

中国精品酒店发展现状与前景规划分析报告2024-2029年

产品名称	中国精品酒店发展现状与前景规划分析报告2024-2029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

中国精品酒店发展现状与前景规划分析报告2024-2029年【报告编号】：411003【出版时间】：2023年10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（LeLavoisier）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（TheScarletHotel）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《新版星级饭店评定标准》55

3.1.2《旅游饭店星级的划分与评定》553.1.3《关于规范酒店客房市场价格意见》563.2精品酒店行业经济环境573.2.1经济环境与行业相关性分析573.2.2全球经济运行情况57(1)全球经济现状58(2)2024年预测593.2.3国内经济走势分析60(1)GDP变动分析60(2)物价指数分析60(3)宏观经济预测613.3精品酒店行业社会环境623.3.1人口发展环境分析62(1)人口规模变化趋势62(2)对精品酒店的影响633.3.2居民生活方式转变63(1)休闲消费呈上升趋势63(2)低碳消费的生活方式64(3)对精品酒店的影响643.3.3假日制度影响分析65(1)节假日制度的变化65(2)对精品酒店的影响653.4精品酒店行业消费环境653.4.1居民消费能力分析65(1)我国居民收入水平65(2)居民酒店消费现状663.4.2消费人群及其特点68(1)行业主要消费人群69(2)消费群体消费特点69(3)消费需求特点分析703.4.3用户深度调研分析70(1)精品酒店认知情况70(2)精品酒店入住情况72(3)精品酒店入住打算73(4)精品酒店选择因素73(5)精品酒店价格接受程度74(6)精品酒店房费支付者753.5精品酒店关联行业分析753.5.1旅游行业发展分析75(1)旅游行业对精品酒店发展的影响75(2)旅游市场运营现状76(3)旅游市场运行预测813.5.2房地产行业分析81(1)房地产行业运营情况81(2)房地产对精品酒店发展的影响843.6中国发展精品酒店发展机遇与威胁分析84

第4章：中国精品酒店行业发展现状分析874.1中国酒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
化建设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2
50 (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25
98.4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最大的国家（地区）（单位：元，%）29图表14：2019-2023年酒店平
均房价同比降幅最大的国家（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zhuming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
酒店可接收的信用卡类型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（TheScarletHotel）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：《新版星级饭店评定标准
》主要内容及影响分析60图表53：最新版《旅游饭店星级的划分与评定》标准新变化61图表54：《关于
规范酒店客房市场价格意见》要点列表61图表55：2017-2023年中国GDP增速与星级酒店营业收入增速对
比图（单位：%）62图表56：2023年发达经济体增长情况（单位：%）63图表57：2023年主要新兴经济体
增长情况（单位：%）63图表58：2023年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）64图表5
9：2017-2023年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）65图表60：2018-2023年中国国内居民
消费价格指数走势（单位：%）66图表61：2023年中国经济预测（单位：%）66图表62：2017-2023年中国
总人口及其自然增长率变化趋势（单位：万人，%）67图表63：居民选择生活方式的态度（单位：%）68
图表64：2017-2023年我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）71图表65：2017-2023
年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）71图表66：2023年国内酒店综合评分情况（单
位：分）72图表67：2023年国内各类型酒店综合评分及满意度情况（单位：分）72图表68：2023年国内各
类型酒店各指标评分对比（单位：分）73图表69：精品酒店的目标客户群体74图表70：不同类型的精品
酒店消费者的消费需求75图表71：精品酒店认知情况调研（单位：%）76图表72：精品酒店特色认知度（
单位：%）76图表73：精品酒店入住情况调研（单位：%）77图表74：精品酒店入住目的的调研（单位：%）

77图表75：精品酒店入住频次调研（单位：%）77图表76：精品酒店未来考虑使用情况调研（单位：%）78图表77：精品酒店选择因素调研（单位：%）78图表78：精品酒店最高可接受房价调研（单位：%）79图表79：精品酒店房费支付者调研（单位：%）80图表80：2017-2023年中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）81图表81：2017-2023年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）81图表82：2017-2023年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）82图表83：2023年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）83图表84：2023年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）83图表85：2012-2023年中国出境旅游人数走势图（单位：万人次，%）84图表86：2017-2023年春节“黄金周”旅游人数及增长率（单位：万人次，%）85图表87：2017-2023年春节“黄金周”旅游收入及增长率（单位：亿元，%）85图表88：2019-2023年全国房地产开投资增速（单位：%）86图表89：2023年东中西部地区房地产开发投资情况（单位：亿元，%）87图表90：2019-2023年全国商品房销售面积及销售额增速（单位：%）87图表91：2023年东中西部地区房地产销售情况（单位：万平方米，亿元，%）88图表92：2018-2023年全国房地产开发景气指数变化图88图表93：中国精品酒店行业发展机遇分析89图表94：中国精品酒店行业发展威胁分析90图表95：2017-2023年中国星级酒店数及增速（单位：家，%）92图表96：2017-2023年中国星级酒店营业收入及增速（单位：亿元，%）93图表97：2023年国内酒店品牌排名93图表98：传统的酒店分销渠道94图表99：最具发展价值的酒店线上分销渠道95图表100：传统酒店价格体系96图表101：新的酒店价格体系96图表102：我国酒店行业发展趋势97图表103：我国精品酒店兴起背景简析98图表104：我国精品酒店发展历程99图表105：国内精品酒店客房数量情况（单位：%）100图表106：国内精品酒店标准客房面积（单位：平方米）100图表107：国内精品酒店员工配比情况（单位：位）101图表108：国内精品酒店管理模式情况（单位：%）102图表109：国内精品酒店建筑类型（单位：%）102图表110：2018-2023年中国精品酒店入住率情况（单位：%）103图表111：中国各类型精品酒店价格情况表（单位：元）103图表112：2018-2023年中国精品酒店每间可出租客房收入（单位：元）104图表113：2018-2023年中国精品酒店收入构成（单位：%）104图表114：中国精品酒店客源国籍分配（单位：%）105图表115：中国精品酒店客源结构（单位：%）106图表116：2023年中国shidazuijia精品酒店106图表117：中外精品酒店比较107图表118：精品酒店的核心竞争力108图表119：截至2023年第二季度中国星级酒店类型结构（单位：%）109图表120：2023年第二季度全国星级饭店经营情况表（按星级分）（单位：元，%）