



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年上海宾馆酒店行业 投资分析及前景预测报告

## 一、调研说明

《2009-2012年上海宾馆酒店行业投资分析及前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/126024.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

自1980年开始，中国酒店业的产业规模成倍数地加速发展。酒店的供给量随着需求的扩大而快速增长。至2007年底，中国本土星级酒店已经达到了14326家，其中包括：白金五星4家，五星361家，四星1631家，三星5534家，二星6158家。

上海酒店业主要由两大部分构成，即星级酒店与社会旅店。星级酒店提供多功能服务，即除了客房住宿以外，还有餐饮服务、康健娱乐设施服务、会议设施服务等等；社会旅店提供单一的有限服务，即客房住宿。

截止至2007年底上海共有正式评定的星级酒店374家，其中五星级38家、四星级51家、三星级131家、一、二星级154家。此外还有25家左右相当于四、五星级水平但尚未评星的酒店。从分布状况看，四、五星级酒店大都集聚在中心城区，三星级以下酒店相对平衡。从星级酒店经营情况来看，星级较高的酒店经营情况较好，星级较低酒店经营情况相对较差。

截止至2007年底，上海有各类社会旅店3460余家，分布在全市各个角落。根据其客房结构的不同，社会旅店可大致分为三类：一是经济型商务旅店，二是假日旅店，三是青年旅店。社会旅店整体来看有这么几个特点：（1）价格浮动范围大；（2）分布面广；（3）新型经济型连锁旅店发展迅速。

上海存量酒店供需的总体状况可以概况为两句话，即“大体平衡，部分酒店略有供余”。2006年上海新增高星级酒店客房5901间；2006年沪上经济型连锁酒店和其他社会旅店新增客房12500间。2007年新增高星级酒店客房数是8576间，新增中低端酒店、旅店客房1.5万间。同时，大量涌现的新酒店，使得酒店人才的缺口进一步被拉大。以2010年上海世博会需求来测算，上海星级酒店人才从总量上看缺口巨大，约有50万的人才缺口。

借着北京奥运会和上海世博会的东风，以及旅游、会展经济的迅速走热，上海已成为亚洲五星级酒店房价最高的城市之一。受旅游、会展经济和奥运会等因素的推动，众多大型跨国公司都积极在沪拓展高档酒店市场，国际酒店集团十强在上海拥有和管理的高级酒店为54家，申城高星级酒店的国际化竞争格局已经形成。

随着2010年世博会的临近，上海迎来新一轮的宾馆酒店建设和改造高潮。上海必须改造400多家和新建300多家宾馆，才能满足潜在的需求。世博会游客的消费模式多种多样，需要大量多样化的住宿条件，这将为酒店行业创造巨大的增长潜力。第一章 酒店概述

### 1.1 酒店概念及分类

#### 1.1.1 酒店的定义

#### 1.1.2 酒店的分类

#### 1.1.3 经济型酒店的定义与特点

#### 1.1.4 产权式酒店的概念及类型

## 1.2 酒店的相关简介

### 1.2.1 酒店业的基本特点

### 1.2.2 酒店的基本部门设置

### 1.2.3 酒店部门职能

## 第二章 中国酒店业的发展

### 2.1 中国酒店业的发展概述

#### 2.1.1 中国古代酒店的发展综述

#### 2.1.2 中国近代酒店的发展分析

#### 2.1.3 中国现代酒店业的特点分析

#### 2.1.4 中国酒店业的发展回顾

#### 2.1.5 中国酒店业发展特点分析

### 2.2 2006-2008年中国酒店业的运行状况

#### 2.2.1 2006年中国星级酒店发展概况

#### 2.2.2 2007年中国酒店业发展概述

#### 2.2.3 2007年中国酒店市场动态解析

#### 2.2.4 2008年奥运期间酒店业喜乐不均

### 2.3 酒店业的经营管理分析

#### 2.3.1 酒店的管理模式探讨

#### 2.3.2 酒店的需求管理分析

#### 2.3.3 酒店的组织管理分析

#### 2.3.4 酒店人力资源管理解析

#### 2.3.5 酒店客户关系管理分析

### 2.4 中国酒店业发展存在的问题与对策

#### 2.4.1 酒店业发展面临的挑战

#### 2.4.2 中国酒店业市场壁垒分析

#### 2.4.3 酒店业人才管理急需规范化

#### 2.4.4 中国酒店业与国际酒店业存在较大差距

#### 2.4.5 中国酒店业建设和管理存在的问题及对策

#### 2.4.6 中国酒店业可持续发展策略分析

#### 2.4.7 消费需求不足状况下酒店的经营策略

### 2.5 中国酒店业发展趋势分析

#### 2.5.1 后奥运时代中国酒店业前景光明

- 2.5.2 中国酒店行业未来发展方向
- 2.5.3 中国酒店业未来发展政策导向

### 第三章 上海酒店业发展分析

#### 3.1 上海酒店业发展概况

- 3.1.1 2006年上海酒店业发展回顾
- 3.1.2 2007年上海酒店业的发展综述
- 3.1.3 2007年上海高档酒店市场房价与收益情况
- 3.1.4 2008年精品酒店风靡上海市场
- 3.1.5 2008年上海酒店市场掀起产权转让热潮
- 3.1.6 上海酒店市场兴起绿色消费趋势

#### 3.2 上海酒店市场客源与供需分析

- 3.2.1 上海酒店客源细分市场特征
- 3.2.2 上海3-5星级酒店客源市场解析
- 3.2.3 上海酒店客源呈现两极分化
- 3.2.4 上海酒店市场需求旺盛

#### 3.3 上海各类酒店物业竞争力分析

- 3.3.1 酒店式公寓和服务式公寓比较
- 3.3.2 服务式公寓与公寓式酒店比较
- 3.3.3 公寓式酒店与传统旅游星级酒店比较
- 3.3.4 传统旅游星级酒店与经济型酒店比较
- 3.3.5 经济型酒店与公寓式酒店比较

#### 3.4 上海酒店业发展存在的问题与对策分析

- 3.4.1 上海酒店业人才供需矛盾突出
- 3.4.2 促进上海酒店业健康发展的建议
- 3.4.3 上海酒店业健康发展的宏观调控
- 3.4.4 上海酒店业发展的营销策略
- 3.4.5 上海酒店业品牌经营战略解析

### 第四章 上海酒店细分市场

#### 4.1 上海经济型酒店

- 4.1.1 经济型酒店的发展概述
- 4.1.2 上海经济型连锁酒店基本发展状况
- 4.1.3 私募基金强势进入上海经济型酒店业

4.1.4 上海经济型酒店发展势头迅猛前景无限

4.1.5 2008年上海经济型酒店掀起并购狂潮

## 4.2 上海产权式酒店

4.2.1 产权式酒店发展概述

4.2.2 上海产权式酒店市场需求旺盛

4.2.3 上海产权商务酒店备受市场青睐

4.2.4 上海产权式酒店经营策略探讨

## 4.3 上海酒店式公寓

4.3.1 酒店式公寓在中国的兴起

4.3.2 上海酒店式公寓的发展概况及特点

4.3.3 上海市酒店式公寓调查研究

4.3.4 上海市酒店公寓面临断供瓶颈

## 第五章 相关因素对上海酒店业的影响

### 5.1 世博会给上海酒店业带来新机遇

5.1.1 2010年世博会的十大商机

5.1.2 上海酒店业纳入世博会商业化版图

5.1.3 世博会引起上海酒店业比拼加速

### 5.2 上海旅游业

5.2.1 旅游业对酒店业的促进关系

5.2.2 世博会对上海旅游业的影响

5.2.3 2007年上海旅游行业发展综述

5.2.4 2008年上半年上海旅游市场分析

5.2.5 上海旅游业发展面临的主要问题

5.2.6 上海旅游业发展方式的变革

### 5.3 上海会展业

5.3.1 会展经济拉动上海酒店业发展

5.3.2 上海会展业总体发展回顾

5.3.3 2008年上海会展业步入全盛时代

5.3.4 上海会展业的国际竞争力分析

5.3.5 上海会展业的发展目标、重点及措施

### 5.4 上海餐饮业

5.4.1 餐饮业对酒店业的影响

- 5.4.2 2007年上海餐饮业呈现衰退隐忧
- 5.4.3 2008年上半年上海餐饮市场综述
- 5.4.4 2008年下半年上海餐饮业增长缓慢
- 5.4.5 21世纪上海餐饮市场的发展趋势

## 第六章 上海市主要酒店企业分析

- 6.1 上海锦江国际酒店发展股份有限公司
  - 6.1.1 公司简介
  - 6.1.2 2007年1-12月锦江国际经营状况分析
  - 6.1.3 2008年1-12月锦江国际经营状况分析
- 6.2 上海东方明珠（集团）股份有限公司
  - 6.2.1 公司简介
  - 6.2.2 2007年1-12月东方明珠经营状况分析
  - 6.2.3 2008年1-12月东方明珠经营状况分析
- 6.3 其他酒店企业
  - 6.3.1 上海金茂君悦大酒店
  - 6.3.2 上海四季酒店
  - 6.3.3 上海富豪环球东亚酒店
  - 6.3.4 上海巴黎春天大酒店
  - 6.3.5 上海和平饭店
  - 6.3.6 上海浦东香格里拉大酒店
  - 6.3.7 上海恒升半岛国际酒店

## 第七章 上海酒店业投资及发展趋势分析

- 7.1 酒店业SWOT分析
  - 7.1.1 中国酒店业SWOT分析
  - 7.1.2 经济型酒店行业SWOT分析
  - 7.1.3 产权式酒店投资优势与风险分析
  - 7.1.4 上海经济型酒店的投资机会分析
- 7.2 上海酒店业投资概况
  - 7.2.1 外资酒店集团积极拓展上海高端市场
  - 7.2.2 民资进军上海酒店业
  - 7.2.3 上海高级酒店凸现投资热潮
  - 7.2.4 上海酒店投资挑战与机遇同在

- 7.3 上海酒店业投资建议分析
  - 7.3.1 酒店业的五种投资策略
  - 7.3.2 上海经济型酒店投资建议
  - 7.3.3 上海传统中档酒店投资策略
  - 7.3.4 上海产权式酒店发展出路
- 7.4 上海酒店业前景及趋势分析
  - 7.4.1 上海酒店行业前景分析
  - 7.4.2 上海酒店业发展趋势分析
  - 7.4.3 上海高档酒店式服务公寓前景看好

## 附录

附录一：中国旅游饭店行业规范

附录二：上海市旅馆业治安管理实施细则图表目录：图表1 酒店顾客的需求意向

图表2 中国星级酒店的规模

图表3 中国星级酒店数量排名前十名的地区

图表4 2006年全国星级酒店总体规模

图表5 2006年全国星级酒店按注册登记类型酒店数量构成情况

图表6 2006年全国星级酒店按注册登记类型酒店客户构成情况

图表7 2006年全国星级酒店按规模划分构成情况

图表8 2006年全国酒店按星级划分构成情况

图表9 2006年中国星级酒店按座数分地区情况

图表10 2006年中国星级酒店按客房间数分地区情况

图表11 2006年中国星级酒店客房出租率

图表12 2006年中国星级酒店按注册登记类型客房出租率

图表13 2006年中国星级酒店按规模划分客房出租率

图表14 2006年中国星级酒店按地区划分客房出租率

图表15 2006年中国星级酒店按注册登记类型营业收入情况

图表16 2006年中国星级酒店按规模划分营业收入情况

图表17 2006年中国星级酒店按地区划分营业收入情况

图表18 2006年中国星级酒店员工分布情况

图表19 2007年中国星级酒店构成情况

图表20 国际酒店集团发展进程

图表21 国际著名酒店集团所属品牌及经营模式



- 图表22 委托管理与特许经营模式比较
- 图表23 各种酒店组织的描述
- 图表24 不同类型酒店组织特征比较
- 图表25 国际酒店中外经营模式差异及原因
- 图表26 酒店客户的基本类型
- 图表27 2007年上海星级酒店构成情况
- 图表28 2007年上海高档酒店的住宿率与客房收益情况
- 图表29 2006-2007年上海高档酒店的住宿率与客房收益波动情况
- 图表30 2006年中国市场上供应量最大的前十家经济型酒店
- 图表31 2005年市场供应量最大的前十家经济型酒店
- 图表32 2005-2006年中国经济型酒店的增长情况
- 图表33 调查的上海市酒店式公寓商圈分布图
- 图表34 上海酒店式公寓规模分布
- 图表35 1996-2006年上海酒店式公寓（样本）供应分布
- 图表36 上海酒店式公寓中最小客房面积的分布图
- 图表37 上海酒店式公寓中最大客房面积的分布图
- 图表38 上海酒店式公寓客房面积跨度分布
- 图表39 上海市酒店式公寓客房最大、最小平均面积分布图
- 图表40 上海市酒店式公寓最低、最高短租金分布
- 图表41 上海酒店式公寓的短租金分布
- 图表42 2006年上海市酒店式公寓单位面积平均短租金分布
- 图表43 2006年上海市酒店式公寓最低、最高长租金分布
- 图表44 上海酒店式公寓的长租金分布
- 图表45 2006年上海市酒店式公寓单位面积平均长租金分布
- 图表46 上海各商圈酒店式公寓的租金水平
- 图表47 上海酒店式公寓经营情况
- 图表48 2008年上半年上海市接待入境旅游者人数
- 图表49 2008年上半年上海市分国别入境旅游外国人数
- 图表50 2008年上半年上海市居民出境旅游人数按年龄分组统计（比重）
- 图表51 2008年上半年上海市居民出境自助游消费分类统计（按比重）
- 图表52 2008年上半年上海市国内旅行社组团人数和接待人数
- 图表53 2008年上半年上海市国际旅行社外联人数和接待人数

- 图表54 2008年上半年上海市国际旅行社组团出境旅游人数
- 图表55 2008年上半年上海市星级宾馆（饭店）客房出租率情况
- 图表56 2008年上半年上海市星级宾馆（饭店）客房平均房价
- 图表57 2007年1-12月锦江国际主要财务数据
- 图表58 2007年1-12月锦江国际扣除非经常性损失项目和金额
- 图表59 2005年-2007年锦江国际主要会计数据和财务指标
- 图表60 2007年1-12月锦江国际主营业务分行业情况表
- 图表61 2007年1-12月锦江国际主营业务分地区情况
- 图表62 2007年1-12月锦江国际资产构成同比发生重大变动的情况
- 图表63 2007年1-12月锦江国际主要财务数据同比发生重大变动的情况
- 图表64 2008年1-12月锦江国际主要会计数据及财务指标
- 图表65 2008年1-12月锦江国际非经常性损益项目及金额
- 图表66 2008年1-12月锦江国际部分行业的营业收入、营业成本和成本率情况
- 图表67 2007年1-12月东方明珠主要财务数据
- 图表68 2007年1-12月东方明珠扣除非经常性损益项目和金额
- 图表69 2005年-2007年东方明珠主要会计数据和财务指标
- 图表70 2007年1-12月东方明珠主营业务分行业情况表
- 图表71 2007年1-12月东方明珠主营业务分地区情况
- 图表72 2008年1-12月东方明珠主要会计数据及财务指标
- 图表73 2008年1-12月东方明珠非经常性损益项目及金额
- 图表74 2006年-2008年东方明珠主要会计数据和财务指标
- 图表75 2008年1-12月东方明珠主营业务分行业情况表
- 图表76 2008年1-12月东方明珠主营业务分地区情况
- 图表77 SWOT分析示意图
- 图表75 上海旅游业对酒店业发展的影响

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/126024.html>

## 三、研究方法

### 1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。