

中国酒店行业发展趋势分析与未来前景预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国酒店行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698334.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

1、酒店概述

酒店是指达到相应设定标准、能够为旅居宾客及社会大众提供住宿、饮食、购物、娱乐等项目和服务的综合性服务类的企业组织。酒店又被称为饭店、宾馆、旅馆、旅店、旅社、商旅、客店、客栈等。事实上，在中国普遍存在着酒店名称乱象的问题，国家旅游局、商务部将这类企业称为“饭店”，而证券行业和投资行业称之为“酒店”，国家统计局称之为“旅馆”，政府公文称之为“宾馆”。在其他华语地区也有不同的称谓，香港、澳门、马来西亚、新加坡等地将有客房的此类企业称为“酒店”，无客房的称为“酒楼”，台湾地区称之为“旅馆”。

酒店行业是指出售住宿、宴会及会议等服务换取房间租金及服务报酬的行业。按照服务提供的类型可以分为全服务酒店及有限服务酒店。全服务酒店所提供的服务主要包括住宿、会议、宴会、度假休闲相关的服务。有限服务酒店剥离了全服务酒店的非核心功能，只提供B&B（早餐+床）服务。

2、我国酒店行业供应及市场规模恢复增长

疫情政策放开后，各地大力推行促进消费的相关措施，使经济逐渐回到正轨，旅游市场持续回暖，带动我国酒店行业供应及市场规模持续恢复增长。根据数据显示，2022年，我国酒店行业市场规模约为1241.54亿元，连续两年保持增长，拥有酒店数量27.9万家，疫情之后首次出现增长。

数据来源：观研天下整理

3、酒店规模化最终依靠加盟模式，做加盟商和消费者的双重生意

多家酒店品牌是以直营店起家，用直营店来打磨单店模型、树立品牌形象以起示范作用，但初始投资较高及经营风险自担。因此，加盟模式成为酒店行业规模化的必经之路，其收入主要来自加盟商缴纳的首次加盟收入、持续加盟收入以及中央预订等系统收入，单门店收入较低，但毛利率较高。

值得注意的是，酒店行业进入和退出成本均较高，不适合机会主义者。首先，投资一家酒店需要几百万到上千万，加盟连锁酒店品牌的合同周期一般8-10年，初始投资完全收回至少要2.5年以上的时间，若想中途退出，会面临着租赁合同、加盟合同等的违约成本，初始投资难以变现。

数据来源：观研天下整理

在终端消费市场，随着出差复苏实现快速修复，连锁商务酒店成为商务客群的刚需消费，需求持续增加。商旅顾客消费特征为跟随出差即走即订，所以位置关注度高、时间可调性弱、价格敏感度低、消费决策周期短，使得连锁商务酒店刚需性强。根据相关资料可知，商旅支出年增长率有望在2023年达到18.9%，有望于2024年恢复至接近2019年水平。而商务酒店

客单价高，让很多酒店品牌发展模式和会员粘性促使强者愈强。根据数据显示，截至2023年11月，锦江、华住、/亚朵旗下会员人数分别为1.9亿人、2.18亿人、0.44亿人，酒店集团也将会强者愈强。

4、加盟客房规模及占比持续扩大，我国酒店行业连锁化率提升空间仍较大

终端消费者和加盟商共同选择的结果是不断提升酒店行业连锁化率。根据数据显示，截至2022年底，我国酒店业设施27.9万家，同比增长10.5%，客房总数1426.4万间，同比增长6.0%，以客房数计的连锁化率达39%，同比增长4%，较2019年的26%提升13pct，但对标美国2019年已达到72%的酒店连锁化率，我国酒店连锁化率仍有提升空间。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

酒店行业连锁化率提升对终端市场及加盟商意义

资料来源：观研天下整理

而各大酒店品牌的加盟客房规模及占比持续扩大，进一步提升酒店行业连锁化率。根据数据显示，截至2023年Q3，华住集团、锦江酒店、首旅酒店加盟客房数量较2018年分别增长129.9%、86.4%、40.1%，规模分别达到77.2万间、99.2万间、40.5万间。分省份看，中档酒店平均连锁化率为39.9%，低于平均水平的省份有16个；经济型平均连锁化率为17.3%，低于平均水平的省份有21个。

我国部分省市酒店规模情况

省市

经济型连锁化率（%）

经济型客房数量（间）

经济型连锁客房数（间）

中档连锁化率（%）

中档客房数量（间）

中档连锁客房数（间）

上海市

45.33%

174209

78976

68.96%

96868

66800

北京

46.05%

189460

87245

63.16%

106831

67475

天津

36.84%

68055

25073

62.16%

27341

16995

江苏

36.02%

519731

187197

59.02%

209270

123508

山东

30.58%

600321

183594

49.50%

18550

691826

安徽

27.41%

336156

92137

47.92%

102111

48928

湖北

18.68%

395404

73855

46.74%

130228

60868

河北

29.99%

355998

106777

43.53%

89211

38837

资料来源：观研天下整理

5、县域经济兴起，下沉市场酒店规模扩张，酒店巨头积极抢滩

而随着消费者需求持续升级、城镇化率提升、单体酒店加速出清，三、四线城市的酒店市场进入快速发展的关键期。根据数据显示，截至2022年12月31日，我国三线及以下城市酒店连锁化率仅为30.7%，相较于一线城市/副省级及省会城市的60.6%、48.6%有较大提升空间，同时三线及以下城市客房供给约870.6万间，其中非连锁客房数603.6万间，为一二线城市合计的2.2倍。携程发布的《2024龙年春节旅行报告》显示，从酒店预订量看，县城酒店订单同比增长超6成。“小城旅游”的火爆均持续出圈、县域经济兴起，下沉市场酒店行业近两年热度非凡。

数据来源：观研天下整理

2021年，商务部、国家发改委等17部门联合印发了《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》（简称《意见》），为“十四五”时期加强县域商业体系建设，推动农村消费提质扩容作出详细部署。《意见》提出，到2025年，在具备条件的地区，基本实现县县有连锁商超和物流配送中心、乡镇有商贸中心、村村通快递，年均新增农村网商（店）100万家，培育30个国家级农产品产地专业市场，经营农产品的公益性市场地级覆盖率从40%提高到60%。

随后，各省市鼓励企业投资酒店、推进小城文旅产业建设、大力扶持三线及以下小城市市场产业重心转型的政策与金融帮扶措施不断，酒店和小城强强联合也涌现出一大批典型案例。近期，在全国两会期间，也有大量关于推动县域经济发展的新建议、新举措涌现。

而有些酒店品牌也嗅到商机，纷纷对三四线及其以下城市展开布局，下沉市场与“县城酒店”

成为酒店行业聚光灯的中心。例如，锦江酒店（中国区）通过组织优化和产品升级瞄准下沉市场，升级瞄准下沉市场；华住集团明确“千城万店”目标，抢滩三四线下沉市场，汉庭、桔子酒店在三四线城市开业稳步推行，截至2023年9月末，华住40%的在营酒店以及55%的待开业酒店位于低线城市；首旅如家借“云系列”加速三、四、五线下沉市场布局；根据万豪公布的2024年酒店开业计划，万豪计划将在太原、宁波、兰州、洛阳、珠海等地新开酒店，同时除了新建酒店，万豪还将聚焦改建项目和存量市场，今年30%的新开业酒店位于三线以下城市。

6、酒店行业数字化进入高速发展期，降本增效有望迈上新台阶

再从数字化方面分析，随着5G、物联网、大数据等新兴技术高速及应用不断成熟，酒店数字化具备更完善的基础，并且成本大幅降低，各酒店集团加速转型，行业数字化进入高速发展期，降本增效有望迈上新台阶。

酒店行业数字化场景应用

资料来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国酒店行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国酒店行业发展概述

第一节 酒店行业发展情况概述

一、酒店行业相关定义

二、酒店特点分析

三、酒店行业基本情况介绍

四、酒店行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、酒店行业需求主体分析

第二节中国酒店行业生命周期分析

一、酒店行业生命周期理论概述

二、酒店行业所属的生命周期分析

第三节酒店行业经济指标分析

一、酒店行业的赢利性分析

二、酒店行业的经济周期分析

三、酒店行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球酒店行业市场发展现状分析

第一节全球酒店行业发展历程回顾

第二节全球酒店行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲酒店行业地区市场分析

一、亚洲酒店行业市场现状分析

二、亚洲酒店行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲酒店行业市场前景分析

第四节北美酒店行业地区市场分析

一、北美酒店行业市场现状分析

二、北美酒店行业市场规模与市场需求分析

三、北美酒店行业市场前景分析

第五节欧洲酒店行业地区市场分析

一、欧洲酒店行业市场现状分析

二、欧洲酒店行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲酒店行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界酒店行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球酒店行业市场规模预测

第三章 中国酒店行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对酒店行业的影响分析

第三节中国酒店行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对酒店行业的影响分析

第五节中国酒店行业产业社会环境分析

第四章 中国酒店行业运行情况

第一节中国酒店行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国酒店行业市场规模分析

- 一、影响中国酒店行业市场规模的因素
- 二、中国酒店行业市场规模
- 三、中国酒店行业市场规模解析

第三节中国酒店行业供应情况分析

- 一、中国酒店行业供应规模
- 二、中国酒店行业供应特点

第四节中国酒店行业需求情况分析

- 一、中国酒店行业需求规模
- 二、中国酒店行业需求特点

第五节中国酒店行业供需平衡分析

第五章 中国酒店行业产业链和细分市场分析

第一节中国酒店行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、酒店行业产业链图解

第二节中国酒店行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对酒店行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对酒店行业的影响分析

第三节我国酒店行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国酒店行业市场竞争分析

第一节中国酒店行业竞争现状分析

- 一、中国酒店行业竞争格局分析
- 二、中国酒店行业主要品牌分析

第二节中国酒店行业集中度分析

- 一、中国酒店行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国酒店行业市场集中度分析

第三节中国酒店行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国酒店行业模型分析

第一节中国酒店行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国酒店行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国酒店行业SWOT分析结论

第三节中国酒店行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国酒店行业需求特点与动态分析

第一节中国酒店行业市场动态情况

第二节中国酒店行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节酒店行业成本结构分析

第四节酒店行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国酒店行业价格现状分析

第六节中国酒店行业平均价格走势预测

一、中国酒店行业平均价格趋势分析

二、中国酒店行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国酒店行业所属行业运行数据监测

第一节中国酒店行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国酒店行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国酒店行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国酒店行业区域市场现状分析

第一节 中国酒店行业区域市场规模分析

一、影响酒店行业区域市场分布的因素

二、中国酒店行业区域市场分布

第二节 中国华东地区酒店行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酒店行业市场分析

(1) 华东地区酒店行业市场规模

(2) 华东地区酒店行业市场现状

(3) 华东地区酒店行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区酒店行业市场分析

(1) 华中地区酒店行业市场规模

(2) 华中地区酒店行业市场现状

(3) 华中地区酒店行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区酒店行业市场分析

(1) 华南地区酒店行业市场规模

(2) 华南地区酒店行业市场现状

(3) 华南地区酒店行业市场规模预测

第五节 华北地区酒店行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区酒店行业市场分析

(1) 华北地区酒店行业市场规模

(2) 华北地区酒店行业市场现状

(3) 华北地区酒店行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区酒店行业市场分析

(1) 东北地区酒店行业市场规模

(2) 东北地区酒店行业市场现状

(3) 东北地区酒店行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区酒店行业市场分析

(1) 西南地区酒店行业市场规模

(2) 西南地区酒店行业市场现状

(3) 西南地区酒店行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区酒店行业市场分析

(1) 西北地区酒店行业市场规模

(2) 西北地区酒店行业市场现状

(3) 西北地区酒店行业市场规模预测

第十一章 酒店行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国酒店行业发展前景分析与预测

第一节中国酒店行业未来发展前景分析

一、酒店行业国内投资环境分析

二、中国酒店行业市场机会分析

三、中国酒店行业投资增速预测

第二节中国酒店行业未来发展趋势预测

第三节中国酒店行业规模发展预测

一、中国酒店行业市场规模预测

二、中国酒店行业市场规模增速预测

三、中国酒店行业产值规模预测

四、中国酒店行业产值增速预测

五、中国酒店行业供需情况预测

第四节中国酒店行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国酒店行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国酒店行业进入壁垒分析

一、酒店行业资金壁垒分析

二、酒店行业技术壁垒分析

三、酒店行业人才壁垒分析

四、酒店行业品牌壁垒分析

五、酒店行业其他壁垒分析

第二节酒店行业风险分析

一、酒店行业宏观环境风险

二、酒店行业技术风险

三、酒店行业竞争风险

四、酒店行业其他风险

第三节中国酒店行业存在的问题

第四节中国酒店行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国酒店行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国酒店行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国酒店行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节酒店行业营销策略分析

一、酒店行业产品策略

二、酒店行业定价策略

三、酒店行业渠道策略

四、酒店行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698334.html>