



精品决策报告

2024-2025 年酒店行业市场 现状调研与前景趋势预测报告

可落地执行实战解决方案

LIBRARY
COMMERCIAL

报告目录

第一章 报告核心观点	10
第一节 酒店驱动力与成功因素	10
一、产业核心驱动力	10
二、企业关键成功因素	11
第二节 酒店行业前景预测	12
一、发展潜力评估	13
二、行业发展前景	13
三、市场规模预测	14
第三节 酒店行业趋势预测	15
一、宏观趋势	15
二、政策趋势	15
三、行业趋势	16
四、市场趋势	16
五、竞争趋势	16
六、技术趋势	17
第二章 酒店行业主要特征	18
第一节 酒店行业定义及分类	18
一、行业定义	18
二、行业分类	19
第二节 我国酒店行业监管体制与主要政策	19

一、国家对该行业的基本政策.....	19
二、行业主管部门和监管体制.....	20
(1) 行业主管部门.....	20
(2) 行业自律部门.....	20
三、行业主要法律法规和产业政策.....	20
(1) 行业法律法规.....	20
(2) 行业主要产业政策.....	21
第三节 我国酒店行业主要发展特征.....	21
一、行业发展主要特征.....	21
二、行业主要经营模式.....	22
三、行业的周期性、区域性和季节性特征.....	22
(1) 行业的周期性特征.....	22
(2) 行业的区域性特征.....	23
(3) 行业的季节性特征.....	23
四、酒店行业周期规律特征分析.....	23
五、行业技术水平及技术特点.....	24
六、上下游行业的关联影响.....	24
(1) 与上游行业的关联性及其影响.....	24
(2) 与下游行业的关联性及其影响.....	25
七、行业的利润水平变动趋势及变动原因.....	25
第四节 进入酒店行业的主要壁垒.....	26
一、资本壁垒.....	26

二、技术和人才壁垒	26
三、资质和市场准入壁垒	27
四、客户资源壁垒	27
五、品牌壁垒	27
六、行业经验壁垒	28
七、营销网络壁垒	28
八、管理能力与运营经验壁垒	28
九、其他壁垒	29
第五节 酒店行业基本风险特征	29
一、行业风险	29
二、市场风险	30
三、市场竞争加剧风险	31
四、产品被仿制风险	31
五、新产品开发风险	32
六、资金风险	32
七、管理风险	33
八、其他风险	33
第三章 2023-2024 年我国酒店行业发展情况分析	34
第一节 酒店回顾与复盘：在周期与成长迭代中探索预期差	34
一、酒店周期回顾：2007-2023 年，酒店行业周期起伏，升级迭代助中线成长	34
二、酒店行业周期：2023 年国内酒店运行特点，价格驱动，休闲	

领衔，北强南弱.....	35
三、酒店行业量价规律：疫情前量先行价滞后，疫情后价格驱动 领衔.....	36
第二节 酒店连锁化率升级带来定价权提升，租金红利弱化后运营收 益成核心.....	37
一、酒店行业思考：供需总量与结构变化下的经营起伏、收益构 成变化下的迭代演绎.....	37
二、国际酒店借鉴：出租率渐进复苏价格恢复领先，通胀和收益 管理等共同影响.....	37
三、国内酒店：重点关注后续商旅需求变化及酒店供给结构和连 锁化率变化.....	38
第三节 酒店龙头价值思考：从规模卡位价值到品牌运营，定价权的 提升.....	39
一、酒店龙头价值基础：“物业卡位”+“品牌规模运营”构筑连锁赛 道壁垒.....	39
二、门店运营到品牌溢价：疫情前酒店收入端偏重规模扩张，全 面收益管理相对不足.....	40
三、酒店龙头 2023 年复苏经营数据对比：品牌力和效率是核心	41
第四节 行业趋势：中高端化、连锁化、数字化.....	43
一、酒店行业发展趋势之一——中高端化.....	43
二、酒店行业发展趋势之二——连锁化.....	44

三、中高端酒店行业规模超千亿，行业集中度持续提升	44
第五节 会员体系：构建私域流量护城河	45
一、会员体系的基础——等级制度为主，积分或里程制度为辅	45
二、不同等级会员及对应权益提高各层次产品附加价值	45
三、国内酒店集团会员体系升保级难度对比：君亭门槛更高，华住升级较易	46
第六节 价格体系：品牌竞争力&市场适应性	46
一、标准化门店价格体系——确保酒店面对市场需求变化合理调价	46
二、品牌价格体系：品牌矩阵覆盖各价格带产品，提升酒店品牌力	47
三、品牌力高低影响产品溢价能力，高品牌力酒店 BAR 价下限更高	47
第七节 收益管理：收入预期管理与扩大	48
一、收益管理基础概念及理论基础——收入预期管理	48
二、衡量收益管理的量化指标——MPI	48
三、收益管理水平对营收及净利润影响测算	49
第八、节 重点公司分析	49
一、华住集团：“双核心+N”品牌矩阵叠加庞大会员规模推动业绩稳步增长	49
二、锦江酒店：国际酒店集团加持，收益管理、会员体系升级有望迈上新台阶	50

三、君亭酒店：专注中高端，高溢价能力收获高值 RevPAR.....	51
四、首旅酒店：持续加码中高端市场，会员体系创新升级	51
第四章 2024-2025 年中酒店行业发展环境及影响因素.....	52
第一节 2024-2025 年酒店发展环境分析及预测.....	52
一、政治环境分析	52
二、经济环境分析	53
三、社会环境分析	53
四、科技环境分析	54
五、其他环境分析	55
第二节 影响酒店行业发展的主要因素	56
一、影响酒店行业运行的几种有利因素	56
二、影响酒店行业运行的几种稳定因素	57
三、影响酒店行业运行的几种不利因素	57
第三节 上下游产业链发展分析及其影响.....	58
一、上游行业发展分析及其影响	58
二、相关行业发展分析及其影响	59
三、下游行业发展分析及其影响	59
第五章 2024-2025 年中国酒店行业发展前景预测.....	61
第一节 2024-2025 年酒店市场发展前景预测.....	61
一、宏观经济环境.....	61
二、市场需求前景	62
三、行业竞争前景	63

四、政策法规影响	63
五、技术创新前景	64
六、其他前景	65
第二节 2024-2025 年酒店市场发展潜力预测	66
一、市场空间预测	66
二、消费升级潜力	66
三、下沉市场潜力	67
四、品牌建设	68
五、产品创新	68
六、市场拓展	69
第三节 2024-2025 年酒店细分市场发展前景	69
第四节 2024-2025 年酒店主要地区市场前景预测	71
第五节 2024-2025 年酒店海外市场前景预测	72
第六章 2024-2025 年中国酒店行业发展趋势预测	74
第一节 2024-2025 年酒店行业发展趋势	74
一、宏观发展趋势	74
二、政策发展趋势	75
三、行业发展趋势	75
四、市场发展趋势	76
五、技术发展趋势	76
六、产品发展趋势	77
七、营销发展趋势	77

八、渠道发展趋势	78
九、其他发展趋势	78
第二节 2024-2025 年酒店行业市场趋势	79
一、需求趋势	79
二、供给趋势	79
第三节 2024-2025 年酒店市场竞争趋势预测	80
一、竞争趋势	80
二、竞争格局	81
三、竞争策略	81
四、竞争形式	81
第四节 2024-2025 年细分市场发展趋势预测	82
一、细分市场一：商务酒店市场	82
二、细分市场二：度假酒店市场	82
三、其他细分市场	83

第一章 报告核心观点

第一节 酒店驱动力与成功因素

一、产业核心驱动力

酒店产业的核心驱动力，主要源于旅游业的持续增长、商务出差的频繁以及人们对高品质住宿体验的追求。这些驱动力共同推动了酒店业的发展和进步。

首先，旅游业的繁荣是酒店产业发展的重要推动力。随着人们生活水平的提高和休闲时间的增加，旅游已经成为一种普遍的生活方式。无论是国内游还是出境游，酒店都是旅游过程中不可或缺的一环。因此，旅游业的持续增长直接带动了酒店业的发展，为酒店提供了广阔的客源市场。

其次，商务出差的频繁也为酒店业带来了稳定的客源。随着全球化进程的加速和企业间合作的日益紧密，商务出差已经成为许多职业人士日常工作的一部分。酒店作为商务人士在外地的住宿选择，其舒适度、便利性和服务质量直接影响着商务活动的效率和成果。因此，商务出差的频繁对酒店业的发展起到了积极的推动作用。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/366043130044010144>