



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国酒店用品市场 深度调研与投资风险分析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国酒店用品市场深度调研与投资风险分析报告》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/163837.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

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创，为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

【报告前言】

酒店用品是满足社会经济发展和商务活动需求的产品，为人们生活、工作提供方便快捷的服务。要把一次性用品与酒店、宾馆、旅店日用品区分开来，不能因提倡绿色环保，而因噎废食。过去叫"一次性"，既不规范，也不符合现在发展的国情。据有关部门数据统计，我国星级饭店20000家左右，按平均入住率50%统计，每天客房需要一次性的塑料制品按100g计算，则每天消耗总量约在200吨左右，每年则需8万吨左右。

杭集已经形成了酒店用品产业集群，中国酒店用品之"都"不仅仅说明了产业的强大，而且一个"都"字也体现出了总量的巨大。杭集要把产业做得更加精细，加快让"酒店用品之都"向"质量之都"转变，从过去的低价低质易耗品向高价高质，向优质洗漱用品基地转变。争取到国家优质洗漱用品基地，杭集就真正做到了"己正而服人"。任何市场风雨都无法阻止"杭集制造"在市场上的风靡。在使用过程中，我们提倡合理使用。目前国内许多城市拒绝使用一次性酒店用品，实际上是展示了一种环保节能的姿态。

截至2009年，已有来自全球24个国际知名酒店管理集团、37个品牌的48家酒店进驻三亚。其中，已开业的五星级以上标准度假酒店有25家，在建五星级或超星级酒店23家。在全国酒店行业中，北京、上海、三亚等地是国际高端酒店数量最为密集的地区。据北京、上海等地旅游官方主管部门统计，北京有22个国际酒店管理集团、33个酒店品牌、45家品牌酒店。而上海的国际酒店管理集团、酒店品牌和品牌酒店数量分别为14个、25个和40家。

随着酒店服务对象的日益成熟，感性消费时代的来临以及酒店市场的日趋规范化，在全球经济一体化的大背景下，国际上拥有著名品牌的酒店集团开始大量登陆中国酒店市场，中国

酒店业将进入品牌竞争的时代。品牌竞争是以客人的满意度、忠诚度和酒店的知名度、美誉度为核心的竞争，其关键点是如何把握消费时尚，抓住消费者的心理，打动消费者，把自己的品牌根植于消费者的心目中。所以，品牌竞争实际上就是通过消费者的满意最大化达到市场份额和经济效益的最大化。品牌竞争要求酒店企业必须增强品牌意识，注重品牌的设计和推广，坚持以过硬的质量作为品牌竞争的基础，以独特、新颖、鲜明、引人入胜的形象作为品牌竞争的标识，以灵活多变的公关宣传作为品牌拓展的手段，以合理的价格作为品牌含金量的尺度，并以深厚的文化底蕴作为品牌的生命，从而在消费者的心目中确立酒店的品牌形象。

智能用品在酒店业的使用将是未来的一个重要投资点。在知识经济时代，科技成为酒店企业生存和发展的资本。并且，为满足现代人"求新奇、求享受、求舒适"的需求，酒店企业将会更多地应用各类新科技、新知识，强化现代企业的智能个性。首先，酒店企业可利用新科技加强酒店企业的信息管理。在以信息为主要驱动力量的现代社会，酒店企业可通过互联网拓展酒店形象信息；收集来自全球的各类所需信息；满足顾客尤其是商务顾客对信息的强烈渴求。其次，酒店可利用新科技加强酒店企业的服务能力。

【报告目录】

第一章 2009-2010年中国酒店用品行业市场发展环境解析 14

第一节 国内宏观经济环境分析 14

一、GDP历史变动轨迹分析 14

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 17

三、2010年中国宏观经济发展预测分析 21

第二节 2009-2010年中国酒店用品市场政策环境分析 24

一、行业政策 24

二、相关行业政策 25

第三节 2009-2010年中国酒店用品市场社会环境分析 26

第二章 2009-2010年世界酒店用品行业整体运营状况分析 33

第一节 2009-2010年世界酒店用品行业市场发展格局 33

一、世界酒店用品发展特色分析 33

二、世界酒店用品市场动态分析 34

三、世界卫浴巨头争夺酒店用品市场进入白热化 34

第二节 2009-2010年世界主要国家酒店用品市场运行分析	34
一、美国	35
二、日本	35
三、德国	36
第三节 2010-2015年世界及中国酒店用品行业发展趋势分析	37
第三章 2009-2010年中国酒店用品行业市场运行态势剖析	41
第一节 2009-2010年中国酒店用品行业动态分析	41
一、第十九届上海国际酒店用品博览会圆满落幕	41
二、世博对中国酒店用品市场带来商机	41
第二节 2009-2010年中国酒店用品市场发展现状分析	42
一、酒店用品采购基地落户汉口北	42
二、酒店用品产业持续走强	42
三、杭集酒店用品产业集群	43
第三节 2009-2010年中国酒店用品市场营销分析	43
一、厨具酒店用品行业看好"精准营销"	43
二、我国酒店用品品牌提升策略	44
第四节 2009-2010年中国酒店用品业存在的问题	45
第四章 2009-2010年中国酒店用品市场运行态势分析	47
第一节 中国酒店用品市场运行特点分析	47
第二节 2009-2010年中国酒店用品市场运行分析	47
一、酒店布草和客房用品需求旺盛	47
二、酒店业酒店用品细分市场逐渐扩大	47
三、酒店用品进出口贸易形势分析	47
第三节 2009-2010年中国酒店用品细分热点领域透析	48
第五章 酒店用品产业2009-2010年中国生产基地运行态势分析	50
第一节 广东地区：	50
一、广州新汇区是中国五金不锈钢制品生产基地	50
二、潮州是瓷器生产基地"瓷器之都"	50
三、深圳是餐具设备等生产基地	50

第二节 江浙地区：50

- 一、永康是餐具生产基地 51
- 二、浦江是玻璃器皿生产基地"水晶之都" 51

第三节 山东地区 52

- 一、信阳是不锈钢生产基地 52
- 二、博兴县兴福镇是"中国不锈钢第一镇" 52
- 三、淄博是瓷器生产基地 52

第六章 2009-2010年中国酒店用品专业市场透析 54

第一节 南方地区 54

- 一、广州南天国际酒店用品市场 54
- 二、广州沙溪国际酒店用品城 55

第二节 北方地区 55

- 一、北京经开万佳国际酒店用品市场 55
- 二、北京锦绣大地物流港 56
- 三、北京东郊国际酒店用品市场 56
- 四、京诚开源酒店用品市场 57
- 五、亚奥开源国际酒店用品市场 57

第三节 上海地区 58

- 一、上海万润国际酒店用品批发市场 58
- 二、杭州大世界五金城国际酒店用品交易中心 58

第七章 2009-2010年中国酒店用品商家客户透析 60

第一节 京、津、冀地区酒店用品商家客户 60

- 一、京、津、冀地区餐饮业规模 60
- 二、餐饮企业类型、需求及交易情况 60

第二节 环渤海地区酒店用品商家客户 61

- 一、环渤海地区餐饮业规模 61
- 二、环渤海地区酒店用品市场交易量情况 61
- 三、餐饮企业类型、需求情况 61

第八章 2009-2010年中国酒店用品市场竞争格局透析 62

第一节 2009-2010年中国酒店用品行业竞争格局	62
一、酒店用品行业竞争日益激烈	62
二、占领新品研发制高点 吉之美打造"第一速度"	62
三、肯特为上海酒店用品展注入创新理念	63
第二节 酒店用品以精益求精在竞争中取胜	63
第三节 2010-2015年中国酒店用品行业竞争趋势分析	65

第九章 2009-2010年中国酒店用品优势企业分析 66

第一节 浙江凯恩特种材料股份有限公司（002012） 66

- 一、企业概况 66
- 二、企业主要财务指标 66
- 三、成长性指标 66
- 四、经营能力指标 67
- 五、盈利能力指标 67
- 六、偿债能力 68

第二节 富盈裕塑胶制品（深圳）有限公司 68

- 一、企业概况 68
- 二、企业销售收入及盈利水平分析 68
- 三、企业资产及负债情况分析 69
- 四、成本费用构成情况 70

第三节 佛山市南海新西方酒店用品有限公司 70

- 一、企业概况 70
- 二、企业销售收入及盈利水平分析 70
- 三、企业资产及负债情况分析 71
- 四、成本费用构成情况 72

第四节 珠海市亨翔旅游用品有限公司 72

- 一、企业概况 72
- 二、企业销售收入及盈利水平分析 73
- 三、企业资产及负债情况分析 73
- 四、成本费用构成情况 74

第五节 汕头市绅莎实业有限公司 74

- 一、企业概况 74

- 二、企业销售收入及盈利水平分析 74
- 三、企业资产及负债情况分析 75
- 四、成本费用构成情况 76
- 第六节 佛山市南海新思路酒店家具制造有限公司 76
 - 一、企业概况 76
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析 76
 - 三、企业资产及负债情况分析 77
 - 四、成本费用构成情况 78
- 第七节 佛山市八达日用化工用品有限公司 78
 - 一、企业概况 78
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析 78
 - 三、企业资产及负债情况分析 79
 - 四、成本费用构成情况 80
- 第八节 库尔勒彩虹服饰有限公司 80
 - 一、企业概况 80
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析 80
 - 三、企业资产及负债情况分析 81
 - 四、成本费用构成情况 82
- 第九节 山东华杰厨业有限公司 82
 - 一、企业概况 82
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析 82
 - 三、企业资产及负债情况分析 83
 - 四、成本费用构成情况 84
- 第十章 2009-2010年中国酒店业运行态势分析 85
 - 第一节 中国酒店业发展历程 85
 - 第二节 2009-2010年酒店业发展状况分析 85
 - 一、酒店业洗牌加速 85
 - 二、全球酒店业瞄准东半球新兴市场 85
 - 三、珠海星级酒店开始出现"澳归" 86
 - 第三节 2009-2010年中国酒店业投资动态 86
 - 一、商务酒店掀起投资狂潮 86

二、星级酒店纷纷进驻海南	87
三、全球投资机构看好中国商务酒店市场	88
第四节 绿色酒店用品经销商分析	89
第五节 中国酒店未来发展方向及前景展望	90
第十一章 2009-2010年中国旅游业运势探析	91
第一节 2009-2010年中国旅游业概况	91
一、中国旅游业发展的特点	91
二、中国旅游业进入快速发展时期	92
三、旅游市场进入个性化竞争时代	92
第二节 中国旅游产业的电子运用以及网络构建	92
第三节 旅游业对酒店业的促进关系	95
第四节 2010-2015年中国旅游业发展前景与机遇	96
一、国际金融危机下旅游业的发展契机	96
二、中国旅游业投资增长势头强劲	97
三、旅游业两大潜力市场亟待挖掘	97
第十二章 2010-2015年中国酒店用品行业发展趋势与前景展望	99
第一节 2010-2015年中国酒店用品行业发展前景分析	99
一、酒店用品行业—朝阳产业前景无限	99
二、宾王市场酒店用品外贸发展形势喜人	99
三、酒店用品市场销售前景分析	99
第二节 2010-2015年中国酒店用品行业发展趋势分析	100
一、酒店客房房控智能产品现代酒店客房的发展趋势	100
二、酒店一次性用品发展趋势分析	100
第三节 2010-2015年中国酒店用品行业市场预测分析	101
第四节 2010-2015年中国酒店用品市场盈利预测分析	101
第十三章 2010-2015年中国酒店用品行业投资战略研究	103
第一节 2010-2015年中国酒店用品行业投资周期分析	103
第二节 2010-2015年中国酒店用品行业投资机会分析	103
一、投资热点分析	103

- 二、区域投资潜力分析 103
- 三、客房用品成后奥运另类黑马商机 104
- 第三节 2010-2015年中国酒店用品行业投资风险预警 104
 - 一、宏观调控政策风险 104
 - 二、市场竞争风险 105
 - 三、市场运营机制风险 105
 - 四、其它风险 106

【图表目录】

- 图表 1 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 14
- 图表 2 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 14
- 图表 3 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 15
- 图表 4 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 16
- 图表 5 2009年主要工业产品产量及其增长速度 16
- 图表 6 2003-2009年中国社会固定资产投资额增长 18
- 图表 7 2006-2009年各月中国房地产开发投资额月度统计表 18
- 图表 8 2006-2009年中国各类房地产开发投资月度走势图 19
- 图表 9 2006-2009年中国各类房地产开发投资累计额环比走势 20
- 图表 10 2006-2009年中国新开工项目个数（个）及累计同比增速情况 20
- 图表 11 2001-2009年中国城镇化率走势图 27
- 图表 12 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 29
- 图表 13 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 29
- 图表 14 1978-2009年中国人口构成统计表 30
- 图表 15 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 31
- 图表 16 1978-2009年我国总人口增长趋势图 31
- 图表 17 2009年人口数及其构成 32
- 图表 18 美国酒店物业特征 35
- 图表 19 京、津、冀地区餐饮业规模 60
- 图表 20 2003-2010年上半年浙江凯恩特种材料股份有限公司主要财务指标表 66
- 图表 21 2002-2009年浙江凯恩特种材料股份有限公司成长性指标表 66
- 图表 22 2002-2009年浙江凯恩特种材料股份有限公司经营能力指标表 67
- 图表 23 2002-2009年浙江凯恩特种材料股份有限公司盈利能力指标表 67

图表 24 2002-2009年浙江凯恩特种材料股份有限公司偿债能力指标表 68

图表 25 温州市爱氏光学实业有限公司概况 68

图表 26 2008-2009年温州市爱氏光学实业有限公司收入状况表 68

图表 27 2008-2009年温州市爱氏光学实业有限公司盈利指标表 69

图表 28 2008-2009年温州市爱氏光学实业有限公司盈利比率 69

图表 29 2008-2009年温州市爱氏光学实业有限公司资产指标表 69

图表 30 2008-2009年温州市爱氏光学实业有限公司负债指标表 69

图表 31 2008-2009年温州市爱氏光学实业有限公司成本费用构成表 70

图表 32 佛山市南海新西方酒店用品有限公司概况 70

图表 33 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司收入状况表 71

图表 34 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司盈利指标表 71

图表 35 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司盈利比率 71

图表 36 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司资产指标表 71

图表 37 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司负债指标表 72

图表 38 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司成本费用构成表 72

图表 39 珠海市亨翔旅游用品有限公司概况 72

图表 40 2008-2009年珠海市亨翔旅游用品有限公司收入状况表 73

图表 41 2008-2009年珠海市亨翔旅游用品有限公司盈利指标表 73

图表 42 2008-2009年珠海市亨翔旅游用品有限公司盈利比率 73

图表 43 2008-2009年珠海市亨翔旅游用品有限公司资产指标表 73

图表 44 2008-2009年珠海市亨翔旅游用品有限公司负债指标表 74

图表 45 2008-2009年珠海市亨翔旅游用品有限公司成本费用构成表 74

图表 46 汕头市绅莎实业有限公司概况 74

图表 47 2008-2009年汕头市绅莎实业有限公司收入状况表 75

图表 48 2008-2009年汕头市绅莎实业有限公司盈利指标表 75

图表 49 2008-2009年汕头市绅莎实业有限公司盈利比率 75

图表 50 2008-2009年汕头市绅莎实业有限公司资产指标表 75艾凯数据研究中心发布的

《2010-2015年中国酒店用品市场深度调研与投资风险分析报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业

竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表 51 2008-2009年汕头市绅莎实业有限公司负债指标表 76

图表 52 2008-2009年汕头市绅莎实业有限公司成本费用构成表 76

图表 53 佛山市南海新西方酒店用品有限公司概况 76

图表 54 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司收入状况表 77

图表 55 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司盈利指标表 77

图表 56 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司盈利比率 77

图表 57 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司资产指标表 77

图表 58 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司负债指标表 78

图表 59 2008-2009年佛山市南海新西方酒店用品有限公司成本费用构成表 78

图表 60 佛山市八达日用化工用品有限公司概况 78

图表 61 2008-2009年佛山市八达日用化工用品有限公司收入状况表 79

图表 62 2008-2009年佛山市八达日用化工用品有限公司盈利指标表 79

图表 63 2008-2009年佛山市八达日用化工用品有限公司盈利比率 79

图表 64 2008-2009年佛山市八达日用化工用品有限公司资产指标表 79

图表 65 2008-2009年佛山市八达日用化工用品有限公司负债指标表 79

图表 66 2008-2009年佛山市八达日用化工用品有限公司成本费用构成表 80

图表 67 库尔勒彩虹服饰有限公司概况 80

图表 68 2008-2009年库尔勒彩虹服饰有限公司收入状况表 81

图表 69 2008-2009年库尔勒彩虹服饰有限公司盈利指标表 81

图表 70 2008-2009年库尔勒彩虹服饰有限公司盈利比率 81

图表 71 2008-2009年库尔勒彩虹服饰有限公司资产指标表 81

图表 72 2008-2009年库尔勒彩虹服饰有限公司负债指标表 81

图表 73 2008-2009年库尔勒彩虹服饰有限公司成本费用构成表 82

图表 74 山东华杰厨业有限公司概况 82

图表 75 2008-2009年山东华杰厨业有限公司收入状况表 83

图表 76 2008-2009年山东华杰厨业有限公司盈利指标表 83

图表 77 2008-2009年山东华杰厨业有限公司盈利比率 83

图表 78 2008-2009年山东华杰厨业有限公司资产指标表 83

图表 79 2008-2009年山东华杰厨业有限公司负债指标表 83

图表 80 2008-2009年山东华杰厨业有限公司成本费用构成表 84

图表 81 2009年中国海南不同级别酒店品牌与北京、上海数目对比 87

图表 82 中国酒店用品经销商采购关注要素 89

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/163837.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。