

随着我们的黄金周以及带薪休假制度的推行，越来越多的中国家庭，开始享受着度假的氛围。我们看到周边游、出境游的市场蓬勃增长，这些其实都为酒店行业带来了绝无仅有的市场机遇。

酒店其基本定义是提供安全、舒适，令游客得到短期的休息或睡眠空间的商业机构。一般地说来就是给宾客提供住宿和饮食的场所,主要为游客提供住宿服务、生活服务及设施、餐饮、游戏、娱乐、购物、商务中心、宴会及会议等设施。

疫情前，随着我国经济的增长、居民生活品质的提升等，人们的旅游消费越来越高，消费升级带动需求增加，刺激着酒店业需求的增长。

但近两年受疫情影响，我国酒店行业持续承压，酒店数量及酒店客房数量有所下降。

数据显示，2020年我国酒店数量为27.9万家，较上年同比下降17.5%；酒店客房数量为1533万间，较上年同比下降13%。2021年我国酒店数量为25.2万家，较上年同比下降9.7%；酒店客房数量为1347万间，较上年同比下降12.1%。

而疫情更像是
一场大浪淘沙，筛选出行业中最有价值的事物。目前来看，酒店行业的一些趋势已经显现，可以总结为以下几点。

酒店经营者需要在个体运营上发力，争取直接触达用户

自2020年以来，由于疫情带来的不确定性，酒店的直接预定量占比有极大提升，有计划住酒店的客人更有可能绕过平台，直接与酒店联系。以后一旦恢复正常，整个市场包括国际市场重新开放，客人可能酒店的直接预订量可能会下降。但酒店从业者必须记住，他们的优势在于他们直面客人时能给到最优惠和全面的服务。

2022年，酒店需要确保直销渠道具有最佳价值。虽然在知名度方面可能无法击败OTA平台巨头，但酒店将需要确保其直接渠道(包括移动渠道)清楚地指导消费者决策并推动直接销售。

酒店业会引入更多人工智能和自动化技术，作为降低酒店运营成本的一种手段

鉴于当前劳动力成本日渐增加，预计2022年酒店将广泛采用人工智能和自动化技术，包括语音服务类的聊天助手，以及智能前台和送货机器人等。这将使酒店能够更好地响应不断增长的客户需求，同时不必增加额外的用工成本和管理成本。再加上疫情影响，各个行业都选择了智能化的工具机器人来完成一些人工非必要参与的服务。一方面，降低了疫情传播风险。另一方面也减轻了酒店的用工成本，使得酒店的工作人员只需要提供更加有价值的服务。

酒店经营者需要灵活应对市场变化，并将重点放在开拓新市场

在现今疫情带来的不确定情况下，酒店必须继续采用更加灵活的取消策略，因为无法预测疫情会在何时以何种方式突然发生。为了应对这种情况，许多酒店都提供了更加灵活的取消策略，2022年仍然要继续如此。

此外，由于航班数量、目的地的大量减少。远程公共交通方式已经发生了重大转变。有条件的客人可能会为了无法避免的远程旅行选择自驾。酒店经营者需要考虑根据这一新的需求变化，制

定策略，为自驾客人提供免费停车等
优惠。抓住特殊时代下的客户需求，从而提高酒店服务口碑和市场竞争力。

自新冠疫情发生以来，酒店行业正在发生剧烈变革，旅游市场大幅收缩，酒店业可持续发展面临巨大挑战，同时也蕴含新的商业机会。总之，对于酒店行业来说

，未来风
险跟机遇并存，如何能在降低运营成本，保存实力的同时，把握当下需求，谋求创新发展是每一个酒店必须面对的问题。

藏元汇从2016年开始布局酒店项目，现已开业的5家民宿、酒店分布在丽江、大理、绍兴、新昌等热门旅游城市或景区，天姥隐民宿酒店是藏元汇继花筑奢?绍兴书圣故里、花筑?丽江古城藏元酒店、花筑奢?大理麓椿花园酒店、丽江古城右见酒店雪山美宿酒店后服务运营的又一家高端民宿酒店。
我们通过优化软硬件条件，提升服务内容品质，致力于把酒店打造成旅游目的地。

扫码即可了解酒店详情