



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年宾馆酒店行业发展 前景分析及投资风险预测报告

# 一、调研说明

《2010-2015年宾馆酒店行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/156313.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

2009年，我国旅游酒店业面临了太多的挑战，旅游酒店企业经营困难加剧，行业发展步履维艰。为保障旅游业平稳较快发展，国家旅游局及时将工作重点调整到国内旅游上，加大旅游宣传促销力度，各地方政府也纷纷推出救市措施。截至2009年底，全国星级酒店总数已经达到14639家，其中五星级506家，四星级2057家，三星级6215家，二星级5450家，一星级411家。与此同时，我国高星级酒店数量在以平均每月13家的速度递增。2009年，我国星级酒店业各项指标全面下滑，全年实现利润133.41万元，下降42.06%。其中，平均每家星级酒店实现营业收入1125.91万元，同比下降8.22%；客房平均出租率略有下降，平均房价下降6.08%，利润的降幅则高达42.06%。酒店以降低房价为代价，维持了客房出租率的相对稳定性。到2015年，中国的高星级酒店将新增一倍，整个酒店行业将新增20万家宾馆等接待设施，接下来的5年中，中国旅游酒店的投资总量将达到3400亿人民币。

2010年，亚太地区正率领全球酒店业复苏，2010年前四个月亚太地区酒店单间客房收益增长24.1%，达83美元；其中，北京、上海等地酒店入住率稳健回升，终止了持续下滑的走势。具体而言，以当地货币计，香港和北京酒店的单间客房收益增长率分别位居亚洲第二和第三位。同时，由于新需求涌入市场，北京和上海的入住率的增长分别达30.7%和19.3%，终止了经济衰退时期持续下滑的走势。与许多其他国家相比，中国酒店业反弹更为迅猛，印证了中国酒店业作为全球领导者的地位在引领全球酒店业复苏。2010年下半年酒店业的发展势头会更强劲，尤其是上海的酒店业，受世博会影响上海酒店住房率、平均房价等指标都在持续回升。2010年前4月，上海酒店平均入住率为52.5%，平均房价为115美元；同期，北京市场酒店平均入住率为57.6%，平均房价为91美元。

2010年，国务院国资委做出部署和安排，从2010年起，争取用3-5年时间在下属央企全面开展非主业宾馆酒店分离重组工作。不以宾馆酒店为主业的中央企业，要制订本企业所属非主业宾馆酒店分离重组工作方案，报国资委批准后组织实施。据相关资料统计，国资委下属129家央企中，酒店资产合计超过1000亿元。国资委针对此次大规模剥离非主业宾馆酒店业务确定了三条路径，即未经国资委批准，不以宾馆酒店为主业的中央企业，不准再投资新建经营性的宾馆酒店；被剥离的宾馆酒店，将通过无偿划转、协议转让、市场转让等方式，重组到以宾馆酒店为主业的优势中央企业；重要行业和关键领域的中央企业，将率先开始非主业宾馆酒店的剥离重组。按照上述三条路径，目前以宾馆酒店经营为主业的中央企业将获得部分被剥离的资产。比如，港中旅、中国国旅、中粮集团、华侨城集团，以及北京的首旅集团、上海的锦江集团。

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

家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国饭店业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及宾馆酒店研究单位等公布和提供的大量资料，结合对宾馆酒店相关企业的实地调查，对我国宾馆酒店行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了宾馆酒店行业的前景与风险。报告揭示了宾馆酒店市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 发展现状与前景分析

#### 第一章 全球宾馆酒店行业发展分析

##### 第一节 2009-2010年全球宾馆酒店市场分析

###### 一、2009年全球宾馆酒店市场回顾

###### 二、2009年全球宾馆酒店市场环境

###### 三、2010年全球宾馆酒店需求分析

###### 四、2010年全球宾馆酒店市场规模

##### 第二节 部分国家地区宾馆酒店行业发展状况

###### 一、2009-2010年美国宾馆酒店行业发展分析

###### 二、2009-2010年欧洲宾馆酒店行业发展分析

###### 三、2009-2010年日本宾馆酒店行业发展分析

###### 四、2009-2010年韩国宾馆酒店行业发展分析

##### 第三节 国际酒店集团发展趋势分析

###### 一、酒店集团化趋势更加明显

###### 二、品牌酒店加速全球化

###### 三、“数据库一族”亮相

###### 四、跨产业合作成为新景象

###### 五、个性化服务不再是虚言

###### 六、市场细分新概念层出不穷

## 七、酒店内部越来越像家

### 第四节 国际酒店管理集团在我国发展策略

- 一、研究目的和样本选择
- 二、国际酒店管理集团在中国发展状况
- 三、发展影响因素分析
- 四、研究策略

## 第二章 我国宾馆酒店行业发展现状

### 第一节 我国宾馆酒店行业发展现状

- 一、宾馆酒店行业品牌发展现状
- 二、宾馆酒店行业消费市场现状
- 三、宾馆酒店市场消费层次分析
- 四、我国宾馆酒店市场走向分析

### 第二节 我国宾馆酒店行业发展状况

- 一、2009年中国宾馆酒店行业发展回顾
- 二、2009年宾馆酒店行业发展情况分析
- 三、2009年我国宾馆酒店市场特点分析
- 四、2010年我国宾馆酒店市场发展分析

### 第三节 中国宾馆酒店行业供需分析

- 一、2009年中国宾馆酒店市场供给总量分析
- 二、2009年中国宾馆酒店市场供给结构分析
- 三、2010年中国宾馆酒店市场需求总量分析
- 四、2010年中国宾馆酒店市场需求结构分析
- 五、2010年中国宾馆酒店市场供需平衡分析

## 第三章 宾馆酒店细分市场分析

### 第一节 商务酒店

- 一、2008年全国最大商务酒店联盟启动
- 二、商务酒店欲走出"草根经济"
- 三、商务酒店的价值投资
- 四、非均衡的商务旅游市场与产业结构
- 五、中国商务酒店提升竞争体系分析

## 第二节 旅游度假酒店

- 一、中国旅游酒店业发展现状
- 二、分时度假酒店在中国的发展情况
- 三、中国旅游酒店业发展政策分析
- 四、我国北方最大会展度假生活酒店将现身水城
- 五、2008年度假酒店"中式管家"新概念
- 六、度假酒店的市场前景与发展趋势

## 第三节 经济型酒店

- 一、2008年国内七大经济型连锁酒店分析
- 二、金融危机或造就经济型酒店发展新机会
- 三、经济型酒店奥运后发展成焦点
- 四、经济型酒店效益分析和经营运作模式
- 五、河南经济型酒店扩张速度放缓
- 六、奥运经济型酒店面临风险分析

## 第四节 产权式酒店

- 一、国内产权式公寓酒店的定义
- 二、产权式公寓酒店产品SWOT分析
- 三、产权式酒店投资的利好与风险规避
- 四、产权式酒店价值将被重新认识
- 五、酒店式公寓的发展前景

## 第五节 主题酒店

- 一、主题酒店的缘起与兴起
- 二、主题酒店的设计与运营
- 三、奥运主题酒店丰富北京旅游业态
- 四、威尼斯成为中国首座主题酒店
- 五、主题酒店市场竞争的颠覆性创新
- 六、中国主题酒店的发展方向

## 第六节 绿色酒店

- 一、绿色饭店定义与标准
- 二、绿色酒店成为酒店主要发展趋势
- 三、2010年全国将建成万家绿色酒店
- 四、绿色酒店逐渐成投资新宠

## 第七节 会议酒店

- 一、会议酒店兴起的背景
- 二、中国会议酒店发展的现状特征
- 三、中国会议酒店发展存在的问题
- 四、中国会议酒店发展的路径选择
- 五、中国会议酒店发展的趋势

## 第八节 其它酒店

- 一、青年旅舍类酒店
- 二、公寓式酒店

## 第四章 中国宾馆酒店消费市场分析

### 第一节 酒店消费者分析

- 一、消费者构成
- 二、消费行为

### 第二节 酒店消费者评价与选择

- 一、消费者认知
- 二、消费心理与消费趋势

### 第三节 中国商务客人的酒店消费行为分析

- 一、商务客人的群体特征
- 二、影响酒店商务客人的消费行为的因素分析
- 三、商务客人的消费行为理论分析

### 第四节 宾馆酒店市场消费需求分析

- 一、宾馆酒店市场的消费需求变化
- 二、宾馆酒店行业的需求情况分析
- 三、2010年宾馆酒店品牌市场消费需求分析

### 第五节 宾馆酒店消费市场状况分析

- 一、宾馆酒店行业消费特点
- 二、宾馆酒店消费者分析
- 三、宾馆酒店消费结构分析
- 四、宾馆酒店消费的市场变化
- 五、宾馆酒店市场的消费方向

## 第五章 中国宾馆酒店行业区域市场分析

### 第一节 华北地区宾馆酒店行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第二节 东北地区宾馆酒店行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第三节 华东地区宾馆酒店行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第四节 华南地区宾馆酒店行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第五节 华中地区宾馆酒店行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第六节 西南地区宾馆酒店行业分析



- 一、2009-2010年行业发展现状分析
  - 二、2009-2010年市场规模情况分析
  - 三、2010-2015年市场需求情况分析
  - 四、2010-2015年行业发展前景预测
  - 五、2010-2015年行业投资风险预测
- 第七节 西北地区宾馆酒店行业分析
- 一、2009-2010年行业发展现状分析
  - 二、2009-2010年市场规模情况分析
  - 三、2010-2015年市场需求情况分析
  - 四、2010-2015年行业发展前景预测
  - 五、2010-2015年行业投资风险预测

## 第六章 宾馆酒店行业投资与发展前景分析

### 第一节 2009年宾馆酒店行业投资情况分析

- 一、2009年宾馆酒店行业总体投资结构
- 二、2009年宾馆酒店行业投资规模情况
- 三、2009年宾馆酒店行业投资增速情况
- 四、2009年宾馆酒店分行业投资分析
- 五、2009年宾馆酒店分地区投资分析

### 第二节 宾馆酒店行业投资机会分析

- 一、宾馆酒店投资项目分析
- 二、可以投资的宾馆酒店模式
- 三、2010年宾馆酒店投资机会
- 四、2010年宾馆酒店细分行业投资机会
- 五、2010年宾馆酒店投资新方向

### 第三节 宾馆酒店行业发展前景分析

- 一、宾馆酒店市场发展前景分析
- 二、我国宾馆酒店市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代宾馆酒店市场的发展前景
- 四、2010年宾馆酒店市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年宾馆酒店市场面临的发展商机

## 第二部分 市场竞争格局与形势

### 第七章 宾馆酒店行业竞争格局分析

#### 第一节 宾馆酒店行业集中度分析

一、宾馆酒店市场集中度分析

二、宾馆酒店企业集中度分析

三、宾馆酒店区域集中度分析

#### 第二节 宾馆酒店行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

#### 第三节 宾馆酒店行业竞争格局分析

一、2009年宾馆酒店行业竞争分析

二、2009年中外宾馆酒店产品竞争分析

三、2009-2010年国内外宾馆酒店竞争分析

四、2009-2010年我国宾馆酒店市场竞争分析

五、2009-2010年我国宾馆酒店市场集中度分析

六、2010-2015年国内主要宾馆酒店企业动向

### 第八章 2010-2015年中国宾馆酒店行业发展形势分析

#### 第一节 宾馆酒店行业发展概况

一、宾馆酒店行业发展特点分析

二、宾馆酒店行业投资现状分析

三、宾馆酒店行业总产值分析

四、宾馆酒店行业技术发展分析

#### 第二节 2009-2010年宾馆酒店行业市场情况分析

一、宾馆酒店行业市场发展分析

二、宾馆酒店市场存在的问题

三、宾馆酒店市场规模分析

## 第三部分 赢利水平与企业分析

## 第九章 中国宾馆酒店行业整体运行指标分析

### 第一节 2009-2010年中国宾馆酒店行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业市场规模分析

### 第二节 2009-2010年中国宾馆酒店行业财务指标总体分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第十章 宾馆酒店行业赢利水平分析

### 第一节 成本分析

#### 一、2009-2010年宾馆酒店经营成本走势

#### 二、2009-2010年宾馆酒店行业人工成本分析

### 第二节 盈利水平分析

#### 一、2009-2010年宾馆酒店行业价格走势

#### 二、2009-2010年宾馆酒店行业营业收入情况

#### 三、2009-2010年宾馆酒店行业毛利率情况

#### 四、2009-2010年宾馆酒店行业赢利能力

#### 五、2009-2010年宾馆酒店行业赢利水平

#### 六、2010-2015年宾馆酒店行业赢利预测

## 第十一章 宾馆酒店行业盈利能力分析

### 第一节 2009-2010年中国宾馆酒店行业利润总额分析

#### 一、利润总额分析

#### 二、不同规模企业利润总额比较分析

#### 三、不同所有制企业利润总额比较分析

### 第二节 2009-2010年中国宾馆酒店行业销售利润率

#### 一、销售利润率分析

#### 二、不同规模企业销售利润率比较分析

#### 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

### 第三节 2009-2010年中国宾馆酒店行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009-2010年中国宾馆酒店行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 宾馆酒店国际企业竞争分析

第一节 巴斯酒店集团

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第二节 希尔顿酒店集团

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第三节 万豪酒店集团

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 香格里拉酒店集团

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第五节 速8酒店

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

### 第十三章 宾馆酒店国内企业竞争分析

#### 第一节 湖南华天大酒店股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

#### 第二节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

#### 第三节 广州市东方宾馆股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

#### 第四节 深圳新都酒店股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

#### 第五节 金陵饭店股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

#### 第六节 如家快捷酒店连锁集团

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

#### 第七节 广州白天鹅宾馆

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

### 第四部分 投资策略与风险预警

#### 第十四章 宾馆酒店行业投资策略分析

##### 第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

##### 第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

##### 第三节 宾馆酒店行业投资效益分析

一、2009年宾馆酒店行业投资状况分析

二、2009年宾馆酒店行业投资效益分析

三、2010-2015年宾馆酒店行业投资方向

四、2010-2015年宾馆酒店行业投资建议

##### 第四节 宾馆酒店行业投资策略研究

一、2009年宾馆酒店行业投资策略

二、2010年宾馆酒店行业投资策略

三、2010-2015年宾馆酒店行业投资策略

四、2010-2015年宾馆酒店细分行业投资策略

#### 第十五章 宾馆酒店行业投资风险预警

## 第一节 影响宾馆酒店行业发展的主要因素

- 一、2010年影响宾馆酒店行业运行的有利因素
- 二、2010年影响宾馆酒店行业运行的稳定因素
- 三、2010年影响宾馆酒店行业运行的不利因素
- 四、2010年我国宾馆酒店行业发展面临的挑战
- 五、2010年我国宾馆酒店行业发展面临的机遇

## 第二节 宾馆酒店行业投资风险预警

- 一、2010-2015年宾馆酒店行业市场风险预测
- 二、2010-2015年宾馆酒店行业政策风险预测
- 三、2010-2015年宾馆酒店行业经营风险预测
- 四、2010-2015年宾馆酒店行业竞争风险预测
- 五、2010-2015年宾馆酒店行业其他风险预测

## 第五部分 发展趋势与规划建议

### 第十六章 宾馆酒店行业发展趋势分析

#### 第一节 2010-2015年中国宾馆酒店市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国宾馆酒店市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国宾馆酒店发展趋势分析

#### 第二节 2010-2015年宾馆酒店产品发展趋势分析

- 一、2010-2015年宾馆酒店营销趋势分析
- 二、2010-2015年宾馆酒店价格趋势分析

#### 第三节 2010-2015年中国宾馆酒店行业供需预测

- 一、2008-2012年中国宾馆酒店供给预测
- 二、2010-2015年中国宾馆酒店需求预测
- 三、2010-2015年中国宾馆酒店价格预测

### 第十七章 宾馆酒店企业管理策略建议

#### 第一节 市场策略分析

- 一、宾馆酒店价格策略分析
- 二、宾馆酒店渠道策略分析

#### 第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析

## 二、产品定位策略分析

## 三、企业宣传策略分析

### 第三节 提高宾馆酒店企业竞争力的策略

#### 一、提高中国宾馆酒店企业核心竞争力的对策

#### 二、宾馆酒店企业提升竞争力的主要方向

#### 三、影响宾馆酒店企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 四、提高宾馆酒店企业竞争力的策略

### 第四节 对我国宾馆酒店品牌的战略思考

#### 一、宾馆酒店实施品牌战略的意义

#### 二、宾馆酒店企业品牌的现状分析

#### 三、我国宾馆酒店企业的品牌战略

#### 四、宾馆酒店品牌战略管理的策略

## 图表目录

图表：宾馆酒店产业链分析

图表：宾馆酒店行业生命周期

图表：2009-2010年中国宾馆酒店行业市场规模

图表：2009-2010年全球宾馆酒店产业市场规模

图表：2009-2010年宾馆酒店重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国宾馆酒店行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国宾馆酒店行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国宾馆酒店行业资产情况分析

图表：国际酒店管理集团管理酒店的区域布局与地区主要因素的相关性

图表：国际酒店管理集团管理酒店点轴布局示意图

图表：10家国际酒店管理集团管理酒店区域分布情况表

图表：目前全球各类连锁酒店所占的比重

图表：全球各地区连锁酒店客房所占比例

图表：2006年10家国际管理集团在国内管理酒店和客房情况表

图表：1982-2006年10家国际酒店管理集团在中国内地酒店数量扩张图

图表：1981-2006年10家国际酒店管理集团管理酒店发展情况表

图表：2001-2005年31省市旅游接待人数、旅游收入平均值



图表：2004年31省市4A景点数

图表：2004年31省市单位面积机场数

图表：1993-2007中国出境旅游入次数

图表：1995-2007年中国入境旅游入次数及分布

图表：1980-2006年我国旅游市场需求研究文献统计图

图表：2004-2007年中国星级酒店市场规模

图表：2006年中国五大地区酒店数量分布

图表：2006年中国酒店级别市场结构

图表：2006年中国经济型酒店各类住客比例图

图表：2000-2007年中国经济型连锁酒店数量增长情况

图表：2000-2007年中国经济型连锁酒店客房数增长情况

图表：2007年七大经济型酒店开业酒店数及客房数比较

图表：2007年七大经济型酒店平均房价比较

图表：1997-2008年锦江之星历年开店数

图表：2005年-2007年5月星级酒店供应结构图

图表：2003-2005年北京各星级酒店接待住宿者情况图

图表：2007年5月三星级（含）以上酒店价格情况表

图表：2008年第一季度万豪国际酒店集团经营业绩

图表：中国入境旅游市场分布

图表：中国入境旅游欧洲市场结构变化

图表：边际社会收益（1）

图表：边际社会收益（2）

图表：福利最大的游客规模或俱乐部成员规模

图表：旅游产品开发过程

图表：旅游资源适度开发指标示意图

图表：旅游资源开发的利益关系

图表：文献按照研究方法分类统计

图表：主要研究方法载文量的分时段统计（1984-2007）

图表：广义的酒店业集群业概念

图表：狭义的酒店业集群概念

图表：中国经济型酒店各类设施和服务比例情况

图表：消费者对经济型酒店的满意度

图表：经济型酒店消费者最满意及最关注的因素

图表：消费者了解酒店信息的途径

图表：酒店服务于商务客人的项目表

图表：消费行为因素分析图

图表：至2007年8月全国星级饭店数量

图表：管理饭店数量位居前五位的国际饭店

图表：如家酒店连锁门店区域分布表

图表：如家酒店连锁门店区域分布图

图表：锦江之星旅馆门店区域分布表

图表：锦江之星旅馆门店区域分布图

图表：7天连锁酒店门店区域分布表

图表：7天连锁酒店门店区域分布图

图表：莫泰尔168门店区域分布表

图表：莫泰尔168门店区域分布图

图表：速8酒店门店区域分布表

图表：速8酒店门店区域分布图

图表：汉庭快捷门店区域分布表

图表：汉庭快捷门店区域分布图

图表：格林豪泰连锁酒店门店区域分布表

图表：格林豪泰连锁酒店门店区域分布图

图表：北京各类别酒店比例图

图表：系数分析表

图表：方差分析表

图表：模型综述表

图表：2009-2010年华天酒店成长性分析

图表：2009-2010年华天酒店现金流量分析

图表：2009-2010年华天酒店经营能力分析

图表：2009-2010年华天酒店盈利能力分析

图表：2009-2010年华天酒店偿债能力分析

图表：2009-2010年锦江股份成长性分析

图表：2009-2010年锦江股份现金流量分析

图表：2009-2010年锦江股份经营能力分析

图表：2009-2010年锦江股份盈利能力分析

图表：2009-2010年锦江股份偿债能力分析

图表：2009-2010年东方宾馆成长性分析

图表：2009-2010年东方宾馆现金流量分析

图表：2009-2010年东方宾馆经营能力分析

图表：2009-2010年东方宾馆盈利能力分析

图表：2009-2010年东方宾馆偿债能力分析

图表：2009-2010年新都酒店成长性分析

图表：2009-2010年新都酒店现金流量分析

图表：2009-2010年新都酒店经营能力分析

图表：2009-2010年新都酒店盈利能力分析

图表：2009-2010年新都酒店偿债能力分析

图表：2009-2010年金陵饭店成长性分析

图表：2009-2010年金陵饭店现金流量分析

图表：2009-2010年金陵饭店经营能力分析

图表：2009-2010年金陵饭店盈利能力分析

图表：2009-2010年金陵饭店偿债能力分析

图表：2008年如家快捷酒店主要财务指标

图表：2009年第一季度如家快捷酒店主要财务指标

图表：美国各等级酒店的投资成本平均水平

图表：酒店企业国际化能力与跨国经营实施步骤的匹配

图表：影响商务旅游者入住率的因素分析

图表：1988-2008年中国旅游产业发展规模

图表：1988-2008年中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角）

图表：2009年我国人均GDP预测

图表：中国旅行社规模与增长率变化表

图表：主要旅行社旅游接待情况

图表：旅行社规模、有组织接待人数及利润率

图表：旅行社市场份额变化表

图表：旅行社业收入与平均利润表

图表：旅行社规模、营业收入及利润率

图表：旅行社集中度与利润的相互作用

图表：2008年"十一"黄金周全国各省接待游客数量及收入

图表：2008年"十一"黄金周旅游行业创近年最好增速

图表：2008年"十一"黄金周一日游显著增加

图表：2006-2009年纳入预报体系119个景区十一黄金周期间接待游客和门票收入情况

图表：2005-2009年十一黄金周全国旅游总体情况

图表：2006-2009年上市公司相关景区十一期间接待游客情况

图表：2010年1月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年1月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2010年1月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2010年1月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年2月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年2月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年2月来华旅游入境人数（年龄性别）

图表：2010年2月入境旅游外国人人数（目的）

图表：2010年3月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年3月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年3月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2010年3月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2010年4月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2010年4月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2010年4月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年4月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年5月入境旅游外国人人数(目的)

图表：2010年5月来华旅游入境人数(年龄性别)

图表：2010年5月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2010年5月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年6月入境旅游外国人人数(目的)

图表：2010年6月来华旅游入境人数(年龄性别)

图表：2010年6月入境旅游接待收汇情况

图表：2010年1-6月中国入境旅游地方接待情况(一)

图表：2010年1-6月中国入境旅游地方接待情况(二)

图表：2010年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(一)

图表：2010年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(二)

图表：2010年1-6月入境旅游外国人人数(目的累计)

图表：2010年1-6月来华旅游入境人数(年龄性别累计)

图表：加拿大生态旅游者旅游动机

图表：北美生态旅游者旅游动机

图表：生态旅游者团队构成

图表：生态旅游者愿意支付的费用

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/156313.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专业提供投资咨询报告、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。