

亲爱的万礼豪程项目合作院校：

万礼豪程项目会时时分享来自于我们的合作伙伴 STR(史密斯旅游研究)提供的数据。这些真实的数据可以作为您课堂教学的辅助资源，帮助您了解服务业实时的发展。我们也欢迎您将这些信息分享给您的同事，比如教授旅游、酒店管理或收益管理的老师。如果您还想获得更多信息和数据，请登录 sharecenter@str.com 联系 STR 信息分享中心。他们将为学校提供一年免费的会员试用服务，包括分享与酒店业相关的其他信息和报告，为老师和学生提供有助于课堂教学和研究项目的培训材料和帮助。

以下是这份酒店数据报告的概要：

史密斯旅游研究通过对数千家酒店进行调查研究，得出三项广泛使用的行业指标，即入住率（Occupancy）、每日平均房价（ADR）、每间可用客房平均收益（RevPAR）。这些在全球范围内使用的行业指标可以用来对酒店、城市、市场，甚至国家进行对比分析。

这份酒店数据表显示了 2016 年中国内地及香港的数据。您可以看到按主要市场来细分的中国酒店业数据。

您可以从表中看到 2016 年 12 月的数据：

1. 2016 年 12 月中国酒店整体入住率为 65.6%，与 2015 年 12 月的 62.1%相比有所提升。
2. 2016 年 12 月中国酒店每日平均房价为 543.66 元，与 2015 年 12 月的 539.32 元相比略有增长。
3. 2016 年 12 月中国酒店每间可用客房平均收益为 356.44 元，与 2015 年 12 月的 334.73 元相比有所提升。
4. 2016 年 12 月，深圳的酒店入住率为 92.6%，居全国首位。
5. 2016 年 12 月，上海的每日平均房价为 584.78 元，居全国首位。
6. 深圳在 2016 年 12 月每间可用客房平均收益最高，达到 541.29 元，与 2015 年 12 月的 515.27 元相比有所增长。

这份报告还显示了 2016 年全年的数据：

1. 2016 年中国酒店的入住率为 66.3%，相比 2015 年的数据 64.8%有所上升。
2. 2016 年中国酒店的每日平均房价为 533.03 元，较 2015 年的数据 544.50 元略有下降。
3. 尽管每日平均房价下降，酒店入住率的提高仍然使 2016 年的每间可用客房平均收益与 2015 年相比基本持平。
4. 在中国内地，深圳在入住率和每间可用客房平均收益方面都领先于其他城市，而上海的每日平均房价居全国首位，为 626.03 元。
5. 中国的酒店客房供应（可用客房）增长了 3.8%，其中成都的酒店客房供应增长了 8.4%，增幅明显。苏州、西安和武汉都有较高的增长率。

以下是我们结合史密斯旅游研究的报告，为您提供的一些范例问题，可以用于酒店营运入门课程教学。

1. 复习“STR 术语定义”，解释以下术语：

- a. 每日平均房价（Average Daily Rate）
- b. 入住率百分比（Occupancy Percentage）
- c. 每间可用客房平均收益（Revenue Per Available Room (RevPAR)）
- d. 客房收入（Room Revenue）
- e. 可用客房（Rooms Available）
- f. 已售客房（Rooms Sold）

2. 参考“2015 年 STR 全球连锁酒店品牌榜单”并选择一个连锁酒店集团。借助网络来研究这个连锁酒店集团：

- a. 这个酒店集团的当前目标、企业文化、酒店数量、员工数量、企业历史。
- b. 查找和分享引用了这家公司代表的发言的新闻文章、博客或其他网络资料，尤其是关于哪些成就或因素使得这家公司与众不同。
- c. 研究这家公司潜在的就业机会。

3. 使用“STR 中国酒店评论”：

- a. 参考 STR 酒店统计调查数据和房间统计调查数据，对中国各个城市的酒店进行研究。
 - i. 按酒店房间数量由多至少对每个城市排序。
 - ii. 按酒店数量由多至少对每个城市排序。
- b. 按当前月（即 2016 年 12 月）酒店入住率、每日平均房价、每间可用客房平均收益由高至低对每个城市排序。
- c. 按 2016 年年初至 12 月酒店入住率、每日平均房价、每间可用客房平均收益由高至低对每个城市排序。
- d. 当前月（2016 年 12 月）与 2015 年 12 月相比，按酒店入住率、每日平均房价、每间可用客房平均收益的百分比变化由高至低对每个城市排序。
- e. 2015 年与 2016 年年初至今的数据相比，按酒店入住率、每日平均房价、每间可用客房平均收益的百分比变化由高至低对每个城市排序。

4. 调查研究你所在城市的酒店业。留意该城市酒店业当前的大事件或新闻。哪些酒店最受欢迎？最近有没有新开业的酒店？