

## 预订量与入住率

### 一、指标内涵与计算逻辑

#### 1. 实时预订量

定义：单位时间（如小时 / 日）内新增的有效预订数量（已支付或担保）

公式：实时预订量 = 当前时段预订数 - 取消预订数

示例：某主题乐园酒店 10 月 1 日 9:00-10:00 新增预订 45 间，取消 8 间，  
实时预订量为 37 间

行业特性：旅游景区周边酒店存在“潮汐效应”，节假日上午 10 点预订量可  
达平日全天的 40%

#### 2. 平均入住率

定义：实际入住房间数占总可用房间数的比例

公式：入住率 = (已入住房间数 / 总房间数) × 100%

示例：某温泉度假村共有 200 间房，当天入住 165 间，入住率 82.5%

特殊计算：分时入住率（如钟点房按 4 小时为 1 间夜计算）

#### 3. 淡旺季波动

定义：不同时间段入住率的周期性变化幅度

公式：波动系数 = (旺季平均入住率 - 淡季平均入住率) / 全年平均入住率

示例：长白山滑雪场酒店旺季（12-2 月）入住率 95%，淡季（6-8 月）45%，波  
动系数 62%

行业特征：南方景区夏季为旺季，北方冬季为旺季，形成“冰火两重天”现象

### 二、核心应用场景

#### 1. 动态价格策略

浮动定价机制：

实时预订激增：当小时预订量超过前日同期 50% 时，触发价格上调（幅度 5-15%）

入住率预警：连续 3 日入住率 < 60%，启动“早鸟特惠”（提前 7 天预订享 7 折）

案例：三亚某度假酒店通过 API 对接景区客流数据，当景区日接待量突破 3 万时，房型价格自动上浮 25%

## 2. 人力需求预测

人员配置模型：

清洁人员：预计入住房间数  $\times$  1.2 (考虑退房清洁时间)

前台班次：入住高峰时段  $\div$  2 小时 / 班 + 备用班次

预警机制：

实时预订量 3 小时内突破月均峰值  $\rightarrow$  启动临时工调用

入住率  $>90\%$  持续 2 天  $\rightarrow$  协调跨部门支援 (如餐饮部转岗)

## 三、数据驱动决策案例

案例：某古城客栈的旺季运营优化

数据发现：

周末实时预订量集中在 14:00-16:00 (占全天 60%)

周五入住率 92%，周六 85%，周日骤降至 55%

应对措施：

价格策略：周五 14 点后执行“阶梯涨价” (每新增 10 间预订，价格上调 3%)

产品设计：推出周末连住套餐 (周五 + 周六入住享 9 折，赠送古城夜游导览)

人力调配：周五增派 2 名前台，周日清洁人员转为景区接驳车司机

成果：

周末 RevPAR 提升 18%

人力成本占比下降 12%

客户投诉率降低 40%

## 四、行业特殊考量

长尾效应管理:

大型活动前 3 个月启动 “预售机制” (如音乐节门票捆绑酒店)

数据验证: 成都大运会期间, 周边酒店提前 6 个月预订量同比激增 400%

超额预订策略:

计算公式: 超额预订数 = 预计取消数  $\times$  1.5 (按历史退订率计算)

补偿方案: 超额客人免费升级房型 + 赠送餐饮券 (价值  $\geq 100$  元)

分时入住创新:

针对景区夜游需求, 推出 “18:00 – 次日 12:00” 特惠房 (价格为全日房的 60%)

## 五、数字化工具支撑

实时监控系统:

可视化看板: 每 15 分钟更新预订热力图 (颜色区分价格区间)

异常预警: 当入住率连续 2 小时  $> 95\%$  时, 自动推送人力调配建议

预测模型:

季节性 ARIMA 模型: 预测未来 7 天入住率波动 (误差率控制在  $\pm 5\%$ )

机器学习应用: 通过用户行为数据预判 “最后一分钟预订” 概率

收益管理系统:

自动生成最优价格建议 (基于历史数据 + 市场竞品分析)

动态调整库存分配 (如保留 10% 房间给高端客户)

## 六、行业实践标准

数据采集规范:

预订数据需包含房型、价格、渠道、客户类型等字段

入住率计算需扣除维修房、员工用房等不可售房间

隐私保护措施:

客户姓名、联系方式等敏感信息脱敏处理

企业团队预订数据加密存储（加密等级 AES-256）

效果评估指标:

价格策略有效性: 价格弹性系数（预订量变化 % / 价格变化 %）

人力配置效率: 人均服务房间数（目标值: 清洁员 8-10 间 / 天）