



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国长住型酒店市 场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国长住型酒店市场分析及投资策略研究报告》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/278889.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

长住型酒店。为租居者提供较长时间的食宿服务。此类酒店客房多采取家庭式结构，以套房为主，房间大者可供一个家庭使用，小者有仅供一人使用的单人房间。它既提供一般酒店的服务，又提供一般家庭的服务。

长住酒店主要是面向长期住宿的客人，这些客人或家庭可能正从另一个城市搬迁过来，或者是进行职业培训和长期出差的商务人员，需要在酒店住上半个月或者一个月，有的时间甚至更长。据调查，长住酒店的客户主要包括自助旅行者、政府和军队工作人员、培训师和受训人员、咨询师、保险调节人、搬迁的职员、临时医疗工作人员以及公司客户等。商务客户是长住酒店的主要客户来源之一。

长住酒店通常拥有100~150个房间，其根据酒店的档次和提供的设施分为高档长住酒店、中等价位长住酒店和经济型长住酒店，通常价格等级越低的酒店，其最短住宿天数(LOS)就越长。一些客户甚至把经济型的长住连锁酒店作为半永久性的住所。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分行业发展现状

第一章长住型酒店行业概述

第一节长住型酒店业的定义及分类

一、长住型酒店业的定义

二、长住型酒店业的分类

三、长住型酒店业对国民经济的作用

第二节长住型酒店业的特点分析

一、长住型酒店业的成本核算特点

二、长住型酒店业的市场特点

三、长住型酒店业的消费方式和现代化新特点

第三节行业特性分析

一、长住型酒店业基本特征

二、长住型酒店业生命周期

三、长住型酒店业要素密集性

四、长住型酒店业经营风险

第二章2014-2016年中国酒店业的发展

第一节2014-2016年中国酒店业的发展综述

一、中国酒店业在国民经济发展中的战略定位

二、中国现代酒店业的特点分析

三、建国60年中国酒店业发展概述

四、中国酒店业与国际一流酒店业的差距

第二节2014年中国酒店业发展回顾

一、2014年中国酒店业逐渐回暖

二、2014年中国星级酒店发展状况分析

三、2014年中国酒店业动态热点

四、2014年中国酒店业趋向多元化发展

第三节2015年中国酒店业的发展

一、2015年中国酒店业发展态势分析

二、2015年中国星级酒店发展状况分析

三、2015年中国酒店业大事盘点

四、2015年中国酒店业热点浅析

第四节2016年一季度中国酒店业的发展

一、2016年1月中国星级酒店业分析

二、2016年2月中国星级酒店业分析

三、2016年一季度中国酒店业发展态势

第五节中国酒店业面临的问题

一、中国酒店业存在的主要问题

二、中国酒店业的"软肋"

三、中国酒店业市场的壁垒分析

四、中国酒店业面临的挑战

五、中国酒店业的质量问题

第六节中国酒店业的投资策略

一、中国酒店业发展的政策取向

二、中国酒店业质量问题的发展对策

三、中国本土酒店的发展建议

四、促进中国酒店企业发展的策略

第三章我国长住型酒店业市场发展分析

第一节我国长住型酒店业发展现状

一、我国长住型酒店业发展取得的成就

二、我国长住型酒店业发展格局

三、国内长住型酒店连锁业发展现状

四、我国长住型酒店业特许经营发展概况

五、目前中长住型酒店发展的资金和人才问题分析

六、今后我国长住型酒店业发展重点

第二节2014-2016年中国长住型酒店市场发展分析

一、2015年中国长住型酒店市场发展概况

二、从1978年到2015年中国长住型酒店业发展及改革分析

三、2016年中国长住型酒店市场消费主体

四、2016年洋快餐市场价格动态

五、2015年我国高端长住型酒店营业额

第三节2014-2016年我国住宿餐饮消费发展分析

一、2015年1季度我国住宿餐饮消费发展情况

二、2015年2季度我国住宿餐饮消费发展情况

三、2015年3季度我国住宿餐饮消费发展情况

四、2015年4季度我国住宿餐饮消费发展情况

五、2016年2月我国住宿餐饮消费发展情况

六、2016年3月我国住宿餐饮消费发展情况

第四节我国长住型酒店业发展面临的机遇与挑战

一、历史机遇

二、主要挑战

第五节我国长住型酒店业发展的原则、目标及任务

一、指导思想

二、发展原则

三、发展目标

四、主要任务

第六节我国长住型酒店行业信息化发展分析

一、我国长住型酒店行业信息化市场空间

二、长住型酒店信息化管理发展优势及走势

第四章我国长住型酒店行业区域市场调研

第一节北京市

一、长住型酒店行业现状

二、长住型酒店市场格局

三、长住型酒店消费者分析

四、长住型酒店行业发展趋势

第二节上海市

一、长住型酒店行业现状

二、长住型酒店市场格局

三、长住型酒店消费者分析

四、长住型酒店行业发展趋势

第三节广州市

一、长住型酒店行业现状

二、长住型酒店市场格局

三、长住型酒店消费者分析

四、长住型酒店行业发展趋势

第四节深圳市

一、长住型酒店行业现状

二、长住型酒店市场格局

三、长住型酒店消费者分析

四、长住型酒店行业发展趋势

第五节成都市

一、长住型酒店行业现状

二、长住型酒店市场格局

三、长住型酒店消费者分析

四、长住型酒店行业发展趋势

第五章中国长住型酒店连锁发展研究

第一节中国长住型酒店连锁发展环境因素

一、中国长住型酒店连锁经济环境影响

二、中国长住型酒店连锁社会环境影响

三、中国长住型酒店连锁政策环境影响

四、中国长住型酒店连锁资本化影响

第二节中国长住型酒店连锁市场发展现状

一、中国长住型酒店连锁发展特点

二、中国长住型酒店连锁发展规模

三、中国长住型酒店连锁发展竞争格局

四、中国长住型酒店连锁发展不足之处

五、中国长住型酒店连锁发展的趋势分析

第六章中国长住型酒店行业并购重组分析

第一节中国长住型酒店行业并购重组动因

第二节中国长住型酒店行业并购重组方式

一、酒店集团

二、产权融资

三、连锁经营

四、托管经营

第三节中国长住型酒店行业并购重组案例

一、顺昌收购广西沃顿国际大酒店

二、泰国TCC集团并购昆明邦克饭店

三、华天酒店收购凯旋门大酒店华天酒店

四、西安旅游拟兼并收购陕西光华酒店

五、华天酒店托管长春五星级京都大酒店

第二部分行业竞争格局

第七章长住型酒店行业竞争分析

第一节2016年长住型酒店竞争分析

一、2015年长住型酒店市场竞争情况分析

二、2016年长住型酒店市场竞争形势分析

第二节2014-2016年中国长住型酒店行业竞争分析及预测

- 一、2014-2016年集中度分析及预测
- 二、2014-2016年SWOT分析及预测
- 三、2014-2016年进入退出状况分析及预测
- 四、2014-2016年生命周期分析及预测

第三节长住型酒店业竞争分析

- 一、中国长住型酒店业竞争格局
- 二、2016年长住型酒店企业竞争优势分析
- 三、长住型酒店行业中西式竞争现状
- 四、2016年外企早餐市场竞争动态
- 五、2016年中外企业长住型酒店市场竞争分析

第八章长住型酒店企业竞争策略分析

第一节长住型酒店市场竞争策略分析

- 一、2016年长住型酒店市场增长潜力分析
- 二、2016年长住型酒店主要潜力品种分析
- 三、现有长住型酒店竞争策略分析
- 四、长住型酒店潜力品种竞争策略选择
- 五、典型企业品种竞争策略分析

第二节长住型酒店企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对长住型酒店行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后长住型酒店行业竞争格局的变化
- 三、2016-2022年我国长住型酒店市场竞争趋势
- 四、2016-2022年长住型酒店行业竞争格局展望
- 五、2016-2022年长住型酒店行业竞争策略分析
- 六、2016-2022年长住型酒店企业竞争策略分析

第九章长住型酒店重点企业竞争分析

第一节亚特兰大列诺克斯豪华长住酒店

- 一、酒店概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2016-2022年投资前景

第二节上野东浪长住酒店

一、酒店概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年投资前景

第三节北京长峰假日酒店

一、酒店概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年投资前景

第四节皇家长住酒店

一、酒店概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年投资前景

第五节深圳凤凰印象酒店式公寓

一、酒店概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年投资前景

第六节深圳滨海之家酒店式公寓

一、酒店概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年投资前景

第七节三亚艾斯酒店式公寓

一、酒店概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年投资前景

第八节迈耶公寓式酒店

一、酒店概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年投资前景

第九节北京华威国际公寓

一、酒店概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年投资前景

第十节北京君莱悦酒店公寓

一、酒店概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况

四、2016-2022年投资前景

第三部分市场趋势调查

第十章长住型酒店业发展趋势分析

第一节欧债危机下我国长住型酒店业发展趋势分析

一、欧债危机冲击下我国长住型酒店业"本色化"经营趋势

二、欧债危机下中国高端长住型酒店企业大众化发展趋势

三、欧债危机下长住型酒店自建原料基地发展趋势

第二节我国长住型酒店业的发展预测

一、2015年长住型酒店业的发展走势

二、2016年长住型酒店业消费发展预测

三、2016年长住型酒店业的市场发展预测

四、2016年长住型酒店业的机遇发展预测

五、2016-2022年中国长住型酒店业发展预测

第三节我国长住型酒店行业发展趋势分析

一、我国长住型酒店业发展的趋势及对策

二、2015年中国长住型酒店行业发展趋势

三、2016年我国长住型酒店行业市场规模预测

四、2014-2016年长住型酒店食品行业发展趋势

第十一章长住型酒店行业发展预测

第一节2016-2022年长住型酒店市场趋势分析

- 一、2014-2016年长住型酒店市场趋势总结
- 二、2016-2022年长住型酒店发展趋势分析
- 三、2016-2022年长住型酒店市场发展空间
- 四、2016-2022年长住型酒店产业政策趋向
- 五、2016-2022年长住型酒店价格走势分析

第二节2016-2022年长住型酒店市场预测

- 一、2016-2022年长住型酒店市场结构预测
- 二、2016-2022年长住型酒店市场需求前景
- 三、2016-2022年长住型酒店市场价格预测
- 四、2016-2022年长住型酒店行业集中度预测

第四部分投资规划建议研究

第十二章长住型酒店行业投资现状分析

第一节2015年长住型酒店行业投资情况分析

- 一、2015年总体投资及结构
- 二、2015年投资规模情况
- 三、2015年投资增速情况
- 四、2015年分行业投资分析
- 五、2015年分地区投资分析
- 六、2015年外商投资情况

第二节2016年1季度长住型酒店行业投资情况分析

- 一、2016年1季度总体投资及结构
- 二、2016年1季度投资规模情况
- 三、2016年1季度投资增速情况
- 四、2016年1季度分行业投资分析
- 五、2016年1季度分地区投资分析
- 六、2016年1季度外商投资情况

第十三章长住型酒店行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

- 一、2014-2016年我国宏观经济运行情况
- 二、2016-2022年我国宏观经济形势分析
- 三、2016-2022年投资前景及其影响预测

第二节政策法规环境分析

- 一、2016年长住型酒店行业政策环境
- 二、2016年国内宏观政策对其影响
- 三、2016年行业产业政策对其影响

第三节社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2016年社会环境发展分析
- 三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析

第十四章长住型酒店行业投资机会与风险

第一节长住型酒店行业投资效益分析

- 一、2014-2016年长住型酒店行业投资状况分析
- 二、2016-2022年长住型酒店行业投资效益分析
- 三、2016-2022年长住型酒店行业投资前景预测
- 四、2016-2022年长住型酒店行业的投资方向
- 五、2016-2022年长住型酒店行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响长住型酒店行业发展的主要因素

- 一、2016-2022年影响长住型酒店行业运行的有利因素分析
- 二、2016-2022年影响长住型酒店行业运行的稳定因素分析
- 三、2016-2022年影响长住型酒店行业运行的不利因素分析
- 四、2016-2022年我国长住型酒店行业发展面临的挑战分析
- 五、2016-2022年我国长住型酒店行业发展面临的机遇分析

第三节投资建议

- 一、2016-2022年长住型酒店行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年长住型酒店行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年长住型酒店行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年长住型酒店同业竞争风险及控制策略
- 五、2016-2022年长住型酒店行业其他风险及控制策略

第十五章长住型酒店行业投资规划建议研究(AK WZY)

第一节长住型酒店行业投资前景研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节对长住型酒店品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、长住型酒店实施品牌战略的意义

三、长住型酒店企业品牌的现状分析

四、长住型酒店企业的品牌战略

五、长住型酒店品牌战略管理的策略

第三节长住型酒店行业投资规划建议研究

一、2015年长住型酒店行业投资规划建议

二、2016年长住型酒店行业投资规划建议

三、2016-2022年长住型酒店行业投资规划建议

四、2016-2022年细分行业投资规划建议

图表目录：

图表：长住型酒店业的细分行业分类

图表：长住型酒店业细分行业和业态的发展

图表：长住型酒店业态类型

图表：2007-2016年长住型酒店业增长贡献率和拉动率变化情况

图表：全国长住型酒店业零售额中居民长住型酒店消费比例

图表：长住型酒店业成本结构表

图表：北京市海淀区中餐馆价位分布图

图表：海淀区中餐馆名称的结构统计

图表：三个档次使用行业标识词的情况

图表：长住型酒店业部分连锁企业连锁店数量和连锁店销售额增长情况

图表：长住型酒店业部分企业特许经营配送额增长情况

图表：部分连锁长住型酒店业培训增长情况

图表：长住型酒店业部分企业多品牌经营情况

图表：长住型酒店业各行业部分企业多品牌和将开展多品牌经营情况

图表：部分连锁长住型酒店企业特许费收取方式

图表：部分连锁长住型酒店业特许经营保证金收取情况

图表：连锁长住型酒店企业特许经营单店投资额情况

图表：连锁长住型酒店业各行业部分企业特许经营模式

图表：特许经营部分长住型酒店行业代表性企业发展情况表

图表：长住型酒店业各行业关注的主要问题

图表：长住型酒店业特许经营难点

图表：2016年全国住宿和长住型酒店业零售额对比情况

图表：2016年全国住宿和长住型酒店业限额上、下企业经营对比情况

图表：2016年全国住宿和长住型酒店业零售额与上年对比情况

图表：2016年4月全国住宿和长住型酒店业零售额与上年对比情况

图表：2016年4月全国住宿和长住型酒店业零售额对比情况

图表：2016年4月全国住宿和长住型酒店业限额上、下企业经营对比情况

图表：每平方米单位面积长住型酒店营业额

图表：中式长住型酒店华南发展规划

图表：2016年4月北京君莱悦酒店公寓主营构成

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓每股指标

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓获利能力

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓经营能力

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓偿债能力

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓资本结构

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓发展能力

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓现金流量

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓主营业务收入

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓主营业务利润

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓营业利润

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓利润总额

图表：2014-2016年北京君莱悦酒店公寓净利润

图表：2015年全国各地星级饭店财务状况统计完成情况表

图表：2015年重点旅游城市星级饭店规模结构（按星级分）

图表：2015年重点旅游城市星级饭店主要指标排名前十名统计表

图表：2015年重点旅游城市星级饭店主要指标排名后十名统计表

图表：2015年全国50个重点旅游城市星级饭店财务状况完成情况表（一）

图表：2015年全国50个重点旅游城市星级饭店财务状况完成情况表（二）

图表：2015年全国星级饭店基本指标与上年同比情况表（按星级分）

图表：2015年全国星级饭店主要指标比较（按星级分）

图表：2015年星级饭店经济指标汇总表（按地区）

图表：2015年星级饭店经济指标汇总表续表（按地区）

图表：2016年第一季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表：2016年第一季度全国星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分）

图表：2016年第一季度全国星级饭店经营情况统计表（按地区分）

图表：2016年第一季度重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表（按星级分）

图表：2016年第一季度重点旅游城市星级饭店平均出租率前10名情况表（按星级分）

图表：16个主要客源国的入境旅游人数和增长情况

图表：各省、自治区、直辖市入境旅游接待与收入情况

图表：我国国内旅游的消费构成

图表：我国国内旅游的消费构成

图表：全国星级饭店规模及其经营情况

图表：美国分时度假开发商销售额增长状况

图表：消费者在美国分时度假村所拥有的度假单元周次

图表：点数制所占市场份额的增长状况

图表：美国分时度假行业的发展变化

图表：美国分时度假行业的发展状况

图表：墨西哥度假权益的行业规模

图表：墨西哥分时度假业的经济影响

图表：美国和墨西哥分时度假业的比较

图表：销售费用在销售价格中所占比例

图表：购买分时度假与购买第二房产（度假别墅）的比较

图表：2009-2016年各季度我国城乡居民人均累计收入情况

图表：2000-2015年我国国内年出游人数情况

图表：2009-2016年各季度人民币对美元汇率

图表：2002-2015年我国每年出境旅游人数

图表：2010-2015年各月我国入境旅游外汇收入及增速

图表：2010-2015年全国入境旅游（外汇）收入累计数及同比增长情况

图表：2001-2015年中国社会消费品零售总额与住宿与餐饮业零售总额增长速度

图表：2015年餐饮业与社会消费品零售总额月度增长速度

图表：2015年全国餐饮收入月度运行情况

图表：2015年CPI、食品价格及餐饮收入增幅情况

图表：2015年全国各省市限额以上餐饮企业营业额增长速度

图表：餐饮行业用工需求情况及占第三产业需求比重

图表：2001年-2016年1季度餐饮业增长率

图表：2015年9月-2016年4月餐饮业增长速度

图表：银行储蓄与投资产权酒店的比较

图表：投资住宅、商铺和产权酒店的比较

图表：投资股票与产权酒店比较

图表：投资产权酒店与投资人寿保险比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278889.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。