

Hotels.com全球酒店价格指数报告

2012年1月至6月



Hotels.com



概述

Hotel.com的酒店价格指数报告™ (HPI®)是对世界主要目的地酒店价格的常规调查。该报告以Hotels.com网站所成交的酒店房间每晚的实际预订及支付费用,而非采用酒店广告定价。

HPI报告至此已历经九年,是世界上反映酒店实际价格变动的权威报告,为越来越多的媒体、酒店同业、金融分析师、投资者、旅游界及学术界引用和参考。

HPI报告将各酒店市场实际消费房间的数量加权平均。Hotels.com的广阔国际覆盖(包括顾客数量、酒店及目的地)使得酒店价格指数成为该领域的综合参考基准。此报告不仅容纳连锁及单体酒店,也包括了自助式酒店及小型家庭旅馆。

本次报告涵盖全球约140,000家酒店,调查2012年前6个月的数据,并与2011年同一时期的数据进行比较。



前言

我们的酒店价格指数报告已经迈入第9年，这是在最近5年的时间内，结果首次表明，调查的全部地区的酒店价格都保持着增长的势头。在2012的上半年，不计货币汇率，单个酒店房间的平均价格都增长了4%。在其中全球最大的酒店市场中，太平洋地区的酒店均价增长了6%，北美地区和加勒比海地区也有5%的增长，至少说明酒店、旅游服务业在这些地区正在逐渐复苏。而欧洲地区和中东地区都如预期内微微增长了1%，与欧洲经济前景相匹配。

从这些数据中，可以窥探更多令人关注的趋势。

突破困境

在过去四年，酒店业从经济和自然方面均受到多个紧急事件和自然灾害的冲击，欧洲的火山灰事件、债务危机、各地大小的地震事件等等，虽然这种现象不会停止，但在2012年，这些事件对全球酒店业的影响已经没有过去那么明显。亚洲地区的酒店均价上涨了4%，主要源自日本酒店的价格反弹，而泰国的酒店亦经过2011年的水灾而重新复苏，这都让这些地区的酒店均价比去年出现了明显上涨。



个别政治不稳定地区的酒店价格虽然受到大幅度的影响，但也在迅速复苏。突尼斯、约旦和沙特阿拉伯的酒店均价都有了非常显著的上升，甚至在2011年酒店价格大幅下滑的埃及，也正在渐渐的复苏之中。

中国游客正在崛起

个别地区依赖中国游客的增长已经不再是新鲜事，更多的旅游目的地也会如此。更多国家正逐渐放宽对中国游客的签证要求，以便中国游客可以出国旅游和消费。中国游客在出境旅游时期的消费额比2011年增长了180亿美元。这种消费需求使香港、台湾这些一直受中国游客欢迎的目的地的酒店价格不断上升。

地中海俱乐部

在欧洲南部地区，境内旅游需求的下降已经对酒店业造成打击。希腊、意大利、西班牙和葡萄牙等地的货币也持续下跌，而国际游客对欧洲南部

1 United Nations World Tourism Organisation, "UNWTO World Tourism Barometer" (March 2012) Retrieved 30 May 2012 from <http://mkt.unwto.org/en/barometer>

地区的旅游需求减少, 加上消费者的信心和消费能力的减弱, 这些都是影响酒店业发展的主要因素。纵然整体的酒店价格很难与宏观经济环境一起掌控, 但总括而言, 现在正是有兴趣前往欧洲旅游的游客, 能够争取到最优惠酒店的最佳时机。

国际赛事旅游

奥运会对伦敦经济的冲击一直是个具争议性的话题, 伦敦的酒店在接近奥运时期明显的大幅度下调, 价格相比2011夏季略微下降。虽然奥运吸引了大量人群到访伦敦, 但以商务旅行和旅游团为主到访伦敦的游客却大量减少, 预计明年这些游客会重新前往伦敦。在欧洲其他城市, 大型运动赛事对当地旅游业的影响仍然是非常正面的, 比如, 随着2012年欧洲足球锦标赛的举办, 到波兰和乌克兰的旅客数量大幅提升, 而在赫尔辛基举办的欧洲田径锦标赛亦大大帮助了当地的旅游业。总而言之, 也许除了最大型的国际活动——奥运会, 其他主要的活动对当地的酒店业都带动了可观的收益。

美国旅游市场复苏

美国市场自2010年初后一直缓慢地复苏, 最新数据显示, 复苏正在逐渐加快。酒店的价格从美国西岸的主要城市包括旧金山、洛杉矶开始出现增长, 而美国东岸的主要城市包括纽约和迈阿密亦紧随其后。这些增长均来自商务游客和奖励旅游的游客增加, 从而大大提升了该地区酒店的入住率。加上下半年经济形势的不明朗, 会让下半年度的酒店业市场情况更加值得期待。

所以, 无论你是酒店业内的分析师或者是专门淘得优惠酒店信息的旅行者, 都请关注全球酒店预订专家Hotels.com, 它掌握整个酒店业行情的发展和消息, 了解谁会是酒店业最主要的消费群体。

David Roche
President, Hotels.com

内容提要

概述	3
前言	5
1. 全球酒店价格变动	9
2. 全球目的地城市的酒店价格变动	16
☛ 2012年上半年和2011年同期相比全球酒店价格变动	20
3. 各国（地区）价格变动幅度	22
4. 境内外酒店消费情况	25
5. 哪里可以住到1,500一晚的奢华酒店	27
6. 酒店不同星级的平均入住花费	28
7. 低价位入住奢华酒店	30
8. 游客旅行喜好	31
最受海外游客欢迎的中国目的地城市	31
9. 旅行杂谈	32
2012奥运会对酒店业的影响	32
中国游客国际旅游调查报告	33
俱乐部三明治价格指数	35
世界最美味	36
关于 HOTELS.COM	37

HPI报告中, 我们关注两方面的数据资料:

第一部分 (第1章节) 展示了与2011年同期相比, 2012年上半年的全球酒店价格指数。

该价格指数是整理Hotels.com上所有相关的交易资料而成, 以当地货币为计量单位, 展示每个市场的规模大小。通过价格指数来反映酒店价格变化, Hotels.com可以阐明实际价格变动情况而不受汇率起伏变化的影响。

酒店价格指数自2004年开始, 并以此为基点100, 包含所有一星级到五星级酒店的预订数据。

第二部分 (2-7章节) 展示与去年同期相比, 2012年上半年中国游客每晚每间客房的花费, 而且是

实际酒店花费的变动情况, 能同时反映汇率变化及酒店价位变动。所有价格均以人民币为单位, 并精确到整数。

第8章显示出2012年上半年最受海外游客欢迎的中国目的地城市和最受中国游客欢迎的海外旅游目的地。

最后的部分是附加性的有趣旅游资讯。

该报告同时有以其他货币单位计算的版本, 详情请联系Hotelsteamchina@impactasia.com。

1. 全球酒店价格变动

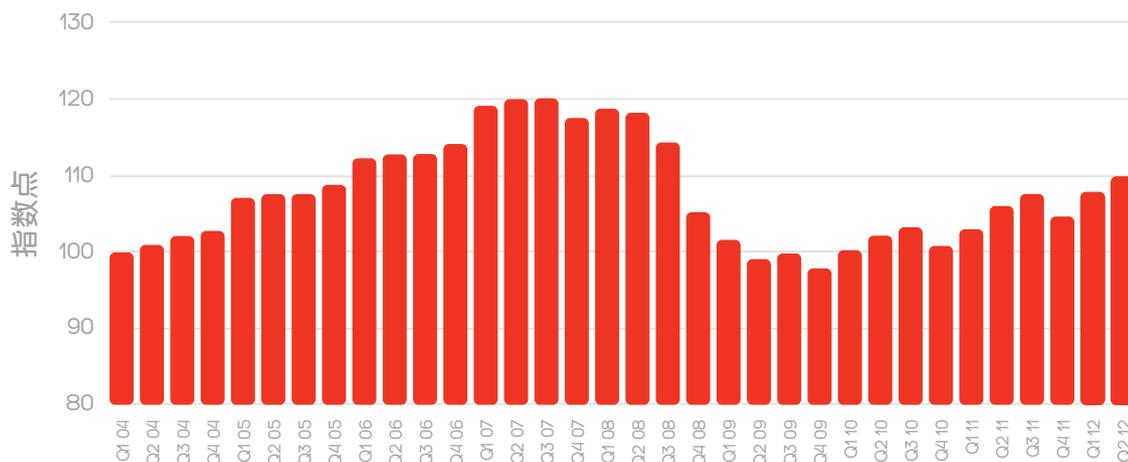
据Hotels.com最新酒店价格指数报告, 2012年上半年, 全球酒店房间的平均价格比2011年同期上涨了4%。目前, 酒店房间平均价格指数为108, 而2004年HPI指数发布时的价格水平为100。

这与2007年上半年酒店价格指数的最高值119仍然有一个差距, 但可以预见整个酒店行业已经在全国复苏, 酒店的价格亦持续上涨, 同时这也说明

现在是个非常划算的旅游时机。

太平洋地区的经济强势引领整个酒店价格的上涨, 北美地区取得进展, 而亚洲地区则逐渐从去年下滑的形势反弹, 欧洲和拉丁美洲则落后于其他地区。在随后的章节里会对引起单个目的地城市或国家(地区)酒店价格变动的原因进行深度的分析。

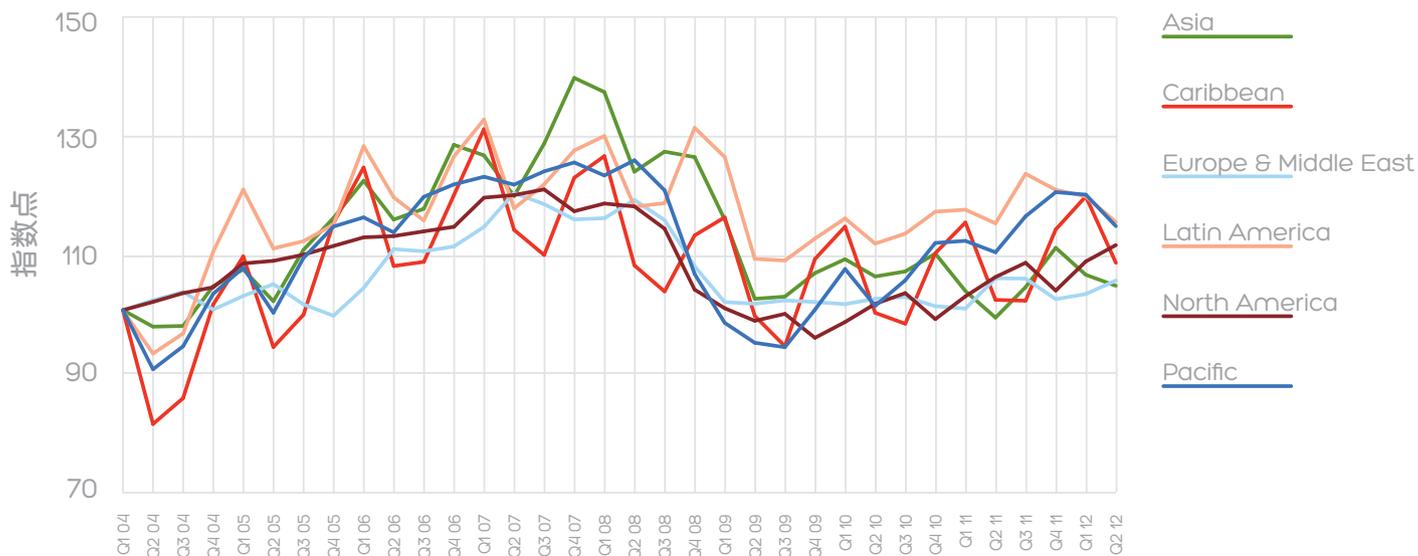
数据 1 全球2004年第一季度至2012年第二季度酒店价格指数季度分析



太平洋地区保持良好势头

- 太平洋地区的酒店平均价格再一次获得最大增长, 涨幅高达6%, 主要由澳大利亚的强劲市场推动, 以及商务旅游的持续增长。
- 2012年上半年太平洋区的酒店平均价格指数为119, 此系数排在加勒比海地区之后, 与酒店价格指数一直保持稳定的拉丁美洲地区并列第二。
- 虽然此地区的酒店平均价格在过去三年增长了21%, 事实上, 此次酒店价格指数上涨后仍然低于2007年上半年点数, 与2008年上半年高峰相比 (2008年上半年的酒店价格指数为128)仍低9个百分点。

数据 2 全球2004年第一季度至2012年第二季度区域酒店价格指数分析





Johan Svanstrom

亚太地区副总裁兼执行董事

Hotels.com APAC

尽管欧洲地区和美国地区持续性的政治和经济不明朗, 货币汇率不断波动, 亚太地区经济的持续强劲使整个酒店行业的价格上涨, 亚洲地区的酒店价格出现微小增长, 而太平洋地区的酒店则涨幅显著。

这些涨幅的主要原因之一是低成本航空公司业务的持续扩张, 让游客能够既方便又实惠地旅游, 并促进了网上预订机票业务的增长。

日本第一家低成本航空公司, 乐桃航空 (PEACH) 于今年3月开始运营, 使日本的旅游业在2011年初的自然灾难过后能平稳地复苏, 在2011年推动入境和出境旅游业的发展起到了非常重要的作用。随着国家经济以及入境旅游市场的复苏, 广岛市和京都市的平均酒店价格有了显著增长, 而首都东京的平均酒店价格则一直保持平稳。未来12个月中, 以亚洲北部地区低成本航空业务的增长最为强劲。

香港和新加坡等亚太地区的商务中心地区, 全球酒店客房入住率一直居高不下, 酒店的平均价格则一直持续攀升。而中国和印度旅游市场, 由于中产阶级的快速崛起, 旅游度假人数不断增加。

在很多重要旅游市场, 对于商务游客和休闲旅客

来说已经供不应求, 因此, 预计整个亚太区酒店的房间数量和入住率都会相继地持续增长。同时汇率的浮动及全球总体经济前景的不稳定性也将会带来酒店业发展的某些不确定因素, 并会影响到入境旅游的走势, 这一状况可从澳大利亚旅游及酒店市场窥见一斑。

然而, 酒店的优惠仍会大量提供, 酒店将会继续为旅行者提供各式各样的预定优惠, 所以, 建议游客及时关注这些优惠信息。

就游客的习惯而言, 亚洲地区有着全球数量最多的移动终端市场以及持续增长的旅游需求, 加上这种方式为越来越多人所认可, 我们预计会有更多的顾客会通过移动设备来作最后一刻的酒店预定。

亚洲地区价格回归

- 经历过2011年3月的日本大地震、海啸以及核危机等事件后, 亚洲地区的酒店价格正从低谷逐渐复苏, 酒店价格指数为108, 上升了4%, 达到全球酒店价格的平均指数。
- 这比高峰时期的2008年下跌了18%, 但种种现象已表明, 亚洲地区的旅游酒店业已经回到正轨。
- 亚洲地区的国际商务中心城市和主要目的地城市的成功发展更将酒店价格推高, 另外, 低成本航空公司在此地区推出的新航线让该地区的旅游业更加发达。



Javier Escobedo

拉美地区副总裁

Hotels.com

2012年，拉丁美洲地区的酒店价格指数较去年同期有较小的浮动，仅上升1%，整体涨幅较缓，但是单一国家的酒店价格变动较大。汇率变动也是影响出境游成本的因素之一。

例如，在休闲旅游与商务旅游的共同刺激下，巴西以其绝对领先的游客数量与增长率，在拉美地区的观光旅游业中占据着领先地位。在前半年，巴西人在国内可享受较低的酒店价格。然而，由于巴西雷亚尔的贬值，去往境外旅游的游客会发现其他国家目的地的酒店价格会比巴西高出很多。

在未来几年中，巴西即将举办的两场大型运动赛事——2014年国际足联世界杯与2016夏季奥运会，预计巴西较大城市在这些赛事准备期间，将会筹划基础设施建设项目，其中将包括增加增建酒店以增加客房供应量，提高这些大型活动所需的酒店承载力。

墨西哥情况也一样，酒店价格较去年同期有较小的浮动。然而，从国际目的地的角度考虑的话，

情况就会有天壤之别，主要是因为墨西哥比索的贬值。

总体上说，拉美地区的游客更偏爱欧洲作为自己的旅游目的地。传统的欧洲旅游目的地城市如马德里、里斯本，其每间夜的酒店平均价格与去年同期相比呈现下降态势，入住奢华酒店也更加划算，因为同样是入住四五星级酒店，在这些地区的平均价格远远要比其他目的地更优惠。

拉丁美洲止步不前

- 尽管经济增长势强劲，拉丁美洲整体酒店价格趋于平稳，仅有约1%的增长，与欧洲和中东地区增幅相同，保持在119的点数。
- 拉丁美洲酒店价格因而居于加勒比海之后，与太平洋地区并列第二位。
- 拉丁美洲酒店价格的最高点出现在2007年，当年价格指数为129，而该地区2012年上半年酒店价格的指数依旧低于2005年的水平。



Matthew Walls

欧洲、中东和非洲地区副总
Hotels.com

在过去的6个月里，欧元区经济危机对许多欧洲国家造成了冲击，也波及到了欧洲之外的其它地区。经济低迷不仅影响到国内酒店游客对酒店的需求，同时也波及到旅欧的国外游客。到希腊、西班牙等受青睐的南欧地区城市的游客数量减少，影响酒店价格进一步下跌。这对酒店来说并不是个好消息，但对游客来说，却能得到优惠的酒店价格，是个享受夏末阳光的好时机。

2011年，环境问题是影响酒店价格的主要外部因素，而2012年上半年，对酒店价格影响最大的则是众多的体育赛事，其中最盛大的赛事之一莫过于伦敦奥运会。这一赛事推高了伦敦酒店的价格，但随着奥运会的临近，酒店价格也逐渐下降。在此期间，这座城市到处都是从世界各地赶来观看精彩比赛的游客，其中很多游客在最后一刻预订酒店，享受到了酒店价格下降带来的优惠。

包括基辅在内的其它欧洲城市也在大型体育赛事中获利较多。作为2012年欧洲足球锦标赛的主办方之一，基辅在酒店价格指数报告中总体增幅最高。赫尔辛基的酒店价格也因欧洲田径锦标赛的举办而呈上升趋势。

世界范围的体育赛事的举办对旅游业发展的

影响是个十分有意思的话题，我们也十分期待2016年举办的里约热内卢奥运会将会为旅游业带来什么样的变化。

中东平稳的政治环境使当地的旅游业正逐渐复苏，许多目的地的酒店需求量日益增加，酒店价格也大幅上涨，如沙姆沙伊赫、马拉喀什等地。虽然中东地区呈现出良好发展趋势，但要恢复到2011年“阿拉伯之春”事件前的水平，还有一段路要走。

在过去的一年内，由于多种经济因素的影响，欧洲和中东地区的酒店发展状况并不稳定。目前，各种经济因素已趋于平稳，部分地区的酒店业也随之复苏。

中东和欧洲地区增速减缓

- 在欧洲和中东地区，酒店价格指数为103，取得1%的微小增长，这与2005年的上半年持平，与2007和2008年高峰时期116的价格指数相比，仍旧相差13个点。
- 欧元区经济危机的冲击已经在众多欧洲主要旅游市场的酒店价格上有了充分的反映。
- 中东的情况则略为不同，自2011年阿拉伯之春运动之后，形势逐渐稳定，酒店价格也呈现广泛的回升。



Victor Owens
北美地区副总裁
Hotels.com

今年，伦敦作为全世界最顶级的体育赛事——奥运会的主办城市，吸引了全球的目光。与此同时，全球酒店预订网Hotels.com通过酒店价格指数报告(Hotel Price Index™)为游客推荐其他同样令人瞩目的城市，为旅行计划提供一些参考。

近来，北美地区内经济信心的增强促使酒店价格回升。今年上半年，北美的油价下降，银行利率进一步下滑使得很多家庭都有了相对多的可支配收入。尽管目前的情形还是无法和经济危机之前相提并论，但从国内酒店预订率的增长可以看出，当前的经济形势与2008年和2009年相比有了很大好转。

今年，我们也看到一些酒店运营者为了从竞争对手中脱颖而出颇费心思，例如改造、提升酒店品质，增建奢华酒店等，由此对推高酒店价格带来一定影响。

无论酒店星级如何，如今的游客比以往更注重增值服务。以提供“一价全包服务”闻名的加勒比海地区，其酒店预订量同比增长了3%。

从哈里斯互动调查公司(Harris Interactive)最新发布的夏季旅游调查(Summer Travel Poll)中可以看出，尽管美国的经济并不稳定，也有将近五分之三的美国人在夏天有外出旅行的计划。如果你还不确定度假地点，我们的专家建议是：跟着心走！无论是在班夫国家公园攀岩，或是在新奥尔良吃三明治，抑或是在多伦多的艺术海洋里徜徉，还是在奥斯汀跟随独立音乐疯狂，Hotels.com会帮你计划最完美的旅程，找到最完美的下榻居所。

北美地区迎头向前

- 北美地区的酒店价格涨幅排名第二，增长5%，酒店价格指数达109。是全球酒店平均价格涨幅第二的地区，虽然与排首位的地区还有一定的距离，但增长的速度还是显而易见的。
- 美国经济为这个时期的酒店产业注入了新的动力，但增长的势头由于欧元区经济危机的影响而有所减弱。
- 酒店价格指数比2007年的高数值仍低10个系数，并且低于2006年的酒店价格，对游客来说，确实是好消息。

加勒比海地区傲然领先

- 加勒比海地区的酒店价格指数高达126, 是2012上半年价格指数最高的地区, 大幅度领先于太平洋地区和拉丁美洲地区, 相较于2011年同期的指数120, 增长了5%。
- 加勒比海地区的酒店价格在年初相对较高, 主要由于年初是旺季, 尤其对于美国游客来说, 而这也把酒店价格指数提升到2006年的点数, 与2007年的高峰时期相比, 仍有10个点数的差距。

加勒比海



北美



2. 全球目的地城市的酒店价格变动

以下章节反映与2011年同期相比, 2012年上半年全球实际支付酒店价格的变动情况(以人民币为单位计算)。

在2012年上半年, 超过3,860万的中国游客出境旅游, 这与去年同期相比增加近20%, 专家预测在未来几年, 中国有望超越德国和美国, 成为世界上最大的出境旅游市场。

然而, 在此次报告所调查的中国游客前往的全球目的地中, 超过一半的目的地酒店价格上涨。

亚洲地区传统的国际商务中心城市呈现价格上涨的趋势, 香港由于酒店需求增加, 平均酒店价格增长25%, 达1069元; 新加坡涨幅7%, 平均酒店价格为1373元, 其中原因之一是, 新加坡航空展及多个国际音乐会所带来的游客人数的增长推高了酒店价格。

由于大量日本及中国的游客的涌入, 首尔酒店价格增长25%, 平均酒店价格达到1099元; 台北市的酒店价格也同样因为大陆旅台游客数量增加及酒店股票价格上调, 增长22%, 平均酒店价格为974元; 北京的平均酒店价格增长19%, 达到617元。上海市酒店价格下跌13%, 平均价格跌至

511元。澳门, 酒店价格下跌2%, 平均酒店价格为1080元。

亚洲地区的度假目的地酒店价格状况则大相径庭。印度尼西亚巴厘岛的平均酒店价格上涨9%, 达1495元; 泰国普吉岛平均酒店价格上涨2%, 为830元, 但海滩度假胜地芭堤雅则下跌31%, 平均价格跌至591元人民币, 成为平均酒店价格跌幅最大的全球目的地之一。

其它地区如曼谷, 酒店价格上涨7%, 平均每间夜555元, 但吉隆坡酒店价格则比较平稳, 维持在611元每间夜, 东京及胡志明市分别跌幅3%及1%, 平均酒店价格为1013元及572元。

尽管伦敦平均酒店价格下跌18%, 跌至1733元每间夜, 但对中国游客来说仍然是最昂贵的国际旅游城市。巴黎平均酒店价格增长5%, 达到1556元每间夜, 排名第三。其它城市也呈现不同程度的涨幅, 如慕尼黑平均酒店价格增长19%, 达1133元; 阿姆斯特丹增长12%, 为1248元。而另一方面, 许多城市的酒店价格则呈现较大跌幅, 如米兰, 酒店价格下跌幅度达27%, 平均价格跌至1425元每间夜; 罗马下跌13%, 跌至1030元。

在美国, 旧金山酒店平均价格呈现最大涨幅, 上涨23%, 达到1230元每间夜; 波士顿上涨11%, 达到1283元; 芝加哥酒店价格上涨9%, 达到1106元; 圣地亚哥, 上涨5%, 达到874元。而对中国游客来说美国最昂贵的旅游城市纽约, 位居酒店平均价格排行榜第二位, 但酒店价格仅上涨2%, 为1608元。美国其他地区有的出现下跌, 如火奴鲁鲁呈现最大酒店价格降幅, 下降18%, 平均价格跌至1089元; 西雅图下跌10%, 跌至1036元人民币。

澳大利亚经济强有力的增长推动了悉尼酒店价格的上涨, 平均酒店价格涨幅为7%, 达1243元每间夜; 但加拿大的多个城市则出现价格下降, 多伦多市下跌11%, 到达951元每间夜; 温哥华下跌6%, 平均酒店价格为1050元。

数据 3 2011年与2012年酒店平均价格比较 (以人民币计算)

目的地	2012	2011	% 同期相比
	年上半年	年上半年	
伦敦	1733	2121	-18%
纽约	1608	1572	2%
巴黎	1556	1487	5%
巴厘岛	1495	1366	9%
米兰	1425	1941	-27%
新加坡	1373	1282	7%
波士顿	1283	1159	11%
阿姆斯特丹	1248	1109	12%
悉尼	1243	1163	7%
旧金山	1230	997	23%
华盛顿	1228	1308	-6%
迈阿密	1145	1206	-5%
慕尼黑	1133	953	19%
芝加哥	1106	1015	9%
澳门	1080	1103	-2%
首尔	1099	882	25%
火奴鲁鲁	1089	1337	-18%
香港	1069	856	25%
温哥华	1050	1119	-6%
西雅图	1036	1149	-10%
罗马	1030	1183	-13%
东京	1013	1040	-3%
台北	974	797	22%

目的地	2012 年上半年	2011 年上半年	% 同期相比
纳迪	965	958	1%
多伦多	951	1068	-11%
洛杉矶	946	982	-4%
圣地亚哥	874	829	5%
普吉岛	830	816	2%
拉斯维加斯	702	681	3%
北京	617	520	19%
吉隆坡	611	608	0%
芭提雅	591	852	-31%
胡志明	572	577	-1%
曼谷	555	519	7%
上海	511	590	-13%

数据 4 2012年上半年酒店价格同比增幅最大的目的地城市 (以人民币计算)

目的地	2012 年上半年	2011 年上半年	% 同期相比
首尔	1099	882	25%
香港	1068	855	25%
旧金山	1230	997	23%
台北	974	797	22%
慕尼黑	1133	953	19%
北京	617	520	19%

数据 5 2012年上半年酒店价格同比跌幅最大的目的地城市 (以人民币计算)

目的地	2012 年上半年	2011 年上半年	% 同期相比
芭提雅	591	852	-31%
广州	576	833	-31%
米兰	1425	1941	-27%
伦敦	1733	2121	-18%

数据 6 性价比最高的欧洲目的地城市 (以人民币计算)

目的地	价格
罗马	1030
慕尼黑	1133
阿姆斯特丹	1248
米兰	1425
巴黎	1556

数据 7 性价比最高的亚洲城市目的地 (以人民币计算)

目的地	价格
上海	511
曼谷	555
胡志明	572
广州	576
芭提雅	591
吉隆坡	611
北京	617
普吉岛	830
台北	974
东京	1013

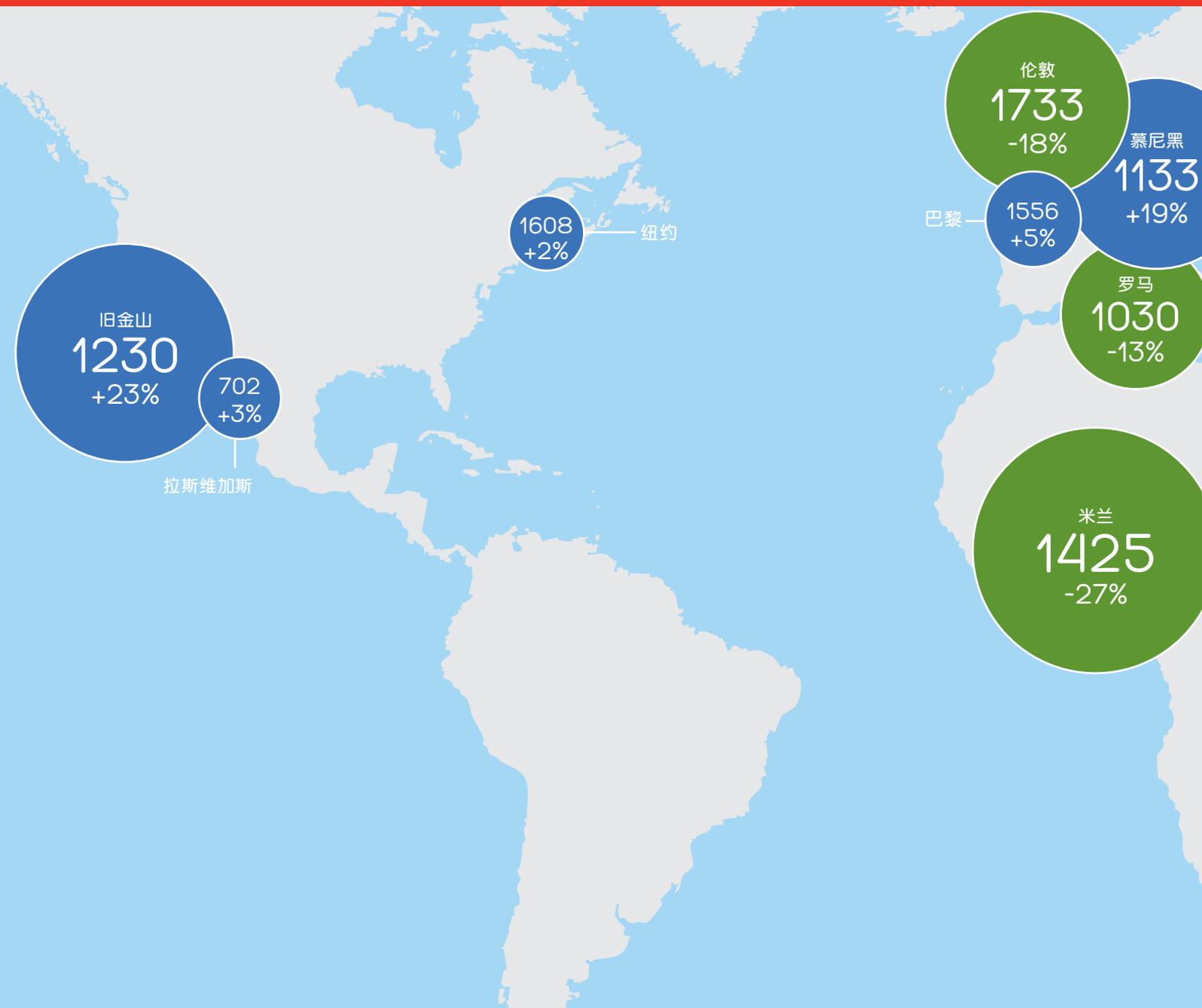
数据 8 最昂贵的美国城市目的地 (以人民币计算)

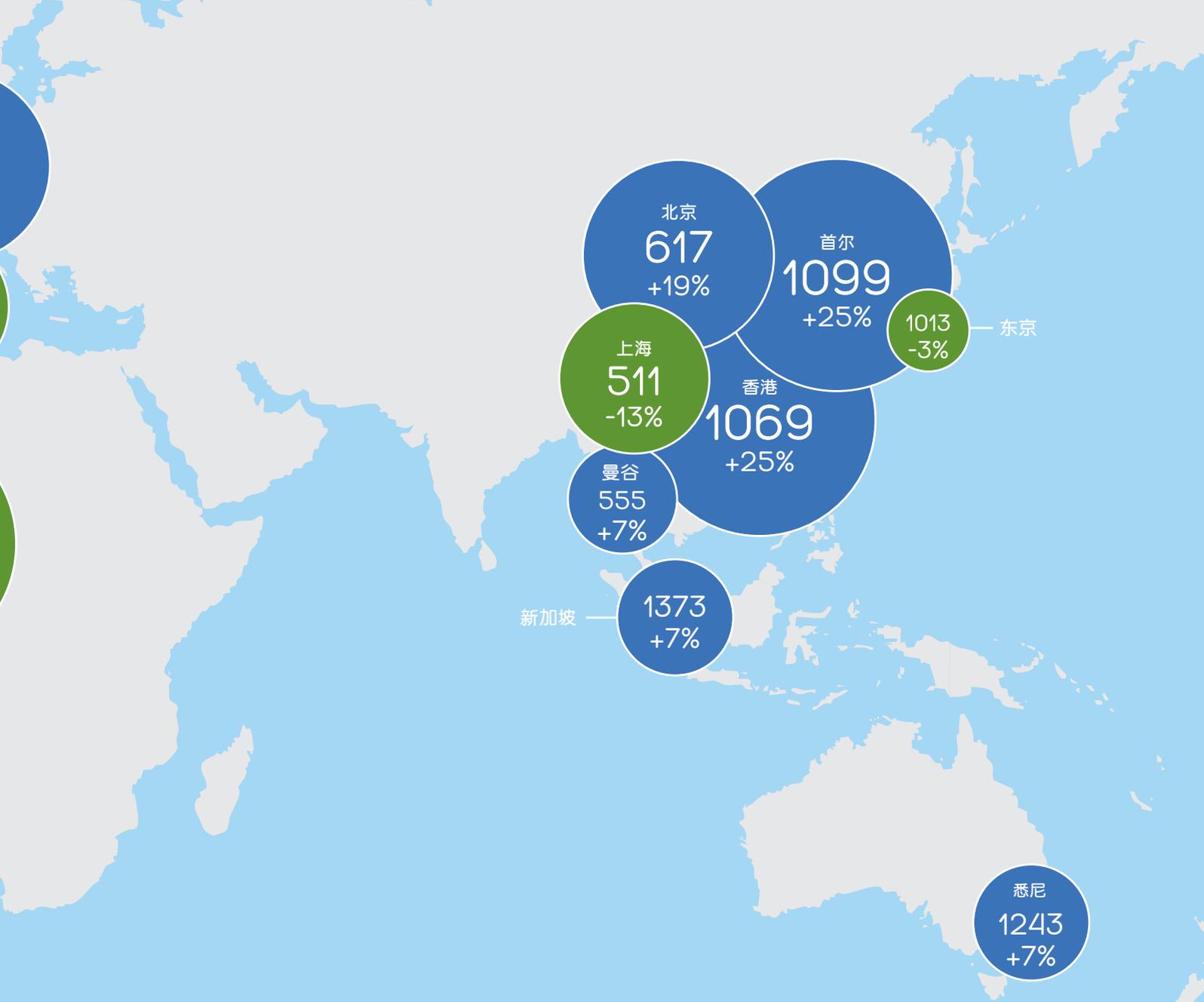
目的地	价格
纽约	1608
波士顿	1283
旧金山	1230
华盛顿	1228
迈阿密	1145
芝加哥	1106
火奴鲁鲁	1089
西雅图	1036
洛杉矶	946
圣地亚哥	874

数据 9 世界上顶级购物城市

目的地	价格
伦敦	1733
纽约	1608
巴黎	1556
米兰	1425
新加坡	1373

2012年上半年和2011年同期相比全球酒店价格变动





3. 各国（地区）价格变动幅度

在此次调查中, 中国游客造访的国家及地区中, 将近三分之二的国家或地区呈现价格下跌。

亚洲为游客提供良好的酒店性价比, 其中多个国家或地区的酒店呈现最低价格。对中国游客来说, 柬埔寨酒店价格最低, 平均价格为441元人民币, 上涨1%; 其次是越南, 平均价格为568元, 下降10%; 中国尾随其后, 平均酒店价格 605元, 下降6%; 印度平均酒店价格678元, 下降10%。而截然相反的是, 香港酒店价格表现强劲势头, 呈现最快增长速度, 平均酒店价格上涨25%, 达到1069元; 其次是韩国, 酒店平均价格上涨20%, 达

到1089元; 之后为台湾, 酒店价格上涨15%, 达到917元。

瑞士作为酒店价格最昂贵的国家, 虽然小幅下降7%, 但平均价格仍达到了1462元人民币。事实上, 欧元区的酒店价格普遍下降。其中跌幅最大的意大利, 下降了20%, 平均酒店价格为 1219元, 其次是英国和德国, 均下跌 13%, 酒店价格分别为1410元和 980元; 西班牙下跌11%, 酒店价格跌至900元。

其它地方, 如美国酒店价格保持在1021元; 加拿



大则下跌6%，平均价格为1078元；澳大利亚，下跌2%，价格跌至1067元。

该报告覆盖24国家及地区，其中7个国家及地区酒店价格上涨，16个国家及地区酒店价格下跌，1个国家保持不变。

数据 10 与2011年上半年相比，2012年各国（地区）酒店房间平均价格变动（以人民币计）

目的地	2012 年上半年	2011 年上半年	% 同期相 比
瑞士	1462	1578	-7%
英国	1410	1625	-13%
新加坡	1373	1282	7%
法国	1370	1299	5%
印度尼西亚	1336	1254	6%
意大利	1219	1523	-20%
荷兰	1100	1118	-2%
瑞典	1099	1201	-8%
韩国	1089	904	20%
澳门	1080	1103	-2%
加拿大	1078	1146	-6%
香港	1069	856	25%
澳大利亚	1067	1087	-2%
美国	1021	1023	0%
德国	980	1130	-13%

目的地	2012 年上半年	2011 年上半年	% 同期相 比
台湾	917	796	15%
西班牙	900	1012	-11%
日本	879	908	-3%
马来西亚	717	766	-6%
泰国	717	729	-2%
印度	678	754	-10%
中国	605	641	-6%
越南	568	632	-10%
柬埔寨	441	436	1%
柬埔寨	441	436	1%



数据 11 2012年上半年酒店房间平均价格同比增幅最大的国家(地区)排名(以人民币计算)

目的地	2012 年上半年	2011 年上半年	% 同期相比
菲律宾	669	491	36%
香港	1069	856	25%
韩国	1089	904	20%
台湾	917	796	15%
新加坡	1373	1282	7%
印度尼西亚	1336	1254	6%
法国	1370	1299	5%

数据 12 2012年酒店房间平均价格同比下降幅度最大的国家(地区)排名(以人民币计算)

目的地	2012 年上半年	2011 年下半年	% 同期相比
意大利	1219	1523	-20%
英国	1410	1625	-13%
德国	980	1130	-13%
西班牙	900	1012	-11%
印度	678	754	-10%
越南	568	632	-10%
瑞典	1099	1201	-8%
瑞士	1462	1578	-7%



芬兰



拉脱维亚

4. 境内外酒店消费情况

境外旅游

中国游客在海外支付的平均酒店价格达到1,023元，海外酒店消费排名升至第六位，与此相比，去年上半年海外平均酒店消费1,042元。

海外酒店消费最高的国家前10名保持不变，但排名有所变化。日本游客在国外的酒店花费再次名列第一，平均酒店消费1,167元，澳大利亚游客以1,113元从第三名升居第二。瑞士游客平均消费1,096元，下滑至第三位。

巴西游客海外平均酒店消费1,015元，从第十位升至第七位，而瑞典游客则从第七位下滑至第十位，由2011年的1,051元降至992元。

墨西哥游客海外酒店消费仍为最低，为平均人民币780元。

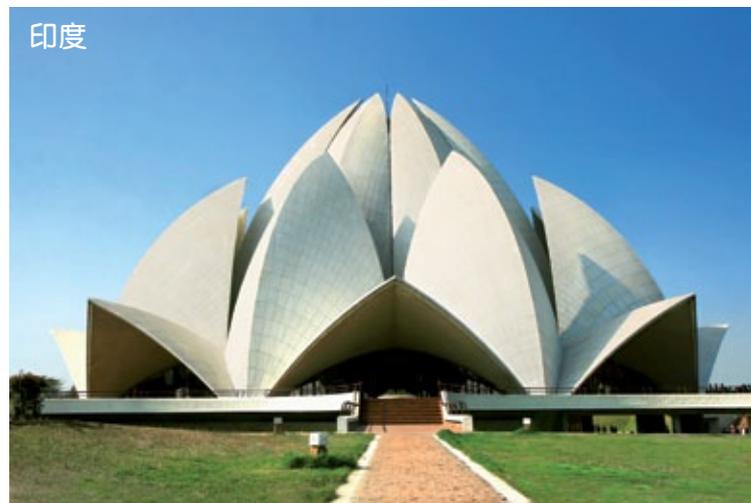


境内旅游

中国游客在境外支付的平均酒店价格为每晚605元，排名由17位降至24位。

2012年上半年，瑞士游客国内平均酒店消费最高，平均每晚消费1,266元，挪威以1,164元名列第二，新加坡则以1,161元紧随其后。澳大利亚游客则从第七位升至第四位，平均每晚酒店消费1,108元，韩国则以每晚968元的消费跻身前十，名列第六。

而从排名的另一端看，在国内寻求最高性价比酒店的为印度人，平均每晚消费572元，其次为西班牙人，平均每晚消费594元。



海内外酒店消费哪一个更高?

根据对26个国家及地区的分析,有19个国家及地区的游客平均海外酒店消费高于海内酒店消费。其中,中国游客平均国内酒店消费低于海外酒店消费418元,为价格差异最大国家。

名列第二位的是印度游客,其国内外酒店消费差

价为322元,新西兰游客国内外酒店消费差价为308元,日本游客国内外酒店消费则相差302元。

相反地,新加坡游客平均国内每晚酒店消费高出海外消费264元,瑞士游客以170元差价紧随其后,挪威人海内外酒店消费差价则为106元。

数据 13 2012年各国(地区)游客国内旅游与海外旅游平均酒店房间花费比较(以人民币计)

国家	海外消费	国家	海外消费
日本	1167	丹麦	917
澳大利亚	1113	香港	908
瑞士	1096	韩国	906
美国	1084	新加坡	897
挪威	1058	印度	894
中国	1023	法国	877
巴西	1015	葡萄牙	877
俄罗斯	1010	意大利	876
英国	1003	德国	868
瑞典	992	芬兰	867
新西兰	983	西班牙	860
加拿大	953	荷兰	859
奥地利	933	墨西哥	780
爱尔兰	918		

国家	国内消费	国家	国内消费
瑞士	1266	英国	806
挪威	1164	美国	793
新加坡	1161	奥地利	752
澳大利亚	1108	德国	724
瑞典	1005	意大利	710
韩国	968	新西兰	675
俄罗斯	957	爱尔兰	671
丹麦	932	法国	663
芬兰	918	墨西哥	663
香港	895	中国	605
加拿大	892	西班牙	594
巴西	881	印度	572
日本	865	葡萄牙	530
荷兰	807		

5. 哪里可以住到1,500一晚的奢华酒店

根据最新的酒店价格指数, 中国游客花费1,500元即可享受到多个城市的5星级酒店。曼谷、北京和上海等三个亚洲城市, 以及赌城拉斯维加斯和法兰克福也提供相同类别的酒店。

而花费1,500元, 可在巴厘岛、香港、首尔和新加坡等多个旅游目的地享受4星级酒店, 其它目的地如芝加哥、迈阿密和悉尼等也提供同星级酒店。

此价位在一些美国城市如波士顿、纽约、华盛顿以及伦敦和巴黎则只能入住3星级酒店。



数据 14 1,500元人民币在世界各个都会城市可入住的酒店级别

目的地	CNY1500
曼谷	★★★★★
北京	★★★★★
法兰克福	★★★★★
拉斯维加斯	★★★★★
上海	★★★★★
巴厘岛	★★★★
芝加哥	★★★★
香港	★★★★
墨尔本	★★★★
迈阿密	★★★★
首尔	★★★★
新加坡	★★★★
悉尼	★★★★
台北	★★★★
东京	★★★★
多伦多	★★★★
温哥华	★★★★
波士顿	★★★
伦敦	★★★
洛杉矶	★★★
纽约	★★★
巴黎	★★★
旧金山	★★★
华盛顿	★★★

6. 酒店不同星级的平均入住花费

Hotels.com分析了世界都会城市不同星级酒店的平均房间花费。由于世界各地5星级酒店每晚价格由1,109元至3,642元不等。对各地酒店价格进行调查,可帮助游客合理地制定旅行计划并决定旅行目的地。

在巴黎入住5星级酒店最昂贵,高达每间夜3,642元。其次为伦敦,每间夜价格为3,199元。而巴厘岛的5星级酒店则为2,638元每间夜。

曼谷位居5星级酒店性价比排名榜首,平均每晚仅需1,109元,其次为上海(1,224元),和北京(1,316元)。而北京和上海的4星级酒店平均价位分别低至612元和451元,曼谷的4星级酒店平均价位则在634元,纽约的4星级酒店价格最高,平均每晚1,993元。

另一方面,曼谷、拉斯维加斯和北京的2星级酒店价位最低,分别为217元,233元和255元。巴黎的2星级酒店平均每晚734元,为欧洲最低。

酒店星别等级注解

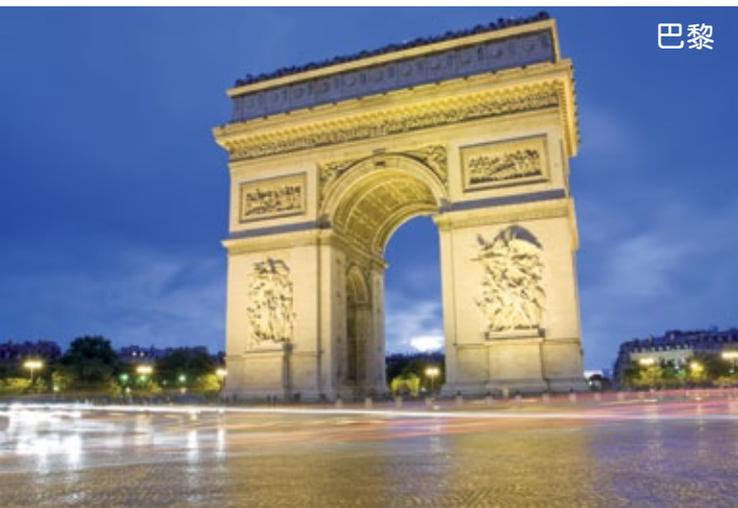
统一的星级评价标准并不存在,每个国家都有各自的一套甚至多套评价体系,如英国就不只一套。这就需要游客在预订不同国家的不同星级酒店时留意可能存在的酒店评价标准差异。

数据 15 2012年上半年各大城市不同星级酒店的平均价格(以人民币计)

目的地	**	***	****	*****
巴厘岛	不适用	598	1087	2638
曼谷	217	337	634	1109
北京	255	565	612	1316
波士顿	876	1273	1698	不适用
芝加哥	627	1052	1456	不适用
法兰克福	不适用	925	874	1323
香港	487	801	1229	2443
拉斯维加斯	233	454	751	1393
伦敦	不适用	1002	1753	3199
洛杉矶	618	975	1718	不适用
墨尔本	不适用	627	1034	不适用
迈阿密	731	1295	1227	不适用
纽约	1000	1421	1993	不适用
巴黎	734	1049	1855	3642
旧金山	743	1242	1638	不适用
首尔	675	823	1084	2049
上海	不适用	416	451	1224
新加坡	528	1029	1362	2451
悉尼	不适用	740	1194	1780
台北	445	802	1057	不适用
东京	521	888	1437	不适用
多伦多	616	968	1277	不适用
温哥华	726	1109	1396	不适用
华盛顿	899	1250	1571	不适用

数据 16 2012年上半年拥有最贵五星级酒店的五大城市 (以人民币计)

目的地	*** ****
巴黎	3642
伦敦	3199
巴厘岛	2638
新加坡	2451
香港	2443



巴黎

数据 17 低价享奢华: 2012上半年年拥有最高五星级酒店性价比的五大城市 (以人民币计)

目的地	*** ****
曼谷	1109
上海	1224
北京	1316
法兰克福	1323
拉斯维加斯	1393



上海

7. 低价位入住奢华酒店

2012年上半年是中国游客以低价享受国内外奢华酒店的大好时机，国内外酒店价格均出现了大幅度的下跌。

欧洲多个目的地酒店价格均出现降幅。伦敦5星级酒店价格跌至3,199元每晚，跌幅高达22%，而巴黎的4星级酒店也跌至1,855元，跌幅为20%。

新加坡5星级酒店跌至平均每晚2,451元，跌幅为4%，而4星级酒店跌至1,362元，跌幅达9%。



数据 18 低价享奢华: 2012年上半年高端酒店价格同比降幅最大的城市排名 (以人民币计)

目的地	星级	2012 上半年	2011 上半年	同比下降
伦敦	★★★★★	3199	4111	-22%
巴黎	★★★★	1855	2331	-20%
曼谷	★★★★★	1109	1267	-13%
上海	★★★★★	1224	1362	-10%
上海	★★★★★	451	499	-10%
新加坡	★★★★★	1362	1505	-9%
东京	★★★★★	1437	1561	-8%
拉斯维加斯	★★★★★	1393	1456	-4%
新加坡	★★★★★	2451	2561	-4%
拉斯维加斯	★★★★★	751	766	-2%

8. 游客旅行喜好

最受海外游客欢迎的中国目的地城市

最受海外游客欢迎的中国城市，排名变化不大，仍有北京、上海、深圳、成都等名列前十位。

数据 19 2012年上半年最受海外游客欢迎的中国目的地城市

排名	目的地
1	上海
2	北京
3	广州
4	深圳
5	西安
6	杭州
7	成都
8	苏州
9	厦门
10	三亚



9. 旅行杂谈

2012奥运会对酒店业的影响

伦敦奥运会已结束,在奥运激情逐渐平复之后,我们可以冷静地分析一下在奥运期间各个酒店的价格变化,看看消费者的实际消费点是什么。

在奥运会筹备期间,民众期望值相当高,一月份预定奥运会期间入住酒店的价格比平日价格高出119%。然而,随着开幕式的临近,酒店价格开始下降,酒店经营者为了提高入住率而降低价格,结果最后一刻预定的平均房价甚至低于比去年同期水平。

2011年八月起因奥运会所带来的订房收入每单比上一年增长146英镑,同比增长31%。然而,那些

翘首企盼特惠房价的人们,最终在奥运会结束前一星期得到了平均约108英镑的优惠价,相比去年同期下降了3%。

毫无疑问,这为今后的酒店业发展带来了积极的影响。不少新酒店开业,超过12,000间客房加入到奥运会的紧张筹备工作中,客房总数超过了140,000间。同时,其他酒店也完成了相应的维护和翻新。

奥运会为伦敦带来的酒店数量的增长,以及全球媒体对伦敦及伦敦酒店铺天盖地的报道,意味着伦敦将在2013年及以后获得更多的收益。



与去年同期相比较的百分比

中国游客国际旅游调查报告

在2012年7月, Hotels.com发布了《Hotels.com中国游客国际旅游调查报告》, 探讨中国游客的地位崛起如何对全球酒店业产生影响。

2011年出国旅游的中国游客的数量比2010年增长了22%, 专家认为中国正渐渐超越德国和美国, 在未来几年后会成为全球最大的游客输出国。

通过对Hotels.com全球超过五千家酒店合作伙伴进行问卷调查后得知, 大部分的受访者都预计中国出境旅游会不断发展, 其中22%的受访者更预期中国出境旅游能达到40%的增长。

该报告更发现, 中国游客自身正在逐渐改变, 他们更趋独立、自信、年轻以及更熟悉国外的文化和习俗。

由于多个主要市场的经济环境不明朗, 中国游客对餐饮的要求已经成为各酒店关注的要点。很多酒店明显的已经为迎合持续增长的中国市场, 开展了多方面的服务, 包括菜单的调整、中文菜单的配备、聘用会说中文的员工、提供中文报纸和中文电视

频道等媒体、娱乐设施, 以及接受使用银联卡支付等等。

Hotels.com亚太地区副总裁Johan Svanstrom先生表示, 中国出境游客的数量在2011年达到惊人的七千万, 其中大部份是到访香港和澳门, 增长十分迅速, 而针对中国游客的核心服务也已成了加强竞争力的核心要素。

如要索取完整的中国游客国际旅游调查报告, 请联系Hotelsteamchina@impactasia.com。

酒店计划增设的服务

41%



中文电视节目

42%



会讲中文的服务人员

46%



中式菜单

54%



中文版本网站

53%



中文报纸

62%



中国银联付款服务

ii 数据出自中国国家旅游局和中国旅游研究院(<http://eng.ctaweb.org/>)的2012中国出境旅游发展年度报告

iii 节选自Thraenhart, Jens (2012) Essential China Travel Trends. China Travel Trends Retrieved: 29 May 2012 from http://www.chinatraveltrendsbook.com/downloads/Essential_China_Travel_Trends_Dragon_Edition.pdf

iv 数据出自2012中国出境旅游发展年度报告

受访酒店经营者指出中国游客与十年前相比的最大转变

“我们看到越来越多的中国家庭前来度假旅游，而非商务游” — 美国

“富裕并有修养”
— 爱尔兰

“他们表现出了独立自主的能力”
— 挪威

“酷爱奢侈品”
— 法国

“欧洲文化对中国游客有亲和力——饮食习惯、外观和语言” — 德国

“不仅是富裕人群，去日本的大众旅游客人也在不断增长” — 日本

“经验更丰富，英语能力更好，使得我们的沟通更顺畅” — 西班牙

“他们上网频繁”
— 意大利

“他们喜欢印度食物”
— 印度

“中国客人对文化感兴趣，而且有高消费力” — 巴西

“中国游客喜欢订规格更高、许多项目包含在内的房间”
— 新加坡

“他们对一个国家的文化感兴趣” — 阿根廷

“中国游客旅行经验丰富、知识面广，而且对自由行（非团队旅游）很自信”
— 澳大利亚

俱乐部三明治价格指数

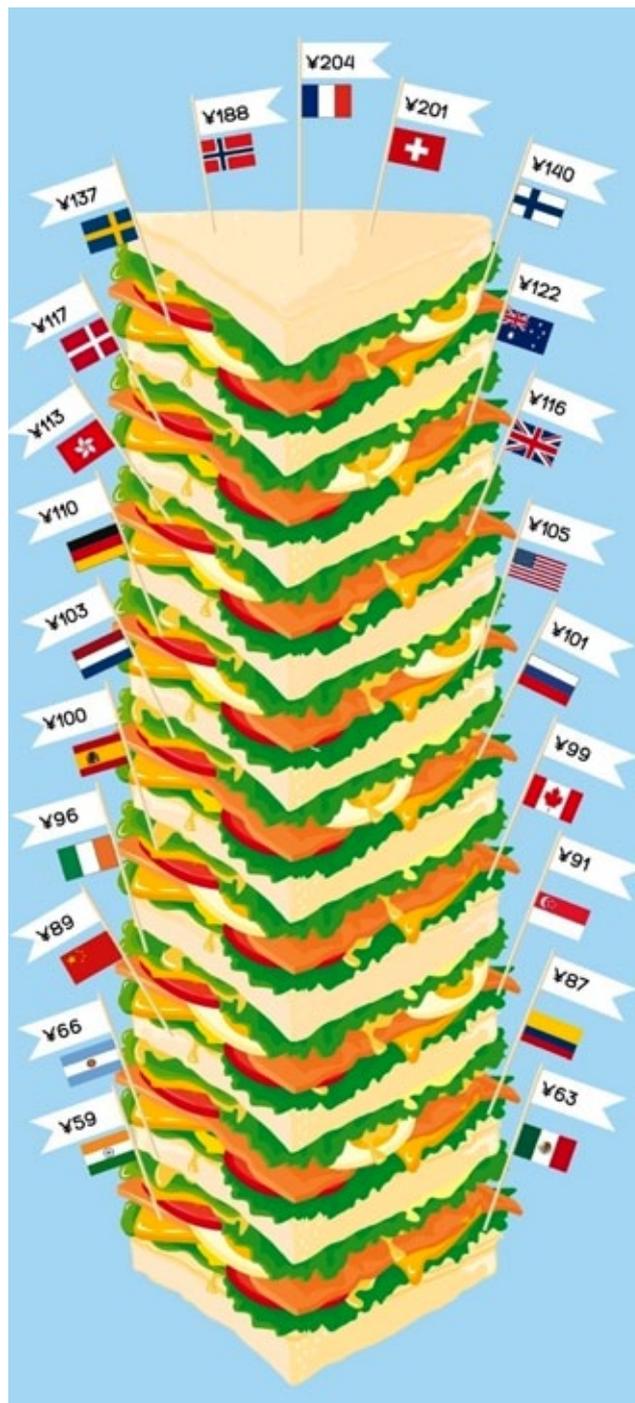
Hotels.com 俱乐部三明治价格指数显示——

巴黎的俱乐部三明治平均价格全球最高，北京居第二十二位

根据全球酒店预订专家Hotels.com最新调查数据，冠冕世界最浪漫城市的巴黎，也是全球俱乐部三明治价格最高的城市，俱乐部三明治平均价格高达204元，而北京的俱乐部三明治则以98元的价格居第22位。

此次调查是Hotels.com以俱乐部三明治的实际支付价格为基础，对世界上26个国家750间三到五星级酒店进行的调查。

巴黎五星级酒店的俱乐部三明治价格高达334元，而平均价格则为204元，位居榜首。在北京，俱乐部三明治价格平均为98元，在调查的26个国家一线城市中排名22，为价格最低的城市之一。



世界最美味

舌尖上的美食大PK

Hotels.com调查显示意大利美食为最佳度假餐饮, 中国美食居第四位

“舌尖上”一时成为国内现下最流行的词汇, 各地美食PK也精彩上演, 全球酒店预订专家Hotels.com对全球27,000位游客的调查显示, 在琳琅满目的世界各色美食中, 意大利餐饮被选为最受欢迎的度假美食, 而中国美食则排名第四。

根据这一调查, 有32%的问卷调查者选择意大利美食, 其次是法国美食(24%), 日本美食(18%), 囊括八大菜系的中国美食则以13%的支持率位居排行榜第四位。

另外, 位于前十位的国家或地区美食还有西班牙(11%)、美国(10%)、墨西哥(8%)。亚洲的多个国家地区的美食也榜上有名, 泰国餐饮以其民族特色与墨西哥美食评分秋色, 有8%的支持率; 而台湾美食和印度美食则分别有5%的支持率, 都列排行榜前十位。

全球最佳度假美食排行榜

排名	国家及地区美食	支持率 (%)
1	意大利	32%
2	法国	24%
3	日本	18%
4	中国	13%
5	西班牙	11%
6	美国	10%
7	墨西哥	8%
8	泰国	8%
9	台湾	5%
10	印度	5%

而针对中国游客进行的美食调查发现, 在中国游客心目中, 最美味的度假餐饮仍莫过于中餐。这一支持率高达42%, 其次是日餐和法餐, 各有27%的游客支持, 位于前五位的还包括香港美食(17%)、韩国美食(16%)以及意大利美食(13%)。

中国游客度假时最喜爱的美食排名:

排名	国家及地区美食	支持率 (%)
1	中国	42%
2	日本	27%
2	法国	27%
3	香港	17%
4	韩国	16%
5	意大利	13%

关于 HOTELS.COM

Hotels.com为世界领先的在线酒店住宿服务供应商, 提供全球15.5万余家从经济型宾馆到奢华国际连锁酒店、度假村乃至本土最受欢迎酒店的预定服务, 以及成功预订酒店的所有相关信息。Hotels.com拥有包括欧洲、北美、中南美洲、亚太地区以及中东和南非在内的85个网站, 其中大多数网站支持本土语言。Hotels.com的中文网站于2004年建立。

Hotels.com拥有本行业名列前茅的强大谈判团队, 竭诚为客户提供最优惠的价格, 优惠活动包括定期折扣及特别优惠促销。另外, Hotels.com提供常规电子新闻邮件, 以便于顾客及时了解酒店促销信息, 专享特别优惠。另外, Hotels.com拥有超过650万条顾客入住点评, 以供在线预订的顾客参考。

通过Hotels.com推出的顾客忠诚度计划“住宿奖赏”, 顾客可以在全球超过6万5千家酒店中累计住满十个晚上, 免费获得一晚入住。相关条件及条款请参考www.hotels.com。在预定完成后, 顾客在酒店取消期限内, 发现更低的预订价格, Hotels.com承诺退回差价。关于价格匹配条件及条款请参考Hotels.com网站。

中国顾客可在线预订, 或拨打多语言中心预订电话。顾客还可登陆 http://cn.hotels.com/tehui/mobile_cn/ 免费下载相应移动应用软件, 通过移动客户端可预订超过2万个“最后一刻”优惠酒店。

Hotels.com在业界备受赞誉, 获得众多奖项。其中最为显著的是2012年获得ByteLevel年度最佳全球网站前五强。该ByteLevel报告是从全球覆盖范围、全球导航、全球网站架构、网站本土化以及网站社会贡献等方面评估各大网站。另外, Hotels.com 曾获得知名调研组织Keynote Competitive Research 评估的“最佳整体客户体验”奖。

Hotels.com为世界领先的在线旅游公司Expedia, Inc. 集团旗下的酒店预订专家, Expedia为全球最大的在线旅游服务公司, 旗下公司业务广泛并拥有众多驰名于世的公司品牌。敬请关注Hotels.com新浪微博: <http://e.weibo.com/hotelscomchina>。

详情咨询

更多信息, 敬请联系:

Hotels.com 中国大陆地区媒体联络代表

Christy Hu
(10)84383577
Christy.hu@cohnwolfe.com

Yolanda Li
(10)84383576
Yolanda.li@cohnwolfe.com

Hotels.com 品牌公关部联络人

Zoe Chan
+852 3607 5719
zchan@hotels.com

Yvonne Bonanati
+44 (0) 20 7019 2815
ybonanati@hotels.com



