

中国精品酒店发展态势及前景策略分析报告2023-2029年

产品名称	中国精品酒店发展态势及前景策略分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国精品酒店发展态势及前景策略分析报告2023-2029年【报告编号】：402955【出版时间】：2023年7月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

第1章：精品酒店行业研究背景151.1精品酒店的内涵151.1.1酒店的主要类型151.1.2精品酒店的概念161.1.3精品酒店的特点161.2精品酒店主要类型分析171.2.1按设计风格划分17（1）主题型精品酒店18（2）时尚型精品酒店18（3）地域型精品酒店19（4）历史文化型精品酒店19（5）家庭旅馆式精品酒店201.2.2按经营模式划分20（1）综合集团的精品酒店21（2）专业集团的精品酒店21（3）单体独立的精品酒店22

第2章：国际精品酒店发展态势与经验借鉴232.1国际酒店行业运营情况分析232.1.1国际酒店行业发展现状23（1）国际酒店行业价格走势23（2）不同类型酒店市场份额25（3）国际酒店行业竞争格局262.1.2国际酒店经营模式分析28（1）不同经营模式市场份额28（2）酒店集团体制特点282.1.3国际酒店行业发展趋势292.2国际精品酒店发展态势分析312.2.1国际精品酒店的兴起312.2.2国际精品酒店发展现状322.2.3国际精品酒店发展特点32（1）发展速度快、分布广32（2）精品酒店类型不断细分33（3）集团化和连锁化发展33（4）主体呈现多元化态势33（5）客房数量两级分化342.2.4国际精品酒店发展态势34（1）精品酒店连锁化，连锁酒店精品化35（2）传统酒店集团进入精品酒店市场35（3）房地产商进入精品酒店市场352.3国际典型精品酒店品牌发展分析352.3.1喜达屋w酒店35（1）酒店发展简介35（2）酒店全球布局情况36（3）酒店经营特色分析42（4）酒店在华投资布局42（5）酒店经营情况分析43（6）酒店成功经验借鉴442.3.2柏悦酒店（parkhyatt）44（1）酒店发展简介44（2）酒店市场定位分析45（3）酒店全球布局情况45（4）酒店经营特色分析45（5）酒店在华投资布局45（6）酒店成功经验借鉴462.3.3巴黎拉瓦锡酒店（lavoisier）46（1）酒店发展简介46（2）酒店配套设施情况47（3）酒店服务特色分析482.3.4伦敦highroadhouse48（1）酒店发展简介49（2）酒店配套设施情况49（3）酒店服务特色分析502.3.5新加坡思乐酒店（thescarlet hotel）50（1）酒店发展简介50（2）酒店客房价位分析51（3）酒店经营特色分析52（4）酒店配套设施分析522.3.6国际精品酒店发展经验总结53

第3章：中国精品酒店行业市场环境分析553.1精品酒店行业政策环境553.1.1

第4章：中国精品酒店行业发展现状分析874.1中**店行业运营情况分析874.1.1酒店行业发展规模87（1）酒店数量规模87（2）酒店收入规模874.1.2酒店行业品牌格局884.1.3酒店行业发展变化89（1）酒店分销渠道变化89（2）酒店价格体系变化914.1.4酒店行业发展趋势924.2中国精品酒店发展态势分析934.2.1精品酒店兴起背景分析934.2.2精品酒店行业发展综述944.2.3精品酒店行业发展规模94（1）精品酒店数量规模95（2）精品酒店客房数量95（3）精品酒店客房面积95（4）精品酒店员工配比96（5）精品酒店管理模式96（6）精品酒店建筑类型974.2.4精品酒店行业运营情况97（1）精品酒店入住率98（2）精品酒店价格分析98（3）精品酒店客房收入99（4）精品酒店收入构成994.2.5精品酒店行业客源分析100（1）精品酒店客源国籍100（2）精品酒店客源结构1014.2.6精品酒店行业品牌格局1014.2.7中外精品酒店发展对比1024.3中国精品酒店的竞争力分析1034.3.1精品酒店的核心竞争力1034.3.2星级酒店对精品酒店的威胁103（1）星级酒店发展现状103（2）星级酒店销售渠道106（3）精品酒店与星级酒店的竞争力对比1064.3.3主题酒店对精品酒店的威胁107（1）主题酒店的概念107（2）主题酒店发展现状107（3）精品酒店与主题酒店的竞争力对比1094.3.4商务酒店对精品酒店的威胁110（1）商务酒店定义与分类110（2）中国商务酒店发展现状111（3）精品酒店与商务酒店的竞争力对比1114.4中国精品酒店行业竞争强度1124.4.1潜在进入者的威胁1124.4.2买方的议价能力1124.4.3卖方的议价能力1124.4.4替代品的威胁1124.4.5竞争强度总结113

第5章：中国精品酒店行业典型案例分析1145.1北京颐和安缦酒店1145.1.1酒店基本情况1145.1.2酒店特色分析1145.1.3酒店配套设施1145.1.4酒店价位分析1155.1.5酒店市场定位1165.1.6酒店营销策略1165.1.7酒店经营情况1175.2北京长城脚下的公社1175.2.1酒店基本情况1175.2.2酒店特色分析1175.2.3酒店配套设施1185.2.4酒店价位分析1185.2.5酒店市场定位1195.2.6酒店营销策略1195.2.7酒店经营情况1195.3北京皇家驿栈酒店1205.3.1酒店基本情况1205.3.2酒店特色分析1205.3.3酒店配套设施1205.3.4酒店价位分析1215.3.5酒店市场定位1225.3.6酒店营销策略1225.3.7酒店经营情况1225.4北京柏悦酒店1225.4.1酒店基本情况1225.4.2酒店特色分析1235.4.3酒店配套设施1235.4.4酒店价位分析1235.4.5酒店市场定位1245.4.6酒店营销策略1245.5北京极栈酒店（hotelg）1245.5.1酒店基本情况1245.5.2酒店特色分析1255.5.3酒店配套设施1255.5.4酒店价位分析1255.5.5酒店市场定位1265.5.6酒店营销策略1265.5.7酒店经营情况126

第6章：重点地区精品酒店投资潜力分析1606.1北京精品酒店投资潜力分析1606.1.1精品酒店发展条件分析160（1）地区经济160（2）消费群体160（3）自然人文资源1626.1.2精品酒店发展现状分析1636.1.3精品酒店发展机会分析163（1）旅游业发展带来的机遇164（2）酒店业发展带来的机遇1656.2上海精品酒店投资潜力分析1676.2.1精品酒店发展条件分析167（1）地区经济167（2）消费群体168（3）自然人文资源1716.2.2精品酒店发展现状分析1716.2.3精品酒店发展机会分析172（1）旅游业发展带来的机遇172（2）酒店业发展带来的机遇1736.3深圳精品酒店投资潜力分析1756.3.1精品酒店发展条件分析175（1）地区经济175（2）消费群体1756.3.2精品酒店发展现状分析1766.3.3精品酒店发展机会分析177（1）旅游业发展带来的机遇177（2）酒店业发展带来的机遇1786.4苏州精品酒店投资潜力分析1806.4.1精品酒店发展条件分析180（1）地区经济180（2）消费群体1806.4.2精品酒店发展现状分析1816.4.3精品酒店发展机会分析182（1）旅游业发展带来的机遇182（2）酒店业发展带来的机遇1836.5云南精品酒店投资潜力分析1846.5.1精品酒店发展条件分析184（1）地区经济184（2）消费群体185（3）自然人文资源1866.5.2精品酒店发展现状分析1876.5.3精品酒店发展机会分析188（1）旅游业发展带来的机遇189（2）酒店业发展带来的机遇189

第7章：中国精品酒店行业投资建议分析2417.1精品酒店行业发展方向2417.1.1精品酒店的国际化经营241（1）集团化经营241（2）合作化经营242（3）品牌化经营242（4）个性化服务2437.1.2精品酒店的信息建设2437.1.3精品酒店的行业标准化2447.1.4精品酒店经营管理模式创新245（1）主题定位创新245（2）销售模式创新246（3）服务模式创新2477.2精品酒店行业投资要素2477.2.1酒店行业投融资分析247（1）酒店业投融资概况248（2）尚客优集团融资情况248（3）酒店业投融资趋势2487.2.2精品酒店投融资分析2487.2.3精品酒店成长性分析2497.3精品酒店行业投资建议2507.3.1精品酒店投资价值2507.3.2精品酒店投资机会250（1）消费群体不断扩大250（2）具备独特的资源优势2517.3.3精品酒店投资建议251

第8章：中国精品酒店行业经营策略分析2528.1精品酒店的选址与设计2528.1.1精品酒店的选址原则2528.1.2精品酒店的客房规模2528.1.3精品酒店的功能配套2538.1.4精品酒店的客房标准2548.1.5精品酒店的设计案例2548.2精品酒店定位策略分析2558.2.1精品酒店战略定位2558.2.2精品酒店市场定位2568.2.3精品酒店品牌定位2578.3精品酒店管理模式分析2588.3.1资源外包策略2588.3.2管家式服务模式2588.3.3创新的经营理念2598.4精品酒店营销策略分析2608.4.1酒店营销宣传策略2608.4.2酒店营销方式分析2608.4.3酒店网络营销分析

2618.5精品酒店客户关系管理2618.5.1客户关系管理特殊性2618.5.2客户关系管理的保障2618.5.3客户关系管理基本思路2628.6精品酒店品牌文化建设2638.6.1历史文化型品牌建设2638.6.2地域文化型品牌建设2648.6.3现代文化型品牌建设264

图表目录

图表1：酒店的主要类型20

图表2：各种类型酒店主要特征概述20

图表3：精品酒店主要特点简析21

图表4：主题型精品酒店简析23

图表5：时尚型精品酒店简析23

图表6：地域型精品酒店简析24

图表7：历史文化型精品酒店简析25

图表8：家庭旅馆式精品酒店简析25

图表9：综合集团经营管理下的精品酒店简析26

图表10：专业集团经营管理下的精品酒店简析26

图表11：单体独立经营管理的精品酒店简析27

图表12：2019-2023年全球酒店平均房价变动（按区域）（单位：元，%）28

图表13：2019-2023年酒店平均房价同比增幅*大的国家（地区）（单位：元，%）29

图表14：2019-2023年酒店平均房价同比降幅*大的国家（地区）（单位：元，%）30

图表15：全球不同类型酒店市场份额（单位：%）30

图表16：2023年国际酒店品牌排名top2031

图表17：全球不同经营模式酒店市场份额（单位：%）33

图表18：国际酒店管理集团经营管理体制特点简析33

图表19：国际酒店行业发展趋势（一）34

图表20：国际酒店行业发展趋势（二）35

图表21：国际精品酒店的兴起36

图表22：酒店巨头与房地产商投资的精品酒店情况38

图表23：世界部分**精品酒店客房数量（单位：间）39

图表24：喜达屋w酒店基本情况40

图表25：喜达屋酒店集团基本情况41

图表26：美国所有的喜达屋w酒店41

图表27：加拿大所有的喜达屋w酒店42

图表28：非洲所有的喜达屋w酒店43

图表29：中南美地区所有的喜达屋w酒店43

图表30：欧洲地区所有的喜达屋w酒店43

图表31：中东地区所有的喜达屋w酒店44

图表32：亚太地区所有的喜达屋w酒店（除中国内地）（一）45

图表33：亚太地区所有的喜达屋w酒店（除中国内地）（二）46

图表34：中国内地现有或计划开设的喜达屋w酒店48

图表35：2023年q1万豪国际集团经营情况分析（单位：亿美元，%）48

图表36：柏悦酒店基本情况49

图表37：柏悦酒店在华布局简析50

图表38：巴黎拉瓦锡酒店基本情况51

图表39：巴黎拉瓦锡酒店交通情况52

图表40：巴黎拉瓦锡酒店主要配套设施52

图表41：巴黎拉瓦锡酒店可接收的---类型53

图表42：伦敦highroadhouse基本情况54

图表43：伦敦highroadhouse附近地标及交通情况54

图表44：伦敦highroadhouse主要配套设施54

图表45：伦敦highroadhouse酒店政策55

图表46：新加坡思乐酒店（thescarlet hotel）基本情况55

图表47：新加坡思乐酒店附近地标及交通情况56

图表48：新加坡思乐酒店各房型服务价位简介（单位：元）56

图表49：新加坡思乐酒店政策57

图表50：新加坡思乐酒店主要配套设施58

图表51：国际精品酒店发展经验总结58

图表52：