

酒店 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 中国国内酒店市场规模与预测（含动因与阻碍的详细分析）
- 对酒店业利益相关者具有启发意义的酒店企业创新实践
- 过去12个月内消费者对不同住宿类型的入住情况，深入了解消费者人口统计特征与细分市场
- 酒店预定渠道变化分析
- 消费者感兴趣的服务和设施方面的未来商业机遇；探索高/中/低预算消费者的需求

自2018年起，酒店市场规模（门店总数）因单体酒店的规模扩大而下滑，导致客房数量增加但酒店总数减少。

酒店市场在2020年新冠疫情的影响下受到重创，其市场容量和销售额都大幅下降。客房收入方面的市场销售额波动幅度更大，对疫情形势以及相关政策变动的敏感度更高。酒店可进行数字化和自动化转型，以提高运营效率并对冲后疫情市场环境下人手短缺和成本增加的风险。

酒店面临的挑战是如何明智地进行投资。舒适型酒店和经济型酒店可主攻餐饮服务和客房设施升级，高档型酒店/豪华型酒店则可针对高预算消费者（如有孩子和宠物的家庭）提供高品质的个人护理产品、解压和娱乐服务。

为了实现商业价值增长，健康养生主题的设施与服务，以及体验式营销活动是值得品牌探索的方向。酒店业也可在未来发展中通过开发相关产品/服务或营销活动进军元宇宙领域以吸引消费者的关注。



“2018年，中国酒店的市场容量因单体酒店扩容而开始萎缩，同时在新新冠疫情的冲击下，大量中小型酒店倒闭，而越来越多的舒适型酒店引领市场复苏趋势。酒店可进行数字化和自动化转型，以提高运营效率并对冲人手短缺和成本增加的风险。”

– 刘倩雯，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 酒店市场整体规模自2018年起开始萎缩
数据1: 酒店总数与客房总收入，中国，2016-2022年（预估）
数据2: 酒店数量预测（最好和最差情形），中国，2022-2027年
数据3: 客房收入预测（最好和最差情形），中国，2022-2027年
- 经济型酒店细分将市场份额让位于舒适型酒店
数据4: 酒店总数（按细分市场区分），中国，2016-2022年（预估）
- 舒适型酒店规模引领上行趋势
数据5: 细分市场的市场份额（按酒店总数区分），2016-2022年（预估）
- 豪华型酒店细分是酒店品牌扩容的主要焦点
数据6: 细分市场的市场份额（按客房总收入区分），2016-2022年（预估）
- 公司与品牌
- 国内酒店品牌凭借持续扩容主导市场
数据7: 企业份额（按客房总数区分），2020-2021年
- 头部酒店利用连锁扩张策略锚定二线或以下城市
- 健康与运动主题酒店为酒店业注入活力
- 围绕消费者兴趣的数字化创新
- 酒店进军元宇宙
- 瞄准Z世代的体验式营销走热
- 消费者
- 舒适型酒店和度假出租屋的人气最高
数据8: 住宿渗透率（按旅行类型区分），2022年
- 在线旅行社仍是主要预定渠道
数据9: 休闲旅游的预定渠道，2022年
- 大多数消费者持有1,000-3,000元人民币的高级酒店住宿预算
数据10: 每晚最贵的住宿，2022年
- 令人放松的服务与儿童设施最让消费者感兴趣
数据11: 感兴趣的非客房服务和设施，2022年
- 酒店的地理位置是关键因素
数据12: 选择住宿时的考虑因素，2022年
- 消费者对使用客房餐饮服务与高品质个人护理产品有浓厚的兴趣

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据13: 感兴趣的客房服务和设施，2022年8月

- 我们的观点

议题与洞察

- 通过精选个人护理产品营销品牌特色
- 现状
- 启示
- 餐饮服务和客房设施升级有助于舒适型酒店和民宿脱颖而出
- 现状
- 启示
- 通过结合现实世界和虚拟服务以开始拥抱元宇宙
- 现状

市场规模与预测

- 酒店市场整体规模自**2018**年起开始萎缩
数据14: 酒店总数与客房总收入，中国，2016-2022年（预估）
数据15: 酒店总数预测（最好和最差情形），中国，2022-2027年
数据16: 客房收入预测（最好和最差情形），中国，2022-2027年

市场细分

- 经济型酒店将市场份额让位于舒适型酒店
数据17: 酒店总数（按细分市场区分），中国，2016-2022年（预估）
数据18: 客房总收入（十亿元人民币）（按细分市场区分），中国，2016-2022年（预估）
- 舒适型酒店规模引领上行趋势
数据19: 细分市场份额（按酒店总数区分），2016-2022年（预估）
数据20: 舒适型酒店数量预测（最好和最差情形），中国，2022-2027年
- 豪华型酒店是酒店品牌扩容的主要焦点之一
数据21: 细分市场份额（按客房总收入区分），2016-2022年（预估）
数据22: 豪华型酒店数量预测（最好和最差情形），中国，2022-2027年

市场因素

- 客房价格与入住率双双下滑，导致**2022**年的客房收入下降
数据23: 已售客房平均房价与入住率的年同比增长率，中国，2017-2022年（预估）
- 游客量锐减导致酒店市场下滑
数据24: 上半年游客总人数，2019-2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 酒店业面临人力短缺和成本上涨的挑战

市场份额

- 国内酒店品牌主导酒店市场并持续扩大份额
数据25: 企业份额（按客房总数区分），2021-2022年
数据26: 头部酒店品牌（按酒店客房数量区分），2020-2021年
- 头部酒店利用连锁扩张策略锚定二线或以下城市

谁在创新？

- 健康与运动主题酒店为酒店行业注入活力
数据27: 锦江酒店集团旗下的缤跃酒店，2022年
- 华住酒店集团的创新：围绕消费者兴趣展开数字化创新
- 酒店拥抱元宇宙
数据28: 首家元宇宙酒店：千禧酒店旗下的M SOCIAL DECENTRALAND酒店，2022年
- 瞄准Z世代的体验式营销走热
数据29: 酒店体验式营销示例，2022年

旅行住宿

- 舒适型酒店和度假出租屋人气最高
数据30: 住宿渗透率（按旅行类型区分），2022年
- 有宠物的家庭青睐高档次的住宿
数据31: 旅行住宿——短途休闲旅游（按人口统计特征区分），2022年

预定渠道

- 在线旅行社仍是主要预定渠道
数据32: 休闲旅游的预定渠道，2022年
- 酒店有机会在舒适型酒店细分提高其自营渠道的用户渗透率
数据33: 休闲旅游的预定渠道（按在休闲旅游中住过特定类型酒店的消费者区分），2022年

住宿消费

- 大多数消费者持有1,000-3,000元人民币的高级酒店住宿预算
数据34: 每晚最贵的住宿，2022年
数据35: 各住宿类型被选择的占比（按照消费者的预算等级区分），2022年
- 高收入者、有2个或以上孩子的家庭、宠物主人以及拥有高学历的消费者的酒店住宿预算最高
数据36: 每晚最贵的酒店消费：加权平均消费（按人口统计特征区分），2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

感兴趣的非客房服务和设施

- 放松服务与儿童设施最令消费者感兴趣
数据37: 感兴趣的非客房服务和设施，2022年
- 高消费预算顾客非常愿意为娱乐中心与情绪舒缓课程买单
数据38: 消费者愿意额外付费的非客房服务和设施（按酒店预算区分），2022年

考虑因素

- 酒店的地理位置是关键因素
数据39: 选择住宿时的考虑因素，2022年
- 突出交通便利和观光目的地来吸引老年群体
数据40: 选择住宿时的部分考虑因素——任一选中（按年龄区分），2022年
- 高档型与豪华型酒店不妨突出养生服务
数据41: 选择住宿时的部分考虑因素——任一选中（按家庭收入和家庭构成区分），2022年

感兴趣的客房服务和设施

- 消费者对使用客房餐饮服务与高品质个人护理产品的兴趣浓厚
数据42: 感兴趣的客房服务和设施，2022年8月
- 高预算消费者看重定制化的客房布置
数据43: 消费者愿意额外付费使用的客房服务和设施（按酒店预算区分），2022年

附录——市场规模与预测

- 数据44: 酒店总数（按细分市场区分），中国，2017-2027年
- 数据45: 客房总收入（十亿元人民币）（按细分市场区分），中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 扇形图预测
- 缩写

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。