

# 疯狂的亚朵：4000元房价过山车

## 节后房价急剧回落

春节假期前夕，部分热门旅游城市的亚朵酒店房价一度冲上4000元/晚，而节后房价则迅速跳水，引发市场的广泛关注。

携程App显示，泉州万达广场丰泽街亚朵酒店3月1日—8日尊享双床房房价为508元/晚，而在春节假期期间(2月15日—22日)同房型房价为2168元/晚，由此可以计算出，节后房价降幅为77%。北京商报记者注意到，在整个春节假期期间，泉州多家亚朵酒店的客房均已售罄。

节前，北京商报记者致电泉州万达广场丰泽街亚朵酒店，面对房价大幅上涨的问题时，该酒店工作人员称，春节期间游客较多，加之会有团队客人入住，且酒店位于市中心，房源十分紧张。若选择在春节假期8晚连住，酒店暂无房间可以入住。

亚朵酒店房价出现跳水情况的不止泉州，北海、汕头等地亚朵酒店房价也从春节期间的高位，直线回落至千元以内。携程App显示，北海银滩大道亚朵酒店2月18日—19日高级双床房为1845元/晚，节后3月4日—5日(同为周三、周四)同房型房价为481元/晚，每晚房价下调1364元，降幅为74%；同样在汕头，2月18日—19日汕头万象城华山路亚朵酒店深睡尊享大床房房价为4037元/晚，3月4日—5日房价下降至927元/晚，降幅为77%。部分热门小城的亚朵酒店在春节前后的价格落差较为明显，房价甚至出现“腰斩”的局面，引发游客热议。

针对春节期间酒店涨价，汕头亚朵酒店门店负责人回应称，由于春节期间汕头文旅非常火爆，门店在春节期间大部分基础房型已经被订完，剩余少量的稀缺高端房型，确实

春节过后，部分热门小城的亚朵酒店房价上演“过山车”行情，房价节前飙升，节后迅速跳水，巨大的价格波动引发热议。2月24日，北京商报记者经查询发现，春节假期期间，汕头等热门小城的亚朵酒店房价涨至超4000元，而节后开始大幅度回落，降幅超70%。春节期间高企的房价，引发网友热议，纷纷吐槽称“月薪3万，春节住不起汕头亚朵”。在酒店客房涨价的背后，有业者分析称，酒店房价波动是供需关系变化所致，小城中高端酒店供给有限，从而推高房价，而众多消费者选择亚朵也是对其品牌的认可，但过度涨价则会对品牌造成负面影响，针对价格的制定，企业需要进行自我约束。

在价格上存在一定的波动，门店也在文旅部门、市场监管部门等的指导和提醒下，保持价格合理性。同时通过延长早餐时间段以及入住赠送伴手礼等措施，提升用户体验。

## 供需紧张推高小城房价

春节期间小城亚朵酒店高企的房价，引发大量游客吐槽。北京商报记者在社交媒体上看到，有不少消费者吐槽称“这个价格都够过年在三亚住别墅套房了”“亚朵现在才是真贵，比全季贵多了”“长沙的亚朵有点贵，还不如住五星级”“我本来想住亚朵，但价格离谱，于是选择了其他新开的酒店”，甚至还有消费者吐槽，“月薪3万，今年春节也住不起汕头亚朵”。

这个春节假期，家住北京的刘茜选择到广西北海旅游。她谈到，自己一家三口入住的北海银滩大道亚朵酒店，2月14日—16日春节期间，首晚房价为868元，第二晚飙升至1493

元，且仅包含两份早餐。而她意外的是，当她抵达北海后询问发现，北海香格里拉大酒店房价仅需1300元/晚，甚至还为随行的孩子免费提供早餐。刘茜算了笔账：在亚朵入住两晚再加上为孩子单独购买早餐，总花费已超过2500元，而在香格里拉住两天仅需2600元。面对亚朵价格直逼高端五星酒店的现状，她坦言，与其花差不多的钱住中高端酒店，不如直接选择体验更好的高端酒店。

旅游酒店行业高级经济师赵焱焱分析称，春节假期热门小城酒店价格大幅上涨的背后，主要有三方面原因。首先，从供给端来看，这些小城市的中高端酒店供给相对有限，客房总量无法在短期内大幅提升；其次，叠加旅游需求集中释放，导致短期供需矛盾加剧，从而出现高溢价现象；此外，节日期间员工薪酬等经营成本的上升，也进一步推高了房价。

其实，不只是亚朵酒店，今年春节假期，

小城旅游热度激增，导致部分中高端酒店房价高企。携程数据显示，今年春节，以非遗为代表的文化体验成为最热门的出行主题。潮汕地区的英歌舞在这个春节“再破圈”，广东汕头和潮州的旅游订单量分别增长36%和31%。同样因非遗而火爆的还有江西景德镇和福建泉州，旅游订单量分别实现了48%和12%的增长。消费者张希告诉北京商报记者，在春节假期前夕，自己在搜寻泉州酒店时看到，泉州的全季、桔子水晶等酒店房价也出现了不同程度的上涨，但涨价幅度较高的还是亚朵酒店。

在谈及为何亚朵酒店涨价幅度较高时，赵焱焱谈到，亚朵因其独特的风格和较高的服务质量，在消费者中积累了一定的市场认可度。相比于一些老牌的高端酒店，亚朵的设施设备通常较新，功能配置也较为齐全，因此受到了一些年轻游客的喜爱，也让其在入住率较为集中的春节假期具备了更强的溢价能力。

## 价格上涨边界应明晰

其实，在春节假期前，就有部分小城呼吁酒店民宿合理制定价格。在春节“狂欢”过后，留给各家酒店对于定价的思考仍有很多。

此前，汕头市市场监督管理局、汕头市发展和改革委员会发布《关于规范2026年春节市场价格行为的提醒告诫书》提到，自主制定的住宿和服务价格，应当按照经营成本，结合供求关系和市场竞争等因素合理制定价格。不得滥用自主定价权；不得随意抬价，过度涨价；不得散布、捏造涨价信息，诱导、推高价格预期，推动价格过快、过高上涨。

不仅如此，泉州市市场监督管理局、泉州市发展和改革委员会也曾发布《关于规范2026年元旦、春节期间市场价格行为的提醒告诫书》，对此进行了相关提示。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏认为，酒店房价的波动本质上是市场行为，由供求关系决定，节假日需求旺盛时价格上涨、节后回落是正常现象。但关键在于，企业如何在市场规律与社会责任之间寻求平衡。酒店客房价格的涨幅更多要看企业是否自律，尤其是连锁酒店集团，应当从长期主义的视角审视自身的定价策略。短期内的过度涨价虽然能带来利润，却可能损害品牌与消费者之间的关系，对品牌声誉造成负面影响，这是企业需要进行权衡的。

从行业层面来看，谷慧敏表示，行业协会和组织可以通过社会力量进行倡导和引导，推动企业履行社会责任，例如在内部制定规则，对旗下门店的涨价幅度设定上限，避免超出合理范围。

北京商报记者 吴其芸  
图片来源：亚朵酒店



# 当老师傅遇上AI 酒业“十五五”路径划定

随着三部部门联合印发《酿酒产业提质升级指导意见(2026—2030年)》(以下简称《指导意见》)，中国酒业接续开启高质量发展路径。2月24日，北京商报记者从工业和信息化部官网获悉，工业和信息化部、人力资源社会保障部、市场监管总局三部部门联合印发《指导意见》，从增强原料供给保障能力、提升产业科技创新水平、调整优化产业结构、转变产业发展方式、发展新模式新业态、加强品牌文化赋能、完善产业支撑体系七大方面勾勒出21项“重点任务”。当新技术、新理念、新模式从文本走向实践，中国酿酒产业正站在从“传统酿造”向“现代智造”跨越的历史关口。

## 筑牢上游“第一车间”

在酿造行业，品质的起点不在车间而在田间。《指导意见》明确，丰富酿酒专用原料，强化原料种植基地建设以及完善联农带农机制，标志着酿酒产业对上游产业链的掌控正在从“采购思维”转向“种植思维”。

《指导意见》提出，加强高粱、大麦、酿酒葡萄、酿酒青稞等特色酿酒原料品种培育推广，支持适宜酿酒的新原料种类拓展。鼓励高校、科研机构与企业联合攻关，培育转化率高、风味物质丰富、抗逆性强的专用原料品种；加强对本土酿酒微生物菌种的筛选与开发应用，提升生产菌株与加工工艺的适配性；推动酿酒原料专用化、规模化、有机化发展，指导产区因地制宜加强酿酒原料标准化基地建设，提升全流程质量安全控制能力。

事实上，近年来，头部酒企对“第一车间”的战略布局已显著提速。2009年起便开始自建原粮基地的汾酒，目前已在全国布局140万亩规模的原粮基地。去年8月，汾酒在新疆奇台落地“汾酒大麦1号”制种基地；国台已在河南中牟、扶沟、唐河等5个县布局优质小麦种植基地，通过“公司+基地+农场+农户”的订单模式，实现有机小麦的标准化种植。

从单纯采购到订单农业，再到参与种业研发，酒企向上游延伸的深度和广度正在发生质变。当《指导意见》将原粮发展作为关注点时，展望未来五年的发展空间，原粮基地的建设将不再仅仅是规模的扩张，而是质量的精准化与品种的定制化。

业内人士认为，未来酿酒企业可借助生物技术，针对不同香型、不同酒体的风味需求，培育专用酿酒粮食品种。同时，随着绿色低碳理念的深化，如何将种植基地作为碳足迹管理体系的起点，打造从土壤到酒杯的全程可追溯绿色链条，将是头部酒企构筑竞争壁垒的关键所在。

## 从酿造到智造

如果说原粮是品质的基石，酿造环节的数字化变革则成为此次产业升级中最具想象力的部分。值得注意的是，《指导意见》将“推进智能化转型发展”列为重点任务，而行业的实践早已证明，智能酿造并非要替代传统，而是让千年技艺在数字时代获得新生。

《指导意见》提出，推进智能化转型升级。支持酿酒企业深化人工智能应用，提升原料采购、研发生产、能耗管理、检验检测、流通追溯等生产运营全过程智能化水平。同时，开展智能制造系统解决方案创新攻关和标准应用试点，支持行业级大模型和智能体开发，培育一批智能工厂和专业服务商。支持产区加强酿酒产业大脑、智能传感器网络等信息基础设施建设，提升公共服务能力。

当前，酒企数字化正经历着从数字化酿造到5G工厂转变的过程，借助“让数字产生酒香”的实践，将传统酿造中依赖经验的模糊管控，转化为可量化、可复制的数据标准与流程。据了解，五粮液通过创新引入F5G-A万兆全光网络技术，为酒厂铺设一条“信息高速公路”，同时五粮液还入选2025年度卓越级智能工厂名单；古井贡酒“固态白酒智能化酿造5G工厂”项目成功入选工信部《2024年5G工厂名录》。在其智能产业园，5G专网实现了生产流程全覆盖，AGV小车通过5G信号接收指令，效率提升约100%；此外，贵州习酒“生产预测大模型1.0”将传统酿造工艺带入“AI决策”新阶段。通过在窖池布设高精度传感器网络，整合近十年生产数据，该模型能够实现轮次产酒的预测，准确率达95%以上。

酒类营销专家肖竹青认为，智能化转型升级对酿酒产业将发挥关键作用，不仅是解决行业“深度调整”困境的破局利器，能够通过AI优化原料采购、能耗管理，在价格承

压期保障企业利润空间，同时也是重构“人货场”关系的数字化底座，从原料种植到终端消费的全流程数字化，将真正实现“从渠道推动向消费者拉动”的转型。

面对数字化改革，未来智能酿造也将从点状的自动化向全链路的智能化演进。业内人士表示，随着大模型在垂直行业的深度应用，未来的智能工厂将具备更强的工艺优化能力，能够根据气候、原料的细微变化自动调整发酵参数，实现真正的“天人共酿”与“数据酿酒”的融合。同时，智能装备的标准化与柔性化将同步推进。

## 下游渠道博弈

当产业链上游的原粮基地与中游的智能酿造完成重塑，渠道与消费场景等产业下游环节正成为新一轮变革的前沿阵地。

《指导意见》提出，在产销联结模式创新方面，明确鼓励酒类流通企业由传统批发零售代理向品牌代理、连锁运营转型，支持社区电商、直播带货、即时零售等新业态规范发展。这一导向在行业中已有生动实践。在消费场景构建层面，提出将酒类消费元素嵌入夜间经济街区、特色餐饮集聚区、大型商业综合体，支持各式酒馆、创意市集、主题街区等新消费载体发展。

中国酒类流通协会发布数据显示，2024年酒类即时零售规模已突破500亿元，年增速超35%，“线上下单、小时达”

已成为年轻消费者购酒的主流选择。美团闪购数据进一步显示，2024年白酒即时零售交易规模同比增长超100%。

市场扩容下，众多酒企也相继布局新业态，形成线下与线上渠道的融合与博弈。以贵州茅台为例，2025年国庆、中秋假期前夕，贵州茅台旗下数字营销平台i茅台宣布推出“即时配送”服务，消费者在下单门店10公里范围内可使用同城即时达服务。

业内人士认为，当前酒业竞争的核心已演进为对消费者的直接争夺，其破局关键在于坚定推行直达消费者的模式变革。各大主流酒厂正在通过直播带货、社群营销、会员制等新渠道，打破对传统经销商网络的单一依赖，构建起与消费者直接对话的能力。

值得注意的是，《指导意见》中还明确了关于“酿酒产业+”的部署，将跨界融合推向更广阔的维度。《指导意见》明确支持开展生产协作、品牌联名等要素资源整合，培育一批原创IP；推动酿酒工艺美学、酒器艺术等转化为家居用品、服饰、美妆等产品设计元素。这意味着，酒的文化价值正在从酒瓶之内延伸至生活方式的方方面面。

中国地名学会地名与名酒分会执行会长程万松表示，当前是“IP+”与“AI+”的时代，酒企在动销转化、内容创作、场景打造等层面也需要紧跟时代发展趋势。未来，基于“AI+”的营销场景、营销话术和技术应用或将大量涌现，酒企唯有做好这些基础布局，才能真正贴近消费者需求。

北京商报记者 刘一博 冯若男

## 记者证公示

根据《新闻记者证管理办法》《北京市新闻出版局关于开展2025年度新闻记者证核验工作的通知》有关要求，对符合规定的采编人员资格进行严格审核，现将拟通过年度核验人员名单进行公示。

曹一珠 陈婷婷 翟枫瑞 丁宁 董亮 方彬楠 高嘉骏 关子辰 郭缤璐 郭秀娟 韩哲 何倩和 岳贺陈慧 姜子谦 金朝力 孔文雯 孔瑶瑶 李波涛 李海媛 廖蒙 林琴 蔺雨薇 刘佳 刘四红 刘晓梦 刘洋 刘一博 刘宇阳 刘卓澜 卢扬 马楠 马焕换 孟凡霞 齐琳 宋亦桐 陶凤 汪乃馨 王海岩 王万利 王晓然 王寅浩 魏蔚 吴其芸 吴文治 徐慧 岳品瑜 张君花 张兰 张茜琦 张天元 张笑嫣 张绪旺 赵述评 赵天舒 周科竟

北京商报社监督举报电话:010-64101810  
北京市新闻出版局监督举报电话:010-55569011