造“非遗体验套餐”“农场采摘套餐”“康养疗愈套餐”，通过 OTA 平台和新媒体渠道推广。

1.5 2026宾客体验发展趋势

- 服务从“住中”延伸至“全周期”，如离店后为宾客寄送“本地特产伴手礼”、定期推送“酒店新体验活动”，提升复购率与口碑传播。

三、破局：数智化时代解决方案——AI驱动技术·部署·考核

行业困局破解：从“不可能三角”到“AI破局”

AI 或可破解酒店业管理的“不可能三角”：体验管理、营销管理、成本控制。

自媒体时代，普通住客影响力倍增，随手拍的客房视频、几句点评，就能通过多平台触达潜在客群，一次体验好坏对酒店客流影响巨大。酒店却深陷“不可能三角”：做好体验、营销需花钱，追求收益效率又要控本，成本压缩则易致服务打折，尤其当下消费理性，经营压力加重。

而 AI 成破局关键，并非空谈技术。营销端，AI 可将酒店实景素材自动生成带智能配音的成片，适配多渠道，中小酒店无专业团队也能出传播内容；服务端，AI 分析海量点评，抓差评问题、定位客人关注细节，指导服务改进，比盲目投入更高效。

1. 技术应用升级：从“智能硬件”到“智慧生态”

2026 年，住宿业的技术应用将从“单点智能”转向“系统智慧”。一方面，实用型智能设备将深度渗透服务全流程；另一方面，AI 与大数据将重塑运营逻辑，通过宾客偏好数据的深度分析，实现“千人千面”的个性化服务和精细化营销。此外，元宇宙与虚拟体验将成为新的竞争赛道。部分酒店已开始尝试“虚拟数字人服务”，通过定制化虚拟形象为宾客提供导览、咨询等服务；未来，“元宇宙客房预览”“虚拟场景体验”等创新应用或将成为吸引年轻客群的关键卖点。

2. AI部署实践：从“盲目跟风”到“两轻一重”

酒店部署 AI 可遵循“两轻一重、两易一难”原则。

“两轻”“两易”是当下易落地、低投入、见效快的举措：

一是补服务端“智能短板”，优先落地 AI 智能客服。针对员工流失率高、客容量大的问题，AI 可自动汇总需求、响应入住时间、停车政策等常见问题，减少人工成本且保障响应速度，目前已有高端酒店借第三方支持落地，成熟度较高。

二是补营销端“效率短板”，暂不做复杂投流，先借 OTA 工具或轻量化 AI 营销助手，快速生成并适配多渠道内容。更要重视点评价值，通过 AI 引导住客聚焦“亲子设施贴心”“夜景超棒”等核心优势，这类点评是免费高效的营销内容，比泛泛好评更有参考意义。

“一重”“一难”则是长期深耕的组织管理适配。中小酒店无需自建复杂 PMS，关键是配合数字化厂商调整架构，让 AI 融入运营。可先通过“两轻”积累经验，再借第三方支持逐步向“原生 AI 企业”过渡，毕竟 AI 部署核心是实现成本、效率、体验平衡，而非“赶时髦”。

3. AI 员工管理：从“无序发展”到“五性考核”

AI 在发展和行业实践中，必定会存在诸多问题，通过考核（监控）敦促 AI 在行业的发展成为酒店同仁一起努力的必修课：

1.5 2026宾客体验发展趋势

- 准确性（抗幻觉）：AI需提供可靠、真实的回答，避免出现幻觉或错误信息。
- 全面性（知识覆盖）：AI应具备广泛的知识储备，能够覆盖各种相关领域和话题。
- 人性化（交互温度）：AI在与用户的交互中应体现出人文关怀，提供有温度的服务。
- 安全性（数据隐私）：AI系统必须确保用户数据的安全和隐私，防止数据泄露；同时还有系统运行的速度与稳定。
- 智能成长（迭代进化）：AI需具备主动学习与持续迭代的能力，能够基于用户交互数据、行业知识更新及业务场景变化，不断优化自身的认知水平与服务能力。如动态学习能力、场景适配进化、错误自我修正。

结语

2025年是中国住宿业宾客体验“从量变到质变”的关键一年，2026年则将是“体验价值全面变现”的突破之年。对于住宿业从业者而言，唯有以宾客体验为核心，在技术应用、绿色发展、运营精细度上持续创新，才能在分化的市场中抓住机遇，实现从“规模增长”到“价值增长”的跨越。

参考资料：

1. 商务部等9部门关于促进住宿业高质量发展的指导意见

http://fms.mofcom.gov.cn/zcfg/bmzcfg/art/2025/art_b3ccfc779fac4fdfa97455fd33c89345.html

2. 《酒店康养服务规范》（参考地方先行标准 T/GXAS 563—2023）

<https://m.book118.com/html/2024/0113/8063015133006025.shtm>

3. 《酒店适老化服务规范》

中国旅游新闻网政策解读 (https://www.ctnews.com.cn/paper/content/202503/06/content_101212.html)

国家文化和旅游部全国旅游标准化技术委员会 (SAC/TC210) 动态 (<https://www.sac.gov.cn/TC/TC210.html>)

4. 《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》

中国政府网 (http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2024-01/22/content_5875607.htm)



孙茂华Maria / 创始人兼CEO

华客科技 V o c u s t

PART 02

体验质量

2.1 体验质量Benchmark	15
2.2 体验质量指数和洞察	20
2.3 住中服务质量指数和洞察	35
2.4 差评转化指数和洞察	43
2.5 绿色服务洞察和行动指南	47
2.6 餐饮服务洞察和体验升级建议	54



2.1

体验质量Benchmark

自我定位， 向优学习

- 酒店维度
- 品牌维度



基于模型看数据，知其然，知其所以然

客人感知到的质量，
才是酒店应该关注的体验质量。
体验质量高，客人大概率会给好评、推荐亲朋好友、再次入住。



客人和酒店都能看到的体验质量，是点评分，
其影响酒店口碑，也影响酒店在OTA上的展示、转化率、复购率，
甚至也会影响商旅客人、其他线下客人的购买决策。

华客分CSI是点评数量和点评内容情感的综合指标，
是客人对酒店的真实感知质量（不少客人不敢给低分），
其得分和内容，对酒店获悉真实服务质量、赋能营销，大有益处。

本章节，
主要研究华客分CSI和点评分，
以及体验质量的其他核心指标。

注：如无特别说明，呈现和说明的数据及文字均为2025Q1-Q3时间段。
本章节指标计算公式，详见P182《指标说明》。

为什么要从【品牌维度】分析体验质量？

2025年新增了品牌维度的体验质量指数和洞察。

品牌口碑是消费者对品牌的认可度、信任度和美誉度的反馈体现，它也反映了酒店和品牌质量管理的能力。

品牌口碑是品牌的生命力所在，在很大程度上能够反映品牌的持续盈利能力。

对于投资者而言，品牌的体验质量具有重要的参考价值。

通过“体验质Benchmark·品牌维度”数据，投资者能够看到在一定周期内各档次品牌的体验质量指数，还能借助华客大模型洞察的点评内容质量分，了解各档次品牌周期内的新增点评分数，从而评估品牌的品质管理水平是否有所提升，为投资决策提供依据。

对于品牌持有者来说，品牌的体验质量有助于其定位自身的品质管理水平。

一方面，可以考核品牌质量管理的合格率；另一方面，能够向表现优秀者学习，提升自身品牌的竞争力。

由于点评是消费者和酒店都能看到的直观数据和内容，因此品牌体验质量，将展示与点评相关的三个指标，并按照 OTA 点评分降序排列。

1. 品牌来源

纳入统计范畴的品牌需满足在售酒店数量≥3 家，在售酒店指携程、美团、飞猪、同程、去哪儿、大众点评在售酒店。

2. 品牌档次

根据酒店星级或携程钻级划分品牌档次：

- 豪华型品牌：5星/5钻
- 高端型品牌：4星/4钻
- 中端型品牌：3星/3钻
- 经济型品牌：2星/2钻

未标注星级和钻级的不参与统计；

若同一品牌名下酒店若有多个档次，以酒店数量多的档次为准，若数量相同，则取较高档次。

注：品牌名称和品牌档次为市场视角，可能与各品牌持有者在官网公布的品牌略有出入。

2.1.1 体验质量Benchmark · 酒店维度

体验质量的双轨态势：基础提升与客诉压力并存

2025年前三季度，中国住宿业的体验质量呈现出明显的“双轨”发展态势。

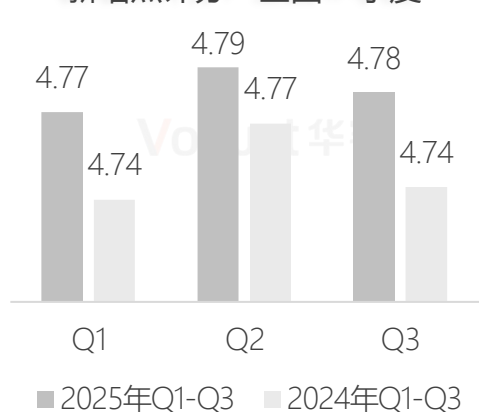
一方面，核心体验指标持续向好，其中衡量服务流量转化的关键指标——华客分CSI达到86.10分，较2024年同期的83.55分提升了3.06%，显示出宾客的整体满意度有实质性进步。与此同时，新增点评分和携程点评分也分别实现了0.65%和0.15%的同比微增，客诉修补成功率更是保持在98.81%的高位，同比微升0.22%，这体现了酒店在问题发生后进行补救的能力非常出色。然而，另一方面，客诉率同比大幅攀升30.41%，从2024年同期的4.16%激增至5.42%，成为了当前体验质量提升进程中最突出的短板。

从季度走势看，新增点评分和华客分CSI在2025年的每个季度均稳定高于2024年同期，说明体验质量的提升并非偶然，具有持续性和稳定性。这种“质量提升但客诉承压”的局面提示行业，在巩固现有服务优势的同时，必须将资源聚焦于客诉的根源分析，强化前端问题的预防与即时解决能力，方能实现体验质量的全面飞跃。

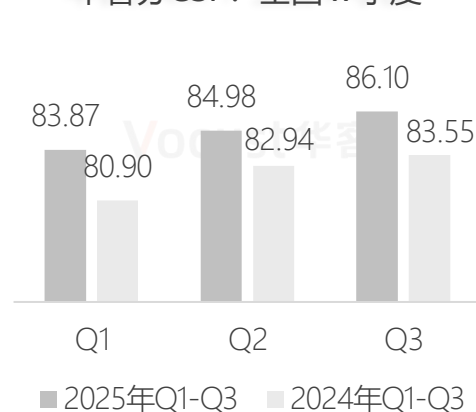
酒店体验质量核心指标基准线 Benchmark：全国

核心指标	2025 Q1-Q3	2024 Q1-Q3	同比
新增点评分	4.78	4.75	0.65%
携程点评分	4.65	4.64	0.15%
华客分CSI	86.10	83.55	3.06%
客诉率	5.42%	4.16%	30.41%
客诉修补成功率	98.81%	98.59%	0.22%

新增点评分：全国 x 季度



华客分CSI：全国 x 季度



《酒店体验质量核心指标：城市 x 酒店档次》详见附录P113。

2.1.2 体验质量Benchmark · 品牌维度

品牌数量缩减，经济型品牌OTA评分逆势增长但差距仍大

整体来看，酒店品牌体验质量在档次间呈现分化格局，经济型酒店在 OTA 评分上展现出一定竞争力，而各档次品牌数量的缩减反映出行业可能面临品牌整合或市场调整的态势；点评渠道权重的差异则提示不同档次酒店需针对性布局线上口碑管理策略。

品牌数量：仅豪华型品牌数量微增 0.43%，其他档次品牌数量均缩减，经济型缩减幅度最大。

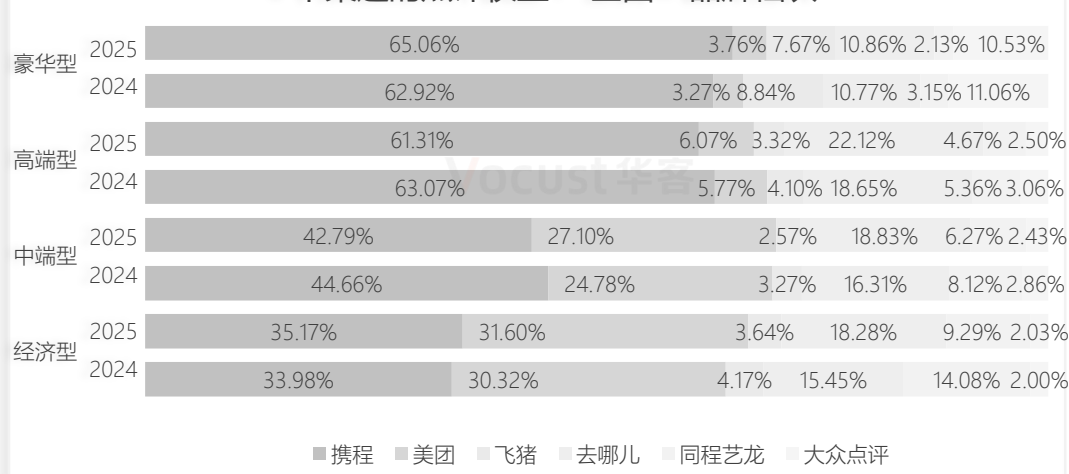
OTA 平均分：经济型 OTA 平均分逆势增长 0.21%，成为唯一评分上升的档次，其他档次品牌同比小幅下滑。

- 豪华型酒店品牌数量稳定、渠道集中度高；
- 经济型酒店品牌收缩但基础体验评分提升；
- 中高端酒店需在体验保持和渠道运营上寻找突破，以应对评分微降和品牌数量减少的挑战。

酒店品牌的体验质量：全国 x 品牌档次

品牌档次	品牌数量			OTA平均分		
	2025 Q1-Q3	2024 Q1-Q3	同比	2025 Q1-Q3	2024 Q1-Q3	同比
豪华型	231	230	0.43%	4.72	4.72	-0.08%
高端型	240	245	-2.04%	4.72	4.73	-0.25%
中端型	167	171	-2.34%	4.74	4.76	-0.45%
经济型	155	170	-8.82%	4.58	4.57	0.21%

6个渠道的点评权重：全国 x 品牌档次



《酒店品牌体验质量核心指标：品牌 x 品牌档次》详见附录P113。



2.2

体验质量指数和洞察

客人发声的流量价值的增加和费力度的下降
加速了住后体验管理前置营销化

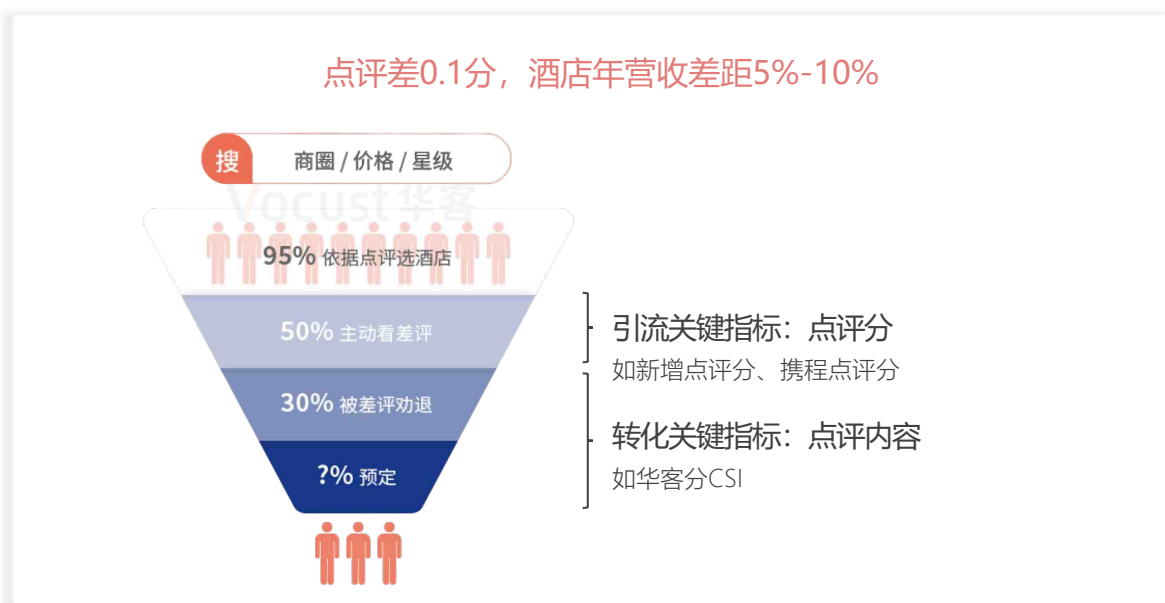
因此，在自媒体和AI时代
体验质量本质上也是流量和流量转化率的风向标



点评即流量：引流靠评分，转化靠内容

2025年9月起，携程一系列与点评、流量相关的规则修改，并非是点评分不重要了，而是引导行业关注点评内容，从而从根本上提升服务质量。酒店标签、携程口碑榜等流量入口的指标规则中，点评分和点评内容都是极其重要的指标之一。

OTA数据显示，95%的消费者预定前都会看点评，其中至少50%以上会主动看差评。点评内容在很大程度上影响酒店的线上预定转化率，甚至一些MICE客人在选择酒店时因此，点评分影响酒店流量，而点评内容影响订单转化率。



1. 指标维度一：引流关键指标——点评分

OTA点评分=该渠道点评分×该渠道权重的值相加

- 6个渠道包括：携程、美团、飞猪、去哪儿、同程艺龙、大众点评。
- 渠道点评分：以每月最后一天该渠道的点评分为准。
- 渠道权重=渠道点评量/6个渠道点评总量，各档次品牌分别计算。

新增点评分=点评总分数/点评总量

- 酒店周期内新增加的点评的平均分，不计入各渠道加权规则。

2. 指标维度二：转化关键指标——点评内容

华客分 CSI = 点评内容NPS情感得分*70%+点评内容观点量得分*30%

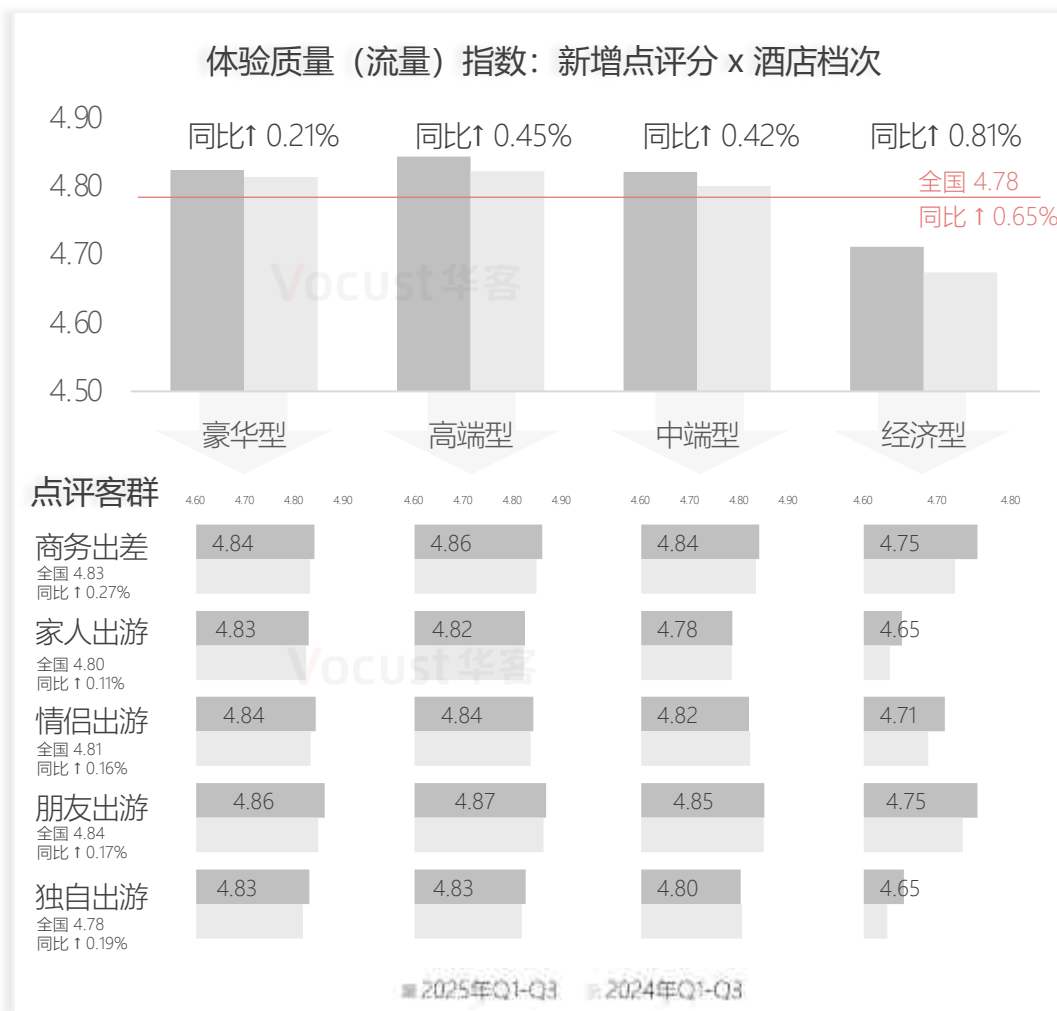
- NPS情感得分=(正向情感观点量-负向情感观点量)/总观点量。

2.2.1 体验质量指数 · 新增点评分

经济型酒店“吊车尾”，朋友出游客群评分高

2025年Q1-Q3，酒店体验质量（流量）指数与客群点评呈现明显档次与客群分化，高端型在体验质量增长与多客群口碑上表现突出，需持续强化优势以吸引更多流量；豪华型虽在商务、家庭客群中保持口碑优势，但体验质量指数增长相对平缓，需针对性提升商务客群的体验细节，同时优化运营策略，进一步激发体验质量指数增长潜力。各档次酒店可结合自身客群优势，精细化运营对应客群的需求，实现流量与口碑的双向提升。

- **商务出差客群**：豪华型、高端型、中端型点评分相近且高于经济型，说明中高端酒店在商务客群中的口碑优势明显，尤其是高端型以 4.86 分略胜一筹。
- **家人出游客群**：豪华型以 4.83 分领先，高端型 4.82 分紧随其后，中端型与经济型差距较大，反映豪华型在家庭出游场景的服务体验更受认可。
- **朋友出游客群**：高端型以 4.87 分位居第一，豪华型 4.86 分次之，说明高端型在朋友结伴出游的客群中口碑表现更优。

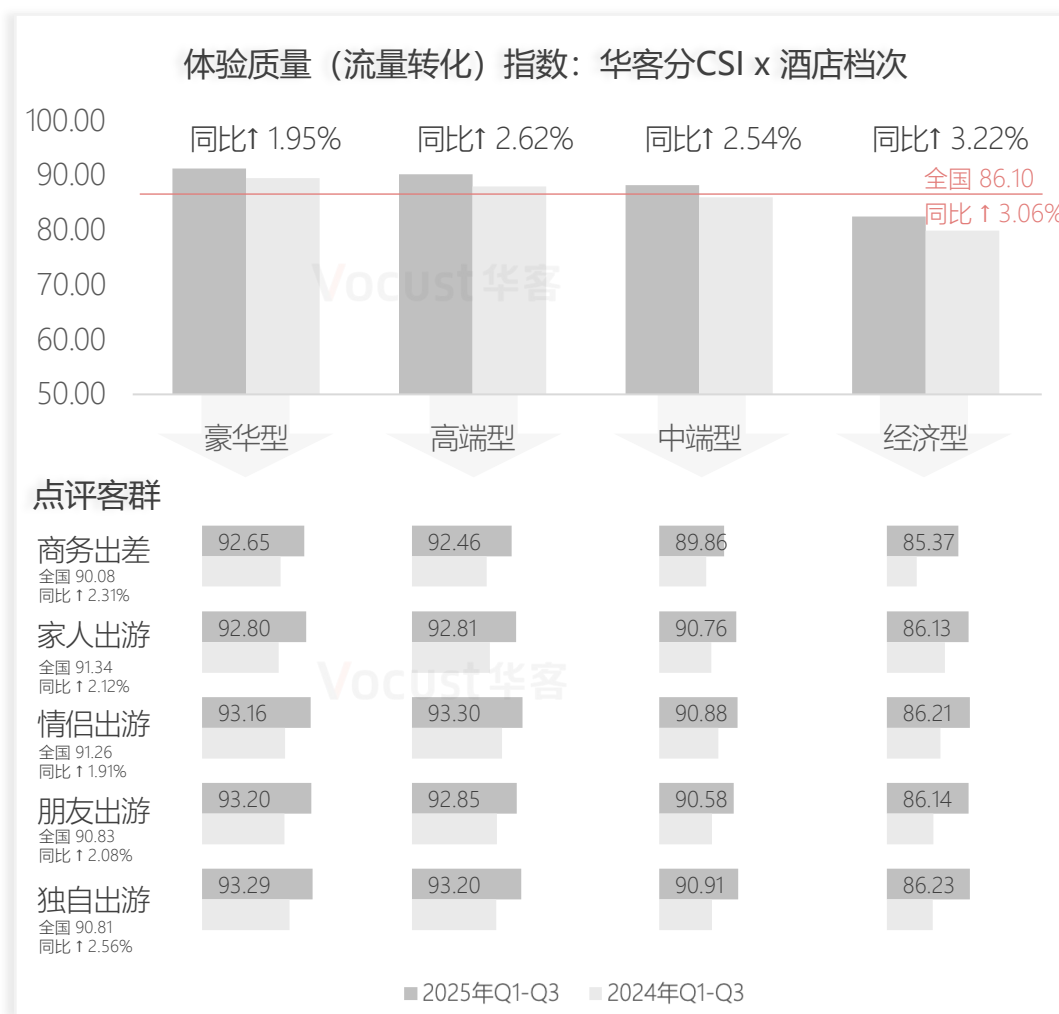


2.2.2 体验质量指数 · 华客分CSI

华客分CSI全面增长，经济型领跑、高端客群偏好显著

2025年Q1-Q3，华客分CSI（流量转化指数）呈现全面增长态势，经济型酒店增长动力最足，而豪华型、高端型酒店更受各类客群尤其是高端客群青睐，这为酒店在客群细分和档次布局上提供了数据参考，酒店可针对不同客群和自身档次特点优化住前营销与服务策略，提升流量转化效率。

- **流量转化指数：**全国各档次酒店华客分CSI（流量转化指数）均实现同比增长，经济型酒店以3.22%的增幅领跑，豪华型增长1.95%。整体CSI为86.10，同比增长3.06%，势头强劲。
- **客群流量转化表现：**不同客群在各档次酒店的华客分CSI（流量转化指数）差异明显：豪华型、高端型酒店在商务出差、家人出游、情侣出游、朋友出游、独自出游等各类客群的指数处于较高水平，其中独自出游客群在豪华型、高端型酒店分别达93.29、93.20；中端型酒店各客群指数均低于豪华型、高端型；经济型酒店各客群指数在各档次中最低，但各类客群的华客分CSI（流量转化指数）也保持在85以上。

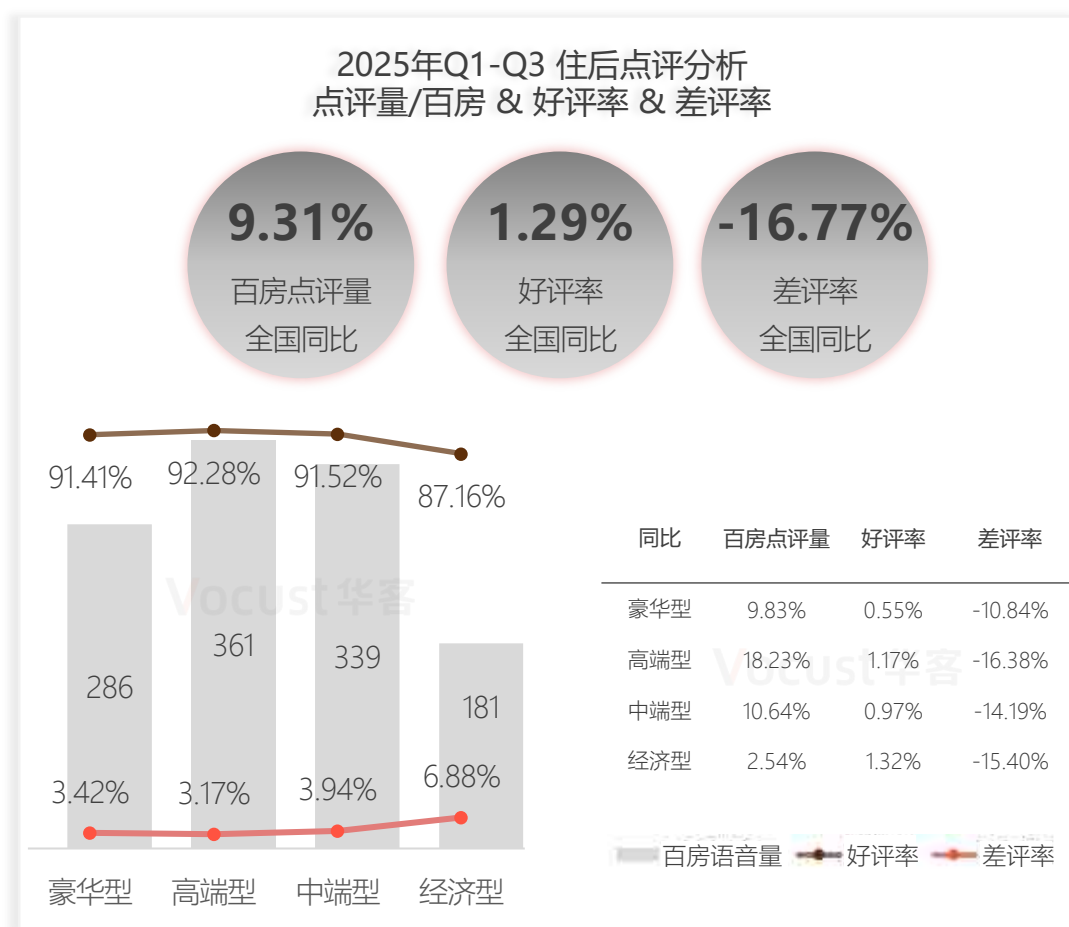


2.2.3 体验质量指数 · 点评量与好差评

| 客人写了更多点评，好评率提升，差评率下降

2025年Q1-Q3，住宿业住后点评呈现档次分化态势，高端型在点评量增长与差评率下降上表现突出，需持续强化优势以巩固口碑；豪华型虽差评率下降，但好评率增幅最低，需针对性提升服务细节以提升宾客满意度。酒店可结合自身档次特点，优化点评引导策略，同时深入分析差评原因，从根源提升住后体验，进一步放大点评数据的正向效应。

- **豪华型酒店**：虽差评率下降，但好评率增幅最低，需关注好评率的提升以进一步强化口碑。
- **高端型酒店**：百房点评量增幅最高，差评率降幅最大，在住后口碑的规模与质量上表现突出。
- **中端型酒店**：在住后点评的规模增长与差评管控上表现稳健，说明其服务质量与宾客期望的匹配度较好，但好评率增幅低于经济型，需关注服务细节的差异化打造。
- **经济型酒店**：虽百房点评量增幅最低，但好评率增幅最高，差评率下降幅度较大，体现出其在成本控制与基础服务质量平衡上的成效。如在卫生清洁、基础设施维护等方面的管理较为到位，能满足大众客群对经济实惠、干净舒适的核心需求。



2.2.4 点评和差评回复率

| 点评回复率：高端酒店互动积极，经济型存在提升空间

豪华型酒店在点评回复尤其是差评回复上的投入力度有所减弱，需警惕因回复不足引发的口碑风险；经济型酒店则通过提升回复率，强化了与宾客的互动与关系维护。酒店需根据自身档次特点调整回复策略，豪华型应重新重视差评回复的及时性与专业性，通过个性化致歉、解决方案说明等方式，挽回宾客信任并展示品牌诚意；其他档次也需针对性优化回复流程，确保点评回复成为提升口碑的有效助力。

五类差评回复策略：

- **强化差评回复的专业性与情感价值：**突出品牌格调，以“专属管家式回复”强化情感连接。针对差评，由总经理或品牌大使亲自回复，内容包含个性化致歉、定制化解决方案，同时邀请宾客线下沟通，展现品牌对口碑的重视。
- **平衡效率与品质的回复：**以“高效专业 + 适度个性化”为核心，上线“AI智能点评回复系统”，根据点评内容自动生成一对一、个性化、多风格的回复内容，员工优化细节，提升回复效率的同时保障品质。
- **聚焦解决方案的务实型回复：**以“问题解决 + 价值传递”为导向，好评回复突出性价比优势，差评回复直奔解决方案。
- **强化互动与信任的亲民型回复：**以“亲切互动 + 实惠承诺”拉近与宾客的距离，好评回复采用口语化表达并邀请宾客分享入住故事；差评回复侧重快速解决与补偿。
- **数据复盘+动态迭代：**每月分析各档次的点评回复数据（如回复时效、宾客满意度、复购率关联），识别回复策略的优劣点，如发现豪华型某类差评回复后复购率提升显著，可将该回复逻辑复用至同类型问题；若经济型的亲民回复引发大量互动，可提炼互动技巧推广至其他档次。根据客群变化、市场趋势调整回复策略，如客群年轻化时，可在回复中融入潮流元素（如使用网络热词、表情包）；拓展商务客群时，适当增加专业服务术语，确保回复策略始终适配目标客群的沟通偏好。

2025年Q1-Q3 住后点评分析
点评回复率 & 差评回复率

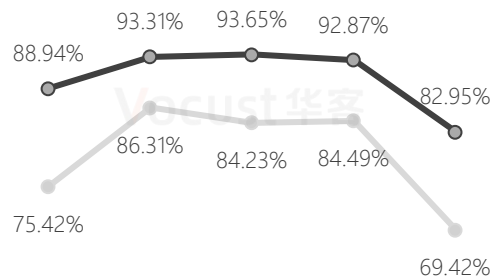
— 点评回复率 — 差评回复率

0.66%

点评回复率
全国同比

0.62%

差评回复率
全国同比



全国 豪华型 高端型 中端型 经济型

同比 2024年

同比	点评回复率	差评回复率
豪华型	-0.51%	-1.95%
高端型	-0.03%	-0.61%
中端型	-0.08%	-0.84%
经济型	0.66%	0.12%

2.2.5 影响体验质量的因素有哪些？

服务表扬成流量转化“主力军”，设施成流量转化“拦路虎”

2025年1-9月，中国住宿业的住后舆情发生了标志性转变，整体态势积极向好。全国酒店的百房表扬观点量同比大幅增长23.38%，而批评观点量则锐减43.96%，这一增一减凸显了行业在提升宾客正面体验方面取得的成效。

从细分维度看，服务维度表现最为亮眼，其批评观点量同比下降了24.00%，表明酒店在直接对客户服务环节的改进获得了宾客认可，**服务已成为驱动口碑转化的“主力军”**。然而，**设施维度则成为需要重点关注的“拦路虎”**，其表扬观点量虽有25.93%的显著增幅，但批评观点量也出现微增，尤其在豪华型酒店中，设施的批评观点量相对较高。这提示行业，尤其是高端酒店，在持续投资硬件设施的同时，必须同步加强设施的日常维护、更新和人性化设计，将先进的设施真正转化为宾客可感知的优质体验，避免其成为口碑转化的障碍。

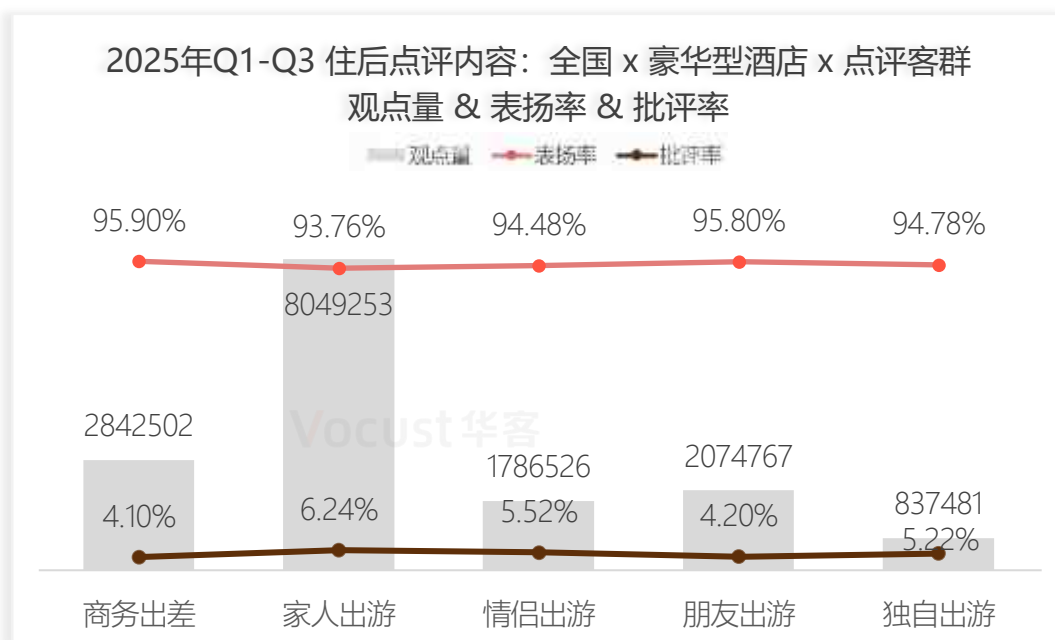
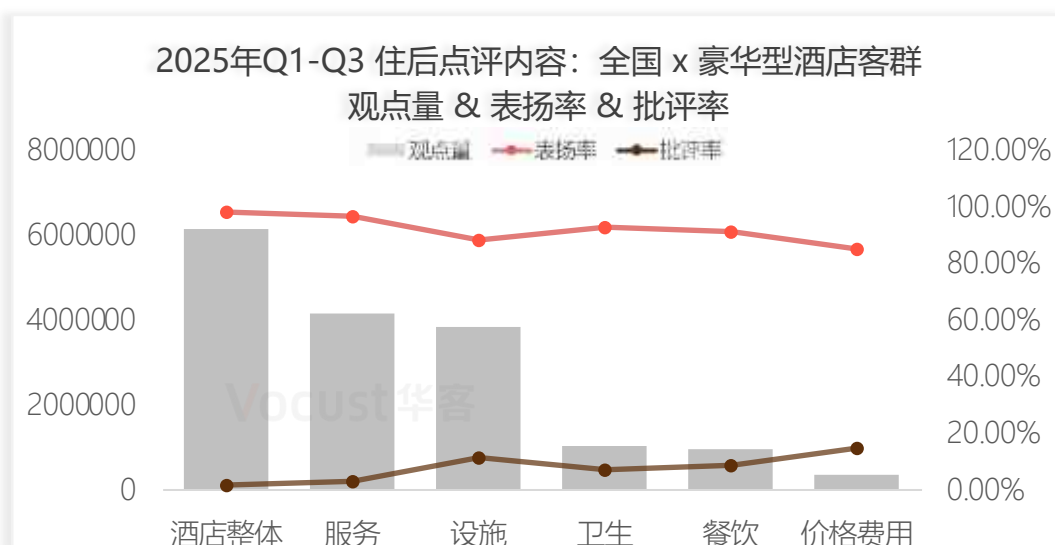


2.2.6 豪华型酒店的客群体验质量洞察

豪华型酒店客人吐槽点：价格、设施、餐饮

酒店可从第三方软件后台查看本酒店的客群占比和变化趋势，从而设计本酒店的不同客群产品和服务，投其所好针对不同去掉制定不同的营销策略。

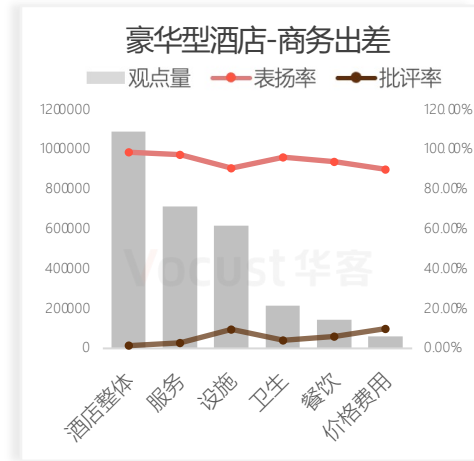
整体来看，2025年Q1-Q3豪华型酒店各客群住后点评表扬率均处于较高水平，整体口碑良好。家人出游作为点评主力客群，其批评率相对较高，酒店可针对性优化亲子设施、家庭服务等维度，进一步提升该客群满意度；同时可借鉴商务出差、朋友出游群体的高满意度经验，提炼服务优势并推广至全客群运营中。



2.2.6 豪华型酒店的客群体验质量洞察

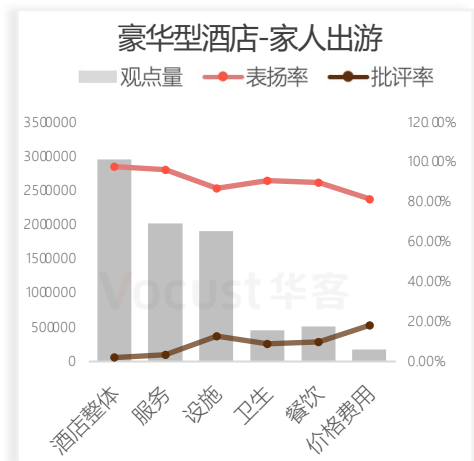
| 独自出游客群：高效办公，从容商旅

- **服务与效率**：对服务表扬率高达 97.33%，说明优质、高效的服务（如快速办理入住、24 小时前台响应）是其选择豪华型酒店的关键，契合商务出行对时间管理的需求。
- **设施专业性**：关注商务设施（如高速网络、办公区域）的完善度，从点评中服务、设施维度的高观点量可推测，这些设施的品质直接影响其预订决策。
- **卫生标准化**：倾向选择品牌豪华型酒店，因其卫生标准化能保障商务出行的稳定性，且低批评率（4.10%）也体现了商务出差客群对豪华型酒店卫生可靠性的信任。
- **产品和服务建议**：推出“友好办公设施和空间体验”、“商务尊享套餐”，包含公区私密性的会议/会谈空间、客房便捷办公设备设施、高速网络、办公礼包（打印券、文具）、延迟退房服务；针对企业客户推出协议价和专属客户经理，保障发票合规与服务标准化。强调“高效办公，从容商旅”，突出酒店靠近商务地标、24 小时商务服务等优势，结合会员积分升级权益，吸引企业常客。



| 家人出游客群：全家奢享，成长记忆

- **价格与套餐**：价格费用的表扬率最低（81.70%），批评率最高（18.30%），反映出该类客群对价格的敏感度，究其原因是客群组合复杂，需求多样，希望一份价格满足多份需求。
- **空间与配套设施**：作为点评观点量最高的客群，其对设施的批评率相对较高（12.90%），反映出对家庭友好型设施（如亲子游乐区、家庭房空间）的高需求，设施是否完善直接影响其预订选择。
- **餐饮与服务细节**：餐饮维度的批评率较高（10.04%），说明对儿童餐、家庭餐饮服务的要求较严格，优质的亲子餐饮服务是其预订时的重要考量。

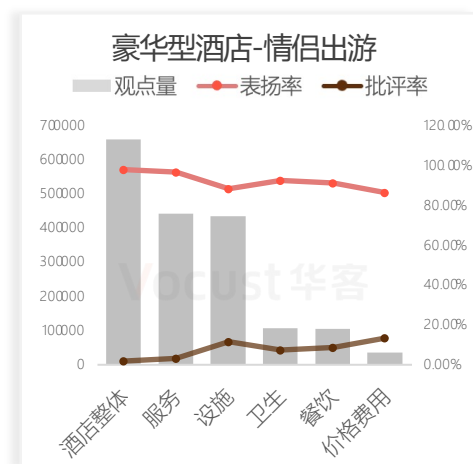


2.2.6 豪华型酒店的客群体验质量洞察

- **安全性与便利性：**关注酒店周边配套及安全环境，豪华型酒店的品牌口碑在卫生、安全管理上的优势，是其选择的重要支撑。
- **产品和服务建议：**打造“亲子豪华度假计划”，包含家庭套房（配备儿童帐篷、绘本）、亲子游乐区通票、儿童餐定制服务；推出“住店送亲子体验”活动，如非遗手作、萌宠互动。主打“全家奢享，成长记忆”，突出酒店的儿童安全设施、亲子服务细节，如婴儿床免费租赁、儿童洗漱礼包等，营造家庭友好型度假氛围。

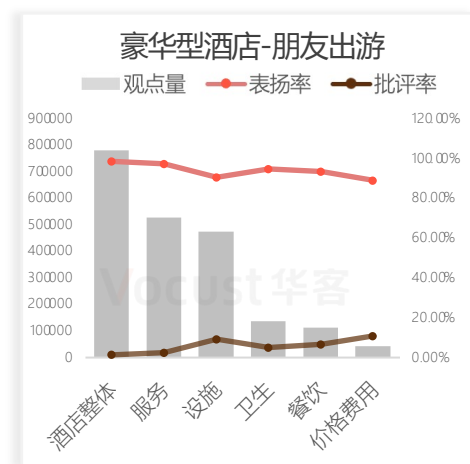
情侣出游客群：二人世界，奢宠时刻

- **浪漫氛围与私密性：**倾向于给出较低的整体表扬率（94.48%），通过其对细分维度设施的第三高的批评率（11.64%）推测，豪华型酒店在景观房型、私密空间设计等方面，未能满足情侣对浪漫体验的追求，是其预订的核心吸引力。
- **个性化体验：**餐饮和卫生的批评率也较高（分别为8.60%、7.44%），从点评中可推测，若酒店能提供特色且性价比较高的在地体验或定制化服务（如露台晚餐，价格费用批评率高达13.46%），会成为其预订的加分项，契合情侣对独特旅行记忆的需求。
- **产品和服务建议：**设计“浪漫奢享套餐”，包含海景/山景房型（布置鲜花、烛光）、双人SPA礼遇、露台晚餐；推出“纪念日专属定制”服务，如定制蛋糕、照片墙。强调“二人世界，奢宠时刻”，突出酒店的私密性设计、特色景观和个性化服务，激发情侣对浪漫旅行的向往。



朋友出游客群：好友欢聚，奢趣时光

- **社交空间与性价比：**表扬率达95.80%，低批评率（4.20%），说明酒店在社交空间（如公共区域、娱乐设施）的打造上较为成功，同时豪华型酒店的品质与朋友出行的性价比期待形成平衡，驱动其预订。
- **体验丰富性：**关注酒店的娱乐配套和在地探索便利性，若酒店能提供适合朋友互动的活动或靠近特色街区，会增强其预订意愿。
- **产品和服务建议：**推出“好友奢享派对套餐”，包含包层住宿、KTV/棋牌室时段、烧烤设施

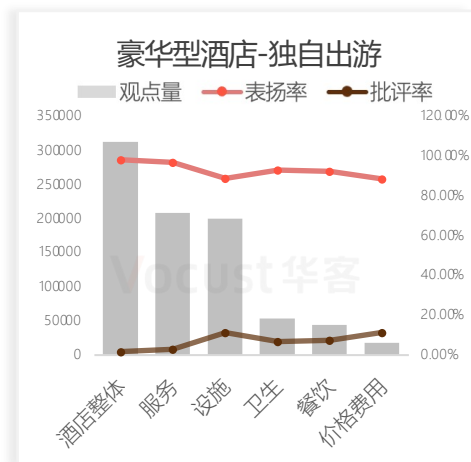


2.2.6 豪华型酒店的客群体验质量洞察

使用；针对多人出行提供“团体折扣”，如5间以上享8折。主打“好友欢聚，奢趣时光”，强调酒店的公共互动区域、娱乐配套和在地探索便利性，满足朋友群体的社交与体验需求。

| 独自出游客群：一人奢游，自在探索

- **安全性与便利性**：选择豪华型酒店主要看重其成熟的安保体系和24小时服务，高批评率（5.22%）也体现了该类客群对酒店安全、便捷服务的需求期待，是其独自出行的重要保障。
- **个性化与灵活性**：对房间设计、智能设备等个性化元素有一定要求，同时灵活的预订政策（如取消规则）也会影响其决策，契合独自出行的行程变动可能性。
- **产品和服务建议**：推出“solo 奢享探索套餐”，包含智能客房（语音控制设备）、在地文化体验课（如茶道、书法）；提供“灵活住”政策，支持免费取消和日期变更。强调“一人奢游，自在探索”，突出酒店的安保体系、个性化服务和在地深度体验，打消独自出行者的顾虑，吸引其尝试豪华型住宿。

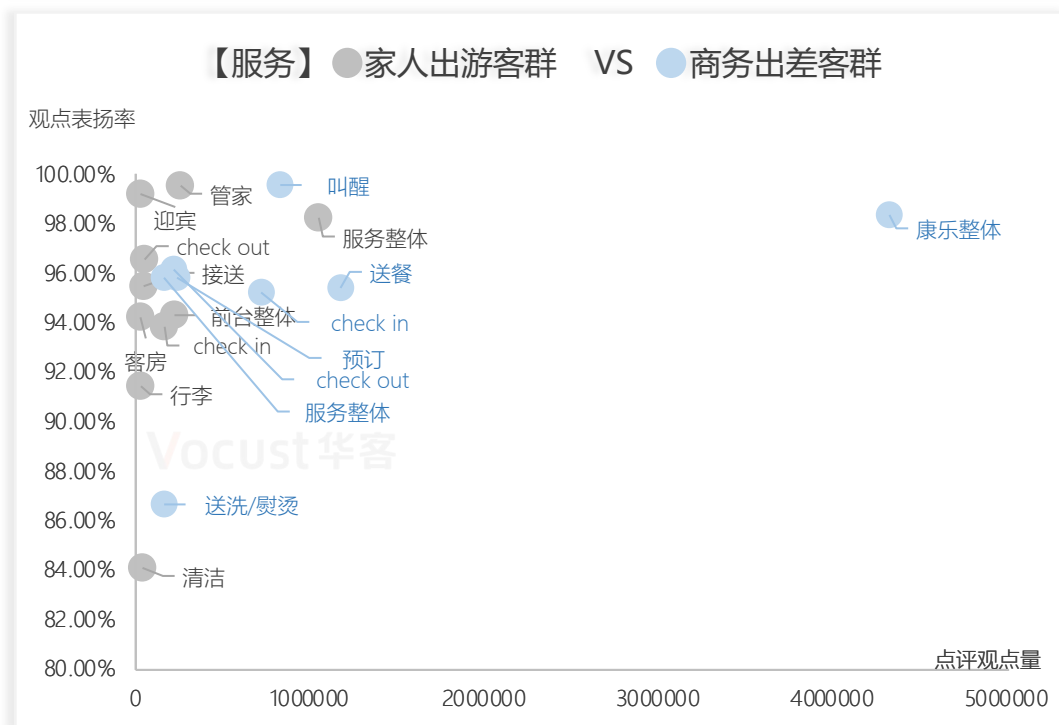
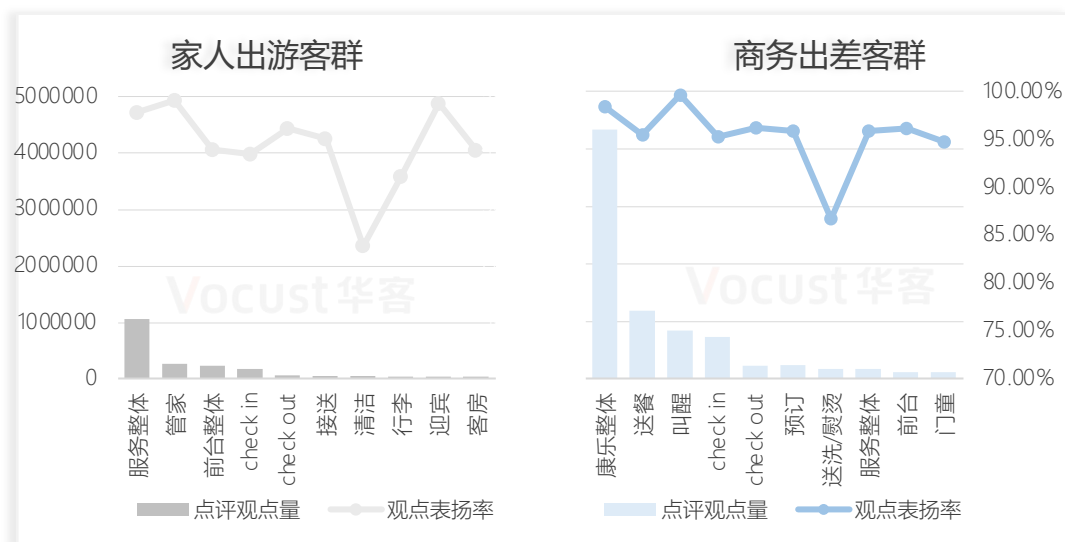


2.2.7 豪华型酒店双客群的服务体验差异 中国饭店协会 × Vocust 华客

【服务】体验差异：家人出游看重亲子细节，商务出差聚焦高效响应

从服务表扬率与观点量的分布来看，家人出游客群更关注服务的全面性与亲子友好细节，商务差旅客群则聚焦于契合商务场景的高效服务与运动休闲配套。豪华型酒店可针对家人出游在清洁服务等维度强化管理，针对商务差旅优化送洗/熨烫等服务效率，同时保持两类客群共性优势服务（如管家、前台整体）的品质，进一步提升不同客群的服务体验满意度。

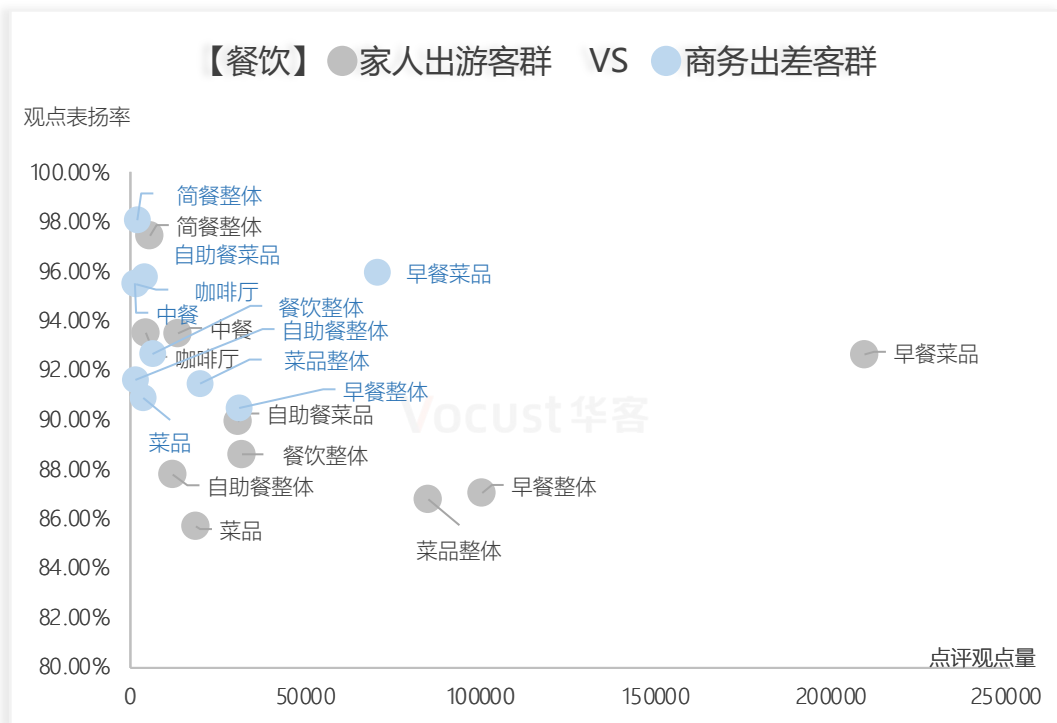
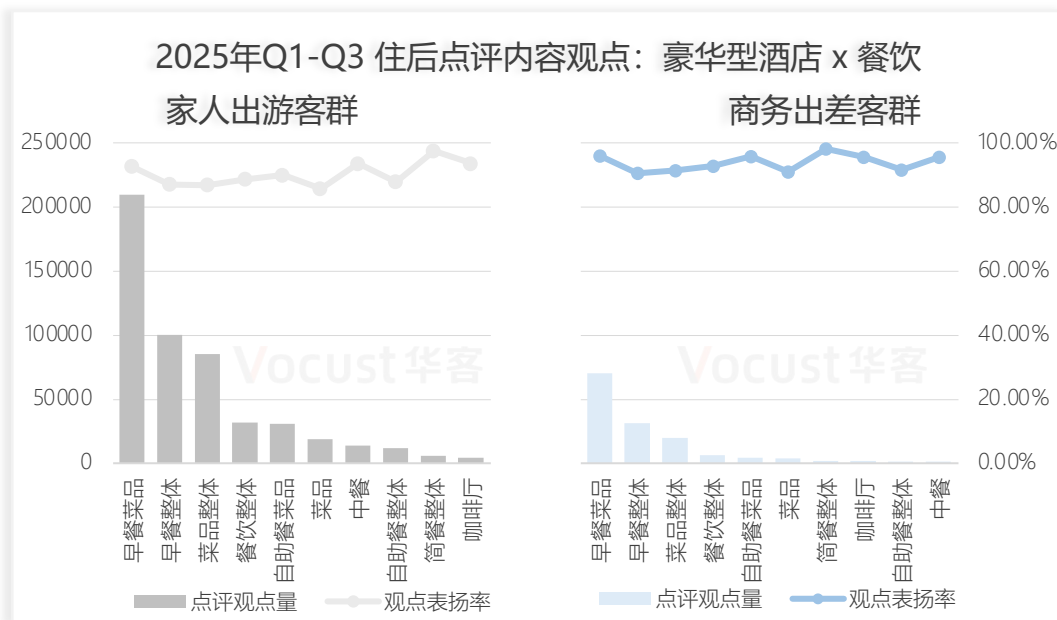
2025年Q1-Q3 住后点评内容观点：豪华型酒店 x 服务



2.2.7 豪华型酒店双客群的服务体验差异

【餐饮】体验差异：家人出游关注多样丰富，商务出差青睐便捷效率

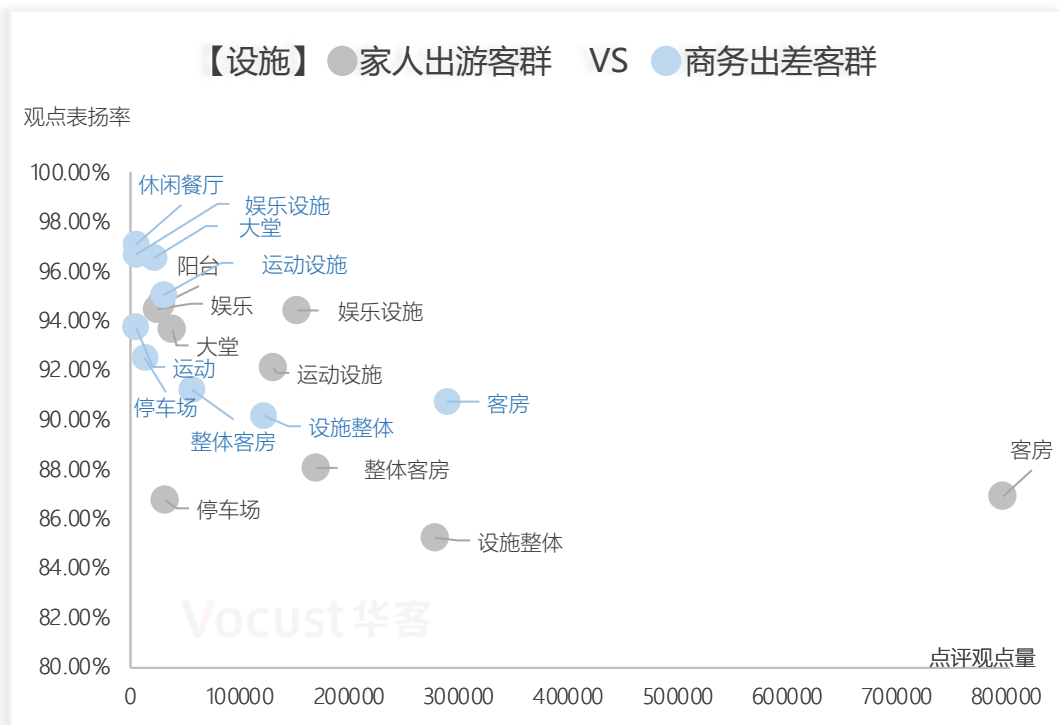
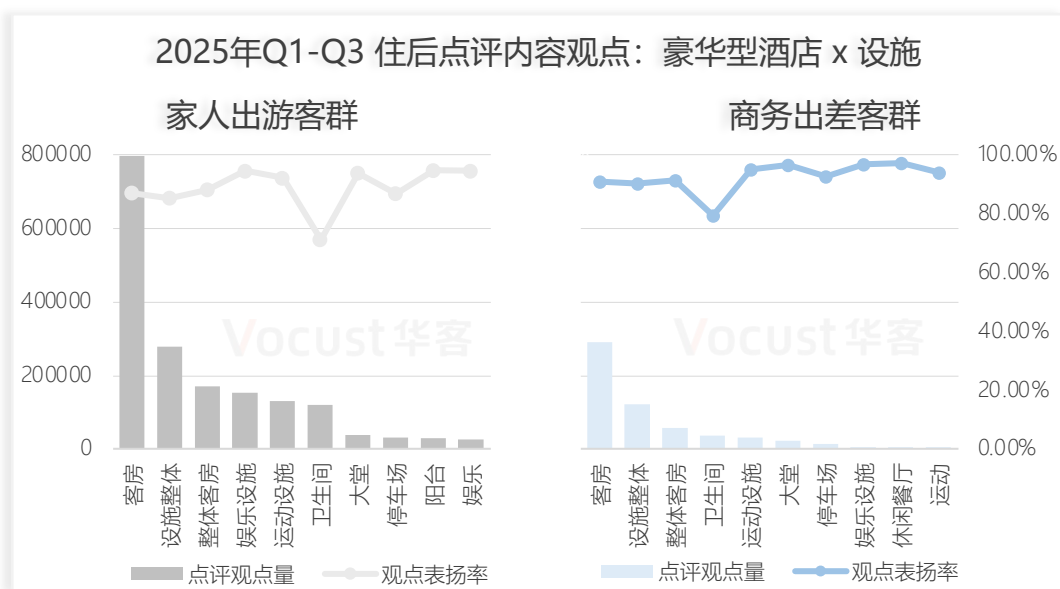
两类客群对豪华型酒店的餐饮满意度都较高。从餐饮表扬率与观点量的分布来看，家人出游客群更关注早餐及餐饮整体的丰富度与品质，商务差旅客群则聚焦于早餐的高效与品质。豪华型酒店可保持两类客群共性优势餐饮（如早餐菜品）的品质，同时针对家人出游可丰富亲子餐饮选择，进一步提升不同客群的餐饮体验满意度。



2.2.7 豪华型酒店双客群的服务体验差异 中国饭店协会 × Vocust 华客

【设施】体验差异：家人出游关注亲子配套，商务出差侧重功能完备

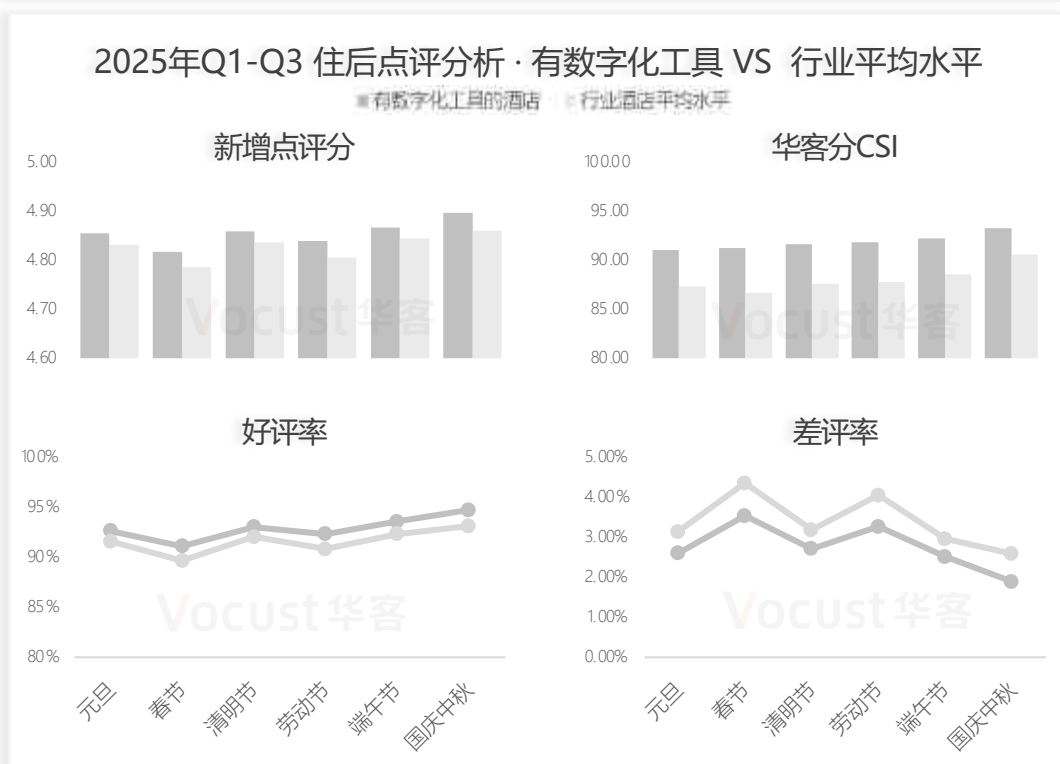
从设施表扬率与观点量的分布来看，家人出游客群更关注客房及设施整体的亲子友好性与丰富度，商务出差客群则聚焦于客房及设施的功能完备性与实用性。豪华型酒店可保持两类客群共性优势设施（如客房）的品质，同时针对家人出游可丰富亲子设施（如儿童游乐区、亲子主题客房），针对商务出差优化办公设施配套，同时提升停车场、卫生间设施的体验，进一步提升不同客群的设施体验满意度。



2.2.8 数字化工具的效能验证

数字化工具或可打破行业“每逢佳节差评多”的“怪律”

对比使用数字化工具的酒店与行业平均水平，数据清晰地展示了技术赋能的价值。在2025年1-9月期间，配备了先进数字化管理工具的酒店，其差评率稳定在优于行业平均水平的区间。尤其是在春节、国庆中秋等运营压力巨大的长假期间，数字化工具在帮助酒店预测需求、优化服务流程、快速响应问题等方面发挥了关键作用，有效缓冲了高峰期的服务压力，从而将差评率控制在更低水平。这不仅验证了数字化转型在提升服务质量方面的实际效果，也为广大酒店，特别是中高端酒店，指明了通过技术投资来提升运营效率和稳定性的可行路径，即利用数据驱动实现服务质量的精细化管理与风险预防。





2.3

住中服务质量指数和洞察

70%的差评，客人在住中都曾反馈过

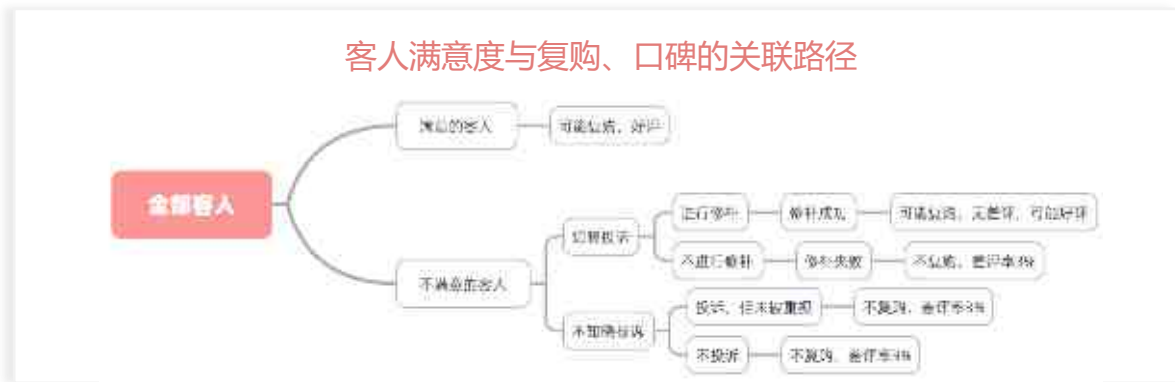


客人满意度与复购、口碑的关联路径

当客人不满意时，
谁负责提高修补成功率？
谁负责提高投诉知晓率？
谁负责降低客户不满率？

酒店需构建“满意客户强化 - 不满意客户分层干预”的全流程管理体系。

一方面通过优质服务提升客户满意度，扩大好评与复购群体；
另一方面建立高效的投诉处理与隐性不满捕捉机制，减少因不满导致的客户流失与差评，最终实现客户留存率与口碑的双向提升。



1. 满意的客人

可能复购并给出好评，是酒店的核心价值客户，需通过会员权益、个性化服务强化其忠诚度。

2. 不满意的客人（知晓投诉）

- 修补成功：可能复购，无差评或可能好评，说明有效投诉处理可挽回客户，需建立“投诉快速响应机制”。
- 修补失败：不复购且差评率 3%，需优化投诉处理流程，如增加投诉升级通道。

3. 不满意的客人（不知晓投诉）

- 投诉未被重视：不复购且差评率 3%。
- 不投诉：不复购且差评率 3%。

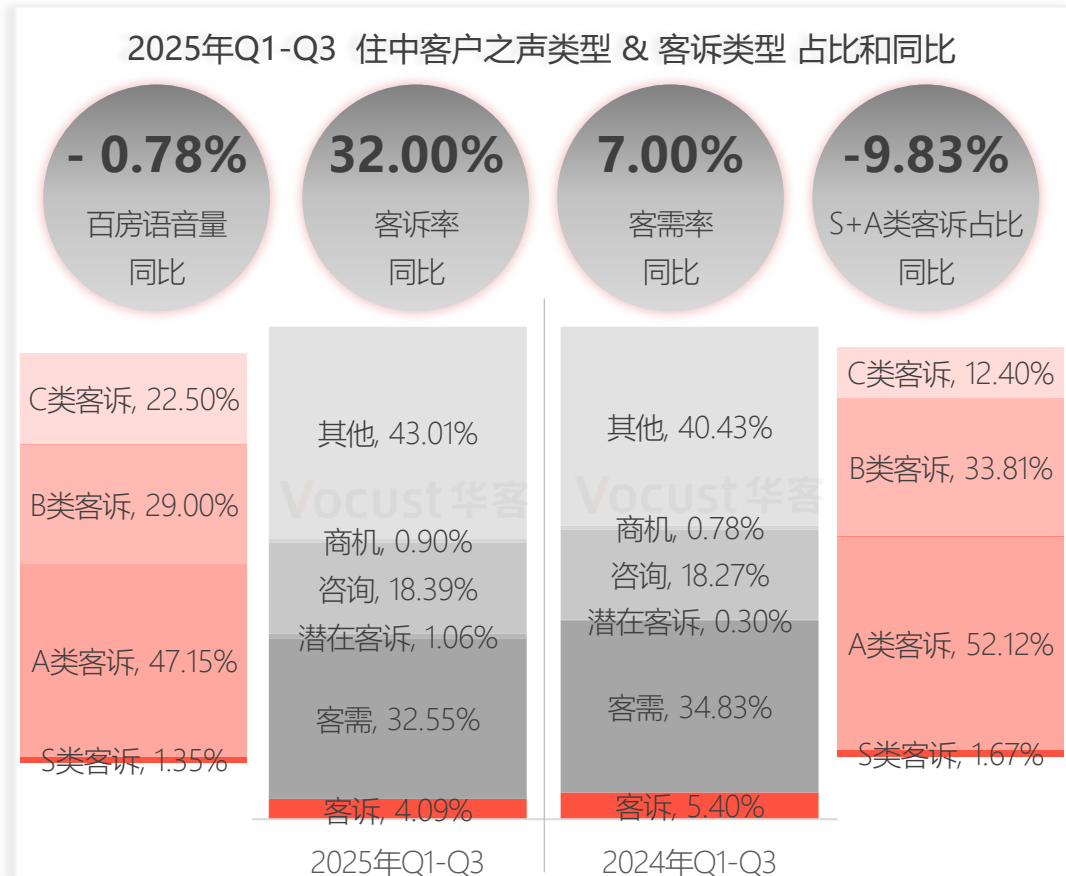
第2、3类客户因未得到有效反馈渠道或重视，最终流失并产生差评，需完善“隐性不满捕捉机制”，如借助数字化工具监督和反馈，通过客房满意度卡片、离店前暗访主动挖掘潜在不满。

2.3.1 住中服务数量和类型

住中客户之声暗流涌动：客诉客需双增长下的服务挑战

2025年前三季度，住中服务环节面临新的挑战。百房语音量同比微降0.78%，但客诉率却同比大幅增长32.00%，客需率也同比增长7.00%。这组数据反映出—个关键变化：**宾客在住期间，主动发起的服务需求和对问题的反馈都在增加。**从语音类型占比来看，“客需”仍是住中沟通的主要类型（32.55%），酒店必须强化对此类需求的响应效率与质量，将其视为创造增值体验的机会。—个积极的信号是，代表高危/高差评风险的S类与A类客诉占比之和同比下降了9.83%，说明酒店对最可能引发严重差评的客诉有了一定的管控能力。当前的压力更多地来自于B类、C类等中低风险的客诉诉求。**酒店需要建立从“事前预防-事中监控-事后复盘”的全流程闭环管理机制**，例如通过智能语音系统实时预警，将客诉处理效能纳入考核等，以系统性应对住中服务压力。

- **事前预防**：基于客诉客需数据，在 OTA 预订页、入住办理时主动提示高频问题解决方案（如“本酒店提供 24 小时设施维修服务，如有需求请随时联系”），降低客诉发生率。
- **事中监控**：运用智能语音分析系统实时抓取住中服务通话，对客诉风险关键词（如“不满意”“投诉”）即时预警，酒店中高层可介入协调。
- **事后复盘**：每周召开客诉客需分析会，将解决效果纳入员工绩效考核，例如客诉处理满意度与奖金挂钩，客需响应效率作为服务之星评选指标，形成“数据驱动 - 行动落地 - 效果评估 - 持续优化”的闭环。

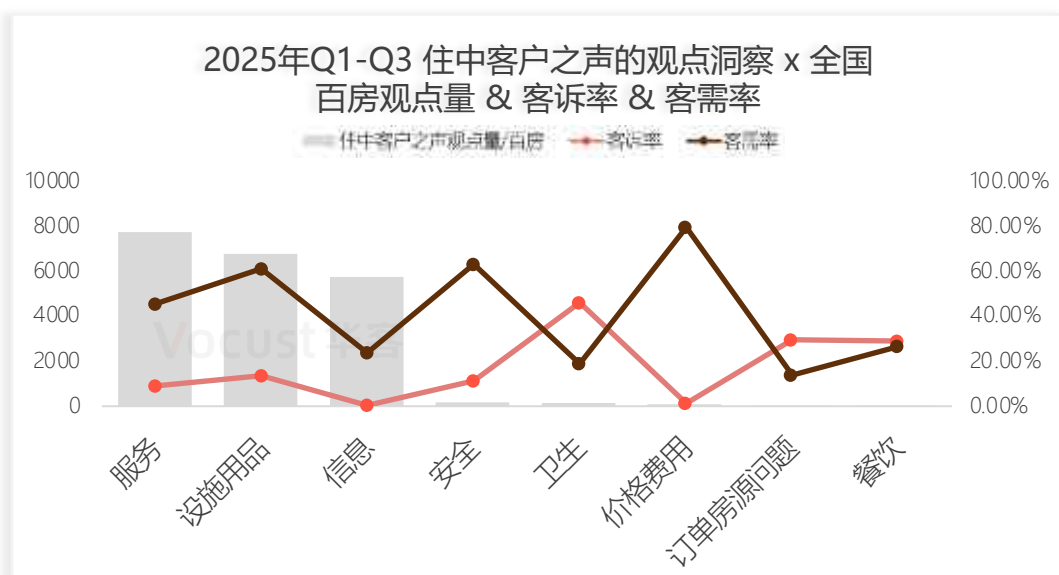


2.3.2 住中服务观点洞察

住中客户之声差异：豪华型聚焦服务设施，高端型需关注卫生安全

2025年Q1-Q3，豪华型与高端型酒店住中客户之声呈现明显差异，豪华型需持续强化服务与设施的优势体验，巩固高客需场景的服务质量；高端型则需针对性优化安全环节的管理，降低客诉风险。两类酒店均可借鉴彼此在卫生、价格费用等低客诉环节的经验，进一步提升住中整体服务品质。

- **豪华型酒店**：服务、设施用品观点量最高，客需量也位居前列，反映宾客对其服务品质和设施配备期望较高；卫生、价格费用等维度客诉量极低，说明在这些环节表现优异。
- **高端型酒店**：服务、设施用品观点量较高，安全维度客诉量相对突出，需关注安全管理细节；卫生、价格费用等维度客诉量也较低，整体表现较为稳定。



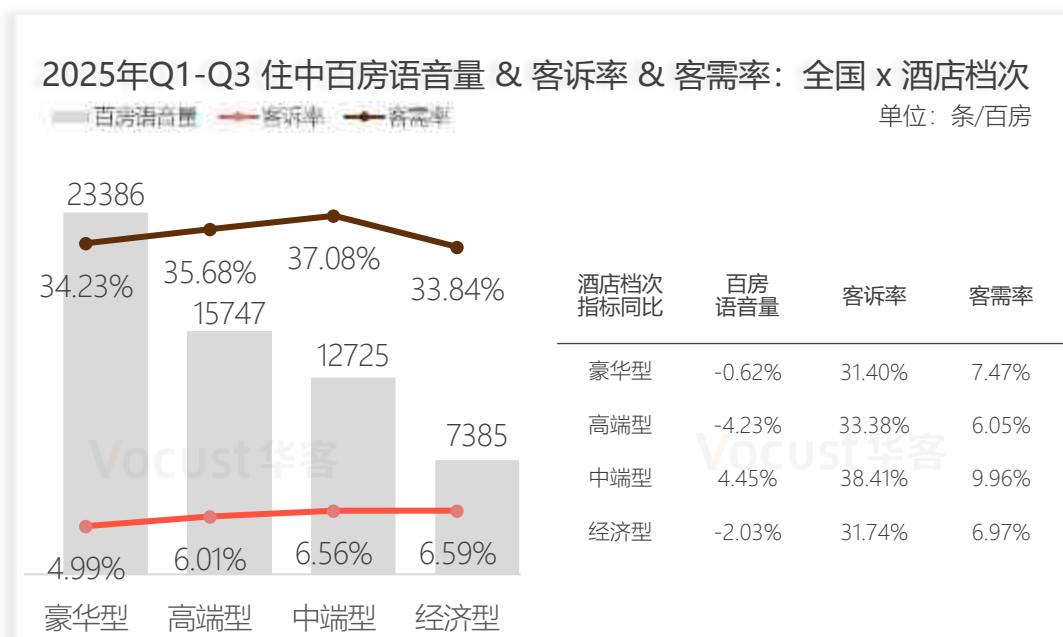
2025年Q1-Q3 住中客户之声的观点洞察 x 全国 x 豪华&高端型酒店

观点	【观点量/百房】		【客诉率】		【客需率】	
	豪华型	高端型	豪华型	高端型	豪华型	高端型
服务	9581	5909	8.40%	10.14%	44.88%	46.76%
设施用品	8090	5541	12.31%	15.47%	62.20%	59.78%
信息	7185	4302	0.52%	0.51%	23.84%	24.29%
安全	230	4302	10.65%	50.76%	62.21%	20.40%
卫生	183	120	42.64%	12.94%	18.62%	65.42%
价格费用	84	112	1.30%	1.54%	75.98%	83.85%
订单房源	43	112	30.42%	28.27%	12.79%	16.90%
餐饮	3	66	28.49%	31.36%	27.21%	25.55%

2.3.3 住中服务修补漏斗

各环节数据均增，客诉管理压力加大

2025年Q1-Q3，住宿业住中服务呈现档次分化态势，豪华型酒店在客诉修补方面展现出系统性优势，中端型酒店因客诉率、客需率双高，成为住中服务优化的重点对象；客诉修补漏斗各环节数据均同比增长，说明客诉管理压力加大，尤其是中端型和经济型酒店需分别强化客诉处理效率和预警查看响应。酒店可针对中端型客群需求特点优化服务流程，同时在全行业层面完善【客诉预警 - 查看 - 处理】的闭环机制，提升住中服务质量的整体表现。



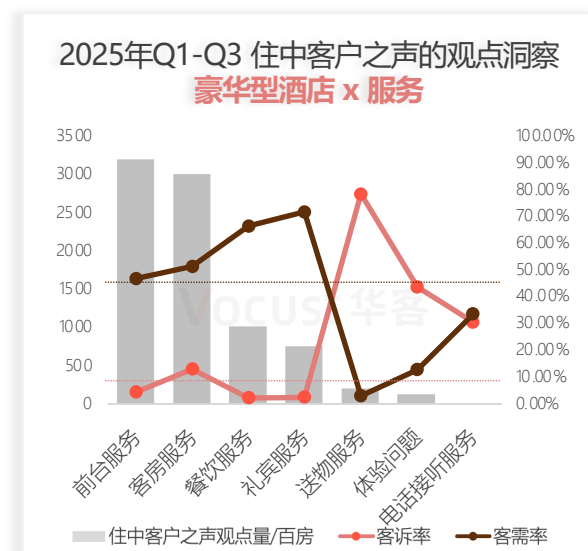
2.3.4 豪华型酒店住中服务观点洞察

【住中服务】洞察：前台客房需求领先，送物服务客诉需重点优化

2025年Q1-Q3，豪华型酒店住中服务前台、客房是需求核心场景，需持续强化其服务品质以满足宾客高期望；送物服务客诉率居高不下，是服务优化的关键突破口。酒店可通过流程标准化、智能技术应用及员工培训，提升前台、客房服务的效率与满意度，同时针对性解决送物服务的客诉痛点，全面提升住中服务体验。

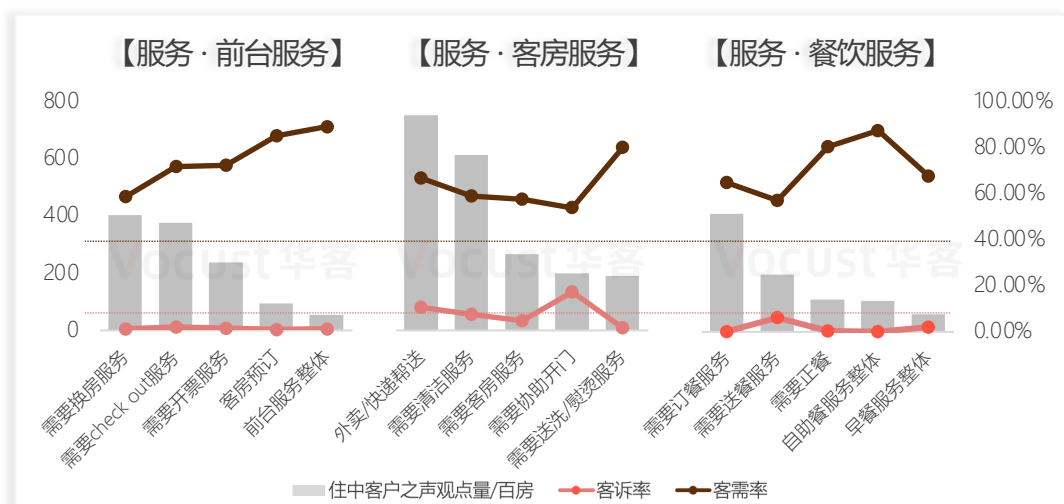
● 服务板块整体表现

- **前台服务**：观点量最高，客需率呈上升趋势，反映宾客对前台服务（如 check out、开票、预订）的需求旺盛，且满意度持续提升。
- **客房服务**：观点量位居第二，客需率保持在较高水平，说明客房服务（如清洁、协助开门、送洗熨烫）是住中体验的核心环节。
- **送物服务**：客诉率显著高于其他服务类型，需重点关注其服务流程与效率，如送物时效性、物品准确性等。



● 细分服务场景分析

- **前台服务**：“需要 check out 服务”“需要开票服务”观点量与客需率双高，酒店可优化线上退房、电子发票流程，减少宾客等待时间。
- **客房服务**：“需要清洁服务”“需要协助开门”是核心需求，可通过智能设备（如客房智能控制系统）提升响应效率，同时强化客房人员培训，确保服务质量。
- **送物服务**：客诉率突出，需建立“送物时效承诺制”，如 5-10 分钟内送达，超时赠送小礼品；优化送物流程，明确责任人与跟踪机制。



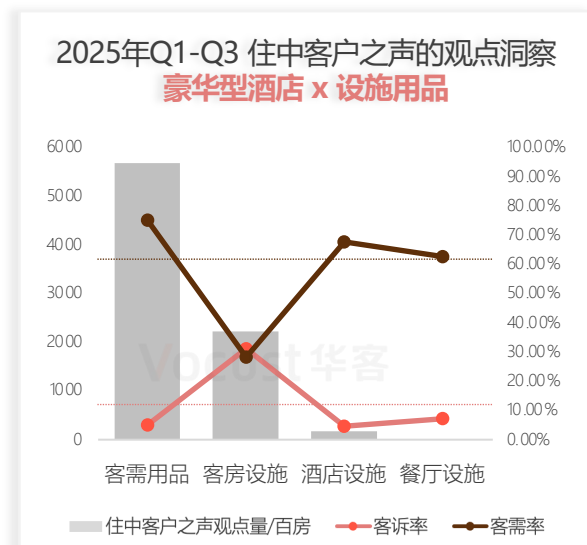
2.3.4 豪华型酒店住中服务观点洞察

【设施用品】洞察：聚焦客需用品需求和网络服务客诉

2025年Q1-Q3，豪华型酒店设施用品中客需用品是需求核心，需保障其优质供应；客房设施是客诉焦点，尤其是空调、房卡、网络需强化管理。酒店需建立设施用品的“需求-客诉”双维度管理机制，针对客需用品强化供应效率与品质把控，针对客房设施的高客诉点实施专项整改。可通过定期收集宾客反馈、分析设施使用数据，持续迭代设施用品的配置与维护策略，以匹配豪华型酒店宾客对设施体验的高期望。

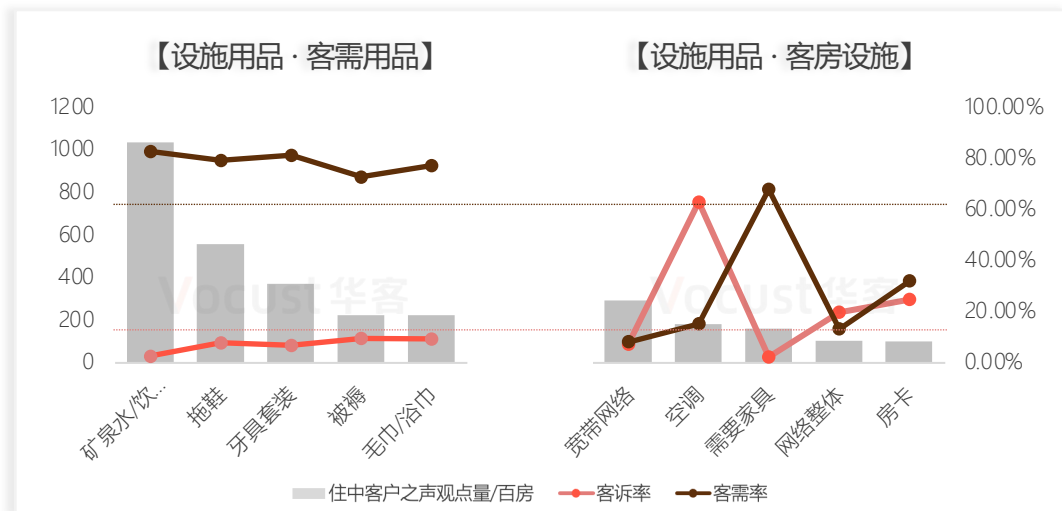
● 设施用品板块整体表现

- 客需用品：观点量最高，其中“矿泉水/饮用水/纯净水”需求尤为突出，客需率保持较高水平，是宾客住中基础需求的核心体现。
- 客房设施：观点量位居第二，“空调”“需要家具”“网络整体”客诉率或客需率较高，是设施体验的关键优化点。
- 酒店设施、餐厅设施：观点量与客诉率、客需率均较低，整体表现平稳。



● 设施用品细分场景分析

- 客需用品：针对“矿泉水/饮用水/纯净水”的高需求，可优化供应流程，如在客房提前配备足量饮品，同时提供个性化选择（如不同品牌、规格）；对拖鞋、牙具套装等用品，保障品质的同时可推出环保替代选项，满足宾客多元需求。
- 客房设施：“空调”需建立定期检修制度，确保制冷制热效果稳定；“需要家具”重点关注舒适度与安全性，如优化床垫硬度、加固家具结构；“网络整体”需升级带宽与设备，提升网络稳定性与网速，可引入智能网络诊断系统，实时监测并解决网络问题。



2.3.4 豪华型酒店住中服务观点洞察

【信息】洞察：订单政策需标化，位置周边要破局

2025年Q1-Q3，豪华型酒店信息服务中订单、服务政策类需求集中，需通过标准化指引提升信息传递效率；位置周边信息客诉率高，是信息服务优化的关键突破口。酒店可通过线上线下多渠道信息整合、智能工具应用，提升信息的准确性、及时性与便捷性，满足宾客对信息服务的高期望。

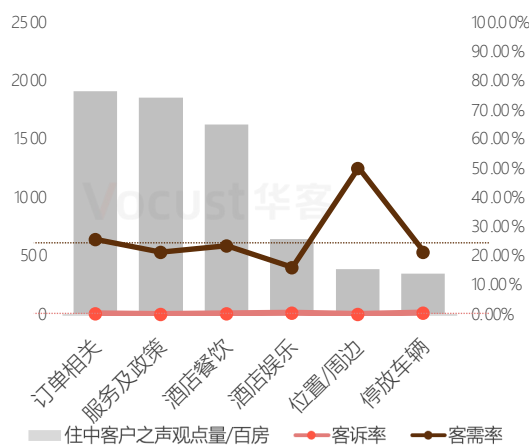
● 信息板块整体表现

- **订单相关、服务及政策、酒店餐饮：**观点量位居前列，反映宾客对订单处理、服务政策、餐饮信息的需求旺盛。
- **位置 / 周边：**客诉率显著高于其他信息类型，提示酒店需关注位置周边信息的准确性与实用性，如周边交通、景点指引等。
- **酒店娱乐、停放车辆：**观点量与客诉率、客需率均较低，整体表现平稳。

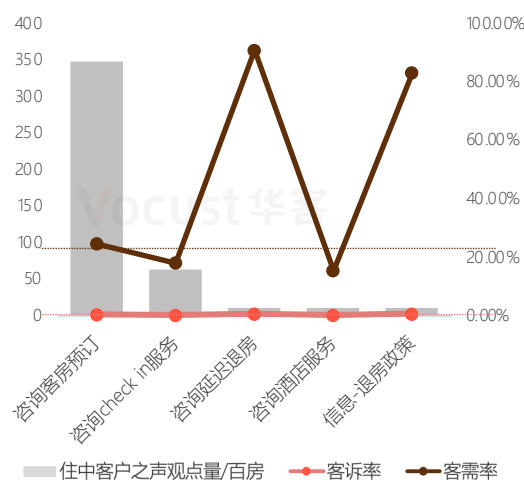
● 信息细分场景分析

- **服务及政策：**“咨询客房预订”“咨询 check-in 服务”“信息 - 退房政策”是核心需求与客诉点，酒店可优化线上预订指引、check-in 流程说明（如推出可视化办理流程图），并在客房放置清晰的退房政策说明卡。
- **位置 / 周边：**客诉率突出，需强化信息的准确性与更新频率，如与本地交通部门合作获取实时路况，与景点签订信息同步协议；可开发酒店专属 APP，内置位置周边的智能导航与推荐系统，提升信息获取的便捷性。

2025年Q1-Q3 住中客户之声的观点洞察
豪华型酒店 x 信息



【信息·服务政策】





2.4

差评转化指数和洞察

衡量酒店客诉处理效果
是服务体验闭环能力的关键指标



差评转化率 = 住后差评观点量 / 住中客诉观点量

差评转化率是住后差评观点量与住中客诉观点量的比值，反映酒店客诉转化为住后差评的概率。指数越高，说明客诉越容易引发差评，是衡量酒店客诉处理效果、服务体验闭环能力的关键指标。

例如：某客诉类型指数为 300%，意味着每 1 次住中客诉，会产生 3 条住后差评，体现该类问题的差评转化风险极高。

分层识别高风险客诉，明确优化优先级

- **聚焦高指数客诉：**这类客诉是“差评放大器”，需优先投入资源解决。
- **区分显性与隐性风险：**
 - 显性高指数客诉：住中客诉量高、差评转化也高，需通过服务标准化、实时质检快速干预。
 - 隐性高指数客诉：住中客诉量低但差评转化极高，需通过全触点体验监测（如神秘顾客、宾客回访）挖掘隐性不满，避免“小问题引发大差评”。

针对性优化策略，降低差评转化

- **硬件类高指数客诉：**建立硬件焕新周期表、实施客诉前置调研
- **服务类高指数客诉：**打造服务标准化体系、强化客诉闭环管理

建立动态监测与迭代机制

- **搭建“差评转化率 Dashboard”：**按客诉类型、时间周期（周 / 月）跟踪指数变化，识别趋势性风险（如某客诉指数逐月上升，需排查是否为服务流程漏洞）。
- **开展竞品对标：**对比同档次酒店的差评转化指数，若自身某类客诉指数显著高于竞品，说明该领域存在体验短板，需针对性学习优化（如竞品在“客房装修设计”的指数更低，可借鉴其硬件焕新策略）。

通过关注差评转化率，酒店可从“被动处理差评”转向“主动管控客诉 - 差评链路”，最终实现客诉减少、差评率下降、宾客满意度提升的良性循环。

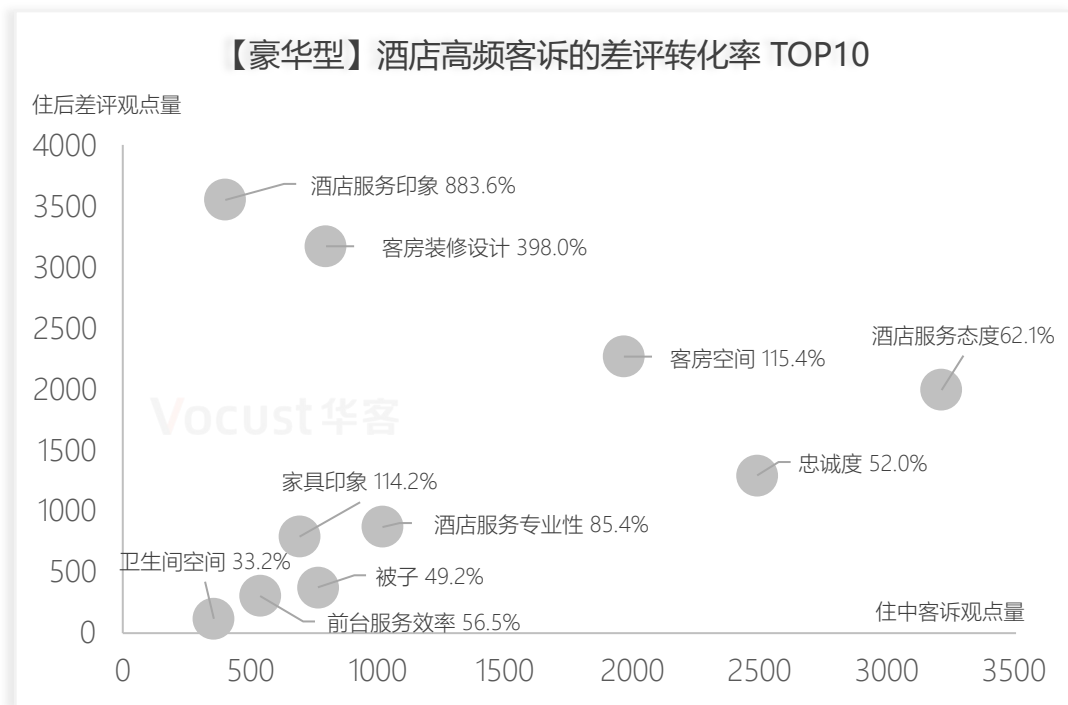
豪华型酒店：酒店服务印象差评转化率超8倍，成隐性差评重灾区

横轴“住中客诉观点量”体现问题的“发生频次”，纵轴“住后差评观点量”体现负面舆情出现在客人面前的次数，百分比体现“转化的严重度”。

豪华型酒店客诉中，服务印象类问题呈现“低客诉、高差评转化”的隐性风险特征，即住中客诉量不高，但住后易形成大量差评，反映这类问题（如员工服务的一致性、品牌体验的连贯性）易被宾客在住后集中反馈。客房装修设计作为硬件类客诉，因豪华型酒店宾客对硬件品质期待高，一旦出现客诉，差评转化风险也极高。相比之下，酒店服务态度等客诉虽住中量高，但差评转化率相对可控，属于显性但易干预的风险。

优化方向建议

- **服务态度与印象管控**：构建“服务印象全触点监测体系”，从入住到退房的每个服务环节设置体验监测点，通过神秘顾客、宾客暗访等方式定期评估，确保服务细节与豪华品牌定位高度契合；同时，强化员工“品牌服务记忆点”培训，减少服务印象类隐性差评。
- **硬件品质提升**：制定“客房装修设计焕新计划”，建立硬件品质动态监测机制（如通过宾客评价、运维数据识别老化设施），对客房装修每3-5年进行一次主题化升级，确保设计风格、材质品质始终匹配豪华客群审美与需求；针对客房空间等硬件客诉，可通过空间优化设计（如多功能家具、智能收纳系统）提升空间利用率与体验感。
- **客诉闭环管理**：建立“客诉-差评”联动追踪机制，对住中客诉及时解决并回访，避免客诉升级为住后差评；同时，分析差评数据，提炼高频问题（如服务态度生硬、客房装修老旧），针对性优化服务与硬件，形成持续改进的闭环。



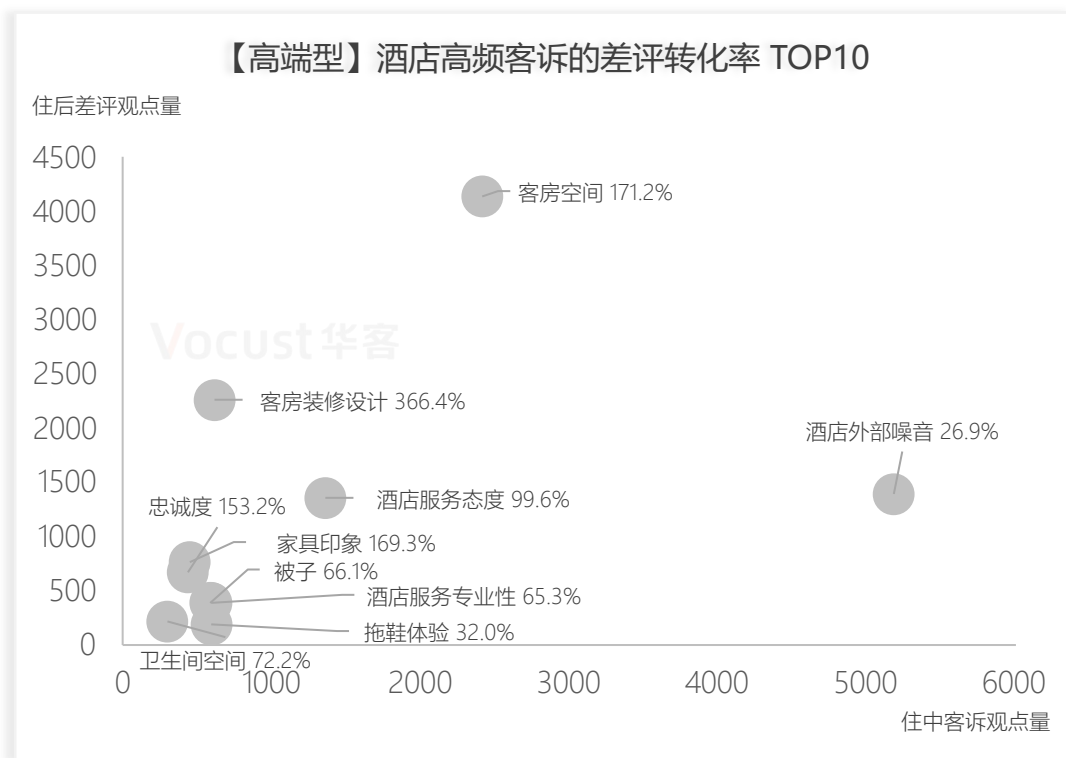
2.4.2 差评转化指数和洞察 · 高端型酒店 中国饭店协会 × Vocust 华客

| 高端型酒店：客房装修设计差评转化率超3倍，硬件与服务态度成核心风险

高端型酒店客诉中，硬件类问题（客房装修设计、客房空间、家具印象）占据差评转化的核心风险领域，反映高端客群对酒店硬件品质（如设计风格、空间布局、家具质感）的高期待，一旦硬件出现瑕疵，易形成大量差评。同时，酒店服务态度差评转化率接近 100%，说明服务态度的好坏直接影响宾客评价，属于需实时管控的显性风险。

优化方向建议

- **硬件品质管控**：制定“硬件品质全生命周期管理体系”，对客房装修设计定期市场调研，确保设计风格与高端客群审美同步；建立家具、空间等硬件的动态监测机制，通过宾客评价、运维数据及时识别老化或体验不佳的硬件设施，如发现家具磨损、空间布局不合理，及时进行焕新或优化。
- **服务态度提升**：开展“服务态度标准化培训”，明确服务中的礼貌用语、肢体语言、响应时效等标准，如要求员工在 3 米内对宾客微笑问好、5 分钟内响应宾客需求；同时，设置“服务态度质检岗”，通过数字化监控、宾客暗访等方式实时监测服务态度，对违规行为及时纠正与考核。
- **客诉前置干预**：针对客房装修设计、酒店服务态度等高频高转化客诉，建立“客诉预判 - 前置解决”机制，如在客房布置“硬件满意度调研卡”，提前收集宾客对装修、家具的反馈；对服务态度可能存在问题的场景（如高峰期前台），增派服务人员并授权快速补偿权限，将客诉解决在住中阶段，降低差评转化可能。





2.5

绿色服务洞察和行动指南

绑定核心营收场景做差异化卖点

打造“绿色+”融合服务产品

开辟新的客流增长路径

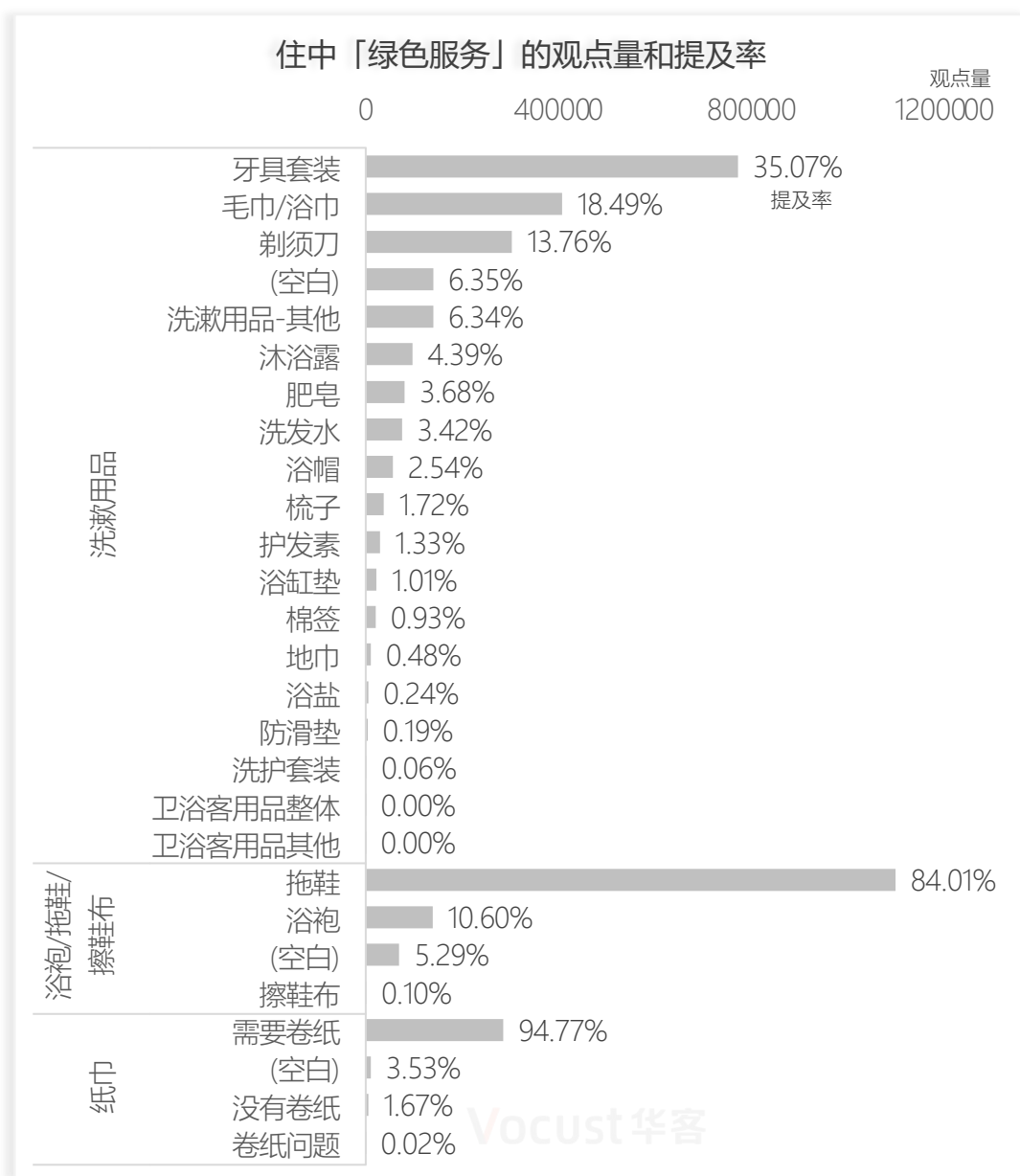


2.5.1 绿色服务洞察

住中客户之声：拖鞋、卷纸提及率超九成 牙刷套装成绿色服务优化关键

2025 年 Q1-Q3 住中绿色服务中，拖鞋、卷纸因高提及率成为宾客关注的核心绿色场景，酒店需强化这类用品的绿色供应模式（如拖鞋采用可消毒循环材质、卷纸提供环保材质选项）；牙刷套装作为洗漱用品的核心提及项，需优化其绿色属性（如推广可降解材质、推出“按需领取”服务）。

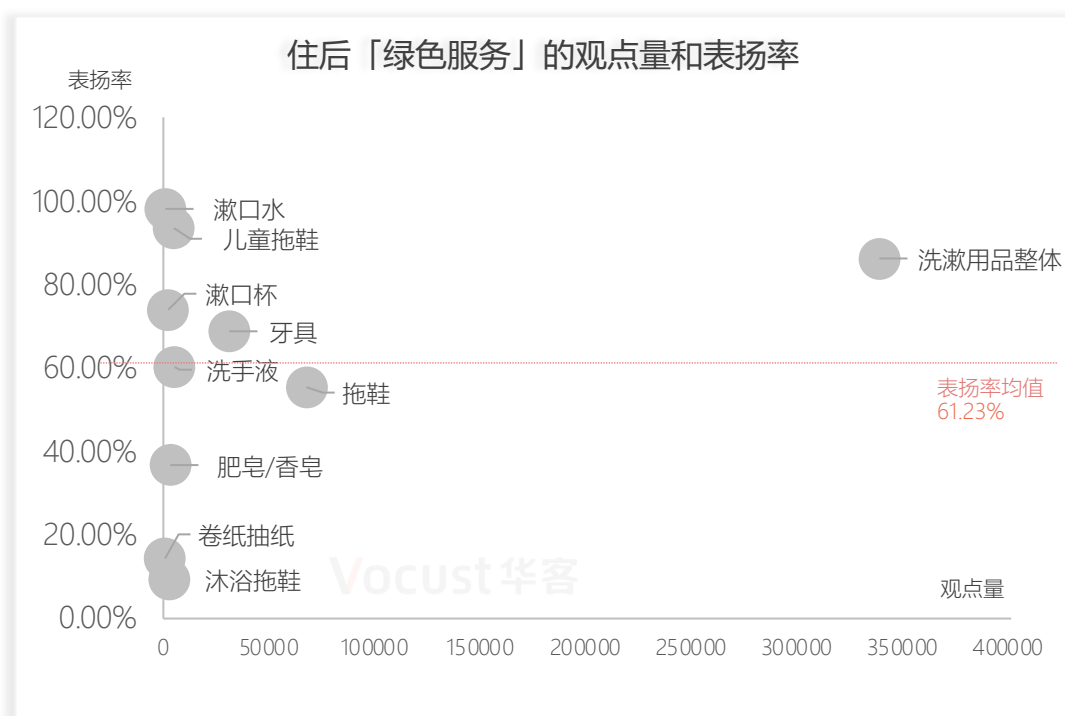
同时，对于提及率较低的洗漱用品（如浴帽、梳子），可探索更轻量化的绿色方案（如减少包装、采用环保材质），整体构建分层化的住中绿色服务体系，满足宾客对绿色住宿的多元需求，提升品牌的绿色竞争力。



2.5.1 绿色服务洞察

住后客户之声：漱口水、儿童拖鞋表扬率超九成 卷纸、沐浴拖鞋需重点优化

2025 年 Q1-Q3 住后绿色服务中，漱口水、儿童拖鞋等物品因绿色属性（如可降解材质、人性化设计）获得高表扬率，酒店可强化这类优势品的推广与供应；卷纸抽纸、沐浴拖鞋表扬率偏低，需从绿色材质（如环保纸浆、可循环拖鞋）、使用体验（如卷纸厚度、拖鞋防滑性）等维度优化。同时，洗漱用品整体表扬率 86.48% 高于均值，说明整体绿色服务框架较稳固，酒店可针对弱势品类制定“绿色服务提升清单”，通过材质升级、服务说明（如绿色用品使用指南）等方式，缩小品类间表扬率差距，全面提升住后绿色服务的宾客认可度。



2.5.1 绿色服务洞察

酒店问卷：基础举措普及度高 减塑节约需深化 营收转化待挖掘

在对酒店的问卷调研发现：

● 绿色服务实施现状

- **核心普及项：**客房节水节电、反餐饮浪费的提及度均达 98，是酒店绿色服务的核心落地领域，说明这类与日常运营紧密相关的基础绿色举措已实现广泛覆盖，成为行业绿色服务的标配动作，如通过智能水电系统控制客房能耗、推行“光盘行动”奖励等。
- **待强化项：**减塑去塑、节约资源的提及度为 80，虽有一定实施基础，但相较于前两项仍有提升空间，反映酒店在塑料替代（如可降解包装、循环餐具）、资源循环利用（如布草洗涤优化、旧物改造）等领域的措施力度或覆盖范围有待深化。

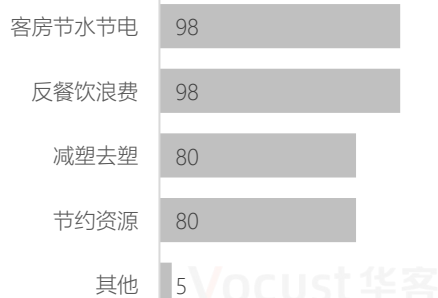
● 绿色服务价值洞察

从酒店对“客流 / 营收增长”服务的认知来看，绿色环保服务提及度 64，低于亲子、宴会等服务，说明酒店对绿色服务的营收转化价值认知仍处于相对弱势，未充分意识到绿色服务在吸引环保意识强的客群（如年轻群体、企业客户）、打造差异化品牌形象方面的潜力。

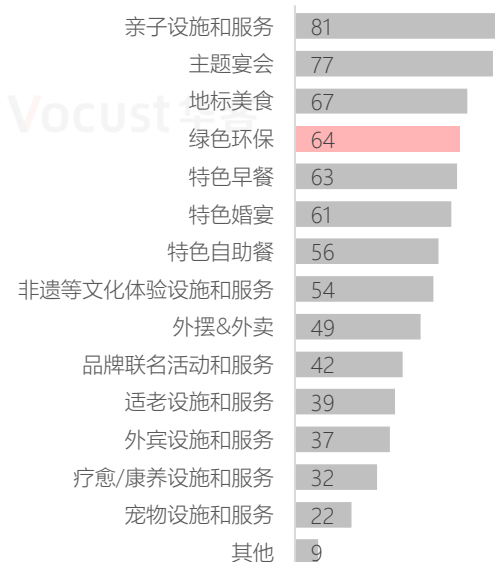
● 优化方向

- **针对减塑去塑、节约资源，可推出“绿色服务升级计划”，**如全面替换可降解一次性用品、建立客房布草“以旧换新”循环体系，同时通过宣传物料（如客房绿色服务卡片）强化宾客感知。
- **探索“绿色+”融合模式，**将绿色服务与亲子、宴会等营收核心服务结合，如打造“绿色亲子主题房”（配备环保玩具、可降解儿童用品）、推出“碳中和宴会套餐”，以此挖掘绿色服务的营收转化潜力，实现环保价值与商业价值的双向提升。

酒店已提供的绿色服务（多选）



酒店认为【客流/营收增长】的宾客服务（多选）



多维拆解，精准提升：绿色服务宾客满意度的影响因素与优化策略

● 产品属性维度

- **材质环保性**：如漱口水采用可降解包装、儿童拖鞋使用环保 EVA 材质，因契合宾客对绿色生活的追求，表扬率超九成。反之，卷纸若使用非环保材质，易引发不满，表扬率仅 14.46%。
- **功能实用性**：牙具的刷毛硬度、拖鞋的防滑性等功能表现，直接影响宾客体验。例如沐浴拖鞋因防滑性不足，表扬率仅 9.38%；而儿童拖鞋因尺寸适配、设计贴心，表扬率达 93.78%。

● 服务供给维度

- **供应精准性**：按需供应绿色用品（如牙具套装“默认不提供，按需领取”）可提升满意度，强制提供易造成浪费感的用品（如卷纸过度供应）则可能降低表扬率。
- **说明清晰性**：对绿色用品的环保属性、使用方法进行清晰说明（如在洗漱台放置“可降解牙具使用指南”），能强化宾客对绿色服务的感知，提升满意度。

● 客群需求维度

- **细分客群适配**：儿童客群对绿色儿童拖鞋的需求强烈，表扬率高达 93.78%；商务客群更关注漱口水、漱口杯的品质与便捷性，这类用品表扬率也处于高位。
- **需求场景匹配**：住客在不同场景下对绿色服务的需求不同，如沐浴时对防滑沐浴拖鞋的需求，若未被满足，易引发差评；而日常洗漱对环保漱口水的需求被满足后，满意度显著提升。

● 品牌感知维度

- **绿色理念传达**：酒店通过持续的绿色服务宣传（如官网展示绿色认证、客房放置绿色服务故事卡），可强化宾客对品牌绿色承诺的信任，进而提升对绿色服务的满意度。
- **服务一致性**：从入住到退房的全流程绿色服务保持一致（如始终提供环保洗漱用品、践行绿色清洁流程），能形成稳定的绿色品牌形象，提高宾客满意度。

2.5.2 绿色服务提升行动指南

客群细分，精准破局：基于客群需求的绿色服务优化路径

- **家庭客群：聚焦儿童与家庭绿色体验**
 - 服务设计：推出“亲子绿色套餐”，包含儿童专用环保拖鞋（如防滑、可降解材质）、儿童洗漱套装（迷你版可降解牙刷、儿童专用漱口水），并在客房放置“家庭绿色出行指南”（如周边绿色景点、环保餐饮推荐）。
 - 供应策略：通过预订系统识别家庭客群，提前准备儿童绿色用品；在儿童活动区设置绿色手工体验（如用可回收材料制作玩具），强化家庭客群对绿色服务的感知与参与度。
- **商务客群：强化高效与品质的绿色融合**
 - 服务设计：提供“商务绿色办公包”，内含可降解文件袋、环保笔具；在行政酒廊供应有机咖啡、环保包装的小食，满足商务客群对高效、品质的需求同时传递绿色理念。
 - 供应策略：针对商务客群的高频差旅属性，推出“绿色差旅积分计划”，每选择一次绿色服务（如使用可循环拖鞋、拒绝一次性洗漱用品）即可累积积分，兑换房型升级等权益。
- **年轻客群：打造社交化绿色互动场景**
 - 服务设计：推出“绿色盲盒”服务，住客可随机获得环保文创产品（如可降解材质的手机支架、环保袋）；在酒店公区设置“绿色打卡点”（如由可回收材料搭建的艺术装置），鼓励年轻客群拍照分享至社交平台。
 - 供应策略：与潮流环保品牌联名，推出限量版绿色洗漱用品；通过酒店 APP 发起“绿色生活挑战”（如连续 3 天使用可循环用品），完成挑战可解锁专属绿色礼遇，激发年轻客群的参与热情。
- **老年客群：优化适老绿色服务细节**
 - 服务设计：提供大字体“绿色服务说明卡”，清晰标注各用品的环保属性与使用方法；配备防滑性强的可循环沐浴拖鞋、易抓取的环保肥皂（如带防滑纹路的香皂），提升老年客群的使用安全性与便利性。
 - 供应策略：针对老年客群的健康需求，推出“有机养生茶包”“环保材质的中药泡脚袋”；在客房设置“一键绿色服务”按钮，可快速呼叫服务人员补充或更换绿色用品，减少老年客群的操作难度。
- **通用优化策略：构建客群标签与服务匹配体系**
 - 数据驱动：通过会员系统、预订信息收集客群标签（如家庭、商务、年龄），建立“客群 - 绿色服务”匹配数据库，实现绿色服务的精准推送。
 - 动态迭代：定期开展客群调研，分析不同客群对绿色服务的新需求（如年轻客群对可持续时尚的关注、老年客群对适老环保设施的需求），持续优化各客群的绿色服务内容与形式，确保服务始终契合客群需求变化。

多维度量化，全周期追踪：绿色服务优化策略的效果评估体系

● 核心指标监测

- 宾客反馈维度：

- **表扬率**：跟踪各绿色服务品类的表扬率变化，如优化后儿童拖鞋表扬率从 93.78% 提升至 95% 以上，说明策略有效。
- **差评率**：关注绿色服务相关差评的减少情况，如卷纸抽纸差评率从 85.54% (1-14.46%) 下降至 70% 以下，体现优化成效。
- **满意度调研**：通过住后问卷、APP 弹窗调研，收集宾客对绿色服务的满意度评分，设置“绿色服务满意度”专项指标，对比优化前后的分值变化。

- 运营效率维度：

- **成本变化**：分析绿色服务优化后的采购成本、人力成本（如可循环用品的清洗成本）变化，若成本降低且服务质量提升，说明策略具备可持续性。
- **资源消耗**：统计一次性用品的消耗量变化，如牙具套装使用量下降 30%，反映绿色服务的推广效果。

● 客群行为分析

- **复购关联**：分析使用绿色服务的客群复购率，如家庭客群因儿童绿色套餐复购率提升 20%，说明策略增强了客群粘性。
- **口碑传播**：追踪社交平台上关于酒店绿色服务的提及量、正面评价占比，如年轻客群在小红书分享“绿色盲盒”的笔记量月增 50%，体现口碑传播效果。

● 全周期评估流程

- **阶段评估**：在策略实施 1 个月、3 个月、6 个月时分别开展评估，对比不同阶段的指标变化，识别策略的短期效果与长期影响。
- **AB 测试验证**：对同一客群实施不同绿色服务优化方案（如 A 组提供可降解牙具，B 组提供传统牙具），通过指标差异（如表扬率、复购率）验证最优策略。

● 行业对标参考

- 对比同档次酒店的绿色服务表扬率、资源消耗率等指标，若自身指标优于行业均值，说明优化策略具备竞争力；若存在差距，需分析原因并调整策略。



2.6

餐饮服务洞察和体验升级建议

以地域文化为核心打造差异化餐饮 IP

通过“特色场景 + 互动体验”的内容营销吸引客群

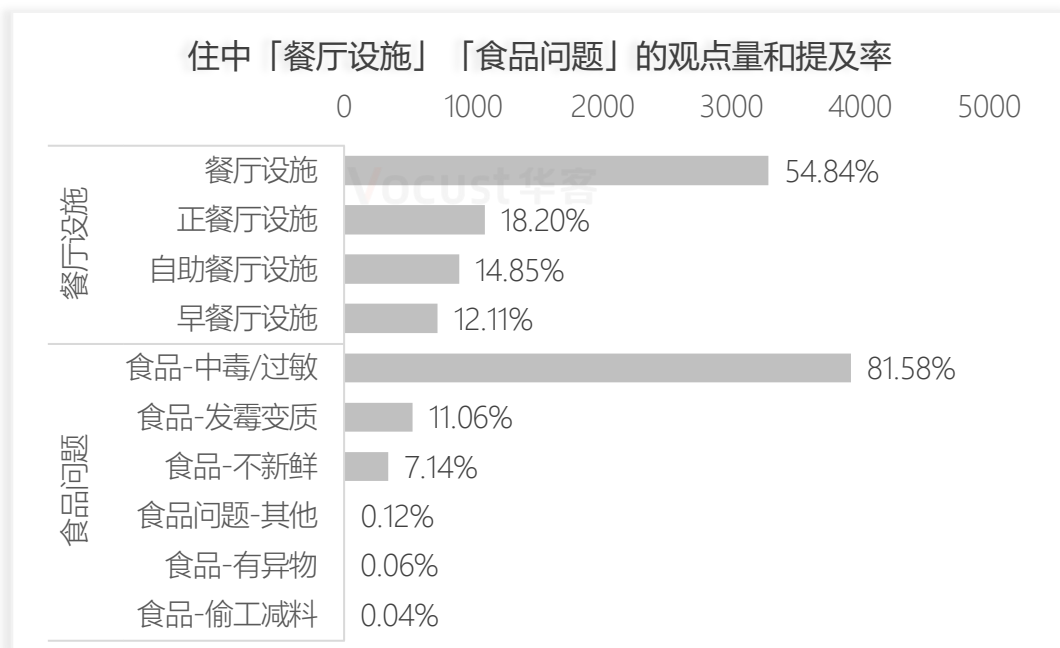
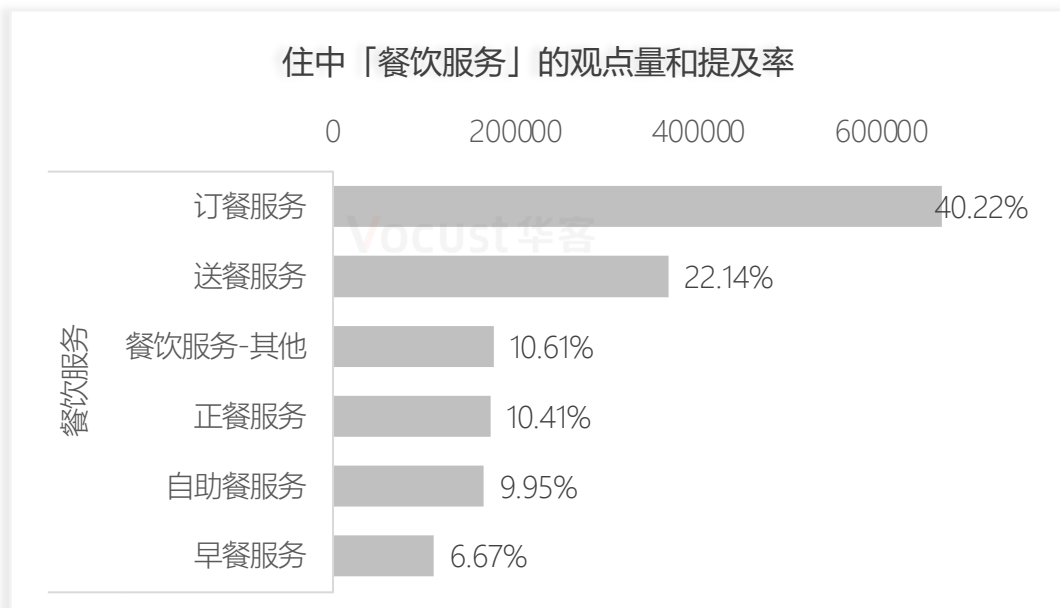
构建差异化竞争的增长曲线



2.6.1 餐饮服务洞察

住中客户之声：订餐服务提及率超四成，食品中毒 / 过敏成核心风险需严控

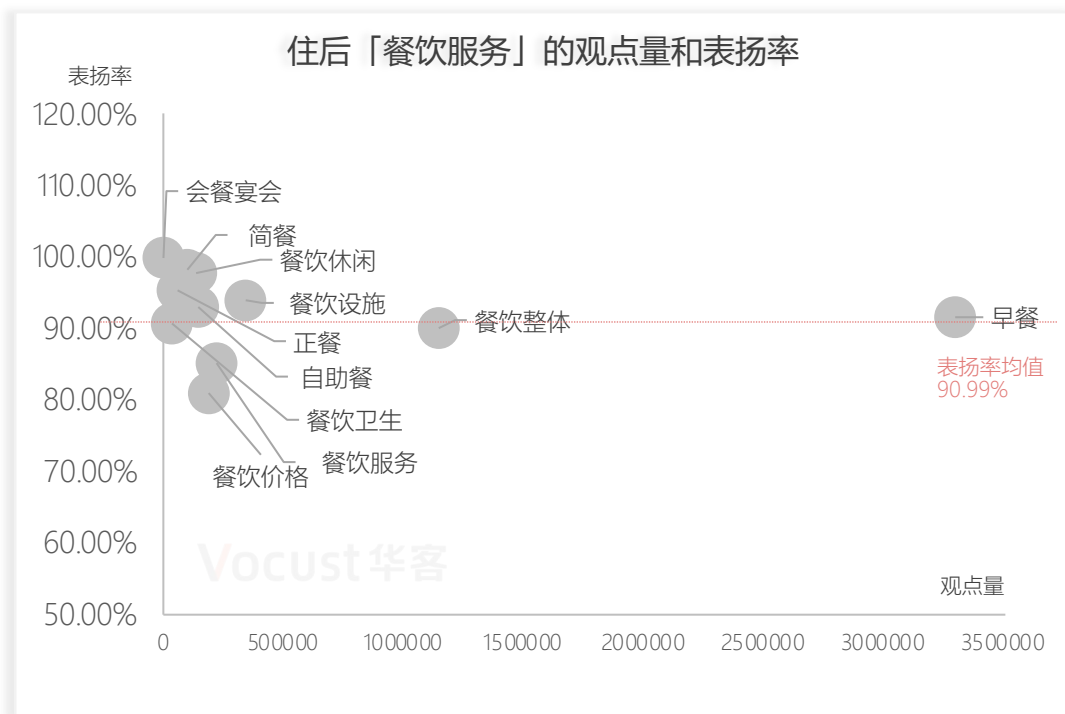
2025 年 Q1-Q3 住中餐饮服务中，订餐服务因便捷性需求提及率最高，酒店需优化订餐渠道（如升级智能订餐系统、丰富菜品选择）以提升服务效率；食品中毒 / 过敏问题提及率高达 81.58%，反映其是餐饮安全的关键风险，需从食材采购（如建立溯源体系）、加工流程（如强化 Allergen 管理）、员工培训（如急救知识、食品安全意识）等维度全面管控。同时，餐厅设施整体提及率超五成，需关注设施的清洁度、舒适度与功能性（如用餐区布局、餐具品质），通过多维度优化，实现住中餐饮服务的体验提升与风险降低，保障宾客的餐饮满意度与安全。



2.6.1 餐饮服务洞察

住后客户之声：订餐服务提及率超四成 食物中毒 / 过敏成核心风险需严控

2025 年 Q1-Q3 住后餐饮服务中，会餐宴会、简餐等场景因服务专业性、便捷性等优势获得高表扬率，酒店可强化这类场景的服务标准与推广；餐饮价格、餐饮服务表扬率偏低，需从价格透明度（如推出明码标价的套餐、会员折扣）、服务细节（如服务员响应速度、个性化推荐）等维度优化。同时，餐饮整体表扬率 90.14% 接近均值，说明整体餐饮服务质量较稳定，酒店可针对弱势品类制定“餐饮服务提升计划”，通过价格调整、服务培训等方式，缩小品类间表扬率差距，全面提升住后餐饮服务的宾客认可度，进一步巩固餐饮口碑优势。



2.6.1 餐饮服务洞察

酒店问卷：主题宴会、地标美食等特色餐饮成客流营收增长核心抓手

在对酒店的问卷调研发现：

酒店将主题宴会、地标美食、特色早餐等餐饮服务视为客流和营收增长的关键，反映出特色化、场景化的餐饮体验已成为酒店提升竞争力的重要方向。

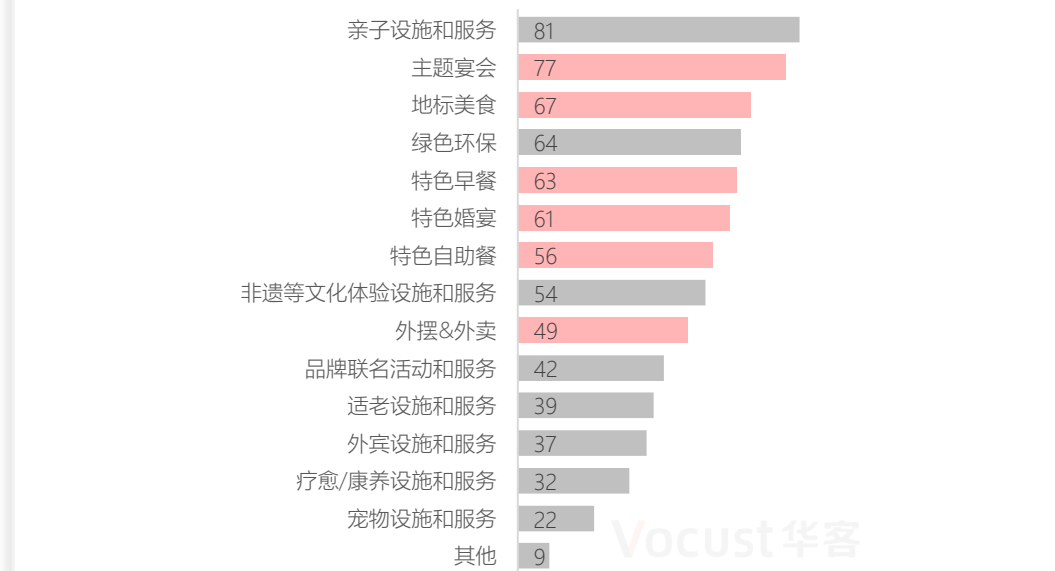
主题宴会凭借其社交属性与场景价值，成为餐饮营收的核心引擎；地标美食、特色早餐等则依托地域文化与差异化体验，吸引客源并提升消费频次。

外摆 & 外卖虽提及度低于前几类，但也体现出酒店对餐饮多元化经营（如拓展外送市场、打造网红外摆打卡点）的探索。

● 优化方向建议

- **主题宴会**：强化场景打造与服务定制，如推出“国风主题宴会”“企业定制化年会宴”，融入特色餐饮（如地域招牌菜、创意融合菜）与专属服务（如宴会管家、个性化菜单设计），提升宴会的附加值与客户粘性。
- **地标美食**：深挖地域饮食文化，打造“地标美食体验区”，推出包含本地非遗美食、网红小吃的套餐，搭配美食文化讲解服务，形成“吃 + 玩 + 学”的沉浸式体验，吸引游客与美食爱好者。
- **特色早餐与自助餐**：聚焦品质与差异化，特色早餐推出“季节限定早餐档”（如春季香椿宴、秋季蟹粉套餐），特色自助餐引入“本地食材盲盒”（如每日限量供应的本地稀有食材），通过稀缺性与新鲜感提升吸引力。
- **外摆 & 外卖**：打造“网红外摆餐饮场景”，如花园式外摆区、工业风餐车，配合外卖“酒店招牌菜到家”服务，拓展本地客源市场，实现餐饮营收的多渠道增长。

酒店认为【客流/营收增长】的宾客服务（多选）



| 特色场景双驱动，餐饮体验新升级 —— 酒店餐饮服务特色化与场景化提升策略

● 特色化体验打造

- 地域文化深度融合：

- 挖掘本地非遗美食、老字号菜品，打造“地域美食博物馆”式餐厅，如在四川地区推出“川味非遗宴”，包含糖油果子制作体验、川剧变脸互动等，让食客沉浸式感受地域饮食文化。
- 开发“季节限定特色菜单”，结合本地当季食材推出限定菜品，如江南春季的“香椿全宴”，从香椿芽炒蛋到香椿酥饼，形成系列化特色餐饮产品。

- 主题化菜品创新：

- 推出“故事化菜品”，每道菜品搭配背后的文化故事或创意灵感，如“丝绸之路商旅餐”，菜品命名为“驼铃烤肉”“驿站杂粮饭”，并附上古商道饮食故事卡片。
- 打造“食材盲盒”服务，每日推出限量的本地稀有食材或创意融合菜，如“云南菌子盲盒”，食客可随机获得当日采摘的珍稀菌菇制作的菜品，增加用餐惊喜感。

● 场景化体验构建

- 沉浸式场景营造：

- 针对主题宴会，打造“时光穿梭宴”，如“民国风情宴”，餐厅布置成民国茶馆风格，服务员身着民国服饰，菜品为民国时期流行的海派菜，让宾客在就餐中体验时代风情。
- 推出“自然景观餐区”，如在湖边设置“星空晚餐”区域，食客可在湖边帐篷内享用晚餐，搭配乐队现场演奏，营造浪漫就餐场景。

- 互动式场景设计：

- 打造“厨房开放日”，每月选定一天开放后厨，食客可观摩特色菜品制作过程，甚至参与简单环节（如披萨饼底制作、鸡尾酒调制），如在意大利餐厅开展“意面大师课”，食客可学习制作手工意面并品尝自己的作品。
- 针对亲子家庭，设置“小小厨师”体验区，配备儿童专用厨具和食材，让孩子在家长陪同下制作迷你汉堡、卡通饼干，提升家庭客群的参与感与粘性。

● 融合运营策略

- **数据驱动的客群匹配：**通过会员系统分析客群偏好，为不同客群推送定制化特色场景餐饮服务，如为年轻客群推荐“网红打卡主题餐”，为商务客群推荐“私密定制化宴会”。
- **多渠道场景营销：**利用抖音、小红书等平台打造“场景化餐饮打卡点”，如推出“悬浮下午茶”“空中花园宴”等视觉冲击力强的场景，吸引客群到店体验并自发传播。
- **服务流程场景化嵌入：**在餐饮服务全流程中融入场景元素，如在武侠主题餐厅，服务员以“店小二”“侠客”身份提供服务，上菜时附带“武功招式”式菜品介绍，让场景体验贯穿用餐全程。

PART 03

体验案例



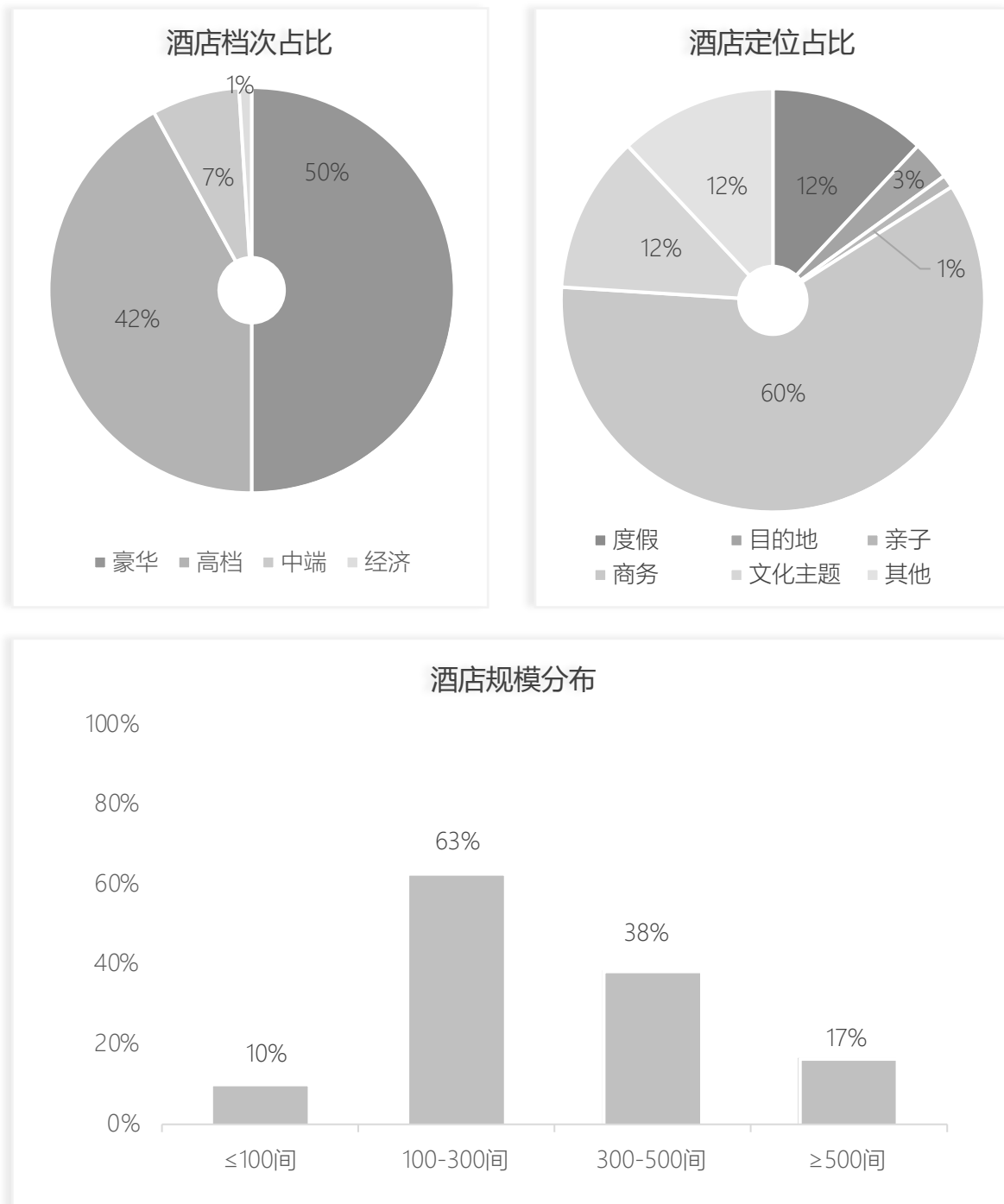
3.1

酒店调研问卷概况



3.1 酒店调研问卷概况

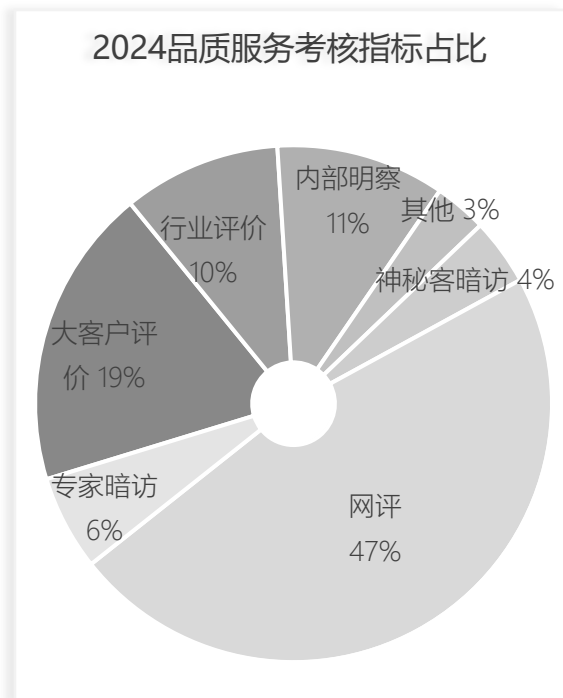
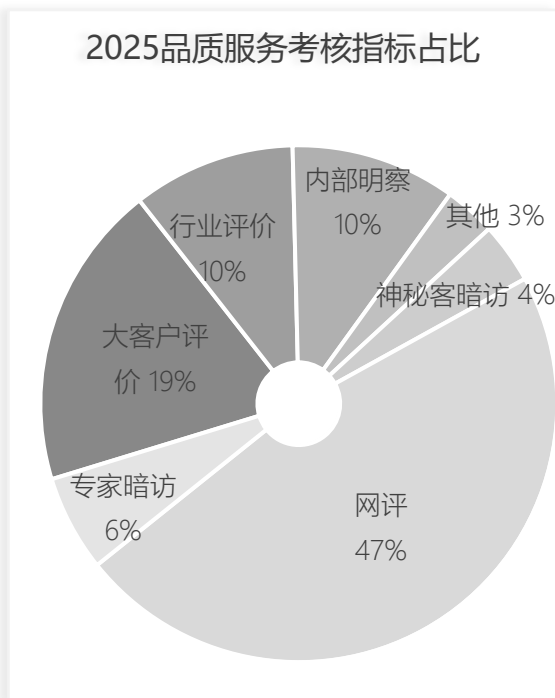
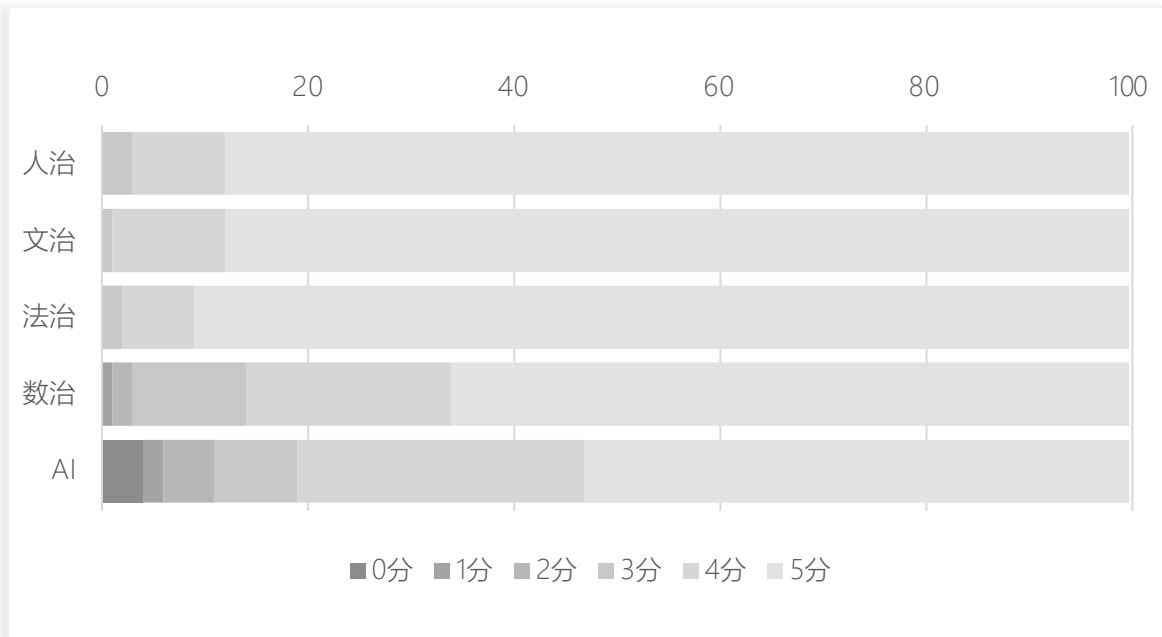
2025年共征集了136个品质服务案例，精选10个品质饭店案例，及六大维度的细节服务案例。提交案例的饭店中，豪华、高档酒店占比超过九成；其中六成饭店定位为商务酒店，相较2024年同比增加9%，文化主题占比12%，相较24年同比降低6%。酒店规模方面，63%的酒店客房规模在100-300之间，10%的酒店客房规模小于等于100间。



3.1 酒店调研问卷概况

品质服务管理的要素包括：人治、文治、法治、数治、AI。其中相较于24年，AI为2025年新增问卷项。酒店自评在法治方面自评总分最高，说明在法治方面一直保持着高度重视。而在AI方面的自评总分最低，说明酒店在AI方面有待提升。

品质服务考核指标占比方面，相较于2024年并没有太大变化，网评占比依旧保持最高，依旧需要保持高度重视。

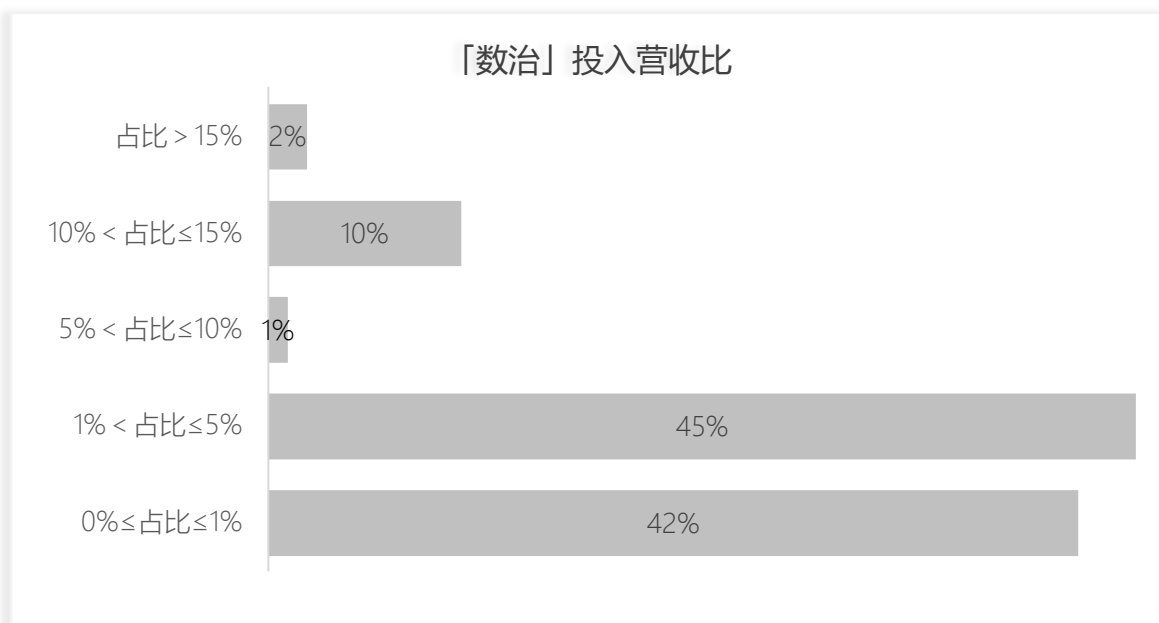
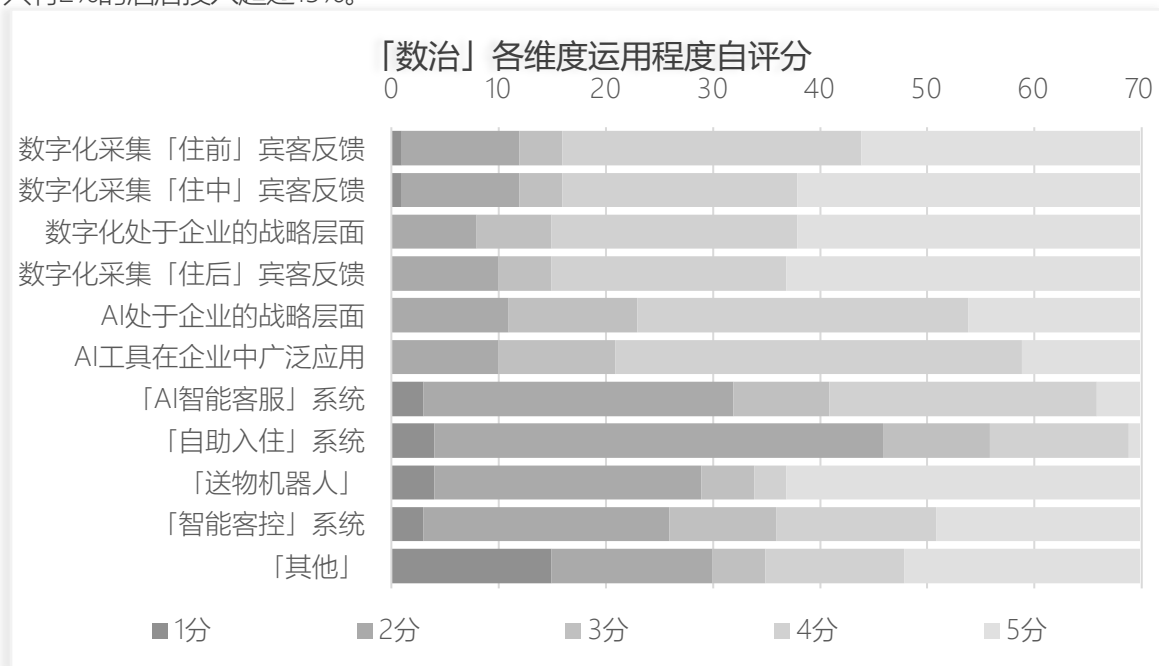


3.1 酒店调研问卷概况

细化到「数治」的各维度，63家酒店给自己的酒店在数字化采集住后宾客反馈方面打了五分，且该维度总分最高，说明住后宾客反馈方面的运用和重视程度最高；其次是住中宾客管理和数字化处于企业的战略层面；自助入住系统的总分最低，需要更加重视。

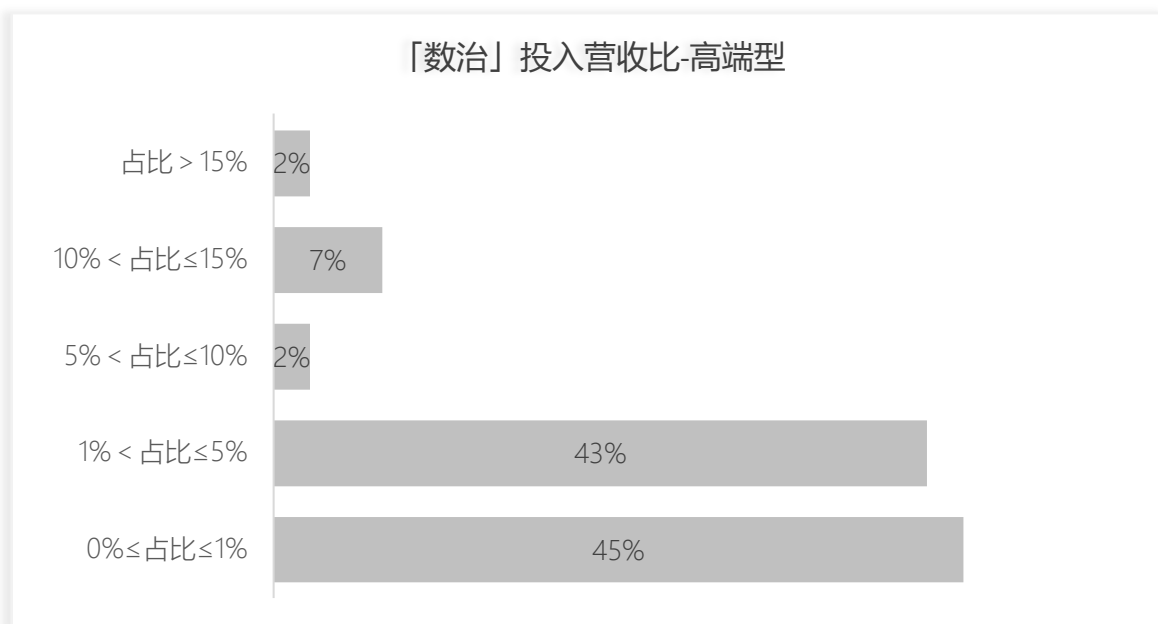
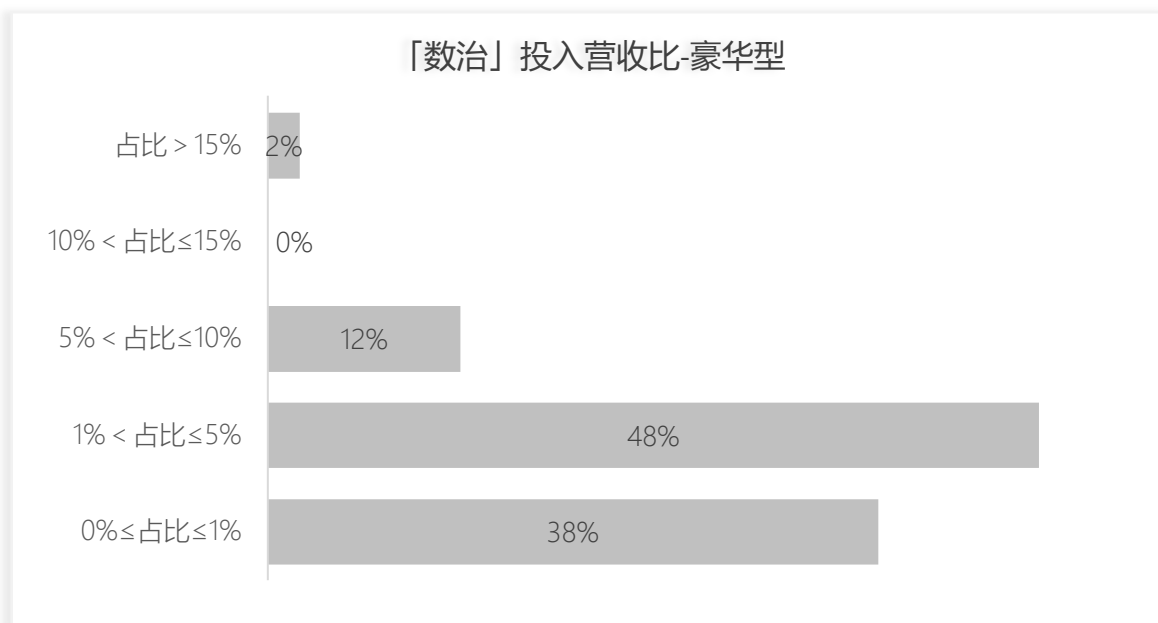
而在11个维度中，AI处于企业的战略层面和AI工具在企业中广泛应用维度，为2025年新加入的自评维度，需要更加关注。

与之相关的投入方面，45%的酒店投入占营收比重的1%-5%；42%的酒店投入占比在0%-1%；只有2%的酒店投入超过15%。



3.1 酒店调研问卷概况

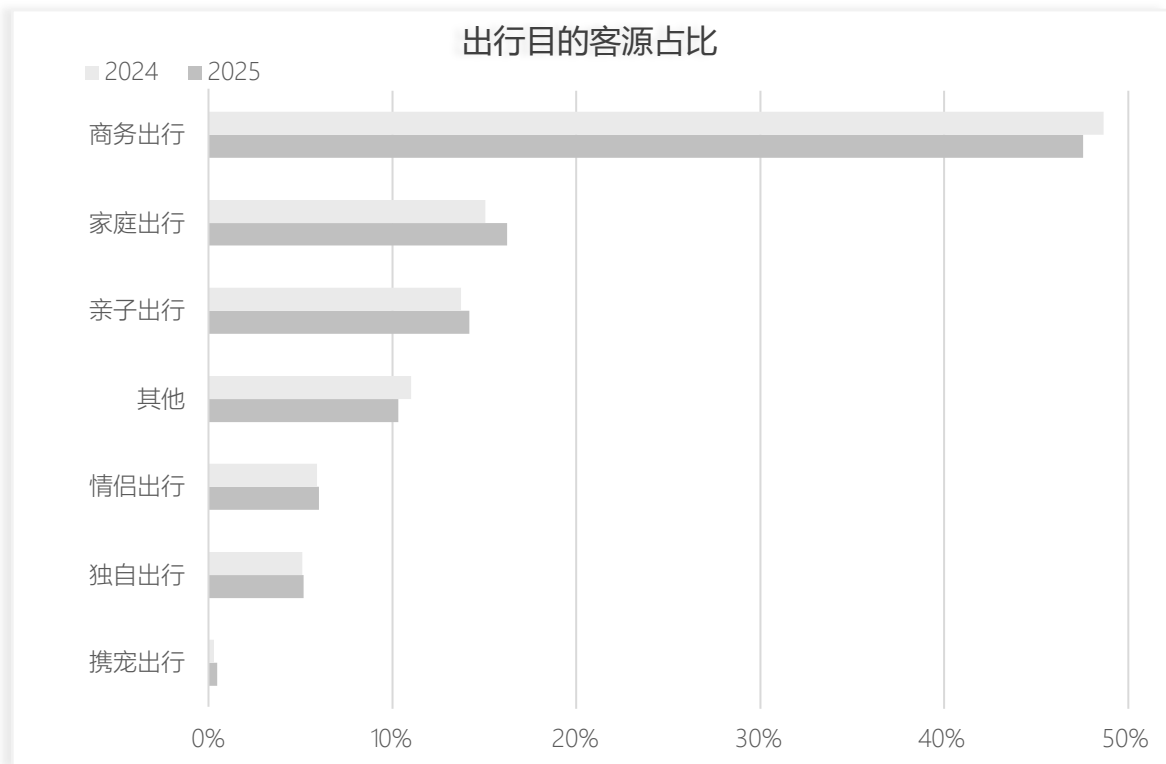
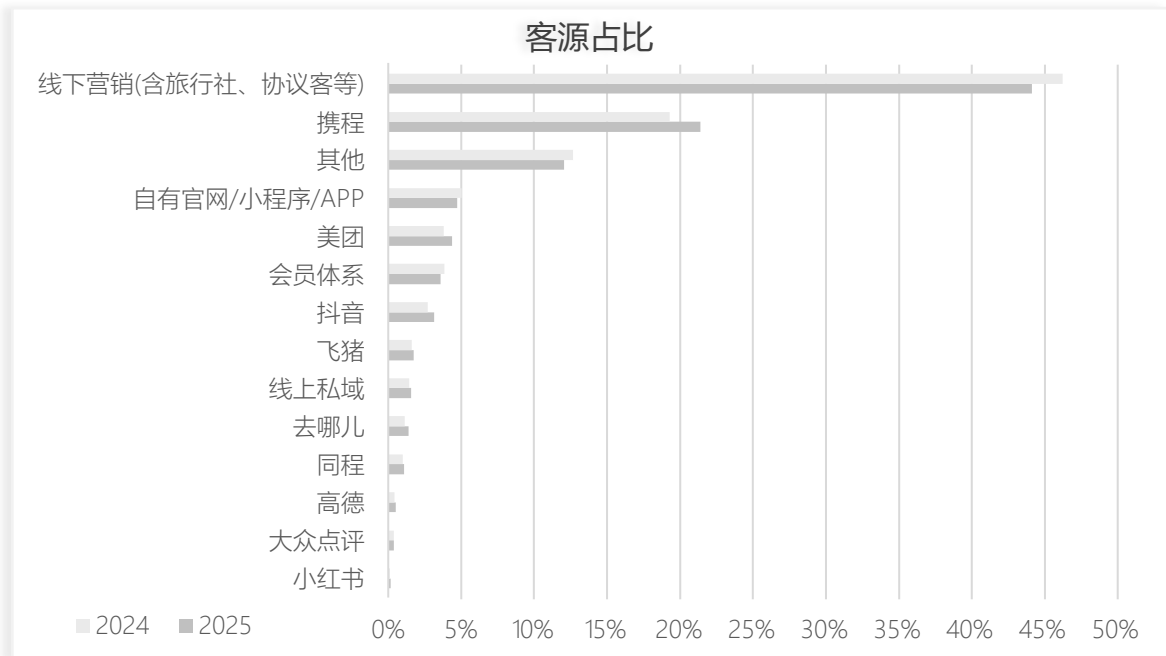
细化到酒店档次的投入营收比，在豪华型酒店中，48%的酒店投入占营收比重的1%-5%；38%的酒店投入占比在0%-1%；只有2%的酒店投入超过15%；而没有酒店的投入占比在10%-15%。在高端型酒店中，43%的酒店投入占营收比重的1%-5%；45%的酒店投入占比在0%-1%；依旧只有2%的酒店投入超过15%。



3.1 酒店调研问卷概况

相较于2024年，2025年线下销售占比依旧最高，为44%，同比下降4.6%；而去哪儿占比同比提升最多，为23.2%；只有0.2%客源为小红书渠道。

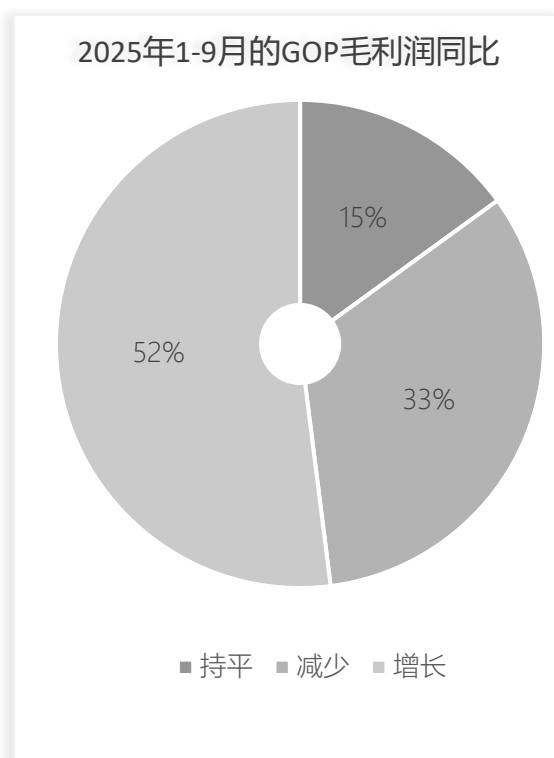
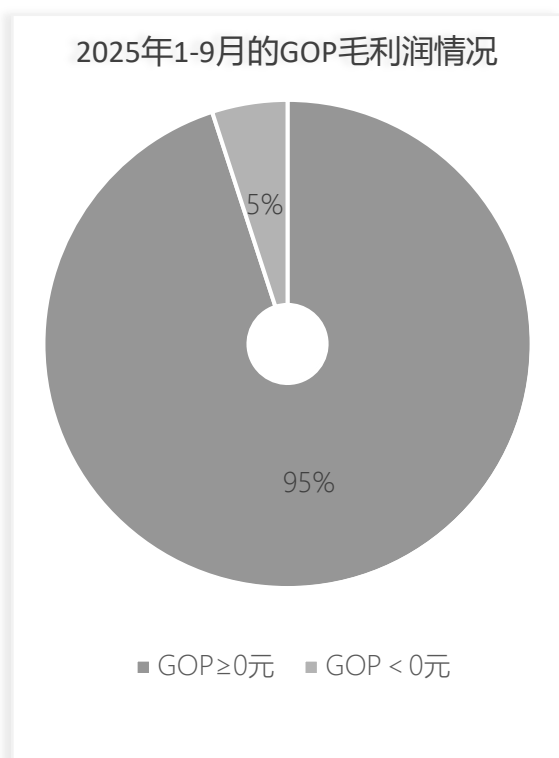
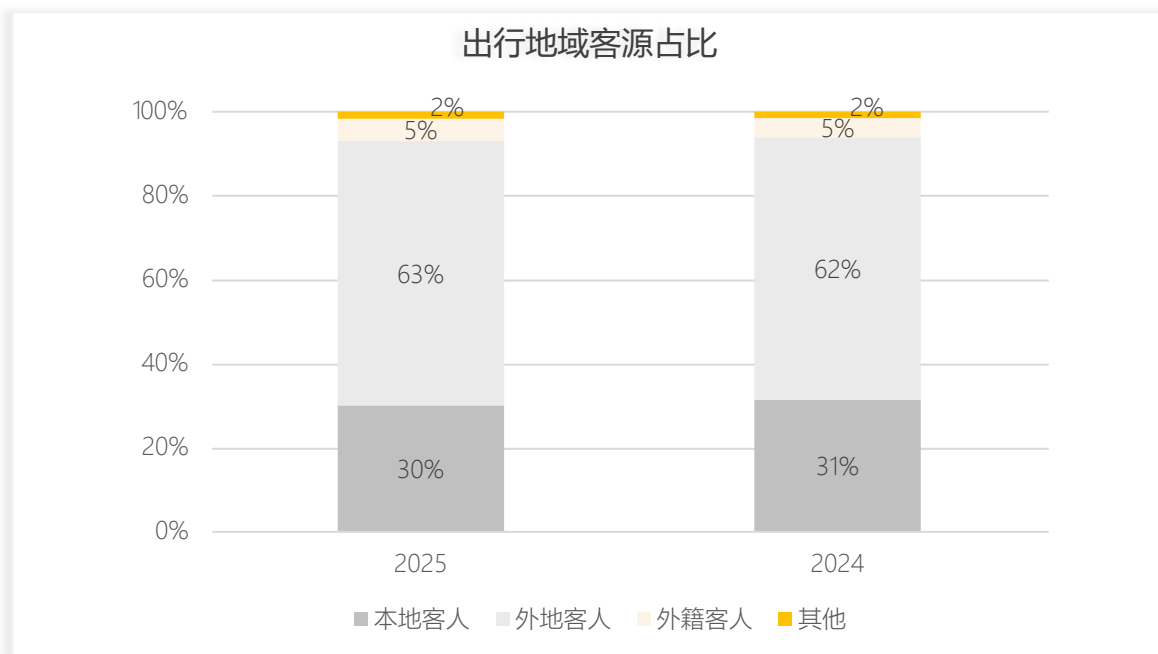
而细化到出行目的方面，商务出行方面客源占比最高，为47.7%，相较于2024年同比下降2.3%；只有0.5%客源为携宠出行。



3.1 酒店调研问卷概况

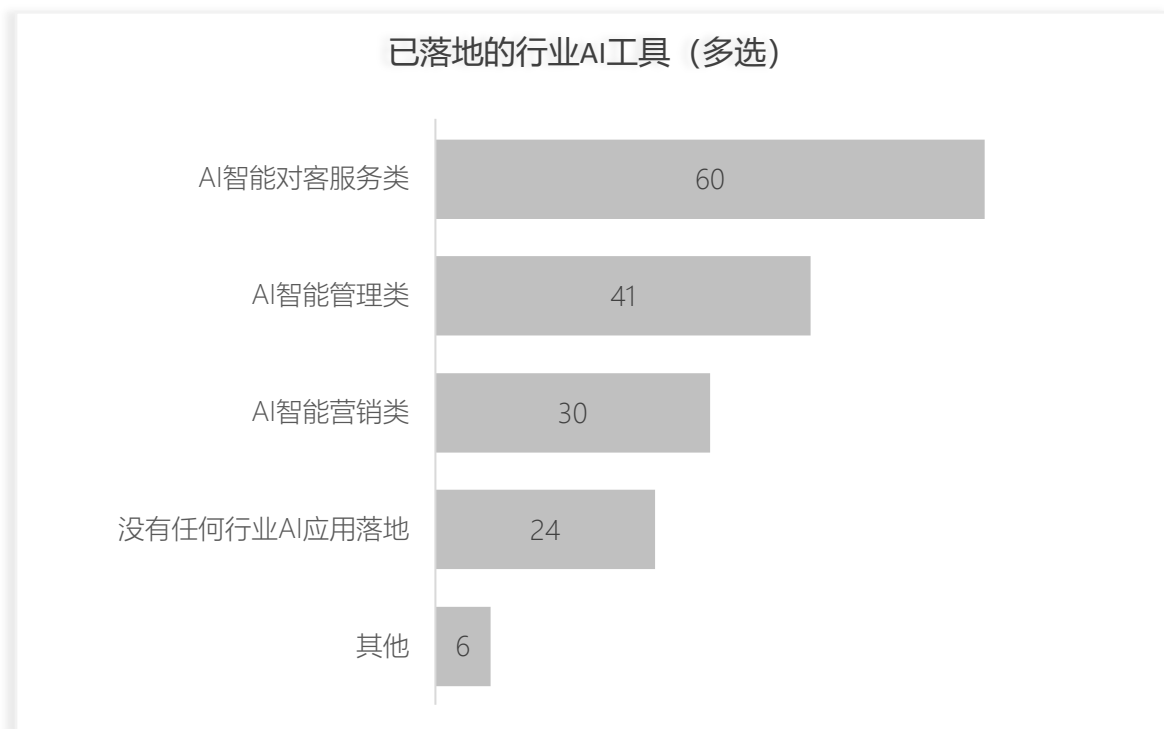
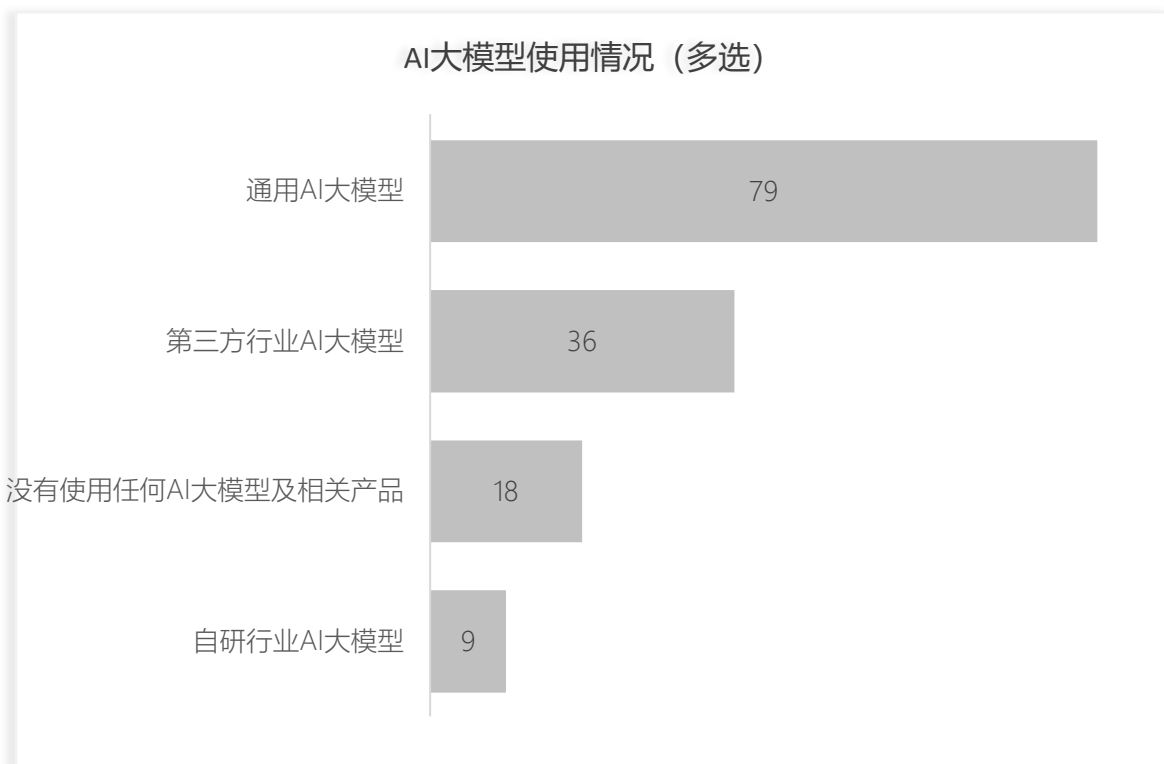
在出行地域客源占比上，相较于2024年并没有太大波动。本地客人占比略微减少而外地客人占比略微上升。

95%的酒店在2025年1-9月的GOP大于等于0，并且超过半数的酒店GOP同比增加，仅有15%的酒店GOP同比降低。



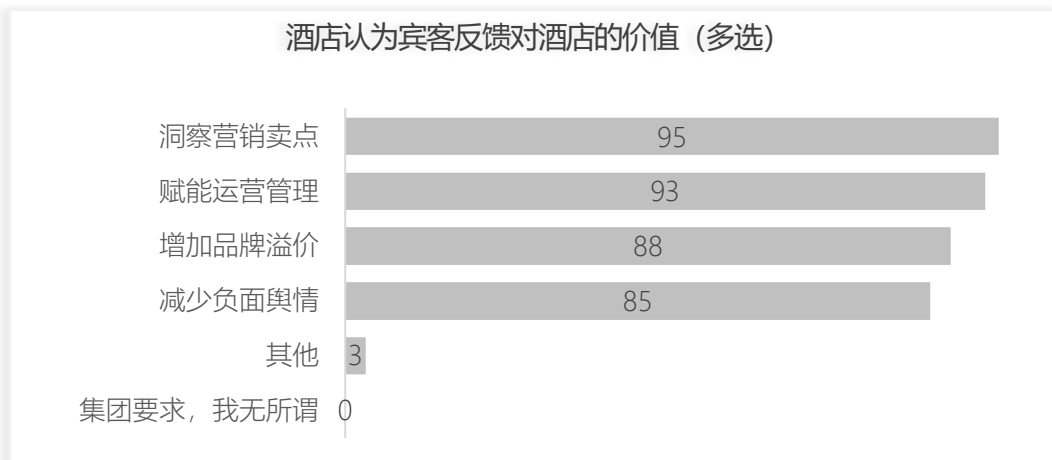
3.1 酒店调研问卷概况

可以看到，使用通用AI大模型的酒店占比最多，有79家，相比较而言使用自研行业AI大模型仅有9家。并且使用AI智能对客服务类AI工具的酒店是最多的，可见对酒店方而言服务方面依旧保持高度重视。

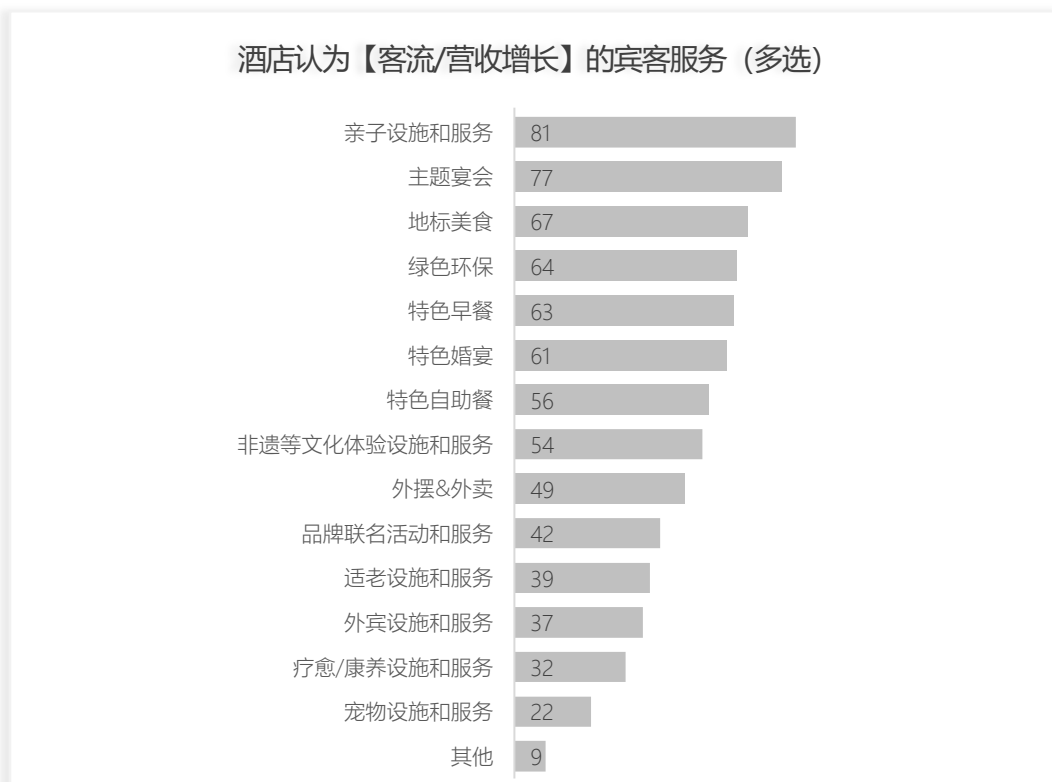


3.1 酒店调研问卷概况

多数酒店认为，宾客反馈对酒店的价值集中在洞察营销卖点、赋能运营管理、增加品牌溢价、减少负面舆情这四点上，没有酒店认为价值在于集团要求。而在提供的绿色服务上，98%的酒店都提供了客房节水节电和反餐饮浪费服务，而80%的酒店提供了减塑去塑和节约资源服务。



大多数酒店认为，亲子设施和主题宴会服务给他们带来了客流/营收增长宾客，可以增加更多关注度。而仅有22家酒店认为宠物设施服务会带来客流/营收增长宾客。



3.2

10大品质服务案例

- 3.2.1. “空间、场景、文化”系统性地高质量升级——杭州开元名都大酒店
- 3.2.2. 酒店文化主题不是选符号，是深挖脉络——杭州庐境西溪酒店
- 3.2.3. 数字驱动革新：从“价格博弈”到“价值创造”——昆明花之城豪生国际大酒店
- 3.2.4. 以“鹿”为媒解锁情绪价值新增长：从“问题楼层”到“网红爆款”——青松岭阿尔卡迪亚国际度假酒店
- 3.2.5. 商务酒店破局周末冷清，“微度假”组合拳好评率98%——泉州东海悦华酒店
- 3.2.6. 用亲子互动非遗体验，破局单一主题房经营困境——山东土地·儒商酒店
- 3.2.7. 5分钟快速入住+1%客诉，酒店长假运营优化实战——上海兴国宾馆丽笙精选
- 3.2.8. 国企酒店转型：从依赖内部资源到拥抱市场，名利双收——太原漾泉大酒店
- 3.2.9. 从“满足需求”升级“创造情绪价值”——乌鲁木齐富力万达文华酒店
- 3.2.10. 科技赋能、用心服务，会展酒店打造品质服务体验——厦门国际会展酒店

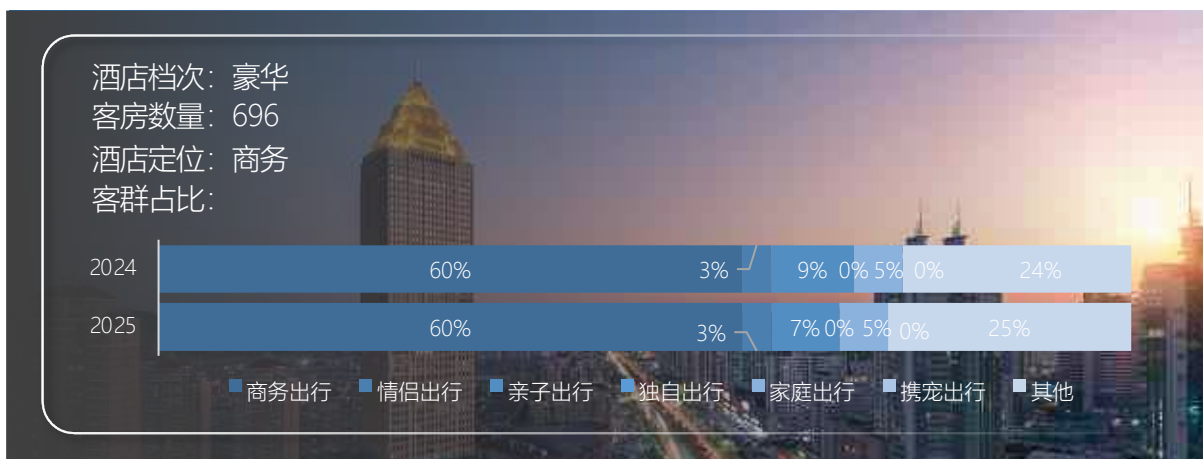
注：按酒店名称首字母A→Z排序。



3.2.1 品质服务案例

“空间、场景、文化”系统性地高质量升级

—— 杭州开元名都大酒店



案例背景

杭州开元名都大酒店是开元酒店集团旗舰的酒店，是浙江省规模最大的五星级商务酒店，2005年1月18日开业。

酒店拥有四季轩、国风堂、名园、梦迪西诺扒房、地中海咖啡厅等10余个餐饮场所，总计拥有餐位3000余个，为世界各国宾客提供特色中西式菜肴。酒店拥有1个顶级宴会厅，2个多功能宴会厅以及其他各个类型的宴会厅。

行动中采取的措施和步骤

在当前旅游业消费形态为背景，杭州开元名都大酒店作为萧山地区高端商务酒店的标杆，清醒地认识到传统酒店运营模式所面临的挑战：公共空间利用率偏低、营销渠道较为单一、文化体验与住宿服务相互割裂等。

为突破发展瓶颈，酒店自2023年起启动了以“空间—场景—文化”为核心的系统性升级策略，通过空间功能重构、数字化营销赋能与在地文化深度融合，探索出一条具有特色的高质量发展路径。

当前，酒店业正处于结构性变革之中：

一方面，商务旅行与休闲旅行的边界日益模糊，消费者对“住宿+X”复合型体验的需求显著提升；

另一方面，数字技术重塑用户决策链路，传统在线旅游平台渠道的获客效率趋于饱和。杭州开元名都大酒店敏锐把握这一趋势，将转型重心置于空间价值挖掘、内容营销创新与文化IP塑造，旨在从单一住宿功能向多元场景服务转变，增强用户黏性并提高非客房收入占比。这一转型不仅顺应了行业高质量发展的政策导向，也契合了Z世代消费者对个性化与在地化体验的追求。

3.2.1 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

• 空间价值重构：大堂场景化改造

酒店对传统大堂区域进行场景化改造，引入连锁咖啡品牌合作点，实现低成本、高效率的空间激活：

- ① 场景精准匹配：引入知名咖啡品牌，满足商旅客群办公、社交与休闲需求，日均咖啡客流量提升220%。
- ② 成本结构优化：依托品牌标准化运营体系，改造投入成本降低45%，坪效提升至原有空间的2.3倍。
- ③ 消费需求延伸：通过咖啡消费场景自然带动轻餐饮与文创产品销售，非住宿收入占比提升至18%。

• 宴会产品数字化营销革新

酒店构建了“线上精准触达—线下场景转化”的新型宴会营销体系：

- ① 多渠道内容布局：在抖音、小红书及婚宴垂直平台开展主题内容营销，推出“99元生日特权卡”“9.9元精致婚宴专享礼包”等热门产品；
- ② 数据驱动投放策略：基于用户画像实施精准推送，目标客群线索转化率提升至12%；
- ③ 跨圈层场景传播：借助短视频呈现宴会实景，吸引年轻消费者，在线上宴会营销的触达当中，宴会订单中25-35岁客群占比达52%。

• “口碑地图”：在地文化融合实践

酒店创新推出萧山文化口碑地图，构建“住宿+文化”沉浸式体验体系：

- ① 在地化数据整合：通过社区调研、出租车司机访谈与长住客推荐，筛选出“湘湖夜航”“义桥渔市”等30处非标准化景点；
- ② 主题动线设计：地图覆盖非遗工坊、老街小吃与文创市集，形成“非遗体验线”“舌尖寻味线”等主题游览路线；
- ③ 体验价值延伸：商旅客群平均停留时间增加1.8天。

在具体实施中，酒店结合用户动线分析与分时段流量监测，将大堂合理进行功能布局。早间时段推出面向商务人士的“晨间办公套餐”，下午则结合咖啡和下午茶的组合，有效延长顾客停留时间并激发二次消费。此外，酒店还与咖啡品牌实现会员权益互通，达成客群共享与双向引流，进一步释放空间价值。

为增强内容竞争力，酒店组建专业视频团队，以“一日宴会策划师”视角记录从场地布置到礼仪服务的全流程，并运用AI剪辑技术生成多版本素材以适配不同平台。在线下转化环节，酒店设计了“沉浸式选宴”体验，将VR看场等科技手段融入客户洽谈流程，使其在决策前即可直观感受。该模式不仅减少了对传统渠道的佣金依赖，更通过内容种草与场景共鸣建立起品牌情感联结。

地图的落地执行体现了酒店作为“微观目的地”的运营思维。例如，“非遗体验线”联合本地工坊开设“湘湖竹编手作课”，住客凭房卡享受专属优惠；“舌尖寻味线”则联动老字号餐馆推出“萧山十碗”美食打卡计划，完成全程探索的客人可获得酒店餐饮代金券。这一实践不仅深化了住客对本地文化的认知，也构建了酒店与社区商业体的共赢生态。

行动后取得的成果

• 模式创新价值

① 空间运营逻辑转变

从“功能固化”转向“场景适配”，实现闲置资产的价值重塑。

② 营销模式创新

借助数字化内容突破传统渠道限制，拓展客群结构与消费场景。

③ 行业差异化竞争策略

通过文化赋能确立“酒店即目的地”的新定位，为高端酒店破解同质化竞争提供实践路径。

该模式的核心优势在于其系统性与可复制性。酒店通过构建“空间—场景—文化”闭环，将原本分散的业务模块整合为相互促进的有机体系。对行业而言，酒店的创新不局限于硬件升级或营销手段，而基于用户需求重构价值链条，结合在地文化资源与数字工具，开辟新的增长路径。

杭州开元名都大酒店以空间重构、数字化营销与文化融合为三大驱动力，成功实现了从“住宿服务提供者”向“文化体验策划者”的战略转型。其创新实践表明，酒店的高质量发展不仅依赖于硬件设施提升，更需通过场景精准适配、技术赋能运营与在地文化价值挖掘，构建可持续的竞争壁垒。该模式为行业提供了可借鉴的方法论，也为区域文旅融合实践树立了新标杆。

展望未来，酒店计划进一步深化该模式：将口碑地图升级为“萧山文化数字云导览”，并融入元宇宙虚拟体验；同时拓展跨界合作，与文创IP、本地艺术家共同开发限定主题客房，进一步强化“酒店即目的地”的属性。在行业复苏与消费变革并行的背景下，杭州开元名都大酒店的创新路径为中国酒店业的高质量发展提供了具有参考价值的实践范本。



3.2.2 品质服务案例

酒店文化主题不是选符号，是深挖脉络

—— 杭州庐境西溪酒店



案例背景 面临文化赋能经营强度不够；主题宴特色不够突出；员工文化认可度不高等问题。

行动中采取的措施和步骤

杭州庐境西溪酒店，以西溪十景之“火柿映波”为文化锚点，选择“柿子”这一承载江南水土记忆的载体，构建起“柿文化全链路运营体系”，既破解了主题酒店的文化空心化问题，又通过“在地文化挖掘、非遗文化活化、东方疗愈践行”三大维度，实现了“文化价值-用户体验-商业收益”闭环。

一、在地文化的深度挖掘从“符号借用”到“体系化落地”

庐境西溪对柿文化的在地挖掘，并非简单的“元素植入”，而是通过“文化潮-场景转化-体系支撑-员工渗透”的全链条设计，让在地文化从“看得见”变为“可体验、可感知、可共鸣”。

其核心逻辑是：以“西溪火柿”为原点，整合民间传说、地理人文、民俗习惯，再通过“空间、服务、产品、员工”四大载体，实现文化的“具象化落地”。

• 文化框架构建：锚定“柿文化”的核心脉络

庐境西溪从文化根源梳理“柿文化”的系统性框架，形成“柿文化全链路运营思维导图”，明确文化挖掘的三大方向：

① 历史人文溯源

追溯西溪湿地与柿子的关联--西溪自古有“火柿映波”的景观记载，柿子不仅是当地农作物，更承载着“事事如意”“好事成双”的民间吉祥寓意，酒店从地方志、民间故事中提取“柿子与西溪人家”的生活场景，为后续体验设计提供“文化依据”。

② 精神价值提炼

挖掘柿子的“坚毅品格”--柿子树耐旱、耐贫瘠，深秋时节硕果累累，酒店将其提炼为“择一小柿，做一小事”的运营理念，既呼应西溪“慢”，也为员工管理品牌精神注入内核。

③ 功能价值延伸

梳理“柿子从观赏到食用、从实用到美学”的脉络--从传统的柿饼、柿酒制作，到现代的柿入菜、柿文创，形成“文化+功能”的价值链条，避免文化成为“空中楼阁”。

3.2.2 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

• 全场景落地，让柿文化“渗透每一个角落”

酒店通过“空间造景+服务礼仪+产品设计”，将柿文化转化为可感知场景，实现“全场景主题覆盖”：

① 空间场景：让每一处都有“柿意”

公共空间：大堂内外以“柿林雅境”造景，用仿真柿子树、红色柿果装饰，搭配西溪湿地芦苇元素，还原“火柿映波”的诗意；前台设立“好事成双”墙，墙面嵌入柿子造型的装饰墙，客人办理入住时可触摸“墙面”互动，感受文化温度。

客房场景：108间客房均以“柿”命名(如“事事如意房”“好事成双套房”)，室内陈设融入柿元素--洗漱台摆放“柿形皂碟”，衣柜挂着印有“事事顺心”的浴袍，甚至纸巾盒都是柿果造型，形成“沉浸式居住体验”。

② 服务礼仪：让每一次互动都有“柿祝福”

酒店围绕柿文化打造专属礼仪体系，让“文化祝福”贯穿服务全流程。

迎宾礼：客人到店时，庐境小主递上“柿叶茶”与“柿文化手工打卡地图”--地图标注酒店内“柿文化打卡点”，随手一拍皆是好“柿”。

用餐礼：餐饮上菜时行“柿福礼”--餐盘以柿叶、柿果装饰，由庐境小主介绍“柿子与龙井茶”的在地搭配逻辑，呈上心想“柿”成的美好。

晚安礼：入夜后，客房服务员送上“柿子香”与“柿安”晚安卡--香薰是酒店定制的“柿·隐”系列。

送客礼：离店时赠予“柿意满满”伴手礼，让客人“把柿文化带回家”。

③ 活动设计：让客人从“聆听”到“参与”

酒店通过“分层活动”引导客人深度参与柿文化：

基础体验：每日在大堂举办与“柿”相关的一件件小事，由庐境小主传播柿文化；每周六开设“柿子绘画体验课”，客人可在画板上绘制西溪林，作品可带走。

深度参与：秋季推出“火柿采摘活动”--组织客人前往西溪湿地合作的柿子园，体验采摘柿子的乐趣，后续可参与“柿饼制作工坊”，由当地老手艺人教学传统柿饼晾晒技艺。

情感共鸣：发起例如“我的柿子故事”征集活动--客人可分享自己与“柿子”相关的回忆，优秀故事会被酒店在自有服务号上进行传播分享，让客人成为柿文化的“共建者”。



3.2.2 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

• 产品转化：打造“柿味”在地美食IP

围绕“民以食为天”的需求，酒店将柿子的“食用价值”与在地饮食文化结合，打造专属“柿味IP”，实现“文化到产品”的转化：

① 传统工艺传承：还原柿子的“本味”

酒店与西溪周边农户合作，收购新鲜柿子，以传统方式开发基础产品：遵循“三晒三晾”古法，将柿子晒制成柿饼，保留果肉的香甜；除此之外，还可以酿造酒、储存柿醋、炒制柿叶茶，这些产品既作为餐饮饮品，也作为伴手礼销售。

现代创新让柿子“融入家常菜”，厨师团队以“柿入菜”为核心，开发系列创新菜品，实现“柿子分级利用”：

果肉入菜：如“柿子雪娘”、“柿柿大吉龙井茶香肉”；柿叶/柿蒂利用：柿叶用于包裹蒸菜，蒂熬制汤底。

同时打造“秋风起”柿子宴，每年9-11月(柿子成熟季)，推出“秋风起”季节限定柿子宴，涵盖10道特色菜品，搭配专属饮品，每道菜品均以柿叶、柿果装饰，形成“全柿宴”体验，助力“舌尖上的浙江”柿味IP打造。

• 员工渗透：让柿文化成为“运营底色”

酒店将柿文化融入员工管理，避免“文化仅对外展示”，实现全员认同、全员传播：

① 体系化培训：让员工成为“柿文化使者”

编制《柿文化主题运营手册》：详细梳理柿文化的历史、酒店的文化设计逻辑、服务礼仪标准。

开设“柿文化培训课程”：新员工入职需参加2天专项培训，内容包括西溪柿子传说、柿子产品知识、文化活动引导技巧，考核通过后方可上岗。

② 激励机制：让柿文化与员工发展绑定绩效激励

设立“青红柿子绩效体系”：“青柿子”代表新员工，考核“知识掌握度”，“红柿子”代表老员工，考核“文化传播成效”，绩效等级与奖金、晋升挂钩。评选“柿业先锋”——每月从服务、文化传播、创新等维度评选优秀员工，授予“柿业先锋”称号，作为晋升优先人选。

③ 团队建设：让柿文化融入员工生活

定期举办“柿不宜迟”团建活动——如秋季组织员工采摘柿子、制作柿饼，冬季举办“柿文化故事会”，既增强团队凝聚力，也让员工在生活中感受柿文化，进而更自然地向客人传递。



行动中采取的措施和步骤

二、非遗文化的传播、保护与变现:构建“空间-活动-产品”三维体系

庐境西溪对非遗文化的运营,并非“单一展示”,而是以“柿文化”为纽带,联动浙江本地非遗资源,打造“传播-保护-变现”的闭环;通过“非遗空间”提供体验载体,通过“非遗活动”实现活态传播,通过“非遗文创”实现商业变现,既让非遗“活起来”,也为酒店培育新的收入增长点。

• 非遗空间载体:打造“可沉浸”的非遗体验场景

酒店围绕“非遗展示与体验”,打造两大核心空间,让非遗从“博物馆”走进“日常生活”:

① 浙江省非遗茶空间:以“茶”为媒,联动柿文化

其核心定位是“西溪茶俗+柿文化”的融合体验:“柿林茶舍”为主题,茶具选用柿形陶瓷杯,提供“柿叶茶非遗冲泡体验”--由酒店茶艺师教学,客人可学习“盖碗冲泡柿叶茶”的手法,了解柿叶茶的炒制非遗工艺,同时茶空间定期举办“西溪茶俗分享会”,邀请本地茶非遗传承人讲述“西溪茶与柿子的共生历史”。

② 庐境非遗书房:让非遗“可阅读、可触摸、可带走、可感知”

庐境非遗书房位于酒店二楼,是集“非遗书籍、非遗展品、非遗互动”于一体的空间:书房藏书涵盖浙江非遗相关书籍,同时展示非遗实物--如老柿染布料、手工柿制漆扇等;并提供“非遗书籍借阅服务”,方便周边居民的同时,住店客人也可将非遗书籍带回客房阅读,退房时归还。

• 非遗活动:常态化传播,让非遗“活态传承”

酒店通过“固定活动+季节限定”的模式,让非遗活动成为“日常体验”,而非“偶尔演出”,核心围绕“柿相关非遗”展开:

① 固定非遗体验

让客人随时可参与酒店开设“活动工坊”每月四次非遗体验活动,由非遗传承人或经培训的员工带领。

② 季节限定非遗活动

结合节日与柿子生长周期

当秋季柿子成熟季,举办“炆柿非遗展示”--邀请西溪本地老手艺人现场演示“炆柿”工艺,将新鲜柿子用石灰水浸泡,去除涩味,保留脆感,客人可品尝炆柿,也可学习制作方法,带走“炆柿子配方卡”。

春节前:举办“非遗柿子香囊制作活动”--联动非遗刺绣传承人,提供“柿子香囊”制作体验,香囊内填充艾草与柿子干(有驱虫、安神功效),作为春节伴手礼。



3.2.2 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

- 非遗变现：“文创销售+体验消费”双模式，让非遗“有收益”

酒店通过“非遗文创开发+体验收费”，实现非遗“商业转化”，既反哺非遗传承，也为酒店增收：

① 非遗文创产品，“时尚化、实用化”设计

在酒店的“庐境市集”，开发和展示系列柿非遗文创产品，核心遵循“三个化”原则：

时尚化：如“非遗柿染围巾”，采用传统柿染工艺，但设计为现代简约款，适合日常佩戴。

实用化：“非遗柿子皂碟”、“柿叶茶包”、“柿形纸巾盒”跟我们的生活息息相关；

独特化：如“非遗手工柿子香囊”--由非遗刺绣艺人手工式，缝制，每个香囊的刺绣图案略有不同，形成差异化。

② 体验消费：让非遗体验“有价可循”

酒店对部分深度非遗体验活动收取费用，形成“体验消费”模式：例如“柿制漆扇深度体验课”，90分钟，收费128元/人，含材料、工具等；这部分体验费用用于支付非遗传承人的劳务，既保障传承人的收益，也激励其持续参与酒店活动，实现“非遗保护”与“商业收益”的双赢。

三、东方疗愈的践行：以“茶+文化+场景”传递“慢生活”美学

在“内卷”与“焦虑”的现代社会，庐境西溪以“东方疗愈”为核心，结合西溪湿地的自然生态与柿文化的温润气质，打造“身心放松”的体验体系--“通过日常场景与文化体验，让客人自然放松，契合东方“润物细无声”的疗愈理念。”

- 四季养生茶体系：以“柿”为核，应季养生

酒店围绕“非遗展示与体验”，打造两大核心空间，让非遗从“博物馆”走进“日常生活”：

酒店围绕“东方养生”理念，打造“四季养生茶”体系，核心以“柿叶茶”为基础，结合不同季节的养生需求，搭配本地食材，让“喝茶”成为“疗愈的开始”。

春天的桃容茶：改善气色、调节情绪、增强免疫力；夏天的意米茯苓茶：健祛湿、清热安神；秋天的竹蔗茅根雪梨茶：清热润肺、止咳化痰、滋阴养颜；冬天的玉米须茶：消肿退黄、降压降糖、护肾抗疲劳。

- 慢体验疗愈：让“文化参与”成为心灵放松

酒店的非遗体验活动不仅是“文化传播”，更是“疗愈载体”，通过各项活动工坊，自然忽略外界的干扰；看到自制作品时，产生“成就感”，进而缓解焦虑，能让客人感受到“慢生活的价值”，减少对“效率”的焦虑。

- 疗愈场景营造：自然与文化融合，让“放松”成为常态

酒店结合西溪湿地的自然生态与柿文化的温润气质，打造“三大疗愈场景”，让客人在“不经意间”放松身心：

- ① **客房疗愈：**围绕着“舒适、有温度”展开，模拟柿子成熟的暖光营造温馨氛，客房内配备柿子香薰、“柿安”晚安卡、提供睡前养生晚安饮品；帮助客人快速入睡。
- ② **空间疗愈：**让“行走”成为一种放松，酒店的公共区域设计注重“自然与文化的融合”，行走中引导客人“慢下来”：点一杯柿叶茶、翻阅非遗书籍，感受这片刻的宁静。
- ③ **自然疗愈：**联动西溪湿地，让“户外”成为疗愈场，紧邻西溪湿地，利用自然资源，沿“火柿映波”观景路线徒步而行，途中讲解西溪的自然生态与柿子的生长知识；过程中，客人可呼吸湿地的新鲜空气，欣赏自然景观，缓解城市生活的压力。

3.2.2 品质服务案例

行动后取得的成果

庐境西溪酒店以“柿子”这一在地文化载体，通过“在地文化挖掘、非遗文化活化、东方疗愈践行”三大维度的系统性运营，实现了“三个突破”：

① 突破“主题同质化”

从“符号堆砌”到“文化体系”：酒店并非简单使用柿元素，而是构建了“文化框架-场景落地-产品转化-员工渗透”的全链路，让文化成为酒店的“核心竞争力”。

② 突破“非遗表面化”

从“展示”到“活态变现”--通过“空间+活动+文创”的模式，让非遗融入客人的日常生活，既实现了非遗的活态传承，又为酒店带来新的收入增长点。

③ 突破“疗愈商业化”

从“专业服务”到“日常体验”--不过分依赖专业疗愈师，而是通过“场景设计、文化体验、自然互动”，让疗愈成为“不经意间的放松”，契合东方“润物细无声”的理念。

文化赋能不是“选一个符号”，而是“挖深一条脉络”，找到承载在地记忆的“小载体”，通过系统性的挖掘、转化、运营，让文化既能“打动人心”，又能“创造价值”。



3.2.3 品质服务案例

数字驱动革新：从“价格博弈”到“价值创造”

——昆明花之城豪生国际大酒店



案例背景

酒店屹立在昆明市中心与长水国际机场咽喉位置，是一个既接轨国际又充分融入云南花卉文化元素的酒店，分别以兰花、薰衣草、玫瑰、山茶四个不同花卉主题精心设计的超大型花卉酒店综合体。是云南高端、时尚的会议酒店综合体，也是云南配套齐全、便利的国际品牌酒店。

当前，酒店行业已深陷“内卷”漩涡。一方面，为争夺有限的客源，同行间掀起了血流成河的价格战，陷入“不降价没客流，降价则利润殆尽”的囚徒困境；另一方面，缺乏创新的产品与服务导致严重的同质化，使竞争沦为简单粗暴的贴身肉搏。在这场“僧多粥少”的存量厮杀中，酒店营收持续承压，生存空间被不断挤压，生意愈发艰难。

行动中采取的措施和步骤

数字化时代，昆明花之城豪生将“数字化转型”与“人力结构性优化”深度融合，以技术基建为支撑，数据智能为驱动，打造“技术替代基础劳动、人力聚焦价值创造”的高效运营体系。

• 数字化赋能人力转型

1、全链路数字化基建筑牢转型底座

搭建“员工-顾客-管理”三端在线平台，形成技术赋能人力的数字神经网络。

员工端：智能工具重构服务流程，如部署智能派单系统与实时共享数据，减少了25%左右的内部沟通成本，客房清洁、会议接待等任务。

响应效率提升18%；人力资源中台实时监控各岗位负荷，考勤排班效率提升11.4%，人力浪费现象减少8.3%。

顾客端：通过自有小程序实现“服务-体验-评价”闭环，前台自助入住机承接接近50%入住办理，单班次电话咨询下降近40%，服务重心从机械操作转向提升温情关怀等情绪价值服务。

管理端：利用数据模型驱动科学决策，客群分析模型精准定位，实现“数据采集-需求洞察-服务优化”的闭环。

行动中采取的措施和步骤

2、技术替代与岗位重构

通过送物机器人承担大体量夜间配送任务，借助住客服务需求智能系统精准匹配当班楼层服务员，大幅缩减沟通环节的时间损耗，同时实现服务人员做房时维修问题在线提报维修工单等一系列数智化创新举措，客房基础服务人力得以压缩13%左右。

以自助设备替代近40%的重复性劳动，将释放出的人力转型至金钥匙服务等价值岗位，专职开发个性化服务项目，推动服务能级向高附加值领域跃升。

• 从“价格博弈”到“价值创造”的底层逻辑革新

1、精准捕捉深层需求：

从“睡眠容器”到“文化充电站”的功能裂变

针对商务、旅居客群在旅途中普遍存在的“碎片化时间闲置”与“自我提升需求”，酒店突破客房功能边界，联合帆书（原樊登读书）打造“云上书房”主题客房，将38㎡住宿空间转化为“知识获取场、文化沉浸区、效率提升舱”，实现从“睡一晚”到“充次电”的价值跃迁。

这种对客房功能的“学习化赋能”，本质是对客群深层需求的精准解码——当商务客在差旅中不再困于“酒店只是睡觉的地方”，当旅居者能在异地持续自我提升，住宿便超越了物理空间的意义，成为“移动的知识节点”。

2、战略转型破局客群困局：

锚定云南旅居风口的价值生态重构

面对传统客群结构单一的行业挑战，昆明花之城豪生以“跳出酒店筑生态”的战略思维，精准卡位云南“有一种叫云南的生活”旅居热潮，依托6000㎡南亚芳香植物资源圃、3000㎡中法香料贸易博物馆、5000㎡FUN 星球亲子乐园等文旅综合体优势，构建“气候康养+文化沉浸+适老旅居”的差异化产品矩阵，破解客源依赖难题。

打破“纯住宿”定位：将稀缺气候资源与在地文化IP转化为核心竞争力，针对候鸟旅居群体，重磅推出“花之城旅居众创基地”，深度研发“康养理疗+非遗手作+社群社交”复合产品。延长客群停留天数：适老客房配备健康监测设备，开设普洱茶艺术品鉴、民族文化体验等文化课程，配套植物园晨练、课程学习、康体运动等社交场景，使客群平均停留天数延长至7.5天，有效填补客群淡季缺口。

行动后取得的成果

通过“数字化基建筑牢效率底座，人力结构聚焦价值创造”的深度融合，不仅实现了“减员增效不降质”的管理目标，更重塑了酒店人力资源的角色定位——从“成本负担”转化为“数据驱动的体验创新引擎”，实现了月均用工人数减少9.97%、人工成本节控10.75%，在相同业绩下人工效能提升11.07%，破解了行业“增效

必增员”的管理悖论。昆明花之城豪生通过经营理念的颠覆性升级、数字化赋能人力转型以及从“价格博弈”到“价值创造”的底层逻辑革新，探索了一条从“价格红海”向“价值蓝海”的转型路径，不仅为酒店行业提供了跳出内卷的新思路，更证明了当住宿空间成为文化容器、生态枢纽、情感纽带时，传统酒店业能够在新赛道上焕发新生。

3.2.4 品质服务案例

以“鹿”为媒解锁情绪价值新增长：从“问题楼层”到“网红爆款”

——青松岭阿尔卡迪亚国际度假酒店



案例背景

酒店位于河北省兴隆县青松岭镇，地处兴隆县西南部，燕山山脉东段，古长城北侧，南部与天津市蓟县、北京市的平谷、密云三县毗邻，津围公路纵贯境内。

在青松岭酒店，一层客房曾是其经营中一块难啃的“硬骨头”。由于先天的位置与环境局限，这些房间长期面临阴暗潮湿、蚊虫滋扰的困扰。在旅游旺季，当其他楼层客房紧俏时，一层客房却因体验不佳而售卖艰难、房价低迷，根据华客系统实时客诉统计，超过 40% 的现场投诉集中在一楼客房，主要问题聚焦于“房间潮有味”“蚊虫多影响睡眠”。前台每日需重复处理类似问题，服务效率与客人体验双双受损。这些标签不仅影响一楼客房的销售更对酒店整体口碑造成了持续的隐形伤害。传统的“加强消杀”、“局部改造”等方案收效甚微，如何从根本上扭转一楼的负面形象，提升其价值与收益，成为酒店亟待突破的核心困境。

行动中采取的措施和步骤

面对困局，青松岭酒店没有固守常规，而是跳出“旧客房改客房”的思维窠臼，开启了一场以“经营思维”为导向、以“情绪价值”为抓手的创新实践。

• 数据指引下的战略破局

基于华客系统的差评分析报告，管理层意识到必须跳出“反复修补”的循环。他们做出了引入梅花鹿的战略决策旨在通过创造“萌宠互动”这一全新体验，重塑一楼客房的价值核心，将酒店的短板空间转化为差异化竞争的资产。

• 精心运营，夯实体验基础

整个冬季，酒店投入大量精力进行鹿群的适应性饲养和专业化互动训练。从精细调控饲养环境，到系统性地让梅花鹿熟悉并亲近人类，每一步都围绕“将鹿转化为可互动、可体验的特色资源”这一目标展开，为后续的价值转化奠定了坚实基础。



3.2.4 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

• 价值转化，打造主题产品

2025年5月，酒店正式推出“鹿语”主题房，实现资源到产品的关键一跃。

① **场景重塑**：将一层客房外围区域改造为“萌宠互动乐园”，既改善了原有环境，又创造了独一无二的互动场景。

② **体验设计**：客房内部以鹿元素装饰营造氛围，外部则通过训练有素的梅花鹿主动亲近、客人可投喂抚摸等设计，精准植入“亲密、治愈、快乐”的情绪价值。

③ **细节赋能**：每一只梅花鹿都被赋予名字和“酒店员工”的身份，使互动体验更具故事性与温度。

行动后取得的成果

创新举措实施后，华客系统监测到的数据变化清晰地印证了转型的成功：

• 住中客诉断崖式下降

措施落地后的三个月内，华客系统显示针对一楼客房的住中投诉量下降超过 90%。前台人员表示：“现在接到的一楼电话，大多是客人兴奋地询问小鹿的‘上班时间’。”

• 网络口碑彻底逆转

曾经高频出现的“潮湿”“蚊虫”差评标签基本消失，取而代之的是“萌宠”“亲子”“独特体验”等正面关键词。仅鹿语”主题房上线一个月，就为酒店在各大平台新增了30余条专题好评。

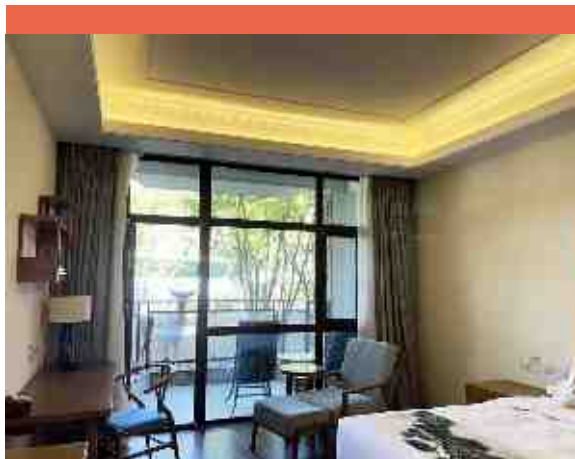
• 经营指标全面突破

主题房平均房价提升近300元，节假日持续满房实现了“高房价+高出租率”的黄金组合。一楼从酒店的“业绩洼地”一跃成为“创收先锋”。

• 衍生价值持续释放

今年7月，梅花鹿“妮妮”产下幼崽，酒店迅速将此事件转化为新的营销热点，吸引了又一波专程前来观看鹿宝宝的客源，证明了这一特色IP具备持续产生话题与吸引客流长尾效应。

青松岭酒店的成功实践，生动演绎了从“传统售卖客房”到“深度售卖情绪价值”的转型路径。通过引入梅花鹿并系统化运营，酒店不仅成功解决了底层客房的历史顽疾，更打造了一个极具市场竞争力的爆款产品，证明了在酒店经营中，跳出物理局限，用经营思维洞察并满足客户深层情感需求，是创造新增量的关键所在。



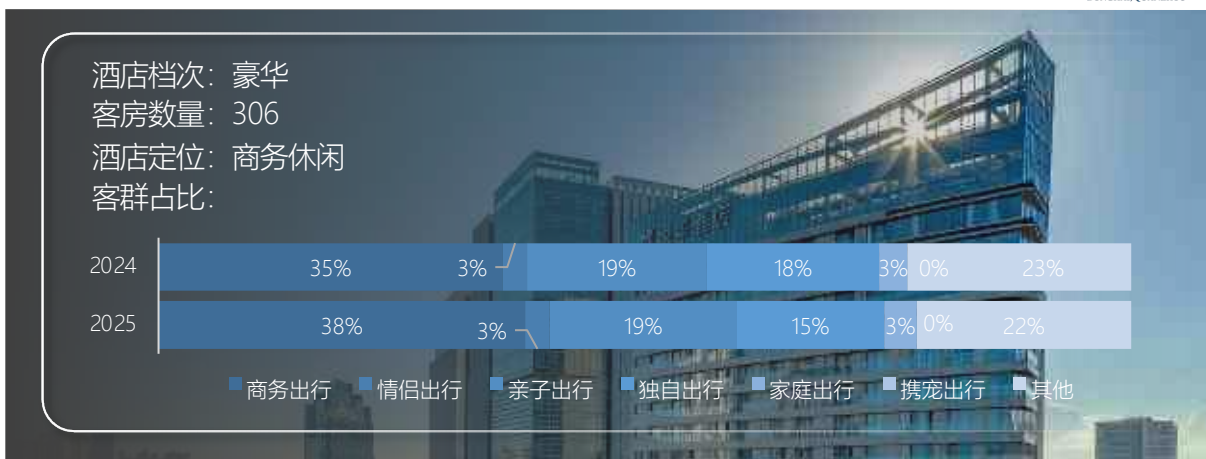
3.2.5 品质服务案例

商务酒店破局周末冷清，“微度假”组合拳好评率98%

——泉州东海悦华酒店



泉州东海悦华酒店
C&D HOTEL
DONGHAI, QUANZHOU



案例背景

东海悦华酒店，系厦门建发旅游集团精心雕琢的高端商务休闲酒店。项目坐拥多间临海豪华客房，1000+m²无柱宴会厅、以及多功能会议空间和特色主题餐厅，同时配备了全面的康体设施。秉承“温馨待客，始终如一”服务理念，酒店致力于为宾客提供“静、美、雅、温馨”具有中国文化特色的服务体验。

作为一家以商务客源为主的五星级酒店，到了周末商务需求减少，导致周末住房率下滑。这一周期性的波动不仅影响酒店的整体收益，也造成了资源闲置和运营效率降低。如何有效利用周末空闲资源，开拓新的市场增长点，成为酒店需要解决的问题。

行动中采取的措施和步骤

为提升周末休闲市场的吸引力，酒店制定并实施了一系列的举措，具体如下：

• 合作实现双向引流

结合泉州市主要旅游热门线路，与市交运集团的双层观光巴士达成合作，每日固定时间点途径酒店4趟，住店客人可以免费乘坐，途径泉州热门景点。

同时结合演唱会提供免费双层巴士接驳服务，有效提升了休闲客源的体验。



3.2.5 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

• 打造特色住宿体验

① 打造早餐标杆

以“国际范、精致度、在地化”的早餐出品为品牌打造，确立品质卓越、地域特色明显早餐服务形象，丰富早餐产品，打造核心吸引力。提供现煮本地特色小吃档口，四种可选口味班尼迪克蛋，现做舒芙蕾甜品，直接吸引注重早餐品质的家庭和年轻休闲客群，本年度线上渠道提及“早餐丰盛”、“早餐很好”达460次。



② 客房泡脚礼遇

夜间为住客提供定制泡脚木桶、热水及中药泡脚包，帮助宾客缓解疲劳，提升入住舒适度。本年度累计提供泡脚礼遇共计2216份，线上提及服务表扬共计96条。

③ 深夜食堂服务

每日21:00-22:30在一楼大堂吧为住客免费提供一咸一甜的夜宵点心，如：面线糊、银耳莲子汤、牛肉羹、小米粥等，增强住宿关怀。本年度累计使用1263份深夜食堂，线上提及服务表扬共计31条。



④ 店内簪花服务

住店客人可在酒店实现簪花服务，由前厅部的同事负责，客人穿过的服饰保证一客一洗，簪花后可在酒店内拍照打卡，并提供打印照片的服务，增加文化互动性。

3.2.5 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

- 打造特色住宿体验

⑤ 优化房型配置

结合客群需求，将4间套房在客厅增加一张1.35米*2米的雙人床及親子兒童布置，吸引家庭客群。本年8月5日改造后海景套房的出租率从24.87%提升到了68.84%，改造后满足了親子家庭/三人以上年轻人出行/携带老人出行等不同类型宾客的需求，累计增加20万+的客房收入。



⑥ 整合营销推广

通过社交媒体包含小红书、抖音、视频号以及达人探店等各渠道宣传引流，以“周末微度假，从一顿丰富的早餐开始”为主题打包上述服务，突出“商务+休闲”双模式特色。



行动后取得的成果

- 周末住房率提升

周末平均住房率提升20%，部分节假日期间出现满房情况。

- 客源结构优化

休闲客群的占比从原来的20%提升到了38%，家庭游客显著增加，有效平衡了商务客源单一的风险。

- 口碑与复购率双升

“泡脚礼遇+深夜食堂+簪花体验”组合服务获得98%以上的好评，线上渠道关于此类的评价内容已形成标签。

- 客房收入增长

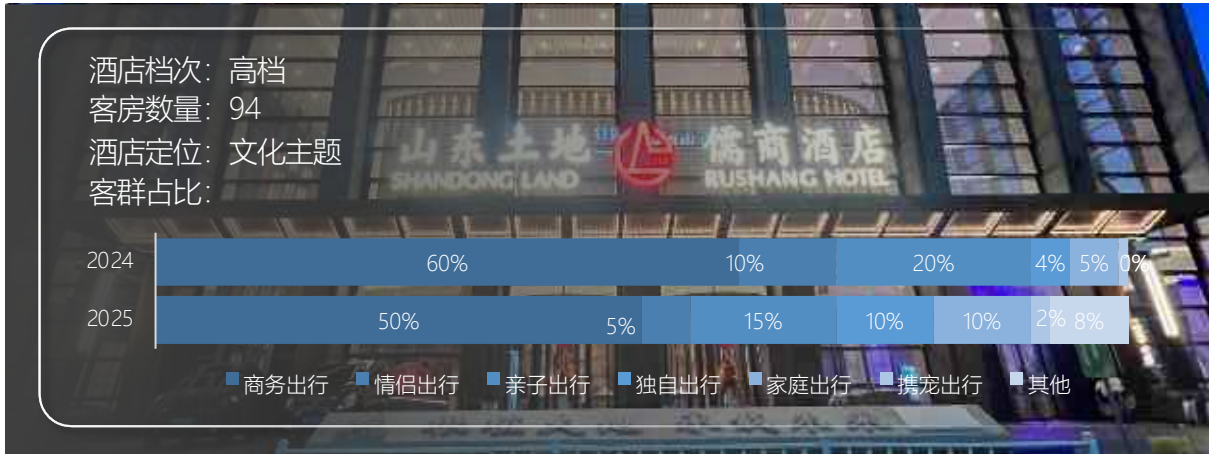
亲子套房溢价30%，销售仍供不应求，且提升了套房的住房率。

本次转型通过精准定位休闲需求，打造差异化体验，为酒店注入了“商务+休闲”双轮驱动的新动能。从运营报表数据来看，连续半年在城市区域竞对五星级中CSI分值及携程分值位列第一，宾客好评率达95%以上。

3.2.6 品质服务案例

用亲子互动非遗体验，破局单一主题房经营困境

—— 山东土地·儒商酒店



案例背景

山东土地·儒商酒店，作为山东省土地发展集团精心打造的高端综合型酒店，坐落于济南市经十路黄金地段——黄金时代广场A座，地处中央商务区核心区域。酒店拥有94间设施齐全、风格典雅的全景落地窗客房，涵盖单标间及套房，配备10个宴会包间及全日制自助餐厅，由国宴厨师团队精心烹制中华美食。同时，酒店设有先进影音灯光设备的多功能厅，满足各类会议与宴会需求。总面积达2万平方米，集餐饮、住宿、会议、商业、娱乐于一体，是自然资源文化主题酒店的典范。

面对市场竞争加剧及CBD区域周末预订量下滑的挑战，儒商酒店自2024年初起，将战略重心转向亲子市场，致力于通过深度优化亲子体验，吸引周末度假客群。

• 亲子服务单一

原有亲子设施仅限于基础儿童床、玩具等，缺乏沉浸式体验；亲子活动内容单调，仅提供简单手工课程，难以满足7-12岁青少年对文化深度体验的需求。

• 客群需求不匹配

80后、90后家长对儿童餐食的绿色健康、营养均衡有更高要求，而酒店此前仅提供简单儿童套餐，种类单一，导致点单率低下，难以吸引客户。



3.2.6 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

- **亲子品牌创新设计**
 - ① 构建“5+2”亲子服务模型（5天商务+2天休闲），打造“儒韵”亲子品牌，推出璀璨星空、童梦奇缘、足球主题等差异化房型。
 - ② 引入漆扇手作、香包手作、手工皂手作、陶瓷彩绘、面食制作等非遗体验活动，让家庭在酒店内即可享受丰富的亲子时光。
- **分龄化亲子活动设计**
 - ① 0-3岁婴幼儿：配备婴儿床、消毒奶瓶器及早教投影仪。
 - ② 4-6岁儿童：提供帐篷、滑梯床及乐高积木区。
 - ③ 7-12岁青少年：开设非遗手工学习体验课程。
 - ④ 家庭菜谱小课堂：定期举办，由酒店大厨亲自教授家庭菜制作技巧。
- **亲子房服务流程优化**
 - ① 实施“3分钟响应+24小时闭环”机制：前台接到亲子客诉后，迅速联动客房部、工程部处理，45分钟内提供解决方案（如免费升级家庭房、赠送亲子礼包）。
 - ② 智能客诉系统应用：通过APP实时推送处理进度，自动触发补偿方案（如赠送儿童专属服务包、亲子摄影券）。

行动后取得的成果

- **客户满意度显著提升**

亲子客诉平均响应时间缩短至15分钟，闭环率高达98%；设施故障投诉占比大幅下降至12%，客户满意度飙升至95%。
- **亲子业务迅猛增长**

通过“住+玩”套餐及早鸟促销，亲子客群占比从2023年的30%跃升至2024年的45%，平均每日房价增长40%，暑期入住率超过90%。
- **品牌口碑与复购双丰收**

“儒韵”亲子品牌广受好评，OTA平台点评分高达4.8分；离店赠送“回忆礼盒”，复购率提升30%，形成“体验-口碑-复购”的良性循环。
- **案例启示**

通过亲子主题深化与服务流程优化，酒店实现了从“房间出租”到“家庭体验解决方案”的转型，在客诉修补中融入情感关怀，在亲子服务中植入教育属性，最终实现业绩与口碑的双增长。

3.2.7 品质服务案例

5 分钟快速入住 + 1%客诉，酒店长假运营优化实战

—— 上海兴国宾馆丽笙精选

興國賓館
RADISSON
COLLECTION



案例背景 上海兴国宾馆丽笙精选位于市中心领馆区，坐拥七万余平方米的绿色花园，拥有多栋建于上世纪二三十年代的欧美历史老别墅，隐匿于上海徐家汇这个充满活力的市中心商业区的喧嚣中，犹如一片迷人的城市绿洲。

行动中采取的措施和步骤

为解决长假期间酒店客流集中引发的服务效率低、客人体验差等问题，本方案从“行动前问题诊断、行动中措施落地、行动后成果总结”三个维度，构建全流程客流疏导体系，确保高效运营与服务质量双提升。

长假期间酒店客流爆发式增长，原有运营模式暴露多维度短板，具体问题如下：

• 服务流程效率低下

线下依赖度高：入住需现场核验身份、支付押金、选择房型，全程耗时 10-15 分钟；同时涉及行李寄存等衍生工作，易造成大堂拥堵。

通道规划混乱：前台仅设通用排队通道，有些非办理入住或退房的散客混杂其中，进一步延长等待时间。

• 人力配置与应急机制不完善

人力储备不足：高峰时段前台、礼宾等人数未按需增加，保洁等后勤部门人员无法快速补位；排班未考虑“高峰无断层”，易出现高峰时段人员空缺。



行动中采取的措施和步骤

针对上述问题，从“前期准备、高峰期疏导、应急保障、后续优化”四个阶段分步落地措施，确保全流程可控。

• 前期准备阶段

1、客流预测

步骤1：细化高峰时段

- ① 前台高峰：拆分为 10:00-15:00（入住）、11:00-14:00（退房）
- ② 用餐高峰：早餐 8:00-9:00（出游），晚餐 17:30-18:30（本地和住店客叠加）；
- ③ 电梯高峰：新增 8:00-10:00（外出高峰）、19:00-21:00（返回高峰）。

步骤2：统计客人到店时间

提前2-3天通过客人预留的邮箱和电话再次确认客人抵店时间和住宿信息。

2、人力与流程优化

步骤1：人力调配升级

排班：前台实行“错峰制”（如增加10:00-16:00的服务人员，减少19点以后服务人员）。

步骤2：通道精细化

在大堂安排引导员，将不办理入住或退房的旅客引导至其他柜台减少他们的等待时间。

• 高峰期疏导阶段

1、入住 / 退房环节：分层引导

步骤1：特殊关怀：为老人、残疾人、带婴幼儿客群提供“优先办理”。

步骤2：合理排房：为预订2间及以上房间的顾客提供1个房间，尽量确保客人行李进房，也不占用大堂的休息区域。

步骤3：积极引导：提供周边游玩打卡攻略。

2、餐饮疏导：错峰 + 扩容

步骤1：错峰：在办理入住时提醒客人避开用餐高峰。

步骤2：扩容：必要时开放大堂酒廊等场地供客人临时用餐。

• 应急保障阶段：快速响应

1、应急预案落地

步骤：突发客流应对

临时办理区：客流积压时，机动人员用移动设备为客人办理手续。

• 后续优化阶段：总结复盘（长假结束后1周内）

1、数据复盘

步骤1：客流复盘：统计每日各时段峰值、平均等待时间，与历史 / 预期对比，分析“超预期拥堵原因”（如景点加场）。

步骤2：客群复盘：分析会员 / 散客 / 团队、家庭 / 商务客群的需求与投诉焦点（如家庭客需更多儿童设施）。

2、标准固化

步骤：针对复盘问题（如儿童设施不足、快速退房使用率低），优化下次方案（如增儿童游乐设备、加强快速退房引导）。

行动后取得的成果

通过全流程措施落地，酒店在长假期间实现“运营效率提升、客人体验优化”两大核心成果，具体如下：

• 运营效率显著提升

- ① 客流疏导效率：入住平均等待时间从15分钟缩短至5分钟。
- ② 人力与资源利用率：在不增加额外人员的情况下避免闲暇时间段人力资源浪费。

• 客人体验与满意度优化

客诉率大幅下降：整体客诉率从10%降至3.5%，其中“排队久”客诉从8%降至1%。

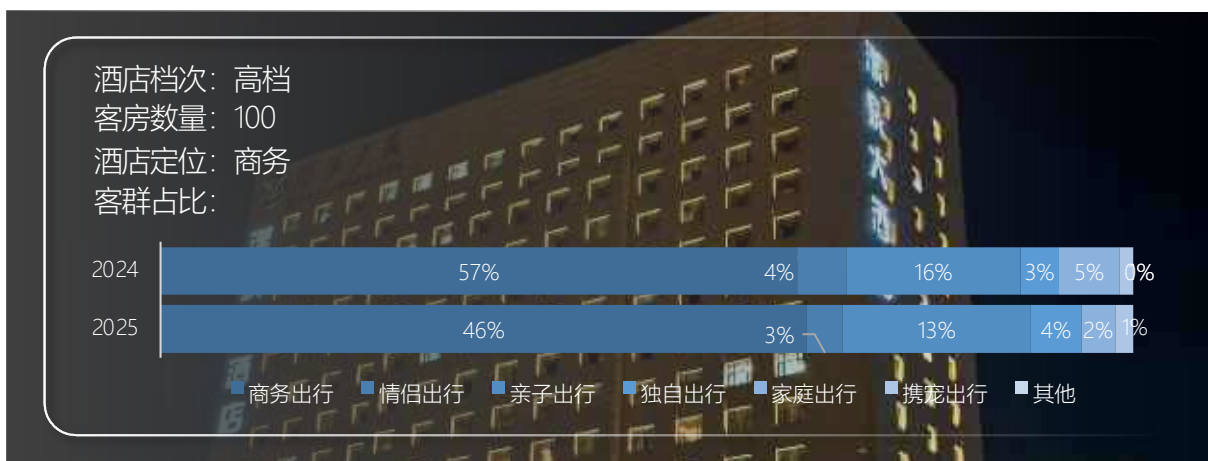
• 应急与标准化能力增强

应急响应成果：突发客流激增时，客人妥善安置率100%，无相关客诉。

3.2.8 品质服务案例

国企酒店转型：从依赖内部资源到拥抱市场，名利双收

—— 太原漾泉大酒店



案例背景

太原漾泉大酒店隶属于华阳新材料科技集团有限公司，成立于2016年12月。是一家集客房、会议、餐饮为一体的按照四星级标准建造的一家综合性商务会议酒店。酒店位于山西省综合改革示范区，建筑面积14122m²，周边商圈、医院等配套齐全，交通便利，设备完善。作为依托国企背景，长期以来凭借稳定的协议合作单位与集团内部客源，奠定了坚实的经营基础。然而，随着酒店行业市场竞争日趋白热化，传统依赖固定客群的经营模式已难以适应行业发展趋势。对此，酒店管理层精准洞察市场变化，明确意识到转型的紧迫性与必要性，决心突破传统经营桎梏，全面推进市场化转型与个性化服务升级，以此拓宽客群覆盖范围，进一步提升品牌核心竞争力与综合经济效益，实现高质量可持续发展。

目前，酒店面临长期依赖固定客群和内部市场的经营模式，客源结构单一，经营模式固化，缺乏核心竞争力，市场化认知度低，数智化应用不足。

行动中采取的措施和步骤

为打破僵局，太原漾泉大酒店围绕“服务创新+精准营销”双轮驱动，针对性采取以下举措：

• 优化客源结构，拓宽市场化获客渠道

对接旅游OTA平台（如携程、美团）、商务差旅平台，上线商务快捷套餐、家庭度假套餐等差异化产品，覆盖散客、旅游团队、中小企业差旅等客群。

拓展政企合作新场景，除传统协议单位外，主动对接区域内大型会议、展会、文体活动主办方，提供定制化接待服务，打造会议会展接待特色。

• 深化市场化转型，激活经营活力

建立市场化考核机制，将客源拓展、营收增长、客户满意度等指标纳入核心考核，倒逼团队主动对接市场。

灵活调整定价策略，根据淡旺季、节假日、市场供需情况制定动态价格体系，兼顾性价比与盈利空间。

3.2.8 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

• 升级服务体验，打造个性化核心竞争力

推出定制化服务模块，如商务客的高效办公配套打印、会议室预约、差旅代办；家庭客的儿童友好设施婴儿床、亲子活动；文旅客的本地特色体验周边景点导览、非遗文化体验套餐。

细化服务细节，建立客户偏好数据库，如房型偏好、饮食禁忌、特殊需求，提供“一对一”专属服务，提升客户粘性。



• 强化品牌建设，提升市场化影响力

整合线上线下传播渠道，通过官方公众号、短视频平台展示酒店特色服务与国企品质保障，联合本地KOL开展探店推广，扩大大众认知。打造国企特色品牌标签，突出“品质可靠、服务规范、社会责任”等优势，结合绿色酒店、智慧酒店建设，形成差异化品牌形象。



行动后取得的成果

通过上述措施，漾泉大酒店逐步摆脱对国企资源的依赖，实现了客源结构的优化与市场影响力的提升：

• 客源结构优化成果

市场化客源占比显著提升，外来旅客及OTA订单量大幅上升，散客入住率同比提升15.49%，协议单位与内部客源依赖度降低，客源结构更趋于均衡。

• 服务升级核心成果

个性化、定制化服务形成差异化竞争力，打破传统标准化服务的同质化困境，客户满意度与口碑持续改善。通过客户偏好数据库的运用让服务精准度提升，复购率显著增长，逐步积累一批高粘性核心客群，形成“体验-认可-传播”的良性循环。

• 市场化转型落地成果

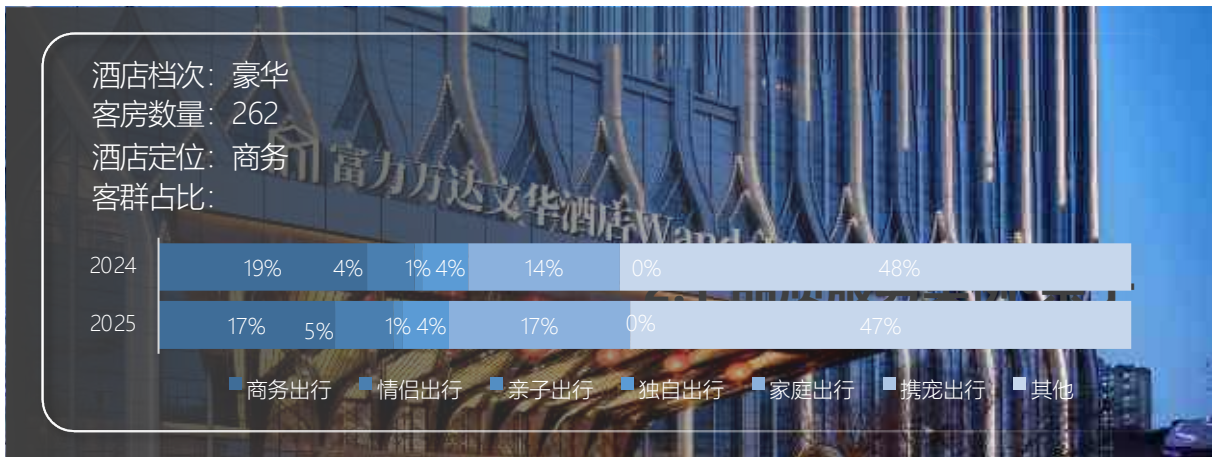
品牌传播突破内部圈层限制，在大众市场的认知度与影响力大幅提升，国企背景下“品质可靠+服务创新”的差异化品牌形象深入人心。品牌核心竞争力凸显，从区域内“国企配套酒店”升级为“市场化综合服务酒店”，不仅提升行业话语权，更带动综合经济效益与社会影响力同步增长，为高质量可持续发展奠定坚实基础。太原漾泉大酒店以服务细节为切入点，通过情感化互动、数智化工具与本地文化深度融合，成功实现了从“依赖资源”到“拥抱市场”的转型。这一案例为同类国企背景酒店的升级提供了可复制的经验，即通过精准洞察客户需求、强化服务特色，能够在竞争激烈的市场中开辟新的增长路径。

从运营报表数据来看，顾客表扬率达到95.20%，客诉预警查看率为100%，最受关注维度TOP10包括酒店整体、整体环境和其他。

3.2.9 品质服务案例

从“满足需求”升级“创造情绪价值”

—— 乌鲁木齐富力万达文华酒店



案例背景

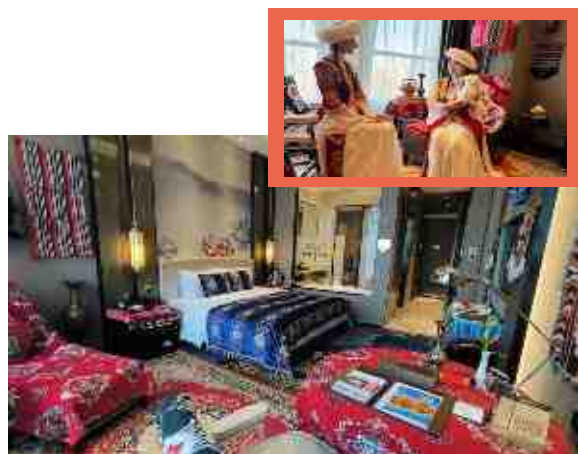
乌鲁木齐富力万达文华酒店，以标准化的微笑与专业，赢得了众多商旅者的信赖，当卓越的服务成为行业的基准，我们开始思考：如何超越功能的满足，真正触动宾客的心弦。我们相信，真正的奢华，不在于被服务，而在于被理解、被感动。因此，我们开启了一场从“标准”到“非凡”的蜕变——不再只是提供住宿，而是编织一场关于新疆的深情叙事。我们将这片土地的辽阔、热情与深厚文化，从可见的符号，转化为可感、可沉浸的体验。让每一次入住，都不再是途经，在这里，您将感受到的，远不止于服务——更是一场由内而外，直抵内心的情感共鸣。

当奢华硬件与标准流程成为标配，我们意识到，唯有与客人心灵相契的个性化体验与深度情感链接，才能构建持续的核心竞争力。

行动中采取的措施和步骤

• 硬件焕新

- 1、以“人性化、精细化”为原则，消除体验短板，打造舒适与特色兼具的旅居空间。
- 2、核心设施升级：批量更换高品质静音吹风机，完成全楼电视信号改造，直接解决宾客集中反馈的问题。
- 3、特色房型创收：西域主题房，沉浸式民族风情设计，成为社交平台打卡热点，实现口碑与收入双丰收。亲子联通房：巧妙改造无障碍客房，满足家庭游客需求。



3.2.9 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

• 服务升温：传递专属关怀

① 通过“一站式”标准流程与“个性化”惊喜服务，让每位宾客感受到超越期待的温度。

② 全流程管家服务

到店前：主动联系并添加宾客微信，提供专属管家服务，提前告知天气及交通实施状况，做好车位预留。

到店时：大厅迎宾，为宾客赠送新疆特色小礼物并分享品尝当地特产干果，按预知偏好精心安排房间。

• 个性化惊喜

专属接机→机场举牌迎候→抵达酒店→抵达大厅盛大迎宾→分享品尝迎宾特色干果→风情体验→邀请客人参与互动→“花帽巴扎”挑选心仪饰品→手持民族乐器自由打卡→客房特色→房间内配备融入民族元素的贴心备品与欢迎礼→特色洗衣服务→移步大堂吧享用新疆特色阿娜尔罕下午茶→在悠闲氛围中深入感受地域风情→主题餐饮→在餐厅品尝地道新疆美味→席间欣赏民族歌舞表演→加入互动，尽享欢愉→镜头随行→为您抓拍动人瞬间→私人订制生日独家记忆，打印并装裱 1-2张最具代表性的照片，作为专属纪念。为宾客精心编织了一条贯穿全程的文化体验脉络，让每一次停留都成为有故事、有温度的记忆。



入住中：多部门信息联动，确保服务无缝衔接。推出“深夜食堂”，为夜宿宾客送上温暖。

离店时：主动征询意见，及时弥补，对未加微信的宾客进行二次回访，争取转化潜在差评。



① 生日庆典服务

宾客在酒店过生日时，无论身处客房或餐厅，酒店将启动专属生日体验。工作人员会送达祝福与蛋糕，并在征得同意后，安排身着艾德莱斯绸的舞者进行民族舞蹈快闪，邀宾客共舞。同时记录精彩瞬间，为宾客留存专属纪念。

② 团队专属迎接体验

团队抵达前，酒店提供含新疆音乐、清凉湿巾及特色饮品的接机服务。宾客踏入大厅后，可体验麦西来甫歌舞、特色干果迎宾，参与“花帽巴扎”“乐器角”互动打卡。系列安排助力团队快速融入，放下疲惫，收获归属感与“归家般”的温暖。

③ 维吾尔族风情“阿娜尔罕”下午茶及沉浸式文化体验

酒店推出“阿娜尔罕”下午茶，让宾客无需前往伊犁六星街即可感受正宗新疆风情。

酒店以“文化剧场”为核心理念，通过“五感六识”将新疆文化与好客精神转化为可感知的体验。打造新疆主题客房，团队抵达时提供迎客茶与民族欢迎舞蹈，构建“文化 - 空间 - 服务 - 人情”四位一体的沉浸式体验系统。

3.2.9 品质服务案例

行动中采取的措施和步骤

• 客诉闭环：化危机为机遇

建立“快速响应-分级处理-闭环回访”机制，将宾客不满转化为深度认可。

1、5分钟内响应，30分钟内到场，实行“首问负责制”，杜绝推诿。

2、分级授权处理：值班经理有权视情况提供房型升级、赠送早餐、免费送机等补偿，快速平息不满。

3、24小时内回访：确保问题彻底解决，并真诚致歉，让客人感到被重视。

• 数据驱动：精准优化运营

依托华客、OTA等数字化工具，让管理决策有据可依。

1、多渠道收集：整合华客分数、OTA评价、内部质检数据，形成全面洞察。

2、月度复盘：针对低分项进行根源分析，明确责任并限时整改，形成持续优化的管理闭环。

行动后取得的成果

华客分数的攀升，源于对“宾客至上”理念的深度践行。从硬件焕新的每一处细节，到服务流程的每一次温暖互动，乌鲁木齐万达文华酒店正以专业的素养和极致的用心，赢得市场的广泛认可，驱动品质持续向上。2025年，我们的努力收获了市场的热烈回响：华客分数高达99.56，携程评分达4.83，均在本地豪华酒店中排名第一。

对酒店而言，最大的成功不在于数据的增长，而在于酒店为旅客提供的，不再只是一张床，而是一个认识新疆、感受新疆的独特视角和情感锚点。这里已不再是旅途的集散地，它本身，就是一道靓丽的风景。



3.2.10 品质服务案例

科技赋能、用心服务，会展酒店打造品质服务体验

—— 厦门国际会展中心酒店



案例背景 酒店通过“硬件AI升级”与“软性服务深化”双轨并行的策略，系统性提升服务品质与运营效率，以科技驱动释放人力聚焦高价值服务，设计体验活动满足核心客群需求，塑造酒店度假形象，实现客人满意度与市场竞争双驱动。

一、数字化/AI应用

行动前存在哪些问题

- 酒店总机电话总量多，总机、前台无法同时接起所有客人来电，电话miss量大；导致客人需求未被满足，影响客人满意度。
- 客人送物量较大，遇高峰期客房送物等待时间较长，影响客人入住体验。

行动中采取的措施和步骤

- 引用华客AI智能客服、IVR语音分流系统以及客房智能货柜及送物机器人。

行动后取得的成果

- 使用AI智能客服以来，减少了50%左右的总机电话量，很大程度上减少了总机的工作量，直接减少了1.5个总机人员。总机员工的工作内容从单纯的客服中心转为协助前台、礼宾的工作内容，降低前厅部编制的同时提升了员工的综合能力。



- 客房智能货柜+送物机器人引入后，客房平均送物等待时长从15.1分钟下降至3.4分钟，客人体验提升明显。

二、人性化体验构建差异化竞争

行动前存在哪些问题

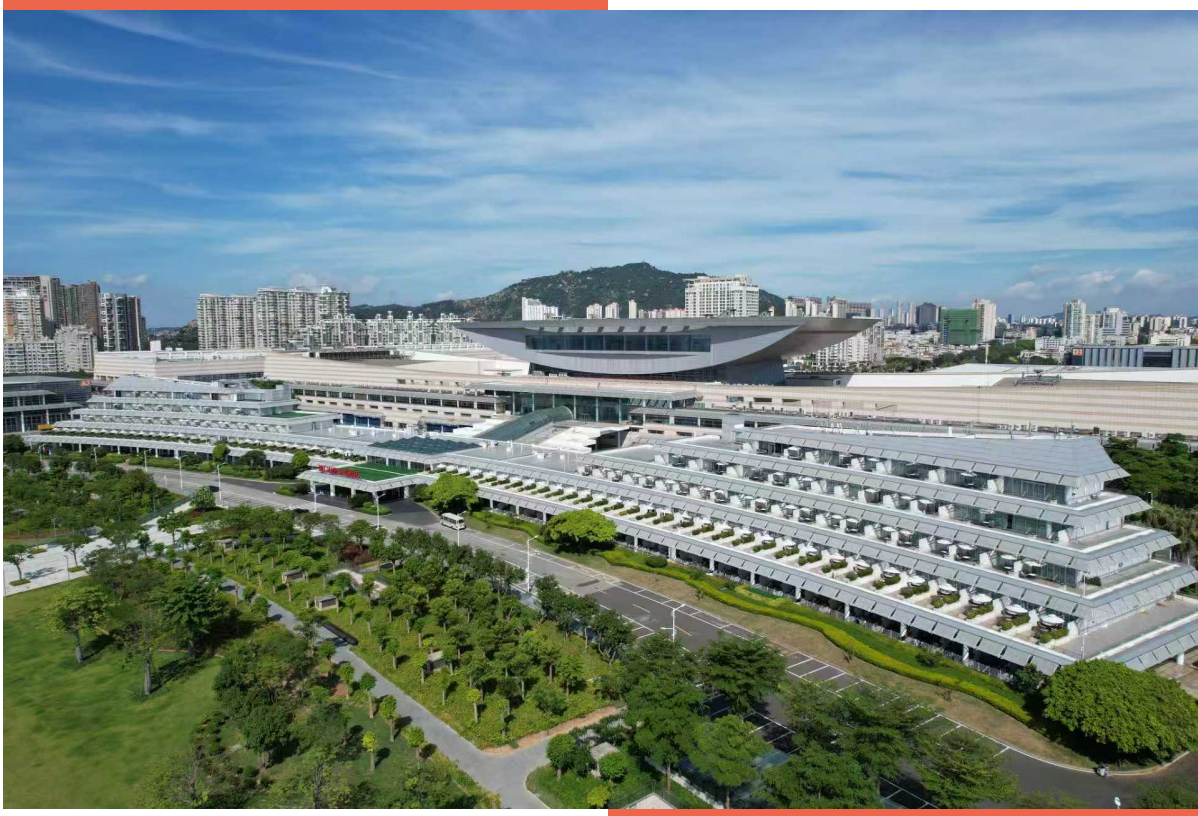
- 特定客群体验缺失，如酒店硬件上缺乏泳池设施，难以满足夏季亲子家庭的核心玩水需求，成为服务体验的明显短板。

行动中采取的措施和步骤

- 酒店利用户外露台的优势，采购大型的人工充气水池，增设酒店户外儿童泡泡水池，在暑期及国庆节节假日期间开展“儿童泡泡大战”的亲子活动。
- 深化“住宿+”体验：将服务从客房内延伸至本地生活，推出“潮玩鹭岛、逛吃厦门”等本地体验指南。并针对年轻客群，结合演唱会等热点，提供“音乐+旅行”专属套餐及无忧出行服务。

行动后取得的成果

- 泡泡水池开放后弥补了酒店无泳池的缺陷，增加了暑期及国庆高峰期酒店的亲子活动，成功强化了酒店在“亲子度假”的品牌标签，并通过年轻潮流的度假方式的引领，实现了从“住宿地”到“度假体验中心”的转变。
- 酒店将“科技”与“人文”的结合，硬件升级的“术”和软性服务的“道”的融合，提升并可满意度。



3.3

11个品质服务细分案例

1. 广东迎宾馆	98
2. 北京世纪华天大酒店	99
3. 山西东方明珠置业有限公司湖滨国际大酒店	100
4. 天目湖涵田度假村	101
5. 新疆尊茂银都酒店	101
6. 合肥栢景朗廷酒店	102
7. 台州远洲凤凰山庄	102
8. 杭州和谐置业有限公司建德文澜大酒店	103
9. 苏州南园宾馆有限公司	104
10. 千岛湖明豪国际度假酒店	104
11. 黄山西海饭店	105

注：排名不分先后。



3.3 品质服务细分案例



广东迎宾馆

帮客人解决重大财务损失问题

行动前存在哪些问题

2025年6月20日，新加坡客人梁女士入住广东迎宾馆。入住后，她向宾馆大堂经理反馈和同行亲戚的客房被安排在了不同的楼宇。在第二天有房间空出的情况下，大堂经理主动帮客人升级更换了房间。在交谈的过程中，梁女士告诉酒店自己前不久在某景区花费巨额购得一批玉器，觉得不值，便拜托酒店寻找玉器专家进行专业鉴定。酒店马上联系玉器专家鉴定，最后发现其价值严重不足，巨大损失令梁女士心急如焚。酒店知道此事跨地域、难度大、时间紧（梁女士将于6月25日返回新加坡），便将此事告知即将接班的大堂经理，与其共同处理此事件。

行动后取得的成果

梁女士收到全款后无比激动。她在感谢信中写道：“异乡遇困，几近绝望，入住贵宾馆是最大幸运！专业高效，更难得是那份沉甸甸的责任感、将心比心的同理心及一诺千金的可靠！面对刁难不放弃，跨国繁琐不推诿，亲力亲为保周全。他说负责到底，就真的做到。他们守护的不只是货款，更是旅客对异乡的信任！”

行动中采取的措施和步骤

酒店仔细查验凭证与报告，迅速制定方案，立即整理事件详情与证据，上报属地市场监督管理局。酒店亲自致电景区商店，据理力争，要求全额退款。商家以“货出概不退换”为由强硬拒绝，梁女士情绪几近崩溃。

酒店未被吓退，一边持续安抚客人，承诺坚持到底，一面锲而不舍地联动市场监督管理局，强调价差巨大及“店规不凌驾法律”。同时反复沟通商家，晓理动情。在酒店不懈努力下，商家妥协，同意退货退款，但提出分期方案：先退70%，尾款30%待收验货后退。梁女士紧绷的神经稍松，眼含泪光连声道谢。但是新难题逐渐浮现，梁女士归期在即，尾款如何保障？跨国退货风险谁担？此时，酒店再次展现出最核心的可靠品质，回复对方：“梁小姐，您安心回国。此事我全程负责到底！寄货、签收、催款，每个环节我紧盯。有进展即刻汇报。这是我的承诺！”掷地有声的担当，彻底消除客人后顾之忧。6月24日，酒店亲选可靠快递，全程监督打包，逐件检查、360度拍照录像留证，选用顶级防震材料，里外三层加固包装，并仔细填写报关单。其严谨专注的每个细节，令梁女士感动不已。在持续跟进下，尾款顺利到账。

3.3 品质服务细分案例



北京世纪华天大酒店

高考人群

行动前存在哪些问题

高考期间，考生学业和心理压力大，对备考环境要求高。酒店提供专项服务时，需重点解决为考生提供安静舒适休息环境、满足营养均衡便捷备考需求、缓解紧张情绪增强应考信心等问题。具体包括营造客房温馨氛围、科学搭配餐饮、提供便捷服务节省时间、用文化元素和人文关怀给予精神支持，这是对酒店服务精细化、资源调配能力和人文关怀深度的综合考验。

行动后取得的成果

酒店成功为高考考生营造了集舒适备考、营养补给、心灵慰藉于一体的“备考加油站”，帮助考生放松身心、全力以赴迎接挑战；以实际行动彰显了企业的社会责任与人文关怀，赢得了考生及家长的广泛赞誉和高度认可。

行动中采取的措施和步骤

- **精细化住宿服务：打造温馨备考港湾**
以客房服务为核心，房间融入柔和灯光、励志书法等温馨元素，定制含士力架、眼药水等的“笔下生花能量包”。每日送晚安牛奶，开机播放欢迎语，用细节传递家人般关怀，助力考生放松身心。
- **科学营养餐饮服务：搭建能量补给站**
针对考生脑力需求，推出三款“状元营养套餐”，保障营养素均衡。提供“送餐入户”服务，自助餐区以“旗开得胜”“金榜题名”主题装饰，既省时间又营造愉悦氛围，缓解考生紧张情绪。
- **党员先锋引领：彰显国企责任担当**
发挥党组织战斗堡垒和党员先锋作用，党员全程参与服务保障。赠送定制祝福矿泉水、大堂击掌鼓劲，牵头主题装饰、对接用餐需求，以实际行动为考生保驾护航，传递国企温暖。
- **深挖文化内涵：赋能考生信心**
将传统美好祝愿融入服务，通过“笔下生花能量包”“状元营养套餐”传递期许。大堂、餐饮区设“旗开得胜”等主题装饰，服务用品融入文曲星形象、吉祥话语，以文化仪式感增强考生应考信心。
- **便捷专项服务：为考生省时省力**
设立高考入住专项通道，专人引导办理手续、简化流程。餐饮配备专用定制器具，专人全程跟踪点餐送餐，让考生减少等待、专注备考。

3.3 品质服务细分案例



山西东方明珠置业有限公司湖滨国际大酒店

餐饮创新引流本地客，服务破局营收口碑双增

行动前存在哪些问题

消费升级背景下，顾客对餐饮服务的需求已从饱腹转向情感体验与仪式感，家庭重要宴席更渴求纪念性温馨场景。2025年餐饮“禁酒令”实施后，酒店中餐厅包间预订量显著下滑，传统酒水驱动型消费模式受冲击，亟需以特色化、亲民化路径破局。基于本地市场调研，酒店推出以地道晋菜、面食文化为核心的“晋味膳坊”品牌，精准对接本地家庭消费需求。

行动后取得的成果

寿宴获得客户深度认可，奶奶及其家人深受感动，当场预订未来三年家庭宴会，承诺“重要时刻均托付湖滨”。此次服务成效显著：

- ① 体系化传承：提炼服务精髓形成“湖滨暖心服务 SOP”，兼顾标准与服务人员的共情初心；
- ② 数据印证价值：“晋味膳坊”推出后，接待桌数增长 2425 桌，营收提升 48 万余元，客户满意度达 4.9 分；
- ③ 团队主动觉醒：员工从按部就班转向主动服务，如为咳嗽客人准备蜂蜜水、为孩童手绘生日贺卡；
- ④ 行业树立标杆：吸引同行交流学习，印证“禁酒令”背景下餐饮业的破局关键：情感。
- ⑤ 酒店始终秉持“建筑为器，承载情感；服务为桥，传递温暖”的理念，致力于守护客户生命中的重要时刻，让每一次相聚都成为值得回味的珍贵记忆。

行动中采取的措施和步骤

立足客户需求与市场转型方向，酒店为一位奶奶的九十大寿量身打造全方位温馨服务，践行“晋味膳坊”亲民与高品质兼具的理念：

- ① 深度沟通，精准施策：提前一周与家人深入对接，明确寿星喜好、家庭传统及特殊需求，组建专属服务团队制定个性化方案。
- ② 场景营造，融入文脉：以“鹤寿松龄”为主题布置场地，融入山西剪纸等地方元素，搭配手书“寿”字卷轴、定制寿桃装饰，同步编排老照片集锦与经典乐曲。
- ③ 贴心服务，人文赋能：收集四代同堂老照片呈现时光记忆；设计简约仪式，让晚辈敬茶、四代人共切蛋糕，传递深藏爱意；晋味面点大师现场制作“一根不断”的长寿面，复刻家的味道；细节处贴心调整空调温度、优化座位布局，让服务直击人心。
- ④ 全程记录，定格美好：专业摄影团队沉浸式跟拍，后期制作纪念微电影与电子相册。

3.3 品质服务细分案例



天目湖涵田度假村 宠物客群

行动前存在哪些问题

- ① 缺乏专业化宠物服务标准
- ② 宠物主人出行焦虑影响预定决策
- ③ 线上运营缺乏差异化竞争力

行动后取得的成果

- ① 客户满意度大幅提升，成为区域标杆，好评率达96%
- ② 经营数据持续增长，宠物客群成为核心客源，携宠客人由15%提升至42%，萌舍入住率提升28%，平均房价提升15%，携程转化率提升40%，复购率达33%
- ③ 品牌影响力扩大，萌舍被列为常州市文旅局定点采购服务单位，并被平台推荐至宠物友好专区。

行动中采取的措施和步骤

- ① 硬件设施改造，建设户外300平宠物活动区域，配备宠物专属物品，急救包，设立宠物美容区
- ② 制定完善的萌舍宠物入住服务标准，及国内首个宠物酒店行业标准白皮书，申请了国家文字专利
- ③ 打造线上运营差异化，对美团飞猪等OTA平台进行优化，采用宠物视觉展示策略



新疆尊茂银都酒店 银发客群

行动前存在哪些问题

酒店2025年9月接待了新疆维吾尔自治区成立70周年重要服务接待，接待对象中有各民族客人，还有平均年龄在90岁以上的劳动模范和英雄模范，年龄较大客人入住的安全措施及饮食安全是接待工作的重中之重。

行动中采取的措施和步骤

- ① 从入住体验入手，针对重要贵宾，结合客人偏好，在客房内放置新疆特色伴手礼，女士房间放置丝巾、复古铜镜及助眠酸奶；男士房间搭配装饰毯与新疆特色饮品，同时全屋标配12瓶免费矿泉水；年纪较大的客人房间提供防滑垫、防滑拖鞋、卫生间提前布置好地巾，规避湿滑风险；提供快速上网简易说明，方便客人高效快速使用网络；在客人离开房间的15分钟内快速完成床铺整理、物品归位与补给补充，确保每次客人回到房间享受舒适体验。
- ② 接待流程创新：针对接待中多民族宾客的特点，开展特色礼仪服务，安排双语人员服务，方便沟通交流。厨师团队严格把控菜品质量，每餐菜品经组委会检测合格后方可食用。结合组委会接待要求，提供健康会议餐，菜品每餐每日不重样，在确保菜品质量的基础上保证食品成本控制。

行动后取得的成果

团队始终以超越宾客期待为目标，将重大活动接待的挑战转化为服务创新的契机，既保障了高规格接待的专业性与安全性，更有有温度、有创意的服务，为酒店赢得了主办方与宾客的高度认可。

3.3 品质服务细分案例



合肥栢景朗廷酒店

演唱会下雨的客人服务

2025年4月11日，汪苏泷在酒店旁边的奥体中心开演唱会，合肥遭遇恶劣天气突然变化，原本晴空万里突降暴雨，气温骤降，观看演唱会的客人面对突如其来的倾盆大雨毫无准备，瞬间全身透湿，情绪焦虑。酒店管理層立即响应，向运营部门下达了行动指示：

① 餐饮部

接到暴雨预警后，30分钟内熬制两大桶热姜茶，配备了足量的茶杯，放置于大堂。

② 宾客关系组

微信点对点推送“雨中有暖”提示，分批迎回湿衣客人。

③ 前厅部

分两班指引，一条动线直达姜茶站，一条动线通往客房电梯，避免交叉拥堵或长时间等待。

当晚大堂零投诉，微博/小红书/抖音共产生带图好评百余条，多次提及关键词“姜茶”“暖心”。次日OTA新增5分好评37条，有效带动近期订房转化率提升3.4%。

艺人团队向酒店传达了汪苏泷本人对酒店的致谢，感谢酒店对他的粉丝的悉心照料。



台州远洲凤凰山庄

胰岛素储存、婚礼遇暴雨

行动前存在哪些问题

一对来自上海的夫妻两人入住凤凰山庄贵宾楼。因程女士患有糖尿病，每天都需要注射胰岛素针剂，于是入住房间后第一时间寻找可以保存针剂的冰箱，但发现房间内原本冰箱的温度远远达不到胰岛素的储存要求，遂打电话至前台寻求工作人员帮助。

行动后取得的成果

客人对大副认真负责、亲身搬运冰箱的服务态度高度认可。离店时特别附上手写感谢信，称赞此次服务“既保障了健康安全，又彰显了酒店温度”。

行动中采取的措施和步骤

大堂副理得知情况后深知事关客人生命安全，马上前往房间与客人当面沟通。但提出数个方案后都被客人否定，表示为保证安全，针剂绝对不能离开自己身边。最后大副请示部门经理说明情况，后对接餐饮部在15分钟内将一个小冰箱搬运到客人房间供客人使用。



杭州和谐置业有限公司建德文澜大酒店

住中客诉修补、解决方案

行动前存在哪些问题

① 客房服务标准化缺失

更换服务员后，出现床铺整理不一致、连续两天未补充矿泉水和洗漱用品的情况，说明服务流程缺乏统一标准，员工交接或培训不到位，未形成“每日必查”的服务闭环。

② 投诉响应存在时间差

晚上反馈问题，工作次日上班后才知晓并处理，间隔超过 12 小时，未实现“客诉当日响应”，可能导致客人负面情绪累积。

③ 对老客需求预判不足

客人此前常住其他酒店、此次因高点评分选择本酒店，且已入住多日，酒店未针对“长期住客”形成专属服务预案（如固定服务人员、关注高频需求），导致服务质量随人员更换下降。

行动后取得的成果

客人满意度显著提升：客人从“连续两天不满”转为主动分享体验，不仅收下礼物、享用点心水果，还多次在朋友圈发布照片赞扬酒店，公开认可服务品质。

实现长期续住与口碑转化：客人原本已入住多日，后续又续住四晚，成为“长期稳定客源”；其朋友圈分享相当于“免费宣传”，为酒店吸引潜在客人提供助力。

推动服务优化与标准完善：客人提出的“加装老年/残疾人辅助设施”建议被记录，可转化为酒店的服务升级方向；“无尘铺床”“V3 水果供应”等措施，也可纳入长期住客服务标准，提升整体服务水平。

行动中采取的措施和步骤

① 致歉与情绪安抚：真诚沟通，缓解不满

主动登门致歉：工作人员发现投诉后，第一时间计划拜访，因客人房间亮红灯（隐私需求）暂未打扰，后续在客梯口主动搭话，进门后明确道歉并解释延迟原因，避免客人误解为“忽视投诉”。

赠送定制化伴手礼：除水果、当地点心外，额外准备护手霜和寓意美好的钥匙扣，精准契合女性客人喜好，通过“情感化礼物”软化负面情绪，快速拉近距离。

② 需求挖掘与个性化服务：精准匹配，提升体验

深入了解核心诉求：通过聊天得知客人因腰不好看病，主动提议更换椰棕床垫；记录客人提出的“加装起床拉手、坐便器扶手、洗澡凳”建议，展现对特殊需求的重视。

针对性解决高频问题：知道客人爱泡茶，补充房间矿泉水时特意增加大桶矿泉水；后续每天供应“V3 级接待水果”，将客人需求转化为“超预期服务”。

③ 持续跟进与情感维护：全程关注，深化关系

日常服务精细化：工作人员休息时仍心系客人，从家中带来梅城古镇特大草莓；三八妇女节转赠玫瑰花和蛋糕，通过“非工作义务”的关怀，建立情感联结。

服务过程可视化：向客人展示“无尘铺床”操作，让客人直观看到服务品质，增强对酒店的信任；主动添加微信，实时询问打扫时间，确保服务节奏贴合客人行程。

跨部门协同保障：客人续住时，工作人员在群里通知各部门重点接待，避免后续服务出现疏漏，形成“全员关注”的服务氛围。

3.3 品质服务细分案例



苏州南园宾馆有限公司 餐饮主题

行动前存在哪些问题

- ① 服务质量、食品安全、运营成本三者难以兼顾，形成“不可能三角”。
- ② 现场管理粗放，后厨动线不合理，存在无效走动与交叉污染风险。
- ③ 食品安全管理执行与记录脱节，形成“两张皮”。
- ④ 质检流程依赖人工，效率低，整改周期长。
- ⑤ 成本控制与运营流程脱节，缺乏实时数据支撑。

行动后取得的成果

- ① 4D管理以935分通过验收，食品安全事故“零发生”。
- ② 餐饮毛利率提升10个百分点，库存周转天数控制在3天以内。
- ③ 后厨出餐效率提升18%，质检效率提升40%，整改周期从7天缩短至2.5天。
- ④ 员工主人翁意识增强，流失率下降，形成持续改善的组织文化。

行动中采取的措施和步骤

- ① 引入4D现场管理，优化空间动线，推行“五色定位法”与全员责任矩阵。
- ② 深度融合百合花食品安全体系，将关键控制点嵌入日常流程。
- ③ 使用华客质检云实现多体系标准数字化，构建PDCA闭环。
- ④ 建立精益成本管理体系，打通系统数据，实现“收得明白、支得明白、用得明白、结果明白”。
- ⑤ 推行全员改善文化，鼓励员工提交“改善提案”。



千岛湖明豪国际度假酒店 文化主题

行动前存在哪些问题

酒店在打造鱼文化主题酒店前，文化挖掘深度不足，主题内涵薄弱，可能仅停留在表层文化符号，缺乏对千岛湖渔文化、历史传说（鱼宴礼仪）的系统性梳理，导致文化故事单薄，难以形成情感共鸣。千岛湖周边酒店同质化严重，多数以“湖景”“度假”为卖点，缺乏独特记忆点。

行动后取得的成果

明豪酒店通过“鱼文化IP”，从视觉（鱼雕塑、鱼鳞建筑）、味觉（鱼宴）、体验（鱼池、互动活动）多维度打造差异化竞争力。通过鱼文化的内容，新媒体为宣传载体，在2025年预计营收突破1.1亿，创历史新高。结合第三届全国文化主题饭店质量年会传递的“文化赋能 = 品质升级 + 成本可控 + 价值感知提升”的质价比逻辑来看，千岛湖明豪国际度假酒店正是抓住了“在地文化 + 精准传播”的核心，为同质化竞争下的度假酒店提供了可参考的发展路径。

行动中采取的措施和步骤

酒店成立文化主题创建小组，同时联合地方文化学者，邀请文化评审专家，挖掘“本地文化”，创建福鱼IP，构建从视觉标识双鱼logo（VI）、空间叙事到体验活动的完整文化链条。酒店以“鱼悦湖岛，福泽明豪”为文化主题词，将千岛湖鱼文化融入服务与体验场景。

3.3 品质服务细分案例



黄山西海饭店

文化主题

行动前存在哪些问题

山岳景区面临整体消费降级、同质化竞争，尤其游客在需要较高体力、时间的山岳型景区的停留时间减少，且更看重便捷的交通、丰富的在地体验、独特的住宿、个性化服务，市场不确定性加剧。

行动后取得的成果

- ① 刺激消费新引擎，经济效益显著提升。2023年以来，“云端市集”累计接待游客超8万人次；2024年市集营收134.38万元，2025年上半年同比增长19.61%；带动饭店连续两年总体营收破亿元（并连续突破店史最高记录），2025年上半年营收同比增长近10%。
- ② 受邀参演RCEP“黄山之夜”、太平湖专场等多场活动；2025年五一期间登上央视CCTV13直播，后续获央视新闻联播、中国政府网、黄山新闻联播等权威媒体报道，实现从地方到全国的“破圈”传播，品牌知名度大幅提升，为山岳型景区酒店提供“文化赋能、体验升级、质效双升”的可复制方案，多家同行企业前来交流学习；获携程等五大平台高分好评，网评均分升至4.90，行业认可度提升。
- ③ 项目实施以来，西海饭店荣获“国家五钻级酒家”“食安安徽”“长三角放心消费示范单位”“大黄山服务质量标杆单位”“百强非遗文化主题酒店”等多项荣誉，入选“安徽省企业首席质量官加强全面质量管理十大典型案例”。

行动中采取的措施和步骤

- ① 成立饭店“非遗活化”体验升级工作小组，负责统筹协调相关各项工作，确保工作的顺利实施。确立以“内容驱动、体验升级、精准传播、运营优化”为实施路径，系统构建“文化+酒店+体验”融合创新模式，实现从“住店”到“入文化”的体验升级。
- ② 以员工为班底，组建非遗表演团队，通过“以老带新”自主培训，节约外聘成本；建立“员工非遗技能培训—传承人驻店指导—外部专家评审”三级人才培养机制。
- ③ 制定修订《绩效考核管理办法》《质检工作SOP》《“四型班组”管理方法》等制度，构建多层次质检体系；独立设置“非遗激励基金”，突破传统绩效框架，激发员工积极性。
- ④ 将黄山市非遗项目（如鱼灯舞、变脸、轩辕滚车、八段锦、新安剪影旗袍秀等）转化为可体验、可参与、可传播的酒店活动产品。
- ⑤ 同时结合“西海八音鸟”主题舞蹈、滑稽小丑、龙凤呈祥飞天秀、采茶舞、高杆送福等特色体验共同组成了“云端市集一台好戏”主题文旅IP，形成常态化展演体系。



**PART
04**

附录



4.1

2025酒店品质服务S100



相关说明

2025酒店品质服务S100，由中国饭店协会、上海华客信息科技有限公司(简称“华客科技”)联合发布。

本次数据调研主要针对中国饭店协会会员及上海华客信息科技有限公司客户开放，得分以2025年1-9月的经营数据（出租率、GOP）、口碑数据（华客分CSI、新增点评分、携程点评分）为基数，综合加权总分计算得出。

序号	省份	企业名称	综合得分
1	广东	广州白天鹅宾馆	83.91
2	江苏	南京金陵饭店	83.51
3	吉林	长春国信南山酒店	82.71
4	山西	太原湖滨国际大酒店	82.50
5	江苏	苏州南园宾馆	82.36
6	浙江	千岛湖明豪国际度假酒店	82.34
7	福建	泉州东海悦华酒店	82.28
8	江苏	天目湖涵田度假村	82.07
9	上海	上海松江广富林宰相府酒店	82.00
10	重庆	重庆渝州宾馆	81.99
11	上海	上海西郊宾馆	81.95
12	福建	福州西湖大酒店	81.79
13	广东	珠海海湾大酒店	81.76
14	江苏	苏州湾恒力大酒店	81.67
15	山东	威海铂丽斯国际大酒店	81.67
16	福建	厦门国际会展酒店	81.65

序号	省份	企业名称	综合得分
17	北京	北京世纪华天大酒店	81.52
18	山东	雪野湖国际会议中心	81.51
19	河北	廊坊新绎七修酒店	81.39
20	陕西	西安华清御汤酒店	81.33
21	山东	枣庄温德姆至尊酒店	81.24
22	浙江	绍兴东山大观酒店	81.23
23	安徽	黄山狮林大酒店	81.19
24	江西	江西前湖迎宾馆	81.11
25	浙江	杭州新新饭店	81.10
26	福建	厦门悦华酒店	81.01
27	广东	广东迎宾馆	80.99
28	山东	临沂华盛江泉城大酒店	80.88
29	天津	天津瑞吉金融街酒店	80.86
30	安徽	合肥栢景朗廷酒店	80.83
31	江西	景德镇陶溪川凯悦臻选酒店	80.56
32	福建	漳州芗江酒店	80.50
33	上海	上海兴国宾馆丽笙精选	80.46
34	山西	太原并州饭店	80.44
35	新疆	乌鲁木齐富力万达文华酒店	80.27
36	上海	上海中油阳光大酒店	80.26
37	陕西	西安金花大酒店	80.05

序号	省份	企业名称	综合得分
38	福建	厦门宾馆	79.97
39	新疆	可克达拉宾馆	79.96
40	内蒙古	乌兰察布博源大酒店	79.96
41	浙江	杭州建德文澜大酒店	79.88
42	江西	上饶龙潭湖宾馆	79.84
43	福建	厦门国际会议中心酒店	79.82
44	浙江	杭州庐境西溪酒店	79.81
45	广东	深圳光明天安云谷智选假日酒店	79.74
46	安徽	黄山西海饭店	79.72
47	福建	泉州海丝博亚国际酒店	79.69
48	河北	秦皇岛阿尔卡迪亚滨海度假酒店	79.67
49	浙江	绍兴咸亨酒店	79.62
50	山东	山东土地·儒商酒店	79.56
51	浙江	舟山舟旅南苑海上丝绸之路酒店	79.46
52	内蒙古	兴安盟博源大酒店	79.45
53	浙江	台州远洲凤凰山庄	79.45
54	安徽	青阳九华山阿尔卡迪亚酒店	79.34
55	浙江	杭州西湖雅谷泉山庄	79.33
56	江西	沃尔顿皇家花园酒店	79.30
57	上海	上海马勒别墅饭店	79.21
58	陕西	西安斯瑞特国际酒店	79.07

序号	省份	企业名称	综合得分
59	安徽	黄山排云型旅酒店	79.06
60	陕西	宝鸡城际酒店	79.03
61	云南	昆明花之城豪生国际大酒店	78.92
62	海南	三亚阳光大酒店	78.80
63	湖北	神农架阿尔卡迪亚森林酒店	78.78
64	山东	济南施柏阁酒店	78.77
65	山东	青岛嘉年华大酒店	78.58
66	湖南	长沙现代华天大酒店	78.56
67	河北	衡水迎宾馆	78.52
68	福建	福建闽江饭店	78.49
69	河北	青松岭阿尔卡迪亚国际度假酒店	78.47
70	浙江	杭州开元名都大酒店	78.31
71	山东	山东翰林大酒店	78.30
72	新疆	新疆尊茂银都酒店	78.28
73	江西	江西赣江宾馆	78.05
74	北京	北京和园景逸大酒店	78.04
75	江苏	南京湖滨金陵饭店	77.97
76	新疆	石河子宾馆	77.89
77	海南	海南迎宾馆一号楼	77.80
78	江西	南昌前湖酒店	77.68
79	江苏	南京华山饭店	77.63

序号	省份	企业名称	综合得分
80	河北	邢台万峰大酒店	77.61
81	北京	北京金融街行政公寓	77.43
82	江苏	涵玉晓筑	77.34
83	新疆	巴州山水梨城宾馆	77.24
84	陕西	西安野生动物园美仑国际酒店	77.15
85	山西	太原西山酒店	77.01
86	北京	北京贵都大酒店	76.98
87	浙江	麦禧麦悦酒店	76.53
88	江苏	常熟阅山轩假日休闲酒店	76.44
89	山西	山西华苑宾馆	76.36
90	北京	北京天佑大厦	76.25
91	江西	江西饭店	75.79
92	山西	介休隆洲大酒店	75.43
93	浙江	嘉兴阳光雷迪森广场酒店	75.15
94	内蒙古	赤峰福兴东方精品酒店	72.74
95	贵州	荔波四季花园酒店	72.64
96	山西	太原漾泉大酒店（阳煤大厦）	72.12
97	天津	天津政协俱乐部	71.76
98	江西	江西玉泉岛大酒店	71.14
99	山东	青岛大学国际学术交流中心	70.85
100	新疆	博尔塔拉宾馆	70.15



4.2

2025酒店体验质量指数

Benchmark

城市 x 酒店档次



城市x豪华型酒店 核心指标

*按省份、城市首字母A→Z排序

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
安徽	安庆	90.66	-0.52%	4.86	-1.00%	4.75	-2.10%	-	-	-	-
	蚌埠	84.18	-0.83%	4.85	0.85%	4.65	-2.08%	-	-	-	-
	亳州	89.89	2.33%	4.90	0.75%	4.75	-0.16%	-	-	-	-
	池州	86.47	1.65%	4.86	0.09%	4.79	-0.09%	4.40%	-29.56%	3.99%	24.35%
	滁州	85.68	-0.89%	4.86	-0.43%	4.70	-1.61%	3.99%	84.70%	1.93%	-51.26%
	阜阳	93.68	2.22%	4.91	-0.40%	4.79	-0.78%	4.30%	-	0.32%	-
	合肥	89.92	1.47%	4.90	0.44%	4.79	-0.16%	4.30%	22.90%	0.51%	215.81%
	淮北	88.25	0.81%	4.82	-0.96%	4.73	-1.87%	-	-	-	-
	淮南	83.22	1.84%	4.76	-0.87%	4.76	-0.07%	-	-	-	-
	黄山	84.56	1.75%	4.89	0.18%	4.80	-0.45%	-	-	-	-
	六安	85.93	2.09%	4.83	-0.08%	4.73	-0.24%	-	-	-	-
	马鞍山	89.12	3.33%	4.85	0.98%	4.72	-0.92%	-	-	-	-
	宿州	85.39	-0.79%	4.84	-1.44%	4.79	-0.93%	-	-	-	-
	铜陵	90.12	5.60%	4.80	0.21%	4.76	0.00%	-	-	-	-
	芜湖	88.05	-0.09%	4.86	0.13%	4.72	-1.15%	4.06%	28.28%	0.31%	-7.64%
宣城	83.42	2.14%	4.82	-0.13%	4.76	-0.15%	-	-	-	-	
澳门	澳门	86.00	2.25%	4.64	0.94%	4.69	0.50%	-	-	-	-
北京	北京	87.98	2.99%	4.79	0.35%	4.70	-0.14%	4.12%	10.64%	1.01%	54.39%
重庆	重庆	87.77	1.94%	4.85	0.15%	4.74	-0.40%	3.55%	-4.52%	0.43%	-7.56%
福建	福州	88.29	3.11%	4.83	-0.20%	4.72	-0.52%	9.17%	27.52%	1.35%	32.79%
	龙岩	83.10	1.79%	4.78	0.01%	4.62	-1.20%	8.82%	83.31%	0.37%	-44.72%
	南平	84.39	3.00%	4.85	-0.13%	4.68	-1.93%	4.00%	51.03%	0.57%	-82.90%
	宁德	90.31	3.41%	4.85	-0.44%	4.67	-0.30%	7.85%	52.99%	0.17%	320.20%
	莆田	86.92	2.35%	4.82	-0.47%	4.70	-0.47%	-	-	-	-
	泉州	87.50	3.27%	4.84	0.52%	4.71	-0.25%	4.48%	23.87%	0.52%	-16.53%
	三明	82.17	4.73%	4.77	0.59%	4.62	0.90%	6.40%	143.11%	0.62%	-18.42%
	厦门	90.12	2.50%	4.83	-0.07%	4.73	-0.30%	5.34%	37.09%	0.61%	-1.45%
	漳州	86.22	9.84%	4.82	1.36%	4.63	1.02%	6.78%	41.88%	1.00%	-46.51%

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
甘肃	嘉峪关	83.04	7.37%	4.79	0.08%	4.69	-0.32%	-	-	-	-
	酒泉	85.13	4.72%	4.82	1.51%	4.68	-0.23%	-	-	-	-
	兰州	90.50	2.18%	4.79	-0.33%	4.72	-0.91%	5.34%	13.29%	0.52%	2.59%
	临夏回族自治州	73.14	0.44%	4.51	-3.32%	4.59	-1.29%	-	-	-	-
	陇南	77.36	-10.74%	4.79	1.04%	4.76	-0.17%	-	-	-	-
	平凉	80.62	-3.13%	4.84	1.35%	4.77	0.00%	-	-	-	-
	天水	80.29	8.40%	4.66	2.95%	4.64	2.20%	-	-	-	-
	武威	85.02	10.06%	4.78	-0.25%	4.69	-0.46%	-	-	-	-
	张掖	88.01	4.73%	4.74	-0.77%	4.72	-1.05%	-	-	-	-
广东	潮州	87.74	3.15%	4.84	1.24%	4.77	0.12%	-	-	-	-
	东莞	86.56	4.83%	4.85	0.32%	4.71	0.42%	2.69%	34.84%	0.71%	-21.48%
	佛山	87.64	3.23%	4.78	-0.05%	4.71	0.72%	8.94%	26.62%	0.91%	4.23%
	广州	89.26	3.98%	4.80	0.45%	4.70	-0.04%	3.91%	40.73%	1.49%	-20.59%
	河源	90.18	2.86%	4.84	0.28%	4.75	-0.84%	-	-	-	-
	惠州	85.29	0.50%	4.77	0.42%	4.62	-0.45%	8.20%	4.48%	0.34%	-33.49%
	江门	85.66	1.38%	4.73	-0.65%	4.70	0.28%	9.24%	79.99%	0.60%	-7.76%
	揭阳	84.37	2.18%	4.77	0.84%	4.72	1.04%	-	-	-	-
	茂名	82.16	-0.87%	4.77	-0.90%	4.58	-2.06%	-	-	-	-
	梅州	83.37	1.17%	4.73	-0.92%	4.67	0.00%	4.13%	-	0.65%	-
	清远	83.19	-0.50%	4.73	-1.09%	4.61	-1.52%	8.63%	40.67%	0.78%	-25.46%
	汕头	88.90	1.87%	4.81	-0.13%	4.70	0.54%	-	-	-	-
	汕尾	85.23	0.64%	4.73	-0.59%	4.64	-0.76%	-	-	-	-
	韶关	85.77	2.39%	4.73	0.03%	4.59	-1.57%	-	-	-	-
	深圳	90.01	2.05%	4.79	0.02%	4.71	-0.34%	6.69%	112.21%	1.02%	-9.47%
	阳江	84.92	6.58%	4.75	5.12%	4.55	-0.13%	-	-	-	-
	云浮	87.24	4.12%	4.73	0.00%	4.70	-0.81%	-	-	-	-
湛江	81.06	-0.49%	4.72	2.27%	4.53	-0.10%	-	-	-	-	
肇庆	86.91	1.55%	4.77	0.42%	4.69	-0.32%	-	-	-	-	

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
广东	中山	87.36	4.76%	4.75	1.96%	4.63	0.93%	-	-	-	-
	珠海	90.96	2.25%	4.79	-0.17%	4.71	0.13%	5.16%	36.93%	0.62%	-24.72%
广西	百色	88.38	-0.15%	4.65	-2.32%	4.72	-1.46%	-	-	-	-
	北海	91.10	1.14%	4.85	-0.02%	4.76	-1.21%	-	-	-	-
	崇左	86.55	2.80%	4.88	-0.29%	4.76	-0.45%	6.69%	-52.03%	-	-
	防城港	80.97	7.41%	4.30	2.33%	4.41	0.41%	-	-	-	-
	贵港	80.87	0.41%	4.62	-1.13%	4.58	0.22%	-	-	-	-
	桂林	89.08	2.31%	4.89	0.28%	4.71	-0.60%	1.92%	-31.84%	1.33%	21.72%
	河池	84.69	1.96%	4.73	1.45%	4.69	0.86%	-	-	-	-
	贺州	88.25	7.50%	4.73	-1.45%	4.55	-2.62%	-	-	-	-
	来宾	57.19	3.79%	4.26	3.39%	4.46	2.76%	-	-	-	-
	柳州	86.57	3.17%	4.75	-0.13%	4.68	-0.67%	-	-	-	-
	南宁	90.66	2.01%	4.84	0.39%	4.71	-0.83%	5.36%	10.86%	1.00%	-
	钦州	77.19	0.51%	4.73	0.94%	4.56	-2.04%	-	-	-	-
	梧州	89.12	2.80%	4.77	1.43%	4.70	0.86%	-	-	-	-
玉林	81.24	-0.96%	4.86	-1.14%	4.69	-0.42%	5.33%	34.66%	0.47%	72.22%	
贵州	安顺	83.97	1.91%	4.83	-0.44%	4.66	-1.92%	-	-	-	-
	毕节	80.25	-2.32%	4.70	-0.86%	4.56	-2.23%	-	-	-	-
	贵阳	84.86	-0.83%	4.78	-0.08%	4.64	-1.17%	3.68%	16.11%	-	-
	六盘水	80.55	-2.18%	4.71	-0.44%	4.52	-1.58%	-	-	-	-
	黔东南	90.77	1.46%	4.95	0.19%	4.84	-0.78%	-	-	-	-
	黔南	82.35	9.12%	4.79	1.22%	4.63	0.10%	-	-	-	-
	黔西南	81.16	3.87%	4.76	0.25%	4.71	0.16%	-	-	-	-
	铜仁	80.54	-2.57%	4.82	-0.09%	4.67	-1.44%	-	-	-	-
	遵义	87.61	1.53%	4.88	0.03%	4.74	-0.76%	-	-	-	-
海南	保亭	89.96	0.42%	4.85	0.97%	4.67	-0.92%	4.90%	249.60%	1.10%	-41.23%
	昌江	81.77	1.20%	4.57	-4.23%	4.52	-2.10%	10.97%	-	-	-
	澄迈	74.43	-0.98%	4.65	1.02%	4.62	0.71%	-	-	-	-

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
海南	儋州	81.22	-4.34%	4.75	0.47%	4.64	-1.74%	-	-	-	-
	定安	63.40	-6.43%	4.39	5.33%	4.43	-1.56%	-	-	-	-
	东方	79.24	9.79%	4.56	-0.96%	4.52	-0.77%	6.53%	26.74%	1.97%	-3.66%
	海口	90.16	2.89%	4.84	0.80%	4.71	0.33%	5.90%	27.12%	0.73%	-31.92%
	乐东	92.61	10.88%	4.87	3.62%	4.73	1.28%	-	-	-	-
	临高	88.19	-1.39%	4.82	-0.95%	4.66	-2.51%	-	-	-	-
	陵水	88.66	3.10%	4.75	0.00%	4.60	-0.24%	8.75%	77.84%	0.59%	-85.80%
	琼海	88.35	9.27%	4.82	1.73%	4.65	0.31%	-	-	-	-
	三亚	92.71	1.21%	4.86	0.06%	4.67	-1.07%	6.90%	45.34%	1.01%	-26.78%
	屯昌	81.05	-5.22%	4.83	-0.71%	4.84	1.89%	-	-	-	-
	万宁	92.46	-0.97%	4.84	-1.02%	4.73	-1.61%	-	-	-	-
	文昌	93.37	0.94%	4.84	0.43%	4.65	-0.69%	4.66%	15.77%	1.77%	-31.11%
五指山	83.17	1.99%	4.64	1.02%	4.58	-0.44%	-	-	-	-	
河北	保定	88.99	-0.15%	4.87	-0.19%	4.79	-0.60%	4.23%	5.59%	1.87%	-83.77%
	沧州	90.00	-0.01%	4.85	0.34%	4.72	-1.67%	1.26%	-37.35%	7.84%	96.49%
	承德	80.50	2.56%	4.81	1.03%	4.69	-0.39%	5.09%	6.75%	2.41%	-24.22%
	邯郸	84.46	0.27%	4.87	-0.27%	4.76	0.73%	-	-	-	-
	衡水	87.03	7.90%	4.94	0.56%	4.84	-0.82%	-	-	-	-
	廊坊	82.28	-1.29%	4.81	0.46%	4.64	-1.36%	5.92%	95.65%	0.79%	-43.46%
	秦皇岛	89.57	3.11%	4.80	0.00%	4.69	-0.93%	5.79%	-13.33%	2.87%	-18.60%
	石家庄	86.31	3.08%	4.83	-0.13%	4.74	-0.72%	-	-	-	-
	唐山	84.17	2.09%	4.83	1.01%	4.66	-0.94%	-	-	-	-
	邢台	85.65	2.45%	4.81	0.05%	4.70	-0.34%	5.79%	37.14%	0.86%	-38.54%
河南	张家口	86.41	4.56%	4.79	0.46%	4.70	-0.10%	2.19%	57.47%	0.61%	-37.03%
	安阳	86.18	-0.05%	4.85	0.50%	4.78	-1.17%	-	-	-	-
	鹤壁	77.48	3.78%	4.71	-0.46%	4.77	0.85%	-	-	-	-
	济源	87.02	18.39%	4.87	1.40%	4.62	-0.54%	-	-	-	-
焦作	86.90	3.77%	4.89	1.77%	4.73	1.72%	-	-	-	-	

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
河南	开封	88.46	5.30%	4.75	-1.21%	4.77	0.72%	0.26%	-72.77%	16.60%	950.11%
	洛阳	90.38	2.46%	4.84	0.70%	4.78	-0.17%	-	-	-	-
	漯河	83.03	-3.76%	4.79	0.83%	4.69	-0.85%	-	-	-	-
	南阳	82.50	2.10%	4.81	-0.07%	4.71	-0.63%	-	-	-	-
	平顶山	77.81	10.81%	4.64	0.85%	4.61	0.44%	-	-	-	-
	濮阳	95.78	0.02%	4.88	-0.70%	4.70	-2.49%	0.66%	-53.31%	7.71%	355.76%
	三门峡	85.04	-1.68%	4.76	-1.65%	4.70	-1.57%	-	-	-	-
	商丘	92.48	-1.70%	4.86	-0.92%	4.76	-0.31%	-	-	-	-
	新乡	76.19	-2.81%	4.47	-3.95%	4.59	-1.50%	-	-	-	-
	信阳	95.52	1.48%	4.91	0.32%	4.81	0.42%	2.86%	-6.64%	0.69%	-4.58%
	许昌	88.41	2.84%	4.88	0.05%	4.81	1.53%	-	-	-	-
	郑州	88.65	2.89%	4.82	-0.58%	4.72	-0.62%	2.82%	-37.27%	0.49%	-
	周口	80.69	-4.96%	4.78	-0.80%	4.68	-2.02%	-	-	-	-
驻马店	91.84	-2.20%	4.86	-2.01%	4.69	-2.09%	-	-	-	-	
黑龙江	大庆	81.34	16.49%	4.65	5.16%	4.55	4.36%	-	-	-	-
	大兴安岭	89.69	-	4.84	-	4.82	-	-	-	-	-
	哈尔滨	87.84	2.21%	4.88	0.97%	4.66	-0.22%	6.14%	38.60%	1.40%	-15.46%
	鹤岗	73.67	-8.42%	4.76	0.78%	4.76	-1.45%	-	-	-	-
	黑河	65.38	-3.61%	4.35	-1.02%	4.28	-1.04%	-	-	-	-
	鸡西	80.38	8.98%	4.73	1.49%	4.72	0.85%	-	-	-	-
	佳木斯	81.07	-2.49%	4.67	-1.74%	4.66	-1.69%	-	-	-	-
	牡丹江	86.34	6.84%	4.82	0.93%	4.58	1.25%	-	-	-	-
	齐齐哈尔	91.29	1.58%	4.91	0.07%	4.81	1.37%	-	-	-	-
湖北	鄂州	83.27	11.99%	4.94	1.53%	4.78	0.95%	-	-	-	-
	恩施土家族苗族自治州	91.07	4.69%	4.86	-0.38%	4.77	0.05%	-	-	-	-
	黄冈	78.76	-0.35%	4.71	-0.20%	4.61	-1.24%	4.18%	23.57%	-	-
	黄石	89.08	-1.69%	4.90	0.51%	4.74	-1.22%	-	-	-	-
	荆门	85.41	-0.22%	4.91	0.33%	4.81	-1.13%	-	-	-	-

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
湖北	荆州	89.52	1.93%	4.83	0.35%	4.61	-0.62%	-	-	-	-
	神农架	88.33	2.90%	4.84	0.44%	4.66	-0.43%	6.85%	-6.84%	1.19%	-37.49%
	十堰	84.77	2.20%	4.88	1.72%	4.71	0.04%	-	-	-	-
	随州	88.85	-4.18%	4.81	-1.45%	4.80	0.00%	-	-	-	-
	武汉	90.27	2.47%	4.85	0.47%	4.73	-0.45%	5.88%	18.48%	0.57%	22.59%
	仙桃	83.71	4.29%	4.85	3.56%	4.74	2.60%	-	-	-	-
	咸宁	82.66	-0.69%	4.77	-1.62%	4.77	0.98%	-	-	-	-
	襄阳	91.27	-0.66%	4.84	-0.21%	4.75	-0.40%	6.01%	1.00%	0.63%	-30.03%
	孝感	90.29	5.52%	4.90	0.98%	4.77	1.00%	-	-	-	-
	宜昌	84.95	1.62%	4.84	0.38%	4.73	-0.32%	-	-	-	-
湖南	常德	79.59	-2.55%	4.70	-3.32%	4.70	-0.59%	8.68%	-	-	-
	郴州	85.51	2.23%	4.81	-0.64%	4.69	-0.04%	-	-	-	-
	衡阳	88.17	5.44%	4.93	0.02%	4.75	-0.61%	-	-	-	-
	怀化	83.49	0.11%	4.75	-0.30%	4.72	-1.48%	-	-	-	-
	娄底	93.35	3.16%	4.86	-1.49%	4.73	-2.37%	5.08%	46.40%	0.36%	165.65%
	邵阳	78.98	5.78%	4.73	0.29%	4.75	-0.42%	-	-	-	-
	湘潭	87.26	2.92%	4.93	0.18%	4.78	-0.42%	-	-	-	-
	湘西土家族苗族自治州	86.45	-0.06%	4.88	0.09%	4.78	-0.42%	-	-	-	-
	益阳	91.56	0.20%	4.92	-0.37%	4.80	-0.93%	-	-	-	-
	永州	78.27	1.33%	4.78	-0.76%	4.68	-0.47%	6.67%	10.13%	0.61%	570.56%
	岳阳	83.15	7.18%	4.83	2.49%	4.73	0.37%	-	-	-	-
	张家界	88.36	6.03%	4.87	1.65%	4.75	-0.42%	5.65%	4.33%	0.49%	-49.73%
	长沙	91.85	1.60%	4.89	0.35%	4.79	-0.36%	7.72%	14.83%	0.61%	-1.80%
	株洲	88.95	1.73%	4.89	-0.16%	4.78	0.55%	3.16%	-33.87%	0.65%	24.37%
吉林	白山	86.51	6.65%	4.83	1.76%	4.59	-0.98%	4.17%	30.25%	1.11%	-42.76%
	吉林市	86.81	1.46%	4.79	-0.38%	4.65	-1.21%	-	-	-	-
	四平	93.96	-1.89%	4.84	-0.36%	4.64	-1.49%	5.39%	18.56%	0.96%	28.72%
	通化	92.22	2.62%	4.88	-0.15%	4.78	-0.93%	-	-	-	-

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
吉林	延边	87.19	1.76%	4.89	0.57%	4.67	-0.46%	-	-	-	-
	长春	88.75	2.73%	4.85	1.06%	4.74	0.62%	7.50%	15.13%	0.88%	-31.79%
江苏	常州	88.05	2.55%	4.87	0.38%	4.76	-0.58%	4.19%	10.64%	0.55%	-15.17%
	淮安	89.97	5.60%	4.85	0.64%	4.71	-0.45%	8.99%	34.59%	2.00%	102.88%
	连云港	84.94	7.19%	4.87	0.44%	4.69	-0.78%	-	-	-	-
	南京	88.69	1.52%	4.84	0.26%	4.74	-0.27%	3.87%	47.99%	1.22%	-27.81%
	南通	87.62	2.84%	4.84	-0.23%	4.77	-0.03%	-	-	-	-
	苏州	86.85	1.62%	4.84	0.18%	4.74	-0.23%	4.37%	33.41%	0.89%	-27.95%
	宿迁	83.76	-3.30%	4.88	-0.77%	4.77	-0.91%	-	-	-	-
	泰州	86.51	1.09%	4.85	-0.19%	4.75	0.27%	10.48%	-	0.85%	-
	无锡	84.73	1.84%	4.85	0.34%	4.72	-0.19%	4.31%	8.44%	0.56%	-15.80%
	徐州	90.58	0.22%	4.85	0.03%	4.74	-1.43%	4.72%	64.06%	0.58%	-42.11%
	盐城	85.93	1.63%	4.89	0.04%	4.79	-0.40%	-	-	-	-
	扬州	89.42	1.78%	4.89	0.14%	4.76	-0.54%	-	-	-	-
镇江	82.50	2.80%	4.78	-0.02%	4.69	-0.57%	3.97%	-14.21%	1.79%	-55.36%	
江西	抚州	84.51	1.56%	4.64	-1.40%	4.61	-1.97%	-	-	-	-
	赣州	84.98	-0.15%	4.78	-0.96%	4.73	-1.05%	5.97%	105.71%	0.62%	-25.00%
	吉安	78.52	0.77%	4.83	-1.21%	4.70	-1.00%	-	-	-	-
	景德镇	88.99	6.03%	4.88	1.32%	4.72	-0.04%	7.49%	-	1.55%	-
	九江	85.58	3.08%	4.87	0.38%	4.70	-0.84%	5.60%	-	0.72%	-
	南昌	89.38	3.51%	4.80	0.11%	4.68	-0.49%	7.02%	50.59%	3.81%	116.57%
	萍乡	90.05	1.32%	4.89	0.66%	4.74	0.00%	-	-	-	-
	上饶	86.15	2.04%	4.86	0.05%	4.73	-0.22%	4.43%	15.01%	0.38%	439.58%
	新余	82.54	-6.00%	4.79	-1.36%	4.81	0.84%	-	-	-	-
	宜春	83.07	3.26%	4.78	1.05%	4.68	-0.19%	-	-	-	-
鹰潭	81.00	6.37%	4.76	2.58%	4.55	-1.45%	-	-	-	-	
辽宁	鞍山	81.93	5.73%	4.74	0.19%	4.62	0.27%	-	-	-	-
	本溪	85.19	10.17%	4.81	1.34%	4.48	0.52%	-	-	-	-

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
辽宁	朝阳	66.27	-3.31%	4.28	0.30%	4.43	0.08%	-	-	-	-
	大连	83.84	1.88%	4.70	0.48%	4.63	-0.10%	8.43%	21.95%	1.06%	1.82%
	丹东	89.54	0.65%	4.87	0.90%	4.67	-0.80%	6.52%	43.42%	1.33%	-49.02%
	抚顺	90.51	6.03%	4.84	0.00%	4.75	-0.73%	-	-	-	-
	葫芦岛	77.62	-2.90%	4.63	-1.41%	4.44	-4.83%	-	-	-	-
	锦州	84.85	11.67%	4.75	2.47%	4.69	3.53%	-	-	-	-
	辽阳	67.25	2.62%	4.25	-1.41%	4.26	-3.18%	-	-	-	-
	盘锦	82.87	1.32%	4.78	0.53%	4.67	-0.96%	-	-	-	-
	沈阳	87.10	1.41%	4.79	-0.18%	4.66	-0.91%	4.72%	-1.86%	1.74%	29.27%
营口	75.78	3.73%	4.76	-1.46%	4.49	-1.19%	-	-	-	-	
内蒙古	包头	88.17	1.89%	4.82	-1.06%	4.69	-0.95%	-	-	-	-
	赤峰	85.86	-1.98%	4.76	-0.79%	4.78	-0.76%	-	-	-	-
	鄂尔多斯	85.97	7.62%	4.78	0.18%	4.73	1.78%	-	-	-	-
	呼和浩特	89.16	3.84%	4.80	1.11%	4.66	0.03%	-	-	-	-
	呼伦贝尔	81.92	1.43%	4.75	-0.80%	4.63	-0.75%	-	-	-	-
	通辽	75.49	15.20%	4.75	1.53%	4.79	0.42%	-	-	-	-
	乌海	88.58	0.08%	4.82	-0.64%	4.68	-1.37%	-	-	-	-
	乌兰察布	91.49	-0.37%	4.83	0.18%	4.71	-1.15%	-	-	-	-
	锡林郭勒盟	79.10	-2.61%	4.77	-1.41%	4.75	0.34%	-	-	-	-
兴安盟	79.09	-1.59%	4.81	-1.99%	4.67	-1.54%	-	-	-	-	
宁夏	吴忠	91.75	16.15%	4.77	3.41%	4.76	1.71%	-	-	-	-
	银川	85.51	3.00%	4.74	0.09%	4.62	-1.10%	-	-	-	-
	中卫	84.35	9.85%	4.88	2.10%	4.72	1.08%	13.16%	-35.65%	2.33%	-79.03%
青海	海东	85.99	14.02%	4.59	0.19%	4.59	-2.13%	-	-	-	-
	海西	82.60	8.02%	4.84	3.65%	4.60	-0.72%	7.13%	42.66%	1.49%	-39.45%
	西宁	89.37	3.83%	4.79	-0.75%	4.63	-0.71%	0.74%	-69.60%	6.30%	257.06%
山东	滨州	87.03	1.57%	4.86	0.73%	4.78	-0.19%	3.65%	-	0.36%	-
	德州	85.65	-2.37%	4.68	-2.34%	4.64	-1.83%	6.87%	64.92%	3.21%	-69.37%

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
山东	东营	88.22	2.84%	4.88	0.88%	4.70	-0.72%	-	-	-	-
	菏泽	93.67	2.16%	4.91	0.37%	4.81	-0.21%	-	-	-	-
	济南	91.63	3.10%	4.86	0.48%	4.81	-0.34%	5.91%	-	0.16%	-
	济宁	87.59	3.22%	4.90	0.19%	4.76	0.18%	-	-	-	-
	聊城	93.57	9.77%	4.84	0.14%	4.64	-1.90%	1.47%	30.41%	1.57%	-41.06%
	临沂	88.91	-0.70%	4.85	-0.47%	4.76	-1.42%	1.11%	-	0.36%	-
	青岛	89.28	2.44%	4.81	0.19%	4.67	-0.63%	4.38%	-17.50%	1.34%	91.76%
	日照	90.22	1.21%	4.81	1.06%	4.67	-0.35%	4.68%	-	1.29%	-
	泰安	91.86	1.88%	4.89	0.13%	4.81	-0.51%	4.23%	26.52%	0.75%	-44.55%
	威海	84.82	2.93%	4.73	0.57%	4.65	-0.29%	-	-	-	-
	潍坊	85.28	-0.71%	4.88	0.22%	4.73	-1.09%	2.95%	15.07%	0.33%	19.68%
	烟台	89.89	3.98%	4.85	0.41%	4.71	-0.73%	4.18%	24.24%	0.76%	-18.82%
	枣庄	89.51	4.85%	4.95	0.53%	4.83	-0.85%	5.91%	-	0.56%	-
	淄博	81.31	1.44%	4.77	0.44%	4.69	-1.18%	-	-	-	-
山西	大同	84.05	1.53%	4.73	0.16%	4.69	1.68%	-	-	-	-
	晋城	85.07	6.66%	4.88	1.03%	4.80	-0.51%	-	-	-	-
	晋中	85.89	5.26%	4.92	1.55%	4.78	1.08%	-	-	-	-
	临汾	73.93	0.24%	4.74	-0.38%	4.73	-0.84%	-	-	-	-
	吕梁	78.20	3.98%	4.78	-0.65%	4.65	-1.28%	-	-	-	-
	朔州	74.16	20.31%	4.63	3.70%	4.43	2.30%	-	-	-	-
	太原	88.24	1.55%	4.81	0.13%	4.74	0.03%	9.17%	64.57%	0.44%	55.29%
	忻州	84.70	6.21%	4.72	1.14%	4.68	0.79%	-	-	-	-
	阳泉	81.62	10.57%	4.69	-0.44%	4.76	3.25%	-	-	-	-
	运城	87.97	3.72%	4.87	-0.65%	4.75	-0.36%	-	-	-	-
	长治	79.39	3.71%	4.90	2.10%	4.71	0.09%	-	-	-	-
陕西	安康	84.03	-0.78%	4.73	-0.31%	4.73	-0.94%	-	-	-	-
	宝鸡	85.20	1.10%	4.83	-0.24%	4.76	-1.19%	-	-	-	-
	汉中	87.09	2.88%	4.84	1.03%	4.80	0.84%	14.81%	255.55%	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
陕西	商洛	78.39	9.03%	4.75	0.39%	4.80	2.33%	-	-	-	-
	渭南	80.74	4.80%	4.74	2.13%	4.62	-0.62%	-	-	-	-
	西安	89.65	1.79%	4.87	0.23%	4.75	-0.17%	3.44%	18.37%	0.80%	-15.90%
	咸阳	87.44	-2.86%	4.83	-0.63%	4.81	0.51%	-	-	-	-
	延安	81.57	-0.69%	4.71	-0.97%	4.65	-0.95%	7.23%	22.45%	1.77%	-7.16%
	榆林	85.88	6.51%	4.81	0.38%	4.72	-0.28%	-	-	-	-
上海	上海	88.54	2.78%	4.80	0.28%	4.72	-0.07%	4.98%	28.60%	1.39%	-19.51%
四川	阿坝藏族羌族自治州	86.62	3.97%	4.85	0.43%	4.70	-0.72%	10.96%	33.17%	12.31%	16.90%
	巴中	82.64	3.95%	4.85	-0.11%	4.72	-1.52%	-	-	-	-
	成都	88.42	2.66%	4.85	0.24%	4.75	-0.35%	4.10%	23.43%	0.89%	-11.18%
	达州	82.82	2.06%	4.79	0.50%	4.71	2.73%	-	-	-	-
	德阳	86.03	4.24%	4.87	-0.79%	4.73	-0.14%	-	-	-	-
	甘孜藏族自治州	79.67	0.39%	4.86	1.24%	4.78	0.52%	-	-	-	-
	广安	79.10	-1.53%	4.81	0.12%	4.75	0.93%	-	-	-	-
	广元	79.26	-4.32%	4.77	-0.23%	4.63	-1.79%	-	-	-	-
	乐山	87.99	-1.04%	4.86	-0.10%	4.76	-1.05%	3.03%	37.48%	0.82%	7.33%
	凉山	82.46	4.73%	4.71	1.78%	4.69	-0.19%	-	-	-	-
	泸州	78.66	7.94%	4.75	1.65%	4.72	0.43%	-	-	-	-
	眉山	80.23	1.69%	4.75	-0.20%	4.65	-1.04%	-	-	-	-
	绵阳	85.45	1.18%	4.90	0.58%	4.72	-0.07%	8.02%	211.51%	1.74%	-
	南充	86.03	2.44%	4.76	-0.41%	4.70	-0.84%	4.82%	34.74%	0.79%	2.46%
	内江	86.25	5.57%	4.79	0.59%	4.70	-0.29%	-	-	-	-
	攀枝花	72.12	7.34%	4.46	0.47%	4.50	-1.43%	-	-	-	-
	遂宁	84.70	2.08%	4.75	0.67%	4.69	-1.14%	-	-	-	-
	雅安	83.11	-1.95%	4.82	-0.22%	4.71	-2.98%	-	-	-	-
宜宾	87.12	3.10%	4.85	0.45%	4.75	0.23%	-	-	-	-	
资阳	82.95	2.37%	4.84	0.40%	4.76	-2.30%	-	-	-	-	
自贡	84.13	2.74%	4.64	1.87%	4.60	2.26%	-	-	-	-	

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
台湾	高雄	73.23	1.10%	4.60	0.98%	4.60	0.59%	-	-	-	-
	花莲	73.88	-	4.63	-0.86%	4.53	-0.75%	-	-	-	-
	嘉义市	-	-	4.59	0.51%	4.57	0.00%	-	-	-	-
	嘉义县	69.47	9.81%	4.62	-2.43%	4.76	2.15%	-	-	-	-
	苗栗	-	-	4.51	0.94%	4.50	-0.66%	-	-	-	-
	南投	76.95	-	4.69	0.71%	4.67	2.33%	-	-	-	-
	澎湖	72.87	11.40%	4.77	0.53%	4.78	1.49%	-	-	-	-
	屏东	83.20	-	4.54	0.08%	4.54	-0.26%	-	-	-	-
	台北	74.70	4.12%	4.51	-0.03%	4.57	0.00%	-	-	-	-
	台东	66.45	-	4.35	-2.06%	4.37	-0.91%	-	-	-	-
	台南	77.98	6.81%	4.66	-0.35%	4.60	-1.01%	-	-	-	-
	台中	66.72	-	4.45	-2.97%	4.47	-1.28%	-	-	-	-
	桃园	68.18	3.61%	4.53	-1.00%	4.51	-0.02%	-	-	-	-
	新北	68.06	5.64%	4.59	0.88%	4.49	0.32%	-	-	-	-
	新竹	-	-	4.55	-2.22%	4.59	-1.71%	-	-	-	-
宜兰	73.30	33.27%	4.63	-1.51%	4.67	-0.99%	-	-	-	-	
云林	-	-	4.36	7.98%	4.34	5.85%	-	-	-	-	
天津	天津	85.88	1.40%	4.75	-0.34%	4.66	-0.83%	14.15%	40.78%	-	-
西藏	阿里	83.22	-5.15%	4.92	-0.73%	4.81	0.21%	-	-	-	-
	昌都	65.69	-8.24%	4.71	-0.07%	4.77	0.10%	-	-	-	-
	拉萨	81.21	-1.62%	4.83	-0.93%	4.63	-1.28%	1.65%	-12.57%	1.76%	-15.12%
	林芝	78.94	0.71%	4.84	-0.46%	4.69	-0.67%	-	-	-	-
	日喀则	77.69	-6.83%	4.79	1.09%	4.83	4.66%	-	-	-	-
	山南	81.76	4.52%	4.72	-1.94%	4.75	-1.86%	-	-	-	-
香港	香港	85.58	2.78%	4.56	0.20%	4.57	-0.42%	-	-	-	-
新疆	阿克苏地区	81.37	-0.70%	4.69	-2.16%	4.74	1.54%	-	-	-	-
	阿勒泰地区	83.05	3.20%	4.85	0.09%	4.68	-0.92%	5.48%	-	50.00%	-
	巴音郭楞	80.86	-1.02%	4.80	-0.44%	4.68	0.72%	-	-	-	-

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
新疆	博尔塔拉	84.33	2.77%	4.60	-3.77%	4.54	-4.12%	-	-	-	-
	昌吉回族自治州	75.95	2.73%	4.74	-0.09%	4.73	-1.56%	-	-	-	-
	哈密	85.10	-	4.96	-	4.79	-	-	-	-	-
	和田地区	85.85	-5.62%	4.86	-0.69%	4.76	-0.42%	-	-	-	-
	喀什地区	84.73	1.24%	4.87	1.01%	4.64	-1.10%	13.50%	-	1.39%	-
	克拉玛依	83.97	7.68%	4.75	1.88%	4.59	-0.54%	-	-	-	-
	克孜勒苏	86.36	-0.63%	4.82	-1.41%	4.64	-3.93%	-	-	-	-
	塔城地区	78.06	-	4.81	-	4.75	-	-	-	-	-
	吐鲁番	80.72	-0.08%	4.79	-1.11%	4.73	-0.99%	-	-	-	-
	乌鲁木齐	86.23	0.49%	4.83	0.44%	4.65	-0.11%	3.36%	-15.14%	0.44%	-37.38%
	五家渠	76.80	5.64%	4.50	-2.39%	4.50	-0.44%	-	-	-	-
	伊犁	87.83	8.93%	4.84	1.97%	4.68	0.12%	20.83%	144.05%	50.00%	-50.00%
云南	保山	83.65	2.21%	4.84	-0.68%	4.83	-0.62%	-	-	-	-
	楚雄彝族自治州	80.33	9.45%	4.78	1.92%	4.71	-0.54%	-	-	-	-
	大理白族自治州	87.49	1.70%	4.91	0.07%	4.85	-0.19%	4.66%	12.25%	0.57%	-9.20%
	德宏	83.07	10.22%	4.74	2.54%	4.67	-0.37%	-	-	-	-
	迪庆	80.68	3.82%	4.82	0.74%	4.77	0.38%	-	-	-	-
	红河	85.89	6.68%	4.77	-0.07%	4.76	-0.45%	-	-	-	-
	昆明	88.05	2.28%	4.83	0.13%	4.71	-0.42%	6.84%	10.73%	0.62%	-42.25%
	丽江	87.90	0.90%	4.87	-0.17%	4.77	-0.73%	11.50%	86.77%	0.93%	317.42%
	临沧	76.31	6.20%	4.88	-0.20%	4.83	0.10%	-	-	-	-
	怒江	70.27	0.02%	4.77	-1.35%	4.87	-0.46%	-	-	-	-
	普洱	79.25	6.55%	4.66	-2.66%	4.66	-1.41%	-	-	-	-
	曲靖	85.66	4.00%	4.83	0.61%	4.76	-0.70%	-	-	-	-
	文山壮族苗族自治州	81.58	-3.94%	4.86	-0.45%	4.69	-2.15%	-	-	-	-
	西双版纳	90.12	4.12%	4.88	0.41%	4.71	-1.32%	-	-	-	-
	玉溪	85.92	1.00%	4.83	0.16%	4.76	-0.96%	5.91%	-	1.07%	-
昭通	81.91	16.19%	4.66	3.21%	4.59	2.34%	-	-	-	-	

城市x豪华型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
浙江	杭州	88.66	1.69%	4.85	0.19%	4.74	-0.56%	5.36%	35.48%	1.10%	-23.72%
	湖州	86.55	1.00%	4.85	0.28%	4.70	-1.06%	4.10%	23.40%	0.57%	-11.06%
	嘉兴	87.00	3.06%	4.84	0.34%	4.75	-0.61%	5.48%	20.82%	0.41%	-16.00%
	金华	89.93	2.43%	4.87	0.82%	4.68	-0.75%	2.40%	20.02%	0.65%	-21.57%
	丽水	86.12	1.22%	4.86	1.21%	4.74	-0.11%	-	-	-	-
	宁波	88.64	3.21%	4.86	0.51%	4.73	-0.19%	4.74%	26.83%	0.46%	-29.28%
	衢州	84.97	4.67%	4.86	0.58%	4.75	-0.42%	3.23%	47.51%	-	-
	绍兴	88.41	3.53%	4.83	0.40%	4.72	-0.39%	4.98%	41.33%	0.63%	-9.60%
	台州	88.02	2.81%	4.83	0.40%	4.73	-0.69%	6.81%	26.49%	0.27%	-31.89%
	温州	86.41	2.29%	4.84	0.08%	4.73	-0.53%	1.86%	15.74%	0.60%	-33.37%
	舟山	88.65	1.28%	4.84	0.55%	4.71	-0.24%	3.97%	53.84%	0.97%	-30.86%

城市x高端型酒店 核心指标

*按省份、城市首字母A→Z排序

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
安徽	安庆	80.52	2.23%	4.79	-0.72%	4.62	-0.86%	8.43%	95.55%	1.31%	86.35%
	蚌埠	83.47	1.70%	4.84	-0.01%	4.70	1.00%	5.88%	-	1.91%	-
	亳州	85.52	5.22%	4.89	-0.06%	4.77	0.04%	-	-	-	-
	池州	79.53	0.43%	4.87	0.02%	4.81	-0.54%	-	-	-	-
	滁州	80.02	-1.10%	4.80	-0.55%	4.69	-1.20%	7.25%	41.98%	2.48%	37.16%
	阜阳	87.50	3.38%	4.93	0.22%	4.74	-0.19%	14.42%	48.97%	1.13%	-52.65%
	合肥	85.75	3.01%	4.87	0.36%	4.75	-0.29%	5.46%	47.00%	1.33%	-56.92%
	淮北	76.05	-6.54%	4.86	-0.37%	4.64	-3.19%	-	-	-	-
	淮南	84.90	8.50%	4.89	0.16%	4.71	1.09%	-	-	-	-
	黄山	82.41	1.50%	4.90	-0.07%	4.78	-0.37%	4.04%	-1.73%	7.06%	65.80%
	六安	77.86	4.01%	4.85	0.06%	4.69	-0.10%	-	-	-	-
	马鞍山	81.39	6.75%	4.85	1.16%	4.70	0.60%	-	-	-	-
	宿州	83.79	1.32%	4.90	1.36%	4.79	1.51%	-	-	-	-
	铜陵	85.41	7.33%	4.86	-0.05%	4.73	-0.15%	8.06%	114.08%	-	-
芜湖	83.86	5.77%	4.86	0.06%	4.71	0.24%	-	-	-	-	
宣城	79.35	4.26%	4.83	0.51%	4.71	-0.07%	9.07%	-	2.46%	-	
澳门	澳门	87.70	6.37%	4.48	0.16%	4.47	1.13%	-	-	-	-
北京	北京	85.02	2.98%	4.85	0.38%	4.72	-0.01%	5.05%	42.25%	1.12%	-2.35%
重庆	重庆	85.54	2.62%	4.89	0.50%	4.72	-0.15%	7.53%	44.93%	1.60%	-20.15%
福建	福州	82.95	1.73%	4.82	0.87%	4.68	-0.23%	6.57%	61.34%	1.53%	-25.46%
	龙岩	78.26	8.45%	4.78	1.38%	4.62	1.47%	-	-	-	-
	南平	79.98	3.38%	4.85	0.83%	4.70	0.19%	5.49%	22.75%	1.76%	-13.00%
	宁德	79.49	1.71%	4.83	-0.36%	4.67	-0.93%	7.34%	59.08%	1.01%	13.13%
	莆田	79.37	7.37%	4.83	2.70%	4.63	1.66%	-	-	-	-
	泉州	80.44	5.92%	4.84	1.27%	4.63	1.63%	1.95%	16.91%	0.68%	-19.18%
	三明	73.96	1.86%	4.75	1.09%	4.59	0.11%	-	-	-	-
	厦门	87.55	2.68%	4.86	0.83%	4.70	0.04%	8.52%	71.38%	2.80%	-34.73%
漳州	79.57	2.87%	4.83	-0.01%	4.69	0.90%	-	-	-	-	

城市x高端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
甘肃	嘉峪关	80.84	3.64%	4.75	-0.42%	4.63	-0.39%	8.45%	-	-	-
	酒泉	83.98	7.32%	4.82	1.75%	4.60	1.08%	-	-	-	-
	兰州	84.55	3.00%	4.83	-0.11%	4.68	0.68%	8.68%	6.07%	2.63%	97.70%
	临夏回族自治州	76.31	5.02%	4.70	2.41%	4.58	0.30%	-	-	-	-
	陇南	73.92	3.80%	4.81	0.54%	4.56	0.34%	-	-	-	-
	平凉	68.81	16.82%	4.63	1.14%	4.36	1.30%	-	-	-	-
	天水	80.98	6.67%	4.75	0.87%	4.59	0.22%	1.69%	-13.61%	10.71%	-
	武威	81.62	12.32%	4.82	0.40%	4.57	-0.81%	-	-	-	-
	张掖	81.85	4.68%	4.77	0.27%	4.56	-0.92%	-	-	-	-
广东	潮州	88.80	2.63%	4.86	0.12%	4.67	-0.38%	-	-	-	-
	东莞	84.99	5.40%	4.86	0.54%	4.70	0.79%	6.38%	16.18%	0.41%	-39.45%
	佛山	86.27	3.86%	4.85	1.15%	4.70	0.38%	10.29%	38.37%	0.97%	-50.62%
	广州	88.10	3.95%	4.87	0.76%	4.70	0.33%	4.73%	66.26%	1.61%	-39.72%
	河源	77.39	0.05%	4.80	-0.39%	4.56	-2.26%	-	-	-	-
	惠州	82.54	3.55%	4.78	0.35%	4.64	0.06%	10.43%	-	-	-
	江门	80.42	2.82%	4.73	-0.08%	4.60	-0.62%	-	-	-	-
	揭阳	82.37	6.58%	4.86	0.71%	4.68	0.35%	-	-	-	-
	茂名	81.01	0.31%	4.87	-0.36%	4.70	-0.28%	6.71%	48.19%	0.63%	-7.81%
	梅州	75.35	2.36%	4.76	1.21%	4.59	0.01%	-	-	-	-
	清远	81.56	2.94%	4.79	0.09%	4.60	-0.87%	-	-	-	-
	汕头	87.56	4.64%	4.85	0.02%	4.70	-0.15%	13.90%	-	1.35%	-
	汕尾	81.45	3.65%	4.81	0.51%	4.57	-1.35%	-	-	-	-
	韶关	81.05	3.41%	4.83	0.35%	4.67	0.21%	-	-	-	-
	深圳	89.16	2.61%	4.84	0.50%	4.70	-0.13%	9.62%	47.10%	1.48%	34.58%
	阳江	85.35	7.47%	4.81	1.56%	4.56	-1.14%	-	-	-	-
	云浮	77.67	2.40%	4.76	0.71%	4.65	-0.05%	-	-	-	-
湛江	85.26	7.91%	4.86	1.35%	4.63	1.80%	-	-	-	-	
肇庆	80.17	4.15%	4.80	-0.58%	4.57	-1.83%	-	-	-	-	

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
广东	中山	84.31	2.49%	4.81	0.69%	4.67	0.52%	6.68%	-	-	-
	珠海	89.06	3.37%	4.85	0.90%	4.69	0.41%	4.46%	21.44%	0.38%	-66.51%
广西	百色	82.67	1.57%	4.83	0.32%	4.66	-0.51%	-	-	-	-
	北海	87.58	2.48%	4.86	0.51%	4.74	-0.08%	10.83%	83.70%	2.89%	-37.24%
	崇左	81.23	5.40%	4.71	0.40%	4.65	-0.40%	-	-	-	-
	防城港	85.51	7.89%	4.84	1.13%	4.63	2.38%	-	-	-	-
	贵港	79.75	0.10%	4.86	0.44%	4.73	-0.04%	-	-	-	-
	桂林	85.79	2.59%	4.89	0.26%	4.73	0.05%	10.28%	-7.17%	0.08%	-74.91%
	河池	78.88	5.94%	4.76	0.71%	4.60	0.41%	-	-	-	-
	贺州	78.89	-3.32%	4.75	-1.31%	4.67	-0.56%	-	-	-	-
	来宾	80.08	6.82%	4.83	1.00%	4.62	-1.13%	-	-	-	-
	柳州	87.07	5.17%	4.85	0.28%	4.68	-0.21%	5.08%	38.99%	-	-
	南宁	86.25	1.28%	4.85	0.34%	4.70	-0.54%	5.51%	24.06%	5.25%	116.51%
	钦州	83.84	5.76%	4.83	0.32%	4.67	0.15%	-	-	-	-
	梧州	84.93	0.58%	4.77	-0.01%	4.64	-1.00%	-	-	-	-
玉林	82.69	3.78%	4.90	0.70%	4.64	0.02%	14.15%	33.54%	-	-	
贵州	安顺	81.54	6.54%	4.75	0.52%	4.62	1.39%	-	-	-	-
	毕节	73.59	8.28%	4.74	2.29%	4.45	0.38%	-	-	-	-
	贵阳	85.35	4.59%	4.84	1.05%	4.65	-0.17%	8.26%	32.86%	1.42%	-0.10%
	六盘水	74.86	5.42%	4.60	-1.98%	4.49	-0.20%	-	-	-	-
	黔东南	82.36	4.91%	4.85	1.30%	4.71	-0.07%	-	-	-	-
	黔南	81.44	5.81%	4.79	1.27%	4.64	0.60%	-	-	-	-
	黔西南	80.61	4.80%	4.73	-0.47%	4.70	-0.76%	12.06%	-	-	-
	铜仁	80.29	5.72%	4.75	0.04%	4.65	0.78%	5.20%	28.68%	0.96%	-31.45%
	遵义	78.97	6.31%	4.86	1.16%	4.59	-0.53%	4.05%	66.87%	13.40%	-
海南	保亭	73.94	8.14%	4.52	4.65%	4.50	0.45%	-	-	-	-
	昌江	83.60	1.01%	4.78	0.46%	4.71	1.07%	-	-	-	-
	澄迈	85.70	2.64%	4.85	0.40%	4.68	-0.18%	7.70%	6.12%	0.16%	-

城市x高端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率		
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	
海南	儋州	83.35	7.43%	4.81	-0.20%	4.56	-1.53%	4.83%	-10.91%	0.74%	58.11%	
	定安	73.74	-8.35%	4.59	-4.19%	4.75	-1.25%	-	-	-	-	
	东方	91.23	4.68%	4.90	2.38%	4.72	0.28%	-	-	-	-	
	海口	87.21	4.13%	4.87	1.18%	4.69	0.33%	4.62%	-24.42%	1.20%	7.07%	
	乐东	74.77	1.10%	4.74	2.08%	4.55	-0.98%	-	-	-	-	
	临高	76.92	23.09%	4.83	2.22%	4.74	1.06%	-	-	-	-	
	陵水	84.20	-0.88%	4.71	-2.28%	4.69	-0.14%	-	-	-	-	
	琼海	78.16	1.54%	4.81	1.14%	4.44	-0.01%	-	-	-	-	
	三亚	85.18	3.36%	4.82	0.39%	4.61	-0.04%	-	-	-	-	
	屯昌	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	万宁	84.66	5.08%	4.82	1.99%	4.58	0.14%	-	-	-	-	
	文昌	82.00	-3.74%	4.90	2.16%	4.52	-2.81%	-	-	-	-	
五指山	74.16	7.62%	4.60	-1.37%	4.38	-0.38%	-	-	-	-		
河北	保定	80.10	2.39%	4.84	-0.06%	4.67	-0.50%	8.04%	10.01%	1.13%	-33.74%	
	沧州	83.81	5.03%	4.83	0.43%	4.68	0.53%	-	-	-	-	
	承德	81.64	4.98%	4.83	-0.10%	4.64	0.44%	-	-	-	-	
	邯郸	86.40	4.50%	4.87	0.77%	4.76	0.09%	-	-	-	-	
	衡水	79.20	8.18%	4.85	0.93%	4.62	-0.01%	-	-	-	-	
	廊坊	82.27	3.18%	4.85	-0.47%	4.71	-0.03%	-	-	-	-	
	秦皇岛	84.13	1.86%	4.80	0.69%	4.66	-0.40%	4.31%	-15.12%	5.89%	79.55%	
	石家庄	82.23	1.60%	4.86	0.10%	4.71	-0.34%	3.44%	17.12%	0.70%	-65.38%	
	唐山	81.38	6.63%	4.84	0.94%	4.66	0.60%	-	-	-	-	
	邢台	81.22	8.15%	4.86	-0.53%	4.72	-0.88%	-	-	-	-	
张家口	78.05	3.35%	4.69	0.65%	4.53	-0.25%	10.63%	48.84%	2.40%	-29.02%		
河南	安阳	81.27	3.48%	4.85	-0.10%	4.74	0.80%	8.55%	-	2.36%	-	
	鹤壁	89.31	2.68%	4.91	0.45%	4.80	-0.78%	-	-	-	-	
	济源	77.23	1.74%	4.87	2.21%	4.71	-0.14%	-	-	-	-	
	焦作	79.60	1.31%	4.89	0.25%	4.75	0.31%	9.51%	77.62%	0.53%	-67.24%	

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
河南	开封	87.22	2.67%	4.84	0.31%	4.74	-0.35%	7.60%	-	4.68%	-
	洛阳	84.71	2.71%	4.86	0.50%	4.73	-0.70%	5.31%	-11.59%	1.54%	-3.82%
	漯河	78.47	1.48%	4.86	1.49%	4.68	-0.25%	-	-	-	-
	南阳	81.43	1.56%	4.87	0.23%	4.70	-0.65%	-	-	-	-
	平顶山	78.50	1.32%	4.77	-0.93%	4.54	-0.22%	-	-	-	-
	濮阳	81.22	-0.46%	4.87	-0.04%	4.76	-0.30%	-	-	-	-
	三门峡	73.01	5.25%	4.68	-0.49%	4.50	1.17%	-	-	-	-
	商丘	82.47	4.06%	4.82	0.34%	4.72	-0.43%	-	-	-	-
	新乡	79.83	3.34%	4.86	0.52%	4.69	-0.79%	7.45%	-24.31%	1.02%	-
	信阳	82.05	4.07%	4.86	0.12%	4.70	0.27%	6.22%	61.66%	0.62%	-60.01%
	许昌	81.42	5.15%	4.89	0.37%	4.72	1.07%	9.56%	-	2.15%	-
	郑州	85.69	3.85%	4.86	0.58%	4.73	-0.10%	6.64%	13.96%	1.02%	4.78%
	周口	80.62	4.21%	4.83	0.84%	4.69	-0.09%	-	-	-	-
驻马店	82.29	7.23%	4.88	1.06%	4.68	0.75%	-	-	-	-	
黑龙江	大庆	78.13	0.33%	4.88	-0.32%	4.59	-1.81%	-	-	-	-
	大兴安岭	71.09	11.22%	4.63	2.98%	4.40	1.69%	-	-	-	-
	哈尔滨	83.64	5.76%	4.84	1.54%	4.64	2.03%	10.26%	40.69%	3.02%	-12.72%
	鹤岗	73.97	11.56%	4.68	0.91%	4.60	2.83%	-	-	-	-
	黑河	77.90	13.86%	4.73	9.82%	4.38	3.06%	-	-	-	-
	鸡西	79.70	7.85%	4.72	0.74%	4.64	-0.48%	-	-	-	-
	佳木斯	78.57	5.46%	4.83	-0.43%	4.54	-0.36%	-	-	-	-
	牡丹江	78.13	3.54%	4.69	1.50%	4.48	1.96%	-	-	-	-
	齐齐哈尔	86.73	6.54%	4.79	0.54%	4.66	1.28%	-	-	-	-
湖北	鄂州	82.49	0.38%	4.90	-0.37%	4.55	1.03%	-	-	-	-
	恩施土家族苗族自治州	84.56	3.02%	4.86	0.62%	4.71	0.36%	10.45%	17.41%	-	-
	黄冈	75.13	1.06%	4.77	0.34%	4.55	-1.41%	-	-	-	-
	黄石	81.37	4.45%	4.84	0.33%	4.62	-0.69%	-	-	-	-
	荆门	83.05	2.01%	4.91	0.11%	4.76	-0.34%	-	-	-	-

城市x高端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
湖北	荆州	80.12	2.71%	4.84	0.02%	4.67	-0.25%	-	-	-	-
	神农架	79.00	-2.88%	4.76	-0.90%	4.67	-0.80%	-	-	-	-
	十堰	81.76	1.60%	4.83	-0.01%	4.73	-0.79%	8.41%	61.93%	1.43%	4.88%
	随州	77.09	1.20%	4.78	0.86%	4.67	0.67%	2.85%	-	-	-
	武汉	88.66	3.63%	4.90	0.37%	4.75	0.16%	8.39%	66.46%	1.80%	-5.11%
	仙桃	79.78	-2.28%	4.85	0.77%	4.66	-1.84%	-	-	-	-
	咸宁	76.11	3.93%	4.72	0.36%	4.54	0.61%	-	-	-	-
	襄阳	86.45	2.39%	4.88	0.43%	4.74	0.25%	-	-	-	-
	孝感	79.27	7.54%	4.83	0.25%	4.54	-1.21%	-	-	-	-
	宜昌	83.21	0.24%	4.87	-0.23%	4.69	-0.90%	4.19%	41.14%	-	-
湖南	常德	80.81	0.99%	4.82	0.39%	4.65	-1.49%	-	-	-	-
	郴州	83.38	1.99%	4.86	1.05%	4.67	-0.28%	10.16%	22.65%	0.86%	4.43%
	衡阳	85.83	0.96%	4.90	0.29%	4.70	-0.42%	-	-	-	-
	怀化	81.28	-0.01%	4.83	-0.35%	4.65	-1.26%	-	-	-	-
	娄底	83.14	6.35%	4.88	1.16%	4.67	-0.81%	-	-	-	-
	邵阳	83.68	2.37%	4.87	0.83%	4.69	-0.35%	9.83%	-2.28%	0.42%	43.23%
	湘潭	83.54	0.67%	4.87	0.91%	4.73	0.72%	-	-	-	-
	湘西土家族苗族自治州	84.01	0.67%	4.88	0.48%	4.73	-0.64%	8.79%	100.22%	-	-
	益阳	77.19	-4.41%	4.86	-0.36%	4.67	-1.66%	9.14%	10.12%	0.86%	56.78%
	永州	84.31	3.88%	4.85	-0.02%	4.69	0.08%	-	-	-	-
	岳阳	83.42	2.09%	4.88	0.16%	4.71	-0.23%	-	-	-	-
	张家界	83.03	1.89%	4.86	0.05%	4.71	-0.11%	9.64%	49.90%	0.62%	-20.07%
	长沙	89.68	1.91%	4.91	0.39%	4.76	-0.31%	8.35%	33.69%	0.93%	-16.15%
	株洲	82.74	2.79%	4.89	-0.01%	4.70	0.09%	11.42%	52.41%	1.06%	-61.43%
吉林	白山	78.81	-0.96%	4.85	0.33%	4.56	-1.80%	5.85%	17.73%	1.72%	-55.21%
	吉林市	79.06	-1.59%	4.78	-1.25%	4.60	-1.94%	-	-	-	-
	四平	80.71	6.68%	4.81	0.22%	4.71	-0.89%	-	-	-	-
	通化	72.33	-0.39%	4.71	1.36%	4.55	-1.10%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
吉林	延边	80.28	2.77%	4.81	1.64%	4.61	0.77%	2.09%	-42.85%	3.36%	121.57%
	长春	86.20	1.63%	4.84	0.60%	4.72	-0.23%	3.92%	-4.02%	0.33%	9.51%
江苏	常州	81.95	2.10%	4.85	0.22%	4.74	-0.54%	3.20%	5.47%	1.90%	198.12%
	淮安	86.39	3.32%	4.87	0.46%	4.76	-0.24%	7.61%	36.78%	0.90%	49.40%
	连云港	84.71	2.49%	4.86	0.21%	4.73	-0.01%	-	-	-	-
	南京	86.36	2.71%	4.86	0.53%	4.74	-0.17%	6.43%	12.97%	2.05%	-28.07%
	南通	82.86	3.56%	4.86	0.32%	4.75	-0.22%	6.55%	42.50%	0.24%	-
	苏州	84.13	2.77%	4.86	0.41%	4.72	-0.43%	5.19%	36.50%	1.01%	-4.37%
	宿迁	83.30	1.56%	4.85	0.08%	4.73	-1.05%	6.77%	30.32%	0.21%	-70.07%
	泰州	81.45	4.89%	4.85	0.18%	4.71	-0.12%	-	-	-	-
	无锡	81.82	3.35%	4.85	0.58%	4.70	-0.40%	10.25%	31.29%	0.52%	-39.04%
	徐州	86.43	3.47%	4.88	1.48%	4.73	0.15%	7.76%	-	1.00%	-
	盐城	82.74	4.25%	4.88	0.70%	4.74	-0.18%	9.46%	47.82%	0.59%	-
	扬州	84.80	3.22%	4.88	0.88%	4.73	0.16%	3.70%	5.16%	1.29%	-80.96%
镇江	83.24	3.68%	4.86	0.50%	4.72	-0.09%	5.34%	-13.57%	2.23%	-13.88%	
江西	抚州	79.25	9.00%	4.83	1.71%	4.54	0.46%	2.19%	-	-	-
	赣州	81.40	3.46%	4.80	-0.15%	4.66	-0.13%	3.97%	15.42%	1.03%	46.50%
	吉安	77.16	7.26%	4.79	0.91%	4.57	0.68%	7.90%	64.15%	-	-
	景德镇	87.93	4.83%	4.88	0.88%	4.70	-0.87%	8.30%	-	1.09%	-
	九江	82.99	2.48%	4.85	0.27%	4.70	-0.21%	6.57%	-11.15%	7.69%	2952.50%
	南昌	87.44	4.44%	4.86	0.80%	4.67	0.07%	10.09%	40.08%	2.05%	-27.67%
	萍乡	80.46	0.87%	4.85	-0.20%	4.64	-2.08%	-	-	-	-
	上饶	81.08	3.07%	4.83	0.83%	4.68	0.47%	8.31%	59.26%	-	-
	新余	80.81	1.05%	4.89	-0.06%	4.73	-0.58%	28.57%	-	10.00%	-
	宜春	76.52	1.25%	4.84	0.39%	4.61	-1.97%	-	-	-	-
鹰潭	77.96	1.63%	4.80	0.26%	4.59	0.62%	-	-	-	-	
辽宁	鞍山	80.29	8.78%	4.81	1.58%	4.67	1.15%	-	-	-	-
	本溪	74.82	2.04%	4.64	0.06%	4.61	0.42%	-	-	-	-

城市x高端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
辽宁	朝阳	72.86	9.90%	4.72	-1.40%	4.43	-2.21%	-	-	-	-
	大连	82.86	5.31%	4.85	1.00%	4.59	0.17%	8.35%	45.36%	3.50%	-65.36%
	丹东	79.96	-0.12%	4.74	-0.44%	4.60	-0.17%	-	-	-	-
	抚顺	75.55	0.35%	4.85	4.77%	4.49	1.69%	-	-	-	-
	葫芦岛	75.79	8.90%	4.58	1.69%	4.22	0.69%	-	-	-	-
	锦州	84.48	1.60%	4.82	-0.58%	4.66	-0.41%	6.25%	-2.10%	4.85%	660.52%
	辽阳	78.79	10.29%	4.81	2.31%	4.66	0.60%	-	-	-	-
	盘锦	78.83	5.73%	4.79	0.22%	4.70	0.42%	-	-	-	-
	沈阳	87.12	2.59%	4.88	0.13%	4.70	-0.64%	-	-	-	-
	营口	74.54	0.15%	4.67	0.17%	4.54	-0.41%	-	-	-	-
内蒙古	包头	83.78	5.72%	4.84	0.27%	4.66	-0.19%	-	-	-	-
	赤峰	81.22	7.49%	4.80	1.22%	4.61	1.16%	-	-	-	-
	鄂尔多斯	77.84	1.77%	4.78	0.55%	4.65	0.21%	-	-	-	-
	呼和浩特	83.82	2.99%	4.82	0.30%	4.69	-0.15%	-	-	-	-
	呼伦贝尔	79.04	4.74%	4.77	0.59%	4.58	-0.29%	1.54%	262.49%	7.18%	-83.07%
	通辽	84.55	2.74%	4.88	0.83%	4.72	-1.71%	-	-	-	-
	乌海	88.65	10.78%	4.86	0.16%	4.75	5.48%	-	-	-	-
	乌兰察布	79.85	5.35%	4.76	3.03%	4.57	-0.39%	-	-	-	-
	锡林郭勒盟	79.39	6.99%	4.81	5.55%	4.57	2.46%	-	-	-	-
	兴安盟	77.19	1.22%	4.75	1.26%	4.63	-1.07%	-	-	-	-
宁夏	吴忠	79.81	4.39%	4.80	1.24%	4.69	0.57%	-	-	-	-
	银川	82.82	2.59%	4.81	0.32%	4.69	0.66%	9.56%	2.51%	0.85%	-42.65%
	中卫	79.75	4.68%	4.83	1.54%	4.66	0.08%	-	-	-	-
青海	海东	73.83	2.62%	4.69	0.10%	4.57	-0.41%	-	-	-	-
	海西	79.93	4.17%	4.71	2.47%	4.50	0.63%	-	-	-	-
	西宁	82.14	0.41%	4.73	-0.20%	4.57	-0.39%	6.18%	21.80%	6.13%	52.15%
山东	滨州	79.86	4.82%	4.87	0.05%	4.72	-0.69%	-	-	-	-
	德州	78.98	5.69%	4.82	0.87%	4.54	-2.15%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
山东	东营	79.83	1.76%	4.84	-0.89%	4.71	-0.48%	-	-	-	-
	菏泽	81.22	-0.22%	4.84	-0.42%	4.70	-1.55%	4.10%	3.43%	0.41%	-63.78%
	济南	88.48	2.61%	4.90	0.28%	4.78	-0.74%	4.15%	57.18%	1.10%	-37.22%
	济宁	85.00	2.17%	4.90	0.12%	4.79	-0.19%	5.93%	44.09%	1.44%	-53.02%
	聊城	85.65	4.11%	4.90	0.59%	4.75	-0.59%	-	-	-	-
	临沂	84.28	3.30%	4.88	0.74%	4.73	-0.40%	4.97%	30.89%	1.96%	-27.43%
	青岛	86.04	3.71%	4.87	0.51%	4.70	-0.31%	7.83%	15.60%	1.49%	-21.29%
	日照	83.81	5.21%	4.79	0.89%	4.64	-0.76%	5.44%	24.88%	4.49%	-
	泰安	82.75	1.21%	4.85	-0.04%	4.76	-0.06%	4.78%	5.41%	-	-
	威海	83.39	3.62%	4.80	0.99%	4.63	-0.21%	9.68%	23.44%	0.40%	-91.18%
	潍坊	82.93	3.31%	4.87	0.14%	4.73	0.10%	3.25%	-1.54%	0.85%	-48.17%
	烟台	84.21	2.77%	4.84	0.27%	4.69	-0.49%	7.19%	41.76%	0.89%	-68.42%
	枣庄	86.83	0.60%	4.91	-0.16%	4.76	-0.24%	7.11%	83.04%	1.26%	-21.41%
	淄博	85.33	4.33%	4.87	0.30%	4.73	0.11%	5.51%	-	2.68%	-
山西	大同	85.83	3.49%	4.80	0.40%	4.76	-0.25%	-	-	-	-
	晋城	77.92	3.58%	4.82	0.08%	4.68	-0.50%	-	-	-	-
	晋中	82.11	2.05%	4.86	0.40%	4.71	-0.11%	23.00%	83.91%	-	-
	临汾	81.22	3.22%	4.80	-0.08%	4.75	-0.16%	-	-	-	-
	吕梁	74.93	12.03%	4.77	0.73%	4.65	0.09%	-	-	-	-
	朔州	83.14	5.48%	4.72	-0.28%	4.61	0.09%	-	-	-	-
	太原	85.99	2.74%	4.86	0.95%	4.74	0.18%	9.02%	52.12%	1.18%	-35.61%
	忻州	83.33	4.34%	4.79	1.77%	4.70	0.40%	-	-	-	-
	阳泉	79.62	6.67%	4.83	0.15%	4.62	0.53%	-	-	-	-
	运城	81.60	5.10%	4.87	0.65%	4.71	-0.21%	3.79%	73.87%	-	-
	长治	79.20	3.19%	4.84	0.36%	4.71	-1.01%	-	-	-	-
陕西	安康	82.16	2.38%	4.82	0.15%	4.63	-1.88%	-	-	-	-
	宝鸡	81.22	5.87%	4.78	0.18%	4.62	-0.76%	-	-	-	-
	汉中	81.72	1.24%	4.82	0.37%	4.70	-0.65%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
陕西	商洛	73.90	1.23%	4.64	-0.55%	4.50	-2.27%	15.78%	26.21%	-	-
	渭南	79.91	2.55%	4.81	1.10%	4.67	0.86%	-	-	-	-
	西安	88.24	3.09%	4.89	0.59%	4.72	-0.02%	6.97%	7.47%	1.35%	71.19%
	咸阳	84.74	3.27%	4.86	-0.35%	4.75	-0.63%	-	-	-	-
	延安	79.64	4.72%	4.86	0.66%	4.59	0.45%	6.42%	-	1.46%	-
	榆林	79.10	0.69%	4.81	-0.59%	4.61	-1.36%	-	-	-	-
上海	上海	86.78	2.27%	4.83	0.29%	4.73	-0.04%	6.20%	21.22%	1.91%	-3.64%
四川	阿坝藏族自治州	81.68	4.37%	4.81	1.15%	4.64	0.03%	6.35%	-	1.44%	-
	巴中	75.86	1.73%	4.88	1.94%	4.59	-1.02%	-	-	-	-
	成都	85.52	2.27%	4.88	0.42%	4.73	-0.38%	7.33%	35.89%	2.03%	0.23%
	达州	84.03	11.82%	4.90	0.83%	4.67	0.12%	1.78%	43.43%	4.72%	-15.28%
	德阳	84.35	3.51%	4.88	1.15%	4.75	0.64%	6.62%	70.89%	0.83%	-63.48%
	甘孜藏族自治州	79.98	4.53%	4.82	1.60%	4.70	0.08%	-	-	-	-
	广安	77.85	1.49%	4.83	0.50%	4.68	0.39%	-	-	-	-
	广元	82.39	3.36%	4.77	-0.19%	4.66	-0.75%	-	-	-	-
	乐山	82.83	1.76%	4.86	0.11%	4.69	-1.08%	4.50%	71.66%	0.91%	-36.02%
	凉山	81.11	5.31%	4.84	0.71%	4.69	0.74%	5.49%	19.38%	0.60%	19.93%
	泸州	85.27	4.62%	4.89	0.03%	4.74	-0.36%	-	-	-	-
	眉山	78.62	2.35%	4.85	0.87%	4.67	-0.51%	4.39%	40.85%	-	-
	绵阳	82.29	5.96%	4.88	0.20%	4.73	0.07%	1.29%	-60.83%	-	-
	南充	81.73	2.40%	4.83	0.13%	4.73	-0.32%	3.80%	33.12%	2.91%	11.65%
	内江	85.34	8.64%	4.88	0.09%	4.74	0.88%	-	-	-	-
	攀枝花	83.46	10.10%	4.79	0.10%	4.68	0.73%	-	-	-	-
	遂宁	76.61	-0.35%	4.87	-0.26%	4.69	-1.06%	6.38%	27.28%	1.49%	20.52%
雅安	76.80	2.71%	4.80	0.82%	4.67	-0.46%	-	-	-	-	
宜宾	81.56	3.26%	4.87	0.69%	4.75	-0.09%	-	-	-	-	
资阳	85.18	1.75%	4.84	-1.19%	4.72	-1.37%	-	-	-	-	
自贡	81.79	2.71%	4.78	-0.57%	4.69	-0.75%	-	-	-	-	

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
台湾	高雄	-	-	4.39	0.23%	4.38	0.53%	-	-	-	-
	花莲	-	-	4.52	0.09%	4.56	2.87%	-	-	-	-
	嘉义市	79.12	8.62%	4.49	0.91%	4.47	0.44%	-	-	-	-
	嘉义县	-	-	4.34	1.49%	4.36	0.75%	-	-	-	-
	苗栗	-	-	4.41	-0.56%	4.46	2.24%	-	-	-	-
	南投	-	-	4.51	1.25%	4.57	3.35%	-	-	-	-
	澎湖	-	-	4.56	2.19%	4.55	-0.43%	-	-	-	-
	屏东	-	-	4.45	-0.47%	4.46	0.12%	-	-	-	-
	台北	65.49	-5.05%	4.37	-0.08%	4.39	-0.24%	-	-	-	-
	台东	71.25	4.50%	4.54	-0.10%	4.61	0.97%	-	-	-	-
	台南	-	-	4.56	1.06%	4.60	2.52%	-	-	-	-
	台中	70.35	2.05%	4.40	-0.43%	4.37	0.62%	-	-	-	-
	桃园	70.78	30.39%	4.39	-1.50%	4.34	0.37%	-	-	-	-
	新北	71.93	11.42%	4.46	-0.97%	4.39	0.09%	-	-	-	-
	新竹	-	-	4.45	-0.84%	4.47	0.63%	-	-	-	-
宜兰	-	-	4.59	0.94%	4.58	1.11%	-	-	-	-	
云林	-	-	4.60	-8.00%	4.06	-3.33%	-	-	-	-	
天津	天津	85.60	3.24%	4.83	0.29%	4.71	-0.17%	11.29%	28.27%	1.97%	-26.14%
西藏	阿里	76.98	10.65%	4.65	2.88%	4.47	-0.97%	-	-	-	-
	昌都	77.49	0.98%	4.82	0.35%	4.61	0.27%	9.51%	24.70%	0.72%	-47.38%
	拉萨	83.07	4.95%	4.86	1.03%	4.61	-0.16%	8.71%	27.99%	0.84%	50.83%
	林芝	80.31	3.32%	4.86	0.47%	4.59	-1.38%	-	-	-	-
	日喀则	81.84	5.60%	4.87	0.44%	4.68	0.51%	-	-	-	-
	山南	79.31	-2.21%	4.85	-0.01%	4.70	0.91%	-	-	-	-
香港	香港	78.94	3.62%	4.31	0.54%	4.30	1.64%	-	-	-	-
新疆	阿克苏地区	82.63	7.07%	4.83	1.11%	4.62	0.24%	-	-	-	-
	阿勒泰地区	81.61	2.95%	4.83	0.26%	4.69	-0.02%	6.69%	-	2.53%	-
	巴音郭楞	82.52	4.66%	4.82	0.98%	4.65	0.33%	-	-	-	-

城市x高端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
新疆	博尔塔拉	80.26	11.64%	4.65	-0.37%	4.52	-1.74%	6.15%	-	-	-
	昌吉回族自治州	78.94	5.30%	4.75	0.86%	4.62	-0.68%	-	-	-	-
	哈密	84.93	1.49%	4.82	-0.66%	4.69	-0.12%	-	-	-	-
	和田地区	83.22	1.75%	4.86	0.05%	4.71	-0.58%	-	-	-	-
	喀什地区	85.28	-0.53%	4.82	0.47%	4.73	-0.21%	11.68%	-	1.76%	-
	克拉玛依	80.32	9.09%	4.78	2.86%	4.59	0.15%	10.08%	60.73%	-	-
	克孜勒苏	84.39	11.12%	4.86	1.59%	4.70	-2.04%	-	-	-	-
	塔城地区	75.96	7.86%	4.83	4.95%	4.58	1.01%	-	-	-	-
	吐鲁番	81.72	3.81%	4.79	-0.43%	4.71	-0.34%	-	-	-	-
	乌鲁木齐	84.79	4.30%	4.80	1.23%	4.64	0.07%	3.58%	53.98%	1.06%	275.68%
	五家渠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	伊犁	82.82	5.11%	4.81	1.21%	4.68	0.46%	5.86%	151.87%	3.51%	-84.49%
云南	保山	81.12	1.06%	4.88	0.09%	4.80	-0.74%	-	-	-	-
	楚雄彝族自治州	77.95	5.90%	4.73	1.52%	4.62	-0.33%	-	-	-	-
	大理白族自治州	83.32	0.76%	4.90	0.16%	4.80	-0.43%	-	-	-	-
	德宏	85.55	7.75%	4.85	1.13%	4.68	0.93%	-	-	-	-
	迪庆	84.12	2.78%	4.90	0.44%	4.78	0.63%	-	-	-	-
	红河	80.80	2.23%	4.77	-0.03%	4.68	-0.29%	-	-	-	-
	昆明	84.06	3.38%	4.84	0.39%	4.65	-0.33%	3.65%	44.41%	2.87%	-34.83%
	丽江	84.83	0.65%	4.92	-0.02%	4.79	-0.30%	11.47%	62.05%	0.46%	-61.35%
	临沧	79.58	7.56%	4.88	1.83%	4.72	0.42%	-	-	-	-
	怒江	77.40	0.22%	4.80	0.35%	4.76	-1.10%	-	-	-	-
	普洱	81.97	2.89%	4.86	-0.36%	4.72	-1.00%	7.78%	-	28.57%	-
	曲靖	77.85	5.82%	4.81	-0.10%	4.58	-0.78%	-	-	-	-
	文山壮族苗族自治州	80.75	1.32%	4.86	0.28%	4.68	-0.32%	-	-	-	-
	西双版纳	84.53	1.95%	4.86	0.57%	4.68	-0.39%	8.36%	33.10%	1.10%	-24.65%
	玉溪	78.08	2.30%	4.81	-0.47%	4.67	-1.30%	-	-	-	-
昭通	77.09	6.53%	4.75	0.26%	4.58	0.69%	12.26%	-	0.54%	-	

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
浙江	杭州	85.15	2.25%	4.84	0.12%	4.73	-0.58%	6.14%	40.41%	1.60%	-24.83%
	湖州	80.07	1.31%	4.84	-0.28%	4.75	-0.77%	7.46%	15.53%	2.44%	-43.04%
	嘉兴	82.67	2.03%	4.84	0.25%	4.68	-0.84%	11.60%	45.38%	0.95%	23.25%
	金华	83.75	2.20%	4.86	0.19%	4.72	-0.08%	3.32%	31.72%	0.73%	0.56%
	丽水	80.56	3.54%	4.83	0.08%	4.74	-0.36%	8.95%	2.96%	1.10%	-54.89%
	宁波	83.63	2.70%	4.86	0.28%	4.72	-0.67%	5.08%	24.06%	1.60%	-22.77%
	衢州	80.66	2.76%	4.82	0.28%	4.72	-0.30%	3.54%	-	-	-
	绍兴	83.11	2.65%	4.85	0.46%	4.72	-0.23%	4.83%	29.94%	0.91%	-0.75%
	台州	84.82	3.73%	4.85	0.65%	4.73	0.25%	5.06%	15.22%	0.80%	-17.17%
	温州	80.87	2.70%	4.86	0.34%	4.69	-0.51%	3.11%	52.41%	0.85%	170.08%
	舟山	81.24	1.70%	4.80	0.26%	4.68	-0.18%	6.98%	5.13%	0.51%	-38.39%

城市x中端型酒店 核心指标

*按省份、城市首字母A→Z排序

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
安徽	安庆	77.48	2.92%	4.81	0.33%	4.68	0.72%	-	-	-	-
	蚌埠	81.44	1.77%	4.80	-0.44%	4.70	-0.56%	-	-	-	-
	亳州	80.07	1.54%	4.86	0.71%	4.71	0.02%	-	-	-	-
	池州	77.21	1.51%	4.83	-0.29%	4.77	-0.76%	-	-	-	-
	滁州	78.94	2.20%	4.83	0.29%	4.70	0.99%	-	-	-	-
	阜阳	83.88	2.63%	4.91	0.45%	4.74	0.72%	-	-	-	-
	合肥	82.92	3.46%	4.85	0.79%	4.72	0.10%	-	-	-	-
	淮北	82.57	0.87%	4.88	0.05%	4.79	0.22%	-	-	-	-
	淮南	83.20	3.54%	4.83	0.93%	4.71	-0.36%	-	-	-	-
	黄山	78.40	0.78%	4.87	-0.04%	4.77	-0.63%	-	-	-	-
	六安	76.99	2.33%	4.82	0.59%	4.70	0.35%	-	-	-	-
	马鞍山	79.80	0.71%	4.84	-0.05%	4.72	-0.63%	-	-	-	-
	宿州	81.03	4.68%	4.82	0.19%	4.72	0.29%	-	-	-	-
	铜陵	80.13	0.91%	4.89	0.00%	4.69	0.17%	-	-	-	-
芜湖	81.90	4.42%	4.83	0.89%	4.69	-0.15%	-	-	-	-	
宣城	76.25	2.17%	4.82	0.52%	4.71	-0.25%	-	-	-	-	
澳门	澳门	85.19	4.29%	4.54	2.33%	4.42	1.45%	-	-	-	-
北京	北京	82.27	2.27%	4.83	0.47%	4.69	-0.41%	6.32%	31.31%	1.32%	14.83%
重庆	重庆	81.60	2.92%	4.87	0.25%	4.64	-0.14%	7.35%	19.73%	2.01%	24.26%
福建	福州	80.96	3.12%	4.79	0.82%	4.65	-0.01%	-	-	-	-
	龙岩	75.22	4.51%	4.82	1.11%	4.59	0.49%	-	-	-	-
	南平	76.95	3.01%	4.82	0.53%	4.69	0.05%	-	-	-	-
	宁德	77.47	2.30%	4.81	0.58%	4.68	-0.28%	-	-	-	-
	莆田	80.22	5.99%	4.83	1.43%	4.72	1.41%	-	-	-	-
	泉州	81.54	5.09%	4.83	2.07%	4.59	0.71%	-	-	-	-
	三明	73.34	7.22%	4.75	2.07%	4.59	0.99%	-	-	-	-
	厦门	82.35	1.54%	4.83	0.32%	4.63	-0.63%	8.02%	44.79%	-	-
漳州	76.48	3.58%	4.83	0.67%	4.58	-0.24%	-	-	-	-	

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
甘肃	嘉峪关	78.92	9.08%	4.79	2.39%	4.57	0.32%	-	-	-	-
	酒泉	80.56	6.77%	4.79	1.96%	4.58	0.57%	-	-	-	-
	兰州	84.31	4.79%	4.80	1.24%	4.61	0.18%	-	-	-	-
	临夏回族自治州	71.56	3.28%	4.62	-0.38%	4.48	1.44%	-	-	-	-
	陇南	71.93	6.90%	4.72	1.67%	4.46	2.34%	-	-	-	-
	平凉	77.65	5.65%	4.75	1.51%	4.57	0.69%	-	-	-	-
	天水	80.25	4.34%	4.79	0.96%	4.58	-0.20%	-	-	-	-
	武威	83.14	0.27%	4.87	0.11%	4.61	-1.95%	-	-	-	-
	张掖	80.33	4.66%	4.76	0.27%	4.56	0.02%	-	-	-	-
广东	潮州	82.79	1.28%	4.82	-0.15%	4.63	-0.29%	-	-	-	-
	东莞	84.45	2.23%	4.86	-0.01%	4.69	-0.42%	9.22%	-	1.09%	-
	佛山	82.38	4.17%	4.83	0.48%	4.63	-0.09%	6.88%	10.18%	1.42%	-46.13%
	广州	84.89	3.19%	4.84	0.56%	4.63	-0.06%	10.46%	23.26%	2.67%	-42.41%
	河源	76.95	0.78%	4.84	-0.42%	4.64	-0.96%	-	-	-	-
	惠州	77.45	3.43%	4.81	0.26%	4.57	-0.37%	-	-	-	-
	江门	76.58	3.36%	4.77	-0.05%	4.58	-0.44%	-	-	-	-
	揭阳	80.78	1.89%	4.83	-0.38%	4.63	-0.76%	-	-	-	-
	茂名	81.05	2.26%	4.82	-0.18%	4.63	0.08%	-	-	-	-
	梅州	75.19	1.53%	4.75	-0.76%	4.58	0.06%	8.67%	26.05%	2.02%	-31.17%
	清远	78.28	3.54%	4.83	0.13%	4.62	-0.78%	-	-	-	-
	汕头	80.61	3.65%	4.81	1.00%	4.60	0.15%	-	-	-	-
	汕尾	79.74	3.44%	4.79	0.23%	4.57	-0.90%	-	-	-	-
	韶关	78.66	3.09%	4.82	0.04%	4.63	0.12%	-	-	-	-
	深圳	85.10	2.54%	4.81	0.21%	4.63	-0.05%	9.98%	62.74%	2.44%	81.37%
	阳江	79.23	2.76%	4.82	0.47%	4.51	-0.82%	6.27%	-5.37%	5.38%	115.05%
	云浮	78.43	1.98%	4.86	0.22%	4.66	-0.23%	-	-	-	-
湛江	81.51	2.89%	4.82	1.56%	4.61	0.59%	3.98%	-3.37%	3.37%	-37.55%	
肇庆	78.84	2.07%	4.81	-0.23%	4.63	-0.33%	-	-	-	-	

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
广东	中山	81.86	3.07%	4.79	-0.10%	4.59	0.02%	-	-	-	-
	珠海	83.72	3.01%	4.81	1.27%	4.61	0.31%	5.00%	83.00%	1.49%	-55.71%
广西	百色	81.90	5.20%	4.78	0.20%	4.60	-0.18%	-	-	-	-
	北海	80.25	1.12%	4.84	0.53%	4.62	-1.09%	-	-	-	-
	崇左	81.63	4.74%	4.77	0.80%	4.55	0.16%	-	-	-	-
	防城港	79.12	4.66%	4.75	1.39%	4.53	-0.27%	-	-	-	-
	贵港	83.28	0.49%	4.86	-0.05%	4.71	-0.34%	-	-	-	-
	桂林	80.24	2.20%	4.84	0.46%	4.69	-0.38%	-	-	-	-
	河池	78.82	5.27%	4.82	0.80%	4.61	0.06%	-	-	-	-
	贺州	80.18	1.93%	4.83	-0.33%	4.66	-0.47%	-	-	-	-
	来宾	78.36	5.70%	4.83	2.16%	4.55	0.04%	6.16%	121.36%	2.27%	-17.69%
	柳州	82.40	5.56%	4.81	1.71%	4.60	0.40%	-	-	-	-
	南宁	86.45	2.53%	4.82	0.56%	4.63	-0.36%	5.07%	39.61%	2.28%	-33.70%
	钦州	81.33	7.80%	4.79	0.61%	4.57	-0.32%	-	-	-	-
	梧州	83.38	1.75%	4.84	0.37%	4.63	-0.23%	-	-	-	-
玉林	84.49	1.40%	4.87	0.01%	4.67	-0.75%	6.79%	45.48%	-	-	
贵州	安顺	81.10	3.69%	4.78	1.10%	4.61	1.21%	7.39%	0.40%	-	-
	毕节	78.92	6.15%	4.78	1.52%	4.52	-0.30%	-	-	-	-
	贵阳	82.64	4.67%	4.79	1.17%	4.56	-0.45%	6.82%	27.08%	1.35%	22.09%
	六盘水	76.60	5.28%	4.73	1.66%	4.50	0.99%	-	-	-	-
	黔东南	77.46	3.85%	4.81	1.82%	4.62	0.17%	6.63%	-3.41%	3.30%	21.15%
	黔南	78.93	3.58%	4.81	1.04%	4.65	-0.08%	-	-	-	-
	黔西南	75.73	2.88%	4.77	-0.35%	4.61	-0.95%	-	-	-	-
	铜仁	75.89	1.97%	4.79	0.33%	4.61	-0.38%	-	-	-	-
	遵义	79.51	5.91%	4.85	0.44%	4.57	0.01%	-	-	-	-
海南	保亭	68.07	-3.63%	4.53	-1.55%	4.40	-1.80%	8.26%	53.78%	-	-
	昌江	77.51	1.31%	4.78	-0.16%	4.69	-0.21%	-	-	-	-
	澄迈	79.37	2.23%	4.84	0.39%	4.66	0.58%	-	-	-	-

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
海南	儋州	77.46	-2.51%	4.83	-0.78%	4.62	-1.43%	8.38%	35.82%	-	-
	定安	76.86	-0.59%	4.80	-0.81%	4.65	-0.41%	-	-	-	-
	东方	80.60	4.20%	4.85	1.82%	4.59	-0.61%	-	-	-	-
	海口	84.63	2.10%	4.86	0.49%	4.67	0.21%	6.63%	-14.12%	-	-
	乐东	79.54	2.28%	4.86	0.68%	4.65	0.42%	-	-	-	-
	临高	79.95	2.61%	4.87	0.00%	4.72	0.33%	-	-	-	-
	陵水	83.36	3.26%	4.87	0.77%	4.64	0.73%	-	-	-	-
	琼海	77.67	4.17%	4.83	1.18%	4.65	1.15%	-	-	-	-
	三亚	82.40	1.51%	4.82	0.22%	4.64	-0.84%	-	-	-	-
	屯昌	82.98	2.66%	4.79	-2.07%	4.72	-1.60%	-	-	-	-
	万宁	84.29	2.67%	4.85	0.59%	4.63	-0.21%	-	-	-	-
	文昌	80.20	10.54%	4.85	4.84%	4.59	1.62%	6.07%	35.33%	-	-
五指山	73.74	0.60%	4.66	1.48%	4.52	-0.31%	-	-	-	-	
河北	保定	79.35	2.11%	4.82	0.26%	4.64	-0.85%	7.09%	4.41%	2.09%	39.70%
	沧州	81.37	2.91%	4.85	0.04%	4.71	-0.37%	-	-	-	-
	承德	76.31	6.11%	4.79	0.36%	4.49	-0.16%	-	-	-	-
	邯郸	80.67	4.60%	4.82	-0.35%	4.68	-0.26%	-	-	-	-
	衡水	77.71	0.55%	4.78	0.05%	4.59	-1.53%	-	-	-	-
	廊坊	80.95	0.97%	4.80	-0.12%	4.68	-0.47%	-	-	-	-
	秦皇岛	78.63	2.11%	4.78	0.35%	4.56	-0.65%	-	-	-	-
	石家庄	81.80	1.22%	4.81	0.19%	4.68	-0.41%	14.90%	1227.82%	0.55%	-95.49%
	唐山	81.37	4.78%	4.84	0.15%	4.70	0.06%	-	-	-	-
	邢台	82.37	5.21%	4.87	1.11%	4.70	-0.23%	-	-	-	-
张家口	74.47	2.86%	4.72	0.81%	4.55	-0.51%	-	-	-	-	
河南	安阳	79.08	1.33%	4.84	0.52%	4.69	-0.25%	-	-	-	-
	鹤壁	79.53	-2.84%	4.90	0.32%	4.73	-1.78%	-	-	-	-
	济源	76.81	-0.76%	4.82	-0.92%	4.64	-1.93%	-	-	-	-
	焦作	79.09	1.06%	4.89	0.33%	4.74	-0.70%	6.92%	39.63%	0.23%	-83.37%

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
河南	开封	82.97	3.24%	4.81	0.43%	4.65	-0.86%	13.72%	-	1.87%	-
	洛阳	80.79	2.47%	4.84	0.60%	4.70	-0.26%	6.08%	44.96%	1.68%	23.95%
	漯河	78.71	4.13%	4.83	0.16%	4.70	-0.19%	-	-	-	-
	南阳	80.99	1.99%	4.88	0.02%	4.71	-0.15%	5.62%	42.85%	0.84%	-32.16%
	平顶山	80.88	2.51%	4.87	-0.23%	4.67	-0.84%	-	-	-	-
	濮阳	79.54	1.94%	4.86	0.05%	4.73	0.74%	-	-	-	-
	三门峡	79.95	6.07%	4.81	0.58%	4.71	1.78%	3.49%	64.97%	-	-
	商丘	81.28	-0.08%	4.82	-0.54%	4.70	-1.17%	-	-	-	-
	新乡	79.03	3.05%	4.81	-0.02%	4.69	-0.81%	-	-	-	-
	信阳	80.18	5.37%	4.85	0.80%	4.67	0.94%	5.70%	2.97%	0.20%	103.03%
	许昌	82.84	2.37%	4.86	0.60%	4.68	-0.39%	-	-	-	-
	郑州	82.26	2.37%	4.83	0.31%	4.67	-0.23%	6.83%	33.16%	0.45%	-42.21%
	周口	79.23	2.56%	4.81	-0.43%	4.69	-0.19%	4.21%	37.31%	0.94%	40.13%
驻马店	81.34	5.25%	4.86	0.79%	4.68	0.59%	3.68%	0.52%	0.66%	29.51%	
黑龙江	大庆	77.34	9.66%	4.84	1.54%	4.59	2.18%	-	-	-	-
	大兴安岭	78.69	6.93%	4.79	2.02%	4.62	1.02%	-	-	-	-
	哈尔滨	81.21	5.33%	4.80	1.90%	4.62	0.97%	5.16%	12.69%	0.49%	-68.71%
	鹤岗	76.37	2.60%	4.63	-0.89%	4.72	1.77%	-	-	-	-
	黑河	73.82	4.86%	4.65	3.35%	4.46	1.50%	-	-	-	-
	鸡西	74.77	0.72%	4.76	1.55%	4.55	-1.43%	-	-	-	-
	佳木斯	76.89	0.91%	4.77	-1.02%	4.59	-0.59%	-	-	-	-
	牡丹江	75.41	6.69%	4.72	3.10%	4.41	2.07%	-	-	-	-
	齐齐哈尔	73.33	-0.70%	4.71	1.10%	4.51	-0.93%	-	-	-	-
湖北	鄂州	79.66	-2.31%	4.89	-0.14%	4.70	-1.89%	-	-	-	-
	恩施土家族苗族自治州	77.42	1.91%	4.82	0.85%	4.68	0.66%	-	-	-	-
	黄冈	76.89	2.05%	4.81	0.79%	4.49	-1.29%	-	-	-	-
	黄石	78.55	0.05%	4.82	0.11%	4.60	-0.68%	-	-	-	-
	荆门	78.30	2.02%	4.87	0.35%	4.70	-0.07%	-	-	-	-

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
湖北	荆州	80.56	4.37%	4.82	0.58%	4.65	0.27%	-	-	-	-
	神农架	77.27	0.14%	4.78	-0.85%	4.63	-0.71%	-	-	-	-
	十堰	80.26	1.87%	4.84	-0.23%	4.66	0.02%	-	-	-	-
	随州	80.88	6.99%	4.86	2.22%	4.63	0.55%	-	-	-	-
	武汉	84.29	2.12%	4.85	0.64%	4.67	-0.58%	7.20%	37.00%	4.59%	-32.71%
	仙桃	81.10	2.01%	4.84	0.83%	4.70	-0.25%	-	-	-	-
	咸宁	74.39	4.65%	4.80	0.24%	4.45	-1.09%	-	-	-	-
	襄阳	80.55	0.97%	4.87	0.60%	4.69	-0.49%	-	-	-	-
	孝感	78.27	1.91%	4.82	0.47%	4.59	0.89%	-	-	-	-
	宜昌	78.26	1.24%	4.82	-0.20%	4.64	-1.04%	-	-	-	-
湖南	常德	79.59	3.66%	4.86	0.18%	4.67	-0.78%	-	-	-	-
	郴州	81.31	2.92%	4.83	0.24%	4.65	-0.95%	11.73%	10.79%	0.96%	32.75%
	衡阳	83.06	2.08%	4.86	0.16%	4.71	-0.46%	5.75%	43.33%	18.75%	512.50%
	怀化	78.34	3.12%	4.83	-0.03%	4.61	-0.69%	-	-	-	-
	娄底	83.71	0.73%	4.88	0.48%	4.62	-1.24%	-	-	-	-
	邵阳	81.55	0.27%	4.85	0.08%	4.66	-0.88%	-	-	-	-
	湘潭	81.04	4.76%	4.85	0.57%	4.70	-0.07%	-	-	-	-
	湘西土家族苗族自治州	78.85	2.31%	4.86	0.82%	4.69	-0.24%	-	-	-	-
	益阳	79.49	3.01%	4.85	-0.06%	4.63	-1.44%	-	-	-	-
	永州	82.20	3.46%	4.87	0.60%	4.63	0.59%	-	-	-	-
	岳阳	81.07	0.74%	4.88	0.52%	4.70	-0.98%	17.97%	109.91%	5.71%	-
	张家界	80.21	2.96%	4.83	0.24%	4.65	-0.01%	-	-	-	-
	长沙	87.49	1.30%	4.90	0.19%	4.72	-0.56%	9.59%	-6.48%	2.66%	202.02%
株洲	79.36	2.96%	4.84	0.87%	4.62	-0.43%	-	-	-	-	
吉林	白山	73.40	6.64%	4.73	2.23%	4.48	-0.50%	-	-	-	-
	吉林市	78.38	2.18%	4.80	0.23%	4.69	0.24%	-	-	-	-
	四平	77.14	1.46%	4.75	-0.38%	4.64	-0.45%	-	-	-	-
	通化	77.56	3.13%	4.80	0.18%	4.66	0.26%	-	-	-	-

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
吉林	延边	80.72	5.15%	4.81	0.98%	4.60	0.72%	-	-	-	-
	长春	82.48	1.85%	4.83	-0.24%	4.70	-0.18%	-	-	-	-
江苏	常州	78.85	1.28%	4.85	0.30%	4.71	-0.38%	8.21%	48.21%	9.72%	671.97%
	淮安	82.01	2.43%	4.86	0.26%	4.71	0.19%	-	-	-	-
	连云港	80.79	2.59%	4.84	0.32%	4.68	-0.08%	-	-	-	-
	南京	82.65	3.00%	4.81	0.84%	4.67	0.09%	5.77%	-9.04%	0.76%	-10.65%
	南通	78.57	1.83%	4.83	-0.14%	4.69	-0.63%	-	-	-	-
	苏州	81.91	2.09%	4.87	0.38%	4.72	-0.34%	5.33%	39.00%	1.08%	-27.28%
	宿迁	79.47	0.31%	4.84	-0.20%	4.70	-0.24%	-	-	-	-
	泰州	78.23	2.01%	4.82	0.49%	4.70	-0.36%	-	-	-	-
	无锡	79.79	1.00%	4.81	-0.40%	4.69	-0.53%	-	-	-	-
	徐州	83.40	3.79%	4.82	0.96%	4.68	0.03%	-	-	-	-
	盐城	78.05	2.40%	4.84	-0.01%	4.67	0.15%	-	-	-	-
	扬州	81.77	2.58%	4.82	0.76%	4.70	0.01%	-	-	-	-
镇江	78.49	2.48%	4.79	0.10%	4.64	-0.56%	-	-	-	-	
江西	抚州	80.03	-1.18%	4.80	-0.78%	4.68	-0.19%	-	-	-	-
	赣州	80.06	2.75%	4.82	0.69%	4.63	0.15%	-	-	-	-
	吉安	76.65	2.26%	4.85	1.04%	4.56	0.12%	6.34%	-	-	-
	景德镇	83.91	4.95%	4.87	1.87%	4.70	0.18%	11.56%	-	3.15%	-
	九江	79.42	1.61%	4.84	0.36%	4.67	-0.15%	-	-	-	-
	南昌	85.45	3.12%	4.83	1.26%	4.63	-0.40%	9.81%	44.11%	7.25%	48.28%
	萍乡	79.29	3.04%	4.84	0.68%	4.59	-1.14%	-	-	-	-
	上饶	80.72	2.61%	4.87	0.23%	4.74	-0.18%	-	-	-	-
	新余	83.20	6.98%	4.87	0.74%	4.64	-0.80%	-	-	-	-
	宜春	78.77	3.33%	4.85	0.34%	4.60	-0.01%	-	-	-	-
鹰潭	80.27	0.43%	4.85	-0.25%	4.69	0.16%	-	-	-	-	
辽宁	鞍山	75.50	2.57%	4.74	0.66%	4.52	0.96%	-	-	-	-
	本溪	69.18	4.79%	4.60	1.85%	4.48	1.10%	-	-	-	-

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
辽宁	朝阳	77.25	5.28%	4.72	1.15%	4.71	2.47%	-	-	-	-
	大连	80.62	2.80%	4.81	0.50%	4.64	0.32%	-	-	-	-
	丹东	72.17	2.75%	4.64	-0.34%	4.39	-1.94%	-	-	-	-
	抚顺	73.83	4.74%	4.85	1.44%	4.48	-2.27%	-	-	-	-
	葫芦岛	73.71	-2.12%	4.73	-0.13%	4.53	-0.15%	-	-	-	-
	锦州	81.53	3.54%	4.74	0.53%	4.66	0.38%	-	-	-	-
	辽阳	77.27	1.39%	4.80	1.89%	4.51	-0.89%	-	-	-	-
	盘锦	77.91	5.65%	4.80	1.20%	4.60	-0.43%	-	-	-	-
	沈阳	84.68	2.57%	4.84	0.70%	4.70	-0.01%	7.86%	-54.39%	4.54%	-93.94%
	营口	72.44	2.37%	4.78	0.05%	4.55	0.03%	-	-	-	-
内蒙古	包头	81.42	2.41%	4.87	0.42%	4.69	-0.03%	-	-	-	-
	赤峰	74.48	2.83%	4.73	0.23%	4.52	0.37%	-	-	-	-
	鄂尔多斯	75.18	4.79%	4.75	2.39%	4.54	1.13%	-	-	-	-
	呼和浩特	81.08	5.71%	4.80	1.41%	4.57	0.09%	-	-	-	-
	呼伦贝尔	76.06	3.81%	4.72	1.82%	4.51	0.46%	-	-	-	-
	通辽	76.68	1.38%	4.76	-0.05%	4.66	0.03%	-	-	-	-
	乌海	80.55	0.95%	4.87	0.99%	4.64	0.41%	-	-	-	-
	乌兰察布	77.07	2.76%	4.70	0.86%	4.55	-0.42%	0.02%	-	-	-
	锡林郭勒盟	72.52	5.33%	4.69	1.55%	4.45	1.78%	-	-	-	-
	兴安盟	75.04	5.44%	4.63	-0.33%	4.48	-0.66%	-	-	-	-
宁夏	吴忠	78.23	2.91%	4.84	0.81%	4.62	-0.08%	-	-	-	-
	银川	80.71	1.95%	4.81	0.77%	4.60	0.09%	-	-	-	-
	中卫	81.80	4.75%	4.85	1.25%	4.61	-0.84%	-	-	-	-
青海	海东	72.10	4.04%	4.61	1.05%	4.42	-1.63%	-	-	-	-
	海西	76.38	4.72%	4.65	2.06%	4.41	0.14%	-	-	-	-
	西宁	77.76	1.42%	4.63	-0.28%	4.45	-0.63%	-	-	-	-
山东	滨州	79.79	3.33%	4.84	0.25%	4.75	0.42%	-	-	-	-
	德州	78.74	-0.98%	4.82	-0.44%	4.71	-0.03%	-	-	-	-

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
山东	东营	81.54	4.15%	4.84	0.46%	4.74	-0.11%	-	-	-	-
	菏泽	81.47	2.17%	4.83	-0.42%	4.73	-0.71%	7.76%	224.34%	0.56%	0.56%
	济南	83.12	3.05%	4.82	0.81%	4.72	-0.32%	4.71%	-19.79%	1.68%	-70.35%
	济宁	80.90	2.42%	4.86	0.76%	4.71	-0.09%	4.13%	-	3.30%	-
	聊城	80.55	2.90%	4.81	-0.60%	4.73	-0.10%	2.45%	-11.89%	-	-
	临沂	78.64	2.10%	4.83	0.61%	4.70	-0.38%	-	-	-	-
	青岛	81.74	2.73%	4.80	0.51%	4.62	-0.15%	7.76%	40.25%	2.59%	-70.74%
	日照	79.32	1.88%	4.76	0.02%	4.59	-0.78%	9.72%	0.26%	2.92%	-10.94%
	泰安	80.77	1.54%	4.81	0.76%	4.70	-0.71%	-	-	-	-
	威海	79.22	3.72%	4.73	1.46%	4.51	-0.57%	7.74%	-	1.14%	-
	潍坊	79.21	2.68%	4.83	0.47%	4.66	0.35%	13.73%	177.78%	0.69%	-74.41%
	烟台	79.11	3.88%	4.78	0.26%	4.61	0.49%	7.29%	116.71%	4.20%	-66.57%
	枣庄	82.03	1.21%	4.87	-0.50%	4.73	-0.20%	-	-	-	-
	淄博	81.98	3.11%	4.83	0.88%	4.69	0.35%	-	-	-	-
山西	大同	82.06	3.99%	4.80	0.47%	4.68	0.45%	-	-	-	-
	晋城	74.91	1.51%	4.74	-1.28%	4.60	-1.51%	-	-	-	-
	晋中	80.88	3.81%	4.87	0.82%	4.70	-0.02%	-	-	-	-
	临汾	80.23	4.57%	4.79	-0.10%	4.68	0.20%	-	-	-	-
	吕梁	75.52	3.99%	4.82	0.24%	4.64	-0.24%	-	-	-	-
	朔州	76.08	5.87%	4.75	0.06%	4.62	0.84%	-	-	-	-
	太原	82.86	3.59%	4.82	0.65%	4.67	-0.11%	-	-	-	-
	忻州	77.48	2.75%	4.79	1.09%	4.62	-0.26%	-	-	-	-
	阳泉	80.33	5.49%	4.86	1.02%	4.71	1.20%	7.21%	-	0.84%	-
	运城	81.83	5.08%	4.87	0.03%	4.74	0.10%	-	-	-	-
	长治	79.19	4.78%	4.81	0.39%	4.67	0.63%	-	-	-	-
陕西	安康	74.02	0.29%	4.77	-0.39%	4.61	-0.17%	-	-	-	-
	宝鸡	73.59	2.38%	4.71	0.55%	4.53	-0.30%	-	-	-	-
	汉中	77.31	1.71%	4.79	-0.12%	4.64	-0.90%	-	-	-	-

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
陕西	商洛	73.89	5.30%	4.76	0.84%	4.53	-0.65%	-	-	-	-
	渭南	79.23	4.70%	4.87	1.11%	4.68	2.16%	-	-	-	-
	西安	84.18	2.33%	4.85	0.67%	4.68	0.24%	5.91%	21.78%	0.92%	-71.46%
	咸阳	77.77	3.22%	4.81	0.01%	4.65	0.44%	-	-	-	-
	延安	75.57	2.91%	4.78	-0.41%	4.54	0.19%	-	-	-	-
	榆林	76.35	3.29%	4.75	0.53%	4.56	0.43%	-	-	-	-
上海	上海	82.54	1.46%	4.77	0.12%	4.68	-0.10%	7.07%	14.40%	1.95%	173.76%
四川	阿坝藏族羌族自治州	77.05	3.56%	4.77	0.96%	4.60	-0.24%	-	-	-	-
	巴中	74.10	10.24%	4.75	1.23%	4.53	0.29%	-	-	-	-
	成都	81.77	2.64%	4.85	0.43%	4.66	-0.26%	4.62%	40.24%	3.99%	-2.02%
	达州	79.10	3.34%	4.87	0.59%	4.67	-0.14%	-	-	-	-
	德阳	82.97	5.93%	4.91	0.01%	4.67	0.68%	-	-	-	-
	甘孜藏族自治州	76.49	2.91%	4.78	-0.12%	4.61	-0.37%	-	-	-	-
	广安	79.33	0.50%	4.86	-0.32%	4.64	-0.53%	-	-	-	-
	广元	74.60	2.80%	4.71	0.91%	4.60	-0.30%	-	-	-	-
	乐山	79.85	3.43%	4.83	0.18%	4.67	0.04%	-	-	-	-
	凉山	76.68	2.85%	4.77	-0.61%	4.59	-0.09%	-	-	-	-
	泸州	80.62	3.38%	4.86	0.04%	4.67	-0.64%	-	-	-	-
	眉山	75.17	3.71%	4.81	0.52%	4.61	-0.88%	-	-	-	-
	绵阳	77.40	2.06%	4.84	0.29%	4.66	0.07%	-	-	-	-
	南充	76.39	3.07%	4.81	0.08%	4.63	-0.54%	-	-	-	-
	内江	80.47	1.52%	4.85	-0.53%	4.65	-0.74%	0.43%	467.24%	-	-
	攀枝花	75.61	2.97%	4.77	-0.55%	4.54	-0.40%	-	-	-	-
	遂宁	79.45	5.11%	4.87	0.84%	4.60	0.59%	-	-	-	-
	雅安	74.78	0.98%	4.72	-0.51%	4.54	-1.68%	-	-	-	-
宜宾	80.56	4.24%	4.84	0.21%	4.70	0.31%	-	-	-	-	
资阳	78.60	-1.30%	4.83	-0.56%	4.66	-0.36%	-	-	-	-	
自贡	79.96	-1.04%	4.79	-0.43%	4.67	-1.26%	-	-	-	-	

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
台湾	高雄	-	-	4.40	0.13%	4.16	2.14%	-	-	-	-
	花莲	72.94	-0.33%	4.52	0.23%	4.35	-0.41%	-	-	-	-
	嘉义市	-	-	4.34	0.61%	4.17	2.73%	-	-	-	-
	嘉义县	-	-	4.10	2.28%	4.10	-2.11%	-	-	-	-
	苗栗	-	-	4.38	2.28%	4.28	1.58%	-	-	-	-
	南投	-	-	4.41	-0.41%	4.28	1.12%	-	-	-	-
	澎湖	-	-	4.54	0.07%	4.51	2.47%	-	-	-	-
	屏东	-	-	4.55	0.76%	4.37	1.29%	-	-	-	-
	台北	-	-	4.26	-0.01%	4.17	0.87%	-	-	-	-
	台东	-	-	4.45	0.35%	4.39	1.39%	-	-	-	-
	台南	65.52	-2.86%	4.44	0.19%	4.36	2.20%	-	-	-	-
	台中	70.23	3.50%	4.33	-0.46%	4.27	3.59%	-	-	-	-
	桃园	-	-	4.27	-0.63%	4.10	2.83%	-	-	-	-
	新北	-	-	4.25	-0.48%	4.05	0.09%	-	-	-	-
	新竹	-	-	4.23	0.84%	4.06	3.51%	-	-	-	-
宜兰	-	-	4.43	0.34%	4.30	-0.83%	-	-	-	-	
云林	-	-	4.39	0.35%	4.30	3.74%	-	-	-	-	
天津	天津	81.71	1.54%	4.80	-0.10%	4.71	-0.54%	-	-	-	-
西藏	阿里	71.69	-5.33%	4.68	-1.24%	4.55	-1.65%	-	-	-	-
	昌都	73.01	1.89%	4.66	-1.23%	4.38	-0.91%	-	-	-	-
	拉萨	81.37	3.45%	4.84	0.87%	4.61	-0.41%	-	-	-	-
	林芝	76.50	2.94%	4.80	0.50%	4.60	-0.02%	-	-	-	-
	日喀则	75.60	2.08%	4.74	0.90%	4.52	1.59%	-	-	-	-
	山南	78.25	10.38%	4.82	0.11%	4.53	2.53%	-	-	-	-
香港	香港	71.15	6.47%	3.99	0.89%	4.04	1.43%	-	-	-	-
新疆	阿克苏地区	82.75	2.77%	4.82	0.45%	4.68	0.12%	-	-	-	-
	阿勒泰地区	78.44	4.29%	4.74	0.56%	4.60	-0.51%	-	-	-	-
	巴音郭楞	80.79	5.60%	4.79	0.82%	4.59	0.23%	4.09%	-	5.37%	-

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
新疆	博尔塔拉	77.96	10.03%	4.65	3.96%	4.49	0.25%	-	-	-	-
	昌吉回族自治州	71.80	0.27%	4.60	-1.59%	4.51	-0.35%	-	-	-	-
	哈密	81.80	5.87%	4.79	-0.33%	4.62	0.00%	-	-	-	-
	和田地区	78.00	3.15%	4.74	-0.09%	4.54	-1.58%	-	-	-	-
	喀什地区	82.48	2.31%	4.81	0.43%	4.68	-0.14%	5.09%	14.50%	3.52%	-55.58%
	克拉玛依	79.94	8.23%	4.74	2.29%	4.58	0.54%	-	-	-	-
	克孜勒苏	74.58	-2.25%	4.69	1.68%	4.67	2.95%	-	-	-	-
	塔城地区	73.52	10.15%	4.67	0.90%	4.51	0.47%	-	-	-	-
	吐鲁番	79.03	1.72%	4.77	-0.41%	4.60	-1.09%	1.16%	-	-	-
	乌鲁木齐	81.32	5.10%	4.71	0.71%	4.53	0.55%	0.45%	-86.54%	36.36%	93.30%
	五家渠	73.42	23.27%	4.61	3.01%	4.47	1.76%	-	-	-	-
	伊犁	79.50	2.82%	4.77	0.74%	4.67	-0.16%	4.22%	33.54%	3.32%	-53.22%
云南	保山	79.21	2.01%	4.86	-0.15%	4.75	-1.02%	-	-	-	-
	楚雄彝族自治州	74.10	7.25%	4.76	0.80%	4.54	0.34%	-	-	-	-
	大理白族自治州	80.87	0.76%	4.89	-0.03%	4.76	-0.28%	-	-	-	-
	德宏	79.92	4.09%	4.84	1.21%	4.68	0.03%	-	-	-	-
	迪庆	83.28	4.33%	4.88	0.92%	4.76	0.44%	-	-	-	-
	红河	77.16	3.18%	4.78	0.12%	4.64	-0.22%	-	-	-	-
	昆明	81.09	2.99%	4.79	0.16%	4.60	-0.06%	4.47%	20.10%	3.90%	-9.92%
	丽江	81.57	0.56%	4.90	-0.20%	4.71	-0.51%	11.33%	41.99%	0.32%	-65.01%
	临沧	77.51	1.54%	4.81	0.03%	4.58	-2.03%	-	-	-	-
	怒江	75.87	1.98%	4.77	-0.05%	4.67	-1.09%	-	-	-	-
	普洱	75.63	2.62%	4.75	-0.25%	4.62	-0.52%	-	-	-	-
	曲靖	77.75	5.46%	4.85	0.91%	4.62	0.39%	-	-	-	-
	文山壮族苗族自治州	77.00	1.84%	4.80	-0.21%	4.63	-0.90%	-	-	-	-
	西双版纳	79.73	1.95%	4.84	0.56%	4.64	-0.28%	2.34%	-52.69%	52.44%	564.23%
	玉溪	75.60	2.90%	4.79	-0.22%	4.56	-1.04%	-	-	-	-
昭通	75.77	5.13%	4.78	1.22%	4.59	0.59%	-	-	-	-	

城市x中端型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
浙江	杭州	79.68	2.13%	4.81	0.55%	4.70	-0.32%	10.30%	17.12%	3.83%	-4.32%
	湖州	76.18	0.47%	4.83	-0.17%	4.76	-0.74%	-	-	-	-
	嘉兴	78.62	1.78%	4.81	0.08%	4.62	-0.48%	8.47%	-	0.99%	-
	金华	81.06	2.62%	4.84	0.61%	4.68	-0.15%	7.77%	70.37%	0.23%	-49.81%
	丽水	76.89	0.55%	4.84	0.36%	4.70	-0.22%	10.54%	8.59%	1.30%	-28.42%
	宁波	79.55	2.74%	4.83	0.14%	4.69	-0.11%	-	-	-	-
	衢州	77.24	1.30%	4.79	-0.03%	4.68	-0.56%	1.92%	-	23.08%	-
	绍兴	79.97	1.34%	4.80	0.48%	4.69	-0.09%	5.58%	4.55%	0.29%	-57.09%
	台州	78.53	2.75%	4.82	0.38%	4.69	-0.11%	6.74%	18.73%	0.41%	69.55%
	温州	76.00	0.62%	4.82	-0.04%	4.63	-0.59%	-	-	-	-
	舟山	77.39	0.82%	4.80	0.53%	4.71	-0.53%	7.45%	-	1.29%	-

城市x经济型酒店 核心指标

*按省份、城市首字母A→Z排序

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
安徽	安庆	71.15	2.58%	4.71	0.96%	4.30	0.71%	-	-	-	-
	蚌埠	70.37	2.72%	4.69	0.18%	4.27	-0.35%	-	-	-	-
	亳州	71.71	6.38%	4.75	2.27%	4.32	0.98%	-	-	-	-
	池州	72.79	2.91%	4.74	1.02%	4.45	-0.46%	-	-	-	-
	滁州	71.14	6.60%	4.72	0.51%	4.25	0.67%	-	-	-	-
	阜阳	72.73	7.29%	4.80	0.81%	4.28	1.80%	-	-	-	-
	合肥	73.40	4.95%	4.75	0.89%	4.28	0.40%	-	-	-	-
	淮北	71.38	2.26%	4.70	1.61%	4.27	-1.45%	-	-	-	-
	淮南	70.30	6.86%	4.72	2.12%	4.24	-0.05%	-	-	-	-
	黄山	73.73	2.39%	4.80	0.69%	4.51	-0.16%	-	-	-	-
	六安	71.88	2.68%	4.75	0.58%	4.32	0.28%	-	-	-	-
	马鞍山	72.00	2.17%	4.77	0.76%	4.34	1.36%	-	-	-	-
	宿州	71.13	5.16%	4.69	1.78%	4.26	1.77%	-	-	-	-
	铜陵	71.73	7.95%	4.72	1.20%	4.32	0.82%	-	-	-	-
	芜湖	70.71	5.37%	4.70	1.41%	4.23	1.33%	-	-	-	-
宣城	72.71	4.71%	4.73	1.48%	4.41	-0.37%	-	-	-	-	
澳门	澳门	72.92	4.86%	4.30	-0.51%	4.17	0.61%	-	-	-	-
北京	北京	73.63	5.48%	4.66	1.30%	4.41	0.32%	7.14%	27.87%	-	-
重庆	重庆	72.74	4.15%	4.78	0.54%	4.21	0.32%	7.24%	103.18%	8.88%	-21.57%
福建	福州	73.26	3.12%	4.69	0.67%	4.45	-0.68%	16.36%	35.19%	5.59%	-18.40%
	龙岩	71.90	1.86%	4.76	0.09%	4.31	0.01%	-	-	-	-
	南平	70.64	4.45%	4.67	1.19%	4.41	0.94%	-	-	-	-
	宁德	70.68	2.05%	4.70	0.21%	4.40	0.62%	-	-	-	-
	莆田	74.87	0.48%	4.80	0.64%	4.59	0.29%	-	-	-	-
	泉州	72.54	6.00%	4.74	2.60%	4.31	0.61%	-	-	-	-
	三明	68.82	6.21%	4.66	2.33%	4.23	0.90%	-	-	-	-
	厦门	74.33	2.11%	4.75	0.21%	4.37	-0.34%	-	-	-	-
	漳州	72.88	1.62%	4.75	0.82%	4.41	-0.70%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
甘肃	嘉峪关	72.60	8.62%	4.69	4.19%	4.30	1.56%	-	-	-	-
	酒泉	75.81	5.69%	4.76	1.21%	4.43	1.10%	-	-	-	-
	兰州	71.07	6.81%	4.67	2.26%	4.22	1.11%	-	-	-	-
	临夏回族自治州	63.98	12.46%	4.41	4.19%	3.95	1.16%	-	-	-	-
	陇南	68.33	5.97%	4.61	3.10%	4.23	3.05%	-	-	-	-
	平凉	67.09	3.13%	4.59	0.88%	4.13	1.47%	-	-	-	-
	天水	71.92	8.12%	4.62	2.40%	4.17	0.71%	-	-	-	-
	武威	70.36	4.12%	4.73	1.36%	4.25	0.82%	-	-	-	-
	张掖	73.32	3.95%	4.69	0.82%	4.39	0.92%	-	-	-	-
广东	潮州	70.59	-0.11%	4.71	-0.22%	4.22	-1.24%	-	-	-	-
	东莞	70.26	2.95%	4.69	-0.28%	4.16	0.20%	-	-	-	-
	佛山	72.10	4.37%	4.73	0.82%	4.23	0.56%	-	-	-	-
	广州	73.80	6.94%	4.73	1.57%	4.21	1.03%	7.90%	70.35%	1.41%	-74.79%
	河源	70.35	2.42%	4.70	-0.16%	4.25	0.17%	-	-	-	-
	惠州	72.72	1.82%	4.76	0.22%	4.35	-0.71%	-	-	-	-
	江门	69.91	3.27%	4.69	-0.05%	4.27	0.10%	-	-	-	-
	揭阳	70.28	1.14%	4.70	-0.24%	4.21	-1.12%	-	-	-	-
	茂名	70.67	5.94%	4.69	1.01%	4.33	2.36%	-	-	-	-
	梅州	70.31	4.74%	4.74	0.22%	4.29	0.40%	-	-	-	-
	清远	70.06	1.08%	4.66	-0.05%	4.29	-1.42%	-	-	-	-
	汕头	72.27	0.49%	4.71	0.17%	4.23	-1.73%	-	-	-	-
	汕尾	70.23	3.73%	4.65	1.00%	4.31	-0.15%	-	-	-	-
	韶关	69.80	4.35%	4.63	1.42%	4.23	0.11%	-	-	-	-
	深圳	71.90	5.98%	4.69	0.80%	4.15	1.26%	-	-	-	-
	阳江	72.90	1.38%	4.79	-0.45%	4.30	-0.62%	-	-	-	-
	云浮	69.75	2.97%	4.68	-0.42%	4.22	0.95%	-	-	-	-
湛江	71.45	7.78%	4.72	1.25%	4.26	0.67%	-	-	-	-	
肇庆	69.69	5.55%	4.65	1.36%	4.29	0.38%	-	-	-	-	

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
广东	中山	70.86	4.16%	4.65	0.29%	4.14	0.12%	-	-	-	-
	珠海	72.69	3.66%	4.69	1.11%	4.29	0.21%	-	-	-	-
广西	百色	69.00	6.38%	4.66	0.29%	4.15	1.99%	-	-	-	-
	北海	75.15	2.96%	4.81	0.67%	4.47	-0.38%	-	-	-	-
	崇左	70.41	6.14%	4.64	1.38%	4.29	0.98%	-	-	-	-
	防城港	66.32	4.98%	4.52	0.00%	4.23	-0.22%	-	-	-	-
	贵港	72.00	-0.79%	4.74	0.30%	4.28	0.97%	-	-	-	-
	桂林	73.19	3.86%	4.76	1.32%	4.38	-0.02%	-	-	-	-
	河池	67.94	5.41%	4.62	1.22%	4.16	0.33%	-	-	-	-
	贺州	71.74	3.28%	4.73	-0.14%	4.26	-0.56%	-	-	-	-
	来宾	69.08	6.51%	4.63	1.73%	4.20	0.09%	-	-	-	-
	柳州	73.10	5.65%	4.73	1.51%	4.31	0.88%	-	-	-	-
	南宁	74.04	5.53%	4.76	0.94%	4.34	0.51%	4.30%	23.98%	2.18%	-39.90%
	钦州	67.61	3.75%	4.64	0.53%	4.21	0.55%	-	-	-	-
梧州	71.34	6.75%	4.73	0.58%	4.20	0.86%	-	-	-	-	
玉林	71.85	4.13%	4.74	0.54%	4.28	0.05%	-	-	-	-	
贵州	安顺	70.59	4.63%	4.62	1.28%	4.21	0.44%	-	-	-	-
	毕节	67.67	6.90%	4.60	1.73%	4.04	1.25%	-	-	-	-
	贵阳	71.18	7.92%	4.67	2.12%	4.11	1.27%	-	-	-	-
	六盘水	65.87	6.97%	4.47	1.24%	4.03	0.20%	-	-	-	-
	黔东南	70.67	4.79%	4.68	1.46%	4.24	0.70%	-	-	-	-
	黔南	70.39	2.08%	4.65	0.24%	4.22	0.14%	-	-	-	-
	黔西南	67.45	5.41%	4.55	1.50%	4.13	0.10%	-	-	-	-
	铜仁	70.32	4.06%	4.68	0.90%	4.20	0.82%	-	-	-	-
遵义	70.35	6.16%	4.69	1.04%	4.11	0.79%	-	-	-	-	
海南	保亭	68.66	8.70%	4.65	4.07%	4.35	2.98%	-	-	-	-
	昌江	67.75	6.88%	4.61	1.18%	4.22	1.00%	-	-	-	-
	澄迈	71.26	4.51%	4.75	-1.31%	4.28	1.28%	-	-	-	-

城市x经济型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
海南	儋州	72.11	0.01%	4.76	-1.38%	4.27	0.61%	-	-	-	-
	定安	69.70	6.60%	4.69	1.12%	4.02	-1.60%	-	-	-	-
	东方	67.96	-1.09%	4.63	1.11%	4.22	-0.48%	-	-	-	-
	海口	74.53	5.52%	4.82	0.59%	4.32	0.52%	-	-	-	-
	乐东	66.91	6.30%	4.61	1.22%	4.16	0.98%	-	-	-	-
	临高	70.49	4.84%	4.75	2.09%	4.22	0.64%	-	-	-	-
	陵水	74.36	5.98%	4.76	0.43%	4.42	1.28%	-	-	-	-
	琼海	72.18	4.03%	4.82	0.73%	4.32	0.31%	-	-	-	-
	三亚	73.75	3.69%	4.75	0.17%	4.37	0.10%	-	-	-	-
	屯昌	69.48	1.46%	4.64	-0.57%	4.14	-0.51%	-	-	-	-
	万宁	74.73	4.79%	4.76	0.81%	4.38	-0.06%	-	-	-	-
	文昌	69.91	8.38%	4.73	4.75%	4.36	2.01%	-	-	-	-
五指山	58.10	-1.64%	4.15	-2.05%	4.20	-1.31%	-	-	-	-	
河北	保定	71.70	3.13%	4.74	0.39%	4.38	-0.24%	-	-	-	-
	沧州	72.91	3.04%	4.77	0.51%	4.31	1.22%	-	-	-	-
	承德	72.27	4.19%	4.66	0.99%	4.41	-0.11%	-	-	-	-
	邯郸	72.68	2.66%	4.75	-0.25%	4.31	-0.28%	-	-	-	-
	衡水	71.32	7.29%	4.71	1.30%	4.34	1.48%	-	-	-	-
	廊坊	70.20	4.56%	4.70	0.90%	4.28	0.23%	-	-	-	-
	秦皇岛	73.50	0.63%	4.70	-0.53%	4.51	-1.18%	-	-	-	-
	石家庄	72.74	4.32%	4.73	1.03%	4.36	0.71%	-	-	-	-
	唐山	71.76	5.77%	4.68	1.84%	4.37	-0.01%	-	-	-	-
	邢台	73.27	4.20%	4.76	1.15%	4.38	1.10%	-	-	-	-
张家口	68.79	2.11%	4.61	0.53%	4.29	-0.85%	-	-	-	-	
河南	安阳	72.84	2.91%	4.75	0.05%	4.31	-0.33%	4.17%	58.45%	1.14%	-85.90%
	鹤壁	73.48	4.59%	4.77	1.27%	4.26	0.90%	-	-	-	-
	济源	74.66	1.35%	4.84	0.09%	4.44	-0.09%	-	-	-	-
	焦作	72.53	4.08%	4.80	0.33%	4.28	-0.21%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
河南	开封	71.89	5.76%	4.66	1.30%	4.31	0.56%	-	-	-	-
	洛阳	74.33	2.93%	4.79	0.89%	4.40	-0.06%	-	-	-	-
	漯河	73.63	3.53%	4.80	1.27%	4.43	0.69%	-	-	-	-
	南阳	72.65	4.95%	4.75	0.40%	4.27	-0.23%	-	-	-	-
	平顶山	71.37	2.92%	4.79	0.71%	4.31	-0.04%	-	-	-	-
	濮阳	73.29	5.69%	4.77	0.63%	4.34	1.44%	-	-	-	-
	三门峡	70.89	3.81%	4.72	1.65%	4.27	1.36%	-	-	-	-
	商丘	72.82	4.69%	4.75	0.81%	4.27	1.13%	-	-	-	-
	新乡	72.54	4.60%	4.72	0.84%	4.33	0.49%	-	-	-	-
	信阳	71.45	6.35%	4.73	1.32%	4.20	0.65%	-	-	-	-
	许昌	73.36	5.14%	4.72	0.88%	4.30	1.14%	-	-	-	-
	郑州	73.75	3.09%	4.74	0.37%	4.28	-0.34%	-	-	-	-
	周口	72.00	4.67%	4.74	1.11%	4.27	1.17%	-	-	-	-
驻马店	70.94	4.72%	4.74	1.66%	4.28	0.94%	-	-	-	-	
黑龙江	大庆	68.55	5.32%	4.62	0.80%	4.33	-0.64%	-	-	-	-
	大兴安岭	71.97	1.34%	4.70	0.98%	4.40	0.59%	-	-	-	-
	哈尔滨	71.92	8.73%	4.68	3.84%	4.35	0.99%	-	-	-	-
	鹤岗	68.97	13.78%	4.54	3.32%	4.28	0.97%	-	-	-	-
	黑河	69.44	6.67%	4.63	4.18%	4.26	0.75%	-	-	-	-
	鸡西	65.29	4.91%	4.49	1.64%	4.22	-0.13%	-	-	-	-
	佳木斯	68.75	0.38%	4.62	-1.89%	4.29	-0.42%	-	-	-	-
	牡丹江	70.97	6.43%	4.59	2.32%	4.31	0.52%	-	-	-	-
	齐齐哈尔	68.27	6.49%	4.59	1.61%	4.24	0.38%	-	-	-	-
湖北	鄂州	73.08	4.96%	4.77	1.56%	4.24	-0.95%	-	-	-	-
	恩施土家族苗族自治州	72.17	3.30%	4.71	1.23%	4.38	0.08%	-	-	-	-
	黄冈	70.85	3.61%	4.71	1.09%	4.15	0.02%	-	-	-	-
	黄石	73.93	1.76%	4.75	-0.04%	4.26	-0.52%	-	-	-	-
	荆门	71.71	2.94%	4.77	0.61%	4.27	0.32%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
湖北	荆州	70.87	2.40%	4.72	0.40%	4.31	-0.27%	-	-	-	-
	神农架	71.54	0.70%	4.71	-0.30%	4.39	-1.64%	-	-	-	-
	十堰	71.21	5.50%	4.69	0.68%	4.16	0.71%	-	-	-	-
	随州	71.05	4.03%	4.74	0.94%	4.19	0.47%	-	-	-	-
	武汉	73.42	4.19%	4.73	0.69%	4.18	0.15%	-	-	-	-
	仙桃	74.33	4.77%	4.81	2.17%	4.21	-1.05%	-	-	-	-
	咸宁	70.02	2.87%	4.68	0.13%	4.19	0.48%	-	-	-	-
	襄阳	72.50	5.89%	4.76	1.90%	4.23	1.37%	-	-	-	-
	孝感	70.28	3.89%	4.66	0.80%	4.12	0.26%	-	-	-	-
	宜昌	71.65	1.99%	4.71	-0.13%	4.29	-1.41%	-	-	-	-
湖南	常德	70.76	2.27%	4.75	0.40%	4.28	0.38%	-	-	-	-
	郴州	72.60	1.81%	4.75	0.05%	4.33	-0.41%	15.82%	22.27%	0.43%	-54.64%
	衡阳	74.11	2.37%	4.78	-0.02%	4.34	0.18%	-	-	-	-
	怀化	70.32	6.80%	4.71	0.51%	4.18	1.15%	-	-	-	-
	娄底	75.11	5.01%	4.83	0.38%	4.26	0.59%	-	-	-	-
	邵阳	70.00	2.88%	4.70	0.03%	4.15	0.71%	-	-	-	-
	湘潭	74.09	3.55%	4.80	0.59%	4.31	-0.52%	-	-	-	-
	湘西土家族苗族自治州	72.92	3.39%	4.79	0.84%	4.32	-0.28%	-	-	-	-
	益阳	71.20	8.96%	4.76	1.86%	4.26	-0.09%	-	-	-	-
	永州	69.94	6.62%	4.72	2.25%	4.17	0.59%	-	-	-	-
	岳阳	73.03	4.01%	4.78	0.73%	4.22	0.10%	-	-	-	-
	张家界	74.60	1.49%	4.78	0.43%	4.41	-1.10%	-	-	-	-
	长沙	74.68	2.14%	4.78	0.02%	4.32	-0.31%	6.82%	10.25%	-	-
	株洲	71.92	4.04%	4.77	1.24%	4.29	0.17%	-	-	-	-
吉林	白山	69.18	1.13%	4.68	1.07%	4.31	-1.53%	-	-	-	-
	吉林市	71.50	0.98%	4.70	-0.53%	4.40	-0.03%	-	-	-	-
	四平	71.48	3.34%	4.70	-0.64%	4.36	1.39%	-	-	-	-
	通化	70.56	2.11%	4.69	0.19%	4.38	-0.12%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
吉林	延边	73.74	1.40%	4.75	0.74%	4.40	-0.74%	-	-	-	-
	长春	72.17	5.14%	4.71	0.17%	4.32	0.11%	-	-	-	-
江苏	常州	70.90	4.39%	4.73	1.22%	4.32	0.79%	-	-	-	-
	淮安	72.04	5.96%	4.71	1.73%	4.26	0.51%	-	-	-	-
	连云港	72.32	2.24%	4.72	-0.07%	4.31	-0.08%	-	-	-	-
	南京	73.62	4.92%	4.71	1.16%	4.31	0.29%	4.41%	45.85%	-	-
	南通	70.60	2.31%	4.71	0.46%	4.32	0.24%	1.21%	-53.02%	55.56%	288.89%
	苏州	72.19	4.44%	4.72	0.73%	4.29	0.62%	-	-	-	-
	宿迁	71.92	4.34%	4.76	1.13%	4.31	0.04%	-	-	-	-
	泰州	69.72	4.24%	4.68	1.36%	4.22	-0.52%	-	-	-	-
	无锡	71.37	3.75%	4.69	0.44%	4.31	0.28%	-	-	-	-
	徐州	71.82	8.59%	4.67	3.17%	4.26	0.93%	-	-	-	-
	盐城	71.30	3.79%	4.74	-0.07%	4.26	-0.70%	-	-	-	-
	扬州	71.03	5.46%	4.69	1.17%	4.32	0.25%	-	-	-	-
镇江	69.65	5.79%	4.65	1.26%	4.20	-0.52%	-	-	-	-	
江西	抚州	70.97	3.73%	4.71	0.51%	4.13	0.06%	-	-	-	-
	赣州	71.04	5.63%	4.72	0.79%	4.18	0.98%	-	-	-	-
	吉安	70.51	6.76%	4.73	2.14%	4.29	1.47%	-	-	-	-
	景德镇	75.34	7.71%	4.81	2.97%	4.43	2.21%	12.98%	-	5.41%	-
	九江	71.96	4.02%	4.74	1.08%	4.28	1.18%	-	-	-	-
	南昌	73.67	4.62%	4.72	1.13%	4.23	1.03%	7.33%	77.96%	3.96%	-39.61%
	萍乡	72.86	4.53%	4.79	1.21%	4.32	1.91%	-	-	-	-
	上饶	74.41	2.24%	4.81	0.35%	4.45	-0.22%	-	-	-	-
	新余	73.17	4.28%	4.77	2.06%	4.25	1.29%	-	-	-	-
	宜春	72.91	2.68%	4.81	0.70%	4.30	1.12%	-	-	-	-
鹰潭	70.85	1.24%	4.67	-0.32%	4.36	-0.25%	-	-	-	-	
辽宁	鞍山	72.25	10.76%	4.68	2.07%	4.38	1.18%	-	-	-	-
	本溪	68.97	2.69%	4.60	0.12%	4.32	-0.49%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
辽宁	朝阳	69.33	7.19%	4.65	0.89%	4.27	1.66%	-	-	-	-
	大连	73.04	1.77%	4.74	0.34%	4.36	0.46%	-	-	-	-
	丹东	69.65	0.20%	4.60	-0.61%	4.32	-1.16%	-	-	-	-
	抚顺	69.75	-0.56%	4.67	-1.21%	4.31	-0.41%	-	-	-	-
	葫芦岛	71.98	0.36%	4.73	0.25%	4.38	-0.50%	-	-	-	-
	锦州	68.85	7.00%	4.60	2.56%	4.29	1.26%	-	-	-	-
	辽阳	70.59	5.66%	4.72	1.28%	4.42	0.55%	-	-	-	-
	盘锦	69.49	0.78%	4.65	0.98%	4.40	-0.67%	-	-	-	-
	沈阳	74.07	2.59%	4.74	0.69%	4.35	0.06%	-	-	-	-
	营口	70.94	1.07%	4.75	-0.78%	4.44	-1.03%	-	-	-	-
内蒙古	包头	73.58	4.84%	4.78	0.79%	4.36	0.53%	-	-	-	-
	赤峰	69.94	3.58%	4.63	0.99%	4.27	-0.39%	-	-	-	-
	鄂尔多斯	69.27	9.48%	4.61	2.63%	4.26	1.42%	-	-	-	-
	呼和浩特	71.46	6.82%	4.64	1.72%	4.33	0.43%	-	-	-	-
	呼伦贝尔	72.98	3.91%	4.68	0.76%	4.37	0.11%	-	-	-	-
	通辽	70.51	5.15%	4.67	1.66%	4.27	0.85%	-	-	-	-
	乌海	69.10	2.84%	4.70	2.79%	4.41	0.13%	-	-	-	-
	乌兰察布	71.86	5.03%	4.68	2.88%	4.31	0.53%	-	-	-	-
	锡林郭勒盟	68.11	4.27%	4.55	1.66%	4.26	0.65%	-	-	-	-
	兴安盟	71.18	3.48%	4.63	0.25%	4.32	-0.27%	-	-	-	-
宁夏	吴忠	67.05	4.10%	4.56	0.45%	4.23	0.05%	-	-	-	-
	银川	71.57	4.27%	4.65	0.95%	4.23	0.69%	-	-	-	-
	中卫	74.66	4.75%	4.78	2.00%	4.36	0.29%	-	-	-	-
青海	海东	65.16	6.99%	4.43	1.71%	4.09	-0.31%	-	-	-	-
	海西	71.37	7.89%	4.55	2.83%	4.28	0.90%	-	-	-	-
	西宁	69.41	4.70%	4.51	0.43%	4.18	-0.17%	-	-	-	-
山东	滨州	71.88	6.37%	4.73	1.12%	4.31	1.22%	-	-	-	-
	德州	72.37	4.04%	4.70	0.18%	4.35	-0.49%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
山东	东营	73.14	5.02%	4.76	2.01%	4.37	1.62%	-	-	-	-
	菏泽	71.83	3.40%	4.73	0.26%	4.29	0.52%	-	-	-	-
	济南	73.86	6.27%	4.70	1.22%	4.28	0.59%	-	-	-	-
	济宁	72.89	3.60%	4.78	0.93%	4.40	0.68%	-	-	-	-
	聊城	72.84	3.16%	4.76	0.40%	4.33	0.24%	-	-	-	-
	临沂	72.33	2.60%	4.77	0.28%	4.33	0.13%	-	-	-	-
	青岛	73.09	3.31%	4.68	0.25%	4.31	-0.47%	-	-	-	-
	日照	72.90	0.70%	4.72	0.72%	4.45	-0.35%	-	-	-	-
	泰安	72.92	4.94%	4.73	1.12%	4.35	0.54%	-	-	-	-
	威海	73.43	2.88%	4.71	0.96%	4.40	-0.48%	-	-	-	-
	潍坊	71.41	3.00%	4.71	0.63%	4.30	-0.14%	-	-	-	-
	烟台	73.05	3.42%	4.68	0.86%	4.42	-0.33%	-	-	-	-
	枣庄	69.94	2.82%	4.73	0.19%	4.34	-1.33%	-	-	-	-
	淄博	74.24	5.16%	4.76	0.79%	4.32	-0.01%	-	-	-	-
山西	大同	72.55	5.36%	4.70	1.71%	4.37	0.56%	-	-	-	-
	晋城	67.74	1.35%	4.55	-0.31%	4.22	-0.51%	-	-	-	-
	晋中	73.35	3.31%	4.79	0.90%	4.38	0.34%	-	-	-	-
	临汾	71.14	4.41%	4.71	0.97%	4.30	0.58%	-	-	-	-
	吕梁	71.18	3.42%	4.71	0.98%	4.33	1.71%	-	-	-	-
	朔州	70.31	8.52%	4.67	1.90%	4.24	0.32%	-	-	-	-
	太原	74.51	3.04%	4.75	0.95%	4.35	0.96%	-	-	-	-
	忻州	72.00	2.60%	4.69	0.50%	4.38	0.13%	-	-	-	-
	阳泉	70.44	3.81%	4.70	1.16%	4.30	-0.81%	-	-	-	-
	运城	71.95	3.82%	4.74	1.10%	4.37	0.51%	-	-	-	-
	长治	71.89	3.73%	4.71	0.71%	4.32	0.79%	-	-	-	-
陕西	安康	68.68	4.19%	4.61	0.45%	4.21	0.32%	-	-	-	-
	宝鸡	69.00	7.30%	4.65	2.23%	4.24	0.22%	-	-	-	-
	汉中	69.70	4.26%	4.67	0.61%	4.27	-0.06%	-	-	-	-

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
陕西	商洛	65.77	4.95%	4.44	1.78%	4.15	-0.53%	-	-	-	-
	渭南	72.36	5.05%	4.75	2.44%	4.32	0.59%	-	-	-	-
	西安	74.27	3.49%	4.76	1.17%	4.28	-0.30%	-	-	-	-
	咸阳	72.50	2.32%	4.78	-0.23%	4.28	0.65%	-	-	-	-
	延安	67.28	2.57%	4.64	1.57%	4.18	-0.16%	-	-	-	-
	榆林	68.84	4.90%	4.58	0.86%	4.15	0.48%	-	-	-	-
上海	上海	72.64	5.01%	4.65	1.12%	4.31	0.35%	6.45%	24.87%	3.09%	32.04%
四川	阿坝藏族羌族自治州	70.13	0.65%	4.66	0.57%	4.34	0.02%	-	-	-	-
	巴中	66.19	7.32%	4.67	3.09%	4.03	0.86%	-	-	-	-
	成都	73.19	3.81%	4.75	0.92%	4.29	0.33%	2.69%	-29.36%	6.60%	133.70%
	达州	70.39	5.10%	4.68	0.81%	4.16	1.07%	-	-	-	-
	德阳	72.83	4.88%	4.81	0.51%	4.34	1.11%	-	-	-	-
	甘孜藏族自治州	70.99	0.69%	4.69	-0.13%	4.35	-0.35%	-	-	-	-
	广安	70.36	4.98%	4.67	0.75%	4.16	0.33%	-	-	-	-
	广元	67.57	5.00%	4.60	1.41%	4.12	0.02%	-	-	-	-
	乐山	71.65	3.87%	4.74	0.89%	4.38	-0.04%	-	-	-	-
	凉山	66.90	5.73%	4.54	1.30%	4.16	0.04%	-	-	-	-
	泸州	69.17	1.54%	4.68	-0.15%	4.13	0.98%	-	-	-	-
	眉山	70.61	2.85%	4.69	-0.02%	4.28	0.22%	-	-	-	-
	绵阳	70.18	4.79%	4.70	0.45%	4.23	-0.20%	-	-	-	-
	南充	69.57	5.70%	4.70	0.76%	4.14	0.50%	-	-	-	-
	内江	70.96	1.64%	4.78	-0.07%	4.22	1.93%	-	-	-	-
	攀枝花	67.20	6.82%	4.63	3.10%	4.17	1.42%	-	-	-	-
	遂宁	69.26	4.28%	4.74	1.58%	4.13	1.14%	-	-	-	-
	雅安	69.85	2.10%	4.66	-0.97%	4.22	-0.16%	-	-	-	-
宜宾	70.17	2.78%	4.70	0.72%	4.22	0.77%	-	-	-	-	
资阳	68.42	5.47%	4.66	2.95%	4.17	0.40%	-	-	-	-	
自贡	66.01	-1.48%	4.62	-1.55%	4.16	-0.56%	-	-	-	-	

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
台湾	高雄	-	-	4.27	-1.11%	4.01	-0.92%	-	-	-	-
	花莲	-	-	4.51	-1.07%	4.47	2.42%	-	-	-	-
	嘉义市	-	-	4.15	-5.30%	4.02	1.87%	-	-	-	-
	嘉义县	-	-	4.13	-0.22%	4.27	5.00%	-	-	-	-
	苗栗	-	-	4.43	3.59%	4.25	3.23%	-	-	-	-
	南投	-	-	4.46	-0.71%	4.36	2.42%	-	-	-	-
	澎湖	-	-	4.59	0.12%	4.55	1.24%	-	-	-	-
	屏东	-	-	4.52	1.04%	4.37	1.83%	-	-	-	-
	台北	-	-	4.25	0.65%	3.96	0.78%	-	-	-	-
	台东	-	-	4.50	0.44%	4.36	0.28%	-	-	-	-
	台南	-	-	4.51	2.96%	4.35	2.10%	-	-	-	-
	台中	-	-	4.22	-1.76%	3.89	0.32%	-	-	-	-
	桃园	-	-	4.24	-0.91%	4.11	5.83%	-	-	-	-
	新北	-	-	4.42	-0.27%	4.27	3.32%	-	-	-	-
	新竹	-	-	3.94	-1.23%	3.67	-6.27%	-	-	-	-
宜兰	-	-	4.49	0.72%	4.30	0.11%	-	-	-	-	
云林	-	-	3.74	-3.36%	3.68	-5.36%	-	-	-	-	
天津	天津	72.93	3.86%	4.68	1.04%	4.34	-0.14%	-	-	-	-
西藏	阿里	67.79	7.32%	4.54	1.74%	4.15	0.91%	-	-	-	-
	昌都	65.04	0.99%	4.46	-0.28%	4.08	0.50%	0.15%	-	-	-
	拉萨	71.81	1.78%	4.68	0.48%	4.30	0.28%	-	-	-	-
	林芝	69.62	1.90%	4.67	1.15%	4.30	0.01%	-	-	-	-
	日喀则	66.88	3.64%	4.54	-0.19%	4.14	1.50%	-	-	-	-
	山南	68.90	11.67%	4.68	2.35%	4.17	4.54%	-	-	-	-
香港	香港	64.45	3.69%	4.19	-0.73%	3.90	0.81%	-	-	-	-
新疆	阿克苏地区	70.56	3.99%	4.65	1.89%	4.27	1.33%	-	-	-	-
	阿勒泰地区	72.21	8.39%	4.61	3.62%	4.35	2.23%	-	-	-	-
	巴音郭楞	68.96	9.88%	4.64	3.47%	4.22	2.43%	-	-	-	-

城市x经济型酒店 核心指标

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
新疆	博尔塔拉	70.20	14.62%	4.43	6.11%	4.22	1.00%	-	-	-	-
	昌吉回族自治州	68.97	9.05%	4.63	2.26%	4.20	0.43%	-	-	-	-
	哈密	67.29	2.00%	4.54	0.72%	4.13	-0.62%	-	-	-	-
	和田地区	65.65	3.26%	4.46	1.02%	4.10	-1.24%	-	-	-	-
	喀什地区	71.90	1.73%	4.69	0.59%	4.38	-0.31%	-	-	-	-
	克拉玛依	67.58	4.06%	4.49	1.08%	4.27	1.00%	-	-	-	-
	克孜勒苏	64.58	10.95%	4.42	1.84%	4.11	1.24%	-	-	-	-
	塔城地区	65.24	8.79%	4.48	1.90%	4.11	2.37%	-	-	-	-
	吐鲁番	69.84	2.44%	4.59	-0.50%	4.19	-1.18%	-	-	-	-
	乌鲁木齐	68.94	8.82%	4.54	2.08%	4.16	1.66%	-	-	-	-
	五家渠	70.34	7.99%	4.68	6.14%	4.37	3.37%	-	-	-	-
	伊犁	74.21	2.95%	4.66	0.93%	4.48	-0.14%	-	-	-	-
云南	保山	72.21	1.79%	4.71	-0.37%	4.43	-0.14%	-	-	-	-
	楚雄彝族自治州	69.71	2.09%	4.64	0.58%	4.18	0.22%	-	-	-	-
	大理白族自治州	75.17	1.06%	4.82	-0.56%	4.51	-0.23%	-	-	-	-
	德宏	72.96	9.20%	4.73	3.53%	4.42	4.21%	-	-	-	-
	迪庆	74.99	4.31%	4.77	1.30%	4.52	1.32%	-	-	-	-
	红河	70.16	3.16%	4.67	0.58%	4.24	-0.01%	-	-	-	-
	昆明	72.26	4.42%	4.68	1.07%	4.19	-0.04%	-	-	-	-
	丽江	77.73	1.71%	4.87	-0.32%	4.51	0.06%	-	-	-	-
	临沧	69.95	3.61%	4.64	0.30%	4.23	1.08%	-	-	-	-
	怒江	68.99	0.23%	4.69	0.61%	4.35	-0.02%	-	-	-	-
	普洱	69.46	6.69%	4.61	1.05%	4.29	1.94%	-	-	-	-
	曲靖	70.51	2.59%	4.69	1.08%	4.21	-0.37%	-	-	-	-
	文山壮族苗族自治州	70.90	2.64%	4.69	1.38%	4.22	0.33%	-	-	-	-
	西双版纳	72.39	2.29%	4.74	0.01%	4.30	-0.34%	4.95%	25.31%	1.75%	-29.12%
	玉溪	71.39	1.58%	4.69	-0.02%	4.35	-0.77%	-	-	-	-
昭通	67.46	5.44%	4.59	1.97%	4.05	0.31%	-	-	-	-	

省份	城市	华客分CSI		新增点评分		携程点评分		客诉率		客诉曝光率	
		2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比	2025年	同比
浙江	杭州	72.93	2.67%	4.70	0.66%	4.38	-0.20%	33.33%	152.38%	-	-
	湖州	72.09	3.12%	4.73	0.49%	4.46	-0.86%	-	-	-	-
	嘉兴	70.94	2.87%	4.69	0.36%	4.34	-0.47%	-	-	-	-
	金华	71.14	5.63%	4.70	1.06%	4.32	0.27%	-	-	-	-
	丽水	72.90	2.08%	4.78	-0.01%	4.43	0.02%	-	-	-	-
	宁波	70.81	3.95%	4.69	0.98%	4.27	-0.15%	-	-	-	-
	衢州	70.32	4.47%	4.70	0.71%	4.28	-0.51%	-	-	-	-
	绍兴	71.31	5.45%	4.71	1.55%	4.30	0.86%	-	-	-	-
	台州	71.72	5.45%	4.73	1.28%	4.38	1.04%	-	-	-	-
	温州	71.03	4.37%	4.73	0.90%	4.35	0.70%	-	-	-	-
	舟山	74.25	1.35%	4.79	-0.07%	4.54	-0.59%	-	-	-	-



4.3

2025酒店品牌口碑榜S100

品牌 X 品牌档次



2025酒店品牌口碑榜S100 x 豪华型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
曙光铂尊	18	1	4.88	4	4.90	4	96.58	3
君瑞	9	2	4.87	-1	4.94	-1	96.18	-7
西美五洲	9	3	4.87	-1	4.88	1	96.43	-7
大公馆1903	9	4	4.86	5	4.96	1	97.05	3
朗丽兹花园	9	5	4.86	7	4.79	-42	94.32	-13
开臣	45	6	4.86	-2	4.92	1	95.85	1
豪雅	9	7	4.85	26	4.86	30	92.45	-1
索菲特传奇	9	8	4.85	8	4.84	-13	89.03	-24
方外	9	9	4.85	-6	4.91	-1	95.65	-13
怡豪大饭店	9	10	4.84	8	4.86	-9	96.64	-5
盛美利亚	18	11	4.83	3	4.82	-23	92.40	-22
康年	9	12	4.83	13	4.88	13	97.78	13
瞻云	30	13	4.83	17	4.86	11	94.79	-10
乌镇	124	14	4.83	-8	4.82	-16	92.75	15
宝格丽	18	15	4.83	2	4.78	-29	90.26	10
禧玥	54	16	4.83	6	4.85	8	93.16	-6
宝丽嘉	9	17	4.83	2	4.82	-28	94.58	-6
开元森泊	66	18	4.82	8	4.85	18	93.00	-6
万达瑞华	36	19	4.82	-6	4.91	1	96.40	5
美高梅美荟	9	20	4.82	4	4.83	-15	94.30	-18
艺珺	36	21	4.82	68	4.88	25	95.98	11
建发	173	22	4.82	-7	4.83	-16	94.35	-18
温德姆	9	23	4.82	11	4.67	0	91.13	1
希尔顿	9	24	4.82	17	4.80	-1	95.96	11
尼依格罗	45	25	4.81	3	4.83	-30	94.18	-3
东湖	63	26	4.81	17	4.79	-10	91.25	-21
嘉佩乐	23	27	4.81	-6	4.75	-11	90.79	8
安缇	54	28	4.81	4	4.74	-7	79.49	1
安岚	27	29	4.80	13	4.82	-5	94.37	6
美利亚	27	30	4.80	5	4.81	-15	89.82	-32

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 豪华型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
檀程	31	31	4.80	63	4.90	11	93.95	-3
豪生Life	36	32	4.80	65	4.89	12	94.30	11
茂御	18	33	4.80	-2	4.80	-6	91.81	-8
绿地	9	34	4.80	62	4.84	66	96.46	62
J酒店	9	35	4.80	-27	4.75	-50	91.76	7
金石国际	18	36	4.79	14	4.80	32	93.55	44
莱佛士	18	37	4.79	-1	4.82	14	92.65	-5
托尼洛·兰博基尼	36	38	4.79	44	4.85	57	92.60	9
华侨城酒店	15	39	4.79	28	4.74	1	91.94	-11
金鹰酒店及度假村	81	40	4.79	12	4.85	13	96.34	9
文华东方	90	41	4.79	-1	4.77	10	89.46	14
凯悦臻选	125	42	4.79	20	4.84	19	93.58	56
华尔道夫酒店及度假村	45	43	4.79	6	4.77	2	92.22	14
美仑美奂	57	44	4.79	-24	4.87	-1	95.62	9
宝盛	45	45	4.78	-16	4.83	-25	87.60	-21
郡雅	18	46	4.78	-2	4.81	17	92.90	40
亚特兰蒂斯	9	47	4.78	-37	4.84	-23	96.58	4
明宇尚雅	64	48	4.78	-1	4.78	-37	90.55	-17
书香府邸	65	49	4.78	-12	4.83	-22	90.01	10
新世界	9	50	4.78	-43	4.79	-52	92.27	-16
美豪雅致	148	51	4.78	-3	4.88	20	97.07	5
松赞	138	52	4.78	26	4.74	-6	73.38	0
天龙湾璞悦	45	53	4.78	46	4.84	39	89.17	-6
通程	18	54	4.78	0	4.79	6	92.08	-19
长隆	54	55	4.77	-16	4.79	-20	97.43	3
明宇豪雅	36	56	4.77	10	4.83	13	94.93	11
澳门银河	18	57	4.77	43	4.49	0	87.38	3
海外海	36	58	4.77	35	4.79	1	87.72	-32
四季	90	59	4.77	12	4.72	-3	89.36	9
艾迪逊	18	60	4.77	-3	4.84	1	95.64	6
美高梅	36	61	4.77	-23	4.78	-34	95.18	2
丽笙精选	36	62	4.77	14	4.76	8	91.15	-20
万达文华	183	63	4.77	-17	4.83	8	93.81	-12
费尔蒙	78	64	4.77	10	4.77	3	92.68	3
庐境	18	65	4.77	25	4.79	26	93.72	45

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 豪华型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
青岛国信	36	66	4.77	9	4.91	-1	94.29	59
君澜大饭店	240	67	4.76	-6	4.85	22	89.22	3
居舍	27	68	4.76	18	4.74	-18	84.21	0
英迪格	243	69	4.76	-4	4.81	9	91.80	7
异国印象	27	70	4.76	-43	4.85	7	96.89	-3
开元名都	832	71	4.76	-13	4.85	20	92.64	-5
雷迪森广场	88	72	4.76	23	4.77	-1	91.31	0
温德姆至尊	121	73	4.76	0	4.79	18	91.57	-10
玄武	27	74	4.76	14	4.73	-19	86.25	-17
悦榕庄	153	75	4.76	-24	4.82	2	92.78	35
希尔顿格芮精选	47	76	4.76	-8	4.79	-1	91.17	-44
半岛	27	77	4.76	-17	4.67	-6	84.95	0
钓鱼台	27	78	4.76	-67	4.85	-1	92.19	-22
罗莱夏朵	36	79	4.76	-9	4.82	14	73.69	-1
辉盛坊	27	80	4.76	12	4.82	18	88.92	-20
格兰云天国际	59	81	4.76	-25	4.86	17	91.95	-23
世纪金源	193	82	4.76	9	4.83	15	93.19	22
璟阁	21	83	4.76	-60	4.75	-23	84.23	-32
施柏阁大观	51	84	4.75	0	4.73	1	87.56	-13
华邑酒店及度假村	210	85	4.75	-30	4.80	-3	91.58	-22
Delta	36	86	4.75	12	4.75	4	86.91	-6
开元度假村	63	87	4.75	-10	4.87	-5	92.14	-4
丽思卡尔顿	142	88	4.75	-24	4.76	4	90.29	13
诗铂	9	89	4.75	-6	4.81	15	86.14	-9
星河湾	81	90	4.75	-37	4.73	-17	91.20	-14
瑞吉	125	91	4.75	-19	4.74	-10	92.04	6
隆堡	9	92	4.75	-33	4.75	-7	94.73	-6
豪华精选	61	93	4.75	-12	4.73	-5	92.54	22
金陵	531	94	4.75	-9	4.83	20	89.72	-3
朗廷酒店和度假	81	95	4.75	-32	4.79	9	92.63	-3
裸心度假	42	96	4.74	-51	4.78	-57	84.53	1
洲至奢选	60	97	4.74	-17	4.76	19	91.76	-1
洲际酒店及度假	556	98	4.74	-19	4.77	-4	93.24	1
pagoda君亭	99	99	4.74	-12	4.83	1	93.51	7
万达颐华	71	100	4.74	-31	4.84	22	95.33	0

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 高端型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
温度源	84	1	4.91	0	4.95	-1	94.58	-10
品缦·芸	9	2	4.88	1	4.96	2	96.86	-2
岭居创享公寓	9	3	4.88	21	4.85	-49	89.24	6
港舍	18	4	4.87	30	4.96	0	97.97	3
丽橙	117	5	4.87	2	4.92	1	96.35	6
云和夜泊	99	6	4.87	-4	4.95	-3	94.86	-10
城际	472	7	4.87	-1	4.93	1	94.07	-13
岷山大酒店	9	8	4.86	1	4.87	-11	92.97	-15
悦致	170	9	4.86	-5	4.93	-5	92.68	-4
中青旅山水	18	10	4.86	9	4.92	29	93.96	3
泉城大酒店	9	11	4.86	1	4.93	5	97.28	0
优逸	54	12	4.86	20	4.93	30	95.15	60
廷泊	445	13	4.85	-5	4.92	1	93.34	-3
森林客栈	18	14	4.84	7	4.89	0	96.27	27
艺悦	18	15	4.84	80	4.84	-17	91.12	-17
扉缦	63	16	4.84	32	4.90	-5	94.40	10
花筑奢	845	17	4.84	-2	4.90	2	83.84	-2
大乐之野	123	18	4.84	19	4.86	-30	85.04	2
天艺	36	19	4.83	28	4.82	8	91.78	31
漫心	1586	20	4.83	10	4.87	-10	90.26	1
山水S	90	21	4.83	1	4.88	15	91.53	8
荟语	36	22	4.83	21	4.82	-13	94.12	-9
美居	1818	23	4.83	2	4.88	-12	91.16	-24
臻程	45	24	4.82	-8	4.91	-7	95.18	-4
桔子水晶	2526	25	4.82	4	4.87	-13	91.26	-1
豪澤	63	26	4.82	-9	4.92	-7	96.15	11
希岸Deluxe	390	27	4.82	15	4.87	-9	92.47	12
般蓝	62	28	4.82	-15	4.90	-13	94.25	-12
希尔顿欢朋	4273	29	4.82	7	4.88	2	94.61	-1
听花堂	35	30	4.82	-25	4.93	1	89.99	11

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 高端型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
亚朵	19945	31	4.82	8	4.88	20	91.66	13
山水富丽华	36	32	4.82	-22	4.92	-10	92.86	-22
明宇宇豪	9	33	4.82	64	4.86	36	72.63	-1
府上	29	34	4.82	7	4.89	37	96.01	12
永嘉	36	35	4.81	37	4.87	55	89.84	21
陌上轻奢	89	36	4.81	-16	4.92	17	94.32	8
璞伦	18	37	4.81	1	4.78	-7	93.05	33
莫兰迪	18	38	4.81	-20	4.88	-17	87.41	-9
诺岸	32	39	4.81	-25	4.87	-13	95.20	8
横店影视城	79	40	4.81	21	4.88	41	91.53	28
陕西南方	27	41	4.81	-13	4.87	-29	87.72	-13
乔治莫兰迪	489	42	4.81	-19	4.84	-13	92.07	-18
诺富特	194	43	4.80	7	4.85	-1	92.45	11
云颐自在	70	44	4.80	-33	4.83	-60	89.64	1
喆啡·锐品	91	45	4.80	13	4.83	5	91.32	2
丽亭	124	46	4.80	17	4.84	1	89.82	-23
艺悦酒店·精选	27	47	4.80	49	4.88	49	92.36	41
艺龙	353	48	4.80	11	4.87	0	91.21	-3
书香世家	209	49	4.80	6	4.87	7	88.36	-5
宜尚PLUS	243	50	4.80	27	4.87	23	92.47	23
格雷斯	174	51	4.80	1	4.85	-15	91.83	20
枫渡	201	52	4.80	-8	4.89	16	93.87	20
欢阁	189	53	4.80	-4	4.83	-20	92.67	12
雅斯菲尔	45	54	4.80	26	4.82	8	92.17	-29
希尔顿惠庭	815	55	4.80	14	4.87	14	93.33	26
璞隐	469	56	4.80	11	4.85	7	93.11	7
怡程	463	57	4.79	8	4.88	9	90.39	6
建国铂萃	102	58	4.79	6	4.85	20	86.26	-23
臻庭	68	59	4.79	25	4.94	11	92.50	36
曙光国际	45	60	4.79	32	4.74	-23	90.23	-29
书香心泊	31	61	4.79	22	4.79	-12	88.04	8
美豪	838	62	4.79	13	4.88	32	92.07	1
陌上轻雅	201	63	4.79	-32	4.87	-14	90.18	-10
木文缙	45	64	4.79	-37	4.90	4	90.31	-13
舒与	54	65	4.79	-8	4.86	-21	92.78	-12

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 高端型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
延年	72	66	4.79	-15	4.83	-27	88.57	-44
假日	27	67	4.79	27	4.77	2	83.93	3
壹棠服务公寓	45	68	4.78	5	4.80	-12	87.40	-29
逸衡	92	69	4.78	13	4.86	22	89.68	17
宝樾	18	70	4.78	-17	4.79	-51	91.55	-37
曙光薇酒店	124	71	4.78	-36	4.87	-26	91.36	-14
湘投阳光	49	72	4.78	2	4.81	-27	89.97	-38
瑰宝	45	73	4.78	5	4.86	15	95.09	7
美仑国际	238	74	4.78	-12	4.80	-20	85.49	-7
花间堂	426	75	4.78	-15	4.81	-23	84.19	-1
丽柏	292	76	4.78	9	4.84	11	90.70	-9
美豪丽致	1702	77	4.78	-6	4.87	5	93.00	2
广悦尊	27	78	4.78	-38	4.82	-61	86.25	-68
美玥	30	79	4.78	19	4.84	2	92.07	49
漫亭	59	80	4.78	-24	4.87	24	91.94	-8
兰欧国际	293	81	4.77	-36	4.88	-14	92.36	-2
嘉虹	36	82	4.77	4	4.89	32	94.95	27
锦江都城	1221	83	4.77	-4	4.85	8	90.80	4
西姆·善居	63	84	4.77	-38	4.82	-28	88.94	-25
馨乐庭	80	85	4.77	6	4.80	0	85.89	-7
亚泰	45	86	4.77	4	4.78	-2	80.29	-16
夜泊君亭	73	87	4.77	-33	4.86	4	83.06	-8
美仑	1325	88	4.77	0	4.82	6	88.01	3
悦雅	18	89	4.77	10	4.81	13	94.76	83
云居	230	90	4.77	-9	4.86	-4	88.48	-11
天港漫非	60	91	4.77	-65	4.81	-49	89.31	11
格兰云天·阅	113	92	4.77	-3	4.87	48	92.05	-1
丽致	27	93	4.77	0	4.90	18	89.57	-32
澳斯特	81	94	4.77	-7	4.87	4	89.17	-3
美豪	18	95	4.77	5	4.95	97	89.54	26
睿选	17	96	4.76	-26	4.77	-2	88.06	-54
丽芮	150	97	4.76	-29	4.86	3	93.05	48
城迹	18	98	4.76	-32	4.76	-11	91.43	-30
永乐半山	18	99	4.76	-23	4.69	-4	86.40	-25
缤跃	24	100	4.76	-67	4.81	-2	80.89	-2

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 中端型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
陌上艺宿	36	1	4.90	0	4.93	6	92.99	-3
R Hotel	9	2	4.89	19	4.85	44	91.63	-9
世纪星	108	3	4.88	7	4.90	1	90.74	-8
无眠	76	4	4.88	2	4.88	9	88.39	36
莫林	549	5	4.87	9	4.92	5	90.27	-9
米漾米居	277	6	4.87	9	4.95	0	91.43	-6
时光漫步S	68	7	4.87	1	4.85	-31	92.78	0
米阁	45	8	4.87	4	4.92	1	92.15	7
优范	63	9	4.87	8	4.90	3	93.05	6
云孚里	81	10	4.86	-1	4.78	-62	83.82	2
乐桔	100	11	4.86	-7	4.90	2	90.68	11
美宿	132	12	4.86	-5	4.90	7	90.86	-6
菲伦	86	13	4.85	6	4.90	10	92.09	-3
陌上轻居	396	14	4.85	-11	4.89	-6	90.30	-15
艺龙亦云	54	15	4.85	10	4.89	13	93.96	2
安逸	9	16	4.85	18	4.85	-27	92.03	-13
锦颐·优选	192	17	4.85	-15	4.88	-23	87.33	-38
陶瑞	18	18	4.85	42	4.87	42	90.99	2
乐苾	18	19	4.84	76	4.89	64	92.42	45
美漾	36	20	4.84	-15	4.91	-2	93.29	-3
欢致	151	21	4.84	-3	4.93	0	94.55	2
希岸·轻雅	747	22	4.84	2	4.83	-15	88.26	-23
欧斯卡	162	23	4.84	45	4.89	11	91.36	39
欢漫	503	24	4.84	-11	4.91	2	90.38	-19
朵兰达	287	25	4.83	-9	4.92	0	94.30	3
如家精选	4472	26	4.83	32	4.87	29	91.66	13
君屿	72	27	4.83	19	4.87	-6	89.25	7
如家商旅	7534	28	4.83	29	4.86	22	90.41	10
时光漫步	72	29	4.83	-18	4.78	-65	88.72	-19
漫曲	127	30	4.83	-8	4.89	-12	89.74	-23

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 中端型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
SFEEL设计师	398	31	4.83	16	4.90	17	92.50	23
云孚里隐宿	38	32	4.82	44	4.79	-9	86.12	-2
桔子	7794	33	4.81	-6	4.82	-30	86.37	-12
宜尚	3627	34	4.81	-1	4.87	4	89.11	-9
清沐铂金	371	35	4.81	52	4.81	5	86.41	15
你好	2432	36	4.81	-13	4.82	-33	82.25	-15
全季	27851	37	4.81	-9	4.80	-32	85.58	-13
清沐尚	41	38	4.81	36	4.83	33	89.61	-20
含舍美素	63	39	4.81	6	4.87	43	87.93	12
朗丽兹	337	40	4.81	30	4.89	14	91.25	25
菲林	27	41	4.81	10	4.77	-34	94.15	17
ZMAX	262	42	4.80	14	4.83	-12	88.07	-33
丽怡	988	43	4.80	-5	4.87	4	90.33	-4
希岸	4108	44	4.80	-2	4.83	1	88.01	-8
柏丽艾尚	144	45	4.80	27	4.86	39	89.29	22
维纳斯国际	135	46	4.80	4	4.86	20	88.54	8
城市精选	317	47	4.80	-16	4.83	7	86.97	-6
沐江南	89	48	4.80	15	4.81	-4	83.54	-6
铂顿	418	49	4.80	-12	4.86	5	89.63	16
维也纳	15523	50	4.80	11	4.82	4	87.63	-14
金石商务	36	51	4.80	-31	4.84	-12	89.74	47
兰欧尚品	587	52	4.80	19	4.84	-2	85.16	-5
艺龙安悦	341	53	4.80	25	4.88	4	90.33	17
康铂	835	54	4.80	19	4.83	4	89.90	-9
品睿	240	55	4.79	10	4.89	5	88.65	5
中安之家	9	56	4.79	44	4.78	14	90.67	8
艾扉	1172	57	4.79	33	4.84	35	87.57	22
伯爵世家	90	58	4.79	1	4.89	3	86.61	-4
潮漫	1317	59	4.79	-11	4.84	-8	87.21	-4
维也纳国际	7618	60	4.79	4	4.81	-1	88.51	-10
欧暇·地中海	268	61	4.79	-22	4.84	-9	86.89	7
银座和美	115	62	4.79	23	4.80	5	85.91	26
维也纳3好	2883	63	4.79	-20	4.81	-13	84.73	-9
麗枫	11578	64	4.79	-11	4.83	-9	89.26	-7
北方朗悦	36	65	4.79	-30	4.75	-58	81.11	-1

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 中端型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
凯里亚德	1874	66	4.79	-12	4.83	-6	89.19	-5
仟那	404	67	4.79	-27	4.85	4	83.24	-10
舒悦	90	68	4.79	-19	4.78	2	84.34	13
美锦全套间	81	69	4.79	-25	4.84	10	87.71	-17
柏曼	3545	70	4.79	-3	4.84	-9	87.33	-13
宜必思尚品	844	71	4.78	-35	4.80	-27	82.54	-18
银座精宿	113	72	4.78	10	4.77	3	82.42	-6
怡致	27	73	4.78	-7	4.85	-26	92.30	50
秋果	763	74	4.78	5	4.86	-1	90.16	-3
漳禾	63	75	4.78	9	4.85	49	82.51	-17
雅斯特国际	450	76	4.78	10	4.84	27	90.58	14
喆啡	4655	77	4.78	-15	4.81	-7	88.10	-2
非繁城品	615	78	4.78	-9	4.83	-21	85.64	0
假日美地	29	79	4.78	15	4.67	-4	85.22	19
仟那美宿	268	80	4.78	-39	4.84	-27	85.86	-8
和颐	888	81	4.78	10	4.84	25	89.17	-13
汉庭优佳	1515	82	4.78	-52	4.74	-23	81.32	-7
智尚臻选	27	83	4.78	13	4.75	-11	90.70	-6
银座文度 HOTEL	27	84	4.77	-9	4.78	8	83.78	-17
星程	6706	85	4.77	-33	4.79	-20	81.61	-5
西姆·逸居	21	86	4.77	-9	4.74	-10	83.72	-43
凤悦轻尚	27	87	4.77	2	4.86	58	88.32	14
宜必思	1970	88	4.76	-33	4.77	-29	83.10	-21
白玉兰	3421	89	4.76	-9	4.79	9	85.67	-3
悦盟	3693	90	4.76	7	4.85	4	83.38	8
兰欧	886	91	4.76	1	4.83	10	84.14	8
格雅	420	92	4.76	-11	4.78	-1	80.95	-7
仟那千寻	89	93	4.75	-67	4.87	3	83.20	-35
天龙湾融悦	42	94	4.75	5	4.77	2	89.44	61
山水时尚	152	95	4.75	-7	4.81	1	86.48	-25
格菲	660	96	4.75	-13	4.83	-1	83.14	-3
途客	24	97	4.75	1	4.77	7	86.01	7
欧兰亚	34	98	4.75	-66	4.87	-10	87.61	36
怡致	403	99	4.75	-6	4.86	11	87.72	31
亦岚	63	100	4.75	-71	4.74	-22	82.67	-44

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 经济型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
昆仑雅居	18	1	4.90	2	4.97	3	95.08	1
赫柏	104	2	4.89	2	4.91	1	88.26	3
莫林风尚	243	3	4.86	5	4.84	1	89.79	5
艾特摩高电竞	105	4	4.85	2	4.94	0	86.26	-11
格莱登	234	5	4.85	0	4.94	0	92.69	1
艾居	27	6	4.85	-5	4.88	-7	85.85	-16
锦颐	45	7	4.85	-5	4.73	-51	82.90	-25
天地仁和	135	8	4.84	11	4.84	3	87.48	-8
维凡	41	9	4.84	13	4.92	7	89.59	9
怡心城居	110	10	4.82	-1	4.86	1	77.14	-6
锐思特逸致	21	11	4.81	-1	4.79	-3	86.11	0
爱电竞	1820	12	4.80	-1	4.87	4	83.03	0
城家公寓	39	13	4.80	10	4.77	23	84.85	-6
雅美途	318	14	4.79	17	4.81	20	87.43	6
VS电竞	80	15	4.78	9	4.80	1	75.16	-29
汉庭	29177	16	4.77	-2	4.77	-23	81.00	-18
南苑e家	79	17	4.77	15	4.91	17	82.95	29
YUNIK	208	18	4.77	3	4.86	6	86.55	-3
尚客优悦	982	19	4.77	9	4.81	4	83.59	6
尚客优漾	18	20	4.77	7	4.76	-26	75.47	-48
美宿	227	21	4.76	13	4.80	13	79.16	-6
优程	654	22	4.76	-2	4.80	3	83.76	2
易佰良品	35	23	4.75	-7	4.80	-23	75.10	-64
城市便捷	10330	24	4.75	5	4.80	5	84.97	2
柏丽	113	25	4.75	1	4.92	0	85.06	16
如家	14441	26	4.74	19	4.81	27	87.51	9
文星	116	27	4.73	55	4.83	24	91.93	44
清沐精选	605	28	4.73	11	4.81	15	81.44	1
唯客	9	29	4.73	-22	4.49	-84	71.17	-97
非繁轻简	126	30	4.73	0	4.81	-3	83.25	-5

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 经济型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
云联盟	19	31	4.72	39	4.87	44	83.11	71
柏槿	153	32	4.72	-15	4.76	-33	89.94	2
单色	19	33	4.72	-8	4.64	-34	70.48	-18
格林公寓	45	34	4.71	45	4.79	46	74.21	-79
IU	3959	35	4.71	0	4.75	-12	82.78	-9
格林缦旅	36	36	4.71	-3	4.83	34	86.81	26
咖居	208	37	4.70	10	4.78	15	79.70	3
驿居	2089	38	4.70	22	4.79	38	83.82	29
清沐·礼	63	39	4.70	48	4.81	72	87.57	18
尚客优品	1399	40	4.69	-2	4.73	-20	79.30	-12
莫泰	604	41	4.69	10	4.78	20	86.40	8
彦霖	188	42	4.69	-30	4.84	-7	81.14	-24
亚悦	463	43	4.69	3	4.73	-22	79.35	1
UP华驿精选	858	44	4.68	-2	4.77	-14	81.53	10
海友	6055	45	4.68	-4	4.74	-19	78.63	-6
途客中国	1007	46	4.68	-3	4.74	-5	78.93	-12
千里行	26	47	4.68	-32	4.70	-56	82.87	-17
等逅	17	48	4.67	-11	4.79	43	76.94	-62
佳泰连锁	72	49	4.67	25	4.70	14	79.64	-2
都市花园	1052	50	4.67	12	4.79	24	79.41	6
途客轻居	125	51	4.67	4	4.76	-3	83.06	4
法菲亚	36	52	4.67	-16	4.79	1	80.45	47
花美时	235	53	4.66	-13	4.77	-13	76.26	-7
都市118·精选	791	54	4.66	4	4.77	-7	76.07	3
云上四季	809	55	4.66	29	4.77	44	82.89	22
7天优品	25	56	4.66	-43	4.40	-76	81.64	-30
格林电竞	166	57	4.66	-13	4.77	43	77.23	26
青皮树	723	58	4.66	-9	4.75	10	78.09	8
7天优品	4986	59	4.65	-11	4.71	-7	80.90	-13
香蕉宿	63	60	4.65	16	4.72	9	84.29	16
锦江之星	5800	61	4.64	-9	4.68	0	81.32	-5
逸柏联盟	12	62	4.64	3	4.18	0	0.00	-6
艺选安來	924	63	4.64	-10	4.80	-7	82.07	-6
银座佳驿	1022	64	4.64	9	4.69	2	76.45	14
佳捷	70	65	4.63	-6	4.71	-19	77.27	6

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。

2025酒店品牌口碑榜S100 x 经济型

品牌	酒店量	OTA点评分			新增点评分		点评内容分(华客分CSI)	
		排名	分数↓	排名变化	分数	排名变化	分数	排名变化
骏怡精选	989	66	4.63	-12	4.69	5	76.01	-8
精途	647	67	4.63	-10	4.73	-16	81.13	-4
飘HOME	54	68	4.63	-18	4.70	-44	81.41	-7
精通	146	69	4.62	-8	4.79	17	89.40	45
清沐	1287	70	4.62	8	4.78	18	79.50	9
艺龙瑞阁	39	71	4.62	-53	4.77	-37	87.62	79
尚客优精选	2317	72	4.62	-5	4.69	-6	75.96	2
素柏	524	73	4.61	2	4.69	3	77.30	2
格丽	462	74	4.61	-10	4.68	-21	77.08	-2
京华连锁	49	75	4.60	22	4.71	-2	87.85	3
7天	9187	76	4.60	1	4.69	-1	79.54	-9
尚一特	388	77	4.59	-5	4.61	4	74.79	7
TOWO上品	401	78	4.59	-15	4.84	11	78.87	2
橙客	358	79	4.59	6	4.72	12	72.56	-6
格林豪泰	16625	80	4.59	-9	4.67	2	77.47	11
佳泰·优选	62	81	4.59	8	4.63	2	76.34	4
金广快捷	18	82	4.59	-2	4.59	-3	78.10	15
青藤艺宿	166	83	4.59	-14	4.70	5	71.80	-32
怡莱精品	460	84	4.59	-18	4.69	1	77.41	0
美程	156	85	4.58	-29	4.63	-37	76.76	-18
随易住	109	86	4.58	0	4.52	-2	76.97	23
和家	72	87	4.58	12	4.63	5	81.19	0
派	2802	88	4.58	-7	4.71	-2	77.10	-4
怡莱	2730	89	4.58	-21	4.64	-22	76.05	-3
速8精选	962	90	4.57	5	4.73	1	82.09	12
布丁精选	177	91	4.57	1	4.67	3	81.17	23
驿家365	1471	92	4.57	-9	4.72	5	74.78	-11
睿柏	4985	93	4.57	-5	4.67	4	76.28	6
艺选	1535	94	4.57	-1	4.77	-2	78.78	9
尚客优	16970	95	4.56	-5	4.68	6	75.06	2
云上四季民宿	252	96	4.56	-2	4.69	18	74.75	1
城市之家	954	97	4.56	-1	4.76	10	77.21	13
速8优选	465	98	4.56	2	4.75	4	80.12	40
唐年商旅	56	99	4.56	-1	4.65	8	75.32	-10
华驿精选	5245	100	4.55	-9	4.68	-12	75.84	2

*排名按2025年1-9月OTA点评分精确到小数点后六位降序，篇幅有限仅展示两位小数点。



4.4

出品方介绍和指标说明

4.1 出品方介绍

4.2 指标说明



中国饭店协会

中国饭店协会 (China Hospitality Association, 缩写 CHA) 简称“中国饭协”。成立于1994年1月, 是由从事住宿业和餐饮业经营的企业事业单位、社会组织、院校、有关产业链供应链机构和经营管理人员自愿结成的全国性、行业性社会团体。作为非营利性社会组织, 本会的登记管理机关是民政部, 党建领导机关是中央社会工作部, 主要行业管理部门是商务部。协会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 以“使我们的会员企业成为最好的企业”为使命, 贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念, 助力新发展格局, 服务乡村振兴, 全面促进消费, 推进行业绿色化、标准化、品牌化、数字化、产业化高质量发展。

China Hospitality Association or CHA is a nationwide non-profit social organization comprised of enterprises and institutions, social organizations, colleges and universities, industrial chain and supply chain organs and management personnel from the accommodation and catering industry on a voluntary basis. CHA was established in January 1994 and is registered with the Ministry of Civil Affairs of China. Its Party Building work is led by Society Work Department of the CPC Central Committee and its industry related work is managed by Ministry of Commerce. Guided by Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era and taken making our member enterprises the best ones as its mission, CHA has remained committed to the new development philosophy of innovative, coordinated, green, open and shared development, to making contributions to the new development paradigm, rural revitalization and consumption promotion, and to improving the high-quality development of the industry in green transformation, standardization, brand building, digitization, and industrialization.

4.2 指标说明

一、【点评分】指标

- 新增点评分：携程、艺龙、去哪儿、美团、飞猪、大众点评六个渠道，周期内新增点评的平均分，不计入平台加权规则。
- 携程点评分：周期内加权了携程平台积分规则的点评的平均分。
- 好评率=好评量/总点评量，其中分数 ≥ 4.5 分为好评， < 3.5 分为差评，3.5-4.5分之间为中评。
- 点评回复率=已回复且审核通过的点评量/点评总量*100%。当前时间范围内，已回复的点评在全部点评中的占比；回复审核通过后才会计入“已回复”状态。
- 差评回复率=已回复且审核通过的差评量/点评总量*100%。

二、【点评内容】指标

- 华客分CSI=NPS Pro得分+观点数量得分，满分100分，二者分别占比70%、30%，是以点评的相关指标为基础，经科学的逻辑加权计算出来的点评衡量标准。CSI=Customer Satisfaction index客人满意度指数，是指30天内的点评观点综合得分。
- NPS Pro情感分析，是NPS在社交媒体时代下的进阶版，是“NPS+文本语片的深度挖掘”，利用文本挖掘技术，将文本截取成若干个主题，每个主题用情绪算法得出的正面情绪分和负面情绪分，正面情绪百分比减去负面情绪百分比，得出NPS Pro得分。
- 提及率=某维度的观点数/总观点数*100%。
- 表扬率=表扬观点数/总观点数*100%。

三、【住中客户之声】指标

- 百房语音量=周期内语音总量/房间数量*100。
- 客诉率=住中客诉量/住中语音量*100%，反映每间房的客人对饭店实际感受的投诉率，假设出租率相同，该指标越低，则客人的实际感受质量越高，客诉越高，客诉按其严重性，分为四类：S类客诉（高危、严重事件，比如人身财产安全性事件）、A类客诉（高差评风险事件）、B类客诉（差评风险事件）、C类客诉（用户吐槽事件）。
- 客需率：住中客需量/住中语音量*100%。
- 预警量：周期内住中语音预警总量。
- 预警查看量：已被酒店知晓/已阅读状态的预警数量。

四、【住中住后一体化】指标

- 客诉修补成功率=1-住后差评量/住中客诉量*100%，即酒店对客人投诉的服务修补质量。
- 差评转化率 = 住后差评观点量 / 住中客诉观点量。

中国饭店协会 X 华客科技
联合出品