



总第 274 期

2-1

2026.2.28



目 录

业界动态	1
2026年1月中国酒店业发展报告	1
TOP200 Global Hotel Brands (Greater China) in January 2026	25
要闻精粹	35
行业要闻	35
春节小城游催热酒店房价	40
今年春节，酒店行业已经变天了	45
行家之音	51
三十余年行业实践：一名酒店人的实践观察与思考	51
走进全球酒店	60
成都将迎来又一大奢牌首秀，它是老钱最爱的宫殿酒店传奇	60



业界动态

2026年1月中国酒店业发展报告

来源：迈点研究院·刘倩·2026-02-06

1月，春节假期临近带动酒店预订升温，错峰出行、亲子游、微度假成主流。

一、市场动态总结

1、政策动态

2026年1月，多地精准施策，围绕产业升级与消费提振密集出台核心政策。南京聚焦投资扩容，以新质生产力政策推动基础设施 REITs 扩围，加速酒店、城市更新等项目落地；北京明确 2030 年高端酒店集群与连锁化率目标，并配套资金支持政策，促进住宿业高质量发展；上海针对服务业推出 28 条举措，从六大重点行业入手推动提质扩容与消费联动。

2026年1月政策盘点	
中央/省/市	主要内容
南京	<p>《关于加快培育新质生产力推动高质量发展的若干政策(2026年版)》</p> <p>提出推动项目投资扩容增效。把握基础设施 REITs 扩围机遇，加力做好酒店、城市更新、体育场馆、商业办公等领域项目储备申报，推动已申报项目早日获批发行。</p>
北京	<p>《北京市文化和旅游局等 10 部门关于促进住宿业高质量发展的若干措施》</p> <p>到 2030 年，在全市打造 10 个集聚国际国内知名酒店品牌的高端酒店集群，实现全市酒店连锁化率 60% 以上，培育星级旅游饭店、绿色旅游饭店、精品旅游饭店、主题酒店等高品质酒店 600 家以上，基本形成布局合理、类型多样、功能完善、特色鲜明的行业发展格局。</p> <p>《打造旅游住宿品牌重点项目支持政策》</p> <p>作为配套政策，以资金支持为核心，推出 10 项激励措施，围绕 7 个方面支持住宿企业发展。执行期 2 年，2027 年上半年首次项目征集。采用“就高不重复”原则给予支持。</p>
上海	<p>《促进服务业提质增效和消费提振扩容联动发展的若干措施》</p> <p>围绕金融、信息服务、交通运输、文体娱乐、生活服务、检验检测认证 6 个重点行业领域推出 28 条政策举措，从优化供给、扩大消费两端协同发力，推动服务业提质增效与消费提振扩容双向赋能、互促共进。在交通出行服务方面，支持航空公司与旅行社、酒店等合作，联手推出“民航+文旅”等航旅融合产品。</p>

资料来源：迈点网，迈点研究院整理



2、酒店发展动态

1) 开业

据迈点研究院不完全统计，2026年1月新开业酒店共计261家。其中国民经济型酒店有107家；中端酒店、国内中高端酒店分别有53、38家；国际中高端酒店和国内高端酒店各21家；国际高端和奢华酒店分别有18和3家开业。

此外，洲际酒店集团旗下品牌voco酒店与逸衡酒店在大中华区开业酒店数量分别达到30家与20家。1月，希尔顿欢朋也迎来了在中国第500家酒店——上海陆家嘴银鼎希尔顿欢朋酒店的正式开业。

2026年1月开业酒店项目一览		
品牌类型	酒店数量	主要项目名称
奢华酒店	3	腾冲温德姆至尊温泉酒店 重庆洲至奢选TFT酒店 洲至奢选成都棕榈泉酒店
国际高端酒店	18	郑州航空港希尔顿逸林酒店 voco酒店(成都高新店) 广西北海涠洲岛悦苑酒店
国内高端酒店	21	宁波湾铂骊酒店 衢州大花园景澜酒店 三清山君澜度假酒店
国际中高端酒店	21	茂名电白希尔顿惠庭酒店 上海陆家嘴银鼎希尔顿欢朋酒店 成都立格诺富特酒店
国内中高端酒店	38	万达美华酒店(淮安淮阴店) 深圳南山深圳湾·悦涧里 乔治莫兰迪酒店(济南泉城广场趵突泉店)
中端酒店	53	万达悦华酒店(南浔古镇店) 格盟酒店(苏州相城大道家具博览中心环球港店) 艺龙安悦酒店(南阳火车站新华广场店)
国民经济型酒店	107	如家酒店(北京国贸店) 汉庭酒店(深圳北站店) 锦江之星(北京东直门店)

资料来源：迈点网，迈点研究院不完全统计

2) 资产交易

据迈点研究院不完全统计，2026年1月，共有77家酒店拍卖，其中拍卖价格在亿元以上酒店28家，拍卖价格在5000万元-1亿元酒店11家，拍卖价格5000



万元以下38家，统计周期内共有8家酒店项目成交。此外，万通集团持有的香港北角春秧街112号M1酒店全幢以1.83亿港元易手，买家为本地投资者。

2026年1月酒店资产交易（亿元以上）一览

酒店名称	酒店地址	起拍价（亿元）
海棠湾稀缺地块+五星酒店	海南省 三亚市	28.5 亿元
四川世纪百合置业世纪百合一期 A区地上部分资产	四川省 成都市	5.64 亿元
铂翠湾世茂希尔顿酒店	湖南省 长沙市	4.83 亿元
泉岭名邸酒店	浙江省 温州市	4.54 亿元
武汉富力万达嘉华酒店	湖北省 武汉市	4.24 亿元
中南海景花园南区66栋 (G区酒店) 建筑物	海南省 文昌市	3.51 亿元
万达广场二期酒店	内蒙古自治区 呼和浩特市	3.42 亿元
龙门富力希尔顿度假酒店	广东省 惠州市	2.84 亿元
世茂成都茂御酒店	四川省 成都市	2.63 亿元
惠东富力希尔顿逸林度假酒店	广东省 惠州市	2.58 亿元
靖西环球大酒店	广西壮族自治区 百色市	2.51 亿元
珠水国际大酒店	山西省 运城市	2.5 亿元
天豪大酒店	贵州省 仁怀市	2.48 亿元
瑞昌市赛湖路西侧、杨林湖大街 北侧不动产	江西省 九江市	2.05 亿元
上饶信州滨江东路66号酒店2-1等共18处 不动产	江西省 上饶市	2.03 亿元
银星大酒店	新疆维吾尔自治区 乌鲁木齐市	1.9 亿元
江西世茂大饭店	江西省 九江市	1.74 亿元
南方明珠国际大酒店	广西壮族自治区 南宁市	1.72 亿元
邦辉大酒店	福建省 福州市	1.64 亿元
万达广场B区A座酒店	河北省 廊坊市	1.55 亿元
万建希尔顿酒店项目	湖南省 常德市	1.54 亿元
嘉利得大酒店及商业广场	福建省 厦门市	1.51 亿元
中央城大酒店	安徽省 芜湖市	1.48 亿元
中银酒店	内蒙古自治区 呼和浩特市	1.3 亿元



南华大酒店	湖南省 永州市	1.28 亿元
文悦酒店	湖北省 襄阳市	1.26 亿元
金鑫宾馆	浙江省 杭州市	1.15 亿元
银桦半岛酒店	四川省 内江市	1.02 亿元
香港北角春秧街 112 号 M1 酒店	香港	1.83 亿港元 (成交价)

资料来源：迈点网，迈点研究院不完全统计，数据截至 2026 年 2 月 3 日

3) 其他资产动态

2026 年 1 月，酒店行业资本动作频繁，业绩披露、股权变更、资产收购等同步推进。业绩端，金陵饭店预告 2025 年归母净利润同比增长 65.37%到 90.93%；资本端，华天酒店实控人变更为湖南省国资委，迎来国资背景赋能；招商信诺与利安人寿联合体完成对上海东锦江希尔顿逸林酒店的数亿元收购，广东承希科汇投资也以 6.5 亿元拿下深圳宝安京基华邑酒店 100%的股权，凸显资本对核心城市优质酒店资产的持续看好。此外，文华东方酒店集团完成资产出售并正式退市。

2026 年 1 月资本动态盘点

类型	酒店集团/酒店	主要内容
业绩公告	金陵饭店	1月22日，金陵饭店股份有限公司发布2025年度业绩预增公告。公告显示，公司预计2025年度归属于母公司所有者的净利润为5500万元到6350万元，同比增长65.37%到90.93%。业绩预增主要原因是上年子公司北京金陵饭店有限公司终止经营拉低业绩基数，以及轻资产酒店管理业务稳步增长。
	绿地控股	1月12日，绿地控股发布年度业绩预告，公布其酒店业务的相关运营数据。数据显示，截至2025年报告期末，公司旗下运营酒店客房总数为7176间。2025年全年，这些酒店的平均入住率为45.81%。同期，酒店业务共取得经营收入人民币87698.52万元。
股权变更	华天酒店	实控人拟变更为湖南省国有文化资产监督管理委员会。
资产收购	上海东锦江希尔顿逸林酒店	招商信诺与利安人寿联合体已完成对上海东锦江希尔顿逸林酒店的收购，交易金额达数亿元。
	深圳宝安京基华邑酒店	1月18日，由石油能源领域供应链企业控股的广东承希科汇投资控股有限公司，以6.5亿元收购深圳宝安京基华邑酒店



	店	100%股权。该酒店位于宝安大道4560号, 2024年7月开业。
退市	文华东方酒店集团	1月20日从新加坡交易所退市。文华东方称, 此次自愿退市是控股股东怡和集团通过全资子公司怡和策略对公司实施私有化。

资料来源: 迈点网, 迈点研究院整理

4) 企业动态

2026年1月, 雅高集团与歙州农文旅签约打造黄山美爵酒店, 填补当地高端五星空白, 以“在地化+国际化”模式探索国际品牌下沉文旅目的地的路径。新世界酒店与三顿半跨界合作, 将精品咖啡与在地文化符号融入迷你吧场景, 推动酒店从“卖空间”向“卖体验”升级。豪生酒店也签约落地绍兴柯桥。整体来看, 行业正从规模扩张转向价值深耕, 品牌通过差异化布局强化竞争壁垒。

2026年1月企业动态盘点		
类型	酒店集团	主要内容
战略合作	雅高集团	歙州农文旅发展集团有限公司与雅高集团正式签约, 携手打造黄山美爵酒店。作为歙县第一家五星级酒店, 黄山美爵酒店将填补当地高端五星酒店空白, 加快县域传统酒店行业转型升级。
	新世界酒店	近日, 隶属于瑰丽集团的新世界酒店与三顿半跨界合作。双方以新世界酒店品牌色“丹霞红”与“青荷绿”为灵感, 打造定制款超即溶咖啡。自2026年1月起, 全国新世界酒店客房迷你吧标配该咖啡, 宾客可免费品鉴。
	豪生酒店	近日, 杭绍临空示范区临空开发集团有限公司(柯桥区轨道交通集团有限公司)与上海豪生酒店管理有限公司正式签约。双方将携手打造一家集商务办公、文化体验、休闲旅居功能于一体的高品质酒店。

资料来源: 迈点网, 迈点研究院整理

3、酒店经营数据

1) 研报数据

1月21日, 仲量联行发布报告显示, 2025年深圳高端酒店市场呈现良好发展态势。数据显示, 当年深圳高端酒店平均房价同比增长5.3%, 达1078元; 出租率大幅提升5.9个百分点, 至82.0%。在房价与入住率的双重推动下, 每间可售房收入同比增长11.4%, 增至878元, 增长动力强劲。



2025年深圳市高端酒店市场经营数据

平均房价 (元)	平均房价同比	出租率	出租率同比	每间可售房收入	每间可售房收入同比
1078	5.3%	82.0%	5.9%	878	11.4%

数据来源：仲量联行，迈点研究院整理

2) OTA 数据报告

1月，多家OTA发布2026年春节酒店预订数据报告。数据显示，国内酒店预订量同比普遍翻倍，同程、携程等平台的热门目的地预订量增幅超160%。潮汕、闽南等下沉目的地增速领跑（汕头186%），揭阳、普洱、开封等地民宿预订量翻倍，亲子游、微度假成主流。

2026年1月OTA披露数据报告一览

OTA	动态
同程	1月27日，同程旅行发布《2026年春节旅行趋势报告》显示，2026年春节国内酒店预订热门城市TOP10依次是北京、广州、上海、三亚、重庆、西安、深圳、成都、哈尔滨、福州。截至1月27日，春节酒店预订热度较去年同期增长169%。
携程	近日，携程数据显示，国内春节假期酒店预订增速前十名均为南方城市，其中汕头以186%的预订量增幅位居首位，揭阳（162%）、潮州（135%）紧随其后。三亚（112%）、景洪（109%）、海口（98%）等传统避寒胜地保持大幅增长，福州、泉州、厦门等闽南城市的预订量涨幅也达到80%至90%。
飞猪	1月29日，飞猪数据显示，今年春节的节中出游趋势明显，节中入住的酒店预订量同比去年增长71%，大年初三为入住最高峰。此外，截至目前节中出行的机票预订量同比增长55%，租车预订量同比增长97%，包车游预订量同比增长111%。
途家	途家民宿数据显示，1月起民宿预订量显著走高，每周环比增速达到48%，独栋别墅预订量同比增长五成。揭阳、普洱、开封等地民宿预订量同比翻倍增长，超过三分之一游客选择“微度假”旅居放松身心，连住三天的订单同比增长35%。
去哪儿	截至1月14日，春节期间热门城市酒店预订量同比涨七成，亲子游占比超三成，主题乐园和博物馆门票预订最火，安徽黄山、江西景德镇等拥有特色民俗、非遗体验的宝藏小城，酒店预订翻番。值得一提的，封关后的海南将迎来更多游客，寒假至春节期间酒店预订量同比去年增超1.5倍。

数据来源：迈点网，迈点研究院整理

4、酒店人事动态

据迈点研究院不完全统计，2026年1月共有21位酒店高管履新，其中涉及



天津解放桥福朋喜来登酒店、上海锦江汤臣洲际大酒店、杭州中心四季酒店、徐州铜山诺富特酒店等。

2026年1月酒店人事任命一览		
姓名	酒店/集团	职位
冯小峰	美高梅中国	首席执行官
魏然 (Ms. Monica Wei)	天津解放桥福朋喜来登酒店	总经理
韩勇聪 (Mr. Andy Han)	天津解放桥福朋喜来登酒店	市场销售总监
修适 (Ms. Elena Xiu)	厦门朗豪酒店	人力资源总监
戴佳楷 (Mr. Tom Tai)	凤悦美诺（中国）	总裁
金俊 (Mr. Jerry Jin)	常州艾美酒店	总经理
任琰博 (Mr. Kevin Ren)	西安高新逸衡酒店	总经理
王广哲	石家庄赞皇维景酒店	总经理
杨松山	银川悦兰山维景酒店	总经理
张君贤	南宁荔园维景国际酒店	副总经理
官宏才 (Mr. Francis Kuah)	上海和平饭店	总经理
吴慧芝 (Ms. Daphne Ng)	杭州中心四季酒店	总经理
白民秀 (Mr. Matthieu Bertho)	上海静安瑞吉酒店	总经理
李金书	厦门国际会议中心诺富特酒店	总经理
曹晓丹 (Ms. Adela Cao)	常州艾美酒店	市场销售副总监
Mr. Paul Jackson	香港文华东方酒店	总经理及 区域运营副总裁
张喆 (Mr. Hansen Zhang)	西安丽思卡尔顿酒店	总经理
张文莉 (Ms. Carolyn Zhang)	上海锦江汤臣洲际大酒店	总经理
张丛笑 (Ms. Renee Zhang)	西安康得思酒店	总经理



唐曼毅 (Mr. Vincent Tang)	广州长隆万博商务区福朋喜来登酒店	总经理
常磊 (Mr. Eric Chang)	徐州铜山诺富特酒店	总经理

资料来源：酒店人，迈点研究院不完全统计

5、酒店产业链动态

2026年1月，酒店产业链发展以技术赋能与跨界协同为核心动向。钉钉、高德、支付宝联合推出“AI 差旅”，直连锦江、如家等酒店集团，提供实时比价、免垫资预订、无感报销等服务，优化企业客群的预订与结算链路；阿里千问APP新增AI订酒店功能，将酒店预订接入大模型生态，为C端用户提供更智能的预订入口。此外，TCL与索尼的硬件合资布局，也为酒店场景的影音设备升级埋下伏笔，整体推动产业链向数字化、智能化方向深度升级。

2026年1月酒店产业链动态一览		
类型	公司/机构	动态
战略合作	TCL	<p>TCL 拟控股索尼电视业务</p> <p>1月20日，索尼与TCL电子签署意向备忘录，TCL将控股索尼电视和音响业务。根据备忘录，双方拟设立合资公司，TCL持股51%，索尼持股49%，在全球开展电视机、家庭音响等产品一体化业务运营，产品将沿用“Sony”和“BRAVIA”品牌。</p>
	钉钉&高德 &支付宝	<p>钉钉、高德、支付宝联合发布“AI 差旅”</p> <p>1月20日，钉钉8.2.5版本上线由钉钉联合高德、支付宝打造的“AI 差旅”产品，500人以下中小企业可免费零门槛开通，无需垫资。服务覆盖机票、酒店、火车、用车四大场景，直连锦江、如家等酒店集团并实时AI比价锁定最低价；与高德共建“无感报销”用车，行程结束电子发票自动关联审批，支付宝企业码代付全程免垫付。</p>
技术升级	阿里巴巴	<p>阿里巴巴千问 App 支持 AI 订酒店</p> <p>1月15日，阿里巴巴召开千问 App 发布会。最新版千问 APP 已支持 AI 点外卖、订机票、订酒店等落地功能。据此前报道，阿里计划将地图、外卖、订票、办公、学习、购物、健康等各类生活场景接入千问。</p>



	京东	<h3>京东与宇树科技首家线下门店北京开业</h3> <p>近日，京东与宇树科技推出的首家线下门店在北京开业，该门店位于北京 CBD 核心商圈的京东 MALL 双井店，店内目前共有 4 款机器人在售，包括 19999 元起售的机器狗 Go2 Pro 以及 8.5 万元起售的人形机器人 G1。机器人在门店不仅能当“一日店长”，还能帮顾客做问答、制作咖啡、担任导购。</p>
--	-----------	--

资料来源：迈点网，迈点研究院不完全统计

二、榜单数据分析

2026年1月酒店细分榜单分析：

1、据迈点研究院统计，1月，中高端酒店品牌在市场关注度与价值认可方面表现突出，成为推动行业转型升级的重要力量。经济型酒店作为市场基本盘，凭借广泛覆盖与稳定需求，继续保持规模基础与用户粘性，为行业整体发展提供坚实支撑。

2、主题酒店方面，商务酒店占据基本盘，增长动能趋于平缓。以内容属性和体验深度为特征的酒店类型，市场表现尤为亮眼。整体来看，主题酒店市场正逐渐受到客户的“强需求驱动”，社交、艺术等强互动性的酒店品牌正成为穿越周期的关键力量。

3、区域酒店格局整体向稳，仅西北地区实现正向增长，其余六大区域均出现不同程度下滑。其他区域普遍微幅回调，与行业季节性波动特征相符，整体区域格局保持稳态。

1、酒店品牌类型分布

1) 酒店类型分布与品牌指数

1月各类型酒店品牌市场表现呈现明显分化，大众消费型品牌微有提升，高端及国际型品牌略有回调：中端酒店、国民经济型酒店指数均实现正向增长，其中国民经济型酒店增幅最为显著，达 0.15%，反映出大众消费型品牌在市场与规模仍处于主力地位。而奢华酒店、国际高端酒店、国内高端酒店、国内中高端酒店、国际中高端酒店及精品民宿指数均出现不同程度下滑，其中奢华酒店降幅相对突出（-6.26%），国际高端酒店下降 1.98%，国内外高端酒店品牌短期面临一定市场压力。



数据来源：迈点研究院

2) 酒店类型细分榜单

TOP10 指数均值情况：奢华酒店（279.67）、国际高端酒店（375.77）、国内高端酒店（315.51）、国际中高端酒店（389.95）、国内中高端酒店（414.26）、中端酒店（530.73）、国民经济型酒店（490.13）、精品民宿（195.50）。

2026年1月各类型酒店品牌指数榜单 (TOP10)					
奢华酒店			国际高端酒店		
排名	品牌名称	MBI	排名	品牌名称	MBI
1	洲际酒店	454.12	1	假日酒店	509.56
2	香格里拉酒店	315.53	2	希尔顿酒店	456.24
3	万达瑞华酒店	287.08	3	皇冠假日酒店	455.69
4	四季酒店	272.78	4	希尔顿逸林酒店	358.94
5	雅阁璞邸酒店	267.59	5	万豪酒店	358.16
6	索菲特酒店	252.56	6	喜来登酒店	349.43
7	丽思卡尔顿酒店	243.90	7	凯悦酒店	325.44
8	英迪格酒店	235.76	8	豪生酒店	325.35
9	费尔蒙酒店	235.52	9	铂尔曼酒店	312.05
10	JW 万豪酒店	231.90	10	雅阁酒店	306.82
国内高端酒店			国际中高端酒店		
排名	品牌名称	MBI 值	排名	品牌名称	MBI 值
1	锦江酒店	377.20	1	希尔顿欢朋酒店	560.09



2	开元名都酒店	352.98	2	智选假日酒店	514.46
3	万达嘉华酒店	350.97	3	美居酒店	397.16
4	丽呈酒店	340.36	4	希尔顿花园酒店	395.39
5	万达文华酒店	316.00	5	希尔顿惠庭酒店	393.62
6	万达颐华酒店	306.10	6	福朋喜来登酒店	383.11
7	万达锦华酒店	302.36	7	城际酒店	327.90
8	金陵连锁酒店	275.79	8	诺富特酒店	314.16
9	建国饭店	267.19	9	万怡酒店	312.05
10	君澜度假酒店	266.17	10	戴斯温德姆酒店	301.57

国内中高端酒店			中端酒店		
排名	品牌名称	MBI	排名	品牌名称	MBI
1	亚朵酒店	582.51	1	宜尚酒店	606.97
2	美豪丽致酒店	503.09	2	柏曼酒店	571.49
3	维也纳国际酒店	499.89	3	全季酒店	541.37
4	桔子水晶酒店	473.85	4	桔子酒店	534.83
5	格林东方酒店	381.91	5	格林豪泰酒店	524.39
6	开元名庭酒店	366.65	6	麗枫酒店	522.64
7	万达美华酒店	359.01	7	如家精选酒店	511.03
8	锦江都城酒店	337.05	8	如家商旅酒店	501.80
9	美仑酒店	323.46	9	维也纳酒店	498.43
10	漫心酒店	315.15	10	喆啡酒店	494.30

国民经济型酒店			精品民宿		
排名	品牌名称	MBI	排名	品牌名称	MBI
1	如家酒店	596.91	1	花筑民宿	380.64
2	汉庭酒店	539.72	2	云上四季民宿	205.42
3	城市便捷酒店	503.77	3	丽呈别院	192.77
4	尚客优酒店	484.94	4	久栖度假连锁	176.08
5	海友酒店	479.68	5	古北水镇酒店	170.57
6	7天酒店	477.84	6	地球村民宿	168.26
7	锦江之星	474.67	7	花美时酒店	167.99
8	白玉兰酒店	458.35	8	仟那美宿酒店	165.96
9	速8酒店	451.85	9	背包十年青年旅舍	165.73
10	你好酒店	433.56	10	横店影视城酒店	161.58

数据来源：迈点研究院

2、酒店品牌主题分布

1) 酒店主题分布与品牌指数



1月，品牌指数方面，特色酒店品牌增长明显。艺术酒店以6.06%的环比增幅成为最大亮点，反映出市场对情感联结与文化体验的强烈需求；社交酒店、电竞酒店保持正向增长，分别上涨0.63%、0.41%，彰显特色体验型酒店的市场韧性。与此同时，多数主题品牌指数呈现不同程度下滑，其中轻奢酒店、潮牌酒店、生活方式酒店降幅相对明显。整体来看，市场仍在细分赛道中探索增长动能，社交属性、艺术属性等强互动型主题表现亮眼，而传统商务及部分体验型主题则面临调整压力。



数据来源：迈点研究院

2) 酒店主题细分榜单

TOP10 指数均值情况：商务酒店（547.75）、度假酒店（256.60）、生活方式酒店（383.22）。

TOP3 指数均值情况：潮牌酒店（262.19）、个性化酒店（438.29）、设计师酒店（256.40）、养生酒店（196.07）、电竞酒店（294.36）、社交酒店（376.77）、文化酒店（447.69）、电影酒店（185.71）、美学酒店（243.78）、轻奢酒店（209.70）、情侣酒店（156.27）、艺术酒店（240.64）。



2026年1月各主题酒店品牌指数榜单 (TOP10)

商务酒店			度假酒店		
排名	品牌名称	MBI值	排名	品牌名称	MBI值
1	宜尚酒店	606.97	1	花筑民宿	380.64
2	如家酒店	596.91	2	途客酒店	287.71
3	柏曼酒店	571.49	3	雅阁度假酒店	277.80
4	希尔顿欢朋酒店	560.09	4	君澜度假酒店	266.17
5	全季酒店	541.37	5	花筑奢	243.44
6	汉庭酒店	539.72	6	Club Med	234.56
7	桔子酒店	534.83	7	花间堂	225.18
8	格林豪泰酒店	524.39	8	亚特兰蒂斯酒店	224.34
9	如家商旅酒店	501.80	9	长隆酒店	213.90
10	维也纳国际酒店	499.89	10	悦榕庄	212.24

生活方式酒店		
排名	品牌名称	MBI值
1	美豪丽致酒店	503.09
2	喆啡酒店	494.30
3	白玉兰酒店	458.35
4	凯里亚德酒店	394.82
5	万达美华酒店	359.01
6	轻居酒店	352.70
7	宜必思酒店	331.30
8	万达悦华酒店	317.39
9	漫心酒店	315.15
10	万达颐华酒店	306.10

潮牌酒店			个性化酒店		
排名	品牌名称	MBI值	排名	品牌名称	MBI值
1	易佰酒店	309.60	1	速8酒店	451.85
2	朵兰达酒店	241.21	2	希岸酒店	442.63
3	英迪格酒店	235.76	3	贝壳酒店	420.40

设计师酒店			养生酒店		
排名	品牌名称	MBI值	排名	品牌名称	MBI值
1	丽怡酒店	310.09	1	雅致酒店	238.38



2	逸柏国际酒店	231.87	2	六善酒店	182.15
3	宜必思尚品酒店	227.23	3	天沐温泉酒店	167.69
电竞酒店			社交酒店		
排名	品牌名称	MBI值	排名	品牌名称	MBI值
1	网鱼电竞酒店	364.78	1	如家精选酒店	511.03
2	爱电竞酒店	295.08	2	IU 酒店	393.61
3	惟凯电竞酒店	223.21	3	途客都市酒店	225.67
文化酒店			艺术酒店		
排名	品牌名称	MBI值	排名	品牌名称	MBI值
1	亚朵酒店	582.51	1	和颐至尚酒店	278.75
2	尚客优品酒店	393.90	2	兰欧酒店	245.58
3	开元名庭酒店	366.65	3	柏悦酒店	197.60
电影酒店			美学酒店		
排名	品牌名称	MBI值	排名	品牌名称	MBI值
1	巨片电影酒店	231.31	1	雅阁璞邸酒店	267.59
2	有戏电影酒店	164.18	2	锐思特逸致酒店	244.69
3	只有·剧场酒店	161.65	3	璞隐酒店	219.06
轻奢酒店			情侣酒店		
排名	品牌名称	MBI值	排名	品牌名称	MBI值
1	艺龙酒店	298.12	1	菲酒店	171.60
2	中濠酒店	167.20	2	酷6酒店	151.02
3	漫鹿CC酒店	163.79	3	四季柔光酒店	146.18

数据来源：迈点研究院

3、酒店品牌区域分布

1) 酒店区域分布与品牌指数

1月酒店品牌区域分化特征明显，品牌指数环比表现中，仅西北地区实现正向增长(+0.22%)，其余六大区域均出现不同程度的环比下滑，其中华北地区降幅最为显著(-0.44%)，东北地区降幅次之(-0.40%)；华中地区环比下降0.28%，华南地区环比微降0.27%，西南地区环比下降0.22%，华东地区环比下降0.21%。整体而言，酒店区域品牌指数虽多数回调，但是整体回调幅度相对温和，区域市场格局未发生明显变化。



数据来源：迈点研究院

2) 酒店区域细分榜单

TOP10 指数均值情况：华东地区（206.85）、华南地区（193.11）、华中地区（216.76）、华北地区（173.76）、西南地区（177.01）、西北地区（166.36）、东北地区（162.46）。

2026年1月各区域酒店品牌指数榜单 (TOP10)					
华东地区			华南地区		
排名	品牌名称	MBI值	排名	品牌名称	MBI值
1	乔治莫兰迪酒店	259.55	1	长隆酒店	213.90
2	银座佳驿酒店	238.18	2	白天鹅酒店	198.81
3	清沐酒店	207.90	3	宜致酒店	198.17
4	佰翔酒店	205.25	4	红树林度假世界	196.09
5	城市之家酒店	198.81	5	帝港酒店	194.25
6	悦华酒店	197.71	6	优程酒店	189.96
7	清沐精选酒店	194.65	7	海逸酒店	189.19
8	美宿酒店	190.21	8	域酒店	184.41
9	万斯酒店	188.27	9	柏高酒店	183.18
10	唯庭酒店	188.01	10	岭南花园酒店	183.13
华中地区			华北地区		
排名	品牌名称	MBI值	排名	品牌名称	MBI值



1	莫林酒店	288.67	1	朗丽兹酒店	205.92
2	朵兰达酒店	241.21	2	者行孙青年酒店	178.97
3	廷泊酒店	226.66	3	时光漫步酒店	172.08
4	丽橙酒店	224.15	4	锦颐优选酒店	171.69
5	欢漫酒店	219.71	5	玉渊潭酒店	171.14
6	仟那酒店	219.14	6	古北水镇酒店	170.57
7	欢致酒店	190.73	7	国宾友谊酒店	170.36
8	华天大酒店	188.49	8	云臻酒店	166.53
9	悦致酒店	185.20	9	悦为智酒店	165.31
10	态酒店	183.61	10	懿庭臻舍酒店	164.99

西南地区			西北地区		
------	--	--	------	--	--

排名	品牌名称	MBI 值	排名	品牌名称	MBI 值
1	四川锦江宾馆	187.92	1	万澳酒店	171.29
2	S FEEL 设计师酒店	183.86	2	天缘酒店	169.80
3	城市名人酒店	182.63	3	坤逸酒店	169.50
4	阿富尔智慧酒店	176.99	4	加雅酒店	167.35
5	贵州酒店管理集团	176.27	5	哇雅酒店	167.00
6	岷山饭店	174.73	6	雅夫酒店	166.56
7	漫州国际酒店	173.96	7	加利利酒店	164.54
8	中维酒店	173.83	8	艾豪森酒店	164.19
9	来住星辰酒店	170.00	9	AI 住未来酒店	161.79
10	四川机场集团空港酒店	169.86	10	陕西南方酒店	161.53

东北地区		
------	--	--

排名	品牌名称	MBI 值
1	大公馆 1903 酒店	167.77
2	大洋君逸酒店	167.51
3	宜客宜家酒店	167.10
4	和润酒店	166.60
5	豪澤酒店	166.17
6	御枫酒店	163.83
7	君沃酒店	158.87
8	亚泰饭店	155.98
9	锦州王府酒店	155.63
10	艾居连锁酒店	155.10



备注：华东地区包括上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省和台湾省；华南地区包含广东省、广西壮族自治区、海南省、香港特别行政区和澳门特别行政区；华北地区包括北京市、天津市、河北省、山西省和内蒙古自治区；华中地区包括河南省、湖北省和湖南省；西南地区包括重庆市、四川省、贵州省、云南省和西藏自治区；西北地区包括新疆维吾尔自治区、青海省、陕西省、宁夏回族自治区和甘肃省；东北地区包括黑龙江省、吉林省和辽宁省。

数据来源：迈点研究院

三、榜单维度分析

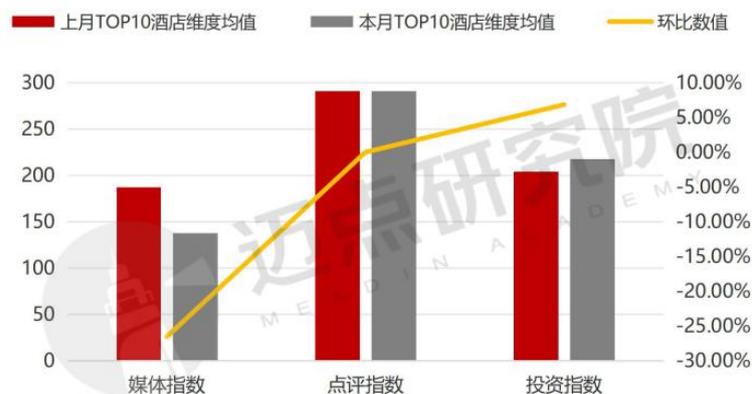
根据迈点研究院的最新数据，1月，投资指数涨幅达22.22%。其中汉庭酒店和如家酒店涨幅最高，反映出投资者对头部经济型酒店品牌持续保持信心，其稳健的扩张策略与可持续的盈利模式备受关注。

1、媒体指数 TOP10 环比数据：洲际酒店（-15.09%）、锦江酒店（-23.68%）、希尔顿酒店（-3.75%）、万达颐华酒店（-25.55%）、万达美华酒店（-29.53%）、万达悦华酒店（-28.57%）、万达文华酒店（-23.34%）、万达嘉华酒店（-20.30%）、万达锦华酒店（-12.81%）、万达瑞华酒店（-9.63%）。

2、点评指数 TOP10 环比数据：希尔顿欢朋酒店(+0.12%)、麗枫酒店(+0.03%)、亚朵酒店（-0.27%）、维也纳国际酒店（-0.12%）、喆啡酒店（+0.05%）、希岸酒店（+0.16%）、如家精选酒店（+0.41%）、智选假日酒店（-0.03%）、桔子酒店（-0.14%）、维也纳酒店（+0.17%）。

3、投资指数 TOP10 环比数据：全季酒店（+0.00%）、汉庭酒店（+22.22%）、亚朵酒店（+0.00%）、麗枫酒店（-95.40%）、桔子酒店（+0.13%）、如家酒店（+22.22%）、城市便捷酒店（+21.75%）、如家精选酒店（-91.01%）、如家商旅酒店（-85.90%）、尚客优酒店（+15.25%）。

2026年1月TOP10酒店维度均值



数据来源：迈点研究院



四、榜单数据说明

“2026年1月中国酒店业发展报告”数据来源于迈点品牌指数 MBI，根据1月迈点 MBI 八大旅游住宿业品牌类目中的 2076 个品牌数据汇总统计而成。具体说明如下：

1. 迈点品牌指数 MBI（旅游住宿业品牌部分）说明

迈点品牌指数 MBI（旅游住宿品牌部分）主要从媒体指数、点评指数、投资指数等 3 个维度来分析品牌在互联网和移动互联网的传播力。这是迈点研究院自主开发的“迈点品牌指数监测系统” Meadin Brand Index Monitoring System (MBIMS) 提供的一项免费数据分析服务。

计算公式： $MBI=a*MI+b*CI+c*II$

注：MBI，指某品牌的迈点品牌指数 MBI 数据；a、b、c，指系统中的加权系数；MI(Media Index)，指媒体指数；CI(Comment Index)，指点评指数；II(Investment Index)，指投资指数。注意：企业或个人可参照品牌指数数据对品牌发展进行监测和预测，但迈点品牌指数 MBI 不能与其品牌发展完全等同。

(1) 媒体指数 (MI)：一段时期内，主流媒体、大众媒体、行业媒体和自媒体报道中与品牌关键词相关的正面新闻数量，具体渠道包括人民日报、新华社、央视网、百度资讯、今日头条、腾讯、新浪、网易、搜狐、凤凰、迈点、中国旅游报、微信、微博、抖音、快手、小红书、视频号等。

(2) 点评指数 (CI)：一段时期内，用户对于该品牌下门店在各大 OTA 网站的点评累计情况，具体渠道包括携程、去哪儿、途家民宿、美团、大众点评、同程、艺龙、飞猪、小猪、途牛、马蜂窝、木鸟民宿等。

(3) 投资指数 (II)：一段时期内，该品牌在大中华区市场的门店加盟与开发情况，具体要素包括累计开业情况、新增开业情况、累计签约情况、新增签约情况、城市覆盖密度、投资业主关注等。

2. 统计时间：2026年1月1日 - 1月31日

3. 监测范围：奢华酒店、国际高端酒店、国内高端酒店、国际中高端酒店、国内中高端酒店、中端酒店、国民经济型酒店、精品民宿等八大类目的 2076 个市场主流旅游住宿业品牌。

基于百人团队的全时监测、超千种维度的数据抓取、5 轮层层精校与自我审



核，迈点品牌指数 MBI 最终得以化繁为简，将繁杂的数据表象精炼为客观指数并加以呈现。历经 11 年有余的数据积淀与深耕，迈点品牌指数 MBI 也日益成为洞察行业品牌发展变化的风向标。

关于迈点研究院

迈点研究院成立于 2009 年，是聚焦文旅与地产研究咨询的大数据中心。

迈点研究院长期致力于文旅和地产大数据分析平台建设，用“数据生产力”改变认知、提升企业效能，为寻求进入与扩大文旅与地产业务的企业与公共机构，提供基于数据+服务的多元化大数据解决方案。化“数”为“据”，辅助企业制定重大决策，识别投资风险。

迈点研究院率先深入文旅与地产相关品牌资产研究，将无形的品牌资产通过有形的数据维度呈现，创新开发了品牌动态数据监测系统 MBI (迈点品牌指数)、MCI (迈点竞争力指数)、MVI (迈点短视频传播力指数)，被誉为“行业福布斯”榜单，并以此为依据，为需要科学规划项目资源配置的客户，提供战略、运营、组织的咨询服务，提高项目空间资产价值，提升项目运营定价权与收益，稳健财务增长；同时，迈点研究院积极参与公共政策咨询和公共事业建设，是国内聚焦文旅与地产领域战略、运营、组织以及兼并购方面的专业咨询机构。

2009 年 07 月 15 日，迈点研究院首份报告对外发布；

2011 年 11 月 01 日，迈点品牌指数 MBI 正式上线；

2013 年 11 月 27 日，首份年度酒店品牌白皮书发布；

2014 年 12 月 01 日，迈点竞争力指数 MCI 重磅上线；

2015 年 07 月 01 日，文旅产业链品牌价值评估系统发布；

2016 年 02 月 01 日，住房租赁、物业、商办品牌价值评估模型亮相；

2016 年 11 月 20 日，携手 TalkingData 打造产业大数据运营平台；

2016 年 11 月 21 日，携手人民在线打造消费舆情大数据平台；

2018 年 07 月 26 日，携手品牌中国战略规划院打造品牌生态系统；

2018 年 11 月 01 日，景区、文旅集团品牌评估模型亮相；

2019 年 01 月 11 日，住房租赁品牌蓝皮书入围“2018 年版皮书综合评价 TOP100”；

2020 年 07 月 15 日，酒店行业首本品牌蓝皮书社会科学文献出版社出版发行；



《酒旅资讯专刊》2026年2月刊 总第274期

2022年02月14日，迈点短视频传播力指数 MVI 重磅上线；

2022年07月03日，餐饮业品牌评估系统发布。

2024年06月27日，县域文旅融合榜单正式发布。

经过十余年的互联网大数据沉淀，迈点研究院建立了完整的文旅和地产大数据平台库，涵盖投资开发、品牌建设、运营管理、客群营销等多个版块；覆盖超6000家旅游住宿品牌、900000家城市单体酒店、50000家餐饮品牌、100000家景区乐园品牌、1000家文旅集团品牌、2000家住房租赁品牌、2000家商业办公品牌、1000家物业品牌以及30000家上下游产业链服务商品品牌等……



TOP200 Global Hotel Brands (Greater China) in January 2026

来源：迈点研究院·邓瑶瑶·2026-02-25

The latest "Top 200 Global Hotel Brands (Greater China) Ranking for January 2026" from Meadin Research Institute shows that the market leadership brand landscape remains relatively stable. Hampton by Hilton, Holiday Inn Express, Holiday Inn, Hilton Hotels & Resorts, Crowne Plaza, InterContinental, Super 8, Mercure, Hilton Garden Inn, and Kyriad secured the top ten positions on the list.

从The latest "Top 200 Global Hotel Brands (Greater China) Ranking for January 2026" from Meadin Research Institute shows that the market leadership brand landscape remains relatively stable. Hampton by Hilton, Holiday Inn Express, Holiday Inn, Hilton Hotels & Resorts, Crowne Plaza, InterContinental, Super 8, Mercure, Hilton Garden Inn, and Kyriad secured the top ten positions on the list.

Key Data Interpretation:

January saw significant adjustments in the hotel brand index (MBI) pattern, with intensified competition among leading brands. Among the top ten, Hampton by Hilton claimed the top spot with an MBI value of 560.09, a month-over-month increase of 3.46%. Holiday Inn Express (514.46) ranked second, with a slight MoM increase of 0.39%. Holiday Inn (509.56) dropped to third place from last month's top position, decreasing by 9.01% MoM. Notably, Home2 Suites by Hilton performed exceptionally well this month, with its index surging by 24.11% MoM to 393.62, propelling its ranking from 26th to 11th. DoubleTree by Hilton (358.94) also showed



strong upward momentum with an 18.43% MoM increase. In contrast, Hyatt Regency (325.44) decreased by 20.30% MoM, and Sheraton (349.43) fell by 16.74% MoM, further intensifying the trend of divergence among leading brands. From a group perspective, Hilton performed particularly strongly this month, with multiple brands including Hampton by Hilton, Hilton Hotels & Resorts, Hilton Garden Inn, Home2 Suites by Hilton, and DoubleTree by Hilton experiencing simultaneous growth, forming a significant brand portfolio synergy.

Analysis at the Group Level:

Number of Brands on the List by Group:

In terms of the number of affiliated brands on the list, Marriott International ranked first with 24 listed brands, followed by Wyndham Hotels & Resorts (18 brands) and Accor (15 brands) in second and third places respectively. InterContinental Hotels Group tied for fourth place with Hyatt Hotels Corporation, each having 12 brands on the list. Hilton Worldwide Holdings Inc. ranked sixth with 11 brands. Jinjiang Radisson Hotels, Banyan Tree Hotels & Resorts, Sarovar Hotels & Resorts, and Langham Hospitality Group each had 5 brands on the list, tying for eighth place. Notably, Jinjiang Radisson, the brand matrix formed after Jinjiang International's integration with Radisson, had 5 brands on the list this month, reflecting the trend of domestic hotel groups accelerating international expansion through integration and mergers.

Focus on Key Group Developments:

Hilton performed remarkably well this month. Hampton by Hilton topped the chart with an MBI of 560.09, growing 3.46% MoM. The brand continued to leverage its strengths in the Review Index and Investment Index dimensions, maintaining strong competitiveness among business and leisure guests through stable user experience and high cost-performance positioning. Concurrently, Hilton Garden Inn (+3.56% MoM), Home2 Suites



by Hilton (+24.11% MoM), and DoubleTree by Hilton (+18.43% MoM) all achieved dual jumps in index and ranking. This demonstrates the significant strategic effectiveness of the group in multi-brand synergy, regional penetration, and member system interoperability. Hilton is forming a competitive group-wide advantage through a differentiated brand matrix covering segments from luxury to upper-mid-scale and from business to extended-stay markets.

Changes in Group Brand Index

In January, most hotel groups achieved stable brand index performance through operational optimization and member system cultivation. IHG's core brands maintained stable positions in the top tier. Accor's Pullman Hotels showed significant results from product renovation, while Louvre Hotels Group's Kyriad entered the top ten for the first time, demonstrating the positive effects of differentiated operations. Meanwhile, some traditional international luxury groups faced noticeable pressure. Although Marriott International led in the number of listed brands, core brands like Sheraton and Marriott generally experienced index declines. Hyatt also saw a significant retreat, reflecting adaptability challenges for traditional luxury brands amidst changing market demand structures.

Notable Cases of Significant Month-on-Month Ranking Improvement:

Crowne Plaza: Stabilizing business fundamentals. This month's index value was 455.69, a slight MoM increase of 0.04%, with its ranking recovering from 7th to 5th. By strengthening corporate travel agreement partnerships with large and medium-sized enterprises and optimizing its conference service system, the brand effectively defended its core customer base during a period of contracting business travel demand.

Pullman Hotels & Resorts: Product renovation driving value recovery. This month's index value was 312.05, a significant MoM increase of 12.14%,



leading to a substantial ranking improvement. The brand successfully attracted returning upper-mid-scale business travelers by launching a “Wellbeing by Pullman” program, upgrading in-room digital experiences, and enhancing dining social scenes.

Courtyard by Marriott: Deep regional cultivation is yielding results. This month’s index value was 312.05, a MoM increase of 9.65%, with a simultaneous rise in ranking. By focusing on high-potential second and third-tier cities and implementing operational strategies deeply integrated with local business travel needs, the brand achieved a differentiated breakthrough against the backdrop of overall pressure on Marriott International.

Key Market Trend Insights:

Seasonal Demand Driving Market Rotation: In January, the New Year holiday and pre-Chunyun (Spring Festival travel season) demand release, driven by three major customer groups - “ice and snow tourism,” “hot spring vacations,” and “Chunyun home returns” - collectively boosted market growth. Brands with a strong presence in ice/snow and hot spring destinations achieved steady index growth by leveraging seasonal themed products. Conversely, traditional luxury brands primarily relying on business meetings generally faced index corrections due to scaled-back corporate year-end events and advanced business travel scheduling.

Upper-Midscale Select Service Segment Heating Up: Brands like IntercityHotel, Courtyard, and Kyriad showed significant growth. Their common characteristics include product standardization, clear return on investment cycles, and high property compatibility. IntercityHotel achieved consecutive growth through its membership system, Courtyard broke through against the trend with its presence in second and third-tier cities, and Kyriad established customer recognition through a youthful positioning. As investment currently returns to a returns-oriented focus,



brands with “light investment, fast turnover, stable operation” characteristics are more favored by capital.

User Reputation Becomes Core Driver of Brand Value: Real user reviews and experience sharing have evolved from references to essential components of brand equity, driving a two-way empowerment of consumer decisions and investment attention. In the midscale and economy segments, accumulated reputation is becoming a key support for a brand’s ability to withstand market cycles.

RANK	BRAND NAME	MBI INDEX
1	Hampton by Hilton	560.09
2	Holiday Inn Express	514.46
3	Holiday Inn	509.56
4	Hilton Hotels & Resorts	456.24
5	Crowne Plaza	455.69
6	InterContinental	454.12
7	Super 8	451.85
8	Mercure	397.16
9	Hilton Garden Inn	395.39
10	Kyriad	394.82
11	Home2 Suites by Hilton	393.62
12	Four Points by Sheraton	383.11
13	OYO Hotels	369.05
14	DoubleTree by Hilton	358.94
15	Marriott Hotels	358.16
16	Sheraton	349.43
17	Ibis	331.30
18	IntercityHotel	327.90
19	Hyatt Regency	325.44
20	Howard Johnson	325.35
21	Shangri-La	315.53
22	Novotel	314.16
23	Pullman	312.05
24	Courtyard by Marriott	312.05
25	Country Inn & Suites	310.09
26	Argyle Hotel	306.82
27	VOCO Hotels	306.01
28	Days Inn by Wyndham	301.57
29	Wyndham Hotels	292.78
30	Fairfield by Marriott	288.91
31	Ramada	282.40



32	Auston Hotel	278.83
33	Argyle Resort	277.80
34	Four Seasons	272.78
35	Renaissance Hotels	272.72
36	Argille Pod Hotel	267.59
37	Sofitel	252.56
38	The Westin	250.69
39	The Ritz-Carlton	243.90
40	Wyndham Garden	240.42
41	Hotel Indigo	235.76
42	Fairmont	235.52
43	Club Med	234.56
44	JW Marriott	231.90
45	Campanile	230.90
46	Mandarin Oriental	229.00
47	Park Inn by Radisson	228.16
48	Ibis Styles	227.23
49	Andaz	226.57
50	UrCove by Hyatt	225.25
51	Atlantis	224.34
52	Rosewood Hotels	223.63
53	Grand Mercure	222.40
54	Waldorf Astoria	221.24
55	Kempinski	220.82
56	The St. Regis	213.55
57	Banyan Tree	212.24
58	Grand Hyatt	209.24
59	Ramada Plaza	208.96
60	Wyndham Grand	208.56
61	Curio Collection by Hilton	208.47
62	Wyndham Grand Plaza Royale	202.97
63	Langham	202.62
64	Radisson RED	201.67
65	Hyatt Place	200.88
66	Days Inn by Wyndham	200.24
67	Radisson Blu	199.37
68	Ramada Encore	199.26
69	Le Méridien	198.55
70	EVEN Hotels	197.95
71	Park Hyatt	197.60
72	New World Hotels	196.69
73	Conrad Hotels	196.06
74	Hotel Indigo Reserve	195.05
75	Canopy by Hilton	193.06



76	Raffles Hotels & Resorts	191.12
77	Element by Westin	188.68
78	Niccolo Hotels	188.53
79	Dhawa	186.81
80	MGM Cotai	186.63
81	Moxy Hotels	185.71
82	MGM Grand	185.62
83	Preferred Hotels & Resorts	185.40
84	W Hotels	185.05
85	Microtel by Wyndham	184.60
86	EDITION Hotels	183.81
87	Swissôtel	183.63
88	The Luxury Collection	183.16
89	Cordis Hotels	182.85
90	Hotel Nikko	182.61
91	The Unbound Collection by Hyatt	182.46
92	Six Senses	182.15
93	Super 8 Plus	180.69
94	Regent Hotels	179.59
95	Disney Hotels	179.11
96	Tribute Portfolio	178.93
97	Radisson Collection	178.86
98	Golden Tulip	178.30
99	Hawthorn Suites by Wyndham	178.00
100	Wingate by Wyndham	177.04
101	Steigenberger	176.15
102	1 Hotels	176.14
103	Dorsett Hotels	175.24
104	Millennium Hotels and Resorts	174.52
105	JEN by Shangri-La	173.54
106	Meliá Hotels	173.32
107	Marco Polo Hotels	172.92
108	Pan Pacific Hotels	171.97
109	Meilun Hotel	171.90
110	Yifeng Hotel	171.62
111	Kerry Hotels	169.60
112	Kimpton Hotels	168.92
113	Radisson Collection	168.20
114	Novotel Hanaka	167.64
115	Angsana Resorts & Spas	167.44
116	Bulgari Hotels	166.76
117	Park Inn by Radisson	166.37
118	Eastin Hotels	166.33
119	The Peninsula	166.22
120	Gran Meliá Hotels	165.74



121	Holiday Villa Hotels & Resorts	165.73
122	The PuLi Hotel and Spa	165.71
123	Spark by Hilton	165.35
124	MGM Cotai	164.99
125	Mövenpick Hotels & Resorts	164.57
126	Hyatt Centric Studios	164.48
127	Bellagio	163.88
128	Jumeirah Hotels & Resorts	163.47
129	Eaton Hotels	163.20
130	Aloft Hotels	163.04
131	Hard Rock Hotels	162.95
132	Swiss-Belhotel International	162.72
133	Silka Hotels	162.53
134	Langham Place	162.46
135	Dusit Thani	162.46
136	Marco Polo Hotels	162.37
137	Sukhothai Hotels	162.12
138	Anantara Resorts & Spas	162.09
139	Tonino Lamborghini Hotels & Resorts	161.98
140	Atwell Suites	161.94
141	M Social Hotels	161.91
142	GLP Hotel	161.69
143	Pentahotel	161.47
144	Autograph Collection Hotels	160.94
145	Conrad Hotels	160.75
146	MGallery by Sofitel	160.70
147	East Hotel	160.39
148	New Peach Garden Hotel	159.97
149	MUJI Hotel	159.82
150	The Manor Hotel	159.32
151	The Wellesley, a Luxury Collection Hotel	158.83
152	Alila Hotels & Resorts	158.60
153	Mondrian Hotels	158.45
154	Motto by Hilton	158.33
155	Grand Park City Hall	158.21
156	Delta Hotels by Marriott	158.20
157	The Carlton Hotel	158.11
158	Okura Hotels	158.10
159	Dhawa	157.73
160	Comfort Inn	157.67
161	Hoshino Resorts	157.57
162	Tonino Lamborghini ROSSO	156.68
163	Manhattan Hotels	156.40
164	La Quinta by Wyndham	155.85



165	Steigenberger Grand	155.76
166	Dusit Thara	155.74
167	Hyatt Place	155.64
168	The Longemont	155.37
169	Parkview Hotel by Yanlord	155.30
170	Best Western Hotels & Resorts	155.25
171	Kyriad Prestige	155.14
172	Upper House	155.07
173	Dorsett Collection	155.04
174	Parkson Plaza Joy Hotel	154.31
175	Aqueen Hotels	154.16
176	AC Hotels by Marriott	153.61
177	Sofitel Legend	153.03
178	Hometel	152.51
179	Amber Hotels	152.43
180	Capella Hotels & Resorts	152.38
181	Maritim Hotels	152.28
182	Aman Resorts	152.12
183	St. Regis	151.82
184	TUI Blue Hotels	151.71
185	Hyatt Select	151.70
186	Maritim Hotels	151.48
187	Prince Hotel	150.85
188	Traders Hotels	150.83
189	Barceló Hotels & Resorts	150.18
190	Howard Johnson Plaza	150.15
191	JO&JOE Hotel	150.05
192	Centara Hotels & Resorts	149.74
193	Tivoli Hotels & Resorts	149.13
194	Villea Hotels	149.10
195	Super8 International Hotel	149.02
196	Mosaic Collection	148.68
197	Royal Tulip Hotel	148.03
198	The Quay Hotel & Spa	147.54
199	Design Hotels	146.56
200	Kayumanis	146.00

Source from:MEADIN ACADEMY

MEADIN Brand Index(MBI) – Brand Value Inquiring Platform

MEADIN Brand Index (MBI) mainly analyzes the brand's communication power in the Internet from three dimensions: media index, comment index and investment index. This is a free data analysis service provided by



the Meadin Brand Index Monitoring System (MBIMS), which is independently developed by MEADIN ACADEMY.

Calculation formula: $MBI = a * MI + b * CI + c * II$, Note: MBI refers to the MEADIN Brand Index (MBI data of a certain brand); a, b and c refer to the weighted coefficients in the system; MI (Media Index) refers to the media index; CI (Comment Index) refers to the comment index; II (Investment Index) refers to the investment index. Note: Enterprises or individuals can refer to brand index data to monitor and predict brand development, but the MEADIN Brand Index cannot be completely equivalent to its brand development. (1) Media Index (MI): The number of positive news related to brands' keywords reported by major media, mass media, industry media, and self media over a period of time. (2) Comment Index (CI): The accumulation relates to user reviews towards a certain brand' s opening hotels on various OTA (Online Travel Agency) websites over a period of time. (3) Investment Index (II): Over a period of time, the franchise and development status of a certain brand in the Greater China market, including accumulative opening status, new opening status, accumulative signing status, new signing status, urban coverage density, investment owner attention, etc.

MEADIN ACADEMY - Culture and Tourism Industry Data Center

MEADIN ACADEMY has been engaging in buliding a Culture and Tourism Industry big data analysis platform, utilizing "data productivity" to change cognition and improve enterprise efficiency. It provides diversified big data solutions based on intelligence, data, and services for enterprises and public institutions which are looking forward to entering and expanding culture and tourism and rental real estate businesses. Transforming numbers into facts, the platform assists enterprises in making important decisions and identifying investment risks.



行业要闻

整理编辑：杨巧

1、万达酒店及度假村与支付宝达成战略合作

来源：品橙旅游 · 2026-2-10

【品橙旅游】当智慧科技遇上冰雪度假，一场关于酒店服务的数字化变革悄然启幕。2月9日，万达酒店及度假村宣布，旗下长白山万达国际度假区已完成酒店客房智能门锁及配套系统的升级，全面支持支付宝“碰一下·智慧住”。用户入住长白山万达国际度假区，无需携带实体房卡，通过手机触碰即可完成身份认证、开门、乘梯等全流程服务。

作为首家全面接入支付宝-大住宿四大核心项目的战略合作酒店集团，万达酒店及度假村与支付宝以“提升宾客体验”为出发点，在碰一下·智慧住、会员互通、绿色入住等核心领域的合作已取得实质性进展，并在长白山万达国际度假区率先实现场景化落地。

对不少滑雪爱好者而言，原本携带雪具、雪服等装备就多有不便，实体房卡随身携带在身上，更是容易出现丢失、浸湿等问题，这成为滑雪度假体验的痛点之一。“不管是装兜里还是放物品寄存柜，每次上雪道前我都忍不住摸摸背包或者口袋，生怕一个不留神，房卡被我搞不见了。”雪友小智无奈地说道。

支付宝“碰一下·智慧住”落地长白山万达国际度假区后，不仅能提升住客入住效率与便捷性，更能精准解决滑雪场景下传统房卡易丢失、取用不便的痛点。借助安全可靠的移动端解决方案，用户滑雪度假的顺畅度与舒适度将大幅提升。除此之外，宾客入住期间，使用“碰一下·智慧住”、自带洗漱用品，或选择无需每日更换巾类及床品等绿色行为，即可获得蚂蚁森林能量，参与生态保护，形成“绿色入住”与用户激励的良性闭环。

此次战略合作的另一亮点在于，双方还实现了会员体系的深度融合。万达酒



店及度假村忠诚度计划“万悦会”作为支付宝超10亿庞大会员体系的优选合作品牌之一，支付宝会员可精准匹配“万悦会”会员，各等级会员均可在合作场景中享受专属权益。此举既有利于万达酒店及度假村进一步拓展优质客群，也为支付宝用户带来更丰富的会员福利和更优质的服务体验。

2025年10月，同程旅行宣布完成对万达酒店及度假村的战略收购。当前正值冰雪旅游旺季，长白山万达国际度假区是众多滑雪爱好者的热门去处。数据显示，今年元旦假期，长白山万达国际度假区接待游客突破1.7万人次，同比增长约34.4%。面对即将到来的“史上最长春节假期”，长白山万达国际度假区的游客接待量预计仍有较大增长。

2、据传菲拉格慕家族旗下奢华酒店管理公司拟出让少数股权

来源：迈点网 · 2026-02-19

据传，意大利奢侈品公司 Ferragamo (菲拉格慕) 集团背后的菲拉格慕家族目前正在寻求筹集新资金，助力加速其奢华酒店业务的增长。

综合多家意大利媒体消息，菲拉格慕家族正考虑为旗下酒店管理公司 Lungarno Collection 引入少数股权合作伙伴。

交易尚处于初步洽谈阶段，仅涉及酒店管理权而非物业所有权。据悉，菲拉格慕家族已委托意大利投资银行接触长期机构投资者，包括家族办公室及主权财富基金，以探询其收购公司少数股权的意向。

Lungarno Collection 由控股公司 Feroni Finanziaria Palace 管理，独立于菲拉格慕集团。首席执行官 Valeriano Antonioli 负责日常运营，董事长由菲拉格慕家族二代继承人、公司创始人的第五子、菲拉格慕集团董事长 Leonardo Ferragamo 担任。

2024年，Lungarno Collection 营收9700万欧元，较上年8100万欧元显著提升，为控股公司 Feroni Finanziaria Palace 贡献了约一半的营收。其盈利能力同步增强：毛利率强劲增长，净利润实现大幅攀升。

目前，Lungarno Collection 的酒店网络涵盖米兰、佛罗伦萨与罗马等国际高端旅游的战略要地；其酒店组合中最高端的业务正在推动扩张进程，其表现持



续超越市场平均水平。

坐落于历史悠久的蒙纳斯特罗德利乌米利亚蒂修道院 (Monastero degli Umiliati) 旧址的 Portrait Milano 酒店增长尤为强劲, 为 2024 年营收增长作出显著贡献。Portrait Roma 在入住率与价格定位方面同样超越同业竞争者。

此外, 菲拉格慕集团董事长 Leonardo Ferragamo 名下的控股公司 Sawa srl 2024 财年实现 1420 万欧元盈利, 主要源于特殊交易产生的金融收益——公司将旗下豪华帆船子公司 Nautor swan srl 60% 股权转让给意大利豪华游艇集团 Sanlorenzo spa (圣劳伦佐)。

期内, 公司持续推进投资战略, 一方面通过对子公司进行投资以巩固和发展其业务, 另一方面开展符合控股公司定位的金融活动。这些操作助力金融固定资产从上一财年末的 1.374 亿欧元增至目前的 1.486 亿欧元。与此同时, 金融机构负债减少至 3690 万欧元。截至 2024 年 12 月 31 日, 净资产达到 1.075 亿欧元, 高于上一财年的 9340 万欧元。

Sawa srl 在合并报表层面也重回盈利轨道, 实现利润 3590 万欧元, 主要归功于股权投资收益及船舶业务范围调整带来的影响。

3、春节假期首日 60 岁以上旅客酒店入住量增 60%

来源: 迈点网 • 2026-02-17

2 月 16 日, 去哪儿旅行发布 2026 年春节假期首日旅游消费数据显示, “反向过年”模式带动一线城市文旅市场显著升温。2 月 15 日, 60 岁以上旅客酒店入住量环比前一日大涨 60%, 与 2025 年春节假期首日相比增长 54%。

根据公开资料整理, 当日酒店入住量最高的城市中, 广州、北京、深圳、上海排名前四, 其中广州同比增长 30%。昆明、重庆、成都、西安、大理、福州等城市酒店预订量亦进入全国 TOP10, 昆明、福州同比增幅均超六成, 大理增长 53%。从机票数据来看, 50 岁以上旅客最受欢迎的飞行目的地 TOP5 分别为北京、上海、成都、广州、深圳, 菏泽-广州、万州-深圳等“反向团圆”航线热度增长显著。

出境游方面, 2 月 15 日中国游客飞往全球 475 个城市, 泰国曼谷、中国香港、马来西亚吉隆坡位列热门目的地前三。受 2026 年冬奥会带动, 飞往意大利



的国际机票量同比去年增长近2倍。入境游市场同步升温，当日使用非中国护照预订国内航班的数量同比增长近两成，澳大利亚、西班牙、法国等国游客预订量实现2倍以上增长。

4、中国中铁成立文旅酒店管理公司

来源：企查查 · 2026-02-13

企查查 APP 显示，近日，北京铁工文旅酒店管理有限公司成立，法定代表人为袁晨亮，注册资本为2000万元，经营范围包含：酒店管理；票务代理服务；健身休闲活动；物业管理；旅游开发项目策划咨询；房地产开发经营等。企查查股权穿透显示，该公司由中国中铁（601390）间接全资持股。

企查查 缔造有远见的商业传奇 全国企业信用查询系统 北京铁工文旅酒店管理有限公司 查一下 应用 企业中心 会员续费

工商信息 法律诉讼 经营风险 经营信息 企业发展 知识产权 历史信息

工商信息 历史工商信息 文字介绍 工商官网快照 导出 企查查

统一社会信用代码	91110113MAK6YH0U68	企业名称	北京铁工文旅酒店管理有限公司		
法定代表人	袁晨亮 关联企业 4	登记状态	存续 (在 营、开 业、在 册)	成立日期	2026-02-03
		注册资本	2000万元	实缴资本	-
组织机构代码	MAK6YH0U-6	工商注册号	-	纳税人识别号	91110113MAK6YH0U68
企业类型	有限责任公司 (法人独资)	营业期限	2026-02-03 至 无固定期限	纳税人资质	-
人员规模	-	参保人数	-	核准日期	2026-02-03
所属地区	北京市顺义区	登记机关	北京市顺义区市场监督管理局		
国标行业	商务服务业 (L72) ∨	英文名	Beijing Tiegong Wenlv Hotel Management Co., Ltd.		
注册地址	北京市顺义区正元大街2号院5号楼8层802室 (邮编101300) 附近企业				
经营范围	一般项目：酒店管理；会议及展览服务 (出国办展须经相关部门审批)；票务代理服务；健身休闲活动；物业管理；停车场服务；市场营销策划；工程管理服务；旅游开发项目策划咨询。(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动) 许可项目：住宿服务；房地产开发经营；餐饮服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准) (不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)				

股东信息 1 导出 企查查

序号	股东名称	持股比例	认缴出资额	认缴出资日期	首次持股日期	关联产品/机构
1	中国铁工投资建设集团有限公司 国有企业 被执行人	100%	2000万元	-	2026-02-03	中铁市政
二级股东	中国中铁股份有限公司	100%	500000万元	2030-04-01		



5、万豪酒店发布 2026 年财务指引，潜在收购引关注

来源：迈点网 · 2026-02-25

万豪酒店近期发布 2026 年财务与运营指引，依据 2025 年业绩报告，预计 2026 年全球 RevPAR（平均可出租客房收入）增长 1.5% - 2.5%，净客房数量增长 4.5% - 5%，经调整 EBITDA 增长 8% - 10%。同时，万豪计划向股东返还超 43 亿美元资本。此外，市场传闻万豪可能收购瑰丽酒店集团（代号“天马计划”），按要求需在 2026 年 2 月 28 日前向美国联邦贸易委员会和司法部提交审批文件。尽管万豪对此未作回应，但业内高度关注该潜在交易对其品牌矩阵的影响。这一系列动作不仅体现万豪对自身业绩的规划，也预示着酒店行业可能迎来的格局变化。

6、洲际酒店集团推出新品牌

来源：迈点网 · 2026-02-18

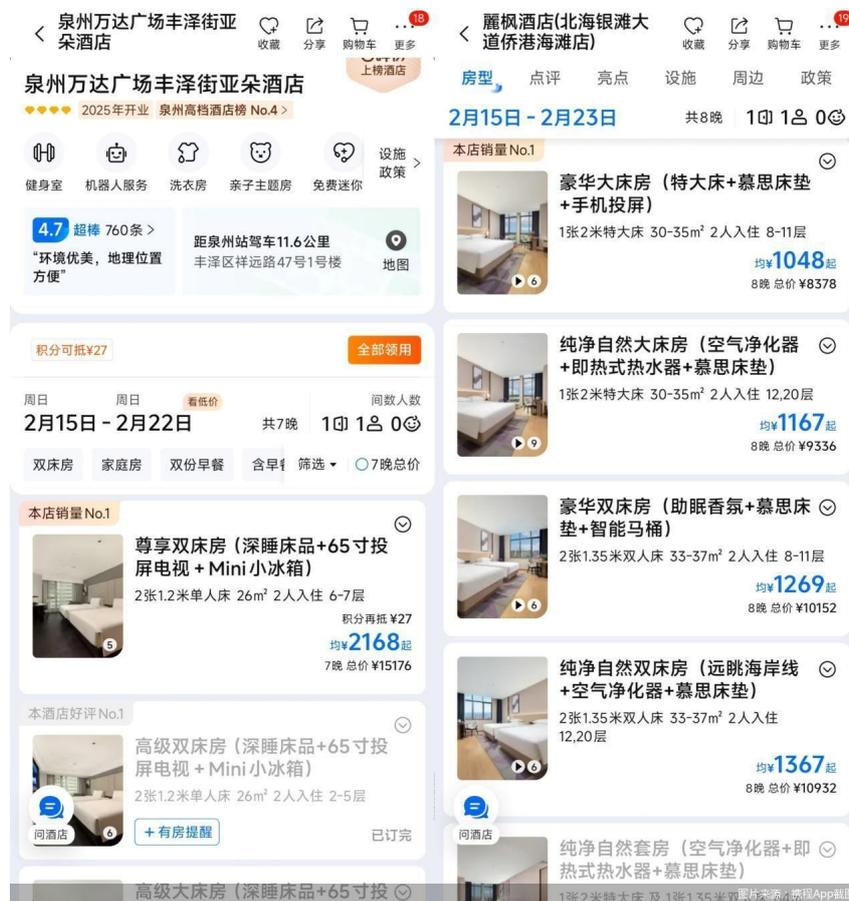
洲际酒店集团已有 Garner, voco, 洲至奢选等存量转换品牌，昨日宣布推出全新高端精选品牌——“Noted Collection”系列，并已与多位业主（包括拥有多家酒店组合的业主）展开初步洽谈，探讨将其旗下酒店项目纳入洲际系统的可能性。

“Noted Collection 系列”主要聚焦于中高端至高端酒店的翻牌项目，旨在赋能高品质、独具特色的酒店实现更优业绩，同时为全球宾客带来更多卓越目的地选择。目前全球在上述细分市场拥有约 230 万间独立酒店客房，其中许多有望受益于加入洲际的企业平台——包括收益管理、分销与技术能力，以及超过 1.6 亿规模的 IHG 优悦会会员体系。洲际预计，未来十年内“Noted Collection 系列”将在全球拓展至超过 150 家酒店。

春节小城游催热酒店房价

来源：北京商报 · 2026-02-19

春节临近，国内旅游市场呈现出显著的“双向流动”特征。2月5日，北京商报记者从多家旅游平台获悉，一边是泉州、北海等热门小城酒店价格飙升、一房难求，部分中高端酒店房价突破2000元、涨幅超350%；另一边是北、上、广、深一线城市酒店价格保持平稳，甚至部分高端酒店房价出现小幅下降。在小城酒店价格飙升与一线城市酒店房价稳定的背后，不少家庭出游更加注重性价比，反而侧重“反向旅游”。业内专家指出，一线城市因供给充裕、接待能力强，酒店房价波动平缓；而特色小城则受限于客房总量，在假期供需紧张中价格大幅上扬。今年春节假期较长，游客可以关注目的地酒店价格变化，选择更有性价比的出行方案。





部分小城酒店房价涨幅超 350%

春节将至，许多小城的住宿市场正在悄然变化：酒店预订逐渐紧俏，价格也随之水涨船高。

家住北京的孟欣本想趁着春节假期前往福建泉州游玩，体验当地民俗活动，然而在查询酒店时，当地酒店价格让她吓了一跳。孟欣坦言，“我准备同家人在北京过节，过年后计划大年初三与家人一同前往泉州旅行。那天我一查酒店，发现春节期间泉州酒店出现预订紧张的情况，当地亚朵酒店房价已经涨到 2000 多元了，有的日期还订满了”。

携程 App 显示，泉州万达广场丰泽街亚朵酒店 2 月 19 日（大年初三）—23 日（大年初七）房价为 2142 元/晚。同时，在整个春节假期期间，泉州多家亚朵酒店、汉庭酒店的客房均已售罄。

北京商报记者致电泉州万达广场丰泽街亚朵酒店，该酒店工作人员表示，若选择在春节假期 8 晚连住，酒店暂无房间可以入住。春节期间游客较多，加之会有团队入住，且酒店位于市中心，房源十分紧张。

在泉州之外，国内多个小城春节期间酒店价格较平日有大幅上涨。北京商报记者查询携程 App 发现，位于北海银滩大道的麗枫酒店春节期间豪华双床房房价为 1269 元/晚，而 3 月 1 日—9 日（同为周日至周一，9 天）同房型房价为 267 元/晚，春节期间房价涨幅约 375%。同样，宜必思尚品酒店（云南普洱茶马古镇店）春节期间商务大床房房价 1107 元/晚，3 月 1 日—9 日同房型房价回落至 295 元/晚，该酒店春节期间房价涨幅约为 275%。

温暖又有“年味儿”的城市愈发受到游客的欢迎。携程数据显示，汕头、揭阳、潮州分别以 186%、162%、135% 的旅游订单增速位列国内黑马目的地前三，此外福州、泉州等城市旅游订单增速也名列前茅。去哪儿数据也显示，福建福州首次进入春节酒店提前预订 TOP5，较去年春节酒店预订量增长超八成。福建泉州的巡境等特色民俗活动，带动当地酒店预订量增长八成，预订量均跻身全国 TOP15。可以看鱼灯、登高祈福的安徽黄山增速达 1.5 倍，维持了每年春节的高热度。还有一批特色县城将在春节迎来大批游客，截至目前，春节期间酒店预订覆盖了千余县城。



一线城市部分高端酒店房价缓降

相比于小城酒店房价水涨船高，一线大城市的房价则保持稳定，甚至一些高端酒店房价不升反降。

家住福州的胡微计划春节假期带着父母前往上海旅游，由于大多数活动地点在上海市区，于是便选定了位于上海市区的静安洲际酒店。3个星期前，胡微预订了上海静安洲际酒店的豪华大床房，日期为2月18日（大年初二）—22日（大年初六），当时支付了每晚房价为1078元/晚（不含早）。就在前几天，当胡微再次打开IHG App查看自己预订的酒店订单时发现，上海静安洲际酒店同样日期同样房型已下降到960元/晚，于是胡微退掉了之前的订单，选择重新预订酒店。

事实上，类似胡微的案例不止一例。北京商报记者查询携程App发现，上海海欧丽晶酒店等高端酒店价格相比三个星期前均略有下降。

聚焦北京高端酒店市场，北京商报记者也查询发现，北京中国大饭店春节期间豪华大床客房房价为1085元/晚，而3月1日—9日平日的价格为1105元/晚，春节期间的房价相比平日不增反降。

不过，一线城市一些景点周边的中高端酒店价格仍有小幅上涨。据携程App，北京天安门王府井漫心酒店2月15日—23日高级大床房房价为1001元/晚，平日价格为668元/晚，春节期间房价涨幅为50%。

旅游酒店行业高级经济师赵焕焱分析认为，一线城市酒店房价涨幅较小甚至出现部分区域房价下调的现象，主要是因为春节期间大量人员返乡过年，短期住宿需求阶段性减少；同时，一线城市旅游接待能力较强，酒店供给相对充裕，一



一定程度上平抑了价格波动。相比之下，部分特色小城因客房总量有限，在节假日期间更易出现供需紧张，从而推高房价。



“反向团圆”更有性价比

如今，随着春节假期渐近，不少消费者正在关注“反向旅游”，他们认为“反向旅游”更有性价比。

今年春节，许多年轻人选择不再去“卷”回家的一张票，而是接爸妈飞来大城市过年。在北京工作的张明，今年春节选择了一种新的团圆方式。他没有加入抢票大军，而是早早为在山东老家的父母订好了往返机票。由于父母第一次在北京过年，张明打算带着他们逛庙会、看灯会，再到故宫、长城等传统景区游玩。

“往年回家时间都花在路上，现在能让爸妈看看我生活的城市，体验不一样的年味，反而更有意义。”张明觉得，这样既避免了春运奔波，也让全家拥有了更充裕、更轻松的相聚时光。

去哪儿旅行方面数据显示，今年，反向过年、避寒游和冰雪游是最受欢迎的过节方式。平台上春节前热度最高的十个目的地也体现了这一趋势，依次是北京、成都、上海、广州、深圳、海口、昆明、重庆、三亚和哈尔滨。

大城市酒店也纷纷接住“反向团圆”需求。去哪儿旅行大数据还显示，春节期间，60岁以上游客预订机票量同比增幅超35%；入住北京酒店量同比增九成，他们偏好住得更舒服的高星级酒店。

近年来，“反向旅游”似乎成为不少家庭的选择。这些“反向旅游”的人群，也有不少预订了一线城市核心商圈附近的酒店。同程旅行数据显示，截至2月2



日13时，北京、上海、广州、深圳的酒店搜索热度，相比上周同期增长超过70%。火车站、机场周边，以及热门商圈附近酒店在当天入住的部分产品已显示售罄状态。钟点房、大床房、家庭房成为预订热度较高的热门房型。

赵焕焱表示，一线城市旅游资源十分丰富，在性价比优势明显的情况下，游客确实可以优先考虑。面对春节假期的产品布局，小城酒店可以详细介绍本地的特色，用传统民俗活动等吸引游客；大城市的酒店则可以制定多样化的旅游方案推荐。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云表示，春节是中国人最为注重的传统节日，也是人们最关注团圆、热闹，愿意回忆乡情、体验民俗、寻求情感共鸣的时段。各旅游商家可结合游客的情感需求，推出具有高情绪价值的旅游产品，产品需聚焦春节习俗、乡村大集、地方美食、乡村非遗等，为游客提供丰富多样的春节文旅体验项目。



今年春节，酒店行业已经变天了

来源：迈点网 · 2026-02-24

团圆定义变了，酒店成新年主场。

今年春节，酒店行业真的变天了。

不是一房难求，不是价格疯涨，而是中国住宿业，已经换了套玩法。

过去看春节酒店市场，只看三件事：满房、涨价、赚得多。

今年不一样，数据依然火爆，但热闹背后，是需求、供给、城市格局、消费观念的全面重构。

从“回家过年”到“出去过年”，从“有得住”到“住得好”，从“大城市虹吸”到“小县城爆发”，酒店不再只是睡觉的地方。

它成了家庭团圆、旅行方式、城市竞争力、行业成熟度的集中投影。

这些变化背后，藏着怎样的时代风向？

小城赢麻了，一线城市冷静了

先看最直观的现象：小城赢麻了，一线城市反而冷静了

今年春节，潮汕、泉州、景德镇、乐山、阳朔酒店预订量同比普遍翻倍，县域市场增幅更是超过200%。

最典型的广东汕头，平日一两百的经济型酒店，春节直接涨到2000+。

另一边，北京、上海等一线城市，高端酒店价格不涨反跌，部分五星酒店价格比平日还低10%-30%，仅靠“反向过年”勉强稳住入住率。

这种价格倒挂，不是临时现象，而是需求外溢、供给短缺、出行平权共同作用的结果。

过去，酒店行业的逻辑是：大城市=高价值=高价格。

今年春节给出的答案是：有人气、有体验、有特色的地方，才拥有定价权。

这不是一阵风，而是未来十年的大趋势。

团圆定义变了，酒店成新年主场

如果说小城爆发是空间上的重构，那反向过年就是观念上的颠覆。



图源：摄图网（ID：501798429）

更值得一提的是，就连传统的“回家过年”，也多了一种新选择——回到老家，也住酒店。

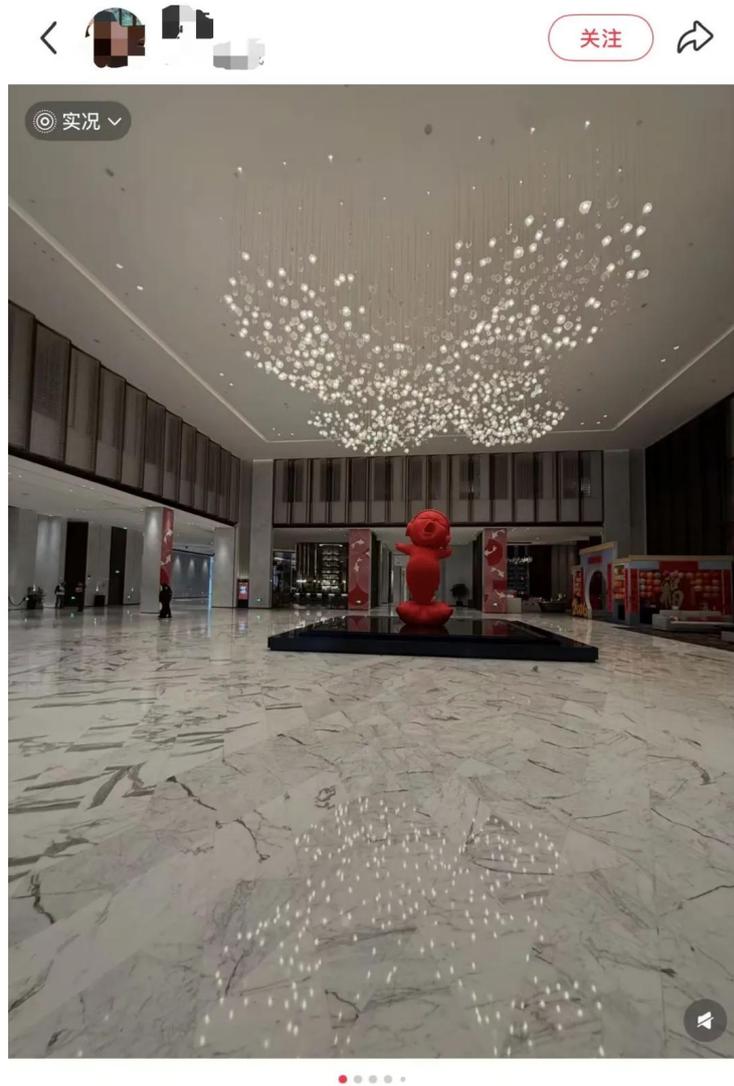
数据显示，60岁以上旅客酒店入住量同比大增56%；北京、上海、深圳、成都成为反向团圆最热目的地；深圳酒店预订量首次冲进全国前三，同比增长48%，很大一部分来自“接父母来过年”。

在上海工作的李悦，今年把爸妈接来住酒店，她妈妈说：“不用早起做饭，不用洗碗收拾，每天逛外滩、吃小吃，这是我这辈子过得最轻松的年。”

在深圳上班的小陈，因值班把父母从安徽接来，白天逛CBD、看湾区夜景，晚上一家人在酒店吃年夜饭，团圆感一点没少。

还有不少人回老家也主动选择住酒店，这类订单同比增幅超30%，悄悄改写“回老家必住老宅”的固有认知。

这成为春节酒店市场的新亮点。



我在丽水过新年～

全家第一次外出过新年，感觉不错，特别是大厅那么多桌一起吃饭，蛮热闹的，菜系是酒店套餐～吃吃嘛还行
#万地温德姆至尊酒店 酒店有种新加坡既视感🤩蛮漂亮滴～小朋友喂喂鱼食，近距离接触超大超肥的锦鲤，看得出

在老家丽水的小张，虽然回老家了，但并没有回老宅过年，而是带着妻儿和父母，订了当地一家带庭院的中端酒店。

“老家老宅久没人住，又冷又要打扫，不如住酒店省心，一家人住在一起，每天走亲戚、吃家乡菜，晚上回酒店舒舒服服休息，既不耽误团圆，又少了一堆麻烦。”

这正是当下很多家庭的真实心声。

回老家，是为了团圆的温暖，住酒店，是为了省去繁琐的操劳，二者从不矛盾。



不管是反向接父母进城住酒店，还是回老家订酒店过年，本质上都是对“轻松团圆”的追求，是团圆方式的升级，更是生活观念的进步。

酒店成为团圆新主场。家庭房、亲子房、两居三居套房成为抢手货；连住2晚以上的订单占比大幅提升；酒店年夜饭、新春礼包、亲子活动更是直接变成标配。

这背后，是两代人生活观念升级：

年轻人不想再操劳做饭打扫，追求轻松过年；长辈更愿意出门看世界，接受新的生活方式；全家都愿意为“舒适、省心、有体验”买单。

酒店行业喊了多年的“生活方式服务商”，在今年春节真正落地。它不再是一句口号，而是实实在在的订单、复购与口碑。

酒店的功能，早已超越“睡觉”本身，深度融入大家团圆与生活，成为这个春节最动人的烟火底色。

涨价≠赢，品牌才是硬通货

同样是涨价，同样是满房，今年春节把酒店品质差距拉到最大。

一边是连锁品牌溢价。汕头、泉州的亚朵、全季、维也纳，最先被订完。有游客直言：“小城小旅馆不敢住，宁愿多花几百住连锁，至少卫生和服务有底线。”

另一边是单体与民宿两极分化。做得好的特色民宿、景观民宿，价格破万依然有人订；卫生差、服务乱的普通小旅馆，即便便宜，也无人问津。

还有民宿玩套路：先以低价接单，临近春节以“装修”“满房”为由退单，转头以5倍价格重售，彻底消耗信任。

这说明一件事：游客越来越理性，不再只看价格，更看服务与体验。

过去旺季，是个房间就能卖出去。今年旺季，有品牌、有标准、有特色的住宿，才能拿到最高利润。

行业常说“供给侧改革”，春节就是一场大考。能提供稳定标准的，穿越周期；只靠地段、靠涨价、不做服务的，只能赚一次快钱；把文化、服务、场景做进产品里的，才能长期赚钱。

涨价谁都会，涨价还能被认可、不被吐槽、回头再来，才是真本事。

入境游热潮迭起，双轮驱动正式回归

今年春节还有一个关键信号：入境游客大幅回流。



《酒旅资讯专刊》2026年2月刊 总第274期

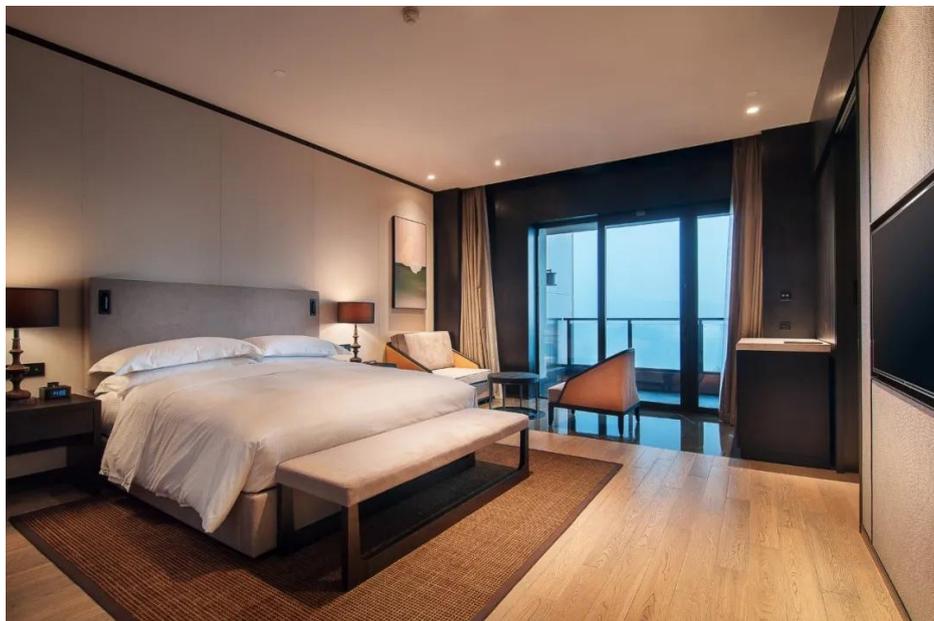
多个平台数据显示，入境游订单同比增长超200%，欧洲、东南亚、俄罗斯游客明显增多。

北京、上海、深圳、广州等国际门户城市，高星级酒店明显受益。深圳更是登上外国人“年味目的地”榜首，不少境外游客专门来体验中式年味与都市活力。

上海某五星级酒店，春节期间境外客源占比接近三成，多语言服务、中式新春布置、特色茶点，成为吸引境外客人的关键。

广州花园酒店、深圳中洲万豪等，早早推出双语年夜饭、非遗体验房，精准抓住入境客流。

过去三年，国内游撑起酒店行业。今年开始，国内+入境双轮驱动正式回归。



图源：摄图网（ID：500420407）

对酒店来说，这绝不是简单的多了一批客人，而是国际化标准、服务细节、品牌口碑的全面回归。

能同时做好国内家庭客、年轻客、国际游客的酒店，才是下一阶段的头部玩家。

热闹过后，真正的考验才开始

聊完火爆，必须聊风险。

今年春节酒店市场，最值得警惕的不是冷清，而是过热。

小城价格暴涨10倍、20倍，直接带来口碑反噬、不可持续等问题。

一个成熟的住宿市场，不该是“旺季宰客、淡季躺平”。而应该是旺季有序涨价，不暴利；淡季做活动、稳客流；靠服务与产品赚钱，不靠信息差和垄断。

今年春节给所有酒店经营者提了个醒：流量是一时的，口碑是一世的。短期涨价赚的是利润，长期运营赚的是生意。

总结来看，今年春节酒店市场，没有绝对的输家，却有清晰的分水岭。

有的城市靠一时热度，赚了快钱；有的城市靠体验与服务，留住人心；有的酒店靠涨价冲业绩；有的酒店靠产品与标准，建立长期壁垒。



图源：摄图网（ID：500669559）

中国酒店行业，正在从看天吃饭、旺季暴富的旧模式，走向产品驱动、品牌驱动、运营驱动的成熟新模式。

过去我们看酒店，看的是：地段、房间数、价格。

现在我们看酒店，看的是：体验、服务、口碑、复购、生态。

热闹总会过去，只有逻辑长期有效。

下一个春节，再没有人会惊讶“小城酒店比五星还贵”。大家只会关心：这家酒店值不值、好不好、还会不会再来。

这，才是中国酒店行业真正的升级。



三十余年行业实践：一名酒店人的实践观察与思考

来源：上海虹峰酒店管理咨询 · 钱三毛专栏 · 2026-02-25

酒店是城市的窗口，是体现中国改革开放辉煌成就的微观缩影。

（迈点专栏 钱三毛）

中国酒店业经历了高速发展的47年，取得了卓越的成绩，有成千上万的行业领导、酒店经营管理者、产业链及第三方机构为此付出了努力。作为这个行业的一员，我有幸参与并见证了其发展历程。



一、我的酒店经历

就我个人而言，三十多年来，我经历了从一位酒店职业经理人到参与业态研究和酒店差异化发展推动者的转折。时代赋予我如此宝贵的机遇，一直能让我做自己喜爱做的事，尤其是利用特色酒店联盟平台，采集、传播分享成功案例弘扬正能量，为全国酒店行业发展助威、呐喊、赋能，对此我深感荣幸。



右二：国家旅游局旅行社饭店管理司司长魏小安；中：国家旅游局计划统计司司长邱毅勇；左二：昆山淀山湖旅游发展总公司总经理、淀山湖宾馆总经理钱三毛
(摄于1994年)

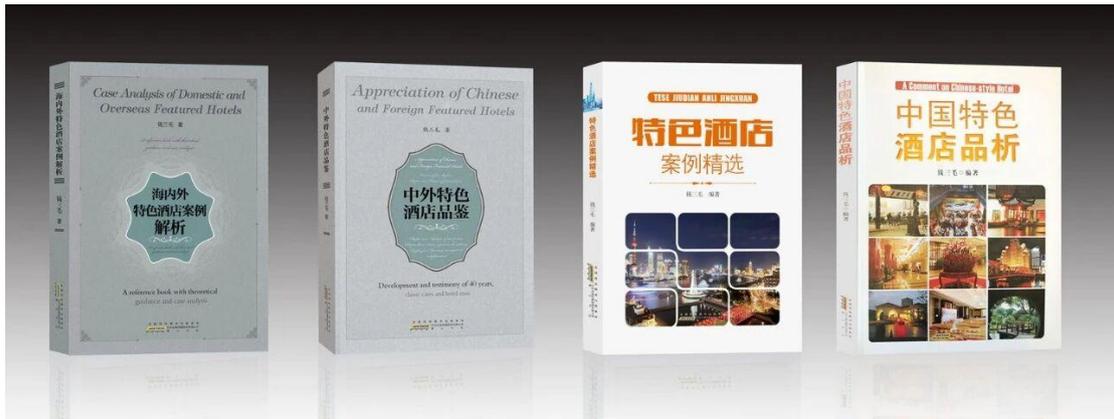
我于1992年涉足旅游业，并在昆山淀山湖任旅游发展总公司总经理兼淀山湖宾馆总经理。之后，我先后在苏州丽都大酒店（四星级商务酒店）、苏州南园宾馆（国宾馆）、山西天贵国际酒店（五星）担任总经理。其间，我于1997年在上海旅游高等专科学校参加了全国第15期总经理培训班，接受专业培训。2008年，在山西大同天贵国际酒店任职时，我开始研究北魏文化并将北魏文化元素导入酒店，探索形成主题酒店。2010年，我任绍兴咸亨酒店总经理顾问，助力该酒店打造鲁迅文化主题酒店。同年底，我注册了上海虹峰酒店管理咨询有限公司。2011年，我创建了特色酒店联盟。

时至今日，我的足迹遍布全国乃至海外，调研了700多家中外酒店。主持举办线上线下18场论坛，受邀为数以万计的全国中高端酒店高管做特色经营差异竞争的专题授课。先后出版《中国特色酒店案例品析》《特色酒店案例精选》《中外特色酒店品鉴》《海内外特色酒店案例解析》四本专著。在《中国旅游报》《文旅中国网》《迈点网》《特色酒店》杂志等国内知名媒体上发表调研文章90余



《酒旅资讯专刊》2026年2月刊 总第274期

篇，主编《特色酒店》杂志72期。



钱三毛分别于2012、2015、2018、2020年出版四本专著

二、结缘民族与国际品牌酒店

上世纪九十年代初，我以锦江集团旗下酒店为重点学习研究对象。在与上海和平饭店、新锦江大酒店、锦江饭店、国际饭店建立了联系之后，我便与以上酒店开展了管理员业务培训、美食节交流等合作。

上海和平饭店是享誉海内外的经典酒店，我首次参观该酒店是1994年。当时，经上海市旅游局领导介绍，我认识了其时任总经理王济明先生，酒店位置之好、文化底蕴之深、特色之浓，给我留下深刻印象。如今的和平饭店年经营业绩已突破3.8亿元，成为锦江集团的一面旗帜，也成为上海的一张亮丽名片。



上海和平饭店



同年（1994年10月），我去南京为赴美考察做相关准备，首次入住了南京金陵饭店。金陵饭店是当时南京的第一高楼。旋转餐厅的美食和热情周到、细致入微的服务，令我记忆犹新。1997年，我去广州白天鹅宾馆参观学习，受到时任总经理杨小鹏先生的接待，参观并体验了宾馆的餐饮和客房，留下了美好的印象。宾馆大堂“故乡水”岭南山水景致气势恢宏，置身客房遥望窗外，珠江秀色尽收眼底。该宾馆餐饮特色鲜明，服务堪称一流。白天鹅宾馆是中国人自己设计、自己建造、自己管理的酒店，也是我国改革开放后第一家合资酒店。无论经营业绩还是管理模式，至今仍然是民族品牌中的标杆。

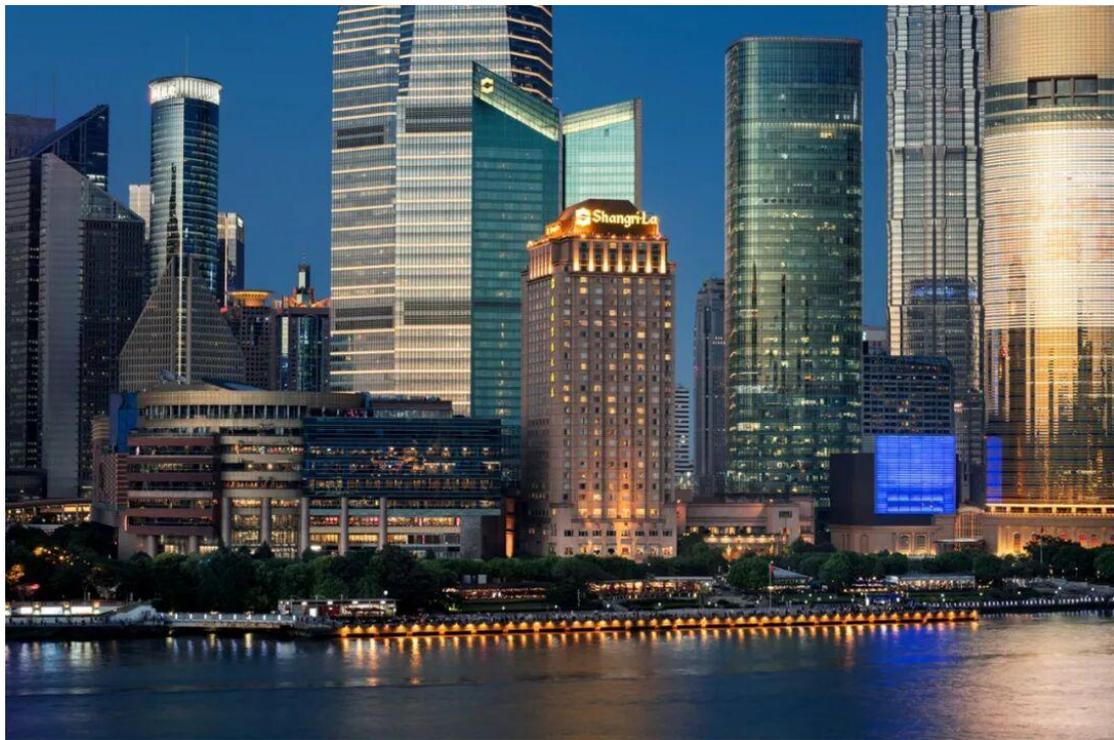


广州白天鹅宾馆

1993年，我赴新加坡、泰国、中国香港考察，体验了不同品牌的酒店。1994年12月，我赴美国纽约、华盛顿、洛杉矶、旧金山、拉斯维加斯考察，对万豪、希尔顿旗下的商务型酒店、会议型酒店以及开业不久美高梅（MGM）主题酒店（拥有5034间客房）有了概念性了解，但很初浅，仅开眼界而已。

1998年，上海浦东香格里拉开业。同年12月，按四星级标准建造的苏州丽都大酒店正式对外营业，我担任该酒店总经理。为对标上海高档酒店，我组织管理人员去体验浦东香格里拉，那是我首次体验香格里拉的产品。标准化产品和服

务兼具个性，金花米黄大理石、水晶灯、中国画等特色元素，是香格里拉品牌给我留下的第一印象。



上海浦东香格里拉

上世纪末至2010年上海世博会前，国际品牌酒店纷纷落户上海。如：上海静安希尔顿酒店、上海锦沧文华大酒店、上海锦江汤臣洲际酒店、上海半岛酒店、上海外滩华尔道夫酒店、上海新天地安达仕等，他们依托品牌、标准化、会员体系等优势，很快赢得了市场青睐。

三、调研采集的中外酒店案例

2010年至今，我曾赴全国各地调研不同类型的酒店，数量达700多家。2017和2018年，我专程赴新加坡、日本、澳大利亚悉尼、黄金海岸、墨尔本、美国洛杉矶、旧金山、拉斯维加斯、夏威夷、瑞士苏黎世、洛桑、英特拉根、法国巴黎、意大利米兰、威尼斯、罗马等地考察调研不同类型、具有代表性的酒店。从全球化视野看酒店，目前会议型酒店数美国洛杉矶领先，其特点是酒店体量大，会议功能强，经营模式成熟；主题酒店数拉斯维加斯领先，1993年开业的MGM酒店以5034间客房，近三十年位居世界第一。威尼斯酒店、巴黎酒店、贝拉吉奥酒店、永利皇宫酒店等，不仅主题特色鲜明，而且体量大、功能全，宾客体验感很棒。但如今，我国澳门的主题酒店正在超越拉斯维加斯。

商务型酒店数希尔顿、万豪、洲际、凯悦集团领先，主要是标准化、会员积分、预订系统之优势；历史文化精品酒店数欧洲为上，比如，意大利威尼斯格瑞提豪华精选酒店拥有700多年历史，罗马伊甸园酒店、巴黎LeMeurice等酒店也是历史底蕴十分深厚。这些历史文化精品酒店的特点是，有文化、有特色、有品质、有舒适的体验。他们在保留传统、导入现代时尚元素、满足当下消费者审美情趣和体验感上做得很好。历史与文化交融，传统与现代结合，优质精品与高价位匹配，形成了良性循环。值得一提的是这些历史酒店特别注重个性化，往往通过细节给宾客留下深刻印象。



拥有700多年历史的意大利威尼斯格瑞提豪华精选酒店

我国酒店业的大发展，是改革开放背景下中国经济蓬勃兴起的生动缩影。四十多年来，得益于改革开放政策的驱动，我国酒店业市场化、专业化与国际化进程发展迅速。国际品牌进入我国，在产品标准化、管理模式化方面起到了引领作用，多年来，几乎每个城市的酒店产品与房价均是国际品牌占主导地位。

从品牌影响力、经营管理模式、个性化服务、综合盈利能力方面看，香格里拉遥遥领先。反映在选址、投资规模合理性、产品实用性与舒适性、殷勤好客的待客之道、创新能力等方面。香格里拉集团在房量规模排名上并不靠前。该集团

以重资产投资管理为主，重资产运营模式。尽管其在规模性扩张上不占优势，但在资产负债率、产品质量、经营创新等方面具有高度的可控性。比如，2014年10月开业的南京香格里拉大酒店，创新推出的“江南灶”，开创了高档酒店餐饮消费“能高能低”的新局面，宾客排队等位成为常态化。时任总经理文志平提出的“好吃、好看、实惠”六字方针，确立了全新的经营理念，为中国高档酒店餐饮业突破“三高三低”作出了积极贡献。另外，香格里拉在绿色环保、社区慈善、企业文化建设等方面，也成就卓越。



专访南京香格里拉总经理文志平（摄于2015年）

郭鹤年先生有着强烈的爱国情怀，他投资的香格里拉酒店集团，在国际上闻名遐迩，创造的社会价值远远大于经济价值，在引领行业高质量发展、传播中国传统文化、弘扬正能量方面发挥着巨大作用。

民族酒店品牌中，锦江集团规模与房量已位居全球第一，国际化战略和盈利能力正进一步提升。广州白天鹅宾馆和南京金陵饭店，无论品质还是业绩都是行业翘楚。上海东湖集团坚持接待、经营一体化发展，打造目的地酒店收效显著，其“三位一体”的经营模式和盈利能力领跑全国国宾馆。中端品牌华住和亚朵，已确立了行业地位，发展速度和盈利能力业界公认。



上海东湖集团旗下酒店

单体酒店中，杭州西湖国宾馆是当之无愧的标杆，这与其健康的企业文化和正确的理念密切关联；青岛海景花园大酒店“亲情一家人服务”品牌成为全国酒店服务的样板，并被美国哈佛列为教案。绍兴咸亨酒店是文化主题酒店中的佼佼者，其董事长宋金才先生将鲁迅笔下 240 平方米的小店，打造成集文、商、旅、休闲于一体的酒店综合体，成为绍兴的城市客厅和文化地标；溧阳天目湖宾馆从招待所发展成为独具魅力的五星级鱼文化特色酒店，让“小小鱼头”拉动区域经济大产业，功不可没。诸多优质案例不胜枚举。

以上成功案例折射出我国餐饮住宿业多元的产业结构、文化厚度、企业精神和创新能力。当下，酒店业仍处在百年不遇的历史时期，短期供给过剩、消费降级、企业盈利难是不争的事实，但企业所承担的社会责任和创造的社会价值应得到充分肯定。比如：解决就业、上交税费、传播文化，满足广大人民群众对“商、养、学、闲、静、奇”多样化美好生活的追求等，这些间接经济效益和社会效益



比单纯的经营利润更多更大。展望未来，酒店行业的发展空间巨大，因为中国有人口优势，有无与伦比的特色制度优势。相信通过市场的良性竞争、优胜劣汰机制及不断深化的供给侧改革，定能完成行业的转型升级。世界酒店看中国只是时间问题。

四、榜样力量催人奋进

在我职业生涯中，榜样的力量给予我巨大的鼓舞。每当我遇到困难和挫折时，总能在榜样身上获得自信和力量。自1992年涉足酒店业至今，我先后结识许多行业领导和优秀的酒店人。比如，上海和平饭店原总经理王济明、广州白天鹅宾馆原总经理杨小鹏、香格里拉集团原副总裁文志平、绍兴咸亨集团董事长宋金才等同志。他们在推动行业高质量发展、打造民族酒店品牌方面发挥过重要作用；他们所领导和管理的企业在国际品牌本土化、民族品牌国际化方面取得了卓越的成绩；他们热爱酒店业，很多人一干就是四十余年，退休后仍然关注行业、默默奉献；他们执着专注，作风务实，以坚持不懈的学习力和创新力用心诠释了酒店人特别能吃苦、特别能奉献的职业精神；他们以强烈的使命感和责任感为行业树立了榜样。可以说，他们是中国酒店业成千上万优秀酒店人中的杰出代表，是中国酒店业的宝贵财富。

30多年转瞬即逝。弹指一挥间，从朝气蓬勃的小青年到如今的耳顺之年，我目睹了改革开放后的快速发展，也见证了酒店行业的辉煌岁月。我的人生有过跌宕起伏，但我的信念不变，积极向上的初心不改。2016年至今，我被聘任为上海旅游饭店专家委员会委员，上海旅专研究院特聘研究员、山东省旅游饭店协会智库专家。北京第二外国语学院旅游管理学院、北京中瑞酒店管理学院、上海旅游高等专科学校、南京旅游管理学院、山东大学旅游管理学院等20多个大专院校图书馆收藏了我编写的《中国特色酒店案例品析》《特色酒店案例精选》《中外特色酒店品鉴》《海内外特色酒店案例解析》等书籍。一路走来，能为行业尽微薄之力，我深感三生有幸并乐此不疲。我感恩这个伟大的时代，感恩不同阶段给予我关心帮助支持的师长同仁！愿更多的新生力量加入这个行业，中国酒店业大有可为、前景广阔。而年轻人的专业化优势、创新思维优势，正是推动当下酒店供给侧改革和运用智能化新技术实现行业高质量发展的有力保证。（作者系上海旅游饭店专家、特色酒店联盟秘书长）

成都将迎来又一大奢牌首秀，它是老钱最爱的宫殿 酒店传奇

来源：外滩设计酒店 · 2026-02-11

欧洲贵妇爱不释手的酒店传奇要来成都了？

成都的城市魅力，正让越来越多奢牌把这里当作首发舞台。

从法国时尚设计品牌 LEMAIRE 中国首店，到 Louis Vuitton 中国首家餐厅，再到复古美式世界 Ralph' s Bar 的亚太区首秀相继落地，成都在生活方式上愈发形成自身特色，也吸引了许多国际奢牌酒店将目光瞄准这座城市。

最近，这股势头再添重磅，小众奢华酒店品牌科林西亚（Corinthia）也把它的东亚首秀放在成都，让不少酒店控期待不已。



这个源自欧洲小国马耳他的奢牌，虽然在国内十分低调，却已有 60 多年历史，全球目前仅设 12 家分号。

而它最拿手的，是把历史地标改造成兼具度假艺术和生活温度的现代居所，让私邸般的温情服务与精致古典在酒店空间里自然生长。



《酒旅资讯专刊》2026年2月刊 总第274期

其中最具代表性的当属 Corinthia London，不仅是《007》、《奇异博士》的取景地，也常被卷福、牛姐等明星视为下榻首选。



如今，它又将与成都碰撞出怎样的火花？

Part 01

世龙国际中心
牵手科林西亚





不久前，成都世龙国际中心宣布，将引入大中华区首家科林西亚酒店，并计划今年3月举行签约仪式。

这座位于天府一街十字路口的综合体——世龙国际中心，是城南地块里的“老面孔”。项目紧邻地铁1号线世纪城站，周边有环球中心、皇庭国际中心、棕榈泉和四川广播电视台，位置十分优越。



2009年，业主成都世龙实业以3亿元拿下该地块，随后启动了世龙国际中心项目的开发。

按照最初规划，项目涵盖了住宅、写字楼、商业、公寓及国际品牌酒店等配套基础设施的组成，然而实际的推进过程颇为缓慢。2015年，它曾高调签约JW万豪，最终却不了了之。

沉寂十多年后，去年3月，世龙国际中心以“城市度假地标”为新定位迎来重启，总投资约40亿元。





目前，T1、T2 及右侧两栋塔楼已开工，而最左侧酒店塔楼仍作售楼部使用，尚未正式建设。

随着科林西亚酒店确定入驻，这个老牌综合体正提速焕新，未来有望成为成都城南高新极核的新度假地标。

Part 02
从马耳他庄园出发
奏响经典与现代的乐章



欧洲作为科林西亚的发源地，拥有最多的品牌分号。

而它的传奇，则始于六十年前马耳他首都附近的一间不起眼的餐厅 Villa Refalo。

1968年，品牌创始人 Alfred Pisani 将 Villa Refalo 改建为首家科林西亚酒店。

与此同时，整个 Pisani 家族投入了大量的金钱与数年的心血对酒店的古董庄园进行了大规模修复，最终呈现出一处兼具英式和法式特征的美妙花园。

在延续历史建筑结构的同时，室内则以现代简约风格重新演绎，让古典与当代自然交融，也让每处空间充满岛屿独有的灵魂。

酒店拥有 147 间客房，部分客房带有的阳台，更是以古希腊立柱式样的围栏所构成，推窗迎接阳光和绿意也充满了仪式感。



而酒店的雅典娜水疗中心更是名声在外，是一处充电、放松与重启身心的静谧空间。

时至今日，这座充满古典风情的度假庄园已成为声名显赫的马耳他科林西亚宫酒店（Corinthia Palace Malt）。



也正是从这里出发，科林西亚逐步走向新贵度假的热门，陆续在布达佩斯、圣彼得堡、里斯本等城市推出一系列地标分号。

Part 03
跨越非洲与北美
世界触手可及



从地中海起家的科林西亚，一边在熟悉的欧洲海岸线深耕，一边把版图慢慢铺向更远的大陆。

2003年，科林西亚进军非洲，在利比亚首都的黎波里打造了当地首屈一指的 Corinthia Tripoli，把一贯的优雅与度假气质带进新城市的节奏里。



酒店位于城市商业区与历史街区的交汇处，一侧俯瞰麦地那古城风貌，一侧远眺壮阔的地中海，尽揽城市与海岸的双重景致。

建筑主体由两座宏伟的凹形双塔构成，色调呼应北非沙漠风貌，在蓝天与棕榈的映衬下，既显庄重异域气息，又展现出现代建筑的力量感。



酒店设有 300 间行政客房与套房，并配备完善的会议、宴会及餐饮设施，同时拥有豪华水疗中心、户外泳池与典雅的公共空间。如此齐全的规模与配套，也让它顺理成章地成为北非备受青睐的顶级酒店。

与酒店塔楼相连的专属商务办公楼，如今已被石油与天然气企业悉数入驻，整座建筑群自成一座小型城市地标。

从北非海岸线转身跨越大西洋，2024 年，科林西亚在美国纽约开启北美首站，打造了首家北美分号——The Surrey, A Corinthia Hotel。

酒店坐落于绿树成荫的上东区，距中央公园仅数步之遥，曾是二十世纪名流偏爱的私邸。

经知名设计师 Martin Brudnizki 操刀焕新后，建筑外观依旧保留装饰艺术时期的优雅线条，室内则以更轻盈、当代的语言重新演绎，既有老纽约的味道，也多了几分自在与松弛。





《酒旅资讯专刊》2026年2月刊 总第274期

酒店共设70间客房与30间套房，以柔和米色为主调，搭配镜面细节、温润木质家具与暖光照明，在复古优雅与现代舒适之间取得平衡，营造出低调而温馨的奢华氛围。



位于酒店二层、与 Sisley Paris 合作打造的水疗中心同样令人难忘。约2500平方英尺的静谧空间宛如曼哈顿繁华中的一片绿洲，再生盐疗墙、蒸汽房、桑拿与静谧露台一应俱全，很适合在城市的快节奏中按下暂停键。

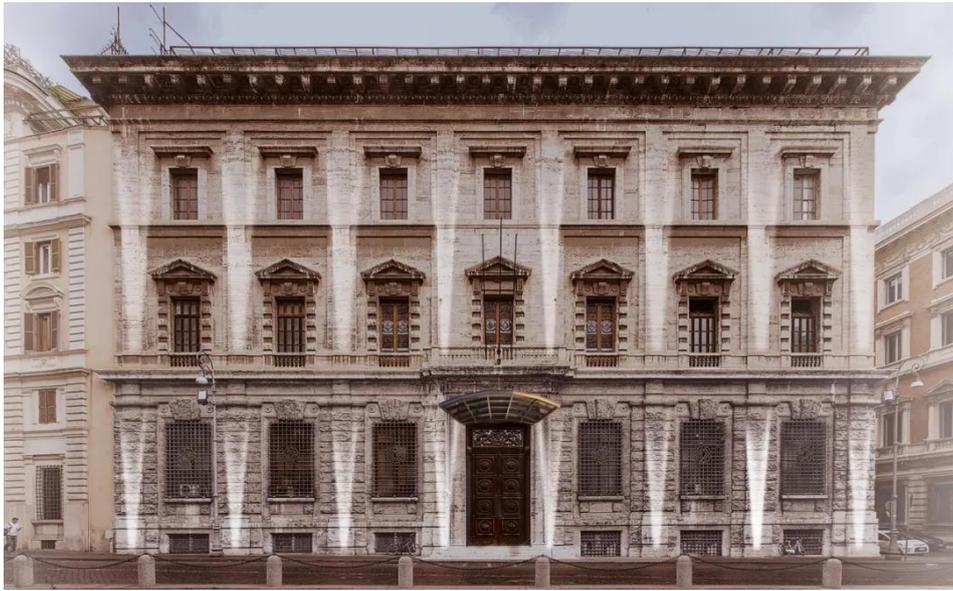
Part 04
意大利首秀
百年银行变宫殿酒店



与此同时，本月科林西亚还即将在罗马揭幕全球第13家分号。这座殿堂级新将意式新古典美学与其一贯精益服务相结合，尚未开业便已吊足期待。

酒店坐落在罗马历史核心的 Campo Marzio 区，步行即可抵达万神殿、古罗马广场与西班牙台阶，周围尽是复古而浓郁的艺术气息。

它前身为1914年落成的意大利中央银行大楼，由建筑师 Marcello Piacentini 设计。2019年，此处物业被收购后，由知名设计事务所 G.A. Design 操刀修复与改造，历经数年焕新，这座新古典主义宫殿终于重现光彩。



在保留大理石墙板、壁画与雕刻木饰等历史细节的基础上，酒店的七层空间以克制而精致的现代设计语言重塑了优雅复古的氛围，饰以柔美曲线的大理石浮雕，让人仿佛置身于一座低调而华丽的宫殿。





酒店共设60间客房包括了21间套房，延续原有建筑的开阔比例与采光，在修复的历史元素与当代意大利设计之间取得平衡。

其Theodol套房尤为亮眼——这里曾是议事厅，仍保留Giulio Bargellini于20世纪20年代绘制的壁画，并可俯瞰蒙特奇托里奥宫。



值得一提的是，由米星主厨Carlo Cracco主理的Viride餐厅，以“绿色”为灵感，把罗马花园的四季融入经典意式料理，呈现更轻盈现代的风味表达。



水疗中心则设于原银行金库之中，以罗马月桂花环为灵感打造，三间护理室与双浸浴池将古老仪式感融入当代理疗。

目前酒店已开放预订，预计月底将迎来它的首批住客。

接下来，从风景如画的科莫湖、到速度之城迪拜、再到度假天堂马尔代夫，科林西亚的更多新分号也在孕育之中，每一站都让人满心期待！



成都银杏酒店管理学院 GINGKO COLLEGE OF
HOSPITALITY MANAGEMENT

主办单位：成都银杏酒店管理学院图书馆

出版发行：内部刊物

责任编辑：杨巧

出版期号：2026年第2期月刊（总第274期）

投稿方式：yxxytsg@163.com

联系电话：028-87979510

备注：本刊仅做内部学习交流，如有侵权，请联系删除。