

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘自不同的官方政府刊物、可供查閱的公開市場研究資料來源及獨立供應商的其他資料來源，以及灼識諮詢報告。我們委聘灼識諮詢編製有關[編纂]的灼識諮詢報告。來自官方政府來源的資料並無經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實且概無就其準確性發表任何聲明。

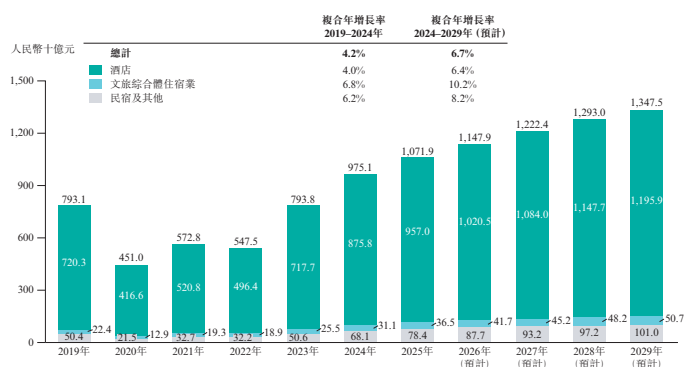
全球及中國住宿業概覽

住宿業指為旅行者提供留宿場所，有些單位只提供住宿，也有些單位提供住宿、餐飲、商務、娛樂為一體的服務。住宿設施通常包括酒店、文旅綜合體住宿業、民宿及其他。

2024年全球住宿業市場規模約人民幣64,678億元，2019–2024年間的複合年增長率為4.0%，隨著後疫情時代全球經濟逐漸復蘇，市場預計以6.5%的複合年增長率持續增長，將於2029年末達到約人民幣88,794億元。

中國住宿業市場規模由2019年的人民幣7,931億元增長至2024年的人民幣9,751億元，複合年增長率為4.2%，預計將於2029年達到人民幣13,475億元，2024–2029複合年增長率為6.7%。酒店是住宿業的主要組成部分，2024年中國酒店業市場規模為人民幣8,758億元，佔中國住宿業市場總額的89.8%，2019–2024複合年增長率為4.0%，預計將在2029年達到人民幣11,959億元，2024–2029複合年增長率為6.4%。文旅綜合體的住宿業市場規模增長迅速，由2019年的人民幣224億元增長至2024年的人民幣311億元，2019–2024複合年增長率為6.8%，在國家引導、產業需求的推拉作用下，文旅綜合體的住宿業規模將加速發展，預計2029年市場規模為507億元，2024–2029複合年增長率為10.2%。

中國住宿業市場規模(以收入計)，2019–2029年(預計)



資料來源：中國飯店協會，中國文化和旅遊部，灼識諮詢報告

行業概覽

全球及中國住宿業數字化行業概覽

概覽

住宿業數字化是指住宿設施運用軟件系統、智能設備、數據服務、線上渠道等住宿業數字化生態系統服務進行管理和經營的過程，覆蓋從獲客、預訂、前台、客房、運營管理，到會員體系和營銷的全流程。數字化解決方案主要包括酒店物業管理系統(PMS)、餐飲管理系統(POS)、中央預訂系統(CRS)、客戶關係管理系統(CRM)、數字營銷及其他增值服務。根據部署方式可分為本地部署和雲端部署。通過數字化技術的應用，酒店可以提高服務質量、提升運營效率、幫助獲客創收，改善客戶體驗，並在競爭激烈的市場中取得優勢。

中國住宿業數字化發展主要經歷以下三個階段：

- **本地信息化 (2010年及以前)**：部分酒店開始在本地通過局域網部署PMS，通過軟件實現客房和前台管理。本地PMS逐步取代人工紙質記賬、電話預約等傳統管理模式，推動住宿預訂、賬務管理等基礎業務完成數字化升級，有效優化了酒店內部的工作效率、人員調度及信息同步速度。
- **雲端數字化 (2011–2020年)**：隨著雲端計算技術的發展，基於雲端的解決方案因部署快、更新迭代頻率高、成本較低、支持遠程訪問及數據協同等優勢，住宿業對雲端部署的數字化解決方案需求增加以降本增效。同時，伴隨OTA和短視頻等新興獲客渠道的發展，外部需要對接的線上功能逐漸增加，本地端系統無法有效對接逐漸豐富的業務。雲端系統幫助企業建立直銷平台、實現OTA平台互聯等，豐富了線上營銷手段。此外，云PMS實現了實時互聯，從源頭上解決了多段協同時產生的訂單延遲、到店無房等問題，極大地提高了服務質量和穩定性。
- **AI數智化 (2021年至今)**：消費者在基本住宿外對入住、硬件設施、用餐、房務辦理、開票等入住全流程服務的智能化體驗提出了更高需求。以解決特定問題為基礎的事務型PMS已無法滿足酒店更加多元化的數字化需求。此階段酒店管理系統不再侷限於解決問題，而是通過「動態定價、智能客服、智慧住、AI運維」等全新結合AI、大數據技術的智能工具，覆蓋全流程、全模塊，全面重塑雙端用戶體驗。酒店各系統數據無縫流通、工單智能分配，實現智能化管理；用戶獲得豐富智能體驗，無接觸入住、智能房間控制、遠程訂餐、小程序房務、智能開票等，實現全智能化入住體驗。中國住宿業正邁向數據驅動的營運模式、智能決策與自動化方向發展，為行業升級及營運效率提升奠定基礎。

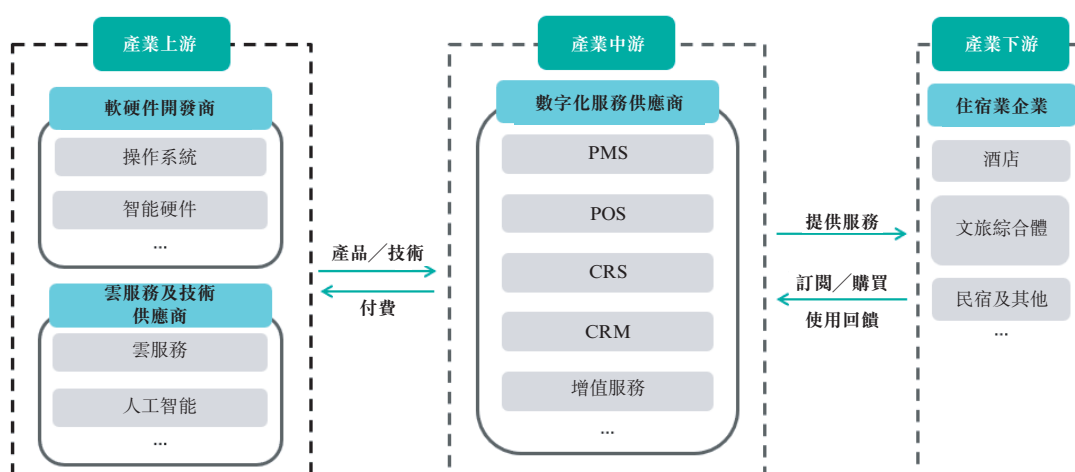
行業概覽

產業鏈及業務模式

中國住宿業數字化行業鏈上中下游分別為：

- **上游環節**：主要由兩類企業構成，第一類是軟硬件產品開發商，主要提供操作系統、數據庫、服務器、存儲設備及網絡設備等基礎軟硬件，為數字化轉型搭建底層技術架構；第二類是云服務及技術服務供應商，重點提供云服務、大數據技術服務、AI解決方案等，為數字化應用的落地提供核心技術支撐。這些企業共同為住宿業數字化解決方案的實現提供了基礎。
- **中游環節**：住宿業數字化的核心，主要包含住宿業數字化服務供應商。住宿業數字化解決方案企業提供包括PMS、POS、CRS及CRM等核心系統，同時提供數字營銷及增值服務充分觸達企業管理痛點，推動住宿業數字化的體驗升級和技術進步。
- **下游環節**：聚焦終端消費市場，核心下游客戶包括酒店、文旅綜合體、民宿及其他住宿設施。下游客戶通過使用數字化產品優化管理流程、提升C端用戶體驗。產業下游企業直接面對C端用戶，能收集C端用戶最真實的體驗和數據反饋，為數字化系統的開發提供方向。

中國住宿業數字化行業鏈



資料來源：灼識諮詢報告

行業概覽

行業主要商業模式和變現模式如下：

- **軟件產品訂閱收入**：一方面，企業基於云架構開發PMS、POS、CRS及CRM等核心系統，並通過SaaS模式運營，向客戶每年或按季度收取訂閱費用；另一方面，為保障系統穩定運行，企業為客戶提供定期維護與版本升級服務，每次服務會根據維護內容復雜度、升級模塊不同收取相應技術支持與維護費用。此外，在系統日常使用中，若因客戶員工操作不當引發故障（如數據錄入錯誤、功能誤操作等），系統廠商在提供遠程或現場故障排查、問題解決服務時，也會收取技術支持服務費。
- **銷售並安裝自有軟件產品**：核心涵蓋酒店運營所需的PMS、POS、CRS及CRM等系統，主要以一次性買斷的模式銷售。若產品需要現場安裝部署、調試適配客戶現有硬件環境，可能涉及安裝服務費用，具體金額會根據系統復雜度與部署規模調整。
- **增值服務收入**：增值服務包括多OTA平台對接，實現房態、價格和預訂信息的統一管理；與銀行及第三方支付渠道的接口整合，支持多種支付方式，提升結算效率和用戶體驗；提供會員管理與營銷工具，幫助企業搭建私域流量平台並進行代運營服務，幫助酒店實現精準促銷、客戶關係維護及長期用戶價值提升。

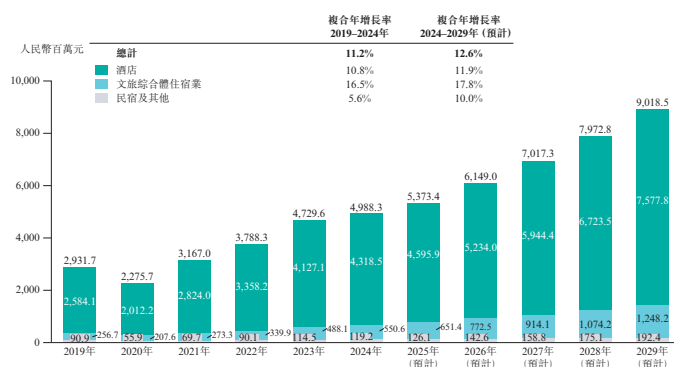
市場規模

全球住宿業數字化市場規模由2019年約人民幣388億元增長至2024年約人民幣640億元，2019–2024複合年增長率為10.6%，隨著全球住宿業市場規模加速發展以及數字化支出佔營收比重的持續提升，預計全球住宿業數字化市場規模將於2029年達到約人民幣1,110億元，2024–2029複合年增長率為11.6%。全球住宿業數字化支出佔住宿業收入比重由2019年0.7%增長至2024年1.0%，預計2029年將達到1.3%。

中國住宿業數字化市場規模由2019年約人民幣2,931.7百萬元增長至2024年約人民幣4,988.3百萬元，2019–2024複合年增長率為11.2%，預計將於2029年達到人民幣9,018.5百萬元，2024–2029複合年增長率為12.6%。其中酒店數字化是佔比最大的市場，2024年市場規模為人民幣4,318.5百萬元，2019–2024複合年增長率為10.8%，預計將以11.9%的複合年增長率增長，於2029年達到人民幣7,577.8百萬元。文旅綜合體住宿業是增長最快的部分，市場規模從2019年的人民幣256.7百萬元增長至2024年550.6百萬元，複合年增長率為16.5%，預計將以17.8%的複合年增長率至2029年達到人民幣1,248.2百萬元。

行業概覽

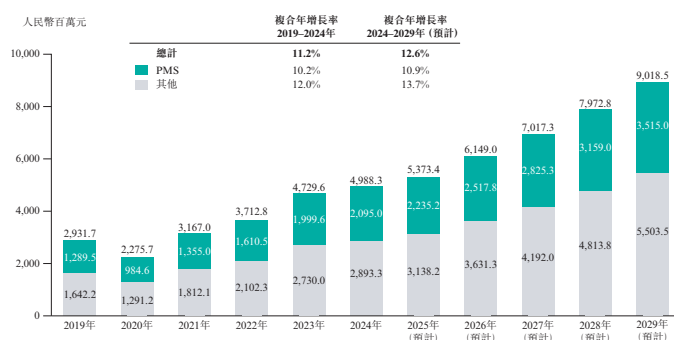
按客戶類型劃分中國住宿業數字化市場規模(以銷售額計)，2019–2029年(預計)



資料來源：中國飯店協會，中國文化和旅遊部，灼識諮詢報告

PMS是中國住宿業數字化的主要系統，中國住宿業PMS市場規模由2019年約人民幣1,289.5百萬元增長至2024年約人民幣2,095.0百萬元，2019–2024複合年增長率為10.2%，預計將於2029年達到約人民幣3,515.0百萬元，2024–2029複合年增長率為10.9%。

按產品類型劃分中國住宿業數字化市場規模(以銷售額計)，2019–2029年(預計)



資料來源：灼識諮詢報告

根據部署方式中國住宿業數字化市場可分為雲端部署和本地部署。基於雲端的數字化解決方案具有部署快、更新迭代頻率高、成本較低、可遠程訪問、數據協同等優勢，中國住宿業數字化市場正加速向雲端遷移。雲端部署的中國住宿業數字化市場規模由2019年的人民幣1,506.1百萬元增長至2024年的人民幣2,799.3百萬元，2019–2024複合年增長率為13.2%，預計將以14.7%的複合年增長率至2029年達到人民幣5,553.2百萬元。雲端部署的市場佔比由2019年的51.4%增長至2024年的56.1%，預計2029年達到61.6%。

行業概覽

行業驅動因素

中國住宿業數字化行業的驅動因素：

- *住宿設施數和收入持續增長*：中國住宿業設施數和整體行業收入持續高速增長，根據中國飯店協會，2019年中國酒店、民宿及其他住宿設施數為608.1千家，其中酒店數為338.0千家，受疫情影響，2020–2021年住宿設施數量下降，隨後逐漸恢復，2024年中國酒店、民宿及其他住宿設施共570.1千家，其中酒店數為348.7千家。隨著後疫情時代經濟進一步復蘇以及文旅業的持續發展，中國酒店、民宿及其他住宿設施數預計2029年將達到639.7千家，2024–2029年均復合增速為2.3%，其中酒店數預計2029年達到399.1千家，2024–2029年均復合增速為2.7%。酒店相比其他住宿設施形態平均房間數量更多、連鎖化程度更高，對數字化管理工具的需求更大。新增酒店設施將成為PMS、POS、CRS及CRM等系統的重要增量，同時，行業收入的快速增長將促進住宿企業在數字化的投入以提升管理效率和用戶體驗。
- *連鎖化和集團化帶來的跨區域管理需求*：以酒店門店數計，中國酒店行業連鎖化率從2019年的15.4%，增長至2024年的26.8%，預計2029年將達到33.0%；相較於2024年美國的酒店連鎖化率超過60%，中國的連鎖酒店仍有很大的市場整合空間。相較於獨立酒店，連鎖酒店對跨區域管理、跨區域數據傳輸和跨店協同等雲端PMS獨有特性有硬性剛需，本地PMS較難勝任。因此，酒店行業的連鎖化將會持續推動住宿業的進一步數字化和線上化。
- *住宿業在線交易滲透率持續上升、數字化投入提升*：移動網絡設備和基礎設施的進一步普及完善，中國住宿業線上交易佔比不斷提升，線上化的快速發展推動企業加快系統的數字化升級以提升在線交易效率。中國住宿業數字化付費滲透率，以門店數計，由2019年的32.8%提升至2024年的45.7%，相較於美國住宿業數字化付費滲透率超過80%仍有很大的提升空間，預計中國住宿業數字化付費滲透率將於2029年達到63.0%。此外，中國住宿業數字化支出佔住宿業的收入比重於2024年為0.5%，相較於全球住宿業1.0%的佔比也有極大的增長潛力，預計中國住宿業數字化支出佔住宿業收入比重將於2029年提升至0.7%。

行業概覽

- **云PMS技術有效解決了傳統模式的諸多核心痛點**：傳統住宿業應對各項運營和管理業務，通常採用純人工處理或本地PMS系統，存在諸多問題與痛點，如客房資源管理和登記效率低、房務和客戶需求處理不及時、與外部OTA平台房價和庫存信息同步繁瑣、多平台訂單處理效率低、跨部門信息孤島、報表和數據分析能力差等。云PMS技術操作便捷、支持多端訪問、升級便利，且實時對接多OTA平台同步庫存信息、自動生成財務報表，透過高效營運及智能決策直接解決傳統模式痛點，降低人力成本的同時大幅提高運營效率。
- **體驗經濟驅動住宿業數字化**：隨著體驗經濟迅速崛起，中國消費者對個性化、便捷及高質素住宿體驗的需求日益增長。此趨勢加速住宿業數字化轉型，使智慧預訂、移動支付、線上客戶服務、個性化推薦及數據驅動營運得以實現，從而提升客戶體驗與營運效率。數字化不僅滿足消費者對優質住宿的期待，更為產業創新與商業增長奠定關鍵基礎。

未來趨勢

中國住宿業數字化行業的未來發展趨勢如下：

- **一站式服務能力構建**：行業將從單一服務轉向一站式服務構建，PMS從傳統單一房態管理工具向「全模塊整合+全場景覆蓋」的數字化解決方案轉型，形成覆蓋酒店運營全鏈路與用戶體驗全週期的服務體系。以PMS系統為核心，在管理端整合客房管理、渠道管理、會員運營、餐飲管理、財務管理、數字營銷等核心模塊；在用戶端整合智慧工具、快速入住、餐飲服務、一鍵續住等快捷功能模塊，形成B端和C端的互通，實現酒店內部運營流程和客戶體驗的無縫銜接。
- **AI與大數據技術逐步「場景化落地」**：大數據技術為酒店提供決策支持與精準營銷能力。動態定價系統基於大數據分析市場需求、競爭對手價格、節假日客流等因素，動態調整房價，幫助酒店實現收益最大化和智能管理。AI技術則將住宿業數字化延伸至C端智慧住，例如智能客戶服務及個性化推薦，使服務更趨個人化、一

行業概覽

致且高效，同時減輕人工工作量。此外，AI與大數據技術還將助力文旅融合場景的數字化升級，通過智能整合景區票務、酒店客房、商業消費數據，分析遊客遊玩路徑與消費偏好，支撐「一站式服務」的套餐組合設計，適配「吃住行遊購娛」全場景需求。

- **全行業拓展及垂直領域專業化**：中國住宿業數字化行業的服務範圍將突破傳統酒店場景，多元場景拓展，同時在各垂直領域深化打造更精準的解決方案，形成「廣度覆蓋+深度滲透」的發展格局。將線上化、數智化、一體化的思路延伸至文旅、餐飲、零售等更多相關產業，助力客戶打造從客源獲取、用戶體驗到後端管理的全流程智能化與自動化解決方案。同時，針對不同細分市場打造定製化的數字化解決方案，以滿足多元客戶需求，獲取新的增量市場。
- **生態網絡系統鏈接各生態夥伴**：住宿業數字化行業的未來發展，將不再局限於單一企業的服務能力，而是通過生態網絡系統鏈接上下游夥伴，實現價值共創。行業將進一步深化與OTA平台、云服務商、智能硬件企業、支付機構等夥伴的合作，拓展服務邊界與場景覆蓋、降低訂閱和支付成本，獲取更強市場競爭力和更大利潤空間，為住宿業數字化行業不斷提供便利條件。
- **私域搭建助力住宿業企業減少平台依賴、促進獲客創收**：酒店、度假村等住宿業企業獲客長期依賴OTA平台，而OTA平台會對企業進行抽傭進而降低住宿業企業利潤率。因此，搭建私域平台獲客成為了住宿業數字化的重要趨勢。住宿業數字化企業通過提供一站式私域建設平台為住宿業企業突破技術壁壘，減少平台依賴。
- **出海、全球化進程加速**：中國住宿業數字化企業借助國內市場積累的技术整合能力與服務經驗，從政策友好、文化相近的區域起步，熟悉海外規則、積累市場經驗，逐步向其他市場拓展，構建覆蓋海外市場的產品體系與服務網絡。與此同時，國內頭部酒店品牌加快國際化佈局，對本土數字化服務商提出同步出海、提供本地化系統支持的需求，從而進一步帶動中國住宿業數字化企業的全球化進程與生態輸出。

行業概覽

行業挑戰

中國住宿業數字化行業挑戰分析如下：

- **技術適配與升級壓力大**：一方面，存量酒店傳統系統向雲端平台遷移阻力大。大量酒店考慮到遷移需承擔短期運營中斷壓力，中小酒店因資金有限，升級意願低，仍使用局域網部署的非云架構系統，制約行業雲系統滲透率提升；另一方面，新興場景定製化研發負擔重。文旅綜合體、智慧民宿等「泛住宿」場景需整合票務、商業消費等多業態功能，個性化需求強，研發週期長、成果復用率低，且新技術落地需平衡穩定性與投入回報，眾多下游企業仍保持觀望態度。
- **生態協同壁壘高**：全鏈路互通技術門檻，部分企業的一站式服務平台無法實現真正的打通，導致各業務模塊技術架構、數據接口標準不統一，無法實現打通，導致不同功能的實現需要客戶多個平台同時使用，降低客戶實際體驗。同時，不同行業的外部生態夥伴數字化程度參差不齊，對接難度大，需針對性投入研發成本進行接口的打通，成為橫向行業拓展的主要阻礙。
- **國際化運營困難**：海外市場的拓展需組建精通當地語言、運營習慣和客戶偏好的團隊，因此人才招聘難度較大。同時，企業出海需適配本地需求，短期內難達國內產品的服務效率。相較之下，國際競爭對手佈局早、品牌強，出海企業打開海外市場仍為長期目標，短期難以快速實現。

競爭格局

排名

就2024年的銷售額而言，本公司是中國前二的住宿業數字化服務供應商；是中國最大的住宿業PMS提供商。

行業概覽

2024年中國五大住宿業數字化服務供應商(按銷售額排名)

排名	集團名稱	2024年 銷售額， 人民幣億元	市場份額
1	公司A	5.5	11.0%
2	本公司	4.5	9.1%
3	公司B	2.0	4.0%
4	公司C	1.8	3.6%
5	公司D	1.7	3.3%
前五總計		<u>15.5</u>	<u>31.0%</u>

2024年中國五大住宿業PMS供應商(按銷售額排名)

排名	集團名稱	2024年 銷售額， 人民幣億元	市場份額
1	本公司	3.5	16.8%
2	公司A	2.1	10.3%
3	公司C	1.4	6.5%
4	公司B	1.2	5.9%
5	公司D	1.0	4.8%
前五總計		<u>9.3</u>	<u>44.2%</u>

資料來源：灼識諮詢報告

附註：銷售價值指客戶採購的解決方案及／或服務的總交易價值。

公司A成立於1998年，總部設於北京，為一間於深圳證券交易所上市的公司。其核心產品涵蓋住宿業PMS、經銷、支付及企業管理系統。

公司B成立於2018年，總部設於上海，專為住宿業及餐飲業提供數字化解決方案。

公司C成立於2014年，總部設於上海，開發並運營PMS、中央預訂及數據平台等住宿業核心系統。

公司D成立於2020年，總部設於北京，專注於雲端PMS及為住宿業與住宿供應商提供全鏈路數字化解決方案。

行業概覽

准入門檻及關鍵成功因素

中國住宿業數字化行業准入門檻及關鍵成功因素分析如下：

- **技術能力與行業場景理解的深度融合**：從技術特性來看，實現PMS、POS、CRS及CRM等各系統間的數據實時互通、功能協同，同時滿足酒店從客房管理、渠道對接、會員運營到餐飲結算、財務統計的全流程需求，不僅存在顯著技術壁壘，同時需要精準立項，明確開發目標。技術能力和行業場景理解均須長期積累的行業經驗，新進入者短期內難以復制。
- **以客戶為中心的創新與快速迭代能力**：以客戶實際使用過程中的痛點為中心的創新方式，能夠幫助企業緊貼行業的共性需求與個性化場景，從而打造出兼具靈活性與通用性的標準化產品體系。與此同時，產品與服務的快速更新迭代能力，不僅有助於提升客戶黏性和滿意度，也顯著增強了產品的市場競爭力，使企業得以在激烈的市場環境中持續保持領先地位。
- **獲客依賴長期積累和圈層**：住宿業數字化服務的用戶獲取高度依賴行業圈層資源與長期信任關係，新進入者難以快速突破客戶壁壘。從行業現狀來看，核心客戶（如中高端酒店集團、文旅集團）在選擇數字化服務商時，更傾向於與具備行業經驗、口碑良好的頭部企業合作，數字化系統直接關聯酒店房態管理、財務結算等核心環節，因此客戶對服務商的穩定性與服務能力要求極高。此種基於網絡和信任的獲客模式無法藉短期廣告投放或低價策略快速複製，需要持續投入時間和資源來構建客戶關係，導致新進入者的獲客成本顯著高於既有業者。
- **更換PMS难度大，客戶黏性高**：PMS更換不僅涉及數據遷移、接口適配和員工培訓等諸多挑戰，還可能帶來運營中斷等潛在風險，系統轉換成本較高。因此，酒店更傾向於長期合作和功能迭代升級，而非頻繁更換供應商，形成較強的客戶黏性。同時，頭部廠商通過持續的產品優化、模塊化功能擴展和生態系統建設，進一步增強了客戶依賴度，形成技術與服務雙重壁壘。

行業概覽

- **研發需持續穩定資金支撐**：住宿業數字化行業屬於「輕資產但高投入」行業，研發投入與服務網絡搭建需要持續的資本支撐，新進入者面臨資金壓力。頭部企業投入系統升級、新技術研發與適配，涵蓋AI技術融合、文旅場景解決方案開發、雲系統優化等方向。這種持續的研發投入，是保障競爭力的核心，新進入者若想追趕，需投入大量的研發資金和時間，以保證產品功能與穩定性。
- **產品矩陣壁壘**：豐富的產品矩陣能夠滿足住宿業對一體化數字化解決方案的請求，減少部署成本，提高數據共享和傳輸效率，提高客戶在同一平台上的使用深度，形成高客戶黏性。但是，建立豐富的產品矩陣需長期投入研發資源和時間積累，並在不同類型酒店中不斷迭代驗證，新進入者難以在短時間內建立完整可用的業務矩陣。

中國文旅數字化行業概覽

文旅行業是指依託自然資源、人文歷史、主題內容與休閒度假需求，通過提供觀光體驗、休閒娛樂、文化消費、住宿餐飲、商務會展、綜合服務等方式，滿足遊客文化體驗與綜合度假需求的多業態一體化產業集合，例如度假景區、古鎮街區、主題樂園和演藝場所等。文旅數字化行業為文旅設施提供全鏈路數字化解決方案，幫助企業實現服務智能化、運營管理數字化、內容數字化等，涵蓋票務、餐飲、住宿和零售等業務。

中國文旅數字化行業市場規模由2019年人民幣271億元增長至2024年人民幣513億元，複合年增長率為13.6%。預計隨著文旅行業進入高質量發展時期，文旅數字化行業市場規模將以14.4%的複合年增長率持續增長，於2029年約達到人民幣1,003億元。

中國文旅數字化行業主要驅動因素如下：

- **「內循環」模式驅動文旅產業轉型升級**：文旅產業逐步向文旅綜合體轉型，2020年提出的「內循環」模式顯著帶動了文旅綜合體的投資建設。我國文旅綜合體數量從2019年的7.5千家，上升到2020年的8.6千家，在2023年增長至11.5千家，並在2024年保持了穩定增長，達到12.4千家。文旅行業向文旅綜合體的轉型過程中，新型的數字化系統工具被廣泛應用於文旅綜合體的管理。

行業概覽

- **文旅客戶尤其是文旅綜合體運營鏈條長、管理復雜度高：**文旅客戶尤其是文旅綜合體普遍投資規模大、業態豐富、運營鏈條長，使其在規劃、建設與運營全週期中面臨管理復雜度高、跨部門協同難度大等問題。為了提升資產運營效率和整體管理能力，運營方希望通過一套集成化的數字化系統統一實現業務管理、財務管理、人力資源管理、營銷管理等多項功能。這不僅有助於數據集中和流程標準化，也能提升整體運營透明度、降低成本，並支撐多業態場景的靈活擴展。
- **遊客個性化、移動化體驗需求倒逼運營者增加數字化系統投入：**遊客的消費行為不斷升級，更追求一站式、個性化、即時響應的服務體驗。文旅行業為滿足這一趨勢，需要持續提升數字化水平，通過移動端服務、智能推薦、線上線下融合等方式提供更便捷、更連貫的旅程體驗。

中國文旅數字化行業未來趨勢如下：

- **全鏈路、一體化轉型：**早期的文旅數字化多集中在票務、導覽、營銷等單點環節，如今隨著文旅綜合體規模擴大和業態增多，數字化正向全鏈路延伸。文旅各個業態之間的接口被逐漸打通，通過數據集成和模塊化能力支撐多業態協同，實現從「局部功能優化」向「全方位效率和體驗提升」的轉變。
- **數據驅動的精細化運營：**文旅行業逐漸普及數據中台建設，將票務、酒店、零售、餐飲、停車、營銷等多業務的數據進行集中管理，實現跨業務數據的綜合分析，使經營監控做到實時洞察和預測判斷。轉化率、復購率、停留時長、客單價等更多的精細運營指標逐漸被納入系統分析，從而為文旅行業的營銷、管理、服務優化等全方面提供細緻數據支撐，幫助運營方更精準地識別增長點與運營瓶頸，形成可持續競爭優勢。
- **AI與智能化應用快速落地：**從前端服務到後台運營，AI智能化的滲透不斷深化。在現場運營環節，AI通過智能排隊、客流預測與人流疏導模型，實現更科學的資源配置和現場調度，有效緩解高峰期壓力並提高場地使用效率。在服務端，AI導覽、多語言講解與智能客服提升接待效率，使遊客在行前、行中、行後均能獲得更便捷、實時、準確的服務支持。

行業概覽

資料來源

我們委託獨立市場研究顧問灼識諮詢就全球及中國住宿業數字化行業進行分析並編製報告以供本文件使用，該報告由我們以人民幣636,000元的費用委託進行。灼識諮詢基於政府機構和非政府組織發佈的數據，並通過其一手及二手研究編製報告。灼識諮詢運用多種資源開展一手及二手研究，一手研究包括對主要行業專家和領先企業進行訪談；二手研究包括分析中國飯店協會等各類公開數據源及上市公司披露資料。

灼識諮詢報告所載預測和假設具有不確定性，其原因在於存在無法合理預見的事件或事件組合（包括但不限於政府、消費者、競爭對手及其他第三方的行為）。可能導致實際結果產生重大差異的具體因素（其中）包括住宿業數字化市場的固有風險、社會經濟因素、供應風險、監管風險與環境問題、勞工風險、融資風險、不可抗力或突發事件等。委託報告中的市場預測基於以下關鍵假設：(i)在預測期內中國的整體社會、經濟和政治環境預計將保持穩定；(ii)在預測期內，相關關鍵行業驅動因素可能會推動中國住宿業數字化市場的發展；及(iii)不存在可能對市場產生重大或根本性影響的極端不可抗力或不可預知的行業法規。除另有說明外，本節所載所有數據及預測均源自灼識諮詢報告。董事經採取合理審慎措施後確認，自灼識諮詢報告日期起，整體市場資料並無發生重大不利變動而令有關資料有重大保留意見、互相抵觸或造成影響。