

# 2020中国机场住宿业发展报告

2020.7

研究机构：浩华管理顾问公司

 Horwath HTL 浩华

支持机构

中国旅游协会民航旅游专业委员会 | 首都机场旅业集团 | 航湾酒店资产管理分公司

# 目录

## 一 数据概览

研究背景与样本

定位与规模

投资模式

## 二 客源结构与偏好

客源结构 – 需求来源

客源结构 – 预订渠道

需求特征 – 停留时长

需求特征 – 餐饮偏好

需求特征 – 季节性

需求特征 – 设施偏好

## 三 经营业绩

平均房价与入住率

收入结构

## 四 深度解读

一二线城市在需求、产品及投资发展上存在哪些差异？

在机场红线区域内发展住宿产品需要注意哪些环节？

在近机场片区投资酒店产品需考量哪些关键要素？

机场方自行投资与引进租赁方投资各有哪些利弊？

机场红线区域土地性质与发展酒店类重资产是否存在矛盾？

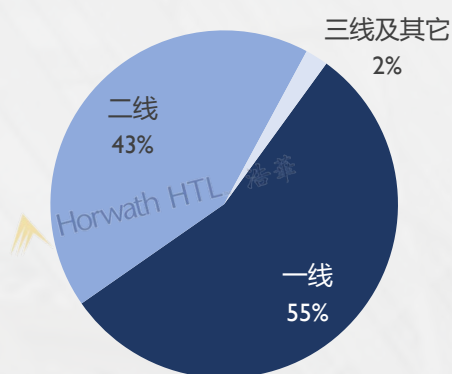
## 五 结语

# 研究背景

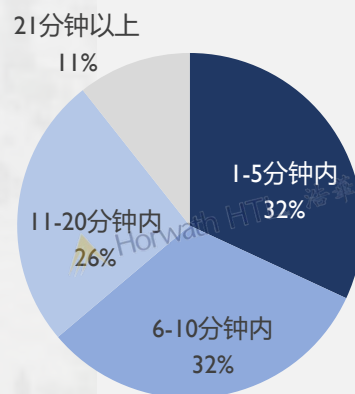
自中国改革开放而以来，中国各大城市的机场业务蓬勃发展。从建设第二机场（如北京和上海），到不断增加新的航站楼，到甚至重新选址建设新机场，机场这类设施的投资涉及资金庞大，连带着交通体系、服务配套，和机场所在片区的产业定位和导入，因此，被视为其所在城市的重大战略性投资。

随着各主要枢纽城市和重心城市的机场旅客 / 货物吞吐量显著增长，与之紧密配套有关的机场住宿产业也迎来的蓬勃的发展周期。各地机场在规划扩建新的航站楼、兴建新机场的同时，也会充分考虑服务于机场旅客过夜用房的住宿产业发展机遇。此外，机场所在区域的其他投资者也认识到机场和相关产业发展所带动的住宿业需求增长，因此，也在积极发展机场周边的住宿产业。鉴于机场酒店在客源需求及经营管理方面的特殊性，浩华管理顾问公司筹备了首次中国机场酒店专项调查，并首次发布中国酒店住宿产业发展白皮书。该专项调查旨在帮助机场酒店的现有及潜在投资者与经营者充分了解机场住宿产业的产品与运营特征，更针对性地打造机场住宿产品，并提升专业化运营能力。

调查酒店所处城市层级占比



调查酒店与航站楼的距离  
(步行时间)



为该白皮书发布所做的专项调查共包括了二十六个问题，涵盖了产品定位与规模、投资模式、经营业绩、客源构成、需求特征及设施偏好等，以深入分析在机场这一特定环境背景下，酒店产品及运营的独特之处。此调查的研究成果将在本报告中呈现。共收到国内22个主要机场周边47份有效酒店问卷，在此诚挚感谢各参与者的行业见解分享。

## 主流定位为中档和中低档

从定位层级上看，目前机场酒店供给呈现以中档和中低档产品为主的格局，高档供给十分有限。高档酒店主要集中在一线及新一线城市的机场周边，且与机场航站楼享有便捷的步行距离。目前机场周边酒店的供给结构与机场住宿需求支付力的发展息息相关。多数机场周边住宿需求仍以中低端为主流，高端需求数量相对受限；并且高端需求量级成长与城市层级相关联。一线城市及新一线城市机场客流量庞大，机场周边产业规模相对庞大且旅客支付能力较强，拥有较好的高端需求基础，可有效支持在优越地理位置开发高端酒店。而二线次级城市和三线城市机场周边的发展尚待时日，高端酒店的需求基础则明显不足。

### 酒店客房数



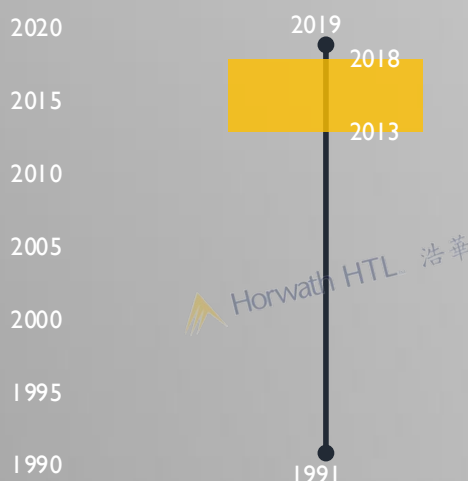
## 客房规模差异较大，总体以中小体量为主

就客房数量而言，机场酒店客房量的平均数为236间，整体以中等和中小规模居多。但客房数量的范围较大，最大约600余间，最小不足二十间。个别超大酒店是以机组需求为主的配套保障酒店或可同时兼顾周边产业片区需求的商务会议型全服务酒店。小体量酒店则包括部分由其它物业改建而来的中档或经济型酒店产品，客房面积及数量均受限；此外还包含部分位于航站楼内以售卖钟点房为主的住宿产品，此类酒店规模通常极小。以中小体量为主的酒店规模分布与目前机场酒店以中低档为主的定位层级分布直接相关。

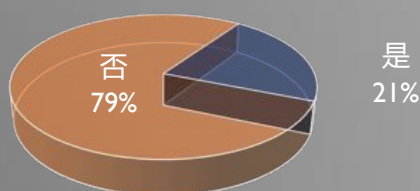
## 整体起步时间偏晚

近十年，即“十五”规划开始，中国民用机场建设和扩建进入快车道，而酒店作为机场延展服务的配套设施也相应迎来快速发展周期。受访酒店整体开业时间普遍偏晚，75%的酒店开业时间在2013年及以后，这与机场建设或扩建高峰时间契合。最早的机场酒店为90年代进入市场，但数量有限，开业较早的酒店投资主体通常为机场方及航空公司。随着各地机场的不断发展，机场过夜需求流量更趋充裕，社会资本开始逐渐进入。由于大部分酒店开业不足十年，仅约两成的酒店在近五年进行了翻新改造。

### 酒店开业时间



### 近期是否进行了大幅翻新改造

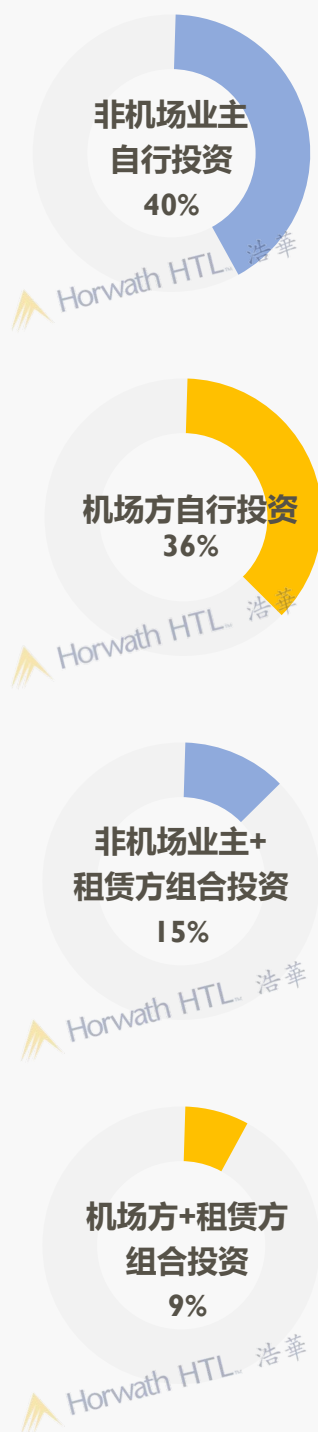


本报告中为展现各指标的分布情况，我们引入了一个重要的统计学概念，即四分位数。四分位数把所有数值由小到大排列，并分成四等分，处于三个分割点位置的得分就是四分位数。上图中，低四分位数代表着所有数值中排名最低的25%的数据；第二、三四分位数一起，代表着处于中间的50%数据；而高四分位数则代表最高的25%数据。如上图所示，为了使结果看起来更直观，我们将位于中间50%的数据以黄色方框标示。举例来讲，中间50%的受访酒店的开业时间分布在2013年至2018年的区间内。

# 投资模式

## 自行投资为主流投资模式

投资模式



在投资模式上，40%的受访酒店由非机场业主自行投资，其次36%的酒店由机场方自行投资。此外，15%的投资模式为非机场业主与租赁方组合投资，9%为机场方与租赁方组合投资。不同投资模式下酒店及品牌特征如下：

- **机场方自行投资**：机场方投资的酒店普遍采取委托管理的形式，涵盖从经济型至高档的定位层级，其中中高档及高档以国际管理公司运营居多，中档及经济型则更多交由机场自身旗下自创的酒店管理品牌及团队运营。
- **机场方+租赁方组合投资**：该投资模式的物业占比最低，以中档酒店品牌为主导。
- **非机场业主自行投资**：非机场业主自行投资的酒店在运营模式上更为灵活，自行运营、委托管理及特许经营各模式占比均衡。受品牌层级影响，中高档及以上定位酒店均采用委托管理的形式，中档及以下定位则以自行运营及特许经营模式为主。
- **非机场业主+租赁方组合投资**：以中低档等级产品为主，管理模式上多采用委托管理及特许经营。

总体而言，在租赁方参与的酒店中，定位层级通常为中档，少部分中高档及经济型；而高档品牌的投资模式均为自行投资。租赁方受投资回报驱动，偏好投资成本低、收益可观的中档定位产品。而高档品牌由于投资回报低，开发更多受其较好的品牌形象及对机场服务的延伸及补充驱动，由机场方自行投资。

管理模式上，由于大部分投资者缺乏酒店管理经验，因此偏好委托管理模式。部分机场业主旗下具有酒店管理公司，但运营酒店的定位层级集中于中低档。

从距离上看，机场方参与投资的物业明显在地理位置上更具优势，距离机场航站楼步行5分钟内的酒店近七成为机场方自行投资或机场方与租赁方组合投资。

## 机场中转旅客及机组人员为主力客源

各类客源占总客源比例 (%)



从住宿目的来区分，凭借与机场便捷的距离，机场酒店可获取大量早晚班机相关的中转过夜需求，因此机场中转需求为平均占比最高的客源，占据总客源的29%。半数酒店此类需求占比处在8%-50%的区间内，最高占比可达85%。其次，得益于大量的机组过夜需求，机组人员平均占比水平达20%，为重要的需求构成。

其余需求包括协议公司/企业客户、会议需求及航延旅客，平均占比水平依次为19%、12%及5%。协议客户更多来自周边商务及工业园区的当地企业及政府，商务协议客源的强弱与机场周边的产业发展规模和品质直接相关。产业区内的公司企业也将为酒店贡献主要的会议需求。此外，大型枢纽机场旁的酒店能依托其便捷的空中交通获取部分全国性或区域性会议。除店内会议需求，周边若具有大型的会议会展设施，则会议会展需求占比更高。除以上五类需求外，其它需求包括旅行团、长住、钟点房需求等，虽然调研结果中其它需求占比高，但更多由于各家酒店客源统计口径不一致的原因导致偏高。

尽管各家酒店因区位不同经营策略有所差异，整体而言，机场中转旅客及机组人员是机场酒店最为重要的需求来源，而机场酒店是否具备需求的多样性则与机场周边的产业发展与配套及成熟度息息相关。

## 主要预定渠道为协议客户及第三方订房平台

各渠道客源占总客源比例 (%)

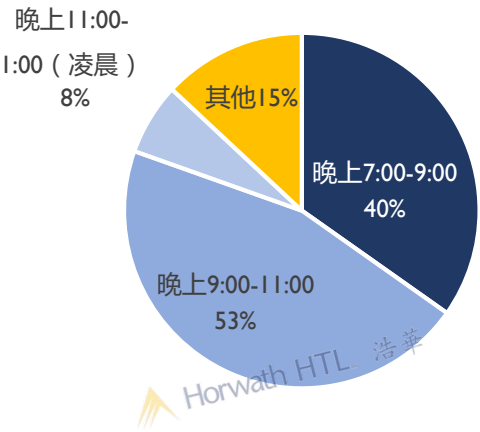


从预定渠道划分，酒店协议客户（包括航空公司）及OTA等第三方订房渠道为最重要的来源，平均占比分别为35%及30%，这与前述的客源结构吻合，航空公司通常为酒店协议的关键客户，除了机组需求外，还有航空公司的各种差旅需求。而中转散客则频繁使用第三方订房渠道。其余依次是占比13%的酒店官网/品牌管理公司中央订房系统、占比均为9%的直接上门散客及旅行社/旅游运营商。由于住客住宿临时性因素较强，因此机场酒店直接上门散客的比重较一般酒店偏高。最低占比的渠道为全球分销系统（GDS），平均比例为6%。

# 需求特征

## 中转为主要的住宿目的致使停留时间短

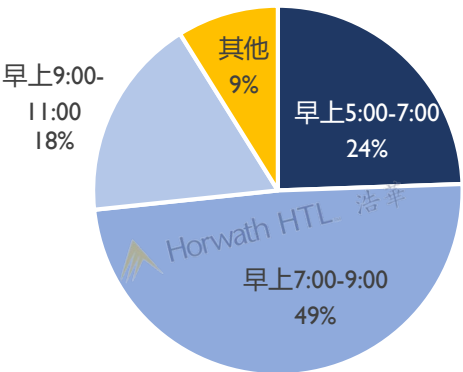
办理入住的高峰时段



### 入住时间

由于客群主要为早晚班机相关的中转旅客及机组需求，酒店的入住高峰时间偏晚，近53%的酒店办理入住的高峰时段为晚上9点至11点，其次为晚上7点至9点，约40%的酒店在此时间段。甚至有8%的受访酒店表示入住高峰时间为晚上11点至凌晨1点。

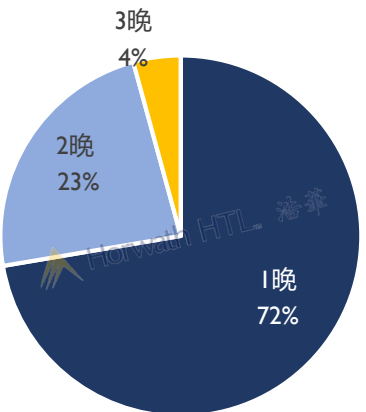
办理退房的高峰时段



### 退房时间

同样地，由于主力客群具有赶早班机的需求，因此，相对于一般酒店而言，机场酒店退房高峰时段普遍较早。近四分之一的酒店退房高峰在早上5点至7点之间，约一半的受访酒店在早上7点至9点迎来退房高峰。在9点以后为退房高峰的酒店不足三成。

平均入住晚数



### 平均入住晚数

此外，从停留天数来看，逾七成的受访酒店表示过夜住宿客人的平均入住房晚数为1晚；23%的酒店表示为2晚；仅4%表示为三晚。这同样是由于客群的机场中转属性强，同时大部分机场周边缺乏成熟的商务氛围及丰富的旅游资源，难以延长客人的停留时间。

总体而言，入住时间晚、退房时间早、以及停留天数少的需求特征决定了机场酒店客群在酒店内的停留时间偏短。因此，客人除过夜住宿外，其他可延伸的消费机会颇为有限，同时对客房本身的品质更为看重，尤其是涉及睡眠质量有关的各项要素。



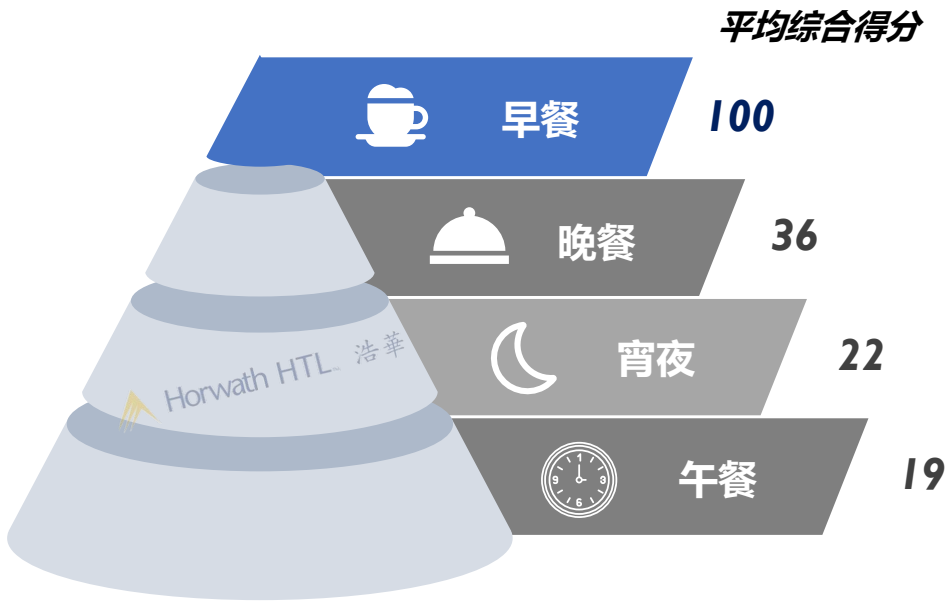
需求特征

早餐需求旺盛，  
其余时段用餐需求较弱

在餐饮方面，绝大多数受访酒店认为早餐为最重要的用餐需求，其次为晚餐。同时由于相当部分客人到店时间晚，因此宵夜需求亦较为重要。最后，由于客群呈现“入住晚、退房早”的住宿特点，同时绝大部分客人仅入住一晚，因而午餐时段的用餐需求最弱。

总体而言，由于客群入住时间晚，退房时间早，停留时间短，除了早餐时段具有较为充裕的用餐需求，其余时段酒店住客较少，导致用餐需求减少。此外，由于缺乏来自周边企业或私人的用餐需求，加之酒店还同时面临机场航站楼内各项餐饮设施的竞争。整体而言，机场酒店的餐饮上座率偏低。

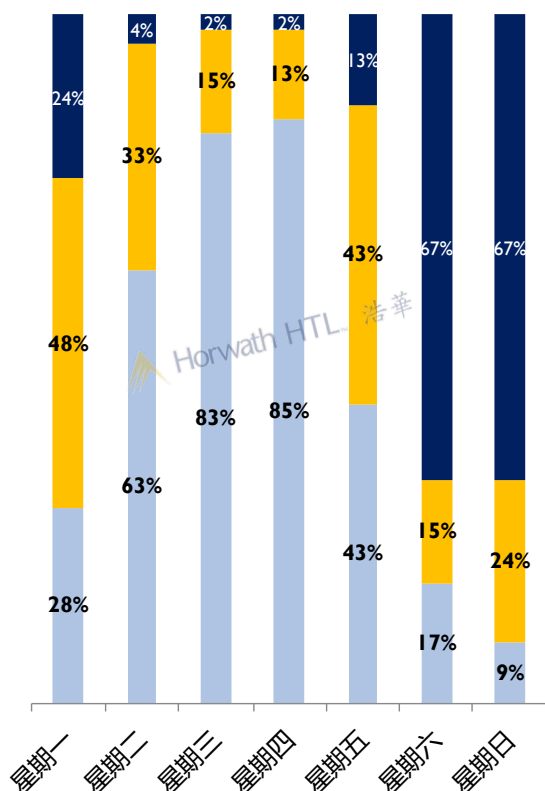
此外，由于受飞机行程安排的影响，住客作息及用餐时间相对不规律，呈现多时段用餐、用餐需求时间较为分散的特点。



说明：排序题记分原理为分别计算各个选项的排序情况，赋予相应的权重及分值，总体而言，即排名越靠前，作为首选的次数越多，分值越高。此处100分为最重要选项的得分。

## 商务相关需求为主导的季节性表现

### 周季节性



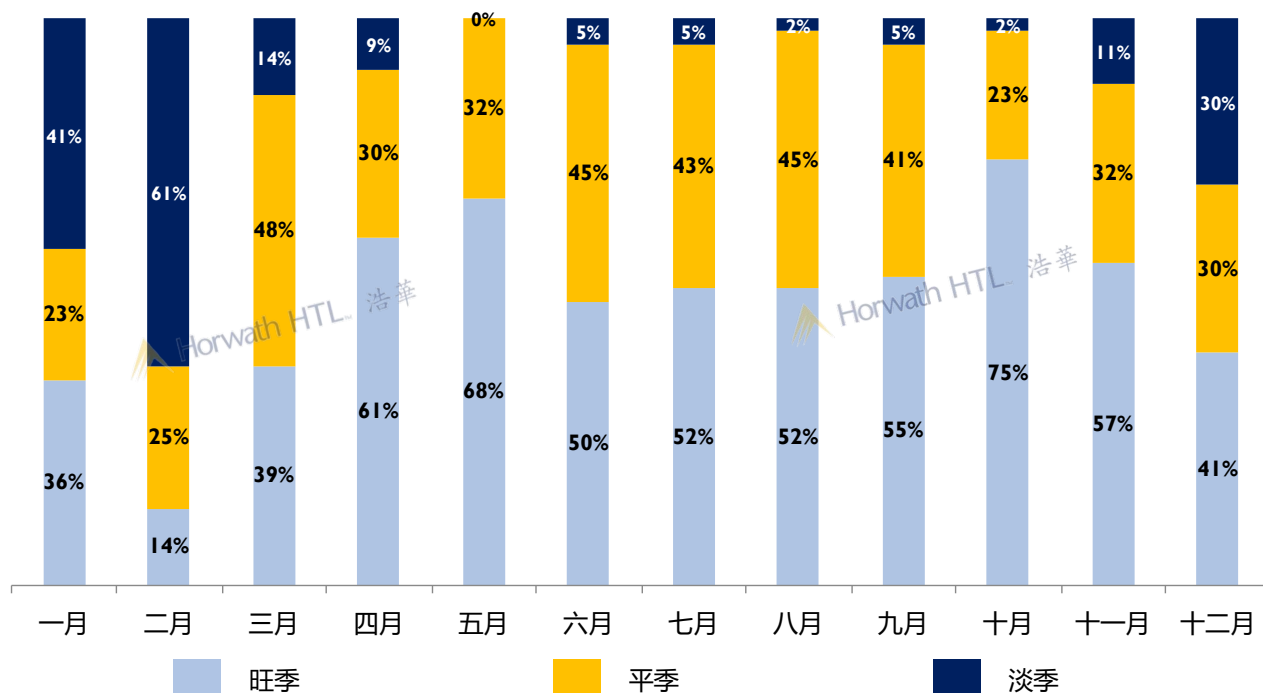
在**周季节性**方面，图表中为受访酒店在一周中对每日的淡旺季程度的判断。其中近半数人认为周一为平季。而从星期二至星期四，过半数人认为此段时间为旺季，且旺季比重逐步提升。但从星期五开始，判定为淡季的比重逐渐增加，近七成的受访酒店表示周末为淡季。

纵览一周，季节性呈现以商务相关需求为主导的周淡旺季表现，即工作日中周一至周四住宿率随着出行量的增加而增加，周五由于商务出行的结束而住宿率降低。一般而言，周五至周六晚为休闲旅游需求的旺季，但机场周边普遍缺乏旅游休闲配套产品及氛围，以及机场酒店通常休闲娱乐设施配套较少的特点均使得机场酒店难以吸引此类需求。

因此与周季节性相似的是，**年季节性**表现亦呈现出客群主要以商务出行为目的的需求特点。以受访酒店回复情况来看，二月由于春节假期，商务出行量减少，逾六成受访酒店表示为淡季。而从三月开始至十一月，多数酒店迎来了旺季，其中五月及十月商务出行量较为充足，同时公共假期补充一部分旅游相关中转需求，因此大约七成受访酒店判定为旺季。旺季过后，十二月及一月需求表现较为平淡。

除此以外，不同机场酒店市场存在淡旺季的差异，这不仅取决于所在城市的整体商务、旅游需求的季节性，也与机场本身的民航春夏季及秋冬季的航班计划相关。纵览全年，季节性表现相对平缓。

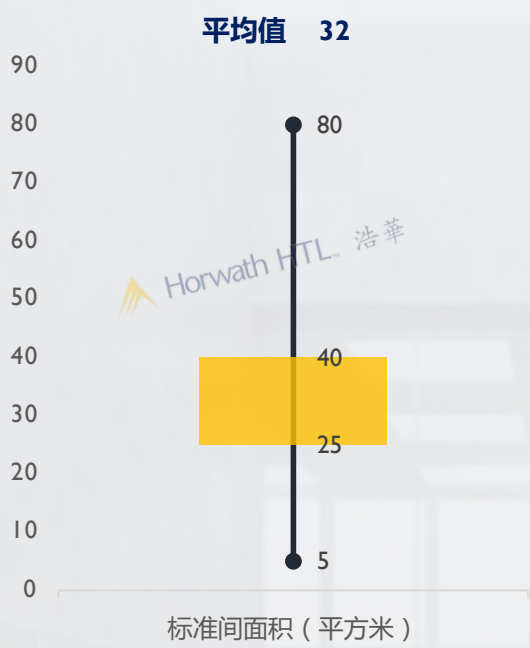
### 年季节性



# 设施偏好

## 客房面积相对精简

标准间面积（平方米）



由于受访酒店以中档酒店为主，标准间面积多集中在25至40平方米，平均面积为32平方米。部分酒店由于位于航站楼内，客房面积受限，最小为5平方米。与之相反的是，部分全套房酒店客房基础客房面积可达80平方米。除此类产品之外，市场上各高档酒店面积多为40-42平方米。

须留意的是，尽管客房面积是衡量舒适度的一个因素，但机场住宿需求的店内停留时间较一般酒店更短，尤其是转机 and 航延需求。这些需求首要关注的是影响睡眠品质的各项因素包括床品舒适度、沐浴舒适度、灯光和噪音等，对客房面积没有明显倾向，只要适度即可。我们的研究也表明机场酒店的客房面积和酒店的平均房价之间并没有明显的正相关关系。因此，机场酒店的客房面积也相对精简。

从房型配比上看，除全套房酒店可达100%的套房比例，多数酒店配备客房量8%以下比例的套房数，甚至有些酒店基本不配置套房。这一方面是由于机场酒店以中档和中低档占据主流，品牌标准对套房比例要求极低。另一方面，机场需求普遍为流量型需求而非价值型需求，因而客源本身对套房的需求度也低。

此外，由于连通房使用率低，大多数酒店并未配备或仅配备极小比例的连通房。

房型占总客房数比例



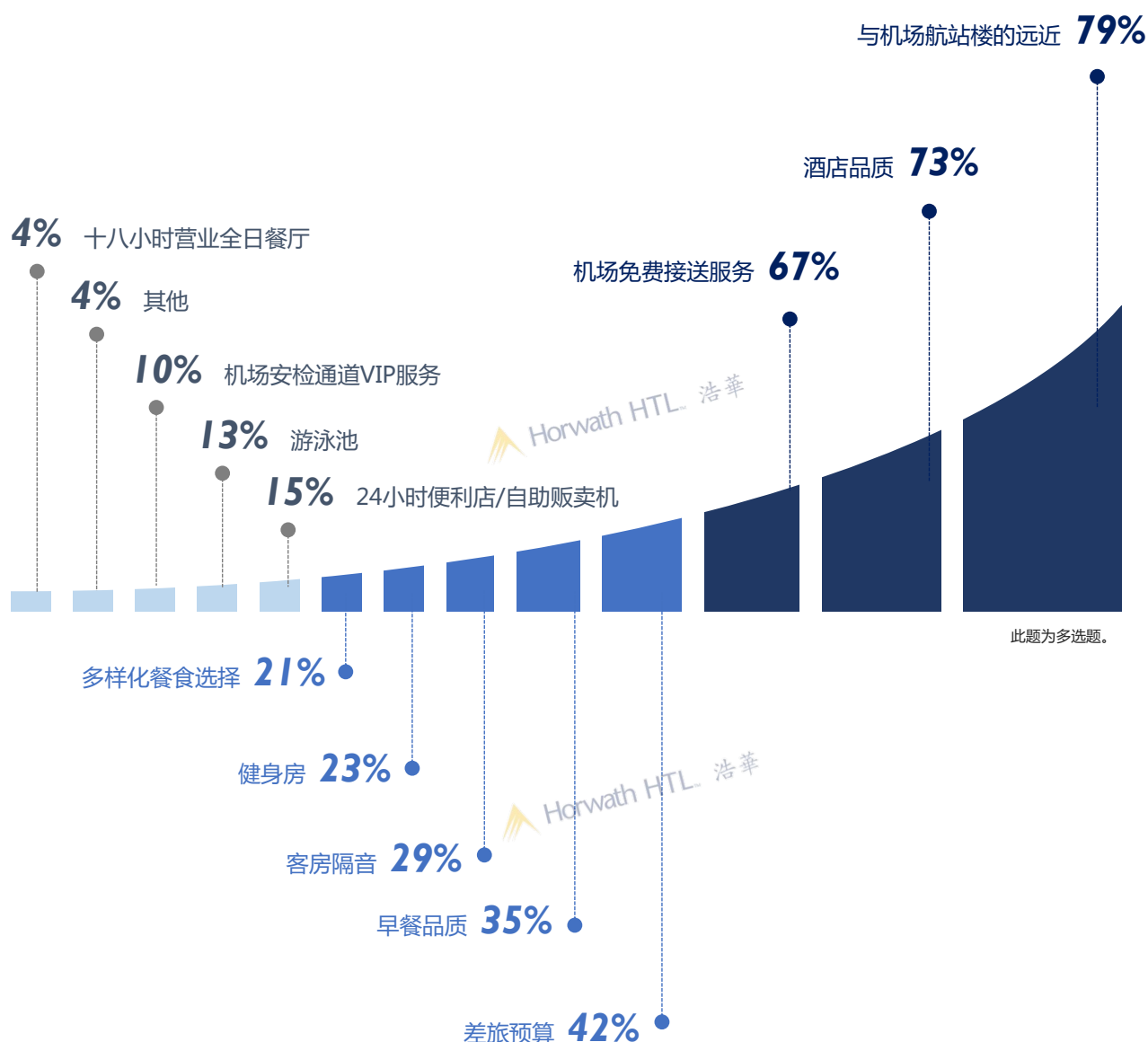
## 设施偏好

# 与机场的交通便捷度为最关注因素

下图显示了客人选择住宿酒店时最关注因素的占比，其中79%的受访酒店表示客人最看重酒店与机场航站楼的距离；其次为酒店品质，占比73%；排名第三的为机场免费接送服务，比重为67%。由此可见，在前三的选择中有两项与航站楼的交通相关，说明机场酒店住宿需求绝大多数为依附于航班出行的附属需求，因此交通便捷度极为重要。

从选择的第二梯队来看，酒店价格是否符合自身预算、早餐的品质及客房隔音效果都是客人看重的因素。而其余选项如健身设施、多样的餐厅选择、便利店及一些特权服务（如安检VIP通道、登机牌提前办理等），更多是作为锦上添花的因素而非刚需。

### 住客选择住宿酒店最关注的因素



# 机场噪音及交通标识不清最易招致不满

浩华分别调查了住店客人在住宿过程中普遍反馈最满意及最不满意的因素。就**最满意的因素**而言，离机场距离近、配有接机服务及酒店设施与环境为前三名。其余较为满意的因素包括酒店的服务、早餐及酒店性价比，此项内容及顺序基本与住客关注的因素一致。

在导致**不满意的因素**方面，机场噪音为反馈最多的一项，因此酒店亟需注意加强隔音设置。其次造成较多不满的因素为酒店交通标识不清，主要由于机场各项交通动线复杂，设置清晰的交通指示必要性强。其余不满意的因素包括设施陈旧、周边配套不成熟、无健身设施及价格偏高等。此外，有相当部分客人反馈由于机场酒店客房量少，难以预定，说明部分机场酒店市场凭借充裕的机场流量，需求基础庞大，易实现住宿率峰值。

| 最满意的地方 |        | 最不满意的方面 |           |
|--------|--------|---------|-----------|
| 1      | 离机场近   | 1       | 机场噪音      |
| 2      | 配有接机服务 | 2       | 交通标识不清    |
| 3      | 设施及环境好 | 3       | 设施陈旧      |
| 4      | 服务态度好  | 4       | 周边配套不成熟   |
| 5      | 早餐丰富   | 5       | 无健身设施     |
| 6      | 性价比高   | 6       | 价格高       |
| 7      | 干净舒适   | 7       | 客房量少，难以订上 |

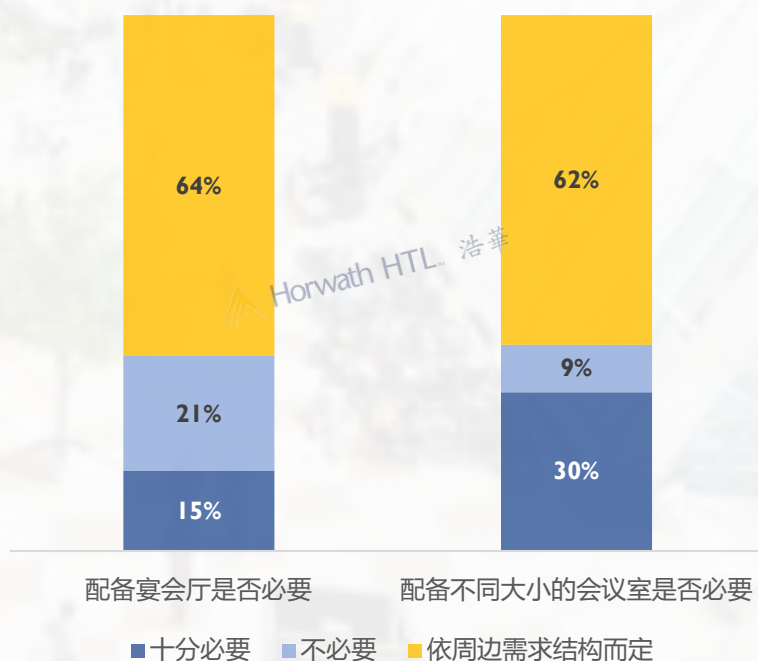
## 设施偏好

# 会议设施的配备需 依周边需求结构而定

在针对机场酒店是否应该配备宴会厅及不同大小的会议室上，逾六成受访酒店表示应依周边的需求结构而定，如是否邻近工业区/商务区或大型会议会展设施以及是否有潜力获取相关店内会议需求。具体在配置宴会厅和会议室必要性的区别上，仅有15%的酒店表示宴会厅十分必要，而认为需要配备不同大小会议室的酒店达三成。因此，在机场周边普遍常住人口密度较低、都市化发展较为初期的情况下，宴会相关需求较为缺乏，因而宴会厅配备的必要性较低。而会议室可承接周边产业园区或机场相关的会议需求，配备的必要性相对更大。

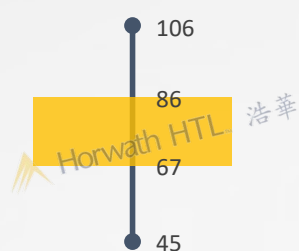
依受访酒店所处城市及地理位置来看，选择十分必要配备宴会厅的酒店通常依邻较为成熟的居住社区，同时多位于餐饮需求更旺盛的东南沿海地区的机场酒店。而选择十分必要配备不同大小会议室的酒店多依邻成熟的产业区或工业园区。

配备宴会厅/会议室的必要性



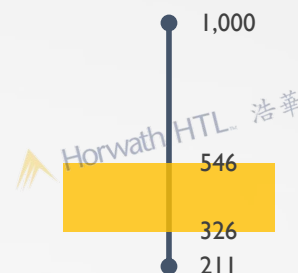
## 住宿率表现较为出色 一线城市机场酒店房价引领市场

平均值 78



住宿率 (%)

平均值 454

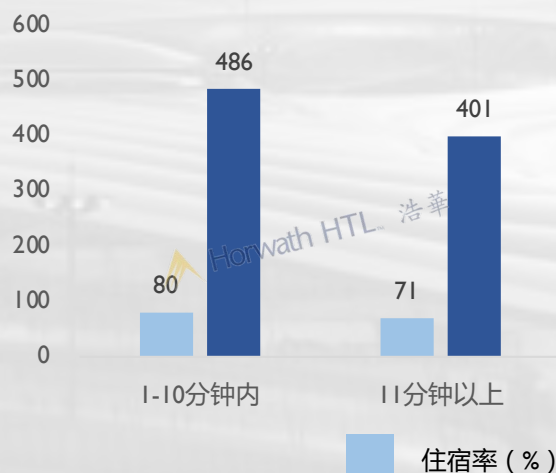


平均房价 (元)

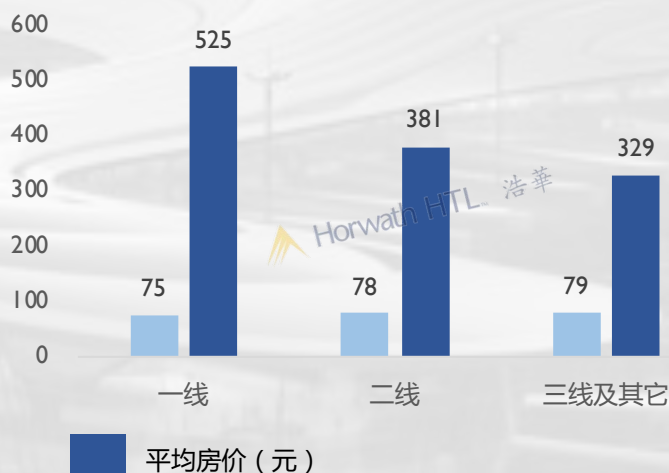
受机场庞大流量驱动，机场酒店住宿率表现较为出色，平均住宿率为78%，多数为70%以上。同时由于部分酒店出售钟点房，最高可实现100%以上的入住率。值得注意的是，与航站楼便捷的距离有助于住宿率水平的提升，步行距离10分钟以内酒店的平均住宿率达80%，高出10分钟以上路程的酒店近10个百分点。但不同城市层级的机场酒店住宿率无明显差异，一线城市庞大的机场吞吐量诱导丰富的住宿需求，但酒店供给相对充裕，住宿率表现并未特别突出；而一些起步较晚的机场酒店市场受供给量限制，整体住宿率表现出色。因此机场酒店住宿率除了与机场流量直接相关外，也受机场周边市场供给规模的强烈影响。

目前受访酒店的平均房价水平为454元，价格领导者可实现超过1,000元的水平，近半数的房价水平处于326至546元的区间。由于机场酒店客源普遍对前往航站楼的交通时间表现敏感，愿意为时间买单，因此与航站楼的距离直接影响酒店的定价能力。距离航站楼越近的酒店溢价能力更强，而且通常高定位层级的酒店产品往往位于离航站楼最近的位置，以高溢价能力的产品匹配高价值的区位，因此平均房价一定程度上呈现随交通距离增加房价降低的负相关关系。以不同城市层级机场来看，一线城市机场凭借更多的高支付力客源及更多高定位层级的酒店产品诱导，平均房价表现强，达500元以上。而其它层级城市机场酒店市场由于高端需求有限，同时供给处于发展初期，缺乏高层级产品诱导，平均房价水平较为一般。

按航站楼距离划分



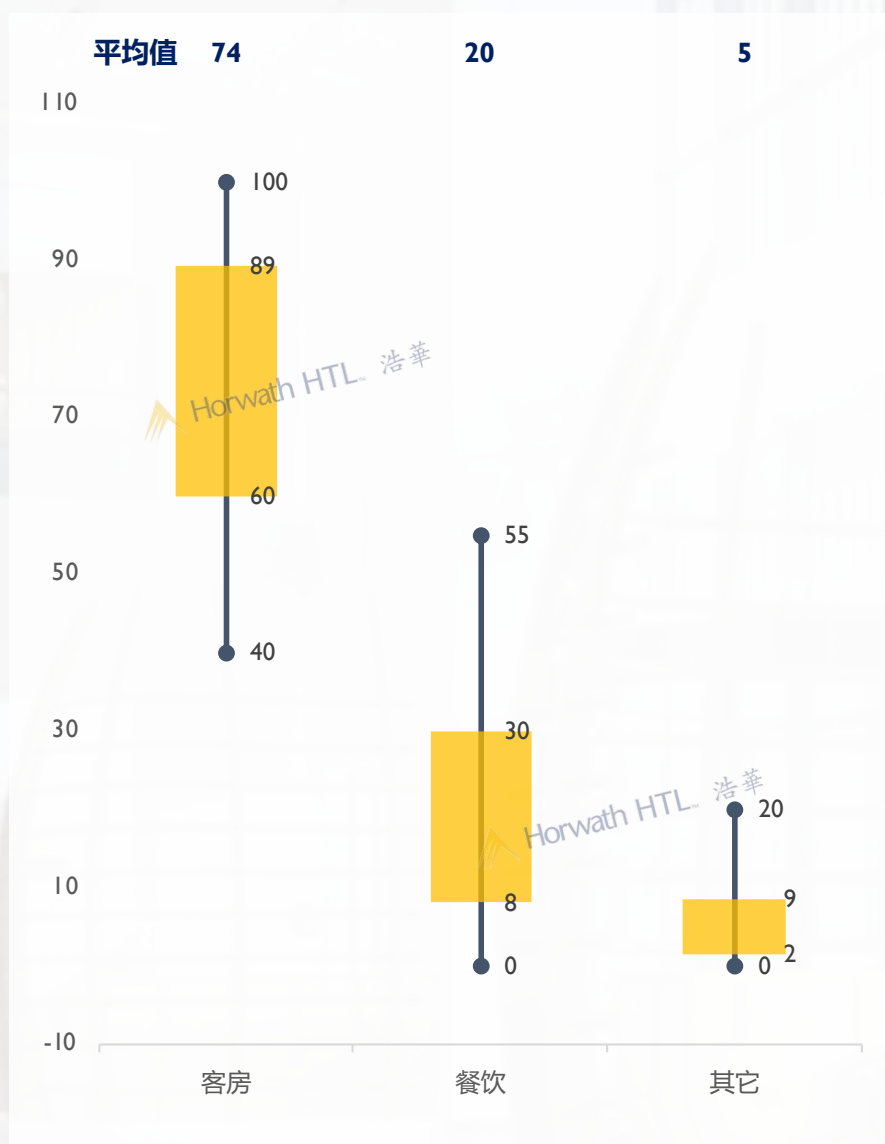
按城市层级划分



## 经营业绩

# 客房收入为绝对主导性收入

酒店各项收入占总收入比例（%）



就收入结构而言，客房、餐饮及其它收入的平均占比水平为74%、20%及5%。由于受访酒店中低档定位层级偏多，此类酒店通常餐饮、休闲等配套相对有限，因此收入结构呈现客房收入为主导，餐饮及其它收入占比较低的特点。部分酒店仅配备客房设施，客房收入占比可高达100%。除了餐饮设施相对精简以外，机场周边通常人口密度较低，周边社区及公司企业贡献的就餐需求及宴会需求有限，进一步削弱餐饮收入的表现。因此，机场周边若有较为成熟的居民区及商务或工业园区，餐饮表现能力将相对较强。其它收入包括其它营运收入及租金等，占比低。



**戴雪英**

浩华管理顾问公司  
执行董事

### **Q：一线城市和二线城市机场酒店在需求上以及产品和投资发展上有哪些差异？**

**A：**根据我们本次所做的专项研究，以及浩华过往在各地机场酒店项目的研究经验表明，一线城市的机场酒店需求无论是规模还是支付力都明显优于二线城市机场酒店。这跟一线城市承接更多国际中转航班旅客有较大关系，此外，具备较高差旅预算的商务客群也是一线城市机场重要的客源之一。二线城市机场酒店的高档需求仍处于培育阶段，规模基数都偏小，许多已建成的较高档或者高档酒店都不得不通过接待机组来充实需求，投资回报表现一般，需要经历一个较长的培育期。

因此，从产品和投资角度，我们认为二线城市机场酒店在发展上除了需要谨慎考虑其自身产品的品质定位和设施规模外，还需要特别留意周边的供给规模。二线城市机场周边的产业用地往往更为充裕，许多城市围绕机场打造空港新城，但如果缺乏核心支柱产业的导入，会造成许多土地转为酒店住宿类开发，导致该区域的酒店供给明显过度，从而给整体空港片区的酒店市场带来显著的竞争压力。

### **Q：机场作为投资主体，在机场红线区内发展过夜住宿产品上，需要特别重视哪些环节或问题？**

**A：**过去这些年，浩华参与了许多位于机场红线区内且由机场自身主导投资的过夜住宿产品的投资开发战略研究，我们发现一个普遍性的问题是产品的市场定位和可行性研究往往滞后于新航站楼的总体规划。而当总体规划基本落定后，酒店所在的建筑落位以及建筑空间格局往往难以更改，产品筹划滞后的弊端则显现出来。比如，建筑空间的外观无法更改，楼层格局基本确定，这导致酒店产品的规模和设施组合与既定的建筑格局之间的矛盾和冲突。而后续突出的问题就是空间效率低下，我们发现，一个共性特征是机场酒店的空间坪效普遍低于城市中心的酒店，当然有很大的原因就是机场酒店所在的建筑物往往跟航站楼一起设计，与航站楼以及外部道路的交通动线连接的复杂性，长通道、多入口的特征等都会导致机场酒店的空间坪效低下。另外一个突出矛盾是根据市场未来的需求预判所推导出的酒店规模需求不足以消化既定的建筑空间，而导入其他业态则需要更高的交通动线和出入口要求，从而进一步降低建筑空间效率。

因此，在规划新的航站楼时，建议业主方尽早启动各类商业类业态空间（如零售商业、酒店、办公、公寓等）的需求研究，以配合规划设计做出更贴近市场需求的建筑空间规划。

# 深度解读

## Q：非机场主体投资者，在靠近机场航站楼片区投资酒店产品，需要考量哪些关键要素？

**A：**非机场主体投资者，如果投资的住宿产品需要高度依托机场航站楼产生的需求时，则需要特别谨慎地评估机场航站楼产生的预期过夜需求总量是否足以匹配该区域的住宿产品投放规模。很多情况下，机场周边的同质化产品扎堆，当需求不足时，大家不得不通过价格战获取有限的需求，从而降低投资项目的投资回报水平。非机场主体投资者在投资机场酒店时，也特别需要具备这类细分产品的运营能力，机场酒店的过夜旅客停留时间偏短，客房周转率高，从而推高变动成本，因此，更加需要专业且精细化的运营能力，如果投资者自身缺乏专业运营能力，则需要考虑邀请专业的酒店运营方来保障酒店顺畅运营。

## Q：机场方自行投资与引进租赁方进行组合投资相比，有哪些利弊？

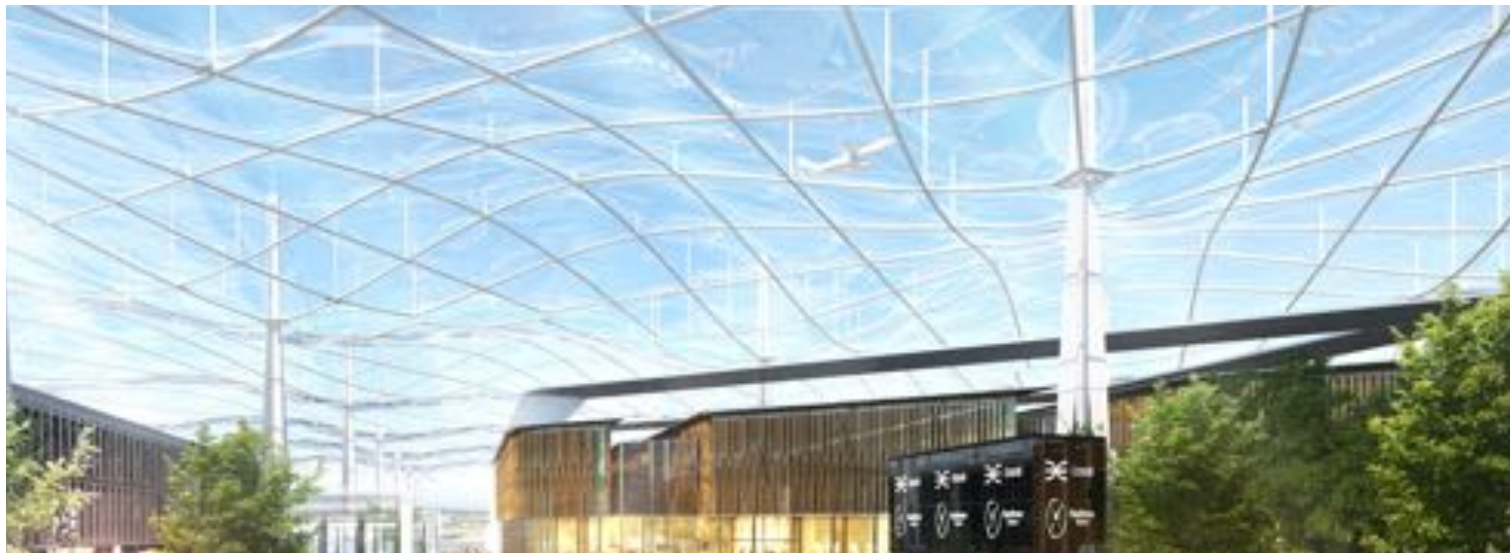
**A：**机场方自行投资住宿产品，往往更具全局观和机场各类业务的整体协同性。而引进租赁方进行组合投资时，租赁方往往更聚焦于住宿产品本身的投资回报水平是否能达到预期。如果机场方自行投资住宿产品，则需要机场方建立专业的酒店投资和资产管理人才团队，科学决策，专业管理。有少数机场打造了自有的酒店品牌（比如厦门机场旗下的佰翔酒店管理公司），除了管理机场集团旗下自有的酒店投资项目，还实现了区域性的对外品牌扩张，这是比较难得的能力。但大部分机场可能并没有战略意图进入到酒店业品牌发展和运营这一细分市场，而更多是考虑通过直接投资旅客过夜住宿产品来实现机场服务业务生态的完整性搭建和协同性。近些年来，机场也越来越担当城市门户形象的使命，因此，一些城市（尤其是旅游城市）也愿意把机场这个门户形象打造的更具吸引力，因此，在酒店产品配套上往往不拘泥于仅仅是创造合理的投资回报，也需要考虑机场酒店的城市形象和名片效应。但无论如何，除了形象价值外，合理的投资回报始终是前提和保障，对于资产长期的良好维护以及对于专业优秀人才的吸引和留用都是至关重要的。

## Q：机场红线区的土地性质与发展酒店类重资产是否存在矛盾？

**A：**近些年来，一些机场投资方也开始关注土地的属性与酒店这类重资产投入的匹配性问题。机场的土地往往属于产业用地，而酒店（尤其是高档酒店），作为商业不动产中的一类偏重投资的资产，不仅仅需要关注其现金流价值，也需要关注其作为长期性资产的金融价值，但如果土地权属无法厘清，其作为不动产的金融价值则无法释放。

此外，一些城市开始关注到空港片区的产业发展价值，地方政府就机场红线区的土地划定范围往往存在着土地博弈的关系。机场红线区收窄，用于发展机场住宿产品的空间规模也可能相应收窄。此外，空港发展区（非机场方）通过招商引资，也希望提供土地，引进投资者发展酒店住宿产业。两个不同的利益方主体，如果缺乏紧密合作和协同，则可能导致相同业态的过度供给和直接竞争，进而导致投资者利益受损。

展望未来，中国机场住宿产业仍处于从培育期向快速成长期转轨的阶段，在这个特定的发展阶段，浩华，联合机场旅业协会以及其他市场参与主体，共同发布《中国机场住宿业发展报告》，颇具历史意义。我们也希望通过这份专业报告发布，帮助机场住宿产业相关的利益方获取更多市场真实可靠信息，掌握前瞻性的发展趋势，助力中国机场住宿业健康可持续发展。



# 结语

在本次浩华所进行的机场专项调查中，本着多维度、多视角的理念，我们从酒店定位与规模、投资模式、客源结构、需求特征、经营业绩及对机场酒店设施偏好等探讨了机场酒店产品及运营特征。

中国机场酒店投资发展普遍偏晚，以机场方或非机场业主自行投资为主流投资模式。从定位等级上看，以中低档有限服务产品为主流，且大部分机场的周边酒店市场开发较为初级，部分高端住宿需求受供给结构限制未能完全释放。从业绩水平上看，受访酒店普遍获得不俗的住宿率水平，体现机场过夜需求量相对充裕；但平均房价依城市层级不同有较大差异，体现出不同地区支付力的差别性。

在客源结构方面，机场中转旅客及机组人员为主力客源，以中转为主要住宿目的致使住客停留时间短，对价格的敏感度相对更高，平均房价存在一定的上升瓶颈，目前仅一线城市机场显示出较好的房价深度。因此，机场酒店更应契合“流量型”而非“价值型”的产品投资和运营特征。

在设施偏好的调研中，住客普遍认为与机场航站楼的交通便捷度为最关键的考量因素，体现出酒店开发仍应遵循以选址为王的原则。除此之外，结合住客停留时间短、除住宿需求外其余需求相对薄弱的特点，在产品设置上应审慎依周边需求情况匹配餐饮、会议及休闲娱乐等设施。最后，在运营方面，应充分考虑到客群追求高效、便捷的特点，以及重视客房隔音效果及用餐需求多时段等需求表现，打造更为契合市场需求、富有强吸引力及竞争力的产品。

**特别鸣谢：**中国旅游协会民航旅游专业委员会、北京首都机场旅业公司、航湾酒店资产管理分公司、西部机场集团、厦门机场佰翔酒店管理公司、凯悦酒店集团、朗廷酒店集团、绿地国际酒店管理集团、首旅如家酒店集团、希尔顿国际酒店集团、雅高酒店集团及参与调查的所有机场酒店业者，对此专项调查的鼎力支持！

以浩华行业前瞻视角和专业能力，助力中国机场住宿业健康茁壮成长！