



数据
提交
指南





数据提交指南

STR 数据提交指南是按照《酒店业统一会计制度》(USALI)制订并逐步修订的,目前为其第 11 版。

该指南在所有可能范围内,遵照USALI标准的精髓和意图,坚持标杆数据管理与酒店表现数据达成一致性与最佳效果。

在当前版本的第 3-5 页中,STR 对担保预抵未达“*No-shows*”、钟点房和日用房进行了补充说明。

如果您有任何问题,或需要额外支持,请联系 support@str.com 或 hotelinfo@str.com



客房收入 (Room Revenue)

酒店向 STR 提交的客房收入应仅包含出租客房的收入。

餐饮、Mini-Bar以及没有产生客房收入的包价收入,均不应计入客房收入。同时您提交的客房收入还应除去退款、减免、津贴、多收金额、税金等。以下列出了一些明确应该计入或刨除客房收入的相关收入:

STR 记录参与 STR 细分市场计划的酒店的餐饮收入及其他收入(请参阅“细分市场定义”)。



包含:

担保预抵未达“No-shows”

由于担保到店的散客或者团体订房未到,并且未取消预订而产生的费用。担保预抵未达“No-shows”不应计入售出客房。

请注意,酒店可出于善意或根据客人忠诚度自行酌情执行“担保预抵未达”(GNS)政策。执行GNS政策通常是因为酒店/资产管理人很难在“预订期”内再次销售已担保客房。

为清楚起见,截止日期之后的团体减员(退订)或散客撤销入住所产生的费用都计入杂项收入(表4)中的退订费和撤消费中,而非客房收入或其它客房收入。

附加费和服务费 (酒店作为当事人)

此部分费用通常包括在客户无权决定或无权拒绝的情况下,因服务或设施而强制征收的费用(在中东和亚太地区尤为常见)。1 这些费用通常包括强制性服务费或客房清洁费。此部分费用是强制性的,无需转给第三方(如员工或政府机构)。2 为了保持报告和标杆数据对标的一致性,全部服务费应以其币种计入向 STR 提交的客房收入中。

钟点房和日用房收入

*请参阅第 4 和第 5 页,获取关于处理和分配这些费用的详细指南

宠物或吸烟客房

作为一种“房间类型”出售(如沙滩/景观房、套房、高楼层、行政楼层)。

请注意,作为罚款、清洁或损坏赔偿而收取的宠物或吸烟费在杂项收入(表4)中报告。

请参阅“不包含在客房收入的数据-宠物或吸烟费”。

提前/延时离店所产生的费用

加床/婴儿床租用



不包含:

公寓别墅及附加费用

公寓别墅及附加费用不属于客房收入,不应作为客房收入或其他客房收入提交至STR。公寓别墅及附加费用必须包括在杂项收入(表4)中。

佣金和费用-团体

当缔约方因与酒店的合同直接收到减免/佣金时,如果对总净额报告的分析将显示其为毛利,则酒店应将该减免/佣金计为抵销收入(在收入中减去该部分)。请参阅 USALI 第五部分第 340 页“毛值与净利”。

如按照合同,酒店(义务方)必须向非相关第三方支付,如果对总净额报告的分析将显示其为毛利,该付款应计为佣金和费用——记入团队支出。请参阅 USALI 第五部分第 340 页“毛值与净利”。

产品或服务相关的退款、减免

涉及产品和服务的退款(Refund)和减免(Rebate)不应计入客房收入中。

团体缩减或散客取消产生的相关收入

团体的缩减或散客取消产生的相关收入(如会议室、团体、预留房押金等)均不应计入向STR提交的客房收入。

为清楚起见,截止日期之后的团体缩减(取消)或散客取消入住所产生的费用都应计入杂项收入(表4)中的退订费和取消费中,而非客房收入或其他客房收入。

餐饮及其他收入

包含在套餐价中的停车费、接送机费用、上网费、康体中心费用等均应计入其他收入。

宠物或吸烟费

宠物/吸烟房收入中罚款、清洁或损坏赔偿的收入应计入在杂项收入(表4)。

附加费、服务费、小费(酒店作为代理人)。

宠物/吸烟房收入中罚款、清洁或损坏赔偿的收入应计入在杂项收入(表4)。

小费

小费一般是客户酌情给予的,计入客户的账目或由客户直接留给员工。客户以现金形式给予的,一般在消费时由员工收取,如果小费是支付到酒店账户的,则由雇主作为受托人分发给相关员工。小费不属于酒店收入,而是被视为员工的直接收入。

税收及政府强制收取的附加费

1 请参阅《酒店业统一会计制度》;第 12 页。

2 请参阅《酒店业统一会计制度》;第 351-352 页。



关于客房收入的其他方面

关于客房收入/其他收入时是否应包含服务费：

当酒店作为**当事人**时，仅在以下情况下计入全额服务费：

1) 费用/收费为强制性、习惯性或非酌情收取时，自动计入客户的账目，客户无法酌情拒绝或不能“选择退出”；且

2) 酒店可以收取费用作为自己的收入（即无须将收取的费用转给第三方）。

当酒店作为**代理人**时，服务费不应计入到客房收入/其他收入中。

如果您对此有任何问题，请联系 hotelinfo@str.com（北美地区之外）或 support@str.com（北美地区）。

分销商、电子渠道、线上旅行社 (OTAs) 及网络价格

分销商及预付网络价格的净价应计入客房收入。

如传统旅行社般前台现付的网络价格可包含佣金一同计入客房收入。此部分佣金须计入房务部支出。

包价

只需将包价中的客房收入部分汇报给STR。要确定包价中的客房收入部分，我们需要确定每个包价项目中的公平市场价格 (Fair Market Value - FMV)。然后将FMV客房收入百分比应用到包价中确定报告给STR的客房收入数据。

客户忠诚计划兑换和奖励

通过客户忠诚计划兑换的客房，应按照酒店一般的平均房价或是酒店品牌的标准计入客房收入。

两种推荐的录入客户忠诚计划兑换收入的方法：

- 1) 只将其计入月度数据（如一月份的月度收入）。
- 2) 每日、每周及每月计入此部分收入。收入不应计入周中的某一天，而是应该分配到一周中的每一天；（例如分配到当月的1-7日）

市场促销

“订两晚送一晚”和类似促销活动中的客房收入，应平均分配到促销期间的每个间夜。

例如：

一个包含一晚客房、西餐和酒店水疗设施使用在内的水疗包价为240美元（不含税、小费和服务费）。要确定包价中的客房收入部分，我们需要确定每个包价项目中的公平市场价格 (Fair Market Value - FMV)。酒店计算240美元的销售价各部分分类如下：

在酒店向客人提供附送（免费）食品和/或饮料，或客人无法免除食品部分，或提供餐饮服务是特许经营型公司或品牌标准的一部分，则食品及/或饮料费用部分应计入客房部门收入，且此部分收入均不应记入餐饮部门。

钟点房和日用房收入

包括将客房以多功能厅租用所产生的收入，如：接待室，化妆房，面试，电影试镜及批发分销商（如服装、玩具及其他商品的展示及售卖）。餐饮收入不应计入。

售出的日用房不可用于过夜住宿，不应按酒店的任何市场细分（例如：散客、团体或合约）的价格进行收费。按特定的价格体系售出的客房应归入到相应类别，并报告为售出客房而非日用房。

例如，如果客房是供航空公司机组人员住宿的，且入住和退房时间分别是上午7点和下午5点，则应将客房归入到“合约客房”类别，而不是“日用房”类别。如果这些客房在当日转售出去，则酒店的入住率有可能超过100%。

如果客人在白天入住客房并在下午6点前退房，且客人不是按照牌价或协议价的价格支付费用，则无论客房的预期用途是什么，此部分客房都应记录为日用房。

部门	市场价格	所占比率	报价所占比率
客房	160 美元	50%	120 美元
食品	112 美元	35%	84 美元
水疗	48 美元	15%	36 美元
总计	320 美元	100%	240 美元



实际售出客房数 (Room Sold)

只有产生客房收入的客房才应计入实际售出客房数。免费房不应计入。

在给STR/STR报告的售出客房数应加入和排除的内容详细如下：



包含在售出客房数中：

产生客房收入的客房

钟点房和日用房

包括将客房以多功能厅租用所产生的收入，如：接待室，化妆房，面试，电影试镜及批发分销商（如服装、玩具及其他商品的展示及售卖）。餐饮收入不应计入。

售出的日用房不可用于过夜住宿，不可按照酒店的市场细分（例如：散客、团体或合约）的价格进行收费。按特定价格体系售出的客房应归入到相应的市场细分，并按照售出客房而非日用房进行提交。

例如，如果客房是供航空公司机组人员住宿的，且入住和退房时间分别是上午7点和下午5点，则应将客房归入到“合约客房”，而不是“日用房”。如果这些客房在同一天转售出去，则酒店的入住率有可能超过100%。

如果客人在白天入住客房并在下午6点前退房，且客人不是按牌价或协议价的价格支付费用，则无论客房的预期用途是什么，该客房都应记录为日用房。

促销或合约中的免费房

（例如，连续入住2晚即获赠1晚、团体预定50间客房赠一间客房）。



不包含在售出客房数中：

与促销或合同无关的免费房

与促销或合同无关的免费房（如：提供给员工、业主、作为奖励提供给合约公司的免费房）。

担保的预抵未达“**No-shows**”

“**No-shows**”不应计入售出客房数。

业主入住

业主入住客房应视为免费客房。



可售房数 (Room Available)

酒店应提交全部可售房数
(即酒店的客房总数*天数)

如有部分客房因装修暂时不能出售,在向 STR 报告的可用客房中不得调整。如有房间从可售房中永久去除,酒店管理人员应联系 STR 调整酒店客房数量。

如有酒店因装修而从可售房中去除所有客房(完全停业),且时间大于一个日历月,应通知 STR 以将该酒店标注为“装修停业”。标为“装修停业”的酒店视为停业状态,在装修期间可售房数将归零,以保证不影响竞争群及市场的表现状况。

此外,如果由于自然或人为灾难(飓风、地震、火灾、漏油等)而导致客房长期关闭(通常超过六个月),即“长期关闭客房”,请通知 STR 妥善处理,适当减少客房库存量。

季节性关闭客房

季节性关闭的客房:如果酒店的由于季节原因关闭30天以上时,此部分客房在此时间段应从年度可卖房中剔除。酒店必须每年相同的时间持续进行季节停业。酒店需通知STR以便我们将酒店此时段的状态备注为“季节性停业”。

混合所有型酒店(如包含分时度假或单独业主的酒店)

各种类型的物业都在建造或转换客房,使之成为住宅单元,产生“混合型”酒店。这类设施包括分时度假、分层、部分用途或整体所有权酒店。仅仅将这些混合所有的物业作为住宿运营本身,不应将其收益流计入客房部门。应考虑各项目的实际情况

判断对混合所有物业的收益处理方法的第一步是确定报告是毛利还是净利(见USALI Part V)。在考虑毛利和净利的标准时,需要考虑如果租客无法支付租金,哪一方承受主要经济损失。一旦确定了收入的处理方式,USALI

中给出了应加入收入对账单中的三种情况。以下提供的情况详细说明了在何时应如何将数据报告给STR。

酒店承担主要的长期经济风险(情况1):

酒店与第三方客房业主达成协议,该协议延长一年或以上,这些客房计入酒店整年的客房存量。根据协议条款,酒店在合约关系下承担与运营第三方所有的客房相关的经济风险。

相关联的收益计入散客、团体、合约及其他收入类别的客房类目下,客房被视作酒店存量客房中的可售房。在合同允许的情况下,客房的业主可在客房内住宿有限个晚上,客房仍保留在可售房源中,在业主占用时计为免费客房。



细分市场定义

散客客房收入

一般包括从单人或每晚少于10间房的团体所租赁的客房和套房所带来的收入。

还包括已确定长住的客人所租赁的客房(包括有无合约)。

散客住房通常包含以下类别:

- 零售 (Retail)
- 折扣 (Discount)
- 协定 (Negotiated)
- 限定 (Qualified)
- 分销商 (Wholesale)

团体客房收入

包括租赁多间客房或套房给团队所带来的收入。

团队通常定义为根据合约不少于10间夜/天的客房。团队客房收入应扣除分销商折扣部分。针对团队的减免或补贴应计为支出。

为便于促进销售和营销活动,团队客房收入通常按照细分市场分类。

详细细分市场分类如下:

- 企业
- 协会/大型会议
- 政府
- 旅行团/分销商
- SMERF (社会、军队、教育、宗教、共济会)

合约客房收入

包括因签订合同而提前30天以上被预留的客房产生的收入。合约客房收入应扣除折扣部分。

例如固定居住的航空公司机组人员,企业系列培训和激励性福利项目。



其他收入市场细分

报告定义

餐饮收入 (Food & Beverage Revenue) :

- 销售食物、咖啡、牛奶、茶、软饮等产生的收入。
- 销售啤酒、红酒、白酒和麦芽酒等饮料产生的收入, 宴会饮料收入也计入此部分收入。
- 其他收入, 例如, 会议室场租、音视频设备租金、宴会服务费费用计入餐饮部收入的部分。

其他收入 (Other Revenue)

包括所有由酒店收取, 且不包括在以上客房收入或餐饮收入中的收入 (如停车、温泉和通讯)。

全部收入 (Total Revenue) :

包含客房收入、餐饮收入以及其他收入 (如: 停车、水疗、通讯等) 等所有酒店设施产生的收入。

其他数据提交问题

- **不完全月度数据:** 酒店由于新开业、兼并、品牌转换等原因造成不完全月度数据。只有在当月运营超过 15 天的情况下, 方可
- **酒店试营业:** 处于试营业期的酒店, 应提交基于当时实际的客房数的可售房数。当实际客房数发生变化时, 酒店管理集团应及时通知 STR 客房数变化的起始日期以及数目直至酒店全部客房完工并对外营业。



联系我们

如果您对本报告指引有任何问题,请随时与我们联系:

STR (北美地区)
support@str.com
www.STR.com

STR Global (北美地区之外)
hotelinfo@str.com
www.str.com

如需了解有关《酒店业统一会计制度》第 11 版的更多信息,请访问 HFTP:
https://www.hftp.org/hospitality_resources/usali_guide/

网站内容包括:

- 购买 USALI 第 11 版
- 补充资源
- 澄清和修正
- 常见问题 - 文章和指南
- 模板