2026-2031年中国精品酒店行业发展前景预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：精品酒店行业概念界定及发展环境剖析

1.1 精品酒店相关概念界定及统计说明

1.1.1 酒店的主要类型

1.1.2 精品酒店的起源

1.1.3 精品酒店的概念界定

（1）国外精品酒店定义

（2）中国对精品酒店的界定

1.1.4 精品酒店的特性分析

（1）主要特点

（2）精品酒店与主题酒店的区别

（3）相较于其他酒店类型的竞争优势

1.1.5 行业所属国民经济统计分类

1.1.6 本报告精品酒店行业的研究范围界定说明

1.1.7 本报告数据来源及统计口径说明

1.2 精品酒店主要类型

1.2.1 按设计风格划分

（1）主题型精品酒店

（2）时尚型精品酒店

（3）地域型精品酒店

（4）历史文化型精品酒店

（5）家庭旅馆式精品酒店

1.2.2 按经营模式划分

（1）综合集团的精品酒店

（2）专业集团的精品酒店

（3）单体独立的精品酒店

1.3 精品酒店行业政策环境

1.3.1 行业监管体系及机构

1.3.2 行业相关执行标准

1.3.3 行业政策及规划汇总解读

（1）主要政策解读

（2）税收政策解读

1.3.4 政策环境对行业的影响分析

1.3.5 “碳中和、碳达峰”战略的提出对行业的影响分析

1.4 精品酒店行业经济环境

1.4.1 宏观经济发展现状

（1）GDP与物价指数走势

（2）居民消费分类占比变化

（3）消费者信心指数变化

1.4.2 宏观经济发展展望

1.4.3 经济环境与行业相关性分析

1.5 精品酒店行业社会环境

1.5.1 人口发展环境分析

1.5.2 中国城镇化水平变化

1.5.3 中国居民收入及支出水平

（1）中国居民收入水平

（2）居民人均消费分析

1.5.4 中国居民消费结构及消费习惯的变化

1.5.5 中国居民消费升级发展研究

1.5.6 假日制度的变化

1.5.7 新冠疫情对我国酒店行业的影响

1.5.8 社会环境对行业发展的影响总结

1.6 精品酒店行业技术环境
1.6.1 新兴技术在精品酒店的应用现状
（1）智慧酒店
（2）VR技术的运用
（3）5G技术的运用
（4）人工智能技术的运用
1.6.2 新兴技术在精品酒店的应用案例
（1）意大利酒店物业管理公司Altido推出新型智能精品酒店
（2）全球首个5G智慧酒店启动，5G应用正在落地
（3）万豪酒店引入AR装饰，引发社交裂变
1.6.3 新兴技术在精品酒店的应用趋势
1.6.4 技术环境对行业发展的影响分析
第2章：国际精品酒店发展态势与经验借鉴
2.1 国际精品酒店的兴起
2.2 国际酒店行业发展现状及趋势
2.2.1 国际酒店行业发展现状
（1）全球酒店行业市场价格
（2）不同类型酒店市场份额
2.2.2 国际酒店行业发展趋势
2.3 国际精品酒店发展现状与竞争格局
2.3.1 国际精品酒店发展现状
2.3.2 国际精品酒店发展特点
（1）发展速度快、分布广
（2）精品酒店类型不断细分
（3）集团化和连锁化发展
（4）主体呈现多元化态势
（5）客房数量两级分化
2.3.3 国际精品酒店竞争格局
（1）不同品牌酒店竞争格局
（2）区域竞争格局
（3）细分市场品牌竞争格局
2.4 国际典型精品酒店品牌发展分析
2.4.1 喜达屋W酒店
（1）酒店发展简介
（2）酒店全球布局情况
（3）酒店经营特色分析
（4）酒店在华投资布局
（5）酒店经验借鉴
2.4.2 柏悦酒店（Park Hyatt）
（1）酒店发展简介
（2）酒店市场定位分析
（3）酒店全球布局情况
（4）酒店经营特色分析
（5）酒店在华投资布局
（6）酒店成功经验借鉴
2.4.3 巴黎拉瓦锡酒店（Le Lavoisier）
（1）酒店发展简介
（2）酒店配套设施情况
（3）酒店经营特色
2.4.4 伦敦High Road House
（1）酒店发展简介
（2）酒店配套设施情况
（3）酒店经营特色
2.4.5 新加坡思佳丽酒店（The Scarlet Hotel）
（1）酒店发展简介
（2）酒店客房价位
（3）酒店经营特色
（4）酒店配套设施分析
2.5 国际精品酒店趋势前景及经验借鉴

2.5.1 国际精品酒店发展趋势
2.5.2 国际精品酒店市场需求前景
2.5.3 国际精品酒店发展经验总结
第3章：中国精品酒店行业发展状况
3.1 中国酒店行业发展现状及趋势
3.1.1 酒店数量规模
3.1.2 酒店结构情况
（1）注册数量结构
（2）审核经营数量结构
3.1.3 酒店经营情况
（1）星级酒店总收入规模
（2）不同星级酒店经营情况
（3）不同地区酒店经营情况分析
3.1.4 酒店行业发展变化
（1）酒店分销渠道变化
（2）酒店价格体系变化
3.1.5 酒店行业发展趋势
3.2 精品酒店兴起背景分析
3.3 精品酒店行业市场供给及需求
3.3.1 精品酒店数量规模及比重
（1）精品酒店数量
（2）占酒店数量的比重
（3）代表性酒店客房数量
3.3.2 精品酒店建筑类型及客房面积分布
（1）精品酒店建筑类型
（2）精品酒店客房面积
3.3.3 精品酒店的客户群体特征及数量规模
（1）行业客户群体特征
（2）精品酒店相关调研结果分析
（3）消费群体消费特点
（4）消费需求特点分析
（5）精品酒店的用户数量
3.3.4 精品酒店市场规模
3.3.5 精品酒店的价格与收入构成
3.4 精品酒店的管理及运营
3.4.1 精品酒店员工配比
3.4.2 精品酒店管理模式
3.5 精品酒店和行业痛点分析
第4章：中国精品酒店竞争状态及市场格局
4.1 中国精品酒店行业竞争强度
4.1.1 潜在进入者的威胁
4.1.2 买方的议价能力
4.1.3 上游的议价能力
4.1.4 替代品的威胁
（1）主题酒店对精品酒店的威胁
（2）商务酒店对精品酒店的威胁
4.1.5 现有竞争者的威胁
4.1.6 竞争强度总结
4.2 中外精品酒店发展对比
4.3 精品酒店投融资、兼并及重组动态
4.4 精品酒店市场竞争格局
第5章：中国精品酒店产业链全景及相关行业发展分析
5.1 精品酒店产业链全景
5.2 中国房地产行业发展及其对精品酒店的影响
5.2.1 房地产开发投资情况
5.2.2 房地产开发景气指数
5.2.3 房地产销售情况
5.2.4 房地产对精品酒店发展的影响
5.3 中国旅游行业发展现状及其对精品酒店的影响

5.3.1 旅游业总体发展情况
5.3.2 从业人员和机构数
5.3.3 资金投入
5.3.4 国内旅游人均花费
5.3.5 假日旅游发展情况
5.3.6 旅游行业相关政策分析
5.3.7 新冠肺炎疫情对旅游业的影响
5.3.8 旅游行业对精品酒店发展的影响
第6章：中国精品酒店行业经营策略分析
6.1 精品酒店的选址与设计
6.1.1 精品酒店的选址原则
6.1.2 精品酒店的客房规模
6.1.3 精品酒店的功能配套
6.1.4 精品酒店的客房标准
6.1.5 精品酒店的设计案例
6.2 精品酒店定位策略分析
6.2.1 精品酒店战略定位
6.2.2 精品酒店市场定位
6.2.3 精品酒店品牌定位
6.3 精品酒店管理模式分析
6.3.1 资源外包策略
6.3.2 管家式服务模式
6.3.3 创新的经营理念
6.4 精品酒店营销策略分析
6.4.1 酒店营销宣传策略
6.4.2 酒店营销方式分析
6.4.3 酒店网络营销分析
6.5 精品酒店客户关系管理
6.5.1 客户关系管理特殊性
6.5.2 客户关系管理的保障
6.5.3 客户关系管理基本思路
6.6 精品酒店品牌文化建设
6.6.1 历史文化型品牌建设
6.6.2 地域文化型品牌建设
6.6.3 现代文化型品牌建设
第7章：重点地区精品酒店发展潜力分析
7.1 精品酒店区域发展对比
7.2 重点省市精品酒店发展潜力分析
7.2.1 北京市
（1）精品酒店发展条件
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展潜力分析
7.2.2 上海市
（1）精品酒店发展条件
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展潜力分析
7.2.3 天津市
（1）精品酒店发展条件
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展潜力分析
7.2.4 江苏省
（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展潜力分析
7.2.5 云南省
（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展潜力分析
7.2.6 山东省

（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展潜力分析
7.2.7 海南省
（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展机会分析
7.3 重点城市精品酒店发展潜力分析
7.3.1 深圳市
（1）精品酒店发展条件
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展机会分析
7.3.2 杭州市
（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展机会分析
7.3.3 厦门市
（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展机会分析
7.3.4 武汉市
（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展机会分析
7.3.5 成都市
（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展机会分析
7.3.6 广州市
（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展机会分析
7.3.7 西安市
（1）精品酒店发展条件分析
（2）精品酒店发展现状分析
（3）精品酒店发展机会分析
第8章：中国精品酒店行业典型案例分析
8.1 中国精品酒店发展对比
8.2 代表性精品酒店案例分析
8.2.1 北京颐和安缦酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店结构布局特色
（3）酒店配套设施
（4）酒店订房价位
（5）酒店市场定位
（6）酒店营销策略
8.2.2 北京柏悦酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店地理位置与建筑特色
（3）酒店配套设施
（4）酒店订房价位
（5）酒店市场定位
（6）酒店营销策略
8.2.3 上海外滩英迪格酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店建筑布局特色
（3）酒店配套设施
（4）酒店价位分析
（5）酒店市场定位

（6）酒店营销策略
8.2.4 上海凯世精品酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店服务特色
（3）酒店配套设施
（4）酒店价位
（5）酒店市场定位
（6）酒店营销策略
8.2.5 上海璞丽酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店位置布局
（3）酒店配套设施
（4）酒店价位分析
（5）酒店市场定位
（6）酒店营销策略
（7）酒店荣誉奖项
8.2.6 丽江悦榕庄花园别墅酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店建筑布局特色
（3）酒店配套设施
（4）酒店订房价位
（5）酒店营销策略
8.2.7 丽江大研安缦酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店位置布局特色
（3）酒店探索体验
（4）酒店房间价位
（5）酒店市场定位
8.2.8 杭州西子湖四季酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店建筑布局特色
（3）酒店配套设施
（4）酒店订房价位
（5）酒店营销策略
8.2.9 杭州西溪花间堂酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店配套设施
（3）酒店订房价位
（4）酒店营销策略
8.2.10 苏州书香府邸平江府
（1）酒店基本情况
（2）酒店配套设施
（3）酒店订房价位
（4）酒店营销策略
8.2.11 苏州托尼洛·兰博基尼书苑酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店布局特色
（3）酒店配套设施
（4）酒店价位分析
（5）酒店营销策略
8.2.12 广州文华东方酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店布置特色
（3）酒店配套设施
（4）酒店价位分析
（5）酒店营销策略
8.2.13 厦门鼓浪屿林氏府公馆酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店布局特色

（3）酒店配套设施
（4）酒店订房价位
（5）酒店营销策略
8.2.14 海南七仙岭龙湾珺唐酒店
（1）酒店基本情况
（2）酒店布局特色
（3）酒店配套设施
（4）酒店价位分析
（5）酒店营销策略
第9章：中国精品酒店行业发展前景预测与投资战略规划
9.1 精品酒店行业发展趋势及建议
9.1.1 精品酒店的国际化经营
（1）集团化经营
（2）合作化经营
（3）品牌化经营
（4）个性化服务
9.1.2 精品酒店的信息化建设
9.1.3 精品酒店的行业标准化
9.1.4 精品酒店经营管理模式创新
（1）主题定位创新
（2）销售模式创新
（3）服务模式创新
9.2 中国精品酒店行业市场前瞻
9.2.1 精品酒店行业发展潜力评估
9.2.2 精品酒店行业市场前景预测
9.3 中国精品酒店行业投资特性
9.3.1 行业进入壁垒分析
9.3.2 行业退出壁垒分析
9.3.3 行业投资风险预警
9.4 中国精品酒店行业投资价值与投资机会
9.4.1 行业投资价值评估
9.4.2 行业投资机会分析
9.5 中国精品酒店行业投资策略与可持续发展建议
9.5.1 行业投资策略与建议
9.5.2 行业可持续发展建议

图表目录

图表1：酒店的主要类型
图表2：各类型酒店主要特征概述
图表3：中国传统星级酒店与精品酒店发展方向
图表4：精品酒店主要特点简析
图表5：精品酒店与主题酒店的区别
图表6：精品酒店的核心竞争力
图表7：精品酒店行业的归类
图表8：精品酒店行业研究范围界定
图表9：主题型精品酒店简析
图表10：时尚型精品酒店简析
图表11：地域型精品酒店简析
图表12：历史文化型精品酒店简析
图表13：家庭旅馆式精品酒店简析
图表14：综合集团经营管理下的精品酒店简析
图表15：专业集团经营管理下的精品酒店简析
图表16：单体独立经营管理的精品酒店简析
图表17：我国精品酒店行业监管体系及机构
图表18：我国精品酒店行业评定要求分析

图表19：我国对于酒店行业发展的主要政策规划
图表20：酒店行业税收优惠政策解读
图表21：政策对精品酒店行业影响分析
图表22：“十四五”政策对精品酒店行业影响
图表23：精品酒店行业现存碳排放问题及影响
图表24：2014-2025年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表25：2017-2025年中国居民消费价格指数走势（单位：%）
图表26：2025年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表27：2025年居民人均消费支出分类别同比涨跌幅度（单位：%）
图表28：2021-2025年中国消费者信心指数走势（单位：%）
图表29：2025年主要经济指标预测（单位：万人，%）
图表30：2025年中国GDP的各机构预测（单位：%）
图表31：2018-2025年中国GDP增速与星级酒店营业收入增速对比图（单位：%）
图表32：2015-2025年中国总人口及其城镇居民数量走势（单位：万人）
图表33：2015-2025年我国城乡人口比重情况（单位：%）
图表34：2017-2025年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均可支配收入变动图（单位：元）
图表35：2017-2025年中国居民人均消费支出额（单位：元）
图表36：2025年中国居民人均消费支出结构（单位：元，%）
图表37：2019-2025年居民消费支出结构变化情况（单位：%）
图表38：居民消费习惯转变情况
图表39：中国消费升级演进趋势
图表40：2025年主要假日国内旅游人数和旅游收入增长幅度（单位：%）
图表41：2025年主要假日国内旅游人数和旅游收入增长幅度（单位：%）
图表42：2020-2025年全国上报文旅部的星级酒店营业收入（单位：亿元，%）
图表43：社会环境对行业发展的影响总结
图表44：中国智慧酒店发展情况及案例
图表45：VR技术在中国智慧酒店的应用
图表46：VR技术在中国智慧酒店的应用
图表47：新兴技术在精品酒店未来发展的应用趋势
图表48：国际精品酒店的兴起
图表49：2015-2025年全球酒店平均房价年度增长率（单位：%）
图表50：全球不同类型酒店市场份额（单位：%）
图表51：国际酒店行业发展趋势
图表52：2020全球酒店最具价值品牌10强（单位：亿美元）
图表53：2025年全球酒店集团50强地区分布（按品牌价值）（单位：%）
图表54：国际精品酒店细分市场格局
图表55：喜达屋酒店集团基本情况
图表56：喜达屋W酒店基本情况
图表57：喜达屋W酒店全球数量分布（单位：个）
图表58：喜达屋W酒店经营特色分析
图表59：中国地区所有的喜达屋W酒店
图表60：柏悦酒店基本情况
图表61：柏悦酒店全球数量分布（单位：个）
图表62：柏悦酒店在华布局简析
图表63：巴黎拉瓦锡酒店基本情况
图表64：巴黎拉瓦锡酒店主要配套设施
图表65：伦敦High Road House基本情况
图表66：伦敦High Road House附近地标及交通情况
图表67：伦敦High Road House主要配套设施
图表68：新加坡思佳丽酒店（The Scarlet Hotel）基本情况
图表69：新加坡思佳丽酒店附近地标及交通情况
图表70：新加坡思佳丽酒店各房型服务价位简介（单位：元）
图表71：新加坡思佳丽酒店主要配套设施
图表72：全球精品酒店发展趋势
图表73：国际精品酒店发展经验总结
图表74：2015-2025年中国星级酒店数及变化趋势（单位：家，%）
图表75：2025年中国星级酒店数量规模结构（按注册数量分）（单位：家，%）
图表76：2025年中国星级酒店数量规模结构（按审核经营数量分）（单位：%）
图表77：2015-2025年中国星级酒店营业收入及变化趋势（单位：亿元，%）

图表78：2025年全国不同星级酒店经营情况表（单位：万人，亿元，%）
图表79：2025年度重点旅游城市星级饭店规模结构（单位：家，%）
图表80：2025年度重点旅游城市星级饭店主要指标前十名统计表（单位：元/间夜，%，千元/间，千元/人）
图表81：传统的酒店分销渠道
图表82：最具发展价值的酒店线上分销渠道
图表83：传统酒店价格体系
图表84：新的酒店价格体系
图表85：我国酒店行业发展趋势
图表86：我国精品酒店兴起背景简析
图表87：2021-2025年精品酒店市场新增供给数量（单位：家）
图表88：2025年国内精品酒店占酒店数量比重变化趋势（单位：%）
图表89：我国代表性酒店客房数量分析（单位：间）
图表90：国内代表性精品酒店客房面积（单位：m2）
图表91：不同性别的精品酒店消费者占比（单位：%）
图表92：不同年龄的精品酒店消费者占比（单位：%）
图表93：不同社会属性的精品酒店消费者占比（单位：%）
图表94：精品酒店的目标客户群体
图表95：精品酒店认知情况调研（单位：%）
图表96：精品酒店特色认知度（单位：%）
图表97：精品酒店入住情况调研（单位：%）
图表98：精品酒店入住目的调研（单位：%）
图表99：精品酒店入住频次调研（单位：%）
图表100：精品酒店未来考虑使用情况调研（单位：%）
图表101：精品酒店选择因素调研（单位：%）
图表102：精品酒店最高可接受房价调研（单位：%）
图表103：精品酒店房费支付者调研（单位：%）
图表104：精品酒店客户群体消费特点
图表105：不同类型的精品酒店消费者的消费需求
图表106：我国精品酒店消费客群扩大的有利因素分析
图表107：2025年国内代表性精品酒店客户数量
图表108：2021-2025年中国精品酒店市场规模（单位：亿元）
图表109：国内精品酒店管理模式情况（单位：%）
图表110：中国精品酒店行业发展痛点分析
图表111：精品酒店行业潜在进入者威胁分析表
图表112：精品酒店行业对下游议价能力分析表
图表113：精品酒店行业对上游议价能力分析表
图表114：主题酒店的主题选择
图表115：截至2025年中国部分主题酒店统计
图表116：精品酒店与主题酒店的竞争力对比
图表117：商务酒店以价格为标准分类分析
图表118：精品酒店与商务酒店的竞争力对比
图表119：精品酒店行业现有企业的竞争分析表
图表120：中国精品酒店行业竞争强度总结
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！