



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国酒店产业前景 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国酒店产业前景及投资前景分析报告》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/149683.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

摘要

对酒店或饭店一词的解释可追溯到千年以前，早在1800年《国际词典》一书中写到：“饭店是为大众准备住宿、饮食与服务的一种建筑或场所。”一般地说来就是给宾客提供歇宿和饮食的场所。具体地说饭店是以它的建筑物为凭证，通过出售客房、餐饮及综合服务设施向客人提供服务,从而获得经济收益的组织。

酒店与汽车旅馆的主要分别，是汽车旅馆通常有独立出入口连接房间，而酒店则一般要经过大门及大堂才可进入房间，亦比较豪华舒适。

酒店房间的基本设备包括床、衣柜、茶几、一般亦设有电话、电视、闹钟；并有雪柜，内有各种饮料、酒类及小食，全部需收费，在结帐时缴付。房间亦备有电水煲，水杯及咖啡、茶包、奶、砂糖等供住客使用。除了十分便宜的酒店外，房内通常都设有独立浴室，内有坐厕、浴缸及淋浴设备。较高级及先进的酒店，亦设有互联网接驳服务，可能需额外收费。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国酒店行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区酒店市场的发展状况、酒店消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国酒店市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对酒店未来发展趋势进行了研判，是酒店生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前酒店行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009-2010年中国酒店业运行环境解析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2009-2010年中国酒店业政策环境分析

一、全国酒店产业政策与发展方向

二、酒店最新政策

三、酒店产业相关法律法规问题

第三节 2009-2010年中国酒店业发展社会环境分析

第二章 2009-2010年国际酒店业运行态势分析

第一节 2009-2010年国际酒店业发展概述

- 一、全球酒店业中心开始转移
- 二、全球酒店业总体运行总况
- 三、2009年全球酒店房价行情分析
- 四、2010年亚太地区酒店业三项主要指标显著提高
- 五、国际著名跨国酒店集团介绍

第二节 2009-2010年国际宾馆酒店业的经营管理综述

- 一、国际酒店管理集团经营模式分析
- 二、国际宾馆酒店业管理的主要体制特点
- 三、西方酒店业引入全面质量管理
- 四、国外饭店集团介入的管理形式
- 五、国际一流酒店经营管理的五大新趋势

第三节 2009-2010年欧洲酒店业运行分析

- 一、欧洲酒店业总体概述
- 二、欧洲酒店业总体需求新趋向
- 三、欧洲酒店价格分析
- 四、俄罗斯酒店市场颇受青睐
- 五、德国酒店业发展概况
- 六、西班牙酒店业发展概况

第四节 美国酒店业

- 一、美国酒店行业收入增长情况
- 二、美国酒店业的供需情况分析
- 三、美国酒店业陷入困境纷纷转向中东市场
- 四、美国酒店业的发展预测

第五节 东南亚酒店业

- 一、东南亚酒店业发展综述
- 二、泰国酒店业运行分析
- 三、新加坡酒店供求及价格分析
- 四、柬埔寨星级酒店业发展近况

第三章 2009-2010年中国酒店业运行新形势透析

第一节 中国酒店业的演变历程

一、中国古代酒店

二、中国近代酒店

三、中国现代酒店

第二节 2009-2010年中国酒店业运行动态分析

一、中国酒店业发展分析

二、国内数千家酒店与全球订房网HRS.cn续签协议

三、中国酒店业面临 "后奥运低谷"

四、特许业新规实施带动酒店业连锁洗牌

五、2010年全国星级酒店开业统计报告

第三节 金融风暴影响下酒店业的发展现状分析

一、金融危机下的中国酒店业发展

二、金融风暴打破中国酒店业格局

三、扩大内需商务部将大力发展酒店餐饮业

第四节 2009-2010年中国酒店业面临的问题与挑战

一、中国酒店业存在的壁垒分析

二、中国酒店业面临的主要问题

三、中国酒店业人才缺失严重

第五节 2009-2010年促进中国酒店业发展的对策

一、消费需求不足状况下酒店的经营策略

二、中国酒店业应拥有自己的国际品牌

三、酒店业的个性化服务

四、酒店业应对金融危机的策略

第四章 2009-2015年中国商务酒店运行态势分析及展望

第一节 商务酒店相关概述

一、商务旅游阐述

二、商务酒店特性分析

第二节 2009-2010年中国商务酒店运行概况

一、商务酒店试图走出"草根经济"

二、商务酒店低价抢市场

三、商务酒店休闲蔚为风尚

四、商务酒店紧随商务客人的需求变化分析

五、商务酒店在线销售模式风行

第三节 2009-2010年中国商务酒店投资动态分析

一、商务酒店掀起投资狂潮

二、国际商务型酒店纷纷进驻广东

三、商务酒店蜂拥济南

四、全球投资机构看好中国商务酒店市场

五、商务酒店的价值投资

第四节 未来中国商务酒店发展策略及前景分析

一、商务酒店品牌建设的策略分析

二、中国商务酒店发展道路探讨

三、商务酒店经营策略分析

四、商务酒店面临美好发展前景

第五章 2009-2015年中国旅游度假酒店运行态势分析及展望

第一节 假日经济与酒店业关联性分析

一、假日经济带动旅游酒店业发展

二、假日调整对酒店业的影响

三、“假日经济”魅力下酒店的营销管理

第二节 2009-2010年中国旅游度假酒店概况

一、中国旅游酒店业发展现状

二、成功携手全球两大旅游度假酒店资源联盟

三、气候对度假酒店的重要性

四、海南成中国度假酒店前沿阵地

第三节 2009-2010年分时度假酒店在中国的发展分析

一、分时度假的产生与发展

二、分时度假在中国的发展分析

三、中国分时度假的四种经营者

四、中国分时度假业亟待规范

五、中国分时度假迈入青年期

第四节 2009-2010年中国旅游度假酒店市场营销分析

一、中国度假酒店市场营销的特点

二、度假酒店的营销策略分析

三、休闲度假型酒店的散客销售

四、4Cs营销理念在中国度假饭店的运用

第五节 未来中国度假酒店经营管理新趋势探析

一、多元化发展将是度假酒店的必然现象

二、主题经营将是度假酒店竞争制胜的基本定律

三、提高客人体验价值将是度假酒店的服务之道

四、快乐工作将是度假酒店员工管理的重要课题

五、连锁经营将是度假酒店企业发展的必然选择

第六节 2010-2015年中国旅游度假酒店的对策与前景分析

一、发展度假酒店的对策分析

二、室内水上乐园度假酒店投资方案分析

三、2010-年中国度假型酒店将迅猛发展

四、未来百余座高端度假酒店将落户海南

第六章 2009-2015年中国经济型酒店运行态势分析及展望

第一节 经济型酒店基础概述

一、经济型酒店的特点分析

二、经济型酒店的位置与环境

三、经济型酒店的投资与评估

四、经济型酒店的规模与功能

五、经济型酒店的风格与形式

第二节 2009-2010年中国经济型酒店发展分析

一、经济型酒店演变历程

二、中国经济型酒店业发展大事记

三、2009中国经济型酒店行业发展动态

四、经济型酒店品牌竞争力分析

五、2010年中国经济型酒店开始第二轮扩张

六、2010年中国经济型酒店迎来"战国时代"

七、2010年中国经济型酒店即将进入品牌整合时期

第三节 2009-2010年中国经济型酒店消费市场分析

一、消费者构成及特征

二、消费的动机与原因

三、消费者认知能力

四、消费心理与消费趋势

第四节 2009-2010年中国经济型酒店的经营与管理分析

一、中国经济型酒店经营管理状况分析

二、现代经济型酒店经营利润高

三、中国经济型酒店先行者的管理模式分析

四、经营经济型酒店关键把握因素

五、经济型酒店冲出重围经营策略

第五节 2009-2010年中国经济型酒店的效益分析

一、投入产出分析

二、经济型酒店的投资回报分析

三、经济型酒店与资本市场结合的路径

四、经济型酒店的土地使用权存在隐患

第六节 2009-2010年中国经济型酒店的运作模式分析

一、开发模式

二、选址要求

三、注册成立酒店管理公司

第七节 2009-2010年中国经济型酒店面临的问题及策略

一、经济型酒店行业存在的问题

二、中国经济型酒店遭遇三大考验

三、经济型酒店在发展中应注意的问题

四、经济型酒店应注意回避的误区

五、中国经济型酒店的特色品牌的创建

六、中国经济型酒店的发展策略

第八节 2010-2015年中国经济型酒店发展前景与趋势探析

一、经济型酒店业的发展潜力巨大

二、中档经济型酒店发展面临新契机

三、差异化经营成经济型酒店的必然趋势

四、经济型酒店产业集中是必然趋势

五、未来中国经济型酒店的发展趋势

第七章 2009-2015年中国产权式酒店运行态势分析及展望

第一节 产权式酒店概述

- 一、产权式酒店的概念
- 二、产权式酒店的类型
- 三、产权式酒店发展驱动因素分析

第二节 2009-2010年中国产权式酒店现状综述

- 一、国外产权式酒店浅析
- 二、中国产权式酒店方兴未艾
- 三、产权式酒店成楼市新亮点
- 四、“产权式酒店”发展渐好需预警误区

第三节 2009-2010年中国产权式酒店的投资优势解析

- 一、资金快速回笼
- 二、获得高额回报
- 三、实现酒店与业主的“双赢”

第四节 2009-2010年中国产权式酒店的投资风险及防范

- 一、产权式酒店的主要投资风险及规避方法
- 二、产权式酒店投资风险来源
- 三、产权式酒店投资风险大
- 四、产权式酒店投资风险的法律防范措施

第五节 2009-2010年中国产权式酒店的投资方法

- 一、投资产权式酒店的要素
- 二、产权式酒店投资价值分析
- 三、产权式酒店公寓的投资策略分析
- 四、投资产权式酒店的应注意的问题

第六节 2010-2015年中国产权式酒店发展对策及前景分析

- 一、中国千余家产权酒店争抢世博机遇
- 二、中国产权式酒店发展需三方面共同努力
- 三、我国产权式酒店业发展的思路
- 四、未来产权式酒店发展具有三大利好

第八章 2009-2015年中国酒店式公寓运行态势分析及展望

第一节 酒店式公寓阐述

- 一、酒店式公寓的特征

二、酒店式公寓目标客户群的类型

三、酒店式公寓的定位

第二节 2009-2010年中国酒店式公寓发展概述

一、酒店式公寓物业成租务焦点

二、酒店式公寓的市场细分越来越精细

三、酒店式公寓将突起二线城市

四、酒店式公寓市场进入转折期

第三节 2009-2010年中国酒店式公寓的产品开发分析

一、项目选址策略

二、目标消费群定位

三、产品设计策略

四、产品销售策略

五、销售成本控制策略

六、经营管理策略

第四节 2009-2010年中国酒店式公寓的投资风险分析

一、五大隐性成本

二、非住宅税费

三、房屋土地性质

四、投资实力

五、避免扎堆出租

第五节 2010-2015年中国酒店市公寓投资价值及前景分析

一、酒店式公寓的投资回报模式探讨

二、酒店式公寓的投资价值分析

三、酒店式公寓的市场投资前景分析

第九章 2009-2015年中国主题酒店运行态势分析及展望

第一节 主题酒店基本概念

一、主题酒店的缘起与兴起

二、主题酒店的一般类型

三、主题酒店与特色酒店的异同

四、世界各地主题酒店大观

第二节 2009-2010年中国主题酒店的发展概况

一、主题酒店在中国的兴起

二、主题酒店成酒店营销新方式

三、中国主题酒店的发展模式分析

四、中国主题酒店发展趋势解读

第三节 2009-2010年中国各城市主题酒店发展动态

一、哈尔滨兴起主题酒店热潮

二、奥运主题酒店丰富北京旅游业态

三、中国首家水文化主题酒店落户深圳

四、中国首家漫画主题酒店现身杭州

第四节 2009-2010年中国主题酒店的投资分析

一、对主题的认识

二、主题酒店的发展空间

三、主题酒店的市场定位

四、主题的延伸和更新

第五节 2009-2010年中国建设主题酒店的三要素分析

一、服务功能

二、市场细分

三、特色文化

第十章 2009-2015年中国绿色酒店运行态势分析及展望

第一节 绿色酒店定义及由来

一、绿色饭店的定义

二、绿色酒店的标准

三、全球八大绿色酒店介绍

四、创建绿色酒店的意义

第二节 2009-2010年中国绿色酒店发展概况

一、绿色酒店逐渐成投资新宠

二、绿色酒店成为酒店主要发展趋势

三、环保时代需要绿色酒店

四、我国将建万家"绿色酒店"

第三节 2009-2010年中国绿色酒店发展的问题及思路

一、观念方面

- 二、政策和管理方面
- 三、绿色酒店发展思路
- 四、建设绿色酒店实施要求

第十一章 2009-2010年北京酒店业市场运行局势分析

第一节 2009-2010年北京酒店业发展综述

- 一、2009年北京酒店业发展回顾
- 二、2009年北京酒店供需分析
- 四、2009年北京星级酒店市场分析
- 五、2009年北京经济型酒店入住率
- 六、2009-2010年北京星级饭店经营、接待住宿者、平均房价及出租率数据
- 七、北京酒店业市场十大特点

第二节 后奥运时代北京酒店业的发展

- 一、后奥运时代北京酒店市场需求分析
- 二、后奥运时代北京酒店业长期发展形势乐观
- 三、后奥运时代北京酒店业发展策略分析

第三节 2009-2010年北京酒店业竞争分析

- 一、北京酒店业市场竞争态势分析
- 二、中国本土酒店在北京全面扩张
- 三、外资品牌酒店进驻北京市场

第四节 2009-2010年北京公寓式酒店市场分析

- 一、公寓式酒店概述
- 二、北京公寓式酒店的供给特点
- 三、北京公寓式酒店的需求分析
- 四、北京公寓式酒店市场交易特点分析
- 五、2009年北京酒店式公寓投资简析

第十二章 2009-2010年上海酒店业市场分析

第一节 世博会带来新机遇

- 一、世博会期间经济型酒店供给分析
- 二、世博会将给上海酒店业带来大机遇
- 三、上海酒店业受益于前世博效应

四、上海酒店世博期间将提价

第二节 2009-2010年上海酒店业发展概况

一、上海酒店市场分析

二、上海世博会期间酒店供应分析

三、上海世博会期间酒店订单猛增

四、上海迪士尼带来酒店业发展新机遇

五、上海成高端酒店业黄金地

六、上海高星级酒店业经营情况分析

第三节 2009-2010年上海酒店市场客源分析

一、上海酒店客源细分市场特征

二、上海星级酒店客源市场解析

三、上海酒店客源结构多元化

第四节 2009-2010年上海酒店业投资分析

一、上海引发酒店投资浪潮

二、民资进军上海酒店业

三、投资上海酒店业前景可观

四、上海高档酒店式服务公寓投资前景看好

五、世博会成为上海酒店业投资新契机

第五节 2009-2010年上海酒店业发展对策分析

一、促进上海酒店业健康发展的建议

二、上海酒店业品牌经营战略解析

第十三章 2009-2010年广州酒店业市场分析

第一节 2009-2010年广州酒店业概况

一、广州酒店市场总体回顾

二、金融危机重挫广州酒店业

三、广州五星级酒店价格分析

四、广州高星级酒店经营分析

第二节 2009-2010年广州酒店业竞争格局

一、广州酒店业竞争加剧

二、广州酒店业面临重新洗牌

三、广州老牌五星级酒店异地开新战场

第三节 2009-2010年广州酒店业问题与对策分析

- 一、广州中档酒店的困境与发展思路
- 二、亚运会给广州酒店带来新的挑战
- 三、广州酒店业应实行体育营销策略
- 四、广州酒店业发展对策分析

第四节 未来广州酒店业发展趋势探析

- 一、广州酒店式公寓投资前景广阔
- 二、2010年亚运期间广州酒店房价标准出台
- 三、2010年广州星级酒店发展预测

第十四章 2009-2010年深圳酒店业市场营运形势分析

第一节 2009-2010年深圳酒店业概况

- 一、深圳高级酒店现状分析
- 二、深圳经济型酒店的供需及经营模式解析
- 三、深圳酒店业步入快速发展期
- 四、深圳酒店借品牌管理走向全国

第二节 2009-2010年深圳酒店业的竞争分析

- 一、深圳经济型酒店抢夺关外市场
- 二、国际酒店集团竞逐深圳市场
- 三、深圳酒店业新生力量崛起

第三节 2010-2015年深圳酒店业发展趋势预测分析

第十五章 2009-2010年中国酒店业竞争新格局透析

第一节 2009-2010年中国酒店业竞争概况

- 一、中国经济型酒店竞争格局分析
- 二、中国经济型酒店转向中档连锁市场竞争
- 三、2010年外资酒店加速圈地
- 三、本土连锁酒店应对国际大肆扩张
- 四、酒店业面临超值竞争时代的挑战

第二节 2009-2010年现代酒店业的市场竞争分析

- 一、产品的开拓和发展分析
- 二、市场竞争中的价格分析

三、市场竞争中的营销分析

四、竞争中的人员素质分析

五、酒店业竞争的新生力

六、酒店业的竞争由单一价格竞争转向品牌竞争

第三节 2009-2010年中国酒店竞争对手分析

一、竞争对手的市场占有率

二、竞争对手的财务状况

三、竞争对手的产能利用率

四、竞争对手的创新能力

五、对竞争对手的领导人进行分析

第四节 2009-2010年中国酒店业集群竞争形势分析

一、集群理论国内外发展情况

二、酒店业集群的形成与发展

三、酒店业集群优势和竞争力提升分析

第五节 2009-2010年中国提升酒店竞争力的主要策略

一、酒店信息化与智能化策略

二、经济型酒店市场细分策略

三、经济型酒店的特色经营策略

四、酒店品牌化建设策略

五、治理专业化策略

第六节 2010-2015年中国酒店行业竞争的八大趋向

一、理念竞争是先导

二、管理竞争是基础

三、人才竞争是关键

四、品牌竞争是战略

五、创新竞争是潮流

六、文化竞争是方向

七、学习竞争是动力

八、服务竞争是目标

第十六章 2009-2010年国外重点酒店企业运行分析

第一节 希尔顿国际酒店集团

- 一、企业概况
- 二、希尔顿酒店经营状况
- 三、希尔顿酒店推出移动网络预订工具
- 四、2009年北京王府井希尔顿酒店概述
- 五、2009年万达引入希尔顿打造中国顶级酒店

第二节 法国雅高酒店集团

- 一、企业概况
- 二、雅高集团经营状况
- 三、2010年雅高拓展中档酒店品牌
- 四、2010年雅高在中国发展战略

第三节 喜达屋酒店及度假酒店国际集团

- 一、企业概况
- 二、2009年喜达屋经营状况
- 三、喜达屋将豪华精选酒店引入中国
- 四、2010年喜达屋在中国发展战略

第四节 洲际酒店集团

- 一、企业概况
- 二、洲际酒店经营状况
- 三、洲际酒店推进品牌重塑计划
- 四、洲际酒店发布价格优化模块

第五节 万豪国际酒店集团

- 一、企业概况
- 二、万豪酒店经营状况
- 三、2009年万豪集团签个酒店管理合同
- 四、2010年万豪国际集团全球扩张

第六节 香格里拉酒店集团

- 一、企业概况
- 二、2009年香格里拉酒店集团首度进军俄罗斯
- 三、香格里拉酒店集团举行中国区最大规模巡展
- 四、2009年香格里拉酒店连续九年被评为世界最佳商务酒店

第十七章 2009-2010年中国重点酒店企业竞争力及关键性财务数据分析

第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 湖南华天大酒店股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 深圳新都酒店股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 金陵饭店股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第六节 广州市东方宾馆股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七节 北京首都旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第十八章 2010-2015年中国酒店相关产业及影响分析

第一节 旅游业发展分析

一、金融危机对旅游市场的影响分析

二、我国旅游资源开发分析

三、我国旅游规划现状特征分析

四、我国旅游市场网络营销创新与管理分析

五、2009年我国旅游市场特点分析

六、2010年中国游客数量预测

七、2019年中国有望成为世界第一入境游目的国

八、2020年中国旅游收入将逾亿美元

第二节 餐饮业发展分析

一、金融危机冲击下我国餐饮业发展分析

二、餐饮业连续18年保持两位数增长

三、我国餐饮业改革开放年的经验启示

四、未来五年餐饮业力争实现年均%的增速

五、餐饮业集体"用功"吸引资本

六、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析

第三节 会展业发展分析

一、会展与酒店业互动发展模式

二、会展经济迎来新的发展机遇

三、会展业将成阿里新商业文明重要组成部分

- 四、会展业在经济发展中的地位作用
- 五、我国实现会展与酒店互动发展的对策
- 六、未来中国会展业发展趋势预测

第十九章 2010-2015年中国酒店业发展前景及趋势预测

第一节 2010-2015年世界酒店业发展前景预测

- 一、全球酒店业呈多元化发展趋势
- 二、未来全球酒店业发展趋势展望
- 三、未来十年国际酒店集团发展趋势分析

第二节 2010-2015年中国酒店业新趋势分析

- 一、中国酒店业前景光明
- 二、未来九类酒店需求将扩大
- 三、中国酒店业未来发展趋势分析

第三节 2010-2015年中国未来酒店业具体发展方向

- 一、集团化与品牌化发展
- 二、绿色健康化发展
- 三、智能化发展
- 四、数字化发展
- 五、服务的个性化

第二十章 2010-2015年中国酒店业投资战略探讨

第一节 2009-2010年中国酒店业的投资特性

- 一、赢利性与成长性
- 二、酒店的周期性
- 三、要素的密集性

第二节 2009-2010年中国酒店业投资概况

- 一、中国中高档酒店业投资逆势上涨
- 二、中国酒店业陷入投资泡沫破灭的泥沼
- 三、金融危机下中国酒店业投资分析
- 四、外资投资中国酒店业机会分析

第三节 2009-2010年中外酒店投资的盈利模式

- 一、经营增长盈利模式

- 二、物业增值盈利模式
- 三、资本营运盈利模式
- 四、品牌创新盈利模式
- 五、集团建设盈利模式

第四节 2010-2015年中国酒店业投资趋势与方向

- 一、酒店投资的观念分析
- 二、中国连锁酒店投资走向差异化
- 三、二、三线城市酒店开发开始"升温"
- 四、2010中国酒店投资前景乐观

第二十一章 2010-2015年的中国酒店企业经营管理策略

第一节 酒店业经营管理基本理论

- 一、酒店管理的特点
- 二、酒店的管理层次
- 三、酒店管理技能

第二节 酒店业经营管理概述

- 一、酒店经营与管理的关系
- 二、酒店的需求管理分析
- 三、酒店的组织管理分析
- 四、酒店人力资源管理解析
- 五、酒店客户关系管理分析
- 六、酒店管理的制度创新解析

第三节 酒店市场定位

- 一、酒店产品定位概念
- 二、酒店产品定位的方法
- 三、酒店产品定位的步骤
- 四、酒店产品的定位策略

第四节 酒店业营销策略分析

- 一、酒店营销的要素介绍
- 二、不同市场需求下酒店的营销对策
- 三、拓展酒店市场营销领域的策略
- 四、新经济时代下酒店业八大营销技巧

五、酒店蜂鸣营销分析

六、中国酒店节日营销手段分析

第五节 酒店绿色营销分析

一、绿色营销及其产生基础

二、中国酒店绿色营销的推广应用

三、中国酒店营销绿色化的弊端

四、中国酒店实施绿色营销的任务和策略

五、中国酒店绿色营销的发展趋势分析

第六节 酒店业经营管理的动向分析

一、酒店经营与管理发展趋势解析

二、健康客房成为酒店营销新趋势

三、互联网营销成为酒店营销新途径

第二十二章 2010-2015年中国酒店信息化策略解读

第一节 2009-2010年中国酒店信息化的概况

一、信息科技对酒店发展的促进作用

二、国际酒店业信息化的发展与启示

三、世界酒店管理进入信息时代

四、我国星级酒店信息化建设分析

第二节 2009-2010年中国酒店行业电子商务的应用分析

一、中国酒店行业电子商务存在的问题

二、酒店营销中电子商务应用的利与弊

三、酒店电子商务优势

四、酒店电子商务建设解决方案

五、电子商务模式是酒店发展的必然趋势

六、酒店电子商务发展与展望

第三节 2009-2010年中国酒店行业信息化问题探讨

一、酒店信息化的四大问题

二、酒店业信息化选择的误区

第四节 2009-2010年中国发展酒店信息化的对策与建议

一、酒店信息化管理须从制度和产品入手

二、酒店业信息化选择的要素

三、酒店行业信息化建设方案

四、酒店行业信息化建议

第五节 2010-2015年中国酒店信息化的发展趋势探析

一、酒店信息化的三种趋势

二、酒店信息化应用将迎来高峰

三、数字化主导未来酒店信息化发展方向

四、酒店业电子分销的发展走向

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：酒店顾客的需求意向

图表：全球酒店平均客房出租率

图表：全球酒店平均房价

图表：全球酒店平均可销售客房收入

图表：2007年全球连锁酒店客房地区份额统计

图表：国际酒店集团发展进程

图表：国际著名酒店集团所属品牌及经营模式

图表：委托管理与特许经营模式比较

图表：各种酒店组织的描述

图表：不同类型酒店组织特征比较

图表：国际酒店中外经营模式差异及原因

图表：传统营销与顾客关系管理方式的特点比较

图表：欧洲各地区年均客房收益变化情况

图表：欧洲酒店业主要指标较变化情况

图表：欧洲主要旅游城市酒店业经营业绩

图表：欧洲酒店平均客房出租率年度变化情况

图表：欧洲酒店平均可销售客房收入年度变化情况

图表：欧洲10大连锁饭店就其所拥有的房间排名表

图表：全美最贵的10个城市客房价值变化幅度排名

图表：美国酒店业主要经营指标

图表：美国酒店业主要经营指标变化情况

图表：美国酒店的平均客房价值

图表：美国酒店供给量年度变化情况

图表：访港游客人均消费情况

图表：访港游客留港时间

图表：香港高价酒店规模与出租率

图表：香港中价酒店规模与出租率

图表：香港旅舍及宾馆的规模与出租率

图表：东亚太酒店业经营业绩

图表：东亚太地区酒店供给量年度变化情况

图表：东亚太地区酒店平均客房出租率年度变化情况

图表：东亚太地区酒店平均房价年度变化情况

图表：中国星级酒店的规模

图表：中国酒店区域分布状态

图表：2006年全国星级酒店总体规模

图表：2006年全国星级酒店按注册登记类型酒店构成情况

图表：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：2006年全国星级酒店按规模划分构成情况

图表：2006年全国酒店按星级划分构成情况

图表：2006年中国星级酒店按座数分地区情况

图表：2006年中国星级酒店按客房间数分地区情况

图表：2006年中国星级酒店客房出租率

图表：2006年中国星级酒店按注册登记类型客房出租率

图表：2006年中国星级酒店按规模划分客房出租率

图表：2006年中国星级酒店按地区划分客房出租率

图表：2006年中国星级酒店按注册登记类型营业收入情况

图表：2006年中国星级酒店按规模划分营业收入情况

图表：2006年中国星级酒店按地区划分营业收入情况

图表：2006年中国星级酒店员工分布情况

图表：2007年中国星级酒店构成情况

图表：全球分时度假酒店的分布

图表：2006年中国市场上供应量最大的前十家经济型酒店

图表：2005年中国市场供应量最大的前十家经济型酒店

图表：2005-2006年中国经济型酒店的增长情况

图表：2007年经济型饭店市场供应前十强企业

图表：2007年主要经济型饭店品牌企业市场增长情况

图表：2007中国经济型饭店主要企业市场份额

图表：2007年中国经济型饭店区域分布状况

图表：2006、2007年中国经济型饭店区域分布对比

图表：2007年中国经济型饭店平均房价（分地区）

图表：2007年中国经济型饭店平均出租率（分地区）

图表：2007年中国经济型饭店房价与出租率市场指标

图表：2007年中国经济型饭店收入比例

图表：2007年中国经济型饭店人工成本占总营收的比例

图表：2007年中国经济型饭店能源成本占总营收的比例

图表：2007中国经济型饭店客源构成情况

图表：2006、2007中国经济型饭店客源构成对比分析

图表：2007中国经济型饭店各企业单店人房比平均值分布区间

图表：2007中国经济型饭店各企业单店前台与后台员工比例

图表：2007中国经济型饭店员工来源

图表：2007中国经济型饭店店长薪资水平

图表：2007中国经济型饭店员工薪资水平

图表：中国经济型酒店提供的设施和服务

图表：消费者对经济型酒店"满意和关注"的内容

图表：消费者对经济型酒店的期望

图表：消费者选择经济型酒店的要素

图表：消费者获得经济型酒店信息的主要途径

图表：经济型酒店的消费者预定方式选择

图表：酒店投资概算

图表：酒店营业收入分析

图表：旅游区酒店营业分析

图表：海鲜酒家营业收入分析

图表：2006年中国经济型酒店的地区分布

图表：五星级产权酒店客房收入统计表

图表：酒店式公寓投资型客户的分类

图表：2006、2008年北京高档酒店式公寓一居室房价的涨幅比

图表：酒店式公寓居住的客户群分析

图表：北京市入境游客的变化情况

图表：北京市国内游客的变化情况

图表：北京国际客源市场结构图

图表：北京五星级酒店客房数量增长情况

图表：北京五星级酒店平均出租率及收入情况

图表：北京五星级酒店客房数量增长情况

图表：北京四星级酒店平均出租率及收入情况

图表：2005年-2007年5月星级酒店供应结构图

图表：北京各星级酒店接待住宿者情况图

图表：2007年5月北京三星级（含）以上酒店价格图

图表：2006-2007年北京高档酒店的住宿率与客房收益波动情况

图表：2007年上海星级酒店构成情况

图表：2007年上海高档酒店的住宿率与客房收益情况

图表：2006-2007年上海高档酒店的住宿率与客房收益波动情况

图表：2003-2007年9月上海星级酒店平均房价、入住率和REVPAR

图表：2008年上海酒店开业项目

图表：1997-2006年上海接待海外入境旅游者人数

图表：1997-2006年上海接待国内旅游者人数

图表：广州市境外游客增长情况

图表：广州市国内游客增长情况

图表：广州市国际客源市场结构

图表：广州市星级五星级酒店客房数量变化情况

图表：广州市星级四星级酒店客房数量变化情况

图表：16个主要客源国2007年的入境旅游人数和增长情况

图表：2007年全国各省、自治区、直辖市入境旅游接待与收入情况

图表：2007年全国36个旅游创汇大市的入境旅游接待与收入情况

图表：会展产业的结构优化模式图

图表：2007年全国住宿和餐饮业零售额同比增长情况

图表：2007年1-12月全国住宿和餐饮业零售额对比情况

图表：酒店客户的基本类型

图表：互联网时代新的电子分销中介网络

图表：三种分销渠道费用分析

图表：美国各等级酒店的投资成本平均水平

图表：1950-2020年世界主要旅游目的地的演变

图表：全球酒店财团24强

图表：全球酒店25强

图表：按销售额排名世界前25位的酒店集团

图表：全球10大酒店品牌

图表：世界最大的5个单体酒店

图表：全球平均客房出租率排名靠前的城市

图表：全球平均可销售客房收入排名前10位的城市

图表：全球平均房价排名前10位的城市

图表：2006-2009年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年上海东方明珠（集团）股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年上海东方明珠（集团）股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年上海东方明珠（集团）股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年上海东方明珠（集团）股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年上海东方明珠（集团）股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年上海东方明珠（集团）股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年湖南华天大酒店股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年湖南华天大酒店股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年湖南华天大酒店股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年湖南华天大酒店股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年湖南华天大酒店股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年湖南华天大酒店股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年湖南华天大酒店股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年上海锦江国际酒店发展股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年上海锦江国际酒店发展股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年上海锦江国际酒店发展股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年上海锦江国际酒店发展股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年上海锦江国际酒店发展股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年深圳新都酒店股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年深圳新都酒店股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年深圳新都酒店股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年深圳新都酒店股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年深圳新都酒店股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年深圳新都酒店股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年深圳新都酒店股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年金陵饭店股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年金陵饭店股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年金陵饭店股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年金陵饭店股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年金陵饭店股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年金陵饭店股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年金陵饭店股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年广州市东方宾馆股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年广州市东方宾馆股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年广州市东方宾馆股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年广州市东方宾馆股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年广州市东方宾馆股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年广州市东方宾馆股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年广州市东方宾馆股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年北京首都旅游股份有限公司偿债能力指标表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/149683.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）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。