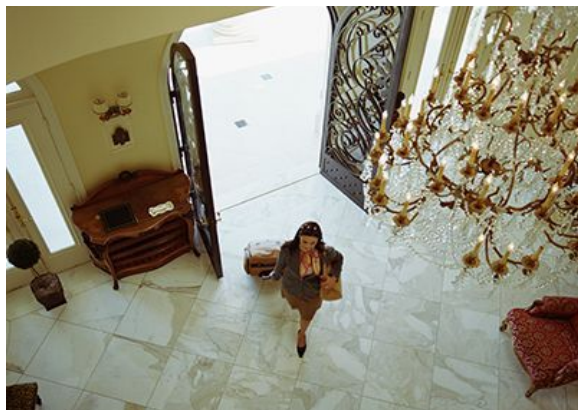


酒店 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“共享住宿的崛起威胁着传统酒店业务，因为消费者，特别是年轻消费者，渴望独特和地道的体验。酒店集团应强化自身优点，如专业的客户服务和健身设施，以保持市场竞争力。此外，清晰的卖点/定位也可以帮助酒店品牌在激烈的竞争中脱颖而出。

— 陈杨之，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 如何应付共享住宿带来的威胁？
- 如何更好地瞄准父母？
- 如何吸引年轻消费者？

中国旅游住宿市场总规模（门店数量）在2012-2017年间以18.1%的年均复合增长率增长，在2017年达到297,182家。同比增速自2016年来放缓，意味着市场已恢复至理性供应。

英敏特研究发现，共享住宿的崛起威胁着传统酒店业务，因为消费者，特别是年轻消费者，渴望独特和地道的体验。酒店集团应强化自身优点，如专业的客户服务和健身设施，以保持市场竞争力。此外，明确的卖点/定位也可以帮助酒店品牌在激烈的竞争中脱颖而出。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

酒店 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

包括

不包括

定义

数据1: 低/中/高家庭月收入群体的定义（按城市线级区分）

综述

市场

数据2: 旅游住宿门店数量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

公司与品牌

消费者

年轻消费者偏爱非标住宿

数据3: 住宿类型渗透率（按旅游类型区分），2018年2月

数据4: 部分非标住宿渗透率——与朋友休闲游时（按代际区分），2018年2月

酒店在除了本地体验外的多个方面胜出非标住宿

数据5: 对不同类型住宿的看法，2018年2月

地理位置、酒店设施和品牌声誉最为重要

数据6: 选择住宿时最重要的因素——休闲旅行vs商务出差，2018年2月

餐饮服务已是红海，而美容服务蕴含商机

数据7: 使用过的设施/服务，2018年2月

智能电视和空气净化装置值得投资

数据8: 愿意支付溢价的设施和服务，2018年2月

数据9: 愿意支付溢价的设施和服务TURF分析，2018年2月

我们的观点

议题与洞察

如何应付共享住宿带来的威胁？

现状

启示

如何更好地瞄准父母？

现状

启示

数据10: 儿童设施配套，Martinho家庭度假酒店，葡萄牙

数据11: 音乐工作室和烘焙房，香格里拉Buds，新加坡

如何吸引年轻消费者？

现状

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

酒店 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

启示

市场——您需要了解的

市场供应回归理性

国内休闲和商务旅游的蓬勃发展推动市场增长

非星级住宿稳健增长，星级酒店持续下滑

市场规模与预测

市场供应回归理性

数据12: 中国旅游住宿数量，2012-2017年

未来5年有望持续增长

数据13: 旅游住宿门店数量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

市场因素

国内旅游市场火热

数据14: 国内游市场规模（出游人次），中国，2012-2017年

数据15: 入境过夜游市场规模（出游人次），中国，2012-2017年

商务旅游市场同样增长迅速

更便捷的交通让旅游变得更容易

家庭亲子游走红

共享经济的崛起威胁到传统酒店业

市场细分

星级酒店：继续下行

数据16: 星级酒店（按星级区分），2012-2017年

数据17: 星级酒店数量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

非星级住宿：仍然稳健增长

数据18: 非星级住宿（按住宿类型区分），2012-2017年

数据19: 非星级住宿数量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

主要竞争者——您需要了解的

三雄领跑

通过主题、目标受众和智能科技实现差异化

不可忽视的趋势

市场份额

收购兼并造就三足鼎立

数据20: 住宿市场的领先酒店品牌（按客房数量计算），中国，2016和2017年

竞争策略

领先品牌热情下注舒适型中端酒店

借主题酒店脱颖而出

发力亲子游家庭住宿市场

数据21: 儿童室内“有福童享”套餐，希尔顿，中国，2017年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

酒店 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

借助新科技

数据22: 洲际酒店客房中的智能语音助手，北京，2017年

从住宿提供者跃升为一站式旅行社

谁在创新？

首个酒店联合工作空间

数据23: 联合工作空间原型，新国贸饭店，北京，2017年

传统酒店试水住宅共享租赁

快闪酒店重新定义豪华露营体验

数据24: 万豪在科切拉音乐节上的快闪蒙古包酒店，美国，2018年

新的娱乐中心

开发健康客房

数据25: 内置的健身墙，Swissôtel，瑞士

消费者——您所需要了解的

年轻消费者偏爱非标住宿

酒店在多个方面胜出非标住宿，除了本地体验

地理位置、酒店设施和品牌声誉最为重要

智能电视和空气净化装置值得投资

不同类型住宿的渗透率

舒适型酒店是最受欢迎的旅居选择

数据26: 住宿类型渗透率（按旅游类型区分），2018年2月

非标住宿在年轻人休闲游时受青睐

数据27: 部分非标住宿渗透率——与朋友休闲游时（按代际区分），2018年2月

数据28: 青年旅社的渗透率（按代际区分），2018年2月

旅行是现代生活方式不可或缺的一部分

数据29: 旅行渗透率，2018年2月

对不同类型住宿的看法

酒店在多个环节胜过度假出租屋和民宿/客栈.....

数据30: 对不同类型住宿的看法，2018年2月

.....然而酒店需要提高当地体验以吸引休闲游客

数据31: 对不同类型住宿的看法——休闲游vs商务游，2018年2月

度假出租屋整体体验更优

数据32: 对度假出租屋的看法（按对住宿的态度区分），2018年2月

民宿/客栈能拉拢看重性价比的酒店簇拥者

数据33: 对民宿/客栈的看法（按对住宿的态度区分），2018年2月

考虑因素

地理位置、酒店设施和品牌声誉最为重要

数据34: 选择住宿时最重要的因素——休闲旅行vs商务出差，2018年2月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

酒店 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

高收入者对品牌声誉的重视度与地理位置相等

数据35: 选择住宿时最重要的因素——休闲旅行（按收入区分），2018年2月

使用过的设施/服务

餐饮服务很普及

数据36: 使用过的设施/服务，2018年2月

25-39岁群体是健身迷

数据37: 使用过的设施/服务——健身房和游泳池（按年龄区分），2018年2月

高收入者更常使用设施/服务，除了餐饮

数据38: 部分使用过的设施/服务（按收入区分），2018年2月

美容服务蕴含商机

酒吧可以瞄准女性

数据39: 使用过的设施/服务——酒吧（按年龄和性别区分），2018年2月

愿意支付溢价的设施和服务

从娱乐到健康，从科技到自定义，商机无处不在

数据40: 愿意支付溢价的设施和服务，2018年2月

利用6种设施/服务覆盖最大消费群

数据41: 愿意支付溢价的设施和服务TURF分析，2018年2月

年轻消费者更看重科技和娱乐

数据42: 愿意支付溢价的设施和服务——部分娱乐（按代际区分），2018年2月

高收入者看重多种设施/服务

数据43: 部分愿意支付溢价的设施和服务（按收入区分），2018年2月

对住宿的态度

大多数消费者愿意为更舒适的旅居支付更多

数据44: 对住宿的态度——住宿的溢价支付意愿，2018年2月

单独的酒店套餐受青睐

数据45: 对住宿的态度——酒店套餐，2018年2月

数据46: 对住宿的态度——酒店套餐（按年龄区分），2018年2月

对传统酒店和非标住宿的喜爱程度相当

数据47: 对住宿的态度——度假出租屋和酒店，2018年2月

数据48: 对住宿的态度——民宿/客栈和酒店，2018年2月

相当一部分消费者更倾心小众住宿品牌

数据49: 对住宿的态度——知名和小众品牌，2018年2月

认识英敏特城市精英人群

最愿意为客房中的健康设施和科技支付更多

数据50: 愿意支付溢价的设施和服务（按消费者分类区分），2018年2月

比起传统酒店，更喜欢度假出租屋

数据51: 对住宿的态度——度假出租屋和酒店（按消费者分类区分），2018年2月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

酒店 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

附录——市场规模和预测

数据52: 中国旅游住宿市场总量，2012-2022年

附录——市场细分

数据53: 中国旅游住宿市场总量（按市场细分区分），2012-2012年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com