

2024-2029年中国综合酒店行业市场深度分析与投资模式发展报告

报告简介

从目前度假酒店行业对互联网的认识和应用方面，大多数品牌还停留在包装概念、建设互动型网站、开发产品APP、开通微信、微博等公众账号的浅层次上面，因此出现了“酒店+互联网”叫好不叫卖的景象。目前将度假酒店和互联网结合比较好的有尚客优精选酒店和铂涛IU酒店。其中尚客优精选“住酒店不花钱”的互联网模式尤为引人注目，有望为度假酒店行业开辟出新的蓝海。

随着智能硬件技术的成熟，智能商务酒店中智能硬件的边际成本将会逐步下降。另外，智能化的商务酒店运营成本会较低，主要是人力成本的节约；与此同时，智能商务酒店的溢价会更高，因为能为客人提高品质更高的产品，客人根据自己的需求对酒店设施对进行智能化的操作，将会满足顾客对精致生活的需求。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外综合酒店行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对综合酒店下游行业的发展进行了探讨，是综合酒店及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握综合酒店行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一部分 行业运行分析

第一章 2019-2023年综合体酒店市场发展态势 1

第一节 综合体酒店发展现状与趋势 1

一、综合体酒店发展现状 1

1、酒店数量规模 1

2、酒店结构情况 2

3、酒店经营情况 2

二、综合体酒店发展特点 3

三、综合体酒店未来发展趋势 4

四、综合体酒店国内市场竞争格局 5

五、主要综合体酒店品牌市场份额 5

第二节 综合体酒店经验模式分析 6

一、不同经验模式的市场份额 6

二、综合体酒店体制特点 7

三、综合体酒店经验模式 7

1、全资酒店 7

2、特许经营 7

3、管理合同 8

4、租赁经营 8

第三节 综合体酒店发展环境现状 9

一、政策环境 9

二、市场环境 10

三、融资环境 11

四、人才环境 12

第四节 综合体酒店运营情况分析 13

一、数量规模 13

二、综合体酒店结构情况 14

三、综合体酒店经营情况 14

四、综合体酒店品牌格局 16

五、综合体酒店入住率 16

六、综合体酒店价格分析 16

七、综合体酒店客房收入 17

八、综合体酒店收入构成 18

第五节 综合体酒店品牌细化指数 18

一、搜索指数 18

二、媒体指数	19
三、舆情指数	19
四、运营指数	20
第六节 中国综合体酒店品牌分析	21
一、业内领先的综合体酒店品牌分析	21
二、综合体酒店品牌指数MBI	22
第七节 中国综合体酒店市场主流品牌实际运营案例分析	23
一、近三年中国综合体酒店运营表现	23
二、花间堂、隐居、悦榕庄优势突出	23
三、整体客群关注度等表现分析	23
四、不同发展阶段的综合体酒店媒体投放偏好分析	23
第八节 深圳市温泉酒店市场分析	24
一、深圳市综合体酒店行业需求分析	24
二、深圳市综合体酒店发展情况	24
三、深圳市综合体酒店存在的问题与建议	25
第九节 东莞市综合体酒店市场分析	26
一、东莞市综合体酒店行业需求分析	26
二、东莞市综合体酒店发展情况	26
三、东莞市综合体酒店存在的问题与建议	27
第二章 2019-2023年中国温泉特色酒店模式	30
第一节 温泉特色酒店模式分析	30
一、温泉特色酒店开发总体模式	30
二、“特色温泉+景区”	30
三、“温泉+康复疗养”	31

- 四、“温泉+会议” 31
- 五、“温泉+生态农庄” 32
- 六、温泉+运动娱乐 32
- 七、“温泉+旅游地产” 33
- 第二节 竞争对手渠道模式 34
 - 一、温泉特色酒店市场渠道情况 34
 - 二、温泉特色酒店竞争对手渠道模式 35
 - 三、温泉特色酒店直营代理分布情况 36
- 第三节 深圳市温泉酒店市场分析 37
 - 一、深圳市温泉酒店行业需求分析 37
 - 二、深圳市温泉酒店发展情况 39
 - 三、深圳市温泉酒店存在的问题与建议 39
- 第四节 东莞市温泉酒店市场分析 39
 - 一、东莞市温泉酒店行业需求分析 39
 - 三、东莞市温泉店存在的问题与建议 40
- 第二部分 行业运行格局
- 第三章 重点酒店研究 41
 - 第一节 东莞松山湖凯悦酒店 41
 - 一、企业发展概述及营销策略分析 41
 - 二、经营情况 42
 - 三、全年平均房价及入住率分析 42
 - 四、淡旺季平均房价及入住率分析 42
 - 五、酒店产品特点及对比优势 43
 - 六、竞争力分析 48

- 七、各类渠道要素对比 49
- 八、传播现状及方式 49
- 第二节 东莞观澜湖度假酒店 50
 - 一、企业发展概述及营销策略分析 50
 - 二、经营模式 50
 - 三、全年平均房价及入住率分析 50
 - 四、淡旺季平均房价及入住率分析 50
 - 五、酒店产品特点及对比优势 50
 - 六、竞争力分析 51
- 第三节 深圳东部华侨城茵特拉根酒店 51
 - 一、企业发展概述及营销策略分析 51
 - 二、经营模式 52
 - 三、全年平均房价及入住率分析 52
 - 四、淡旺季平均房价及入住率分析 52
 - 五、酒店产品特点及对比优势 52
 - 六、竞争力分析 54
- 第四节 深圳大梅沙京基喜来登度假酒店 54
 - 一、企业发展概述及营销策略分析 54
 - 二、经营模式 54
 - 三、全年平均房价及入住率分析 54
 - 四、淡旺季平均房价及入住率分析 55
 - 五、酒店产品特点及对比优势 55
 - 六、竞争力分析 56
- 第五节 深圳佳兆业万豪酒店(大鹏新区) 56

- 一、企业发展概述及营销策略分析 56
 - 二、经营模式 56
 - 三、全年平均房价及入住率分析 56
 - 四、淡旺季平均房价及入住率分析 57
 - 五、酒店产品特点及对比优势 57
 - 六、竞争力分析 57
- 第六节 广州增城白水寨嘉华温泉酒店 58
- 一、企业发展概述及营销策略分析 58
 - 二、经营模式 58
 - 三、全年平均房价及入住率分析 58
 - 四、淡旺季平均房价及入住率分析 58
 - 五、酒店产品特点及对比优势 58
 - 六、竞争力分析 59
- 第七节 广州从化都喜泰丽温泉度假酒店 59
- 一、企业发展概述及营销策略分析 59
 - 二、经营模式 59
 - 三、全年平均房价及入住率分析 59
 - 四、淡旺季平均房价及入住率分析 60
 - 五、酒店产品特点及对比优势 60
 - 六、竞争力分析 60
- 第八节 惠州金海湾嘉华度假酒店(巽寮湾) 60
- 一、企业发展概述及营销策略分析 60
 - 二、经营模式 61
 - 三、全年平均房价及入住率分析 61

四、淡旺季平均房价及入住率分析 61

五、酒店产品特点及对比优势 61

六、竞争力分析 62

第九节 檀悦豪生度假酒店(巽寮湾) 62

一、企业发展概述及营销策略分析 62

二、全年平均房价及入住率分析 62

三、淡旺季平均房价及入住率分析 62

四、酒店产品特点及对比优势 62

第三部分 行业运行调研

第四章 2024-2029年温泉特色酒店行业发展趋势及影响因素 64

第一节 2024-2029年温泉特色酒店行业市场前景分析 64

一、温泉特色酒店市场容量分析 64

二、温泉特色酒店行业利好利空政策 64

三、温泉特色酒店行业发展前景分析 65

第二节 2024-2029年温泉特色酒店行业未来发展预测分析 65

一、中国温泉特色酒店发展方向分析 65

二、2024-2029年中国温泉特色酒店行业发展规模 66

三、2024-2029年中国温泉特色酒店行业发展趋势预测 67

第三节 2024-2029年温泉特色酒店行业供需预测 67

一、2024-2029年温泉特色酒店行业供给预测 67

二、2024-2029年温泉特色酒店行业需求预测 67

第四节 2024-2029年影响企业经营的关键趋势 68

一、市场整合成长趋势 68

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 73

- 三、企业区域市场拓展的趋势 74
- 四、科研开发趋势及替代技术进展 74
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 77
- 六、2024-2029年中国温泉特色酒店行业SWOT分析 77
 - 1、优势分析 77
 - 2、劣势分析 79
 - 3、机会分析 81
 - 4、威胁分析 82
- 第五章 互联网对会议型酒店的影响分析 84
 - 第一节 互联网对会议型酒店行业的影响 84
 - 一、智能会议型酒店设备发展情况分析 84
 - 1、智能会议型酒店设备发展概况 84
 - 2、主要会议型酒店APP应用情况 84
 - 二、会议型酒店智能设备经营模式分析 85
 - 1、智能硬件模式 85
 - 2、个性化服务模式 85
 - 三、智能设备对会议型酒店行业的影响分析 86
 - 1、智能设备对会议型酒店行业的影响 86
 - 2、会议型酒店智能设备的发展趋势分析 87
 - 第二节 互联网+会议型酒店发展模式分析 88
 - 一、互联网+会议型酒店商业模式解析 88
 - 1、会议型酒店O2O模式分析 88
 - (1)运行方式 88
 - (2)盈利模式 89

2、智能联网模式	92
二、互联网+会议型酒店案例分析	93
1、案例一	93
2、案例二	94
3、案例三	95
三、互联网背景下会议型酒店行业发展趋势分析	100
第六章 中国会议型酒店需求与消费者偏好调查	101
第一节 会议型酒店产品目标客户群体调查	101
一、不同收入水平消费者偏好调查	101
二、不同年龄的消费者偏好调查	101
三、不同地区的消费者偏好调查	101
第二节 会议型酒店产品的品牌市场调查	102
一、消费者对会议型酒店品牌认知度宏观调查	102
二、消费者对会议型酒店产品的品牌偏好调查	102
三、消费者对会议型酒店品牌的首要认知渠道	102
四、会议型酒店品牌忠诚度调查	102
五、会议型酒店品牌市场占有率调查	102
六、消费者的消费理念调研	103
第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析	103
一、价格敏感程度	103
二、品牌的影响	103
三、购买方便的影响	104
四、广告的影响程度	104
第四节 深圳市会议型酒店市场分析	104

- 一、深圳市会议型酒店行业需求分析 104
- 二、深圳市会议型酒店发展情况 105
- 三、深圳市会议型酒店存在的问题与建议 106
- 第五节 东莞市会议型酒店市场分析 106
- 一、东莞市会议型酒店行业需求分析 106
- 二、东莞市会议型酒店发展情况 107
- 三、东莞市会议型酒店存在的问题与建议 107
- 第七章 互联网对度假型酒店的影响分析 109
- 第一节 互联网对度假型酒店行业的影响 109
- 一、智能度假型酒店设备发展情况分析 109
- 1、智能度假型酒店设备发展概况 109
- 2、主要度假型酒店APP应用情况 109
- 二、度假型酒店智能设备经营模式分析 110
- 1、智能硬件模式 110
- 2、度假型酒店APP模式 110
- 3、虚实结合模式 110
- 4、个性化资讯模式 111
- 三、智能设备对度假型酒店行业的影响分析 112
- 1、智能设备对度假型酒店行业的影响 112
- 2、度假型酒店智能设备的发展趋势分析 112
- 第二节 互联网+度假型酒店发展模式分析 113
- 一、互联网+度假型酒店商业模式解析 113
- 1、度假型酒店O2O模式分析 113
- 2、智能联网模式 113

- 二、互联网+度假型酒店案例分析 114
 - 1、华住酒店：用数字说话 114
 - 2、布丁酒店：定制产品，经营用户 115
 - 3、如家：体验式消费电商平台 116
 - 4、Aloft酒店：互联网思维展示间 116
 - 5、东呈：微信连WIFI，让酒店与用户更近 116
 - 三、互联网背景下度假型酒店行业发展趋势分析 117
- 第八章 中国度假型酒店需求与消费者偏好调查 119
- 第一节 度假型酒店产品目标客户群体调查 119
- 一、不同收入水平消费者偏好调查 119
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查 119
 - 三、不同地区的消费者偏好调查 120
- 第二节 度假型酒店产品的品牌市场调查 121
- 一、消费者对度假型酒店品牌认知度宏观调查 121
 - 二、消费者对度假型酒店产品的品牌偏好调查 121
 - 1、度假客户对低品牌的需求偏好 121
 - 2、度假客户对中品牌的需求偏好 122
 - 3、度假客户对高品牌的需求偏好 123
 - 三、消费者对度假型酒店品牌的首要认知渠道 123
 - 四、消费者经常购买的品牌调查 124
 - 五、度假型酒店品牌忠诚度调查 124
 - 六、度假型酒店品牌市场占有率调查 125
 - 七、消费者的消费理念调研 125
- 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 125

- 一、价格敏感程度 125
- 二、品牌的影响 126
- 三、购买方便的影响 126
- 四、广告的影响程度 126
- 第四节 深圳市度假型酒店市场分析 126
 - 一、深圳市度假型酒店行业需求分析 126
 - 二、深圳市度假型酒店发展情况 127
- 第五节 东莞市度假型酒店市场分析 127
 - 一、东莞市度假型酒店行业需求分析 127
 - 二、东莞市度假型酒店发展情况 128
- 第九章 互联网对商务酒店的影响分析 129
 - 第一节 互联网对商务酒店行业的影响 129
 - 一、智能商务酒店设备发展情况分析 129
 - 1、智能商务酒店设备发展概况 129
 - 2、主要商务酒店APP应用情况 129
 - 二、商务酒店智能设备经营模式分析 130
 - 1、智能硬件模式 130
 - 2、商务酒店APP模式 130
 - 3、个性化资讯模式 130
 - 三、智能设备对商务酒店行业的影响分析 131
 - 1、智能设备对商务酒店行业的影响 131
 - 2、商务酒店智能设备的发展趋势分析 131
 - 第二节 互联网+商务酒店发展模式分析 131
 - 一、互联网+商务酒店商业模式解析 131

- 1、商务酒店O2O模式分析 131
 - (1)运行方式 131
 - (2)盈利模式 132
 - 2、智能联网模式 132
 - (1)运行方式 132
 - (2)盈利模式 132
 - 二、互联网+商务酒店案例分析 134
 - 1、案例一 134
 - 2、案例二 134
 - 3、案例三 136
 - 4、案例四 137
 - 三、互联网背景下商务酒店行业发展趋势分析 138
- 第十章 中国商务酒店需求与消费者偏好调查 141
- 第一节 商务酒店产品目标客户群体调查 141
- 一、不同收入水平消费者偏好调查 141
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查 142
 - 三、不同地区的消费者偏好调查 142
- 第二节 商务酒店产品的品牌市场调查 143
- 一、消费者对商务酒店品牌认知度宏观调查 143
 - 二、消费者对商务酒店产品的品牌偏好调查 143
 - 1、商务客户对低品牌的需求偏好 143
 - 2、商务客户对中品牌的需求偏好 145
 - 3、商务客户对高品牌的需求偏好 146
 - 三、消费者对商务酒店品牌的首要认知渠道 146

- 四、消费者经常购买的品牌调查 147
- 五、商务酒店品牌忠诚度调查 148
- 六、商务酒店品牌市场占有率调查 149
- 七、消费者的消费理念调研 150
- 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 152
 - 一、价格敏感程度 152
 - 二、品牌的影响 152
 - 三、购买方便的影响 152
 - 四、广告的影响程度 153
- 第四节 深圳市商务型酒店市场分析 153
 - 一、深圳市商务型酒店行业需求分析 153
 - 二、深圳市商务型酒店发展情况 153
- 第五节 东莞市商务型酒店市场分析 155
 - 一、东莞市商务型酒店行业需求分析 155
 - 二、东莞市商务型酒店发展情况 155

图表目录

- 图表：2019-2023年全国十大城市酒店数量排行 1
- 图表：2019-2023年我国酒店数量结构 2
- 图表：2019-2023年我国酒店行业营业收入及增速情况 2
- 图表：三大经济型酒店平均房价 5
- 图表：2019-2023年经济型酒店市占率 6
- 图表：2010年-2019-2023年第一季度GDP及其增长速度变化 11
- 图表：2019-2023年全国十大城市酒店数量排行 14
- 图表：国内品牌连锁中端酒店快速增长 15

- 图表：国内品牌连锁高端酒店增速 15
- 图表：前十连锁品牌市占率 16
- 图表：2019-2023年2月酒店业客房收入 17
- 图表：2019-2023年2月酒店业收入构成 18
- 图表：综合酒店品牌搜索指数 18
- 图表：综合酒店品牌媒体指数 19
- 图表：综合酒店品牌舆情指数 19
- 图表：综合酒店品牌运营指数 20
- 图表：2019-2023年中国高端连锁酒店TOP10品牌 21
- 图表：2019-2023年中国高端连锁酒店TOP10市场占有率分析 22
- 图表：2019-2023年12月酒店品牌指数MBI分析 22
- 图表：2019-2023年深圳旅游住宿设施接待过夜游客量 24
- 图表：2019-2023年东莞酒店总体情况分析 26
- 图表：2019-2023年深圳酒店类住宿业结构(按档次分) 37
- 图表：2019-2023年深圳酒店类住宿业结构(按房量分) 38
- 图表：松山湖凯悦酒店全年平均房价及入住率情况 42
- 图表：松山湖凯悦酒店淡旺季房价及入住率分析 42
- 图表：松山湖凯悦酒店淡旺季平均房价及入住率分析 43
- 图表：2019-2023年9月酒店全年平均房价及入住率 50
- 图表：2019-2023年1-9月年淡旺季平均房价及入住率 50
- 图表：2019-2023年9月酒店全年平均房价及入住率 52
- 图表：2019-2023年1-9月年淡旺季平均房价及入住率 52
- 图表：2019-2023年9月酒店全年平均房价及入住率 54
- 图表：2019-2023年1-9月年淡旺季平均房价及入住率 55

- 图表：2019-2023年9月酒店全年平均房价及入住率 56
- 图表：2019-2023年1-9月年淡旺季平均房价及入住率 57
- 图表：2019-2023年9月酒店全年平均房价及入住率 58
- 图表：2019-2023年1-9月年淡旺季平均房价及入住率 58
- 图表：2019-2023年9月酒店全年平均房价及入住率 59
- 图表：2019-2023年1-9月年淡旺季平均房价及入住率 60
- 图表：2019-2023年9月酒店全年平均房价及入住率 61
- 图表：2019-2023年1-9月年淡旺季平均房价及入住率 61
- 图表：2019-2023年9月酒店全年平均房价及入住率 62
- 图表：2019-2023年1-9月年淡旺季平均房价及入住率 62
- 图表：2019-2023年温泉特色酒店市场容量分析 64
- 图表：2024-2029年温泉特色酒店市场规模分析 66
- 图表：2024-2029年温泉特色酒店行业供给预测 67
- 图表：2024-2029年温泉特色酒店行业需求预测 68
- 图表：酒店网络拓扑 75
- 图表：中国温泉特色酒店行业发展机遇分析 81
- 图表：中国温泉特色酒店行业发展威胁分析 82
- 图表：2019-2023年会议型酒店消费人群收入分布 101
- 图表：2019-2023年会议型酒店消费人群年龄分布 101
- 图表：消费者对会议型酒店产品的品牌偏好调查 102
- 图表：深圳市中高端酒店分布图示 105
- 图表：2019-2023年度假酒店消费人群收入分布 119
- 图表：2019-2023年度假酒店消费人群年龄分布 120
- 图表：度假酒店不同地区的消费者满意度 120

- 图表：2019-2023年消费者对度假酒店品牌认知度宏观调查 121
- 图表：度假客户对低品牌的需求偏好(前五名) 122
- 图表：度假客户对中品牌的需求偏好(前五名) 122
- 图表：度假客户对高品牌的需求偏好(前五名) 123
- 图表：我国度假酒店品牌选择入住率 124
- 图表：我国度假酒店品牌好评得分 124
- 图表：我国度假酒店主要品牌市场占有率 125
- 图表：2019-2023年深圳市GDP、旅游收入、旅游人次变动趋势 127
- 图表：2019-2023年东莞市GDP、旅游收入、旅游人次变动趋势 128
- 图表：2019-2023年商务酒店消费人群年龄分布 141
- 图表：2019-2023年商务酒店消费人群年龄分布 142
- 图表：商务客户对低品牌的需求偏好(前五名) 144
- 图表：商务客户对中品牌的需求偏好(前五名) 145
- 图表：商务客户对高品牌的需求偏好(前五名) 146
- 图表：消费者对商务酒店品牌的首要认知渠道 147
- 图表：我国商务酒店品牌选择入住率 148
- 图表：我国商务酒店品牌健康度表现情况 149
- 图表：我国商务酒店主要品牌市场占有率 150

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20180108/97247.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)