

2022

# 中国住宿业市场网络口碑报告



 众荟  
JOINT WISDOM



**主编：**陈新华、殷颖

**副主编：**丁志刚、宋小溪

**编辑：**张翔、杨晓丹、李钊、刘丹、陈丹雯

**要获取更多信息，请联系：**

**中国饭店协会**

地址：北京市西城区车公庄大街 9 号五栋大楼 A2 座 601

电话：010-88365873

网址：[www.chinahotel.org.cn](http://www.chinahotel.org.cn)

邮箱：[zgfdxh@126.com](mailto:zgfdxh@126.com)

**北京众荟信息技术股份有限公司**

地址：北京市海淀区中关村南大街 36 号湖北大厦 18 层

邮编：100081

电话：010-62199367

网址：<https://www.jointwisdom.cn>

邮箱：[service@jointwisdom.cn](mailto:service@jointwisdom.cn)

一、研究背景及目的 .....	01
二、研究对象 .....	01
三、2021 年中国住宿业市场网络口碑概述 .....	03
3.1 2021 年全国住宿业慧评分持续稳定增长 .....	03
3.2 点评波峰多出现在周末和小长假 .....	04
3.3 消费者离店当天点评比例 33.11%，较去年上涨 4.54 个百分点 .....	04
3.4 消费者表扬率与市场需求负相关，旅游黄金周期间表扬率断崖式下降 .....	05
3.5 六大维度表扬率均有所上涨，酒店需回归服务本质 .....	06
3.6 酒店线上口碑投入增强，点评回复率明显上升 .....	06
四、2021 年豪华型酒店口碑分析 .....	07
4.1 豪华型酒店整体口碑表现稳中有升 .....	07
4.2 豪华型酒店服务备受消费者关注，卫生表扬率提升明显 .....	07
4.3 豪华型酒店消费者普遍关注和认可酒店服务和位置 .....	08
4.4 服务态度、专业性备受关注 .....	09
4.5 客用品卫生、早餐卫生细节不容忽视 .....	09
五、2021 年高端型酒店口碑分析 .....	10
5.1 高端型酒店整体口碑表现优于上年 .....	10
5.2 服务关注度上升明显 .....	10
5.3 优越的地理位置依然为高端型酒店消费者关注内容 .....	11
5.4 消费者关注点从位置转向服务 .....	12
5.5 卫生相关维度表扬率有所下降 .....	12
六、2021 年中端型酒店口碑分析 .....	13
6.1 中端型酒店慧评分及涨幅超过全国水平 .....	13
6.2 服务备受关注和认可，设施或为酒店“短板” .....	13
6.3 便捷的位置是中端型酒店消费者的基本需求，客房噪音问题亟需解决 .....	14
6.4 中端型酒店消费者关注点从周边环境转向客房家具 .....	14
6.5 卫生维度改善效果得到消费者认可 .....	15
七、2021 年经济型酒店口碑分析 .....	16

7.1 经济型酒店月店均点评数大幅提升.....	16
7.2 餐饮为经济型酒店的魅力属性.....	16
7.3 优越的地理位置是经济型酒店获客的重要因素.....	17
7.4 消费者关注点向“家具”转移.....	17
7.5 卫生相关维度表扬率上升明显.....	18
<b>八、2021 年不同出行目的的消费者口碑差异.....</b>	<b>19</b>
8.1 以商务出差为目的的消费者点评数占比提升明显.....	19
8.2 不同出行目的的消费者集中出行时间不同.....	19
<b>九、2021 年商旅客户消费口碑分析.....</b>	<b>20</b>
9.1 服务维度稳居第一，设施、餐饮维度表扬率上升明显.....	20
9.2 周到的服务、便利的出行条件是商旅客户的关注重点.....	21
9.3 商旅客户的关注点从交通便利向品质服务转移.....	21
9.4 防疫卫生举措得到消费者认可.....	22
<b>十、2021 年亲子客户消费口碑分析.....</b>	<b>23</b>
10.1 服务备受关注，卫生表扬率上升明显.....	23
10.2 位置依然为刚需但关注度减弱，服务提及率增加.....	23
10.3 亲子客户关注点向品质服务转移.....	24
10.4 防疫卫生措施、服务效率提升获得了消费者的认可.....	24
<b>十一、绿色饭店发展情况.....</b>	<b>25</b>
11.1 坚守初心，打造“放心”酒店.....	25
11.2 紧抓市场，迎合“亲子”需求.....	26
<b>十二、住宿业高质量发展建议.....</b>	<b>27</b>
12.1 总结.....	27
12.2 建议.....	27
<b>附表.....</b>	<b>29</b>

## 一、研究背景及目的

新冠疫情已经持续将近 3 年，在疫情的冲击下，酒旅行业不得不在防疫与开放之间不断选择与权衡。疫情倒逼行业洗牌升级，存活下来的酒店呈现出更大的适应力与韧性。同时，催化了消费者出行方式、消费习惯的转变：本地游、周边游、自驾游等旅游方式深入发展；短视频、直播受众及在线时长创造新突破；电竞、剧本杀、新国风再现潮流；Z 世代、小镇青年展现新消费力。为迎接新消费趋势，一些酒店积极扩张下沉市场、开展酒店 +X 的跨界业态合作、转战短视频。各种营销方式如雨后春笋般的出现，爆炸式的营销信息，不断给消费者“种草”，但实际体验反馈如何呢？小红书上不断涌现对滤镜背后“美景”的诟病。新潮的东西要追随，但服务行业还是要回归本质，从用户需求出发把产品服务做好才是王道。

互联网催生下的 OTA 平台不仅为消费者提供了酒店预订入口，还为消费者提供“吐槽”渠道。在线点评是酒店宣传展示内容的延伸和补充，可以帮助运营者更好地研究疫后消费者的心理诉求，进而优化酒店的产品服务。

2022 年中国饭店协会联合北京众荟信息技术股份有限公司第 9 次发布《中国住宿业市场网络口碑报告》，报告从点评内容出发，剖析消费者近几年对酒店综合表扬率的变化，对酒店硬软件服务的关注点变化等，从而帮助酒店从业者、管理者以及消费者客观地了解酒店的现状及发展，深刻洞悉消费需求的变化。

## 二、研究对象

本报告通过系统梳理及分析国内酒店的全网点评，宏观分析酒店市场的网络口碑发展、管理成效及变化。

本报告对来自国内外 15 个主流点评网站（网站主要包括携程等 OTA、去哪儿等元搜索网站以及大众点评等点评网站）的酒店点评进行语义分析和综合评测；共采集线上超过 60 万家酒店，点评条数超过 1.54 亿条，其中 2021 年共产生点评 5,319 多万条，分析观点 2.13 亿多个；本报告酒店等级划分采用符合 OTA 常用的划分酒店的方法，即豪华型酒店（国家挂牌五星级酒店及未挂牌但具有五星级同等水准的酒店）、高端型酒店（国家挂牌四星级酒店及未挂牌但具有四星级同等水准的酒店）、中端型酒店（国家挂牌三星级酒店及未挂牌但具有三星级同等水准的酒店）、经济型酒店（国家挂牌二星级酒店及未挂牌但具有经济型特征的酒店）。

本报告主要由三部分构成：第一部分（第三章）主要分析全国酒店网络口碑发展趋势；第二部分（第四章 - 第七章）分别分析了豪华型、高端型、中端型、经济型酒店的网络口碑表现，通过顾客的网络点评进行语义解析探索了不同类型酒店目标消费群体的关注点的变化，分析了不同消费水平的消费者对酒店的软硬件需求；第三部分（第八章 - 第十章）主要分析不同出行目的消费者的口碑表现差异，进一步探索不同出行目的的消费者的住宿需求。第四部分（第十一章）绿色饭店发展情况专题分析，深入探讨酒店绿色发展举措、消费者关注倾向的变化。

### 报告中相关名词说明：

**慧评分：**是众荟根据自有语义分析技术，深度挖掘点评中的客户观点，研发的衡量酒店口碑表现的综合指标。酒店知名度和客户满意度共同构建了该酒店的口碑，两者缺一不可。慧评得分综合了这两种口碑关键因素，并通过大数据分析，参考两者的权重，点评曝光的影响，构建综合考评模型，生成公平科学的考评指标。

**顾客观点数：**根据语义分析系统对顾客每条点评中提到的内容进行分析及归类，如：“交通方便”、“房间很好”、“没有吹风机”等等点评中所表现出的顾客对酒店或酒店某个具体方面的观点。

**表扬率：**顾客观点中，表达满意或者赞扬的情感，记为表扬（正面）观点；表达不满或者批评的情感记为批评（负面）观点；如：“房间很好”为正面观点；“客房卫生不干净”为批评观点。 $\text{表扬率} = \text{表扬观点数} \div (\text{表扬观点数} + \text{批评观点数})$ 。

**好评率：**通过语义分析，一条点评中表扬观点大于批评观点，定义为好评。 $\text{好评率} = \text{好评数} \div \text{总点评数}$ 。



## 三、2021 年中国住宿业市场网络口碑概述

### 3.1 2021 年全国住宿业慧评分持续稳定增长

慧评分是通过综合网络点评中顾客观点数和表扬率两方面因素客观地反映酒店口碑的综合表现。2021 年全国酒店住宿业慧评得分为 88.84，较 2020 年上升了 1.63 分。

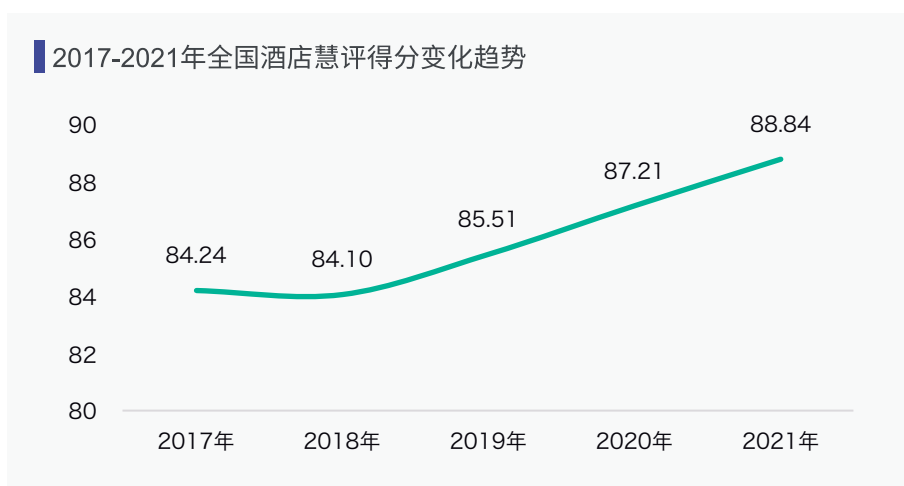


图 1 2017-2021 年全国酒店慧评得分变化趋势

住宿业观点数较去年同期上升 136.67%，表扬率增加 1.58 个百分点。疫情推动行业洗牌，倒逼行业高质量转型，消费者对酒店服务给予了更高的认可。

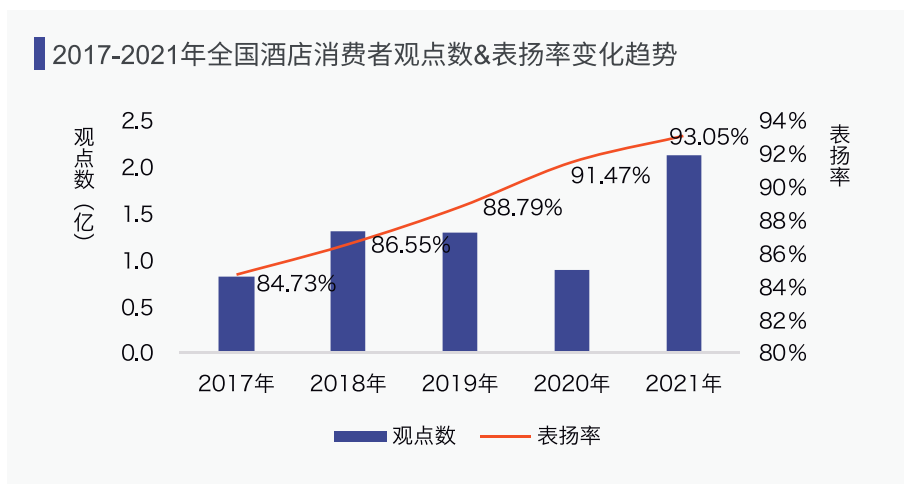


图 2 2017-2021 年全国酒店消费者观点数 & 表扬率变化趋势

### 3.2 点评波峰多出现在周末和小长假

2021 年旅游市场热度与往年略有不同：本地过年的倡导导致春节出行异常冷淡；出游出行初步释放，春游、五一出游火爆；区域疫情反复，暑假出游被迫中止。2021 年平均每家酒店日均获得 2.99 条点评，较去年上涨 13.54%。店均点评数峰值多出现在法定节假日或周末。

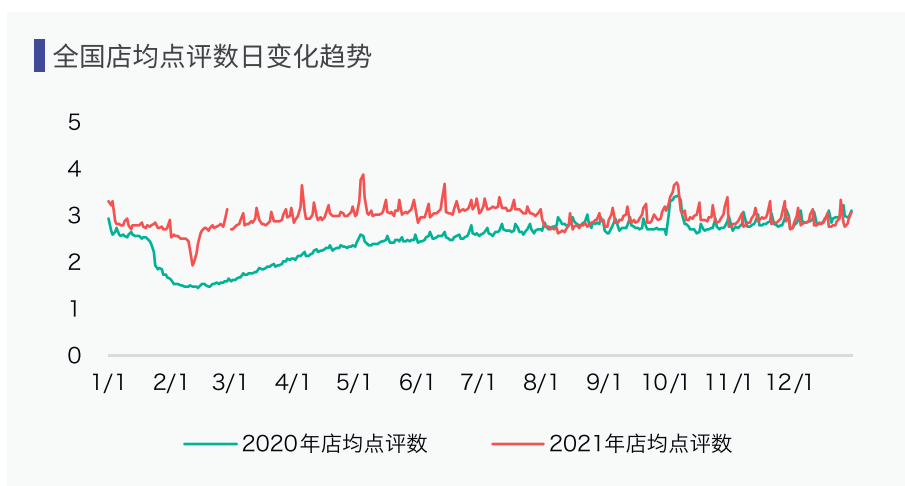


图 3 全国店均点评数日变化趋势

### 3.3 消费者离店当天点评比例 33.11%，较去年上涨 4.54 个百分点

2021 年，离店当天点评比例为 33.11%，较去年同期上涨 4.54 个百分点。离店 3 天内（不包括 3 天）的点评比例超过 50%，离店 3 天以后的点评大幅下降。通常而言，随着离店时间越长，消费者对住宿经历的记忆减弱，点评意愿降低。部分 OTA 缩短点评周期，一定程度有助于客人做出更加客观真实的点评。



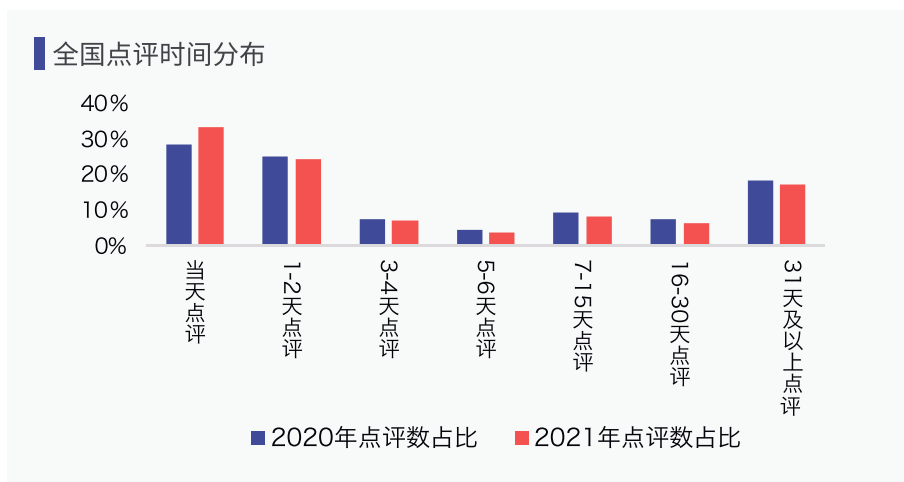


图4 全国点评时间分布

### 3.4 消费者表扬率与市场需求负相关，旅游黄金周期间表扬率断崖式下降

消费者体验满意度与市场热度截然不同：4、5月表扬率低于去年同期；1月、2月、8月-12月的表扬率明显高于去年同期；春节、“五一”和“十一国庆”三个旅游黄金周期间，全国住宿业表扬率出现断崖式下降，节假日期间的服务质量保障仍是酒店不可忽略的课题。

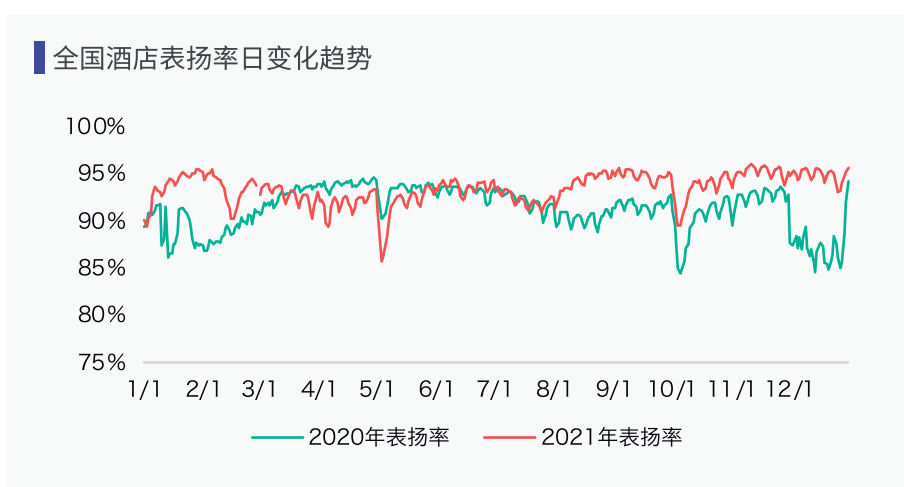


图5 全国酒店表扬率日变化趋势

### 3.5 六大维度表扬率均有所上涨，酒店需回归服务本质

通过语义分析进一步了解全国住宿业在不同服务维度的表现与变化趋势。点评是消费者对酒店服务最真实的反馈。不同服务的观点数，一方面反映消费者对该项服务的关注度，另一方面反映酒店在营销中的“有形展示”是否做得到位，酒店是否做好了客人住店的每一个流程的服务设计，为客人留下记忆点。

从关注度来看，2021年消费者对设施、位置、价格的关注度有所下降，转而更加关注服务，酒店运营管理还需回归服务本质；从表扬率来看，六大维度的表扬率都有所提升，其中设施、餐饮维度的表扬率上升幅度较高，分别为 3.52、3.08 个百分点；服务维度的表扬率上升 1.12 百分点。

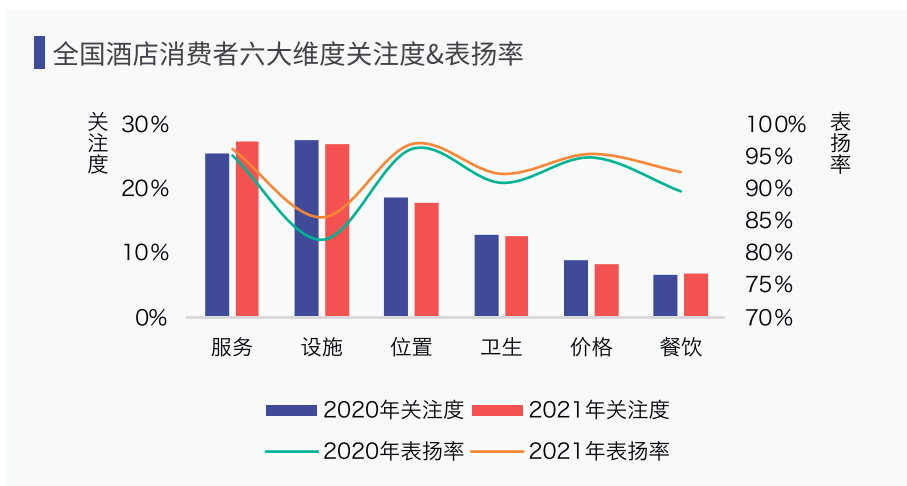


图6 全国酒店消费者六大维度关注度 & 表扬率

### 3.6 酒店线上口碑投入增强，点评回复率明显上升

2021年，酒店点评回复率约为40.25%，同比上升3.97个百分点，酒店在线上口碑管理上投入了更多的时间和人力。各等级酒店点评回复率均有不同程度提升，中端型酒店口碑回复率提升5.34个百分点，提升幅度最高。

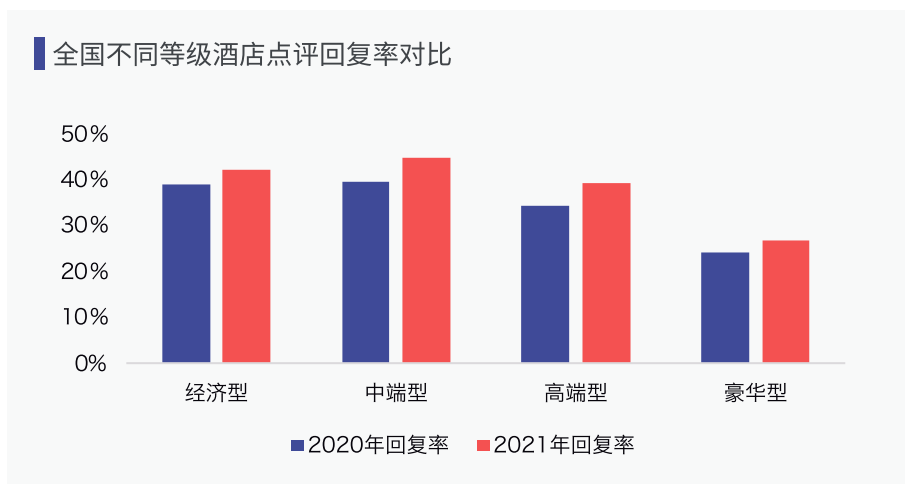


图 7 全国不同等级酒店点评回复率对比

## 四、2021 年豪华型酒店口碑分析

### 4.1 豪华型酒店整体口碑表现稳中有升

表 1 豪华型酒店数据概览

数据指标	2020 年	2021 年	变化
慧评分	89.15	89.91	0.76
月店均点评数	65.74	77.16	17.36%
单条点评包含的观点数	4.16	4.43	6.59%
好评率	87.59%	89.33%	1.74PCT.
表扬率	89.68%	91.17%	1.49PCT.

2021 年，豪华型酒店慧评分为 89.91，酒店整体口碑表现稳中有升。

从点评数来看，2021 年豪华型酒店月店均点评数为 77.16，同比上升 17.36%。同时，单条点评包含观点数为 4.43，同比上升 6.59%。

从点评情感来看，2021 年豪华型酒店好评率为 89.33%，表扬率为 91.17%，均较去年小幅上升，消费者对酒店服务整体的满意度稳中有升。

### 4.2 豪华型酒店服务备受消费者关注，卫生表扬率提升明显

从六大维度关注度来看，服务维度的关注度为 36.02%，位居第一；价格维度的关注度

仅为 4.28%，消费者关注度最弱；从涨幅来看，服务维度的关注度涨幅为 3.58 个百分点，其他维度的关注度均有不同程度下降。豪华型酒店服务备受关注，是酒店竞争魅力所在。

从六大维度表扬率来看，服务和位置维度的表扬率分别为 95.23%、95.25%，消费者给予了普遍认可；同时，六大维度的表扬率均上涨超过 1 个百分点，其中，卫生维度上涨 2.53 个百分点，提升最为明显。

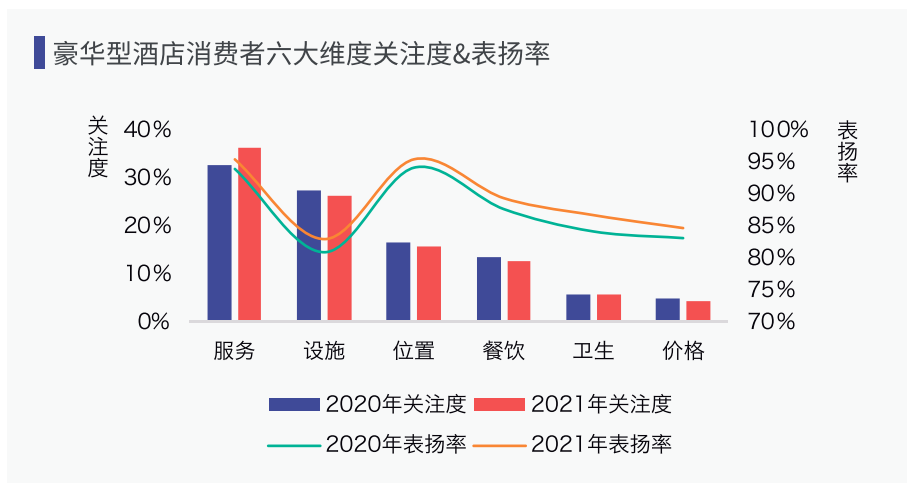


图 8 豪华型酒店消费者六大维度关注度 & 表扬率

接下来，将六大维度细分至 285 个细分维度，进一步探究豪华型酒店消费者服务诉求。

#### 4.3 豪华型酒店消费者普遍关注和认可酒店服务和位置

从豪华型酒店消费者最关注的细分维度来看，2021 年消费者关注点集中在服务态度、位置宏观、周边环境等。从表扬率来看，房间卫生、停车场相关服务仍有待提升。

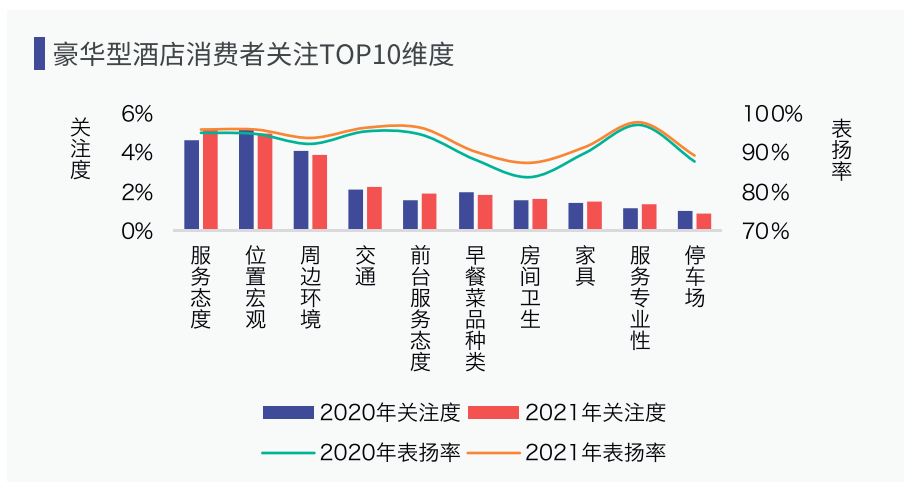


图9 豪华型酒店消费者关注 TOP10 维度

#### 4.4 服务态度、专业性备受关注

从豪华型酒店消费者关注度变化最大的维度来看，服务态度、前台服务态度、服务专业性等服务相关维度保持较高的关注度且关注度大幅上升；位置，周边环境、早餐菜品种类等维度关注度下降明显。市场不断变化，消费者需求也随之变迁。

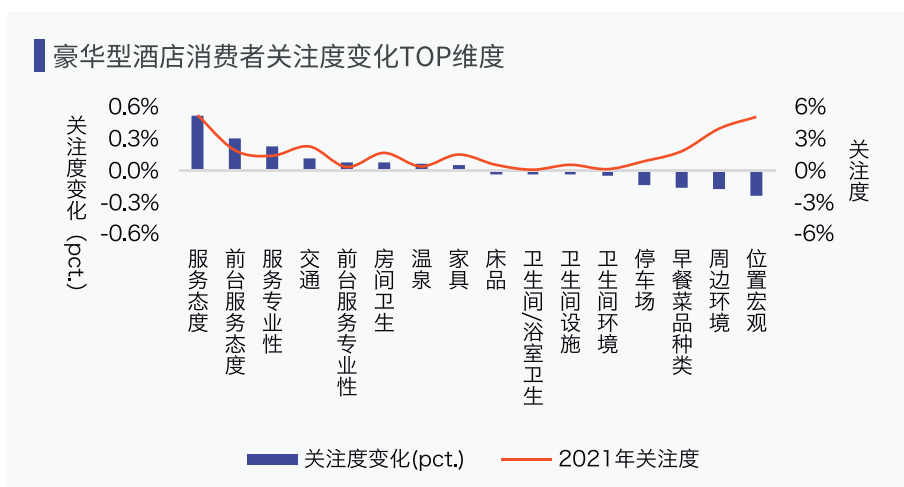


图10 豪华型酒店消费者关注度变化 TOP 维度

#### 4.5 客用品卫生、早餐卫生细节不容忽视

从豪华型酒店表扬率变化最大的服务维度来看，卫生间/浴室卫生、地面卫生、大堂设施等维度的表扬率上升明显，客用品卫生、早餐卫生等维度表扬率下降明显。消费者对卫生的敏感度是全触点性的，一些细节不容忽视。

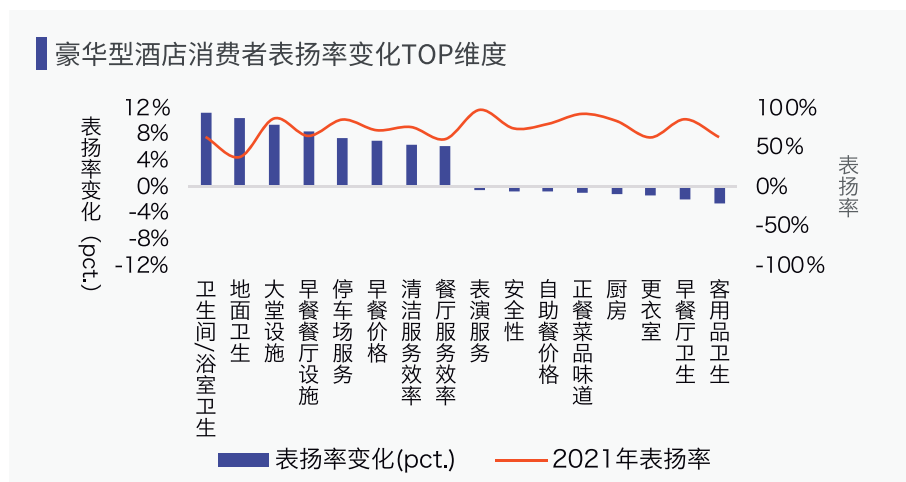


图 11 豪华型酒店消费者表扬率变化 TOP 维度

## 五、2021 年高端型酒店口碑分析

### 5.1 高端型酒店整体口碑表现优于上年

表 2 高端型酒店数据概览

数据指标	2020 年	2021 年	变化
慧评分	88.25	89.41	1.16
月店均点评数	39.17	43.65	11.45%
单条点评包含的观点数	3.77	3.82	1.29%
好评率	88.64%	89.90%	1.26pct.
表扬率	91.94%	92.90%	0.96pct.

2021 年，高端型酒店慧评分为 89.41，酒店口碑表现较去年小幅上升。

从点评数来看，2021 年高端型酒店月店均点评数为 43.65，同比上升 11.45%。单条点评包含观点数为 3.82，同比上升 1.29%。

从点评情感来看，2021 年高端型酒店好评率为 89.90%，表扬率为 92.90%，均较去年小幅上升。高端型酒店整体满意度略高于豪华型酒店，口碑竞争力更强。

### 5.2 服务关注度上升明显

从六大维度关注度来看，服务维度的关注度为 30.89%，关注度最高。从涨幅来看，服

务维度的关注度上涨 2.76 个百分点，超过了设施维度的关注度，跃居第一。

从六大维度表扬率来看，服务和位置维度的表扬率分别为 96.37%、96.67%，涨幅分别为 0.75、0.81 个百分点。高端型酒店服务水平日益提升，更加吸引消费者关注。

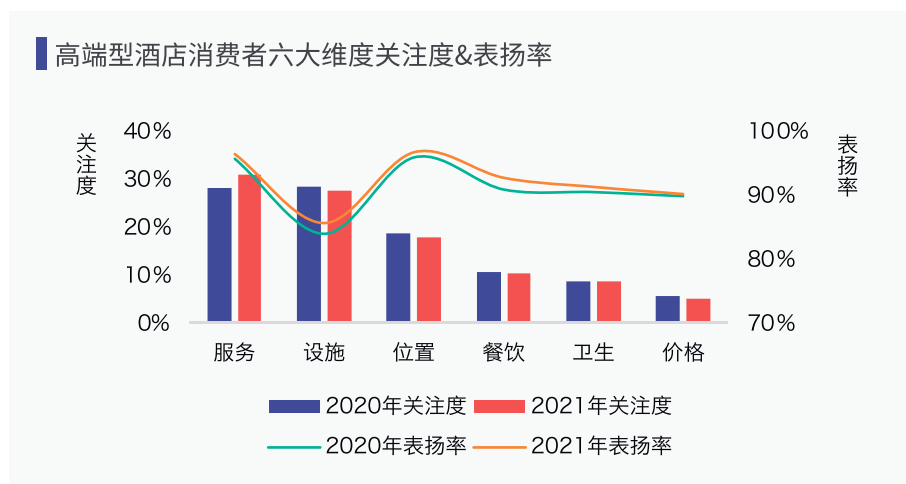


图 12 高端型酒店消费者六大维度关注度 & 表扬率

### 5.3 优越的地理位置依然为高端型酒店消费者关注内容

从高端型酒店消费者最关注的细分维度来看，消费者注意力集中在位置，优越的地理位置依然是影响消费者选择酒店的关键因素之一。从表扬率来看，房间卫生、停车场相关服务仍有待提升。

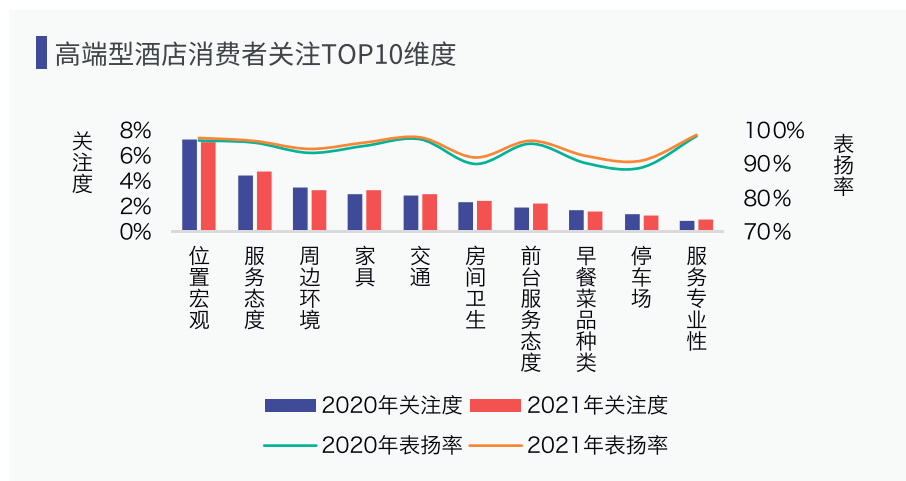


图 13 高端型酒店消费者关注 TOP10 维度



## 5.4 消费者关注点从位置转向服务

从高端型酒店消费者关注度变化最大的维度来看，服务态度、家具、前台服务态等维度的关注度上升明显；周边环境、位置宏观、停车场等维度的关注度下降。随着酒店项目日益完善，高端型酒店持续关注服务尤其是特色服务的设计。

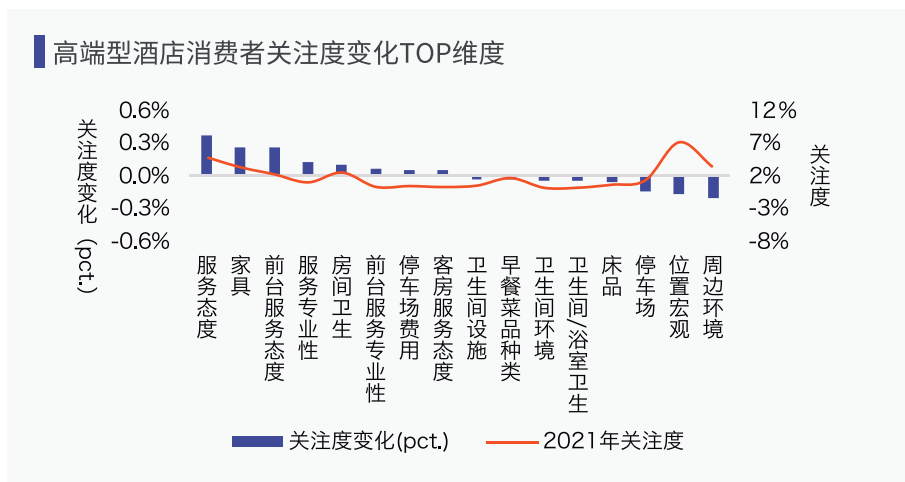


图 14 高端型酒店消费者关注度变化 TOP 维度

## 5.5 卫生相关维度表扬率有所下降

从高端型酒店表扬率变化最大的服务维度来看，信号、餐厅服务效率、卫生间/浴室卫生等维度的表扬率上升明显；楼梯/电梯卫生、窗户卫生、客用品卫生等维度的表扬率下降。

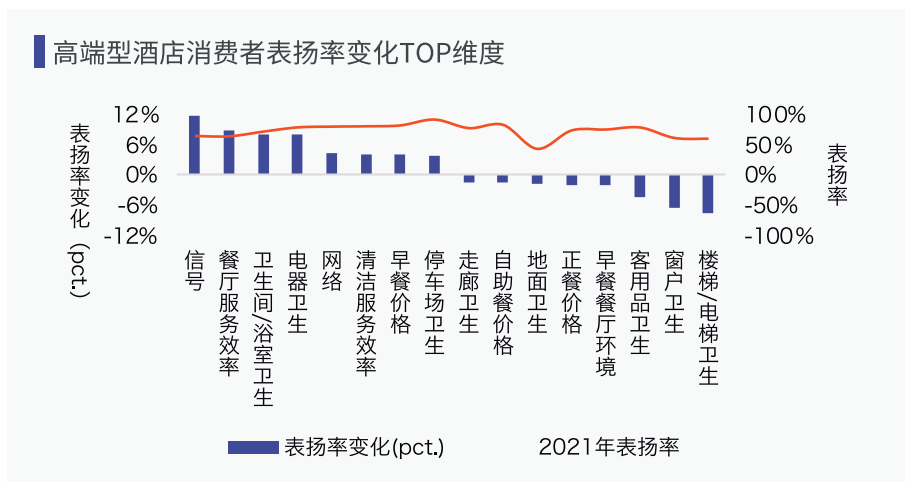


图 15 高端型酒店消费者表扬率变化 TOP 维度

## 六、2021 年中端型酒店口碑分析

### 6.1 中端型酒店慧评分及涨幅超过全国水平

表 3 中端型酒店数据概览

数据指标	2020 年	2021 年	变化
慧评分	88.01	90.02	2.01
月店均点评数	30.73	37.53	22.13%
单条点评包含的观点数	3.53	3.62	2.51%
好评率	88.95%	90.43%	1.48PCT.
表扬率	92.74%	94.10%	1.36PCT.

2021 年，中端型酒店慧评分为 90.02，酒店口碑表现较去年小幅上升，上升幅度高于全国水平。

从点评数来看，2021 年中端型酒店月店均点评数为 37.53，同比上升 22.13%。单条点评包含观点数为 3.62，同比上升 2.51%。相较于高端型、豪华型酒店，中端型酒店点评数上升幅度最高。

从点评情感来看，2021 年中端型酒店好评率为 90.43%，表扬率为 94.10%，均较去年小幅上升。中端型酒店消费者表扬率赶超高端型。

### 6.2 服务备受关注和认可，设施或为酒店“短板”

从六大维度关注度来看，设施维度的关注度为 28.90%，位居第一；价格维度的关注度仅为 6.90%，消费者关注度最弱；从涨幅来看，服务维度的关注度涨幅为 1.74 个百分点，餐饮维度的关注度上涨 0.35 个百分点。

从六大维度表扬率来看，位置和服务的表扬率分别为 97.45%、96.81%，表扬率较高；设施维度的表扬率为 88.41%，表扬最低；从涨幅来看，设施和餐饮维度的表扬率分别上涨 2.87、2.85 个百分点，提升最为明显。

综上，中端型酒店服务为消费者重点关注点并获得了消费者认可，设施或将成为竞争“短板”。

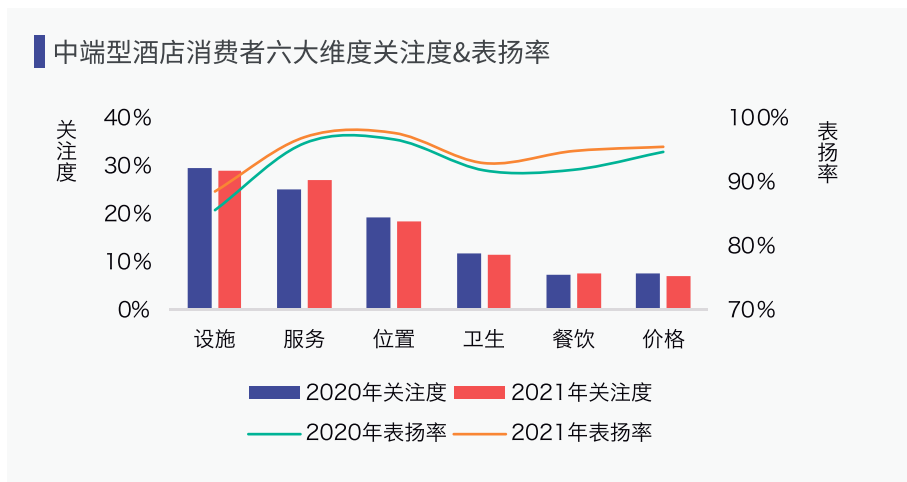


图 16 中端型酒店消费者六大维度关注度 & 表扬率

### 6.3 便捷的位置是中端型酒店消费者的基本需求，客房噪音问题亟需解决

从中端型酒店消费者最关注的细分维度来看，消费者在位置方面的关注度高达 9.30%，易查找、导航标注的地理位置是消费者对酒店位置的基本要求。从表扬率来看，客房噪音的表扬率仅 34.58%，为酒店运营过程中亟需解决的问题。

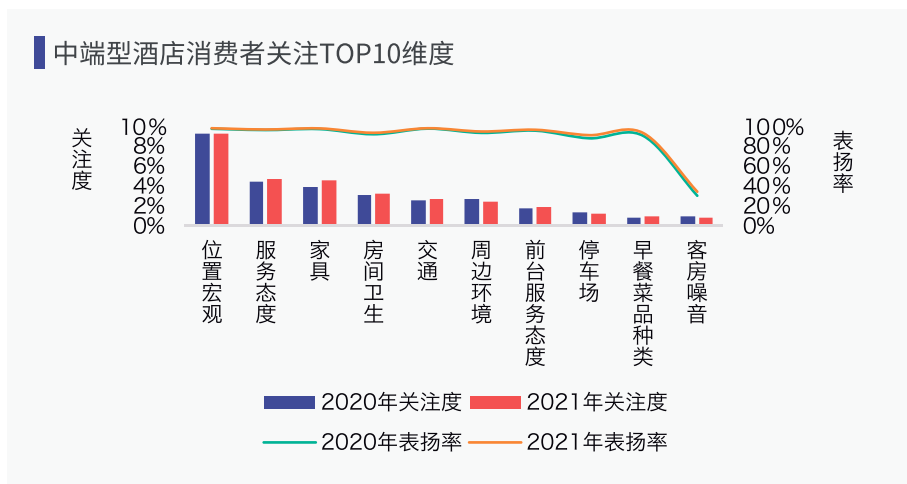


图 17 中端型酒店消费者关注 TOP10 维度

### 6.4 中端型酒店消费者关注点从周边环境转向客房家具

从中端型酒店消费者关注度变化最大的细分维度来看，家具、服务态度、前台服务态度等维度的关注度上升明显；周边环境、停车场、客房噪音等维度的关注度下降。在消费升级背景下，中端型消费者对酒店住宿的关注点转移到家具、服务等增值服务维度。

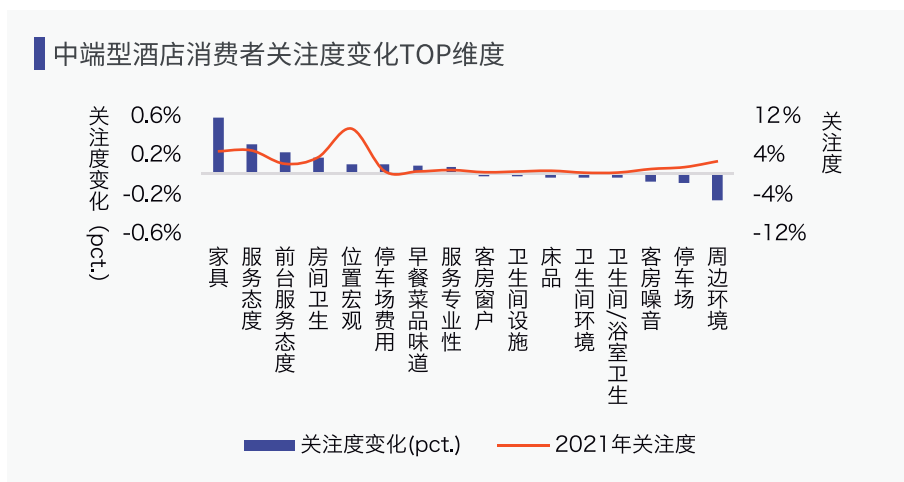


图 18 中端型酒店消费者关注度变化 TOP 维度

## 6.5 卫生维度改善效果得到消费者认可

从中端型酒店表扬率变化最大的服务维度来看，卫生间/浴室卫生、电器卫生、地面卫生等维度的表扬率上升明显；墙壁、排水等维度的表扬率小幅下降。酒店为疫情常态化所做出的卫生措施得到了消费者的普遍认可，部分硬件设施需加强故障排查或状态保养。

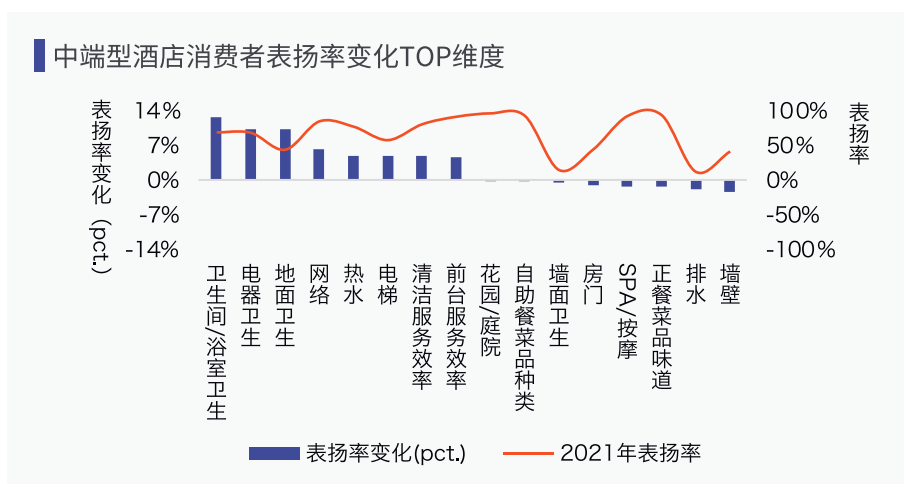


图 19 中端型酒店消费者表扬率变化 TOP 维度

## 七、2021 年经济型酒店口碑分析

### 7.1 经济型酒店月店均点评数大幅提升

表 4 经济型酒店数据概览

数据指标	2020 年	2021 年	变化
慧评分	86.54	88.25	1.71
月店均点评数	18.98	27.75	46.22%
单条点评包含的观点数	3.58	3.7	3.35%
好评率	86.10%	88.75%	2.65PCT.
表扬率	91.30%	93.23%	1.93PCT.

2021 年，经济型酒店慧评分为 88.25，较去年增加 1.71，酒店口碑表现较去年小幅上升。

从点评数来看，2021 年经济型酒店月店均点评数为 27.75，同比上升 46.22%；单条点评包含观点数为 3.70，同比上升 3.35%。相较于其他类型酒店，经济型酒店点评数上升幅度最高。

从点评情感来看，2021 年经济型酒店好评率为 88.75%，表扬率为 93.23%，均较去年小幅上升。

### 7.2 餐饮为经济型酒店的魅力属性

从六大维度关注度来看，设施维度的关注度为 26.47%，消费者关注度最高；从涨幅来看，设施维度的关注度基本与去年同期持平，服务、餐饮维度的关注度较去年同期上涨 1.87 个百分点、0.98 百分点。

从六大维度表扬率来看，各维度表扬率均有小幅提升，其中设施、餐饮维度的表扬率增长超过 5 个百分点。相较于其他类型酒店，经济型酒店在餐饮维度投入较小，然而，餐饮方面的小幅改善就将引发消费者的关注和点赞。

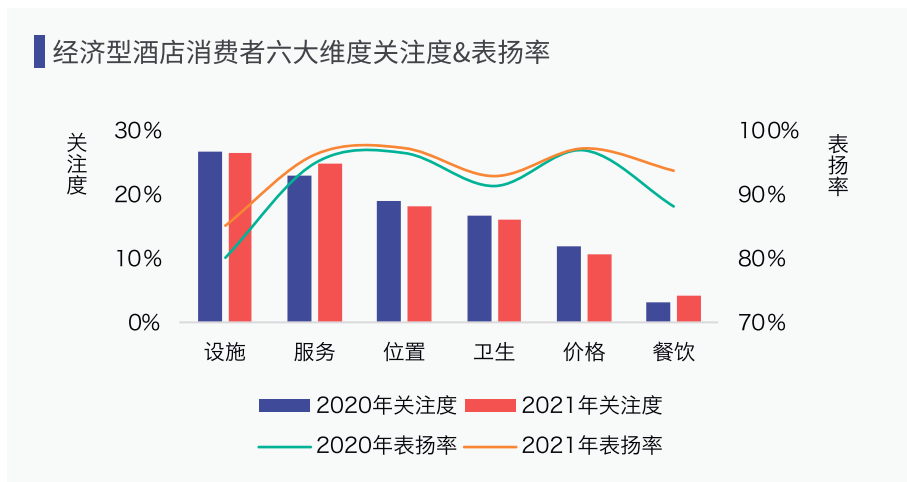


图 20 经济型酒店消费者六大维度关注度 & 表扬率

### 7.3 优越的地理位置是经济型酒店获客的重要因素

从经济型酒店消费者最关注的维度来看，消费者在酒店位置方面的关注度高达 9.60%，远高于其他细分维度，“地理位置好找”为消费者选择酒店住宿的重要因素；从表扬率来看，消费者普遍吐槽酒店的客房噪音，表扬率仅为 28.14%。经济型酒店还需在“低投入，高质量”中谋取平衡。

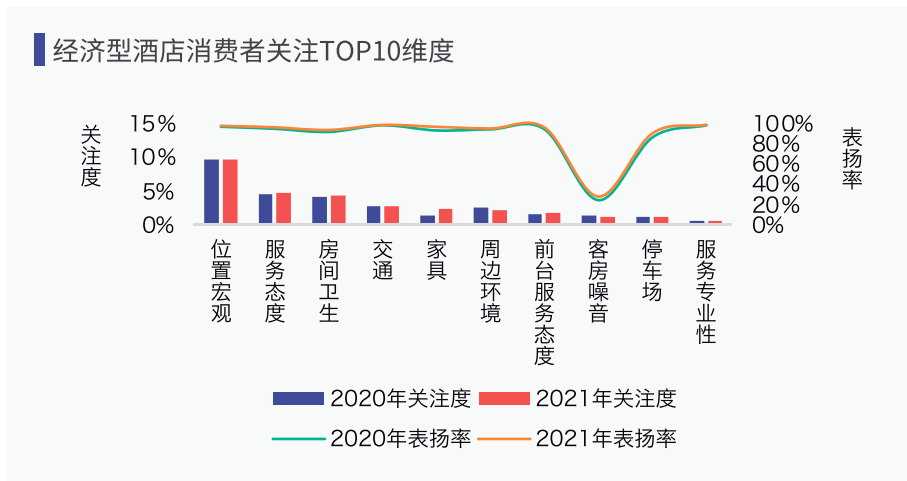


图 21 经济型酒店消费者关注 TOP10 维度

### 7.4 消费者关注点向“家具”转移

从经济型酒店消费者关注度变化最大的细分维度来看，家具关注度上升幅度最高；周边环境、客房噪音关注度下降明显。在消费升级和酒店行业升级改造双重背景下，消费者对酒店项目的关注点逐渐转移到增值魅力需求，例如家具、有无早餐、早餐种类等。

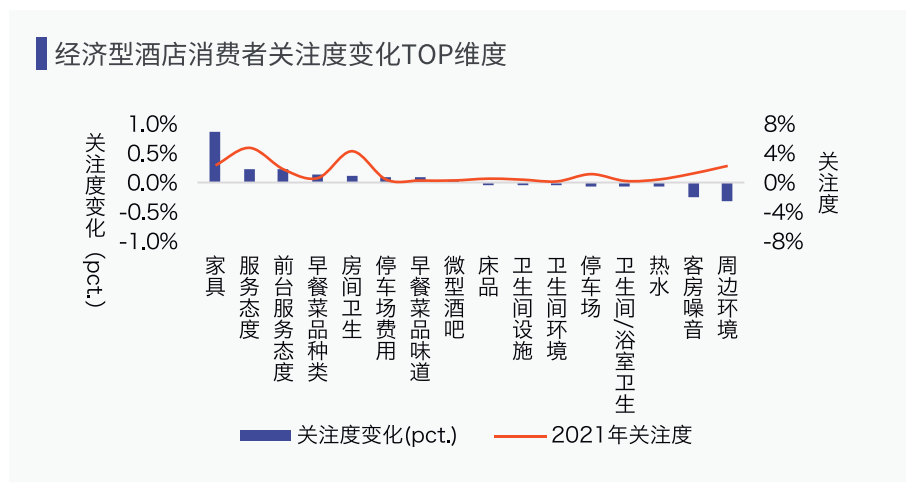


图 22 经济型酒店消费者关注度变化 TOP 维度

## 7.5 卫生相关维度表扬率上升明显

从经济型酒店表扬率变化最大的服务维度来看，楼梯/电梯卫生、电器卫生、窗户卫生等维度表扬率上升明显；房门、厨房等维度的表扬率下降明显。

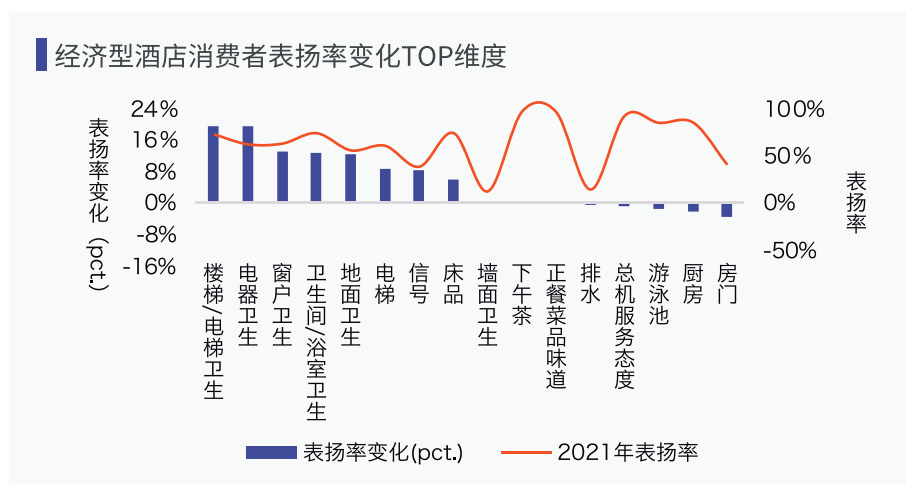


图 23 经济型酒店消费者表扬率变化 TOP 维度



## 八、2021 年不同出行目的的消费者口碑差异

### 8.1 以商务出差为目的的消费者点评数占比提升明显

从全年不同出行目的的消费者点评数占比来看，以商务出差为目的的消费者点评数占比约为 47.39%，比例提升 1.56 个百分点。

从表扬率来看，除以情侣出游为目的的消费者外，其他出行目的的消费者表扬率均有不同程度上升。以朋友出游为目的的消费者表扬率上升 3.35 个百分点，涨幅最高。

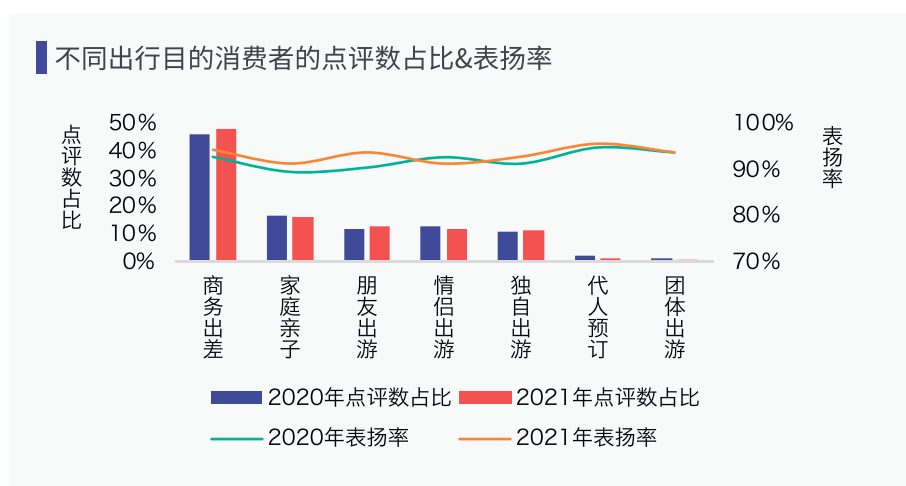


图 24 不同出行目的消费者的点评数占比 & 表扬率

### 8.2 不同出行目的的消费者集中出行时间不同

从不同出行目的消费者点评数月度变化趋势来看，以商务出差为出行目的的消费者的点评数在 2 月断崖式下降，3 月达到顶峰，随后一直下降；以家庭亲子为出行目的的消费者的总点评数在 2、5、7、10 月出现波峰，并在 7 月达到最高值；以朋友出游、情侣出游或独自出游为出行目的的消费者的点评数月度走势基本相同，5 月、7 月、10 月不同程度向上凸起，并在 5 月出现最高值。

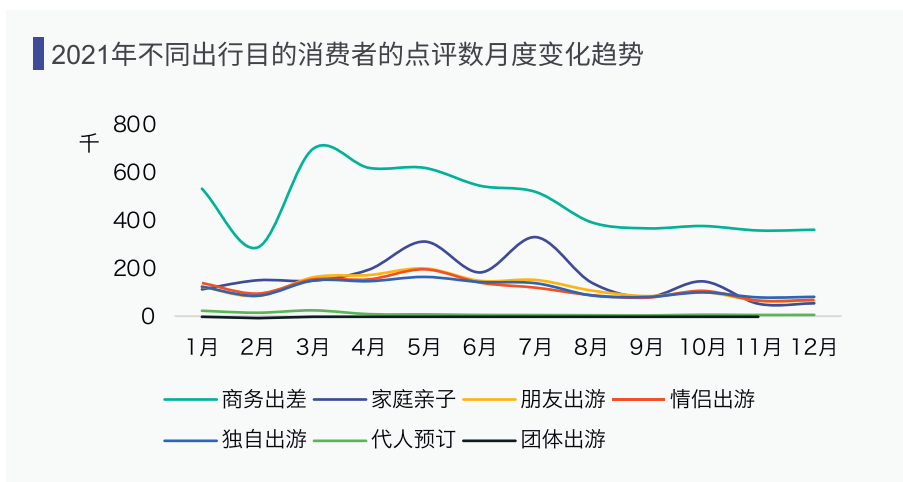


图 25 2021 年不同出行目的消费者的点评数月度变化趋势

## 九、2021 年商旅客户消费口碑分析

### 9.1 服务维度稳居第一，设施、餐饮维度表扬率上升明显

从六大维度关注来看，服务维度的关注度为 31.83%，上涨 3.57 个百分点，稳居第一。

从六大维度表扬率来看，除设施维度外，其他维度的表扬率均超过 90%。相较于 2020 年，各维度表扬率有不同程度上升，其中设施、餐饮表扬率分别上涨 3.74、3.37 个百分点，上涨幅度最高。

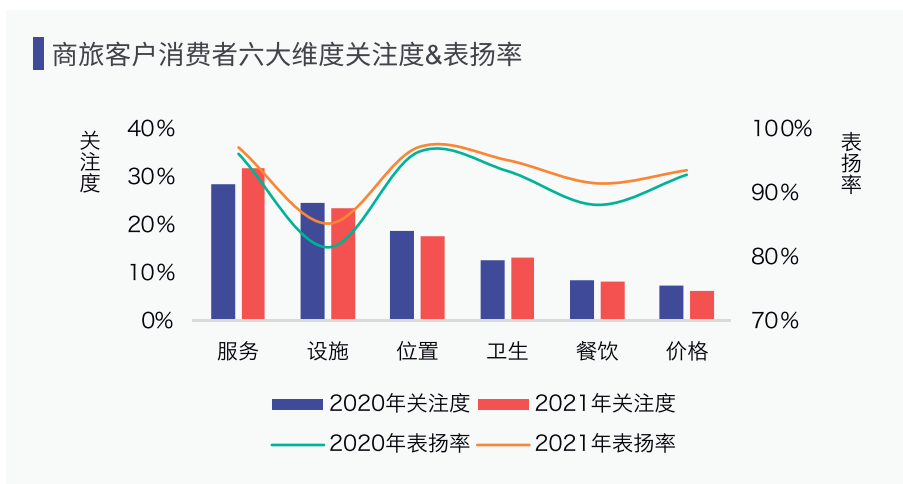


图 26 商旅客户消费者六大维度关注度 & 表扬率

接下来，将六大维度细分至 285 个细分维度，进一步探究商旅客户的服务需求。

## 9.2 周到的服务、便利的出行条件是商旅客户的关注重点

从商旅客户最关注的细分维度来看，2021 年商旅客户的关注点集中在位置宏观、服务态度、交通等。从表扬率来看，各细分维度的表扬率均超过 90%，其中服务专业性的表扬率最高为 98.56%，其他依次为位置 (98.40%)、服务态度 (97.33%)。便利的出行条件、周到的服务始终为商旅客户的刚需。

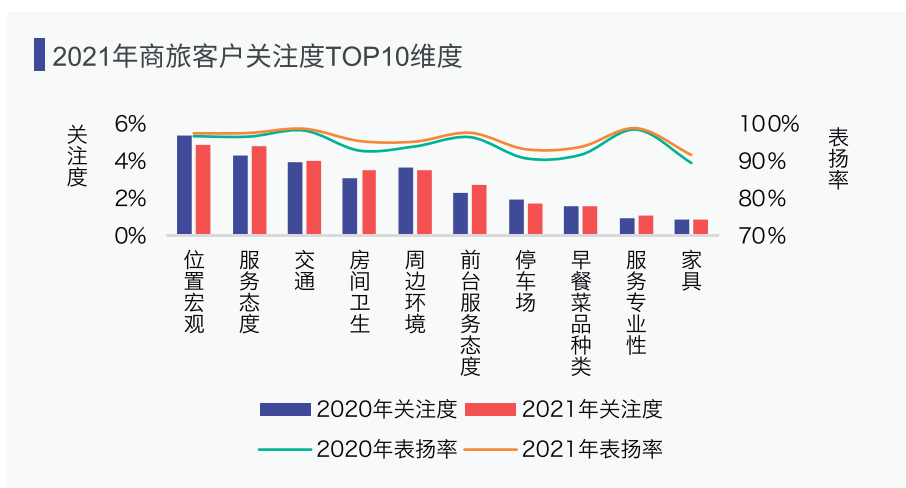


图 27 2021 年商旅客户关注度 TOP10 维度

## 9.3 商旅客户的关注点从交通便利向品质服务转移

从商旅客户关注度变化最大的细分维度来看，服务态度、前台服务态度、房间卫生细分维度的关注度上升明显；位置宏观、周边环境、停车场细分维度的关注度下降明显。商旅客户的关注点从交通便利向品质服务转移。

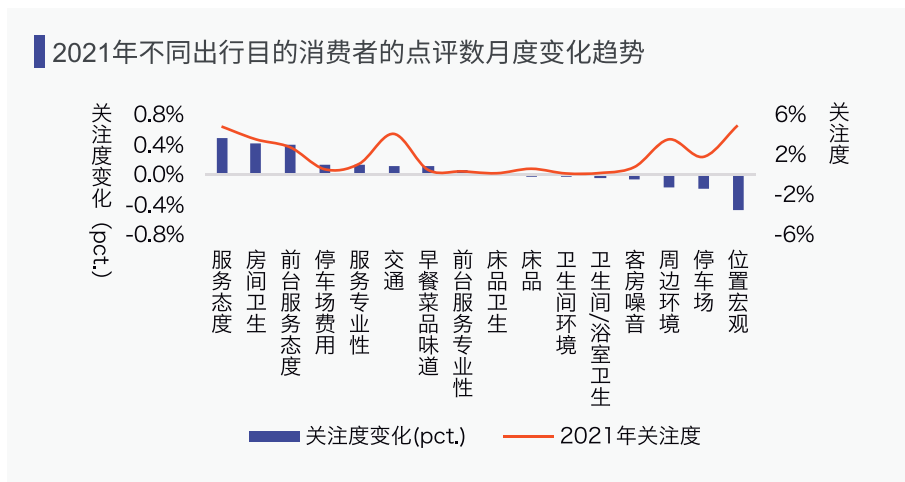


图 28 2021 年商旅客户关注度变化 TOP 维度

#### 9.4 防疫卫生举措得到消费者认可

从商旅客户表扬率变化最大的细分维度来看，卫生间\浴室卫生、地面卫生、电器卫生等卫生相关维度的表扬率上升明显；正餐菜品味道、洗浴中心服务等维度表扬率略有下降。疫情防控常态下的卫生举措得到消费者普遍认可。

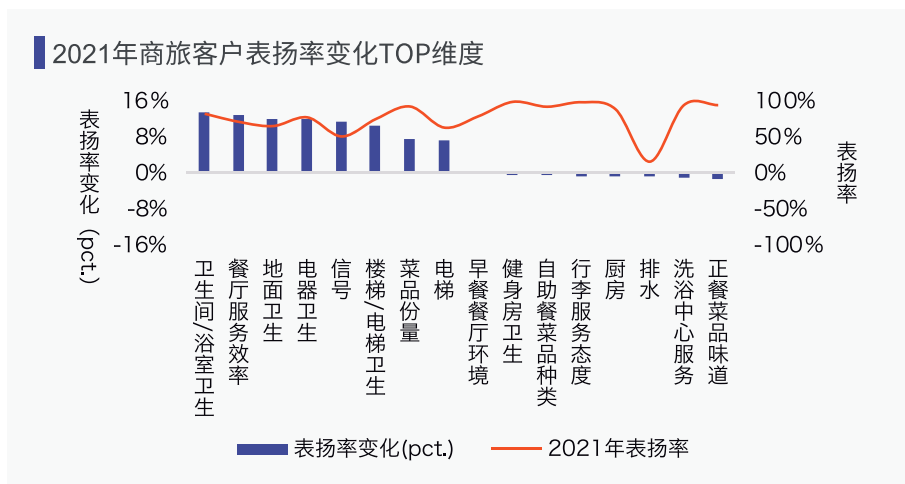


图 29 2021 年商旅客户表扬率变化 TOP 维度

## 十、2021 年亲子客户消费口碑分析

### 10.1 服务备受关注，卫生表扬率上升明显

从六大维度关注度来看，2021 年服务维度的关注度上涨 4.52 个百分点，达到 31.56%，远高于排名第二的设施维度的关注度 (25.44%)。价格维度的关注度下降 0.73 个百分点，仅为 5.31%。

从六大维度表扬率来看，服务、位置维度的表扬率超过 90%，设施维度的表扬率仅 79.95%；相较于 2020 年，卫生维度表扬率上升 3.03 个百分点，上涨幅度最大。

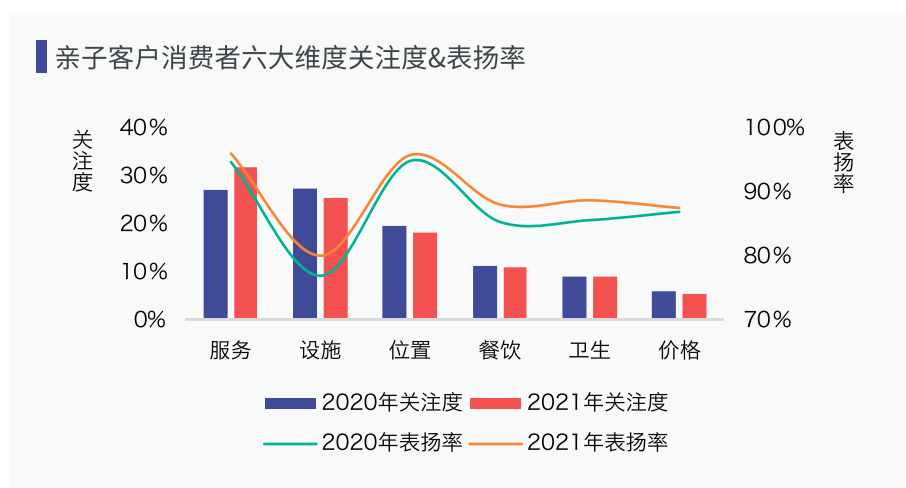


图 30 亲子客户消费者六大维度关注度 & 表扬率

接下来，将六大维度细分至 285 个细分维度，进一步探究亲子客户的服务需求。

### 10.2 位置依然为刚需但关注度减弱，服务提及率增加

从亲子客户最关注的细分维度来看，2021 年亲子客户的关注点集中在位置宏观、服务态度、周边环境等维度。从表扬率来看，服务相关维度的表扬率超过 90%；家具、停车场、早餐菜品种类、房间卫生等维度的表扬率略低。

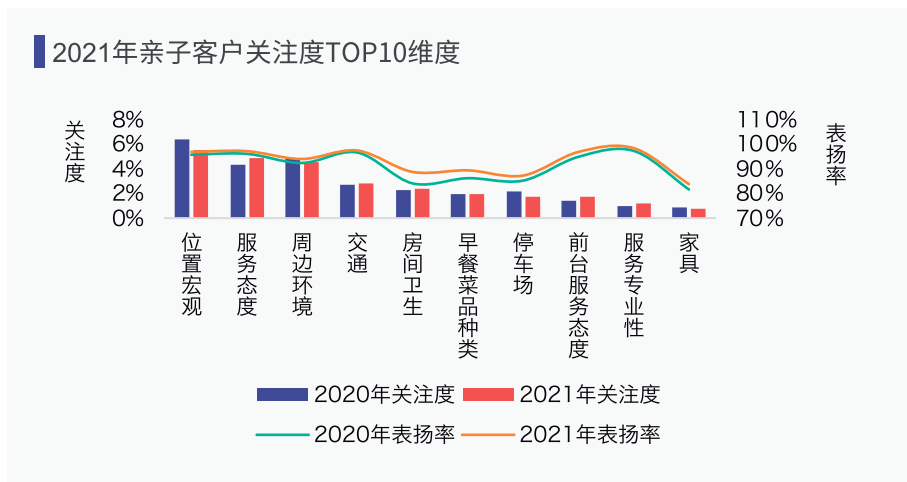


图 31 2021 年亲子客户关注度 TOP10 维度

### 10.3 亲子客户关注点向品质服务转移

从亲子客户关注度变化最大的细分维度来看，服务态度、前台服务态度、服务专业性等服务相关维度的关注度上升明显；位置宏观、停车场、周边环境等维度的关注度下降明显，亲子客户的关注点逐渐向品质服务转移。

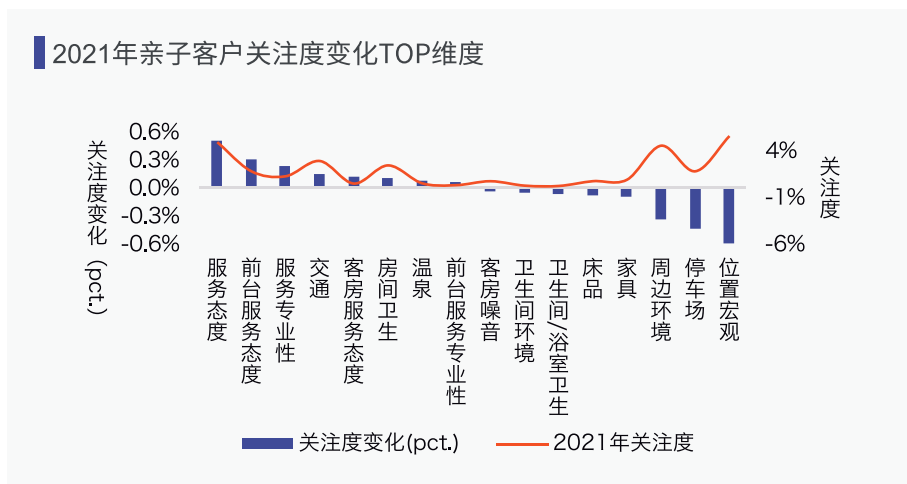


图 32 2021 年亲子客户关注度变化 TOP 维度

### 10.4 防疫卫生措施、服务效率提升获得了消费者的认可

从亲子客户表扬率变化最大的细分维度来看，卫生间/浴室卫生、电器卫生等卫生细分维度、清洁服务效率、餐厅服务效率等服务维度表扬率上升明显，但表扬率仍在 60% 左右，仍有一定提升空间。正餐价格、餐厅设施等表扬率较低且仍呈下降趋势。

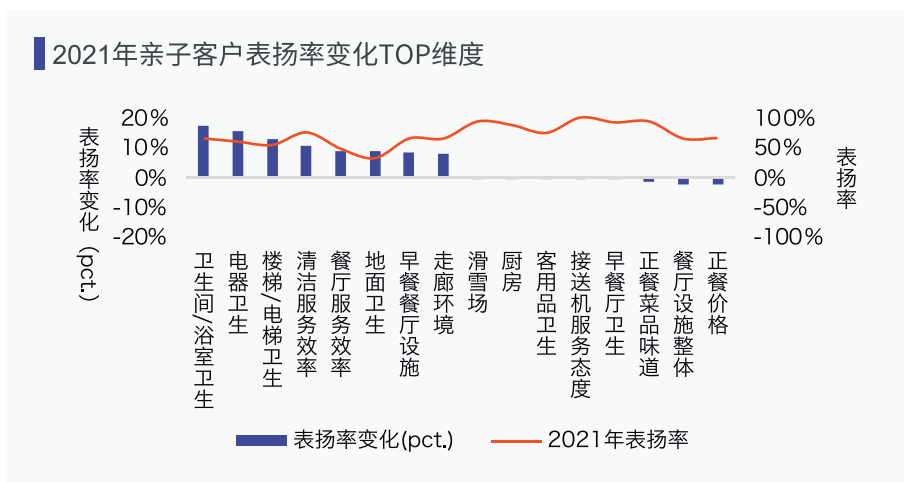


图 33 2021 年亲子客户表扬率变化 TOP 维度

## 十一、绿色饭店发展情况

### 11.1 坚守初心，打造“放心”酒店

中国饭店协会在绿色发展峰会中提出酒店运营中应关注 C 端客户体验为中心的入住安全、环境舒适、饮食健康和服务舒适度，尤其是防疫常态化下的卫生安全和酒店餐饮健康。在疫情常态化时期，作为防疫的重要场所之一，酒店卫生安全举措已经日渐成熟并刻画进运营 SOP 中。从住客入店信息登记、体温测量，到日常定期的全面消杀、合理放置免洗消毒液，再到无接触送物的智能技术应用，酒店业者的一系列举措为消费者营造了“安心、放心、舒心”的住宿环境。

从近两年消费者点评变化趋势来看，酒店登记行程、提供消毒用品措施的点评量下降，随着防疫常态化，该类型措施逐渐成为酒店基础必备服务项目，消费者也逐渐适应了疫情之下的出行生活；测温机器人、机器人送餐等无接触服务项目的点评量上升明显，兼顾防疫安全和智能技术的创新应用给消费者旅途增添一份安心与便捷，更能激发消费者的点评意愿。





图 34 “卫生安全”相关关键词点评数及增长率

## 11.2 紧抓市场，迎合“亲子”需求

为承接日益庞大的亲子度假市场，酒店业者纷纷在硬件设施和软服务方面做出调整。从提供儿童牙刷、牙膏、浴巾等儿童专用用品，到亲子主题房、卡通墙绘，再到儿童乐园、亲子夏令营等，一系列带有亲子特定元素的创新举措日益满足了亲子客户的需求。在深入研究亲子度假客户的需求、亲子酒店发展现状下，中国饭店协会制定发布亲子度假团体标准将进一步指导亲子度假酒店的发展。

从近两年消费者观点来看，儿童乐园、儿童用品依然是消费者关注的重点，是亲子客户选择酒店的重要因素；亲子活动、儿童餐食、儿童托管等服务项目的关注度提升明显，兼顾家长休闲度假、家庭亲情融合的创新服务项目或将吸引更多亲子客户。

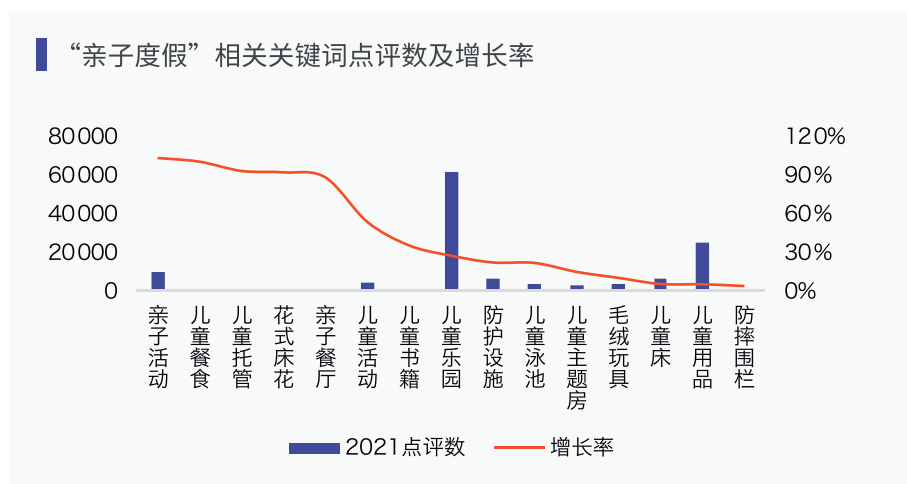


图 35 “亲子度假”相关关键词点评数及增长率

## 十二、住宿业高质量发展建议

### 12.1 总结

得益于疫情防控获得阶段性进展，消费者出行需求初步释放。2021年，全国酒店住宿业观点量较去年同期上升136.67%，表扬率增加1.58个百分点。疫情期间卫生防疫流程进入酒店卫生服务SOP中，消费者对酒店服务卫生给予了更高的认可。

从各类型酒店来看，豪华型酒店整体口碑表现稳中有升，酒店点评数、表扬率小幅提升。豪华型酒店在服务方面拥有绝对优势，备受消费者关注和认可。高端型酒店口碑表现较去年小幅上升，酒店整体表扬率高于豪华型，口碑竞争力更强。优越的地理位置依然为影响消费者选择酒店的关键因素之一。中端型酒店口碑表现较去年小幅上升，上升幅度高于全国水平。相较于高端、豪华酒店，中端型酒店店均点评数上涨幅度最高，酒店整体满意度赶超高端型。设施成为酒店口碑管理的薄弱内容。经济型酒店口碑表现涨幅基本与全国酒店慧评分涨幅持平。相较于其他类型酒店，经济型酒店店均点评数上涨幅度最高。经济型酒店在餐饮方面的小幅改善就能引发消费者的关注和点赞。

从出行目的来看，商务出差、朋友出游和独自出游客户的点评数占比较全年同期上涨，家庭亲子客户点评数基本与去年持平。2020年商旅客户、亲子客户的关注度从交通便利向品质服务转移。

### 12.2 建议

#### 设计特色服务，创造体验化住宿环境

近两年，消费者的消费习惯和理念发生了深刻变化，个性化、体验化、高品质已成为新消费趋势。迎合新消费趋势是酒店未来变革的主要方向，设计特色服务，创造体验化住宿环境势在必行。在线点评是消费者对酒店服务的客观评价，反映了消费者的住宿需求。依据消费者点评设计酒店特色服务才能真正满足消费者住宿需求。

#### 注重卫生细节，搭建绿色饭店运营体系

经过两年的防疫实践，酒店的卫生防疫流程已经刻画为标准SOP，消费者对酒店整体卫生的满意度也普遍提升。然而，经历了疫情，消费者对卫生的敏感度提升，关注点从“酒店干净卫生”的整体卫生到“墙角有灰”全触点性的卫生。疫情常态化对酒店卫生标准、清洁流程提出了更高的要求。

### 兼容人和技术，回归酒店服务本质

智能化无疑是2021年酒店行业热词之一。酒店智能化的本质是提升服务品质、工作效率。然而，无论是卫生防疫还是特色服务，酒店智能并不能完全替代人工服务带给客人的温度，酒店服务质量的提升依然依赖酒店全员的长期努力。兼容人和技术，运用数据化智能化的管理工具，才能在保证服务品质的情况下提高运营效率。

附表 1 2021 年各省份酒店口碑表现

省份	慧评分↓	月店均点评数	单条点评包含的观点数	好评率	表扬率
湖南	90.95	42.08	4.19	90.03%	94.63%
陕西	90.61	42.39	3.78	89.29%	92.68%
广西	90.41	36.39	3.76	90.90%	94.22%
云南	89.85	22.57	3.61	90.12%	93.55%
江西	89.84	40.89	3.69	89.39%	93.41%
河南	89.73	30.05	3.72	89.38%	93.12%
山西	89.55	32.14	3.94	88.37%	92.74%
重庆	89.43	34.31	3.91	90.23%	94.43%
贵州	89.24	33.54	3.6	90.45%	93.62%
安徽	89.19	29.09	3.7	89.75%	93.09%
湖北	89.16	35	3.61	90.36%	94.17%
河北	89.12	24.99	3.8	90.42%	94.31%
海南	89.09	65.09	3.52	88.94%	92.93%
黑龙江	89.08	27.37	3.88	89.40%	92.92%
天津	88.99	41.62	3.66	89.59%	93.64%
广东	88.95	41.16	3.96	89.68%	93.87%
吉林	88.92	25.7	4.38	89.84%	91.39%
宁夏	88.82	24.35	4.03	91.06%	94.10%
四川	88.71	31.69	3.59	88.34%	91.41%
辽宁	88.61	25.74	4.13	86.66%	91.09%
新疆	88.51	31.16	3.68	88.35%	91.29%
山东	88.37	29.58	3.94	91.57%	95.06%
浙江	88.27	31.85	3.79	89.17%	92.86%
青海	88.2	37.68	3.82	90.57%	93.95%
内蒙古	88.16	21.34	3.8	90.53%	94.14%
甘肃	88.11	32.55	3.64	89.38%	92.31%
江苏	88.07	31.29	4.1	89.12%	93.34%
福建	87.79	27.04	3.84	88.58%	92.20%
北京	87.58	38.28	3.66	87.65%	91.88%
上海	87.52	41.19	3.84	88.90%	92.59%
西藏	87.18	26.6	3.44	90.25%	94.36%

附表 2 2021 年各省份豪华型酒店口碑表现

省份	慧评分↓	月店均点评数	单条点评包含的观点数	好评率	表扬率
安徽	91.67	69.37	4.07	86.94%	89.67%
宁夏	91.49	51.98	4.36	91.30%	92.11%
陕西	91.31	91.27	4.67	89.64%	93.62%
江西	91.06	64.95	4.26	90.27%	91.45%
河南	90.92	48.98	4.2	90.36%	91.87%
广西	90.9	63.71	4.51	91.23%	93.24%
海南	90.88	206.14	4.2	87.70%	89.60%
湖南	90.76	69.48	4.38	91.06%	92.76%
四川	90.75	69.8	4.67	87.64%	88.35%
内蒙古	90.7	49.46	3.95	91.14%	93.60%
山西	90.68	55.68	5.52	88.21%	93.92%
吉林	90.57	56.72	5.01	90.51%	90.71%
山东	90.52	73.14	4.06	91.02%	93.18%
湖北	90.37	84.29	4.54	91.09%	94.70%
福建	90.32	70.63	4.66	89.31%	90.91%
江苏	90.29	71.31	5.14	92.17%	94.95%
黑龙江	90.18	56.37	4.61	90.12%	92.52%
云南	90.07	41.16	3.82	88.62%	89.64%
浙江	90.01	71.89	4.32	90.31%	91.98%
青海	89.53	61.95	4.25	91.38%	93.26%
河北	89.45	48.95	4.16	90.23%	93.46%
天津	89.45	84.41	4.07	90.26%	92.82%
上海	89.41	122.12	4.39	90.41%	91.89%
西藏	89.17	56.77	5.17	91.51%	95.21%
重庆	89.06	71.32	3.96	91.06%	93.82%
广东	88.88	84.73	4.8	90.72%	93.63%
贵州	88.48	43.3	4.33	91.62%	94.13%
甘肃	88.02	34.3	4.7	89.21%	90.02%
北京	88.01	67.17	4.59	89.46%	92.82%
新疆	87.94	38.3	4.13	85.67%	87.38%
辽宁	87.6	48.29	4.44	85.74%	87.79%

附表 3 2021 年各省份高端型酒店口碑表现

省份	慧评分↓	月店均点评数	单条点评包含的观点数	好评率	表扬率
湖南	91.17	54.66	3.66	90.42%	94.37%
陕西	91.02	50.31	3.83	87.97%	90.42%
广西	90.47	46.77	4.56	89.99%	92.19%
江苏	90.44	45.4	4.9	88.50%	94.28%
黑龙江	90.29	35.38	3.92	88.81%	92.68%
河南	90.21	36.17	3.67	90.61%	93.63%
重庆	90.11	49.99	3.83	91.24%	94.48%
上海	89.95	66.12	3.87	90.71%	93.32%
四川	89.93	46.72	3.73	89.96%	92.46%
山东	89.86	40.82	4.08	92.12%	95.03%
安徽	89.74	42.18	4.27	90.81%	94.09%
吉林	89.72	29.31	4.21	88.84%	90.92%
浙江	89.7	49.82	3.72	91.17%	93.56%
天津	89.42	37.14	3.53	90.02%	92.77%
贵州	89.21	33.99	3.91	91.35%	94.38%
福建	89.03	41.07	4.04	90.31%	93.10%
云南	89.02	20.91	3.67	91.50%	94.21%
辽宁	88.96	31.78	3.95	88.47%	91.15%
广东	88.56	48.39	3.88	90.07%	93.48%
河北	88.54	30.58	3.93	90.06%	93.92%
江西	88.51	40.7	3.51	88.75%	91.14%
山西	88.36	33.03	3.68	84.66%	89.27%
海南	88.17	65.12	3.56	88.95%	92.30%
湖北	88.15	41.27	3.41	91.38%	94.27%
北京	88.09	42.78	3.69	89.15%	92.64%
青海	87.9	26.93	4.32	91.18%	94.50%
宁夏	87.87	24.54	4.1	90.94%	93.13%
西藏	87.56	31.74	3.21	89.47%	92.62%
甘肃	87.04	28.34	3.9	89.08%	91.91%
内蒙古	87.02	19.64	4.36	91.21%	94.29%
新疆	87	23.67	3.79	87.47%	89.34%

附表 4 2021 年各省份中端型酒店口碑表现

省份	慧评分↓	月店均点评数	单条点评包含的观点数	好评率	表扬率
湖南	92.41	53.79	4.15	91.25%	95.44%
陕西	91.86	48.72	3.45	90.27%	93.21%
广西	91.58	45.14	3.79	92.35%	95.65%
江西	91.58	53.76	4.08	90.47%	94.31%
河南	90.85	34.98	3.55	89.82%	93.31%
安徽	90.77	33.26	3.49	91.63%	94.23%
河北	90.76	34.69	3.79	90.61%	94.26%
天津	90.7	54.91	3.51	89.96%	93.79%
云南	90.64	23.56	3.69	89.82%	93.82%
吉林	90.39	30.34	3.32	89.15%	92.12%
湖北	90.28	43.83	3.59	91.25%	95.16%
黑龙江	90.12	30.26	3.54	87.91%	90.83%
广东	89.88	43.76	3.63	90.69%	94.57%
北京	89.88	46.84	3.35	87.91%	92.04%
江苏	89.86	33.43	4.15	89.28%	93.50%
青海	89.71	42.97	3.75	92.08%	95.05%
贵州	89.69	34.94	3.58	91.00%	94.25%
上海	89.66	44.64	3.83	90.06%	93.88%
山东	89.58	31.92	3.8	92.63%	95.64%
甘肃	89.55	34.52	3.52	92.03%	94.99%
重庆	89.5	29.68	4.01	91.73%	95.32%
海南	89.49	38.09	3.23	90.04%	93.79%
新疆	89.48	31.86	3.48	91.12%	93.52%
辽宁	89.47	29.54	3.62	89.00%	92.66%
浙江	89.39	33.93	3.79	90.70%	93.97%
山西	89.05	26.79	3.89	89.65%	93.56%
四川	88.76	33.4	3.35	89.29%	92.17%
西藏	88.75	31.14	3.22	91.47%	95.21%
福建	88.41	28.15	3.65	89.42%	93.58%
内蒙古	87.98	19.85	3.77	91.50%	95.19%
宁夏	87.81	22.66	4.03	91.57%	94.80%



附表 5 2021 年各省份经济型酒店口碑表现

省份	慧评分↓	月店均点评数	单条点评包含的观点数	好评率	表扬率
湖南	90.39	33.56	4.33	89.23%	94.60%
陕西	90.09	36.51	3.81	89.12%	92.69%
广西	89.97	30.08	3.57	90.55%	94.22%
云南	89.75	20.51	3.54	89.99%	94.02%
山西	89.74	31.87	3.87	88.43%	92.75%
江西	89.4	35.74	3.6	89.19%	93.48%
河南	89.31	27.04	3.7	88.56%	93.16%
重庆	89.26	29.34	3.89	89.49%	94.19%
贵州	89.17	31.97	3.42	89.86%	93.08%
宁夏	88.97	22.8	3.93	90.84%	94.59%
湖北	88.93	28.84	3.48	89.62%	93.65%
河北	88.82	21.57	3.75	90.45%	94.47%
广东	88.69	34.97	3.97	89.02%	93.75%
黑龙江	88.5	23.43	3.85	89.81%	93.59%
天津	88.49	36.07	3.69	89.25%	93.91%
辽宁	88.49	22.53	4.28	85.36%	91.89%
新疆	88.48	31.58	3.64	88.15%	91.84%
安徽	88.45	23.22	3.59	89.52%	93.20%
海南	88.33	30.53	3.47	88.75%	93.64%
吉林	88.23	21.85	3.58	89.28%	93.34%
内蒙古	88.14	20.36	3.67	89.96%	93.83%
四川	88.11	25.35	3.48	87.44%	91.32%
甘肃	87.92	32.61	3.42	88.62%	92.11%
山东	87.77	25.29	3.94	90.95%	95.13%
青海	87.74	36.87	3.67	89.83%	93.65%
浙江	86.98	22.76	3.72	88.15%	92.56%
北京	86.91	33.17	3.41	86.20%	90.97%
江苏	86.78	24.12	3.87	88.74%	92.89%
福建	86.66	19.29	3.56	87.02%	91.51%
西藏	86.2	22.02	3.41	89.72%	94.17%
上海	86.04	28.55	3.67	87.42%	92.12%