



沈阳市住宿行业发展报告

指导单位：沈阳市商务局

编写单位：沈阳市住宿业协会



2025年12月

目 录

【报告摘要】	1
一、全国住宿业情况	2
1 全国酒店业规模和结构	2
1.1 2024 年住宿企业规模	2
1.2 2024 年住宿企业数（按规模分）	2
1.3 2024 年酒店业设施数和客房数（按档次分）	2
2 全国连锁酒店规模和结构	3
3 全国新开业住宿企业数据	5
4 全国住宿企业经营数据	6
4.1 2024 年全国住宿企业平均出租率	6
4.2 2024 年全国住宿企业月度平均房价	6
4.3 2024 年全国住宿企业月度 RevPAR 数据对比	6
4.4 全国重要节假日经营数据对比	7
5 全国住宿企业点评词汇变化	8
5.1 好评关键词	8
5.2 差评关键词	8
6 全国住宿企业 2024 年发展小结	9
6.1 行业规模持续扩张，供需矛盾凸显	9
6.2 中高端住宿企业快速扩张，经济型住宿企业存量优化	9
6.3 整体连锁率微降，头部品牌加速扩张	9
二、沈阳住宿业情况	10
1 沈阳住宿企业规模和结构	10
1.1 沈阳市住宿企业规模	10
1.2 沈阳市住宿企业地区分布	10
1.3 沈阳市住宿企业重点商圈分布	12
1.4 沈阳市住宿企业规模分布	12
1.5 沈阳中高端住宿企业数量	13
2 沈阳连锁住宿企业规模和结构	15
2.1 沈阳市住宿企业门店连锁化率	15
2.2 沈阳市连锁酒店情况	15
2.3 与其他城市连锁住宿企业对比	17
2.4 沈阳市本地品牌住宿企业发展	18
3 沈阳市住宿企业经营数据	18
3.1 沈阳市住宿企业三大核心数据	18
3.2 沈阳市住宿行业入住人次	21
3.3 沈阳市旅游星级酒店经营数据	23
4 沈阳市住宿业 2024 年发展小结	24

4.1 沈阳住宿企业平均房价分析	24
4.2 沈阳市住宿业平均出租率分析	26
4.3 沈阳住宿企业单房收益率（RevPAR）分析	27
三、全国住宿业发展趋势	28
1 连锁率继续上升，愈发向头部品牌集中	28
2 数字化转型与智能化服务深化	28
3 绿色低碳与可持续发展	29
4 本土化与特色场景融合	29
四、沈阳住宿业发展机遇与挑战	29
1 发展机遇	29
1.1 文旅融合深化与冰雪经济爆发，释放海量需求	29
1.2 商务需求稳步复苏，支撑市场稳定运行	30
1.3 数字化技术成熟落地，赋能行业效率提升	30
1.4 政策支持力度加大，营造良好发展环境	31
1.5 连锁化升级空间广阔，存量资源潜力可期	31
2 面临挑战	32
2.1 区域与业态发展失衡，供给结构有待优化	32
2.2 连锁化率偏低，单体企业竞争力薄弱	32
2.3 成本压力持续攀升，盈利空间受挤压	32
2.4 市场波动风险显著，抗风险能力不足	33
2.5 人才体系薄弱，数字化转型进程不均	33
2.6 绿色发展基础薄弱，转型动力不足	33
五、沈阳市住宿行业发展策略	34
1 强化品牌引领与文化赋能，构建差异化竞争优势	34
1.1 精准品牌定位与分层培育	34
1.2 深度挖掘地域文化内核	35
2 加快连锁化转型，释放存量资源价值	35
2.1 多维度降低转型门槛	35
2.2 强化人才与管理支撑	36
2.3 分阶段推进转型落地	36
3 践行绿色发展理念，筑牢可持续发展根基	36
3.1 推广节能减排技术应用	36
3.2 完善绿色运营体系	37
3.3 培育绿色消费氛围	37
4 深化数字化转型，提升智慧服务与管理水平	37
4.1 夯实数字化基础架构	37
4.2 创新智慧服务体验	38
4.3 强化数据驱动与安全保障	38
4.4 推进试点示范与标准建设	38

5 优化产品结构，拓展“住宿+”融合发展空间 38

 5.1 构建多层次供给体系 39

 5.2 深化“住宿+”融合创新 39

6 健全风险应对与成本控制体系，提升行业抗风险能力 39

 6.1 精准应对各类风险 39

 6.2 实施精细化成本控制 40

 6.3 强化政策与行业协同 40

六、结语 40

【报告摘要】

2024 年，全国住宿业设施 348,717 家，客房总数 17,643,235 间，客房数同比增长 114 万间，均创历史新高。2024 年全国住宿业平均房价 208.48 元/间夜，平均出租率 50.79%，每间可售房收入 105.89 元。

2024 年，沈阳市住宿业设施 2,751 家，同比减少 1.79%；客房数为 133,099 间，同比增长 0.36%；床位数为 214288 张，同比减少 0.04%。2024 年沈阳市住宿业平均房价为 267 元/间夜，平均出租率为 57.16%，每间可售房收入 152.62 元。全国前三住宿业集团品牌（华住、首旅、锦江）在沈阳的门店平均房价 242.3 元/间夜，平均出租率 80.6%，每间可售房收入 195.67 元。

2024 年沈阳市 15 间房以上的住宿企业设施共计 2080 家，其中连锁门店 461 家、非连锁门店 1619 家。参照全国连锁化率统一计算口径（15 间房以下的住宿门店不计入住宿企业门店连锁化统计范畴），对应连锁化率为 22.16%。这一数据与全国 26.75% 的平均连锁化率存在明显差距，表明沈阳市住宿行业连锁化发展仍具备较大提升空间。

沈阳市住宿业现状：沈阳市住宿业呈现品牌化布局加速、文旅融合深化、细分市场差异化发展的特征，整体规模稳健增长但区域与品牌表现分化明显。

沈阳市住宿业存在的问题：区域与业态发展失衡、经营合规性不足、人才体系薄弱、淡旺季波动显著等核心问题，这些问题相互交织制约行业高质量发展。

沈阳市住宿业未来发展的核心建议：沈阳市住宿业未来发展需立足本地文旅特色与市场分化现状，从业态融合、品牌升级、场景创新、政策协同四大维度突破，实现从规模增长向品质提升的转型。

一、全国住宿业情况

1 全国酒店业规模和结构

1.1 2024 年住宿企业规模

截止 2024 年 12 月 31 日，全国酒店业设施 348,717 家，客房总数 17,643,235 间，平均客房规模约 51 间。设施数量增长 2.55 万家，达到 34.87 万家；客房数增长 114 万间，达到 1764 万间，客房数增长率为 6.94%，显著低于 2023 年的 15.66%，高于疫情前的 2019 年，但低于 2017 和 2018 年。

1.2 2024 年住宿行业结构（按客房数量分）

2024 年中国住宿企业不同规模的企业数：客房规模在 15-69 间的设施数为 27.5 万家，占比 78.89%；客房规模在 70-149 间的设施数为 5.9 万家，占比 17.02%；客房规模在 150 间及以上的设施数为 1.4 万家，占比 4.09%。

总体来看，78.89%的住宿企业设施都是 70 间以下中小型设施，21.11%的住宿企业设施规模在 70 间客房以上，70 间房的体量是重要的分水岭。

1.3 2024 年酒店业设施数和客房数（按服务档次分）

2024 年各档次住宿企业设施数：经济型（二星级及以下）设施数是 27.1 万家，占比 77.80%；中档（三星级）设施数是 5.1 万家，

占比 14.58%；高档（四星级）设施数是 2.1 万家，占比 6.07%；豪华（五星级）设施数 0.5 万家，占比 1.55%。

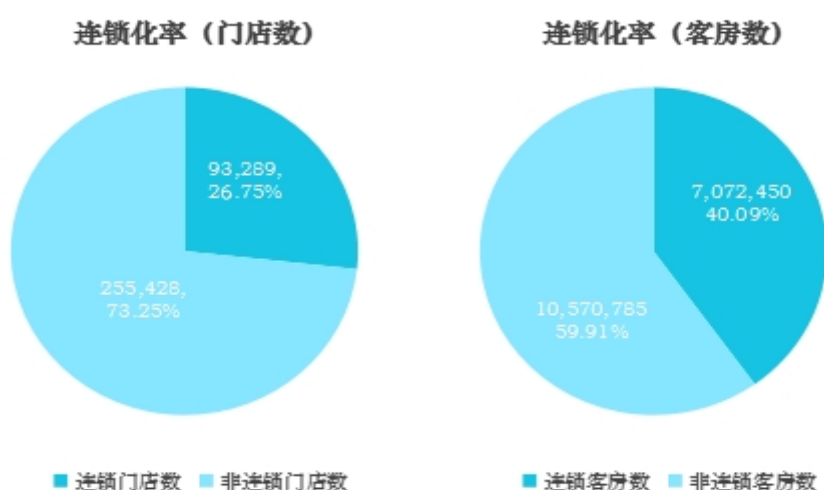
2024 年各档次酒店业客房数；经济型（二星级及以下）客房数约为 961.2 万间，占 54.48%；中档（三星级）客房数约为 398.5 万间，占 22.59%；高档（四星级）客房数约为 269.3 万间，占 15.26%；豪华（五星级）客房数为 135.3 万间，占 7.67%。

2 全国连锁酒店规模和结构

连锁住宿企业的统计口径是同一品牌 3 家（含）门店（每个门店房间数在 15 间房以上）以上。

住宿企业门店连锁化率的定义：在特定的市场范围内，由连锁品牌运营的住宿企业门店数，占该市场范围内所有住宿企业门店（房间数大于 15 间房的住宿企业）数的百分比。计算公式为：门店连锁化率=（连锁品牌门店数/该市场门店总数）x100%。

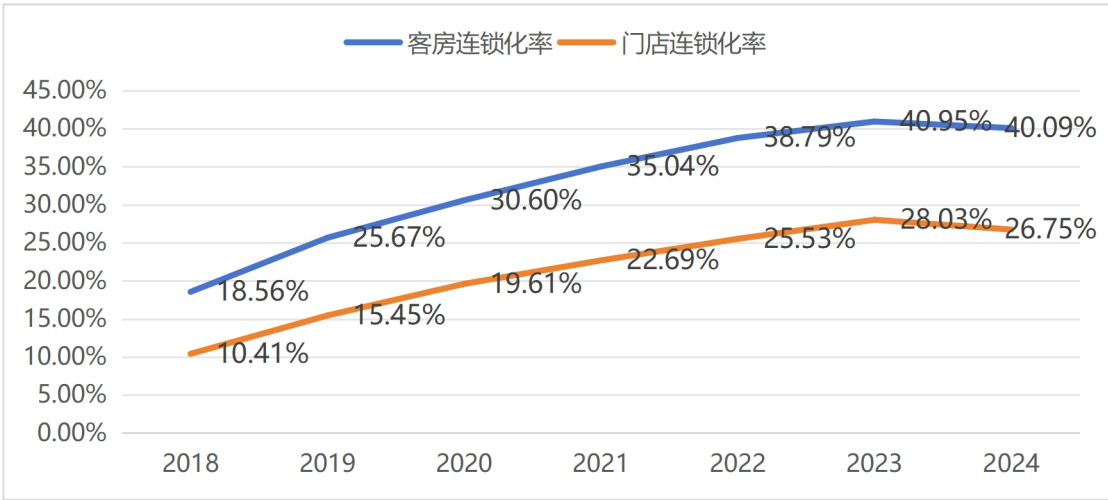
2024年中国酒店业整体连锁化率



数据来源：中国饭店协会的《2024 中国酒店业发展报告》

在全国酒店业设施 34.8 万家中，连锁住宿企业数约 9.33 万家，非连锁住宿企业数约 25.54 万家，门店连锁化率 26.75%。

2018-2024 中国住宿企业连锁化率趋势



数据来源：中国饭店协会的《2024 年中国酒店业发展报告》

2024 年，门店连锁化率下滑了 1.28%，客房连锁化率下降了 0.86%。

连锁化率快速提升的趋势，在 2024 年出现了微调。

2024 中国规模前 10 的住宿企业集团

序号	酒店品牌	客房数量	酒店数量
1	锦江国际集团	1290988	13416
2	华住酒店集团	1088218	11147
3	首旅如家酒店集团	518517	7002
4	格林酒店集团	327954	4456
5	东呈集团	234600	2732

6	尚美数智酒店集团	232638	4826
7	亚朵集团	183184	1619
8	艺龙酒店科技集团	176457	2247
9	逸柏酒店集团	121800	1746
10	德胧集团	103189	666

数据来源：中国饭店协会的《2024 中国酒店集团及品牌发展报告》

2024 年，前十家住宿企业集团的客房总数近 428 万间，相比 2023 年的 373 万间，同比增长了 14.75%。2024 年，前十家住宿企业集团客房规模在连锁住宿企业市场占有率为 60.48%，相比 2023 年的 55.24%，提高了 5.24%。

对比 2024 年整体客房连锁化率下降 0.86%，表明连锁住宿企业在加速向头部住宿企业集团集中。

3 全国新开业住宿企业数据

2024 年，全年新开住宿企业数达到 4.26 万家，较 2023 年增长 10.8%；新开业总客房数达到 206.16 万间，较 2023 年增长 17.2%。其中，全年新开业连锁住宿企业超过 8000 家，较 2023 年增长 41%；新开业连锁住宿企业客房数接近 71 万间，较 2023 年增长 42%。连锁住宿企业的新开业门店数和房间数增速远超整体住宿企业数和整体住宿企业房间数增速，说明连锁化趋势仍在加速。

4 全国住宿企业经营数据

4.1 2024 年全国住宿企业平均出租率

2024 年全国住宿企业年平均出租率 50.79%。其中 7-8 月暑期档表现最好，出租率分别为 59.51%和 60.18%，比淡季高 10%以上；2 月春节后，市场明显降温，出租率为 47.03%。整体出租率维持在 45%-60% 的区间，季节性波动特征显著。

4.2 2024 年全国住宿企业月度平均房价

2024 年全国住宿企业年平均房价 208.48 元/间夜。其中 8 月的平均房价最高，为 233.88 元/间夜；2 月的平均房价次之，为 231.75 元/间夜。11 月房价最低，为 192.85 元/间夜；12 月次之，为 193.03 元/间夜。值得关注的是，6 月和 9 月的价格也非常低，分别为 196.89 元/间夜、196.09 元/间夜。

4.3 2024 年全国住宿企业月度 RevPAR 数据对比

$\text{RevPAR (每间可供出租客房收入)} = \text{每日平均房价} \times \text{每日入住率}$ 。
2024 年全国住宿企业年度 RevPAR 为 105.89 元，比 2023 年全国住宿企业年度 RevPAR111.28 元下降 4.8%。其中 2 月、5 月等传统旺季 RevPAR 有所下滑（2 月份下滑 10%左右）。10 月、7 月增长明显，10 月同比增长超 40%，7 月增长超 11%。

4.4 全国重要节假日经营数据对比

4.4.1 全国住宿企业五一经营数据对比

2024 年，五一前一周的入住率从 67.49%下降至 58.82%，当周入住率从 58.97%上升到 64.39%，节后一周的入住率从 67.49%下降至 53.37%，显示出需求更集中在五一期间。五一当周的平均房价增长较快，从 217.45 元/间夜上涨到 265.76 元/间夜；RevPAR 也达到了 171.12 元，远高于 2023 年的 128.23 元。

4.4.2 全国住宿企业十一经营数据对比分析

2024 年国庆，当周的数据明显好于 2023 年，入住率从 59.21%提升至 69.78%，平均房价从 222.53 元/间夜提升至 267.46 元/间夜，RevPAR 从 131.76 元提升至 186.63 元。但国庆前一周、后一周的数据明显低于 2023 年，呈现出“旺季更旺、淡季更淡”的特点。

4.4.3 全国住宿企业春节经营数据对比分析

2025 年春节当周，全国住宿企业业绩整体表现一般，入住率只有 52.99%，同时低于 2019 和 2024 年；但平均房价（291.53 元/间夜）和 RevPAR（154.48 元）均微微超过 2019 和 2024 年。2025 年春节前一周的入住率（50.41%）超过了 2019 和 2024 年，平均房价（194.53 元）和 RevPAR（98.08 元）均低于 2019 和 2024 年。2025 年春节后一周的入住率（55.99%）、平均房价（208.17 元/间夜）和 RevPAR

(116.55 元) 均高于 2024 年, 但低于 2019 年。

5 全国住宿企业点评词汇变化

5.1 好评关键词

经济型住宿企业“服务周到”的好评从 22.92%提升到 25.11%, “环境好”的好评从 21.18%微升到 21.87%; 而“性价比高”从 14.35%下降到 13.73%。中档住宿企业“服务周到”的好评从 23.56%提升到 26.46%, “环境好”的好评从 21.38%微升到 22.01%; 而“性价比高”从 11.41%下降到 10.42%, 关注度排到“前台热情”的后面。

结论: 无论经济型住宿企业还是中档住宿企业, 客人对价格的关注度都在下降, 服务关注度都在持续上升。

高档住宿企业“服务周到”的好评从 25.34%提升到 29.35%, “环境好”的好评从 19.39%微升到 20.16%。豪华住宿企业“服务周到”的好评从 25.62%提升到 31.62%, “环境好”的好评从 19.93%微降到 19.87%。

结论: 客人对高档住宿企业和豪华住宿企业的服务周到的关注度持续关注, 对环境的关注度未有变化。

5.2 差评关键词

在经济型和中档酒店中, “设施陈旧”、“隔音差”等关键词占比均有所下降, 显示出经济型酒店和中档酒店的设施均有所改善。在

高档和豪华酒店中，“设施陈旧”等关键词占比均有所下降，显示出高星酒店的设施均有所改善。

总体来看，高星酒店的设施问题有所改善，但性价比、服务等仍然是客人最关注、容易引发差评的点。

6 全国住宿企业 2024 年发展小结

6.1 行业规模持续扩张，供需矛盾凸显

截止 2024 年 12 月 31 日，住宿企业设施 348,717 家，客房总数 17,643,235 间，住宿企业数量增长 2.55 万家，客房数增长 114 万间，均创历史新高。但全国住宿企业年度平均 RerPAR 比 2023 年下降 4.84%，市场竞争加剧导致价格战和内卷。

6.2 中高端住宿企业快速扩张，经济型住宿企业存量优化

中高端住宿企业占比显著提升，头部企业如华住、锦江、亚朵等中高端品牌门店增速超 30%，国际品牌（如希尔顿、万豪）也加速布局中国市场。经济型住宿企业进入结构性调整阶段，部分区域品牌通过“专精特新”策略（专业化、特色化服务）逆势增长，但整体连锁化率提升有限，面临成本上升与客源分流压力。

6.3 整体连锁率微降，头部品牌加速扩张

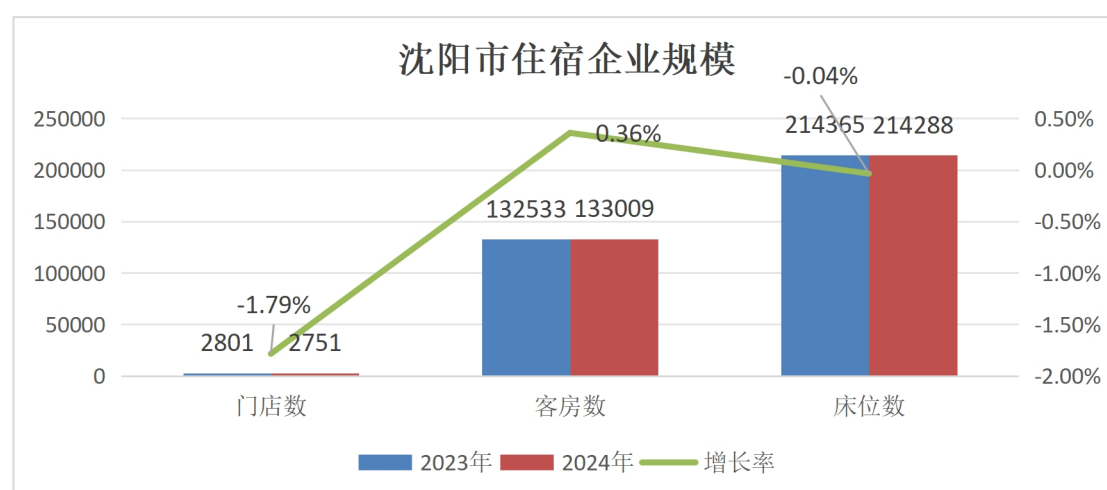
2024 年，门店连锁化率下滑了 1.28%，客房连锁化率下降了 0.86%，延续多年的连锁率快速提升的趋势出现了下降。与此同时，前十大住

宿企业集团的客房总数近 428 万间，同比增长 14.75%。前十大住宿企业集团市场份额达 60.48%，比 2023 年提高了 5.24%。说明市场集中度在提升，区域型中小品牌的份额持续萎缩，连锁住宿企业加速向头部住宿企业集团集中。

二、沈阳住宿业情况

1 沈阳住宿企业规模和结构

1.1 沈阳市住宿企业规模



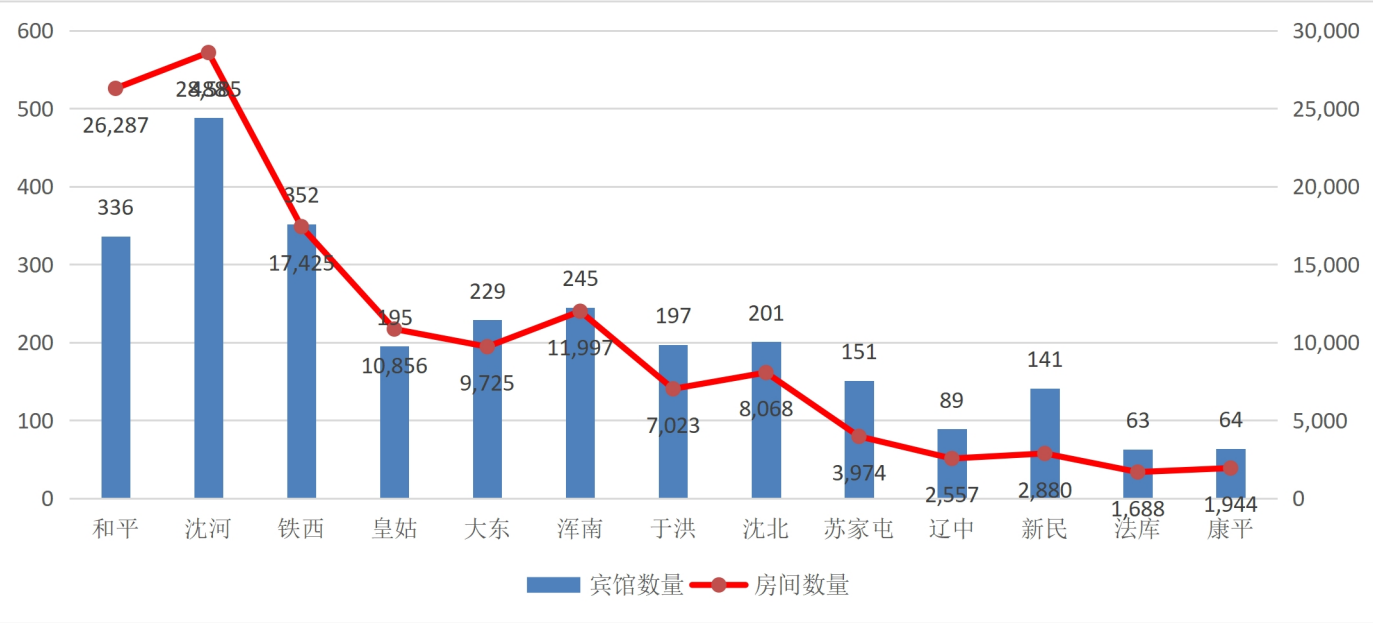
数据来源：截止 2024 年 12 月 31 日的政府相关部门数据

截止 2024 年 12 月 31 日，沈阳市住宿企业门店数为 2,751 家，同比下降 1.79%；客房数为 133,099 间，增长 0.36%；床位数为 214288 间，减少 0.04%。

1.2 沈阳市住宿企业地区分布

沈阳市住宿企业地区分布表

序号	项目	和平	沈河	铁西	皇姑	大东	浑南	于洪	沈北	苏家屯	辽中	新民	法库	康平	合计
1	宾馆	336	488	352	195	229	245	197	201	151	89	141	63	64	2,751
2	房间	26,287	28,585	17,425	10,856	9,725	11,997	7,023	8,068	3,974	2,557	2,880	1,688	1,944	133,009
3	床位	42,387	43,134	25,448	19,710	18,940	18,484	10,756	13,123	6,848	4,387	5,467	2,789	2,815	214,288

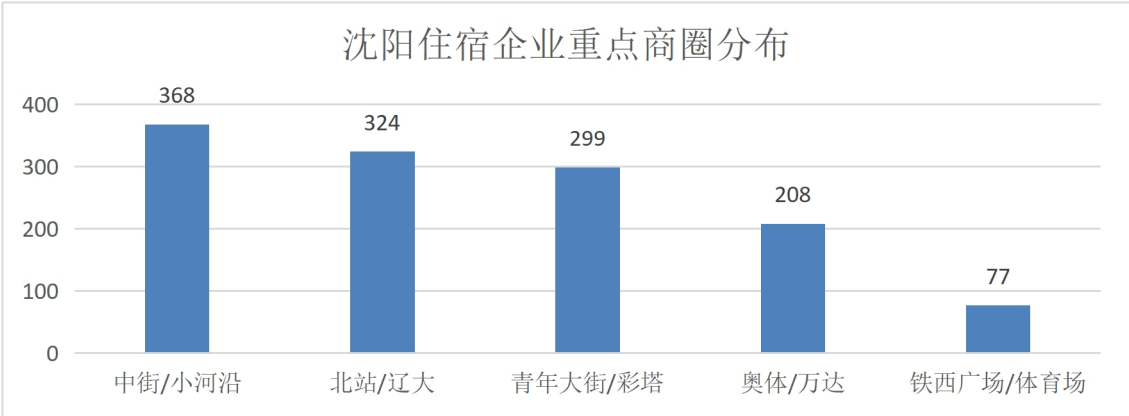


数据来源：截止 2024 年 12 月 31 日的政府相关部门数据

沈河区的住宿企业数最多，为 488 家，房间数为 28585 间，床位数为 43134 张；铁西区的住宿企业数为 352 家，房间数为 17425 间，床位数为 25448 张；和平区的住宿企业数为 336 家，房间数为 26287 间，床位数为 42387 张；浑南区的住宿企业数为 245 家，房间数为 11997 间，床位数为 18484 张；大东区的住宿企业数为 229 家，房间数为 9425 间，床位数为 18940 张；沈北新区的住宿企业数为 201 家，房间数为 8068 间，床位数为 13123 张。

排名前 6 的区，住宿企业数合计占比 67.3%，房间数合计占比 76.8%，床位数占比 75.4%。

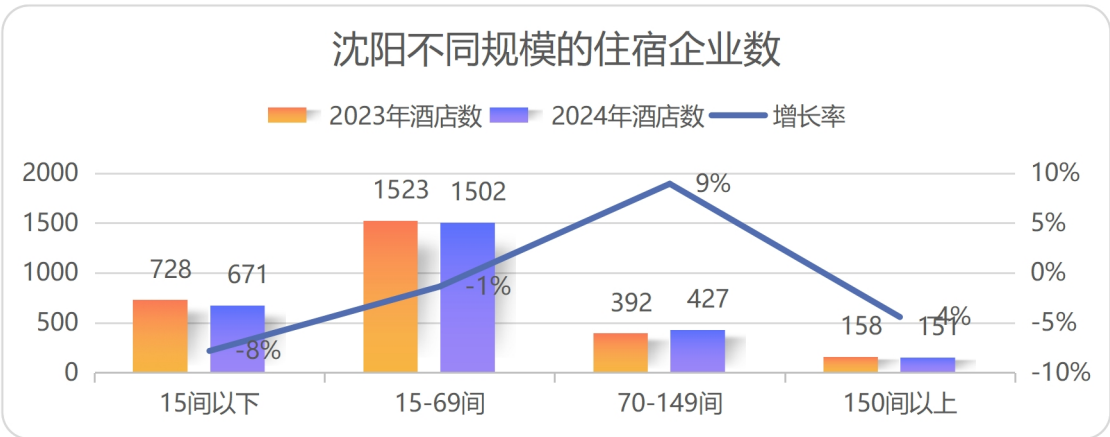
1.3 沈阳市住宿企业重点商圈分布



数据来源：截止 2024 年 12 月 31 日的 OTA 平台数据

中街故宫/小河沿早市商圈的住宿企业为 368 家；沈阳北站/辽宁大学商圈的住宿企业为 324 家；青年大街/彩电塔夜市商圈的住宿企业为 299 家；奥体中心/浑南万达商圈的住宿企业为 208 家；铁西广场/体育场商圈的住宿企业为 77 家。排名前 5 的商圈，住宿企业数合计占比 46.4%。

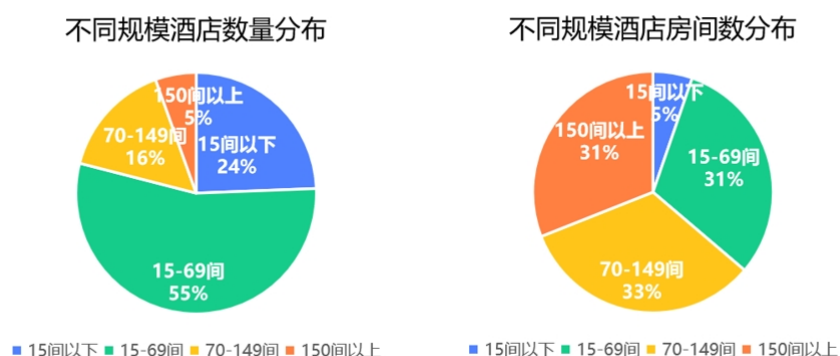
1.4 沈阳市住宿企业规模分布



数据来源：截止 2024 年 12 月 31 日的政府相关部门数据

从房间数量看，15 间以下住宿企业数量同比下降 8%，15-69 间住宿企业同比下降 1%，150 间以上住宿企业同比下降 4%，70-149 间住宿企业同比增长 9%。

不同规模住宿企业房间数



数据来源：截止 2024 年 12 月 31 日的政府相关部门数据

15 间以下的住宿企业数占比为 24%，房间占比为 5%。15-69 间的住宿企业数占比为 55%，房间占比为 31%。70-149 间的住宿企业数占比为 16%，房间占比为 33%。150 间以上的住宿企业数占比为 5%，房间占比为 31%。

1.5 沈阳中高端住宿企业数量

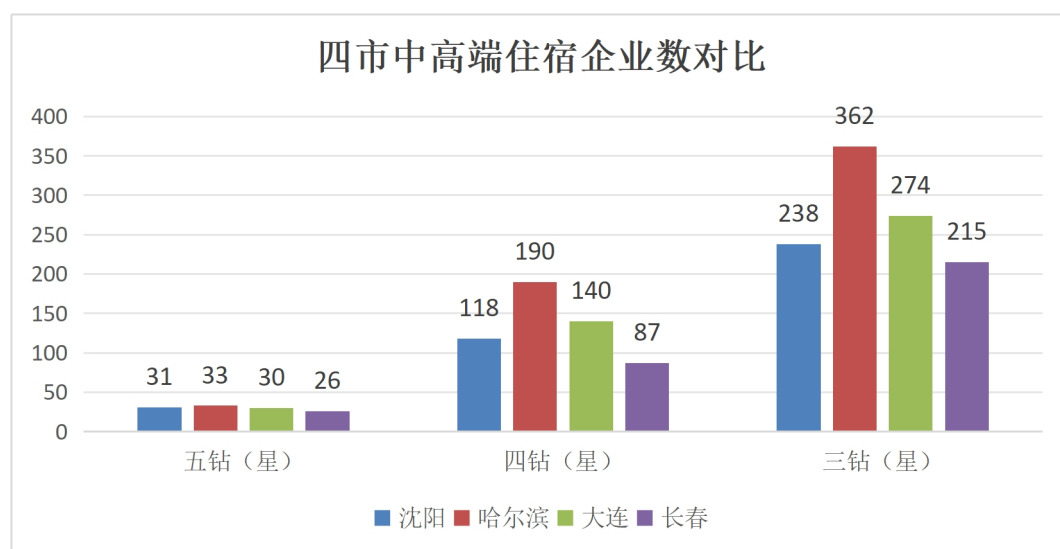
1.5.1 沈阳市文旅局认定的旅游星级住宿企业数量

全市共有 35 家旅游星级饭店，其中五星级 4 家、四星级 11 家、三星级 19 家、二星级 1 家。

1.5.2 OTA 平台认定的星钻级住宿企业数量

全市经 OTA 平台认定的星钻级住宿企业 387 家(五钻级 31 家, 四钻级 118 家, 三钻级 238 家)。

1.5.3 东北四大核心城市 OTA 平台认定的星钻级住宿企业对比

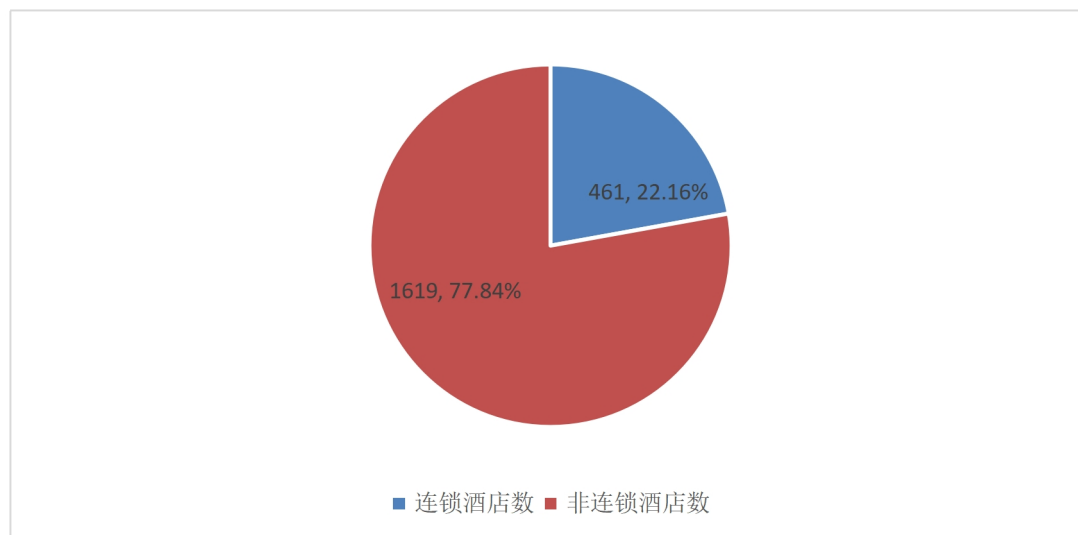


数据来源: 截止 2024 年 12 月 31 日 OTA 平台数据

沈阳市三钻(星)级标准及以上住宿企业 387 家, 大连市三钻(星)级标准及以上住宿企业 444 家, 长春市三钻(星)级标准及以上住宿企业 328 家, 哈尔滨市三钻(星)级标准及以上住宿企业 585 家。

2 沈阳连锁住宿企业规模和结构

2.1 沈阳市住宿企业门店连锁化率



数据来源：截止 2024 年 12 月 31 日的 OTA 平台数据

2024 年沈阳市 15 间房以上的住宿企业设施共计 2080 家，其中连锁门店 461 家、非连锁门店 1619 家。参照全国连锁化率统一计算口径（15 间房以下的住宿门店不计入住宿企业门店连锁化统计范畴），对应连锁化率为 22.16%。这一数据与全国 26.75% 的平均连锁化率存在明显差距，表明沈阳市住宿行业连锁化发展仍具备较大提升空间。

2.2 沈阳市连锁酒店情况

沈阳的连锁集团数为 40 个，覆盖品牌数为 110 个，连锁住宿企业数为 461 家，各个指标在东北各主要城市中均排在第一位。

沈阳主要连锁住宿企业集团分布

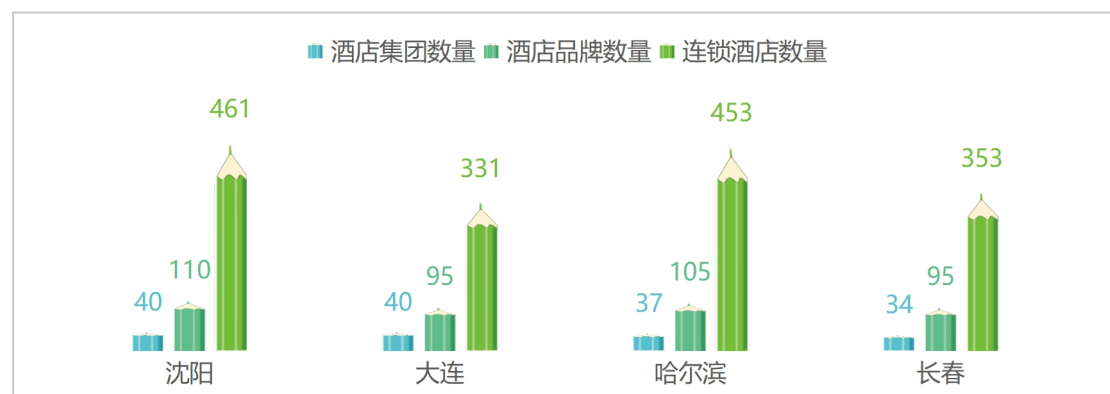
序号	住宿企业集团	品牌数量	酒店数量
1	锦江酒店（中国区）	22	108
2	首旅如家	15	92
3	华住	11	97
4	希尔顿	5	7
5	万豪国际集团	5	5
6	华驿	4	13
7	艺龙酒店科技	4	8
8	丽呈	4	6
9	东呈集团	3	10
10	尚美数智	3	5
11	格林	2	15
12	逸柏酒店	2	4
13	凯莱	2	2
14	香格里拉	2	2
15	亚朵	1	32
16	轻住集团	1	15
17	遨游	1	5
18	速 8	1	6
19	洲际酒店集团	1	3
20	锦江丽笙	1	2

数据来源：截止 2024 年 12 月 31 日的 OTA 平台数据

2.3 与其他城市连锁住宿企业对比

2.3.1 东北四个副省级城市的连锁酒店对比

从东北四个副省级城市的连锁酒店布局数据来看：沈阳汇聚 40 家酒店集团、110 个酒店品牌，连锁酒店数量达 461 家；大连同样拥有 40 家酒店集团，酒店品牌数量为 95 个，连锁酒店数量 331 家；哈尔滨引入 37 家酒店集团、105 个酒店品牌，连锁酒店数量 453 家；长春布局 34 家酒店集团、95 个酒店品牌，连锁酒店数量 353 家。整体而言，沈阳在酒店品牌数量和连锁酒店规模上均领先于其他三座城市，大连与长春酒店品牌数量持平，哈尔滨连锁酒店数量仅次于沈阳，四座城市的酒店集团数量差距相对较小。



数据来源：截止 2024 年 12 月 31 日的 OTA 平台数据

2.3.2 与其他副省级城市连锁酒店对比

从全国副省级城市酒店品牌数量分布来看：杭州以 262 个酒店品牌位居首位，成都紧随其后为 260 个；西安与广州品牌数量相同，均为 242 个；深圳、武汉、南京分别拥有 217 个、206 个、194 个酒店

品牌；青岛、济南、宁波的酒店品牌数量依次为 177 个、173 个、165 个；厦门的酒店品牌数量为 127 个。整体呈现出华东、华南、西南核心城市酒店品牌数量显著领先，沈阳等东北地区重点城市品牌布局规模相对靠后的特征。

2.4 沈阳市本地品牌住宿企业发展

沈阳铁道文旅集团酒店版块 6 家酒店：东北大厦，沈阳东方商旅酒店，沈阳铁道 1912 饭店，沈阳东旭酒店，沈阳沈铁大酒店，沈阳铁道文旅城市酒店；

豪泽集团：目前沈阳有 5 家酒店、1 家公寓；

漫季酒店集团：目前在沈阳有 7 家酒店；

古奈酒店集团：目前在沈阳有 5 家酒店。

3 沈阳市住宿企业经营数据

3.1 沈阳市住宿企业三大核心数据

2024 年沈阳市住宿业平均房价为 267 元/间夜，平均出租率为 57.16%，每间可售房收入 152.62 元。结合平均房价、出租率、每间可售房收入三大核心指标，从纵向（沈阳 2023-2024 年自身对比）、横向（与全国平均水平对比）以及细分市场（沈阳本地住宿业与三大全国头部住宿集团沈阳门店对比）三个维度，可清晰看出沈阳住宿行业经营稳健向好、头部品牌引领效益显著，且整体竞争力优于全国平

均水平。

3.1.1 纵向对比：2024 年沈阳住宿业实现全面稳步增长

2024 年沈阳住宿业的三项核心经营指标较 2023 年均呈现正向增长，经营态势持续向好，体现出市场需求的稳步复苏。

平均房价小幅攀升：2024 年平均房价达 267 元/间夜，较 2023 年的 258 元/间夜增长约 3.5%。这一变化或许是沈阳文旅热度提升、高端及商务酒店供给增加，同时住宿业服务品质升级，推动了整体定价水平的合理上调。

出租率稳步提升：平均出租率从 2023 年的 55.39% 提升至 2024 年的 57.16%，增幅约 3.2%。这背后离不开沈阳旅游市场升温与商务活动回暖，像 2024 年沈阳“十一”假期住宿订单量较 2023 年上涨超三成，冬季旅游也带动酒店预订热度攀升，直接拉动了房间出租率。

单房收益同步增长：受房价和出租率双重上涨的驱动，2024 年每间可售房收入达 152.62 元，较 2023 年的 142.91 元增长约 6.8%。单房收益作为衡量酒店经营效益的核心综合指标，其显著增长表明沈阳住宿业的资源利用率和收入能力均实现了实质性提升。

3.1.2 横向对比：沈阳住宿业核心指标全面碾压全国平均水平

相较于 2024 年全国住宿企业的经营数据，沈阳住宿业在三个关键指标上都具备明显优势，整体经营质量处于全国较高水平。

房价优势突出：沈阳 267 元/间夜的平均房价，远超全国平均的 208.48 元/间夜，差距达 58.52 元。这既与沈阳作为东北核心城市，商务、旅游等刚性住宿需求支撑有关，也源于当地住宿设施的品质整体高于全国平均水准。

出租率表现更优：沈阳 57.16% 的平均出租率，比全国 50.79% 的平均水平高出 6.37 个百分点。这反映出沈阳住宿市场的客源吸引力更强，无论是本地及周边游人群，还是商务出行人群，都为住宿市场提供了稳定的客源支撑。

单房收益差距显著：沈阳每间可售房收入 152.62 元，较全国平均的 105.89 元高出约 44.1%。这一数据直观体现了沈阳住宿业的经营效率和盈利潜力远超全国整体水平，其市场运营状态和竞争力在全国住宿市场中处于优势地位。

3.1.3 细分对比：头部连锁品牌凭借运营优势领跑沈阳市场

2024 年全国前三名住宿集团（华住、首旅、锦江）在沈阳的门店，与沈阳本地整体住宿业形成鲜明对比，凸显出头部连锁品牌的运营优势对经营效益的强大拉动作用。

舍房价换出租率，实现收益反超：头部集团沈阳门店的平均房价为 242.3 元/间夜，低于沈阳本地平均水平 24.7 元/间夜，但出租率高达 80.6%，远超沈阳整体的 57.16%，高出 23.44 个百分点。这种定价策略更贴合大众消费需求，再加上连锁品牌的标准化服务和全国统

一的预订体系，大幅提升了客源获取能力和房间利用率。

单房收益差距悬殊：在房价更低的情况下，头部集团沈阳门店凭借高出租率，实现 195.67 元/ 间夜的单房收益，不仅远超沈阳本地整体的 152.62 元，更是全国平均水平的 1.84 倍。这充分证明连锁品牌的标准化管理、数字化营销和会员体系，能实现房价与出租率的更优匹配，其经营效率远高于沈阳本地大量的中小单体住宿门店。

综上所述，沈阳住宿业 2024 年经营状况良好，既实现了自身规模与效益的同步增长，也展现出优于全国市场的综合竞争力。而头部连锁品牌在沈阳的亮眼表现，也揭示了连锁化、标准化运营是提升住宿业经营效益的关键，这也为沈阳后续推动住宿业连锁化率提升、进一步激活市场潜力提供了明确方向。

3.2 沈阳市住宿行业入住人次

2024 年沈阳市宾馆全年入住人次达 2044 万人次，日均入住人次为 5.6 万人次，相较于 2023 年实现 18.5% 的同比增幅。该数据直观体现出 2024 年沈阳商务、文旅等相关产业带动下，宾馆行业迎来显著复苏，市场需求旺盛，行业发展态势向好。

3.2.1 整体呈稳健增长态势，行业活力显著提升

2024 年沈阳宾馆全年入住人次达 20,443,914，相较于 2023 年的 17,252,210 增长 18.5%，日均入住人次也从 47,266 增至 56,011。这一数据直观反映出沈阳宾馆行业摆脱了此前可能存在的市场平淡

状态，进入稳步上升通道。

3.2.2 月度波动差异明显，贴合文旅与商务出行规律

2024 年各月入住人次的同比增幅跨度极大，呈现出鲜明的季节性和场景化波动特征，与文旅活动、出行需求的变化高度契合。

1 月份入住人次迎来爆发式增长：该月份同比增幅高达 80.0%，是全年增幅峰值。这与 2024 年沈阳春节期间旅游市场的火爆密切相关，大量游客的涌入直接带动宾馆入住人次激增。此外，春节作为传统出行高峰，探亲、旅游等需求集中释放，进一步推高了入住数据。

传统旺季稳中有升，支撑行业基本盘：7-8 月作为夏季旅游旺季，2023 年入住人次就处于高位，分别为 186 万余人次和 190 万人次，2024 年在此基础上继续增长，增幅达 11.5%和 19.5%。这得益于沈阳开展的“约沈阳悦消费”“夏日享清凉”等系列商务文旅活动，同时夏季学生假期、家庭出游增多，加上夜经济街区、特色消费场景的加持，为宾馆带来了稳定客源。

部分月份增幅放缓，受多重因素影响：2 月和 9 月的同比增幅仅为 4.8%和 5.2%，是全年最低的两个月份。2 月可能受春节假期结束后出行需求快速回落的影响，游客和探亲人群陆续返程，住宿需求回归常态；9 月处于暑期结束、国庆假期尚未到来的出行淡季，商务出行虽保持稳定，但缺乏大规模文旅活动和假期的拉动，导致宾馆入住人次增长乏力。

3.3 沈阳市旅游星级酒店经营数据

2023 年和 2024 年全市 33 家旅游星级酒店经营情况统计表

序号	旅游星级	2024 年			2023 年		
		营业收入 (万元)	入住率	客房收入占比	营业收入 (万元)	入住率	客房收入占比
1	五星	28,871	67.9%	48.6%	28,499	67.4%	48.9%
2	四星	36,413	49.6%	37.0%	39,218	51.3%	37.0%
3	三星	21,620	53.5%	45.2%	24,312	56.0%	42.1%
4	合计	86,904	56.1%	42.9%	92,028	57.4%	42.0%

数据来源：沈阳市相关市直部门

全市共有 35 家旅游星级饭店，其中有 33 家在 2023 年和 2024 年有连续的经营数据，整体来看，33 家星级酒店 2024 年在营业收入和入住率上较 2023 年均略有小幅下滑，但不同星级酒店各有亮点与问题。

3.3.1 五星级酒店

该星级酒店经营态势最为稳健。2024 年营业收入达 28871 万元，较 2023 年的 28499 万元略有增长；入住率也从 2023 年的 67.4% 小幅提升至 2024 年的 67.9%。在收入结构上，客房收入占比和餐饮收入占比波动极小，2024 年分别为 48.6%和 39.3%，与 2023 年的 48.9%和 39.9%基本持平。这表明五星级酒店凭借高品质的服务、完善的设施，拥有稳定的高端客源，受市场波动影响较小。

3.3.2 四星级酒店

该星级酒店是 3 类星级酒店中经营下滑较明显的。营业收入从 2023 年的 39218 万元降至 2024 年的 36413 万元，入住率也从 51.3% 下降到 49.6%。不过客房收入占比始终稳定在 37.0%，餐饮收入占比仅从 39.9% 微降至 38.8%。其处于高端与中端酒店的夹心地带，既面临五星级酒店的品质压制，又要应对中端连锁酒店的性价比竞争，同时社会餐饮的崛起也分流了其餐饮客源。

3.3.3 三星级酒店

该星级酒店呈现收入下滑但核心业务竞争力略有提升的特点。营业收入从 2023 年的 24312 万元降至 2024 年的 21620 万元，入住率也从 56.0% 下降到 53.5%。但值得注意的是，其客房收入占比从 42.1% 提升至 45.2%，餐饮收入占比也从 34.3% 增至 36.2%。

4 沈阳市住宿业 2024 年发展小结

4.1 沈阳住宿企业平均房价分析

2024 年，沈阳市住宿业平均房价实现同比增长，整体均价约 267 元/晚，较 2023 年上涨 3.49 个百分点。受区域定位、酒店档次、季节需求等多重因素影响，不同维度的酒店价格表现呈现显著分化特征。

4.1.1 区域价格分化：核心区域与非核心区域差异显著

核心文旅商圈：沈阳故宫、中街等文化地标周边酒店，因占据核

心文旅资源，均价达到 450-600 元/晚；在“十一”假期、冰雪旅游季等旺季，价格涨幅超 30%，部分高端特色酒店房价甚至突破 800 元/晚。

交通枢纽区域：沈阳北站、沈阳站周边酒店均价为 200-350 元/晚，其中商务型酒店因配套设施完善（如免费接送、商务办公服务等），价格略高于同区域经济型酒店。

非核心区域：苏家屯、沈北新区等区域以经济型酒店为主，均价仅 150-200 元/晚，凭借高性价比优势，主要吸引本地及短途游客。

4.1.2 档次价格差异：中高端酒店成房价增长主力

经济型酒店：均价稳定在 150-250 元/晚，虽价格涨幅相对较小，但依托高性价比保持了稳定的入住率，成为市场需求的基础支撑。

中高端酒店：均价区间为 400-800 元/晚，其中配备亲子设施、专业会议中心的中高端酒店，因精准匹配细分需求，价格涨幅达到 8%-10%，成为推动整体房价增长的核心力量。

高端奢华酒店：以沈阳世茂希尔顿、沈阳芊丽酒店等为代表，均价超 1000 元/晚，其中行政房、景观房等特色房型价格可达 1500 元/晚以上，主要服务高端商务客群与高端旅游客群。

4.1.3 季节与需求驱动：房价呈现“旺季冲高、淡季稳升”特征

2024 年沈阳住宿业房价波动与需求周期高度契合，呈现“旺季

冲高、淡季稳中有升”的特点。5-10月文旅旺季期间，房价较淡季上浮20-30%；冬季冰雪旅游季的到来，进一步推动四季度酒店价格上涨。与此同时，商务需求的常态化的运行，有效支撑了淡季房价的稳定，避免了房价大幅波动。

4.2 沈阳市住宿业平均出租率分析

2024年，沈阳市住宿业整体平均出租率达57.16%，入住人次达2044.4万人次，同比提升18.5%，这一良好表现，既是文旅市场爆发式增长的直接带动，也是商务需求稳步复苏的有力支撑，同时离不开市场供给结构的持续优化，具体可从以下三方面展开分析：

4.2.1 文旅消费强势驱动出租率攀升

2024年沈阳文旅热度持续走高，核心文旅场景住宿需求集中释放。其中，“十一”假期住宿订单量同比增幅超三成，沈阳北站、中街、沈阳故宫等核心区域酒店预订率突破60%，上海、浙江、广东等外地客源成为消费主力，直接拉动核心区域出租率提升。此外，冬季冰雪旅游与特色文化旅游的兴起，推动四季度酒店搜索量同比翻倍，进一步延续了全年出租率的增长态势。

4.2.2 商务需求稳步复苏提供核心支撑

作为东北重要的经济中心，2024年沈阳商务活动、大型会议、体育赛事等举办频次显著增加，商务旅客流量稳步回升，对高端酒店

的需求尤为突出。其中，配备完善会议设施、专业商务中心的高端商务型酒店，因精准匹配商务客群需求，入住率表现亮眼，成为拉动整体出租率增长的重要力量，有效填补了非文旅旺季的需求缺口。

4.2.3 市场供给优化适配多元化需求

沈阳酒店市场供给结构持续升级，一方面高端酒店与商务酒店数量稳步增加，提升了高端住宿供给能力；另一方面，中高端酒店主动探索差异化竞争路径，通过推出宠物友好服务、完善亲子配套设施等举措，精准对接细分客群需求，有效拓展了客群范围。供给端的精准适配，进一步释放了多元化住宿需求，为整体出租率提升提供了重要保障。

4.3 沈阳住宿企业单房收益率（RevPAR）分析

2024 年，沈阳市住宿业单房收为 152.62 元/间夜，较 2023 年增长约 6.8%，成为全国少数实现单房收益率持续增长的重点城市。受酒店档次、所在区域、季节需求等因素影响，不同维度酒店的单房收益率表现差异显著。受季节波动特征方面，呈现“旺季冲高、淡季稳中有升”的态势。五一、十一假期及冬季冰雪旅游季，单房收益率较淡季上浮 30%-50%，其中冰雪旅游季因酒店房价涨幅超 100%，成为全年收益率峰值期；而商务需求的常态化运行，使得淡季单房收益率仍能稳定在 200 元/间夜左右，为全年收益的稳定增长提供了有力支撑。

三、全国住宿业发展趋势

未来 3 年全国住宿业呈以下四大发展趋势：连锁率继续上升，愈发向头部品牌集中；数字化转型与智能化服务深化；绿色低碳与可持续发展；本土化与特色场景融合。

1 连锁率继续上升，愈发向头部品牌集中

住宿行业供给侧变革推动住宿业连锁化提升，头部连锁住宿企业集团效应越来越明显，目前国内前五强的住宿企业集团开业门店达到四万家。一二线城市连锁化趋近饱和，三线及县域市场成新蓝海，存量翻牌改造占比超 80%。细分市场分化：高端度假、奢华民宿与经济型住宿企业并存，品牌矩阵覆盖商务、亲子、康养等多元需求。

2 数字化转型与智能化服务深化

AI 与大数据应用：生成式人工智能（如 DeepSeekv3\GPT-R1）推动住宿业从“劳动密集型”转向“智能密集型”，智能营销、管理、客服等场景广泛应用。

智能客房与个性化体验：智能床系统、AR/VR 技术（如虚拟预览客房、互动导览）提升入住体验，预计全球智能住宿业市场规模 2025 年达 100 亿美元。

运营效率优化：数字化技术降低人力成本，机器人服务覆盖礼宾、清洁等环节，智能能源管理系统助力节能降耗。

3 绿色低碳与可持续发展

强力推进沈阳市绿色饭店创建与普及：2024 年全国新增绿色饭店 362 家，总数近 3000 家。平均节电 15%、节水 10%，收入增长 12%。国际品牌如雅高、万豪加入绿色创建，推动行业转型。

环保措施升级：住宿企业采用可再生能源、可降解用品，减少一次性塑料和食物浪费，部分酒店实施“零浪费”政策。

4 本土化与特色场景融合

文化赋能品牌：酒店融入地域文化、非遗体验，打造差异化服务。

“酒店+X”模式创新：跨界融合剧本杀、电竞、艺术展览等，从住宿空间转型为“体验平台”。亲子、银发友好型服务成新增长点。

四、沈阳住宿业发展机遇与挑战

近年来，沈阳市住宿业呈现规模稳健增长、经营效益优于全国平均水平的良好态势，但同时也面临着区域发展失衡、连锁化率偏低等诸多问题。结合行业发展现状及市场环境，沈阳市住宿业的发展机遇与挑战并存，具体分析如下：

1 发展机遇

1.1 文旅融合深化与冰雪经济爆发，释放海量需求

沈阳拥有丰富的历史文化资源与独特的冰雪旅游 IP，为住宿业

注入强劲动力。一方面，故宫、中街商圈等核心文旅地标持续吸引全国游客，2024 年“十一”假期住宿订单量同比增幅超三成；另一方面，冬季冰雪旅游热度飙升，2024 年冬季住宿企业搜索量同比上涨超 100%，文旅活动贡献酒店收入占比达 40%。2025 年冰雪旅游旺季的持续升温，不仅将带动高端度假住宿企业房价上涨，更推动“酒店+文旅”综合消费场景的开发，为住宿业拓展收入空间。同时，沈阳与鞍山、抚顺共建“辽宁中部旅游圈”，跨城消费占比提升至 35%，进一步扩大了客源供给。

1.2 商务需求稳步复苏，支撑市场稳定运行

作为东北地区重要的经济中心，沈阳汽车制造、新能源等支柱产业持续发力，吸引了大量商务客群，为住宿业提供了稳定的需求支撑。数据显示，沈阳商务酒店入住率长期稳定在 65%-70%，成为填补非文旅旺季需求缺口的核心力量。随着区域产业升级与商务活动频次的增加，高端商务酒店的需求进一步凸显，为住宿业的产品升级与结构优化提供了方向。

1.3 数字化技术成熟落地，赋能行业效率提升

数字化转型已成为住宿业发展的必然趋势，而技术的成熟应用为沈阳住宿业升级提供了契机。2024 年国家行业标准《数字酒店运营服务规范》的正式实施，为行业数字化发展提供了标准化指引；AI 大模型、智能体等新技术的广泛应用，推动住宿业从“劳动密集型”

向“智能密集型”转型。目前，72%的高端住宿企业已部署 AI 客服系统，响应速度提升 30%以上，而中低端住宿企业也在逐步应用数字化工具优化运营。此外，云 PMS 系统、全光融合通信技术等基础数字化设施的推广，为智能客房、无接触服务等场景落地提供了保障，助力行业提升服务质量与运营效率。

1.4 政策支持力度加大，营造良好发展环境

在东北振兴战略背景下，沈阳获得消费新业态新模式新场景试点城市，获得专项基金支持开发文旅综合体，将有效整合住宿、会展、婚庆等业态形成产业链联动。同时，行业协会积极推动标准制定与人才培养，积极联合企业集团建立“沈阳酒店人才学院”，定向培养专业运营人才，为住宿业高质量发展提供政策保障与人才支撑。

1.5 连锁化升级空间广阔，存量资源潜力可期

当前沈阳住宿业连锁化率为 22.16%，显著低于全国 26.75%的平均水平，大量经济型及单体住宿企业未被连锁品牌覆盖，升级空间广阔。从市场基础来看，2024 年沈阳旅游收入达 1500 亿元，文旅消费潜力为中高端连锁品牌提供了需求支撑；从转型路径来看，轻资产加盟、资本整合等模式可降低单体企业转型门槛，而头部连锁品牌的标准化管理体系与会员资源，能有效解决单体企业管理粗放、获客困难等问题，为行业连锁化升级创造了有利条件。

2 面临挑战

2.1 区域与业态发展失衡，供给结构有待优化

沈阳住宿业存在明显的区域发展不均问题，沈河、和平、铁西等核心区域集中了 67.3% 的住宿企业和 76.8% 的房间数，而苏家屯、康平、法库等区域住宿资源匮乏。在业态结构上，呈现“金字塔结构”，经济型住宿企业占比过半，中端市场竞争激烈，高端及特色住宿供给相对不足。同时，部分老旧经济型酒店设施陈旧、服务单一，难以满足消费者品质化、个性化的需求，同质化竞争加剧了市场内卷。

2.2 连锁化率偏低，单体企业竞争力薄弱

尽管沈阳连锁住宿企业数量在东北主要城市中位居第一，但连锁化率仍低于全国平均水平，大量单体住宿企业面临诸多发展困境。一方面，单体企业缺乏品牌影响力与标准化服务体系，难以吸引高端客群；另一方面，其在数字化营销、会员管理等方面能力不足，获客成本较高，经营效率远低于连锁品牌。数据显示，全国前三名的住宿业集团在沈阳的门店单房收益达 195.67 元/间夜，远超沈阳本地整体 152.62 元/间夜的水平，差距悬殊。

2.3 成本压力持续攀升，盈利空间受挤压

宏观经济环境下，沈阳住宿业面临多重成本上涨压力。人力成本方面，员工工资、社保、培训费用持续上涨，且基层服务人员流动性大，进一步增加了企业用工成本；能源与物料成本方面，电力、燃气、

水费及客房用品、清洁耗材价格波动，加重了企业运营负担。此外，部分老旧酒店的设施改造、节能升级等投入需求，进一步压缩了盈利空间，对企业的资金实力与成本控制能力提出了更高要求。

2.4 市场波动风险显著，抗风险能力不足

沈阳住宿业受季节因素与突发事件影响较大，呈现“旺季更旺、淡季更淡”的特征。旅游淡旺季明显，淡季期间部分酒店入住率偏低，固定成本难以分摊；商务需求受经济周期影响，存在不确定性，对行业造成冲击。此外，行业还面临安全与舆情风险，消防隐患、食品安全、客户隐私泄露及网络差评等问题，可能影响企业品牌形象与市场口碑，而部分中小企业缺乏完善的风险应对机制，抗风险能力薄弱。

2.5 人才体系薄弱，数字化转型进程不均

沈阳住宿业人才短缺问题突出，不仅缺乏专业的运营管理人才，基层服务人员也存在技能不足、流动性大等问题。员工培训多集中于基础服务规范，对沈阳历史文化、旅游资源等知识的普及不足，难以满足“城市文化推介官”的角色需求。在数字化转型方面，行业内存在明显的两极分化，高端酒店已广泛应用 AI 客服、智能客房等技术，而大量中低端单体酒店受资金、技术、人才限制，数字化基础薄弱，难以跟上行业转型步伐。

2.6 绿色发展基础薄弱，转型动力不足

尽管绿色可持续发展已成为行业趋势，但沈阳住宿业绿色转型进

展缓慢。部分企业对绿色转型认知不足，缺乏节能减排技术应用、绿色供应链建设的动力；同时，绿色转型前期投入较大，而部分中小企业资金有限，难以承担转型成本，制约了行业绿色可持续发展进程。

五、沈阳市住宿行业发展策略

依托丰富的历史文化资源与独特的冰雪旅游 IP，沈阳市住宿业迎来文旅融合发展的黄金机遇，但同时也面临连锁化率偏低（22.16% 低于全国平均 26.75%）、产品同质化严重、高端供给不足、数字化水平不均衡、成本压力较大等突出问题。为落实商务部等 9 部门《关于促进住宿业高质量发展的指导意见》要求，推动沈阳住宿业实现高质量发展，助力国家现代服务业中心城市建设，结合行业实际，制定本策略。

1 强化品牌引领与文化赋能，构建差异化竞争优势

以品牌建设为核心，以文化赋能为突破，破解同质化竞争困局，打造具有沈阳辨识度的住宿品牌矩阵。

1.1 精准品牌定位与分层培育

构建“国际品牌+国内龙头+本地特色”的多层次品牌体系。一方面，持续引进万豪、希尔顿、凯悦等国际高端品牌，加快利星行凯悦、K11 同派等项目落地，提升城市住宿能级；另一方面，扶持本土优质企业，鼓励通过连锁经营、集团化发展提升影响力，培育漫季、豪泽

酒管等本土特色品牌。同时，引导企业明确市场定位，针对商务客、亲子家庭、年轻游客、文化爱好者等不同客群，打造“艺术设计酒店”“亲子友好酒店”“历史文化主题酒店”等细分品牌。

1.2 深度挖掘地域文化内核

推动住宿业与沈阳本土文化深度融合，让住宿空间成为“城市文化载体”。依托“一宫两陵”、工业遗产、民国建筑等资源，开发故宫文化酒店、工业风设计酒店、满族风情民宿等特色产品；将二人转、剪纸、东北民俗等元素融入空间设计、餐饮服务与客户体验，推广“冻梨慕斯”“酸菜心开胃菜”等地域特色餐饮，赠送“非遗拉花”“太阳鸟书签”等文化迎宾礼，打造“有记忆点”的沈阳住宿名片。

2 加快连锁化转型，释放存量资源价值

以资本、人才与管理模式协同为抓手，推动单体住宿企业向连锁化转型，弥补行业发展短板。

2.1 多维度降低转型门槛

推广轻资产加盟模式，引入万豪、希尔顿等国际集团特许加盟或管理加盟模式，让单体企业无需重资产投入即可共享品牌、会员体系和预订系统；鼓励锦江、华住等国内头部企业通过收购、翻牌等方式整合沈阳单体住宿资源，利用资金优势完成标准化改造；设立专项产业基金，对连锁化改造项目提供低息贷款或补贴，降低业主转型成本。

2.2 强化人才与管理支撑

以行业协会为纽带，联合在沈院校资源、住宿企业集团建立“沈阳酒店人才学院”，培养本地运营、收益管理等专业人才；复制国际联号运营手册、服务标准及国内集团数字化平台，输出标准化运营体系，解决单体企业管理粗放问题；推行“区域经理+本地店长”模式，兼顾总部管控与本地化运营适配性。

2.3 分阶段推进转型落地

短期筛选 100 家优质单体住宿企业，与锦江、华住等企业签订翻牌协议，2 年内完成改造；中期引入万豪万枫、希尔顿花园等中端品牌，填补中高端市场空白；长期形成多层次连锁体系，目标 3 年内将整体连锁化率提升至 25%以上。

3 践行绿色发展理念，筑牢可持续发展根基

响应国家绿色发展要求，将环保理念贯穿住宿业运营全流程，实现经济效益与环境效益双赢。

3.1 推广节能减排技术应用

推动住宿企业安装智能照明、温控设备等节能系统，采用 LED 照明、高效空调等节能设备，降低能耗成本；实施节水改造，使用低流量马桶、淋浴喷头，建设雨水收集系统用于绿化灌溉、冲厕；推广太阳能、风能等可再生能源利用，定期开展能源审计与监测，及时纠正

能源浪费。

3.2 完善绿色运营体系

严格落实一次性塑料制品使用报告制度，推行不主动提供一次性用品，推广可降解洗漱用品；建立垃圾分类与回收机制，加强布草等物资循环利用；优先选择环保供应商，采购绿色、可降解材料，建立供应商环境绩效评估体系。鼓励企业参与绿色建筑认证（如 LEED）和绿色饭店评定，对通过认证的企业给予政策补贴。

3.3 培育绿色消费氛围

定期开展环保培训提升员工环保意识，通过宣传册、提示牌引导客人参与绿色行动；推出绿色消费奖励计划，鼓励客人选择环保行为；推动企业发布 ESG 报告，公开环境绩效和社会责任履行情况，提升品牌社会形象。

4 深化数字化转型，提升智慧服务与管理水平

以数字化技术为驱动，推动住宿业运营模式、服务流程和管理理念全面革新，适配行业规范化发展趋势。

4.1 夯实数字化基础架构

推广技术领先的云 PMS 系统，实现客房管理、预订、财务等模块一体化运营；建设统一数据平台，链接 OTA 平台、CRM 系统等，实现客户数据、房态信息实时同步；推进全光网络与融合通信建设，为智

能设备提供稳定网络支撑。

4.2 创新智慧服务体验

打造“无接触”服务闭环，提供多渠道在线预订、VR选房、自助入住/退房及多元智能门锁服务；推进智能客房建设，部署智能温控、照明等系统，引入智能音箱、环境传感器等设备；借助CRM系统建立客户画像，提供个性化偏好匹配、精准营销推荐等服务。

4.3 强化数据驱动与安全保障

应用AI与机器人技术，引入送物、引领等复合多态服务机器人，部署AI客服与语音助手，降低人力成本；利用大数据分析优化定价策略、营销投放及房态管理，提升RevPAR；建立数据安全体系，对客户数据加密存储，部署防火墙等防护设备，开展员工隐私培训，确保合规运营。

4.4 推进试点示范与标准建设

未来3年内培养30家数字化住宿企业标准店，在中街、太原街等重点区域遴选3-5家试点打造智慧住宿样板；定期举办数字化转型论坛、技术培训，提升企业实操能力；制定《沈阳市智慧酒店建设指南》，开展数字化服务示范单位认证，推动行业规范化发展。

5 优化产品结构，拓展“住宿+”融合发展空间

立足多元化消费需求，推动产品供给从“同质化”向“差异化、

多层次、特色化”转型，提升产品附加值。

5.1 构建多层次供给体系

推动老旧经济型住宿企业翻牌升级，提升设计感与智能化水平，重点布局大学城、交通枢纽周边服务高性价比客群；引导中端住宿企业从“价格竞争”转向“价值竞争”，推出“中端+设计”“中端+亲子”等特色产品；拓展高端与特色住宿新蓝海，发展温泉酒店、房车营地等，满足“微度假”需求。

5.2 深化“住宿+”融合创新

推动“住宿+文旅”融合，与景区、博物馆合作推出“住宿+观演”“住宿+研学”套餐，将特色住宿纳入城市旅游线路；发展“住宿+康养”，引入睡眠监测系统打造深睡主题房；打造“住宿+社交”“住宿+办公”空间，设置共享厨房、旅居办公区等，拓展消费场景。

6 健全风险应对与成本控制体系，提升行业抗风险能力

针对宏观经济波动、成本上升、突发事件等挑战，建立系统性风险防控与精细化成本管理机制。

6.1 精准应对各类风险

应对市场波动风险，采用动态定价与收益管理（RMS），平衡商务、旅游等多元客源结构，推行灵活用工机制；应对人力成本压力，优化岗位设置，引入智能化设备替代部分人工，建立绩效导向激励机

制；应对安全与舆情风险，健全消防、食品安全管理体系，强化数据隐私保护，建立舆情监测与快速响应机制。

6.2 实施精细化成本控制

优化采购与供应链管理，推行集中采购与数字化采购系统，建立合格供应商名录；科学管理库存，设定安全库存定额，定期盘点分析损耗；安装能耗监测系统，将节能指标纳入绩效考核；建立全面预算体系，通过大数据分析挖掘成本优化空间。

6.3 强化政策与行业协同

政府对节能改造、智能化升级企业给予补贴或税收优惠，组织专题培训提升企业专业能力；行业协会发布成本控制指南，推广优秀案例，搭建供应链联盟推动联合采购，降低企业运营成本。

六、结语

沈阳市住宿行业发展需以文化为魂、客群为本、创新为驱、政策为翼，统筹推进品牌建设、连锁升级、绿色发展、数字化转型、产品优化与风险防控六大核心任务，推动行业从“功能满足”向“情感共鸣”跃升，实现高质量发展，为沈阳建设国家现代服务业中心城市提供有力支撑。