

 Horwath HTL 浩華 |  厚海 | CHAT

中国奢华酒店—— 价值重塑与未来图景

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

A blue bicycle is parked on a paved surface in front of a red wall. A tree with bare branches is on the right, and several birdcages hang from its branches. The background is a solid red wall.

高净值人群的特征及发展趋势

全球高净值人群持续增长，中国为第二增量大国

全球56个主要国家高净值人群增幅（千人）



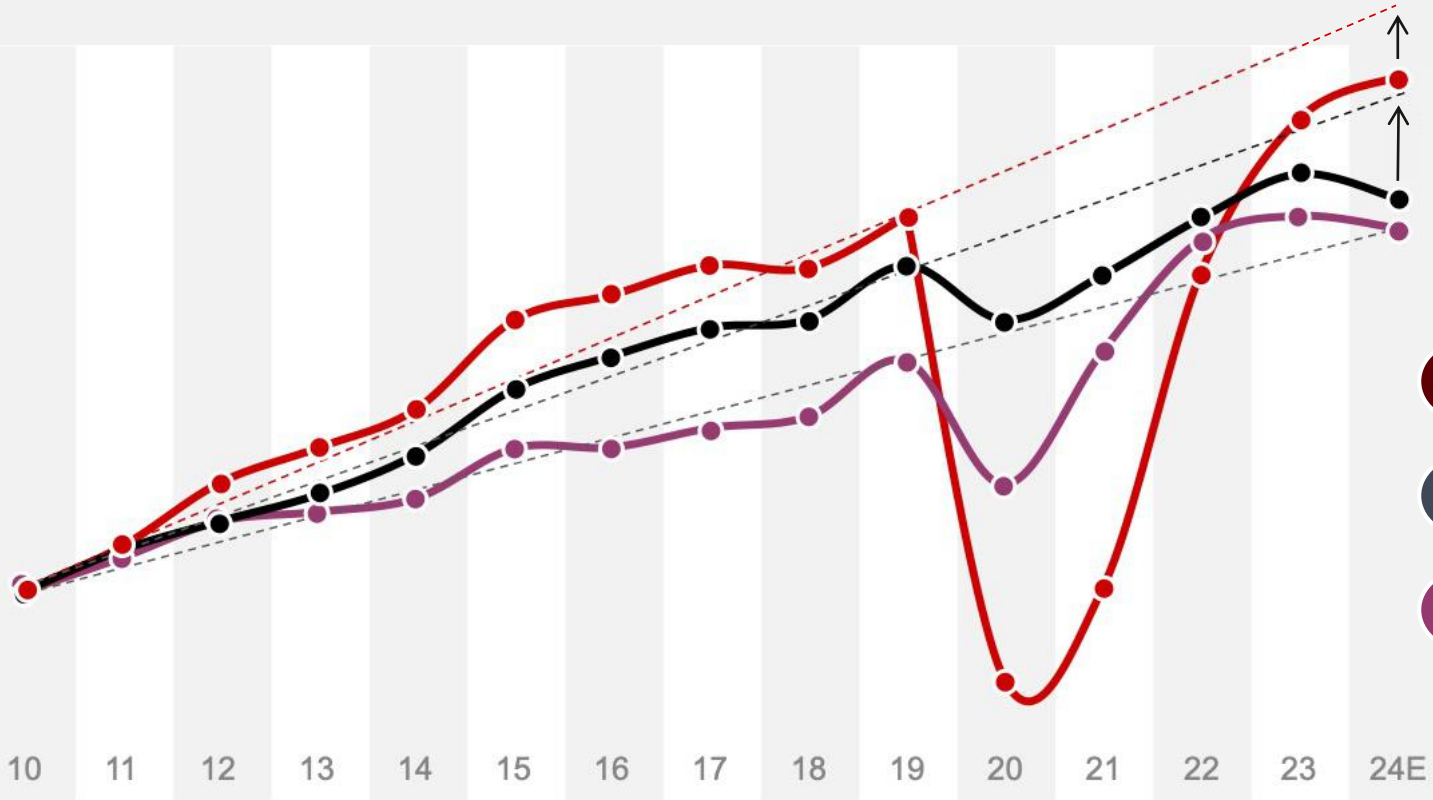
资料来源：UBS Global Wealth Report 2024



在全球不确定性背景下，高净值人群看重**体验**大于产品

全球奢侈品细分品类增长趋势（以2010年为基准）

—— 实际增长轨迹 - - - - - 2010-2019年增长轨迹

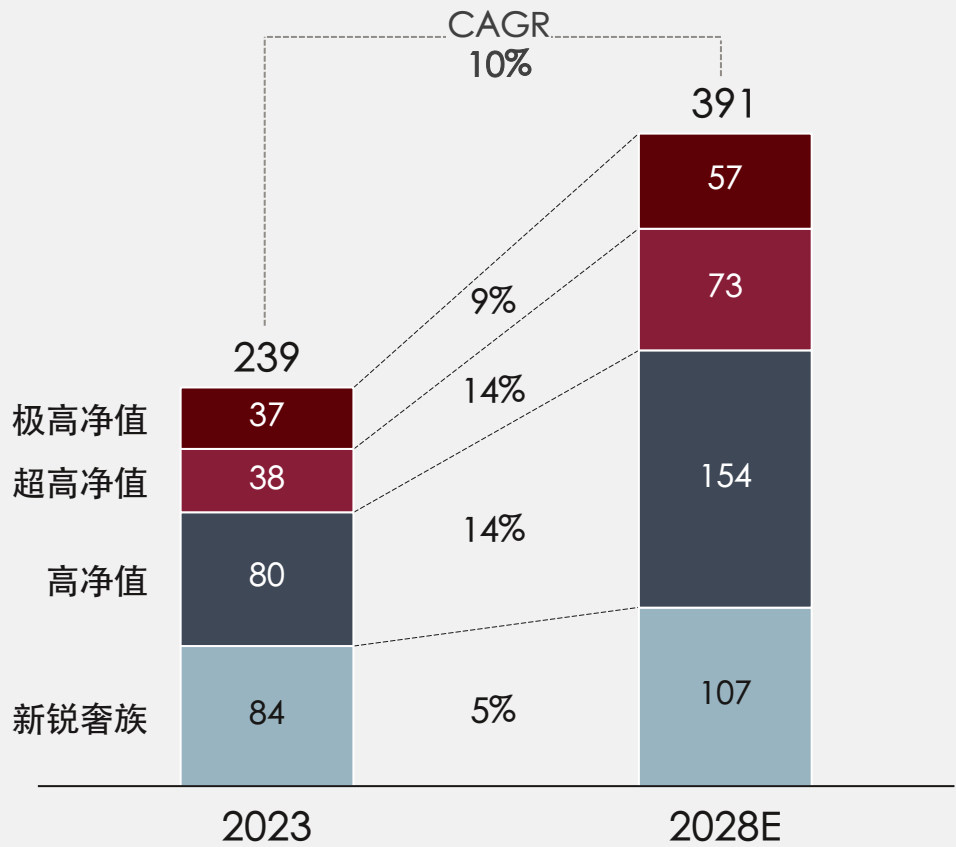


	CAGR '10-'19	CAGR '19-'24E	YoY '23-'24E
整体市场	7%	3%	-3/-1%
体验	9%	4%	5%
体验类产品	8%	2%	-3%
奢侈品	6%	5%	-2%

资料来源：Bain & Altagamma, Luxury Goods Worldwide Market Study 2024
备注：体验指奢华酒店、游轮旅行、康养体验、目的地餐饮等；体验类产品主要指艺术品、私人飞机、游艇、酒类、餐饮等；奢侈品指高端家居、个人日用奢侈品等

奢华酒店与旅行成为高净值客群热门消费品类

全球奢华休闲酒店支出按财富等级¹划分（十亿美元）



备注：1. 根据Knight Frank定义，极高净值为>\$3000万，超高净值为\$500万-\$3000万，高净值为\$100万-\$500万，新锐奢族为\$10万-\$100万

资料来源：McKinsey, The State of Tourism and Hospitality 2024; 胡润百富《2025中国高净值人群品质生活报告》



中国高净值客群
未来一年消费意愿Top1：旅行

未来一年计划增加旅游消费的中国高净值客群占比

61%



Horwath HTL 浩华



高净值客群消费行为更追求特色性、引领性、独特性

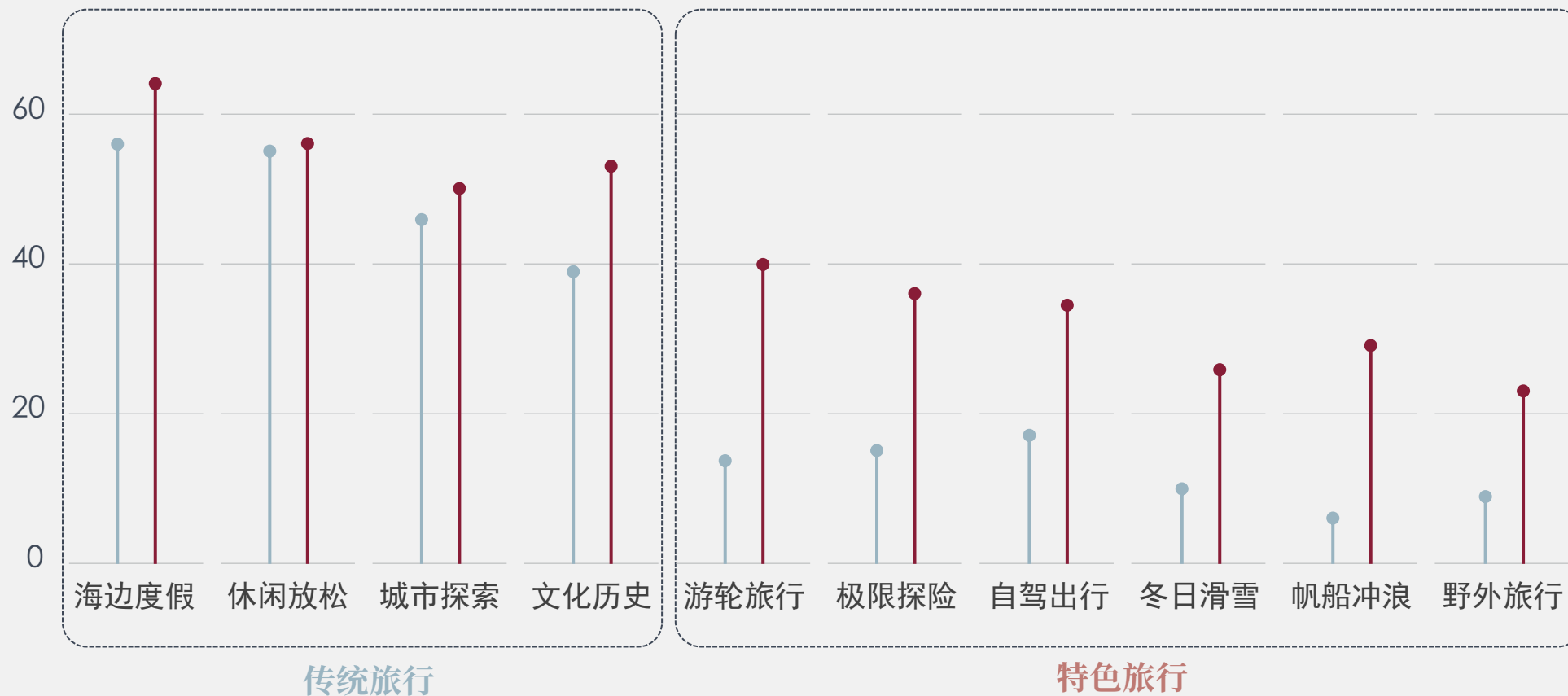
普通客群未来一年未来旅行计划占比 (%总客群)



大众旅行者



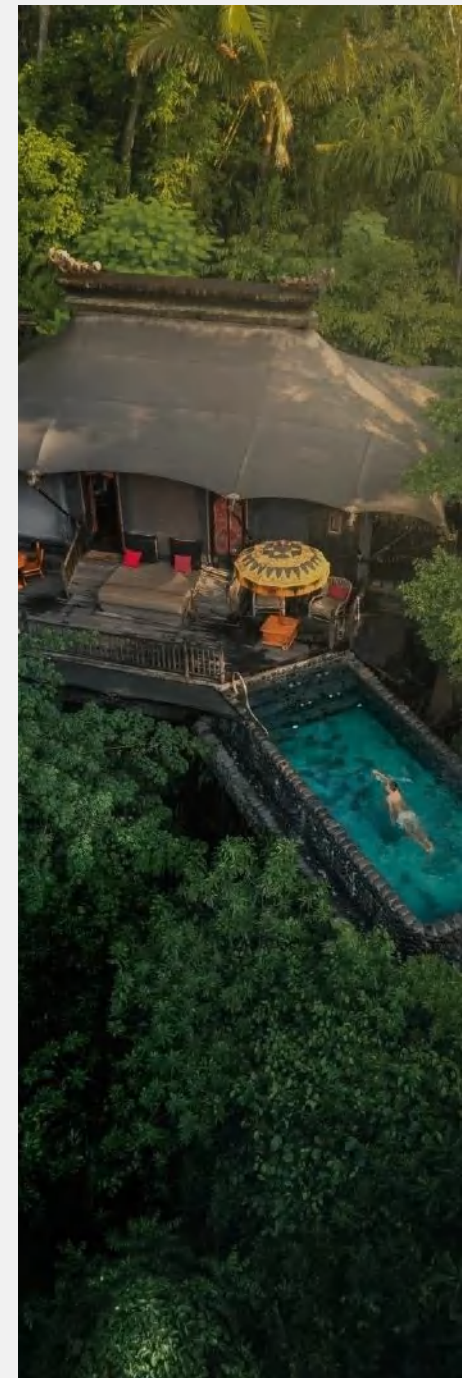
高净值旅行者



资料来源: McKinsey, The State of Tourism and Hospitality 2024



Horwath HTL 浩华



圈层社交&价值体验 是高净值人群核心消费诉求

1 拓展性社群诉求， 人际联结与兴趣体验

「开拓圈子与领域」

「拓展性社群」

电影乐器

摄影

主题展览

茶艺、盆栽

艺术品收藏

温泉SPA

派对晚宴

在地文化

美酒鉴赏

“

#比起品牌，手工制作更具魅力#

赵先生-上海
40多岁，已婚有孩

我对名牌没有兴趣，在宠物、电脑、相机等方面投入了大量资金。也喜欢木制品、中国传统的能感受到手工制作工艺的物品。

”

资料来源：胡润百富《2022年高净值人群价值观及生活方式调研报告》

2 专属性&专业性体验， 价值诉求

「稀有价值」

「不再单一执着于大牌标准」

「专业水准：享受能体现专业水平的体验」

身份象征



自我取悦



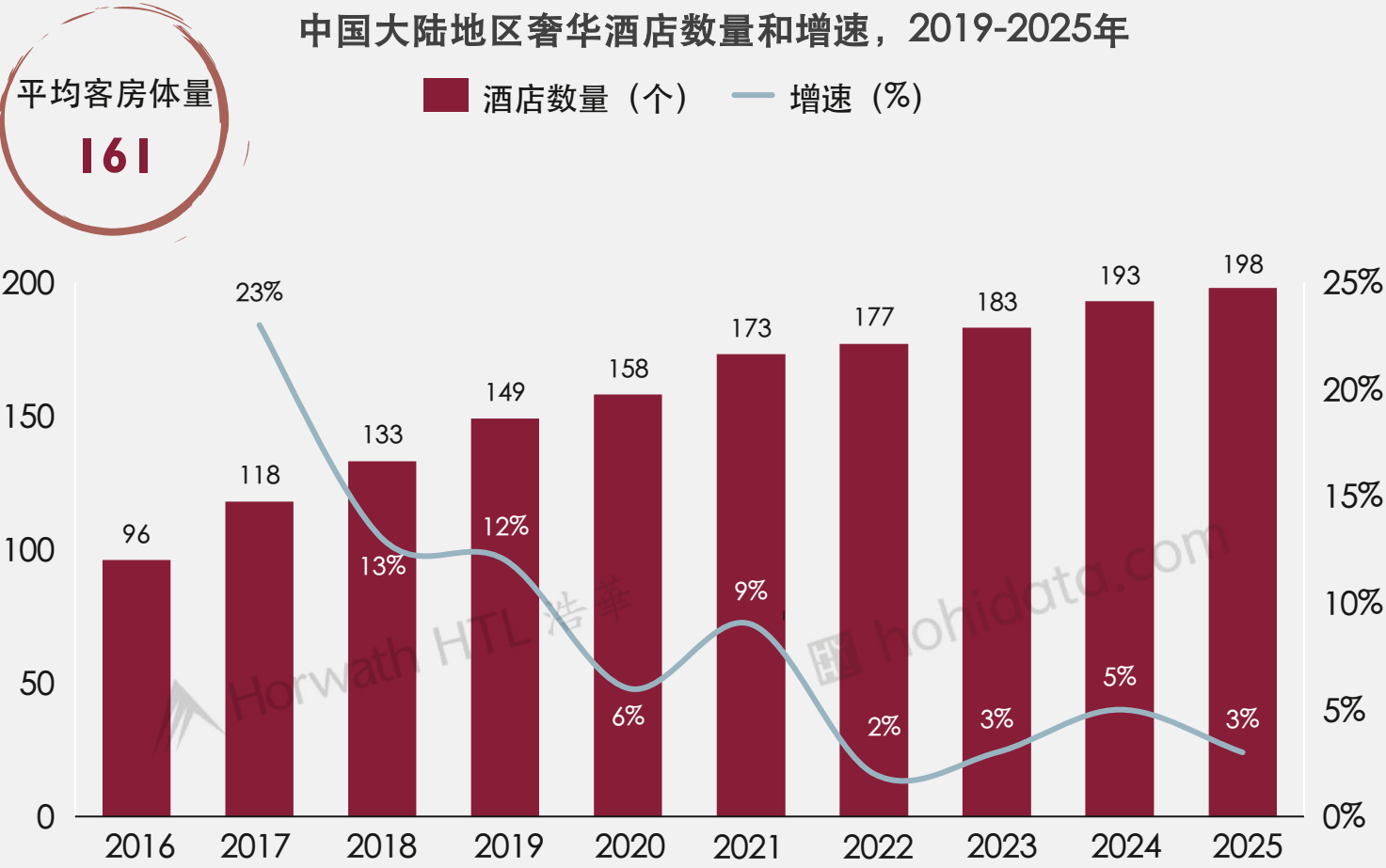
Horwath HTL 浩華

厚海
DATA PLATFORM



中国奢华酒店市场

奢华酒店供给稳健增长，分布较为集中



资料来源：浩华数据库、中国饭店业务统计

2024年奢华酒店数量城市排名及集中度

排名	城市名	酒店数量
1	上海	26
2	北京	22
3	杭州	14
4	三亚	10
4	成都	10
4	南京	10
7	广州	9
8	深圳	8
9	苏州	7
10	迪庆	6

62% (Top 4 cities: 26+22+14+10 = 72, 72/116 ≈ 62%)

42% (Top 10 cities: 26+22+14+10+10+10+9+8+7+6 = 116, 116/276 ≈ 42%)

全国主要奢华酒店市场格局

	奢华酒店 数量	奢华酒店 客房数量	平均客房体量
一线城市	66	14,274	216
新一线城市	66	11,697	177
二线城市	16	3,036	190
三线及以下	23	1,982	86
旅游目的地	27	4,252	157

小型奢华产品近年发展迅猛

品牌格局由寡头垄断向多元化与精品化发展

城市/度假，长线/近郊并重

长三角为最大市场，新兴秘境市场发展加速

资料来源：厚海数据平台HOHIDATA Platform (www.hohidata.com)



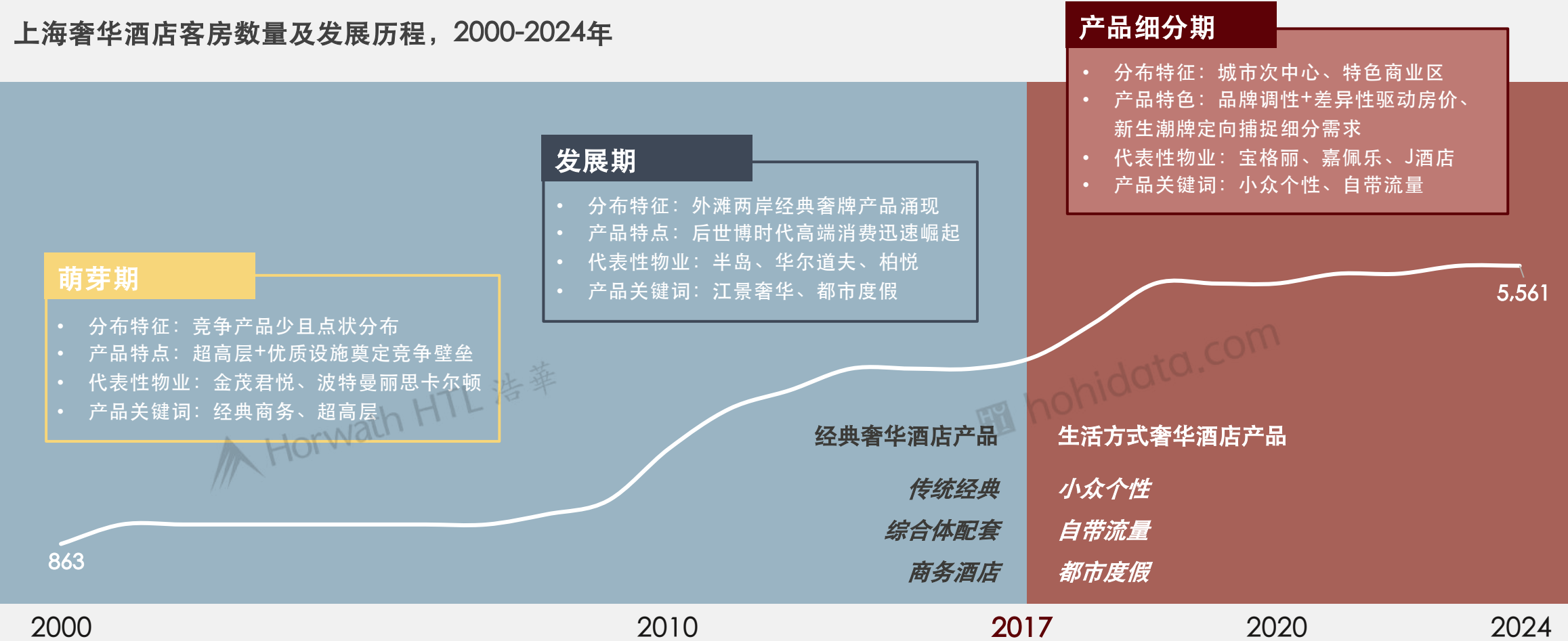
Horwath HTL 浩华



厚海
DATA PLATFORM

以上海为缩影，全国奢华酒店日趋个性特色精品化

上海奢华酒店客房数量及发展历程，2000-2024年



数据来源：厚海数据平台 (www.hohidata.com)



与2019年相比——

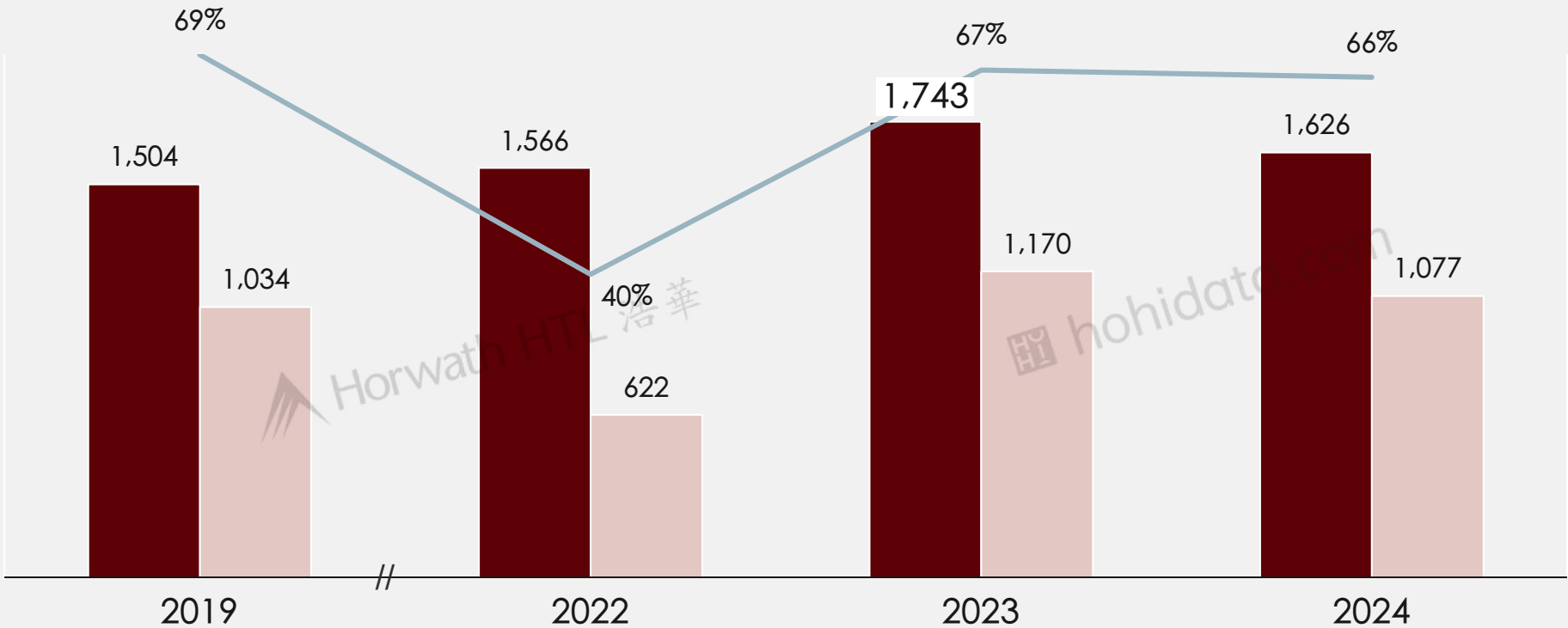
全国五星
RevPAR -2.3%

奢华酒店
RevPAR +4%

相对整体市场承压局面，奢华酒店业绩相对坚挺

中国代表性奢华酒店业绩 (2019&2022-2024年)

平均房价 ADR (元) 平均每间房收益 REVPAR (元) 平均入住率 OCC (%)

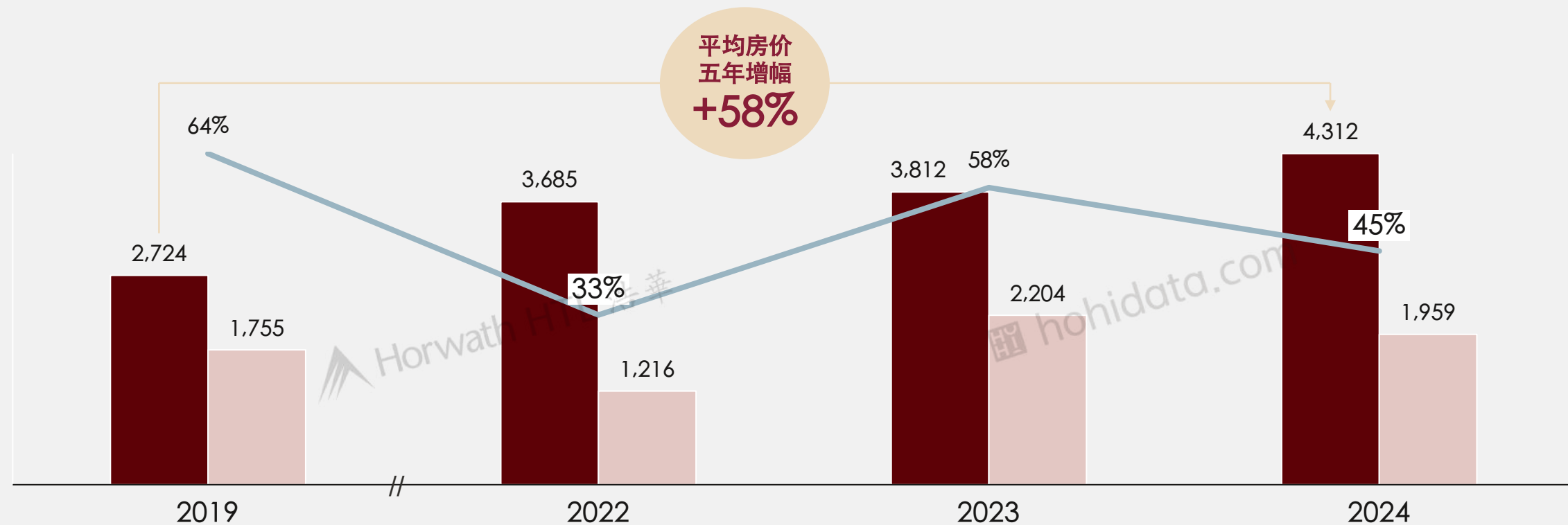


资料来源：浩华数据库、中国饭店业务统计

头部产品房价增速显著， 中国顶奢酒店价格深度持续扩宽

中国酒店市场TOP10奢华酒店业绩（2019&2022-2024年）

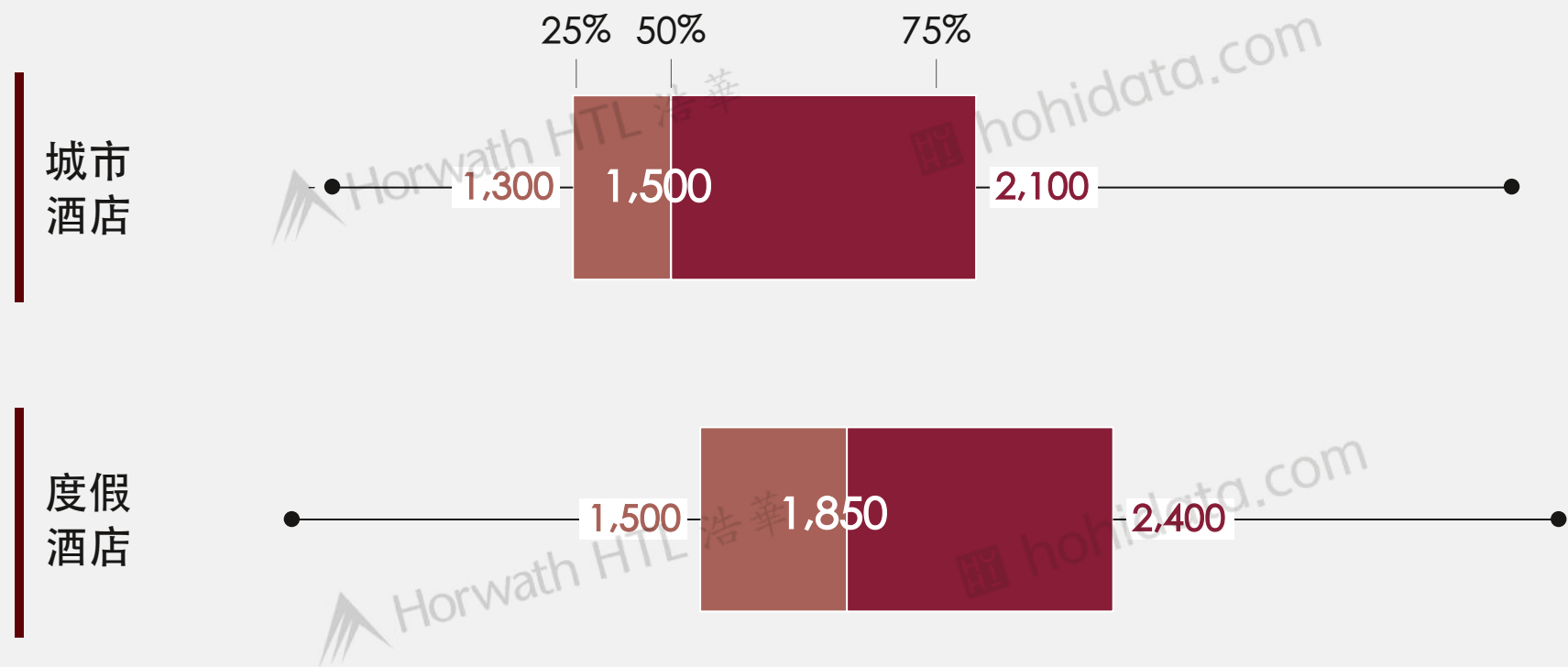
■ 平均房价 ADR（元） ■ 平均每间房收益 REVPAR（元） — 平均入住率 OCC（%）



资料来源：浩华数据库、中国饭店业务统计

城市奢华酒店相对量价平衡，度假奢华酒店更具价格深度

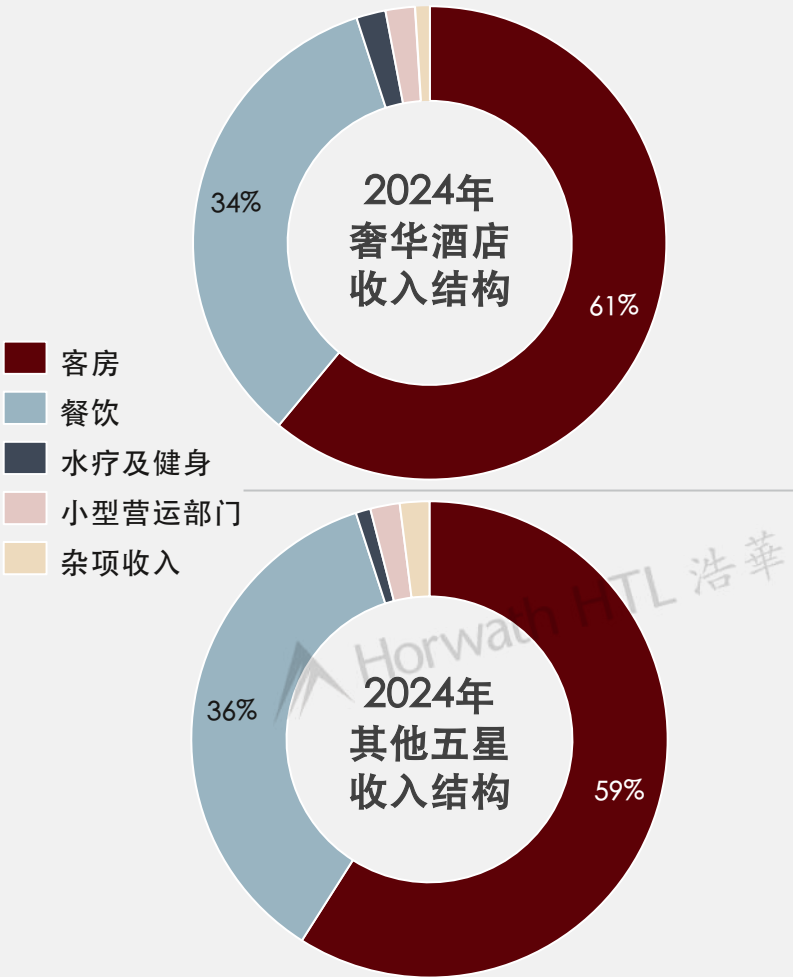
中国两类奢华酒店市场全年平均房价四分位图（2024年，元）



资料来源：浩华数据库《中国饭店业务统计》



奢华与其他五星相比收入结构类似，但创利逻辑不同



64万

总收入（每间可供出租客房）
Total Revenue (PAR)

21万

经营毛利（每间可供出租客房）
GOP (PAR)

33%

经营毛利率 %
GOP %

26万

总收入（每间可供出租客房）
Total Revenue (PAR)

7万

经营毛利（每间可供出租客房）
GOP (PAR)

28%

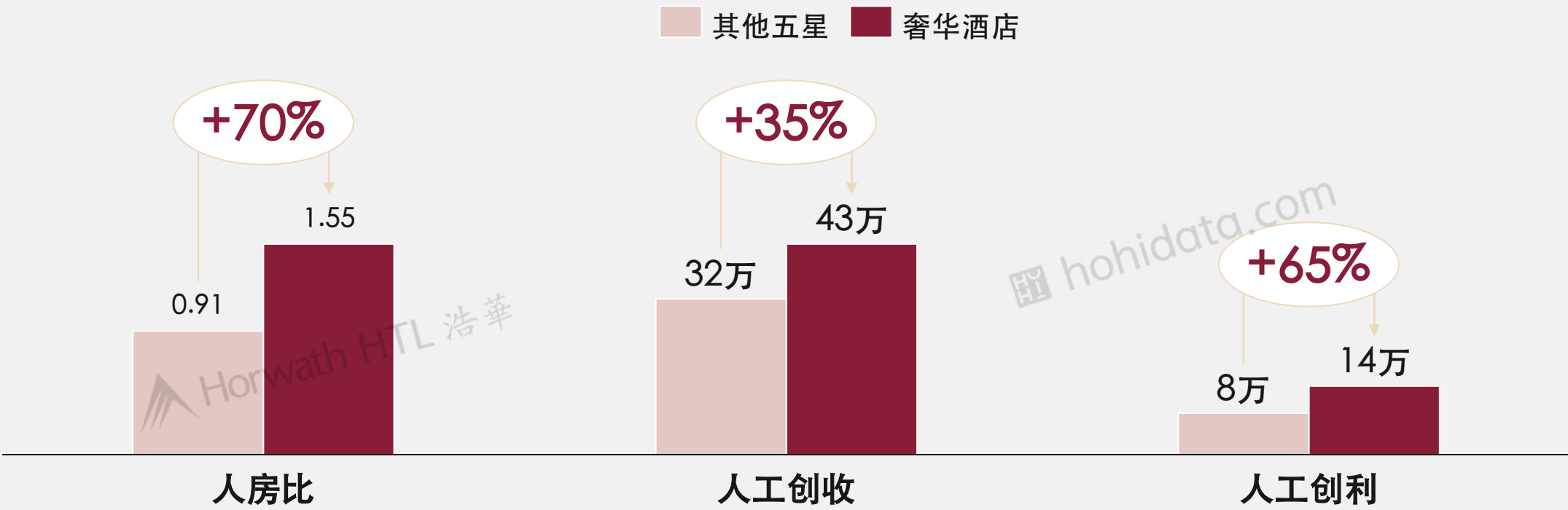
经营毛利率 %
GOP %

资料来源：浩华数据库《中国饭店业务统计》

奢华酒店运营是关于溢价与人效的平衡艺术

「奢华酒店的溢价本质是「体验溢价」，而体验依赖于“人”的价值创造」

人房比、人工创收与人工创利对比（中国奢华酒店 VS 其他五星酒店，2024年）



资料来源：浩华数据库、中国饭店业务统计

餐饮破局思路1

高端精品与多元复合的融合

2024年全日餐厅每餐位收入TOP10表现

排名	城市	菜系	餐位数	每餐位收入（万元）
1	一线城市	法餐	40-70	40+
2	一线城市	自助	170-200	26-30
3	一线城市	法餐	40-70	26-30
4	新一线城市	西餐	70-100	20-25
5	一线城市	粤菜	150-180	20-25
6	一线城市	自助	150-180	16-20
7	新一线城市	自助	150-180	16-20
8	一线城市	自助	120-150	16-20
9	一线城市	自助	240-270	16-20
10	一线城市	意大利餐	70-100	16-20

资料来源：浩华数据库、中国饭店业务统计

多元化的场景

激发复合功能价值，延长用餐时段

米其林/名厨背书

契合高净值人群对稀有价值体验的需求

依托本地富裕客群消费热情

广深、长三角在TOP 10各占四席

餐饮破局思路2

IP加持，成功破圈

塑造IP，强化标签

名厨加持、本地记忆、招牌菜品

多元『私密 + 专属』场景

契合不同客源需求，满足高净值人群圈层社交需求
营造圈层口碑

『在地文化』赋能体验

用餐体验转化为可感知的文化仪式，增强美食记忆

资料来源：浩华数据库、中国饭店业务统计

2024年中餐厅每餐位收入TOP10表现

排名	区域	菜系	餐位数	每餐位收入（万元）
1	长三角	江浙菜	170-200	40+
2	长三角	粤菜	170-200	21-25
3	华北	江浙菜	70-100	21-25
4	华南	粤菜	170-200	16-20
5	长三角	粤菜	140-170	16-20
6	长三角	淮扬菜	140-170	16-20
7	华南	粤菜	500+	16-20
8	长三角	粤菜	300+	16-20
9	华南	粤菜	70-100	16-20
10	华南	粤菜	70-100	16-20

餐饮破局思路3：差异化定位+社交目的地

伦敦NOMAD酒店

THE NED RESTAURANTS AND BARS



英式餐厅+酒廊



午餐加州+晚餐墨西哥美食



意大利餐厅+周日海鲜自助



图书馆酒吧



酒吧+简餐



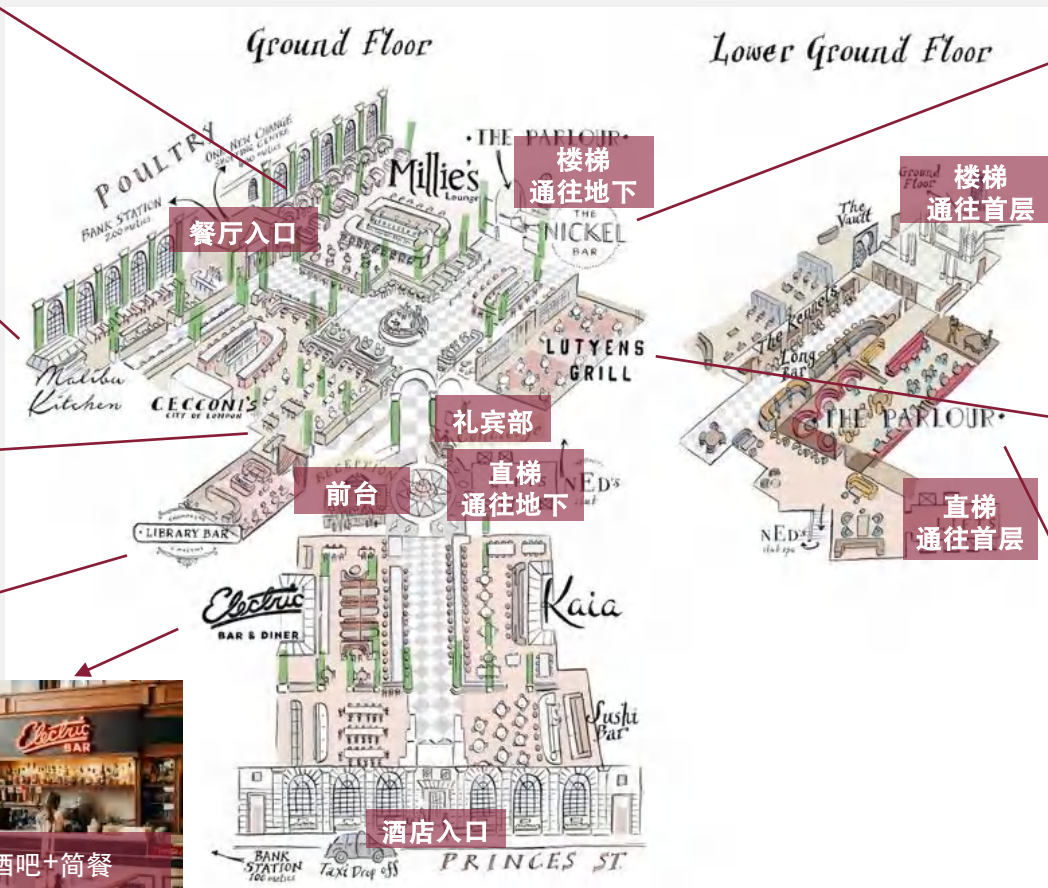
烧烤



美式鸡尾酒吧+现场表演



地下爵士酒吧+歌舞现场表演



©酒店官网



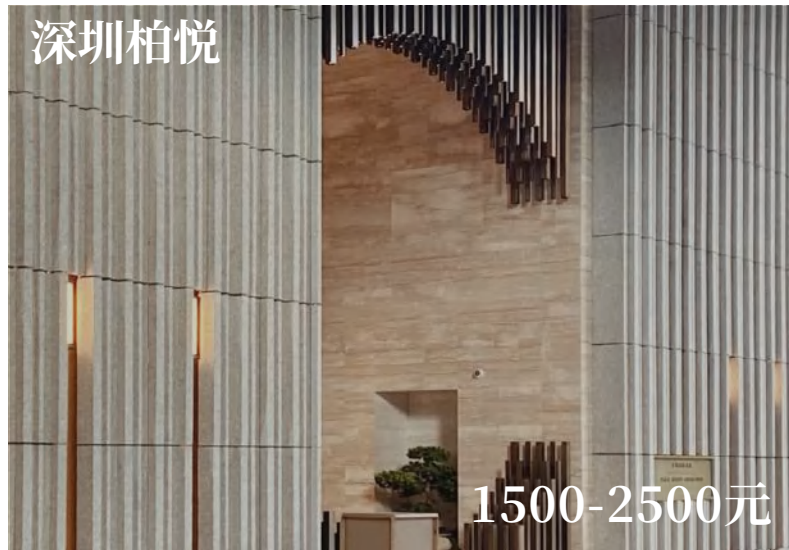
Horwath HTL 浩华



中国奢华酒店 产品&运营趋势



浩华项目经验 城市酒店



资料来源：厚海数据平台HOHIDATA Platform (www.hohidata.com)

浩华项目经验 度假酒店



深耕藏文化表达 / 独特精神内涵 / 探享基因的隐秘之门

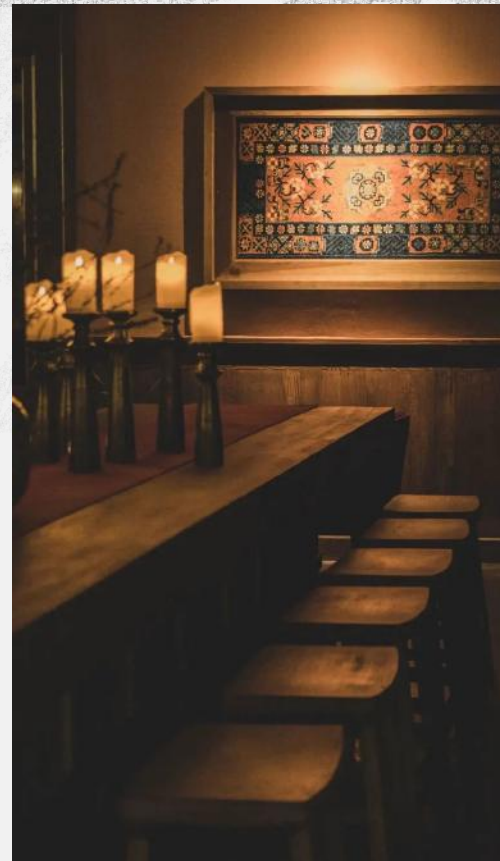
TREND 1. 在地文化的极致表达



传统藏式建筑风格
“灵气”酒店选址

松赞

藏地文化的
现代演绎



TREND 1.

在地文化的极致表达



“
铜为骨、
槐为脉、
朱红为血
”



北京华尔道夫酒店 & 胡同四合院

市井烟火与京城美学的共生



从「贤良寺」到「铜匠秘院」
从「庙寓」到「胡同社交剧场」
新/老建筑在同一个秩序中的演进、更迭。

©酒店官网；©携程



Horwath HTL 浩華

厚海
DATA PLATFORM

TREND 2.

私密化&社区性并存



北京前门文华东方酒店

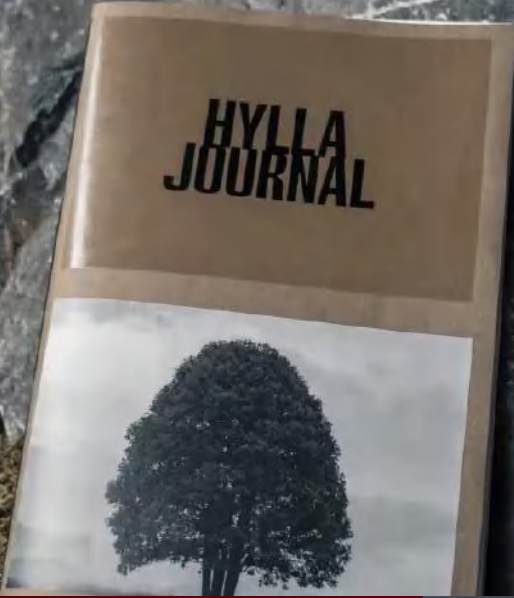
胡同肌理/大隐于市/在地共荣

©酒店官网; ©携程



Horwath HTL 浩华





HYLLA
JOURNAL

Hylla物与岚 设计收藏酒店

隐世之境 / 美学社交 / 精神共鸣

TREND 2.

私密化&社区性并存



Horwath HTL 浩华



厚海
DATA PLATFORM

“...我们深知真正的变革，从不该要求人们妥协生活方式或降低品质标准，必须始于伟大的设计与卓越的功能性...”

...we knew we were not going to make change by making people compromise or downgrade the way they live. It has to start with great design and great functionality...

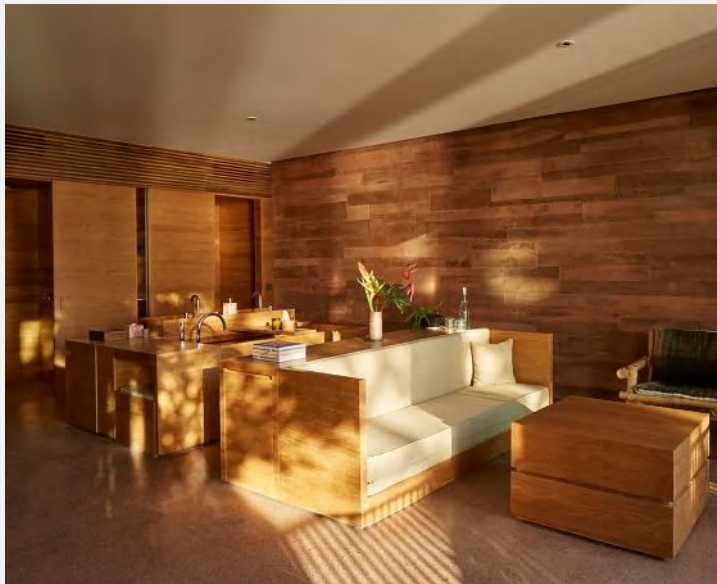
—— Daniel Mitchell, Potato Head 创意总监

POTATO HEAD STUDIO

追求可持续发展的、向善的消费价值观

TREND 3.

可持续的奢华



©酒店官网；©携程

95%+

高净值人群认为自己比较、非常
「想要通过工作和生活为社会做出贡献」

90%+

高净值人群认为自己比较/非常具备
「绿色消费意识」



Horwath HTL 浩華

厚海 DATA PLATFORM



TREND 4.

跨界生态构建

酒店+ 艺术

三亚艾迪逊 x 尤伦斯当代艺术中心UCCA

©酒店官网; ©携程



©酒店官网; ©携程

自营/
IP业态孵化/
商业招商
从「文化行馆」到
「整体目的地运营」

TREND 4.

跨界生态构建

酒店+ N
青普文化行馆



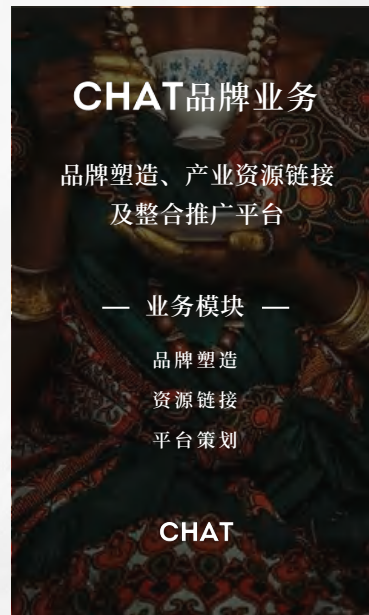
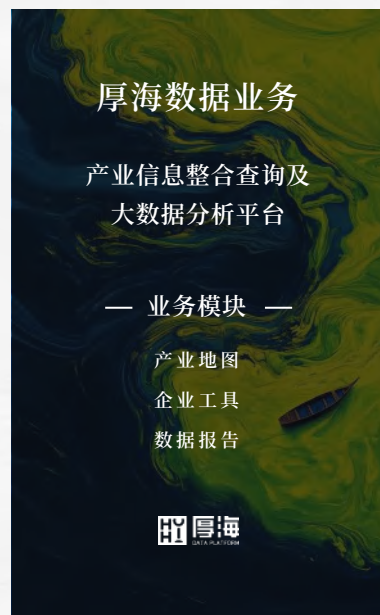
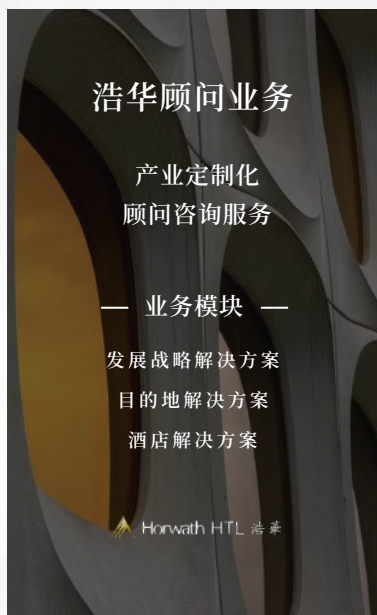
Horwath HTL 浩華

厚海

多维度及全生命周期专业解决方案



三大品牌及业务板块



浩华中国

www.horwathhtl-cn.com



厚海

www.hohidata.com



CHAT资讯

www.chatchina.com.cn



CHAT视频号



谢谢

浩华管理顾问公司

大中华区总部 · 北京

北京市东长安街1号东方广场E3 903-904

电话: 86(10)8518 1833

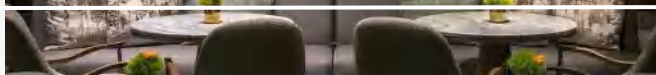
邮箱: beijing@horwathhtl.com

北京

上海

深圳

香港



 Horwath HTL 浩华

 厚海
DATA PLATFORM

CHAT