



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国宾馆酒店行业 市场深度分析与投资前景预测报 告

一、调研说明

《2013-2017年中国宾馆酒店行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/23779/>

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年上半年，中国酒店业经受了金融危机和甲型H1N1流感两大危机，大大的降低了人们的酒店消费意愿和消费信心，抑制了人们的酒店消费行为。数据显示，两大危机对入境旅游的影响要大于国内旅游，对酒店企业的外需影响大于内需，而这将直接影响不同类型酒店的经营业绩。从时间上看，2009年2月份酒店经营状况一度出现回暖迹象，但此后又继续下滑；从空间上看，一线城市酒店受金融危机和甲型流感的影响明显较二三线城市要大，部分二三线城市酒店经营业绩同比还有所上升。根据2009年1-5月份的统计数据，一线城市星级酒店平均房价呈加速下滑趋势，前五个月酒店入住率下降18.4个百分点。相较于一线城市，二、三线城市所受冲击较小，而接待人数仍呈正增长，平均房价和出租率同比小幅下降；成都、重庆等城市同比出现较大幅度的回升。深圳市宾馆酒店客房出租率51.41%、同比下降8.91；1至5月为54.17%、同比下降7.62%。

不过，值得庆幸的是，目前我国经济已经开始出现复苏迹象，酒店业经营环境渐趋好转。从目前的预订状况看，2009年9月的客房入住率稳步回升。相信到2009年年底，将会达到70%左右。2009年的市场特点呈现为：经济型酒店渐成为中国饭店市场的主体，绿色饭店风靡中国饭店业；延迟退房的酒店数量增加；规模化经营初见成效，企业的竞争力有所提高；国际化步伐逐步加大。高星级酒店的会议市场要等到10月中下旬才能逐渐恢复往年水平，到11、12月高星级酒店的会展市场才会出现"小"高潮。

在未来几年内，有众多新建酒店预计将会开业，其中主要集中在北京和上海等发达城市，预计供应量到2011年还将再长23%。在需求增长缓慢的市场环境下，强劲的供应增长势头给各地酒店业带来了更大的压力。对于2009年下半年的前景预期保持谨慎态度，但是2010年上海世博会、深圳大运会以及2012年的广州亚运会是促进全国旅游行业发展的一个好机遇。这几项全球瞩目的盛事将给旅游业创造极好的机会，也给酒店行业的发展带来极大的促进作用。预计2010年以及2012年酒店行业效益增长的局面会呈直线上升趋势，大量国际、国内资本流向酒店业，外资进入中国旅游业的比例也逐年递增。

2015年中国将成为世界第一旅游接待国、第四大旅游客源国；中国入境过夜旅游者将达到1亿人次；国内旅游者将达到28亿人次；居民人均出游两次，出境旅游将达到1亿人次；旅游市场总量将达到30亿人次。旅游的发展，势必会带动旅游酒店的发展。中国仍将不断涌现酒店投资商机，慧眼别具、财力雄厚的投资者定会斩获颇丰。从长期看，经济型酒店由于价格优势，业务量受金融危机影响较星级酒店要小，反而会面临新一轮发展机遇。

艾凯集团发布的《2013-2017年中国宾馆酒店行业市场深度分析与投资前景预测报告》共十一章，主要依据国家统计局、国家商务部、国家旅游局、国家发改委、国家经济信息中心

、中国酒店管理协会、国内外相关刊物的基础信息以及酒店行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对我国宾馆酒店行业的市场发展现状、市场前景、酒店市场的竞争格局、酒店领先企业等进行了研究，并对未来酒店行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了酒店行业今后的发展与投资策略，并重点分析了现阶段中国茶业面临的问题，以及一些前沿的策略。

本宾馆酒店行业报告，为我国酒店企业在市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了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。

第一部分 宾馆酒店行业发展分析

第一章 宾馆酒店业概述 1

第一节 宾馆酒店业的概念与分类 1

一、宾馆酒店的定义 1

二、宾馆酒店的分类 1

第二节 宾馆酒店业的性质和特点 4

一、现代宾馆酒店的基本性质 4

二、现代宾馆酒店的基本特点 6

第三节 酒店发展的影响因素分析 6

第四节 中国酒店行业发展的特点分析 7

一、现代化和网络化进程将进一步加快 7

二、集团化经营 7

三、品牌化发展 8

四、经济型酒店加速发展，差异化将成为竞争焦点和发展趋势 8

第二章 全球宾馆酒店业分析 9

第一节 全球酒店业的发展概况 9

第二节 2012年世界酒店发展分析 14

一、2012年世界酒店产业新格局 14

二、2012全球酒店业市场分析 17

第三节 国际酒店集团发展趋势分析 18

一、酒店集团化趋势更加明显 18

二、品牌酒店加速全球化 18

- 三、“数据库一族”亮相 19
- 四、跨产业合作成为新景象 19
- 五、个性化服务不再是虚言 19
- 六、市场细分新概念层出不穷 20
- 七、酒店内部越来越像家 20
- 第四节 国际酒店管理集团在我国发展策略 21
- 一、研究目的和样本选择 21
- 二、国际酒店管理集团在中国发展状况 22
- 三、发展影响因素分析 23
- 四、研究策略 25

第三章 宾馆酒店关联产业分析 28

第一节 旅游业发展分析 28

- 一、我国旅游资源开发分析 28
- 二、我国旅游规划现状特征分析 34
- 三、我国旅游市场网络营销创新与管理分析 36
- 四、2012年我国旅游市场特点分析 39
- 五、2012年中国旅游业发展重点 46
- 六、2013年中国旅游业收入预测 46
- 七、中国旅游业“十一五”总结与“十二五”展望 47

第二节 餐饮业发展分析 48

- 一、2012年我国餐饮业发展分析 48
- 二、我国餐饮业改革开放30年的经验启示 49
- 三、未来五年餐饮业力争实现年均18%的增速 52
- 四、餐饮业集体“用功”吸引资本 53
- 五、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析 53

第三节 会展业发展分析 57

- 一、会展与酒店业互动发展模式 57
- 二、会展经济迎来新的发展机遇 62
- 三、会展业将成阿里新商业文明重要组成部分 64
- 四、提升成都会展业竞争力路径分析 65
- 五、会展业在经济发展中的地位作用 70

六、我国实现会展与酒店互动发展的对策 71

七、未来中国会展业发展趋势预测 72

第四章 中国宾馆酒店业市场发展分析 75

第一节 中国酒店行业发展的历史与现状 75

一、中国酒店业发展历史 75

二、中国星级酒店规模与增长速度分析 76

三、中国酒店的区域分布与发展状况 77

四、中国酒店市场结构分析 77

第三节 2010年中国酒店业发展分析 78

一、2010中国酒店业十大新闻 78

二、高星级酒店入住率下跌旅游低价救市 86

三、我国酒店业密谋二三线城市 87

四、酒店信息化竞争加剧智能化已定局 88

第三节 2011年中国酒店业发展分析 91

一、2011年我国酒店市场运行特点 91

二、2011年中国酒店业重大事件及点评 92

第四节 2012年中国酒店业发展分析 96

一、2012年中国酒店业发展回顾 96

二、2012年中国星级酒店业发展分析 100

三、2012年全国星级酒店开业统计报告 109

四、2012年香港酒店业蓬勃发展 112

五、2012年中国酒店业向二三线城市扩张 113

第五节 酒店业的集群发展分析 114

一、集群理论国内外发展情况 114

二、酒店业集群的形成与发展 115

三、酒店业集群优势和竞争力提升分析 118

第六节 酒店行业信息化的方向与建议 121

一、酒店行业信息化趋势分析 121

二、酒店行业管理信息化调查及解决方案推荐 123

三、酒店信息化建议 126

第二部分 宾馆酒店消费者及细分市场分析

第五章 我国酒店业的消费者分析 128

第一节 酒店消费者分析 128

一、消费者构成 128

二、消费行为 128

第二节 酒店消费者评价与选择 131

一、消费者认知 131

二、消费心理与消费趋势 132

第三节 酒店顾客的消费心态研究 135

一、酒店顾客消费心态的现状分析 135

二、酒店顾客在消费三个阶段的心态类型分析 136

三、满足顾客消费心理的途径 139

四、酒店顾客的消费心态研究结论 142

第四节 中国商务客人的酒店消费行为分析 143

一、商务客人的群体特征 143

二、影响酒店商务客人的消费行为的因素分析 144

三、商务客人的消费行为理论分析 145

第六章 宾馆酒店细分市场分析 147

第一节 商务酒店 147

一、全国最大商务酒店联盟启动 147

二、商务酒店紧随商务客人的需求变化分析 148

三、商务酒店的价值投资 152

四、商务旅游市场发展前景 159

五、中国商务酒店提升竞争体系分析 160

第二节 旅游度假酒店 160

一、中国旅游酒店业发展现状 160

二、分时度假酒店在中国兴起 162

三、会展度假生活酒店兴起 163

四、中国旅游酒店业发展政策分析 164

五、度假酒店"中式管家"新概念 164

六、度假酒店的市场前景与发展趋势 166

第三节 经济型酒店 168

- 一、经济型酒店市场前景分析 168
- 二、经济型酒店发展新机遇 169
- 三、2012年经济型酒店扩张情况 169
- 四、2012年京沪粤经济型酒店经营状况 170
- 五、2012年经济型酒店扩张进入白热化 171
- 六、经济型酒店效益分析和经营运作模式 173
- 七、经济型酒店的破局之路 179

第四节 产权式酒店 184

- 一、国内产权式公寓酒店的定义 184
- 二、产权式公寓酒店产品SWOT分析 184
- 三、产权式酒店投资的利好与风险规避 186
- 四、产权式酒店价值将被重新认识 195
- 五、酒店式公寓的发展前景 197

第五节 主题酒店 199

- 一、主题酒店的缘起与兴起 199
- 二、主题酒店的设计与运营 203
- 三、奥运主题酒店丰富北京旅游业态 205
- 四、国内首家水主题酒店亮相 206
- 五、主题酒店市场竞争的颠覆性创新 206
- 六、中国主题酒店的发展模式分析 210

第六节 绿色酒店 217

- 一、绿色饭店定义与标准 217
- 二、绿色酒店成为酒店主要发展趋势 217
- 三、2012年全国绿色酒店发展分析 218
- 四、绿色酒店逐渐成投资新宠 220

第七节 会议酒店 220

- 一、会议酒店兴起的背景 220
- 二、中国会议酒店发展的现状特征 222
- 三、中国会议酒店发展存在的问题 223
- 四、中国会议酒店发展的路径选择 226
- 五、中国会议酒店发展的趋势 228

第八节 其它酒店 229

一、青年旅舍类酒店 229

二、公寓式酒店 230

第七章 部分城市宾馆酒店业发展分析 231

第一节 2012年北京宾馆酒店业发展分析 231

一、2012年北京酒店业发展分析 231

二、北京酒店业市场十大特点 232

三、北京酒店业市场竞争态势分析 234

四、北京酒店业未来发展趋势三大特点 239

第二节 2012年上海宾馆酒店业发展分析 240

一、2012年上海酒店业经营分析 240

二、后世博时代上海酒店业可持续发展策略 240

第三节 2012年深圳宾馆酒店业发展分析 243

一、2012年深圳高级酒店现状分析 243

二、深圳未来酒店发展格局分析 245

三、深圳酒店借品牌管理走向全国 246

四、2012年大运会深圳酒店业的商机 247

五、深圳酒店业未来规划 248

第四节 2012年广州宾馆酒店业发展分析 249

一、广州酒店业的发展历程 249

二、广州五星级酒店价格分析 250

三、2012年广州高星级酒店经营分析 253

四、2012年广州酒店房价 254

第三部分 宾馆酒店行业竞争格局分析

第八章 中国宾馆酒店业竞争格局分析 255

第一节 现代酒店业的市场竞争分析 255

一、产品的开拓和发展分析 255

二、市场竞争中的价格分析 256

三、市场竞争中的营销分析 257

四、竞争中的人员素质分析 259

- 五、酒店业竞争的新生力 259
- 六、酒店业的竞争由单一价格竞争转向品牌竞争 261
- 七、2013-2017年酒店业竞争趋势 267
- 第二节 外资酒店的市场竞争分析 269
 - 一、2012年外资加快布局酒店业 269
 - 二、2012年外资经济型酒店扎堆圈地 270
 - 三、2012年外资酒店向二三线城市扩张 271
- 第三节 中国酒店业面临的挑战 274
 - 一、酒店业竞争激烈 274
 - 二、国内酒店管理集团亟需提高管理水平 274
 - 三、非星级饭店亟需规范 274
 - 四、加强酒店专业人才的培养 275
- 第四节 2012年经济型酒店竞争分析 275
- 第五节 提升酒店竞争力的主要策略分析 276
 - 一、信息化、智能化策略 276
 - 二、经济型酒店市场细分策略 277
 - 三、经济型酒店的特色经营策略 277
 - 四、品牌化建设策略 278
 - 五、治理专业化策略 279
- 第六节 2012年中国十三大城市酒店业市场观察 280
 - 一、北京酒店业市场观察 280
 - 二、上海酒店业市场观察 283
 - 三、广州酒店业市场观察 286
 - 四、深圳酒店业市场观察 288
 - 五、三亚酒店业市场观察 289
 - 六、天津酒店业市场观察 290
 - 七、大连酒店业市场观察 291
 - 八、杭州酒店业市场观察 292
 - 九、青岛酒店业市场观察 293
 - 十、重庆酒店业市场观察 294
 - 十一、成都酒店业市场观察 295
 - 十二、沈阳酒店业市场观察 296

十三、西安酒店业市场观察 297

第九章 部分宾馆酒店业优势企业分析 299

第一节 国际酒店集团分析 299

一、巴斯酒店集团 299

(一) 2012年洲际酒店全球业绩分析 299

(二) 2012年洲际酒店在华新签四家酒店 300

二、希尔顿酒店集团 301

(一) 2012年希尔顿在欧洲大肆扩张 301

(二) 2012年希尔顿酒店集团继续在华扩张 301

三、万豪酒店集团 302

(一) 2012年第三季度财务分析 302

(二) 2012年中国扩张 303

四、香格里拉酒店集团 303

五、速8酒店 304

(一) 2012速8酒店加盟区域推介绽放新彩 304

(二) 加盟速8酒店之SWOT分析 305

第二节 华天酒店集团股份有限公司 306

一、企业概况 306

二、2012年企业经营情况分析 307

三、2011-2012年企业财务数据分析 308

四、2012年企业发展展望及策略 314

第三节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司 316

一、企业概况 316

二、2012年企业经营情况分析 316

三、2011-2012年企业财务数据分析 319

四、2012年企业发展动态及策略 325

第四节 广州市东方宾馆股份有限公司 325

一、企业概况 325

二、2012年企业经营情况分析 326

三、2011-2012年企业财务数据分析 327

四、2012年企业发展动态及策略 332

第五节 深圳新都酒店股份有限公司 334

一、企业概况 334

二、2011-2012年企业经营情况分析 334

三、2011-2012年企业财务数据分析 334

第六节 金陵饭店股份有限公司 339

一、企业概况 339

二、2012年企业经营情况分析 341

三、2011-2012年企业财务数据分析 341

四、2012年企业发展动态及策略 346

五、企业未来发展展望与战略 348

第七节 如家快捷酒店连锁集团 352

一、企业概况 352

二、2012年经营状况分析 352

三、如家快捷酒店集团品牌发展之路 353

四、2012年公司发展策略 356

第八节 广州白天鹅宾馆 357

一、企业概况 357

二、2012年发展策略分析 357

第四部分 宾馆酒店行业发展趋势及战略

第十章 2013-2017年宾馆酒店业发展趋势及投资分析 358

第一节 中国酒店市场展望 358

第二节 酒店业的发展趋势分析 360

一、酒店业供大于求趋势不可逆转 360

二、酒店管理市场发展迅速，竞争激烈 360

三、租赁物业经营风光不再、直接投资将会上升 361

四、中端酒店市场将会发展、细分，会议、度假和商务酒店快速增长 361

五、互联网营销成为主流，直销成为趋势 361

第三节 中国酒店业管理发展趋势 361

一、酒店管理向人性化发展 361

二、酒店的文化建设 363

三、酒店发展的可持续化 363

四、酒店市场竞争的品牌化 364

五、酒店服务的定制化 364

六、酒店营销的网络化 364

七、酒店组织结构的扁平化 365

八、酒店产业组织的集团化 365

九、酒店设施设备的科技化 366

第四节 中国酒店业营销的趋势预测 366

一、竞合营销趋势 366

二、分众营销趋势 366

三、品牌营销趋势 366

四、网络营销趋势 367

五、服务营销趋势 367

六、体验营销趋势 367

七、营销网络的普遍化 367

八、客人档案的普遍建立 367

九、弹性供给的普遍化和产出效益的科学管理 368

第五节 宾馆酒店业的投资特性 368

一、赢利性与高成长性 368

二、需求周期 368

三、要素的密集性 369

第六节 我国酒店业的投资分析 370

一、我国中高档酒店业投资"逆势上涨" 370

二、我国酒店业长线投资仍被业界看好 371

三、中国酒店业投资现状分析 372

第十一章 2013-2017年宾馆酒店业发展的主要策略 377

第一节 金融危机对酒店业影响及对策 377

一、影响表现 377

二、未来预期 378

三、应对策略 379

第二节 中国酒店企业跨国经营的战略分析 380

一、战略资源与核心能力是构建跨国竞争优势的基础 380

二、中国酒店企业跨国经营的核心能力	381
三、对酒店企业跨国经营核心能力的战略分析	383
第三节 我国酒店业质量持续改进的对策分析	384
一、波多里奇国家质量奖的基本内涵	384
二、波多里奇卓越绩效准则的评价内容	385
三、波多里奇卓越绩效准则的修订	386
四、新准则对我国酒店业质量管理的启示	386
第四节 酒店经营品牌战略分析	389
一、形象设计	389
二、服务构建	390
三、品牌推广	390
四、维护发展	390
第五节 我国酒店吸引入境商务旅游者的策略	391
一、研究方法	391
二、结果分析	391
三、酒店吸引入境商务旅游者的策略	393
(一) 了解顾客需求, 注重"人性化"及"细节化"	393
(二) 培养全员营销思想, 树立内部营销观念	393
(三) 加深服务专业化程度, 完善服务种类	394
(四) 提高信息化程度, 降低营运成本	394

图表目录

图表：2012年全球饭店集团排名	14
图表：2012年全球饭店特许经营集团排行榜（前五名）	15
图表：2012年全球饭店受托管理集团排行榜（前五名）	16
图表：2012年全球自主拥有饭店集团排行榜（前五名）	16
图表：2012年全国各省区市旅游总收入排行榜	39
图表：2007-2012年中国入境游人数月度对比图	40
图表：2007-2012年中国旅游外汇收入人数月度对比图	41
图表：2000-2012年中国入境游人数增长趋势图	41
图表：2000-2012年中国旅游外汇收入增长趋势图	42
图表：2000-2012年中国国内旅游人数增长趋势图	42

图表：2000-2012年中国国内旅游收入增长趋势图 43

图表：2000-2012年中国出境游人数增长趋势图 43

图表：2000-2012年全国旅游总收入增长趋势图 44

图表：2000-2012年入境游游客人均支出增长趋势图 44

图表：2000-2012年国内游客人均支出增长趋势图 45

图表：2000-2012年国内旅游收入占比增长趋势图 45

图表：2000-2012年全国人均出游率增长趋势图 46

图表：2004-2007年中国星级酒店市场规模 单位：家 76

图表：2006年中国五大地区酒店数量分布 单位：家 77

图表：2006年中国酒店级别市场结构 77

图表：2012年第三季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分） 100

图表：2012年第三季度全国星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分） 101

图表：2012年第三季度三大区域星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分） 102

图表：2012年第三季度三大区域星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分） 103

图表：2012年第三季度重点旅游城市星级饭店平均房价前十名情况表（按星级分） 104

图表：2012年第三季度重点旅游城市星级饭店平均出租率前十名情况表（按星级分） 104

图表：2012年第三季度与第二季度全国星级饭店经营情况平均值比较（按星级分） 105

图表：2012年星级饭店第三季度与第二季度经营情况三大区域平均值比较（按星级分） 106

图表：重点旅游城市2012年第三季度比第二季度星级饭店平均指标增长前十名（按星级分） 107

图表：重点旅游城市2012年第三季度比第二季度星级饭店平均指标下降前十名 108

图表：2012年全国星级酒店开业统计 110

图表：2012年3季度全国星级酒店开业统计（1） 111

图表：2012年3季度全国星级酒店开业统计（2） 111

图表：2012年1-3季度全国星级酒店开业统计（2） 112

图表：广义的酒店业集群概念 116

图表：狭义的酒店业集群概念 116

图表：2003-2012年中国网上旅行预定用户规模 180

图表：经济型酒店和预定经济型酒店客源市场对比 181

图表：经济型酒店网络预订渠道 182

图表：酒店销售渠道 183

图表：星级酒店发展动力系统模型 245

图表：2008年已开业酒店项目 281

图表：计划2011年开业酒店项目 281

图表：计划2012年及以后开业的酒店项目 282

图表：北京主要国际品牌酒店供应 282

图表：北京五星级酒店市场业绩 282

图表：北京四星级酒店市场业绩 283

图表：2008年已开业酒店项目 284

图表：计划2011年开业酒店项目 284

图表：计划2012年及以后开业的酒店项目 285

图表：上海五星级酒店业绩表现 285

图表：上海四星级酒店业绩表现 286

图表：广州未来主要酒店供应 287

图表：广州五星级酒店业绩表现 287

图表：深圳未来主要酒店供应 288

图表：深圳五星级酒店业绩表现 288

图表：三亚未来主要酒店供应 289

图表：三亚五星级酒店业绩表现 290

图表：天津未来主要酒店供应 290

图表：天津五星级酒店业绩表现 291

图表：大大连未来主要酒店供应 291

图表：大连五星级酒店业绩表现 292

图表：杭州未来主要酒店供应 292

图表：杭州五星级酒店业绩表现 293

图表：青岛未来主要酒店供应 293

图表：青岛五星级酒店业绩表现 294

图表：重庆未来主要酒店供应 294

图表：重庆五星级酒店业绩表现 295

图表：成都未来主要酒店供应 295

图表：成都五星级酒店业绩表现 296

图表：沈阳未来主要酒店供应 296

图表：沈阳五星级酒店业绩表现 297

图表：西安未来主要酒店供应 297

图表：西安五星级酒店业绩表现 298

图表：2012年华天酒店集团股份有限公司主营构成表 308

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司流动资产表 309

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司长期投资表 309

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司固定资产表 309

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司无形及其他资产表 309

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司流动负债表 310

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司长期负债表 310

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司股东权益表 310

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司主营业务收入表 311

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司主营业务利润表 311

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司营业利润表 311

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司利润总额表 311

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司净利润表 311

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司每股指标表 312

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司获利能力表 312

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司经营能力表 312

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司偿债能力表 312

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司资本结构表 313

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司发展能力表 313

图表：2009-2012年华天酒店集团股份有限公司现金流量分析表 313

图表：2011年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营构成表 319

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动资产表 320

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期投资表 320

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司固定资产表 320

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司无形及其他资产表 320

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司流动负债表 321

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司长期负债表 321

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司股东权益表 321

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务收入表 322

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务利润表 322

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司营业利润表 322

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司利润总额表 322

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司净利润表 322

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司每股指标表 323

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司获利能力表 323

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营能力表 323

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司偿债能力表 323

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司资本结构表 324

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司发展能力表 324

图表：2009-2012年上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量分析表 324

图表：2012年广州市东方宾馆股份有限公司主营构成表 327

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司流动资产表 328

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司长期投资表 328

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司固定资产表 328

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司无形及其他资产表 328

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司流动负债表 329

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司长期负债表 329

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司股东权益表 329

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司主营业务收入表 329

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司主营业务利润表 330

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司营业利润表 330

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司利润总额表 330

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司净利润表 330

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司每股指标表 330

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司获利能力表 331

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司经营能力表 331

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司偿债能力表 331

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司资本结构表 332

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司发展能力表 332

图表：2009-2012年广州市东方宾馆股份有限公司现金流量分析表 332

图表：2012年深圳新都酒店股份有限公司主营构成表 334

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司流动资产表 335

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司固定资产表 335

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司无形及其他资产表 335

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司流动负债表 335

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司长期负债表 336

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司股东权益表 336

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司主营业务收入表 336

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司主营业务利润表 336

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司营业利润表 337

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司利润总额表 337

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司净利润表 337

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司每股指标表 337

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司获利能力表 337

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司经营能力表 338

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司偿债能力表 338

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司资本结构表 338

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司发展能力表 339

图表：2009-2012年深圳新都酒店股份有限公司现金流量分析表 339

图表：2012年金陵饭店股份有限公司主营构成表 341

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司流动资产表 341

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司长期投资表 342

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司固定资产表 342

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司无形及其他资产表 342

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司流动负债表 342

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司长期负债表 343

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司股东权益表 343

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司主营业务收入表 343

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司主营业务利润表 343

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司营业利润表 344

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司利润总额表 344

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司净利润表 344

图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司每股指标表 344

- 图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司获利能力表 344
- 图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司经营能力表 345
- 图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司偿债能力表 345
- 图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司资本结构表 345
- 图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司发展能力表 345
- 图表：2009-2012年金陵饭店股份有限公司现金流量分析表 346
- 图表：美国各等级酒店的投资成本平均水平（单位：美元百平米） 370
- 图表：酒店企业国际化能力与跨国经营实施步骤的匹配 384
- 图表：入境商务旅游者对酒店的期望值和感受值以及两者之间的差距 392

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/23779/>

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。