



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国产权式酒店产业发展现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国产权式酒店产业发展现状及市场监测报告》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/279302.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](mailto: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

产权式酒店就是由个人投资者买断酒店客房的产权，即开发商以房地产的销售模式将酒店每间客房的独立产权出售给投资者。每一套客房都各拥有独立的产权，投资者如购买商品一样投资置业，将客房委托给酒店管理公司分取投资回报及获取该物业的增值，同时还获得酒店管理公司赠送的一定期限的免费入住权。其实质就是迎合普通老百姓的不动产投资理财需求。产权酒店商业模式和国外的权益性房地产投资基金、房地产有限合伙企业较类似，都是为了帮助大众投资者共同参与大型经营型住宿业商业性的投资行为，.产权式酒店不属于房地产开发,目的是获得资产投资增值和旅馆饭店经营收益。

产权式酒店是旅游房产的重要一类，其实质就是"分时度假+房产投资"。它将酒店的每一单位分别售给投资人，同时投资人委托酒店管理公司经营或分时度假网络管理，获得一定的投资回报。由于客房年度利润分红足以抵消分期付款的费用，并有可观的盈余，因此业主只要投资金额不多的首付，就可不再投入，大约15~20年后取得产权。经营有方的酒店通常还可带来物业的增值效应。一般情况下，投资人拥有该酒店每年一定时间段的免费居住权，可以作为一般投资者在郊区的第二居所或企事业单位的度假基地。

国际通用的产权式酒店，大致有三种类型：时权酒店；养老型酒店；有限自用投资型酒店。

### 1、时权酒店

时权酒店是将酒店的每个单位分为一定的时间份（如：一年51周），出售每一个时间份的一定年限的使用权。消费者拥有一定年限内在该酒店每年一定时间（或一周）的居住权；

### 2、养老型酒店

养老型酒店是指投资人（往往是最终消费者）在退休前购买退休养老度假村的某一个单位，委托管理公司经营管理直至退休后自用。委托管理期间，将获取一定的投资回报。一般情况下该度假村在产权人去世后由管理公司回购，再出售，收益归其家人所有。

### 3、有限自用投资型酒店

有限自用投资型酒店是指将酒店的每一个单位分别出售给投资人，同时投资人委托酒店管理公司或分时度假网络管理，获取一定的投资回报。

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家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 产业环境透视

#### 第一章 2012-2015年中国产权式酒店发展综述 1

##### 第一节 产权式酒店概述 1

###### 一、产权式酒店的定义 1

###### 二、产权式酒店的类型 1

###### 1、时权酒店 1

###### 2、养老型酒店 1

###### 3、有限自用投资型酒店 2

###### 三、产权式酒店的优势分析 2

###### 四、产权式酒店存在的问题 4

###### 五、中国产权式酒店的主要特征 5

##### 第二节 产权式酒店相关概念界定 7

###### 一、产权式酒店与分时度假酒店 7

###### 1、分时度假概述 7

###### 2、产权式酒店与分时度假关系 8

###### 二、产权式酒店与酒店式公寓 10

###### 1、酒店式公寓概述 10

###### 2、产权式酒店与酒店式公寓的比较 12

##### 第三节 产权式酒店核心利益主体研究 13

###### 一、产权式酒店中的利益相关者 13

###### 1、利益相关者的界定 13

###### 2、产权式酒店利益相关者的关系描述 13

###### 二、产权式酒店核心利益相关者的不平衡 15

###### 1、房地产开发商的强势地位 15

###### 2、投资者的弱势地位 15

###### 三、核心利益主体的地位转换 16

###### 1、投资者弱势地位强化策略 16

###### 2、转换后核心利益主体之间利益关系 17

#### 第二章 产权式酒店行业市场环境及影响分析 18

##### 第一节 产权式酒店行业政治法律环境 18

一、行业管理体制分析	18
1、全国产权式酒店产业最新政策与方向	19
2、产权式酒店的法律特征	20
3、产权式酒店的法律关系	21
4、中国现行法律对产权式酒店的制约	26
二、行业主要法律法规	29
三、产权式酒店行业标准	33
四、行业相关发展规划	34
五、政策环境对行业的影响	38
第二节 行业经济环境分析	42
一、宏观经济形势分析	42
1、国际宏观经济形势分析	42
2、国内宏观经济形势分析	49
3、产业宏观经济环境分析	66
二、宏观经济环境对行业的影响分析	70
第三节 行业社会环境分析	73
一、产权式酒店产业社会环境	73
1、人口环境分析	73
2、教育环境分析	75
3、文化环境分析	77
4、中国城镇化率	78
二、社会环境对行业的影响	81
三、产权式酒店产业发展对社会发展的影响	82
第三章 国际产权式酒店行业发展分析及经验借鉴	83
第一节 全球产权式酒店市场总体情况分析	83
一、全球产权式酒店行业的发展特点	83
二、全球产权式酒店行业发展规模	84
三、全球产权式酒店行业竞争格局	85
四、全球产权式酒店客户类型	90
五、国际重点产权式酒店企业运营分析	92
1、洲际酒店集团	92

- 2、胜腾酒店集团 93
  - 3、万豪国际酒店 94
  - 4、雅高 95
  - 5、希尔顿 96
  - 6、精选 97
  - 7、最佳西方 97
  - 8、喜达屋 98
  - 9、卡尔森 99
  - 10、凯悦 100
- 第二节 全球主要国家（地区）酒店市场分析 101
- 一、欧洲 101
    - 1、欧洲产权式酒店行业发展概况 101
    - 2、欧洲产权式酒店行业发展前景预测 102
  - 二、美国 103
    - 1、美国产权式酒店行业发展概况 103
    - 2、美国产权式酒店行业发展前景预测 105
  - 三、日本 106
    - 1、日本产权式酒店行业发展概况 106
    - 2、日本产权式酒店行业发展前景预测 108
  - 四、韩国 109
    - 1、韩国产权式酒店行业发展概况 109
    - 2、韩国产权式酒店行业发展前景预测 110
  - 五、其他国家地区 111

## 第二部分 行业深度分析

### 第四章 我国产权式酒店行业运行现状分析 112

#### 第一节 我国产权式酒店行业发展状况分析 112

- 一、国内产权式酒店发展历程 112
- 二、国内产权式酒店发展特征 113
- 三、国内产权式酒店制约因素 114
- 四、产权式酒店中国兴起原因 115
  - 1、从投资者角度分析 115

2、从购买者角度分析	115
五、国内产权式酒店市场运营状况	117
1、产权式酒店市场总量及增长率	117
2、产权式酒店运营成功率	117
3、产权式酒店各星级档次占比	118
4、不同投资回报方式现状总结	118
5、产权式酒店管理情况总结	119
六、国内产权式酒店运行问题	119
七、国内产权式酒店发展策略	121
第二节 产权式酒店行业发展现状	122
一、我国产权式酒店行业市场规模	122
1、企业数量结构分析	122
2、行业市场规模分析	126
二、我国产权式酒店行业发展分析	127
三、中国产权式酒店企业发展分析	128
第三节 产权式酒店市场情况分析	130
一、中国产权式酒店市场总体概况	130
二、中国产权式酒店产品市场发展分析	130
第四节 我国产权式酒店市场价格走势分析	131
一、产权式酒店市场定价机制组成	131
1、类比法	132
2、试算法	132
二、产权式酒店市场价格影响因素	134
第五章 中国产权式酒店行业运营分析	135
第一节 中国产权式酒店运营现状	135
一、产权式酒店投资景气情况	135
二、房产新政对产权式酒店投资影响	136
三、产权式酒店的运营现状分析	137
第二节 中国产权式酒店盈利模式分析	140
一、传统酒店的盈利模式	140
1、传统酒店的基本特征	140

- 2、传统酒店的盈利模式 141
- 二、酒店式公寓的盈利模式分析 141
  - 1、酒店式公寓起源与概念 141
  - 2、酒店式公寓的特点 142
  - 3、酒店式公寓的盈利模式分析 143
- 三、分时度假的盈利模式分析 143
  - 1、分时度假产品的运营机制 143
  - 2、分时度假的盈利模式分析 144
- 四、产权式酒店的盈利模式分析 144
- 第三节 中国产权式酒店运营模式分析 145
  - 一、产权式酒店典型运营模式 145
  - 二、产权式酒店核心竞争力打造战略 147
  - 三、物业管理企业产权式酒店经营分析 148
    - 1、物业管理企业经营产权式酒店可行性分析 148
    - 2、物业管理企业如何经营好产权式酒店 148
- 第四节 中国产权式酒店PMBOK项目管理战略 150
  - 一、PMBOK项目管理概述 150
  - 二、产权式酒店管理存在问题 157
    - 1、项目融资问题 157
    - 2、组织缺位问题 157
    - 3、收益测算问题 158
    - 4、后期经营管理问题 158
    - 5、开发商诚信度问题 158
  - 三、产权式酒店项目管理模式 159
    - 1、PMBOK项目管理可行性分析 160
    - 2、PMBOK项目管理要素分析 161
  - 四、PMBOK项目管理流程优化设计 167
  - 五、案例——奥林国际服务式公寓项目 168
    - 1、项目基本概况 168
    - 2、项目投资环境 169
    - 3、项目区域分析 172
    - 4、项目市场定位 173

- 5、项目经营管理规划 174
- 6、可行性分析研究述评 176
- 六、案例——三亚华宇皇冠假日酒店销售规划 176
  - 1、项目基本概况 176
  - 2、销售规划工作分解 177
  - 3、人力资源规划 177
  - 4、风险识别 178
  - 5、定性风险分析 180
  - 6、制定项目销售规划 184
  - 7、项目销售规划控制 186
- 七、案例——深圳大梅沙海景酒店营销质量控制 188
  - 1、项目管理分析 188
  - 2、项目成本收益分析 189
  - 3、营销质量控制述评 190
- 八、案例——海航产权式酒店项目管理信息系统 190
  - 1、海航集团项目管理信息系统 190
  - 2、IMP.NET集成管理平台特点 191
  - 3、IMP.NET集成管理平台优势 192
  - 4、海航集团项目管理信息系统述评 193
- 第五节 中国产权式酒店投资开发优劣势 194
  - 一、投资产权式酒店优劣势分析 194
  - 二、开发产权式酒店项目优劣分析 195
- 第六节 中国产权式酒店投融资前景分析 195
  - 一、中国产权式酒店投资前景分析 195
  - 二、国内产权式酒店融资前景分析 196
- 第三部分 市场全景调研
- 第六章 中国产权式酒店行业相关产业分析 197
  - 第一节 分时度假发展分析 197
    - 一、全球分时度假市场规模 197
    - 二、中国分时度假发展状况 198
      - 1、我国分时度假类型 198

- 2、中国分时度假酒店特征 200
- 三、中国发展分时度假可行性分析 201
- 四、制约中国分时度假发展因素 202
- 五、中国分时度假市场发展趋势分析 204
  - 1、分时度假将是新型的产权认购方式 204
  - 2、分时度假使边缘楼市商机再现 204
  - 3、中国分时度假业的发展方向 205
- 第二节 酒店式公寓行业发展分析 206
  - 一、中国酒店式公寓市场发展分析 206
  - 二、一线城市酒店式公寓市场现状 207
  - 三、二线城市酒店式公寓市场现状 208
    - 1、酒店式公寓市场供应状况 208
    - 2、酒店式公寓市场需求结构 209
    - 3、酒店式公寓市场竞争现状 210
    - 4、酒店式公寓租赁价格现状 210
  - 四、二线城市酒店式公寓经营管理现状 211
    - 1、酒店式公寓经营模式分析 211
    - 2、酒店式公寓管理模式分析 212
    - 3、酒店式公寓配套服务分析 213
  - 五、酒店式公寓发展存在的问题 213
    - 1、缺乏统一的行业规范和行政监管 213
    - 2、缺乏整体规划，目标市场不明确 214
    - 3、服务项目和服务质量欠缺 214
    - 4、内部管理混乱 215
  - 六、优秀案例&mdash;&mdash;青岛三度空间？柏悦酒店式公寓 215
    - 1、酒店式公寓发展现状 215
    - 2、酒店式公寓经营管理 216
    - 3、酒店式公寓SWOT分析 217
    - 4、酒店式公寓经验借鉴 219
  - 七、酒店式公寓发展前瞻战略 220
    - 1、目标市场定位战略 220
    - 2、产品规划设计 223

- 3、配套设施设计战略 224
- 4、经营管理战略 226
- 5、营销战略 227
- 第三节 旅游行业发展分析 228
  - 一、中国国内旅游概况 228
    - 1、国内旅游人数 228
    - 2、国内旅游收入 230
    - 3、国内旅游人均花费 231
  - 二、旅游市场消费格局 231
    - 1、旅游市场总体消费格局 231
    - 2、高端旅游市场分析 232
    - 3、中端旅游市场分析 233
    - 4、低端旅游市场分析 234
- 第四节 旅游地产行业发展分析 234
  - 一、旅游地产行业市场调研 234
    - 1、旅游地产行业发展总体情况 234
    - 2、旅游地产项目区域分布结构 238
    - 3、旅游地产项目用地规模结构 238
  - 二、旅游地产行业发展趋势 245
  - 三、旅游地产行业发展前景 247
  - 四、旅游地产行业投资前瞻 248
    - 1、旅游地产行业投资新趋势 248
    - 2、旅游地产行业情景规划 250
    - 3、旅游地产行业前瞻规划 251
    - 4、旅游地产行业完善规划 251
  - 五、旅游地产典型开发模式分析 252
    - 1、华侨城模式 252
    - 2、中坤模式 253
- 第五节 会展行业发展分析 255
  - 一、中国会展业发展规模 255
    - 1、展览场馆规模 255
    - 2、举办展会规模 255

- 3、我国会展业发展情况 256
- 4、各地区会展业扶持计划 257
- 5、会展对住宿业拉动效应分析 258
- 6、会展业“十二五”发展规划 258

## 二、中国展会分布情况 263

- 1、展会时间分布 263
- 2、展会行业分布 263
- 3、展会周期特征 264

## 三、各地会展行业收入规模 264

- 1、北京会展行业收入规模 264
- 2、天津会展行业收入规模 265
- 3、青岛会展行业收入规模 266
- 4、上海会展行业收入规模 266
- 5、南京会展行业收入规模 267
- 6、重庆会展行业收入规模 267

## 四、会展对酒店业拉动效应分析 267

## 五、中国会展行业发展趋势分析 268

## 第七章 中国产权式酒店行业消费态势分析 271

### 第一节 中国酒店业消费态势分析 271

#### 一、中国酒店的客源分析 271

- 1、酒店客源规模与分布 271
- 2、酒店主要客源市场情况 273

#### 二、中国酒店消费结构分析 280

- 1、入境游客的消费结构 280
- 2、国内游客的消费结构 281
- 3、酒店（星级）消费结构的趋向 282

#### 三、中国酒店消费情况分析 291

- 1、游客住宿设施的选择 291
- 2、游客的旅行目的选择 291
- 3、入境游客感兴趣的商品 292
- 4、消费者的消费评价 294

5、2013年第一季度全国星级饭店统计概况 294

第二节 中国产权式酒店消费态势分析 303

一、产权式酒店客户构成调研 303

1、产权式酒店客户地区来源 303

2、产权式酒店客户年龄层分布情况 304

3、产权式酒店客户职业背景分布情况 305

4、客户对产权式酒店认知度情况 305

5、客户购买产权式酒店时考虑因素分析 306

6、客户对产权式酒店项目考虑因素分析 306

二、产权式酒店行业客户群体分析 308

三、中国产权式酒店消费前景预测 308

第八章 中国产权式酒店行业市场营销分析 310

第一节 产权式酒店营销策略分析 310

一、产权式酒店典型营销策略分析 310

二、产权式酒店定位策略分析 310

三、产权式酒店创新营销策略 311

第二节 产权式酒店的营销手段分析 312

一、产权式酒店的形象包装 312

1、旅游度假型酒店 312

2、城市商务型酒店 313

二、产权式酒店的宣传与推广 313

1、宣传推广模式 313

2、宣传推广媒体的选择及策略 314

三、产权式酒店的销售方式 318

1、销售体系和销售制度 318

2、销售制度及制度创新的出发点 320

3、销售策略 321

四、产权式酒店创新营销手段 322

1、用概念营销改变传统观念 322

2、用现代理念整合营销方式 322

3、新产品创意营销 323

## 第四部分 竞争格局分析

### 第九章 产权式酒店行业重点地区市场分析 324

#### 第一节 重点省市产权式酒店发展状况与趋势 324

##### 一、海南省产权式酒店发展状况与趋势 324

- 1、海南省产权式酒店行业发展现状 324
- 2、海南省产权式酒店市场投资回报分析 325
- 3、海南省产权式酒店发展优势分析 325
- 4、海南产权式酒店地理环境优势 326
- 5、海南省产权式酒店行业发展问题分析 326
- 6、海南省产权式酒店行业发展趋势预测 327

##### 二、三亚市产权式酒店发展状况与趋势 327

- 1、三亚市发展产权式酒店政策环境分析 327
- 2、三亚发展产权式酒店行业发展现状 328
- 3、三亚市产权式酒店市场投资市场分析 328

##### 三、上海市产权式酒店发展状况与趋势 329

- 1、上海市酒店行业发展状况分析 329
- 2、上海市产权式酒店市场现状分析 329
- 3、上海市产权式酒店市场供求特征 330
- 4、上海市产权式酒店市场销售价格 330
- 5、上海市产权式酒店客户构成 330
- 6、上海市产权式酒店投资回报情况 331

##### 四、北京市产权式酒店发展状况与趋势 331

- 1、北京市产权式酒店市场发展历程 331
- 2、北京市酒店行业发展状况分析 331
- 3、北京市产权式酒店投资市场分析 333

#### 第二节 重点城市圈产权式酒店发展情况 334

##### 一、长三角腹地产权式酒店发展情况 334

- 1、黄山产权式酒店投资风险分析 334
- 2、濮院产权式酒店投资条件分析 334
- 3、苏州产权式酒店市场发展潜力分析 335
- 4、杭州市产权式酒店发展情况 335

##### 二、关中地区产权式酒店发展情况 335

- 1、洛阳市产权式酒店市场投资建设情况 335
  - 2、郑州市产权式酒店市场投资机会分析 336
  - 三、山东半岛产权式酒店发展情况 336
    - 1、半岛地区产权式酒店分布情况 336
    - 2、半岛地区产权式酒店项目总结 336
    - 3、青岛市产权式酒店发展情况 337
    - 4、威海、烟台、日照产权式酒店发展情况 337
    - 5、半岛地区产权式酒店配套设施情况 337
    - 6、半岛地区产权式酒店市场特征总结 337
  - 第三节 三线代表城市产权式酒店发展情况 339
    - 一、南昌市产权式酒店发展情况 339
      - 1、南昌发展产权式酒店SWOT分析 339
      - 2、南昌发展产权式酒店现实意义分析 340
      - 3、南昌产权式酒店市场发展现状 341
      - 4、南昌发展产权式酒店发展战略分析 341
      - 5、南昌市产权式酒店存在的问题 342
    - 二、贵阳市产权式酒店发展情况 343
      - 1、贵阳发展产权式酒店行业发展条件分析 343
      - 2、贵阳产权式酒店投资市场分析 344
- 第十章 2015-2018年产权式酒店行业竞争形势及策略 345
- 第一节 行业总体市场竞争状况分析 345
    - 一、产权式酒店行业竞争结构分析 345
      - 1、现有企业间竞争 345
      - 2、潜在进入者分析 346
      - 3、替代品威胁分析 347
      - 4、供应商议价能力 347
      - 5、客户议价能力 348
      - 6、竞争结构特点总结 348
    - 二、产权式酒店行业企业间竞争格局分析 348
    - 三、产权式酒店行业集中度分析 349
    - 四、产权式酒店行业SWOT分析 350

- 1、优势分析 350
  - 2、劣势分析 351
  - 3、机会分析 352
  - 4、威胁分析 352
- 第二节 中国产权式酒店行业竞争格局综述 353
- 一、产权式酒店行业竞争概况 353
  - 二、中国产权式酒店行业竞争力分析 354
  - 三、中国产权式酒店产品竞争力优势分析 355
  - 四、产权式酒店行业主要企业竞争力分析 356
- 第三节 产权式酒店行业竞争格局分析 358
- 一、国内外产权式酒店竞争分析 358
  - 二、我国产权式酒店市场竞争分析 364
  - 三、我国产权式酒店市场集中度分析 365
  - 四、国内主要产权式酒店企业动向 366
  - 五、国内产权式酒店企业拟在建项目分析 368
- 第四节 产权式酒店市场竞争策略分析 370
- 
- 第十一章 中国重点产权式酒店项目运营分析 379
- 第一节 深圳大梅沙雅兰酒店 379
- 一、地理位置 379
  - 二、项目定位 379
  - 三、项目规模 379
  - 四、项目标准 379
  - 五、项目特色 380
  - 六、客户构成 380
  - 七、销售价格 380
  - 八、客房价格 380
  - 九、投资回报方式 380
- 第二节 杭州黄龙月亮湾产权式酒店 381
- 一、区位条件 381
  - 二、项目介绍 381
  - 三、成功因素及主要成效 382

### 第三节 三亚卓达产权式酒店项目 382

一、开发商介绍 382

二、经营模式 383

三、业主权益 384

四、投资收益 385

五、客房规划 385

六、经济效益 386

七、营销管理分析 387

### 第四节 北京金色假日产权式酒店 388

一、开发商介绍 388

二、地理位置优势 388

三、经营模式 388

四、业主权益 388

五、投资收益 389

六、客房规划 389

七、经济效益 389

八、酒店配套设施 389

### 第五节 成都市紫薇?银座酒店 390

一、开发商介绍 390

二、地理位置优势 390

三、项目概况 391

四、项目定位及特色 391

五、客房价格 392

六、经营模式 392

七、业主权益 392

八、客房规划 392

九、经济效益 393

十、投资回报方案 393

十一、营销管理分析 393

### 第六节 三亚海韵度假酒店 394

一、开发商介绍 394

二、地理位置优势 394

- 三、项目概况 395
- 四、酒店规模 395
- 五、经营模式 396
- 六、客房规划 396
- 七、酒店设施与服务 396
- 八、营销管理分析 397
- 第七节 西安颐和宫大酒店 397
  - 一、开发商介绍 397
  - 二、地理位置优势 398
  - 三、项目概况 398
  - 四、项目设计特点 399
  - 五、经营模式 399
  - 六、业主权益 399
  - 七、投资收益 400
  - 八、客房规划 400
  - 九、投资回报 401

## 第五部分 发展前景展望

### 第十二章 2015-2018年产权式酒店行业前景及趋势预测 402

#### 第一节 2015-2018年产权式酒店市场发展前景 402

- 一、2015-2018年产权式酒店市场发展潜力 402
- 二、2015-2018年产权式酒店市场发展前景展望 403

#### 第二节 2015-2018年产权式酒店市场发展趋势预测 403

- 一、2015-2018年产权式酒店行业发展趋势 403
- 二、2015-2018年产权式酒店市场规模预测 404
- 三、2015-2018年细分市场发展趋势预测 404

#### 第三节 中国产权式酒店未来发展建议 405

- 一、发展分时度假交换体系 405
- 二、服务经营与资产经营并重 405
- 三、价格实施本土化 406
- 四、产品结构力争多元化、人性化、个性化 406

## 第十三章 2015-2018年产权式酒店行业投资价值评估分析 407

### 第一节 产权式酒店行业投资特性分析 407

#### 一、产权式酒店行业进入壁垒分析 407

#### 二、产权式酒店行业盈利因素分析 408

##### 1、环境因素 408

##### 2、市场因素 409

##### 3、资源因素 409

##### 4、企业因素 410

##### 5、关联行业因素 410

#### 三、产权式酒店行业盈利模式分析 411

### 第二节 制约中国产权式酒店发展的因素 413

#### 一、二元发展空间 413

#### 二、重要组成部分 414

#### 三、市场环境的营造 414

#### 四、法律关系的复杂性 414

#### 五、核心竞争力 416

### 第三节 2015-2018年产权式酒店行业投资价值评估分析 416

#### 一、产权式酒店投资价值 416

#### 二、新进入者应注意的障碍因素 419

## 第十四章 2015-2018年产权式酒店行业投资机会与风险防范 421

### 第一节 产权式酒店行业投融资情况 421

#### 一、行业资金渠道分析 421

#### 二、固定资产投资分析 423

#### 三、兼并重组情况分析 424

### 第二节 2015-2018年产权式酒店行业投资机会 424

#### 一、产业链投资机会 424

#### 二、细分市场投资机会 425

#### 三、重点区域投资机会 426

#### 四、产权式酒店行业投资机遇 427

### 第三节 2015-2018年产权式酒店行业投资风险及防范 428

#### 一、政策风险及防范 428

- 二、技术风险及防范 430
- 三、市场风险及防范 431
- 四、宏观经济波动风险及防范 432
- 五、关联产业风险及防范 432
- 六、产品结构风险及防范 432
- 七、其他风险及防范 433
- 第四节 中国产权式酒店行业投资建议 433
  - 一、产权式酒店行业未来发展方向 433
  - 二、产权式酒店行业主要投资建议 435
  - 三、中国产权式酒店企业融资分析 438

## 第六部分 发展战略研究

### 第十五章 2015-2018年产权式酒店行业面临的困境及对策 448

#### 第一节 2015年产权式酒店行业面临的困境及对策 448

- 一、产权式酒店的建设用地性质错位 448
- 二、法律对开发商承诺固定回报率的禁止 449
- 三、投资者难以取得房屋所有权证 450
- 四、酒店建筑物能否适用区分所有制度尚不明确 451

#### 第二节 产权式酒店企业面临的困境及对策 455

- 一、重点产权式酒店企业面临的困境及对策 455
- 二、中小产权式酒店企业发展困境及策略分析 457
- 三、国内产权式酒店企业的出路分析 458

#### 第三节 中国产权式酒店行业存在的问题及对策 459

- 一、中国产权式酒店行业存在的问题 459
  - 1、用地性质问题 459
  - 2、税收问题 461
  - 3、预售问题 463
  - 4、面积公摊问题 463
- 二、产权式酒店行业发展的建议对策 464
  - 1、把握国家投资的契机 464
  - 2、竞争性战略联盟的实施 464
  - 3、企业自身应对策略 465

三、市场的重点客户战略实施	468
1、实施重点客户战略的必要性	468
2、合理确立重点客户	469
3、重点客户战略管理	470
4、重点客户管理功能	471
第四节 中国产权式酒店市场发展面临的挑战与对策	472
一、中国产权式酒店市场发展面临的挑战	472
二、中国旅游地产市场发展对策分析	476
第十六章 产权式酒店行业发展战略研究	479
第一节 产权式酒店行业发展战略研究	479
一、战略综合规划	479
二、技术开发战略	479
三、业务组合战略	481
四、区域战略规划	483
五、产业战略规划	484
六、营销品牌战略	484
七、竞争战略规划	485
第二节 对我国产权式酒店品牌的战略思考	486
一、产权式酒店品牌的重要性	486
二、产权式酒店实施品牌战略的意义	487
三、产权式酒店企业品牌的现状分析	488
第三节 产权式酒店经营策略分析	490
一、产权式酒店市场细分策略	490
二、产权式酒店市场创新策略	492
三、品牌定位与品类规划	496
四、酒店新产品差异化战略	501
第四节 产权式酒店行业投资战略研究	502
一、2015年产权式酒店行业投资战略	502
1、尽量自筹资金长期投资	502
2、投资可行性分析	502
3、关注酒店的品牌效应	503

- 4、用合同保障权益 503
- 5、审查担保机制 503
- 6、完善退出机制 504
- 二、2015-2018年产权式酒店行业投资战略 504
- 三、2015-2018年细分行业投资战略 512

## 第十七章 研究结论及发展建议 516

### 第一节 产权式酒店行业研究结论及建议 516

### 第二节 产权式酒店行业发展建议 518

- 一、行业发展策略建议 518
- 二、行业投资方向建议 521
- 三、行业投资政策建议 522

## 图表目录：

- 图表：2008-2015年全球商品贸易增长分析 44
- 图表：2008-2015年发达经济体出口增长分析 45
- 图表：2008-2015年发展中经济体出口增长分析 45
- 图表：2008-2015年全球GDP增长分析 46
- 图表：2008-2015年发达经济体GDP增长分析 46
- 图表：2008-2015年发展中经济体GDP增长分析 47
- 图表：2015年我国国内生产总值情况表 50
- 图表：2011-2015年各季度我国GDP环比增长表 51
- 图表：2015年我国规模以上工业增加值同比增长速度 53
- 图表：2015年我国发电量日均产量及同比增速 54
- 图表：2015年我国钢材日均产量及同比增速 55
- 图表：2015年我国水泥日均产量及同比增速 55
- 图表：2015年我国原油加工量日均产量及同比增速 56
- 图表：2015年我国十种有色金属日均产量及同比增速 56
- 图表：2015年我国乙烯日均产量及同比增速 57
- 图表：2015年我国汽车日均产量及同比增速 57
- 图表：2015年我国轿车日均产量及同比增速 58
- 图表：2015年全国居民消费价格涨跌幅 59

图表：2015年全国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 59

图表：2015年全国鲜菜、鲜果价格变动情况 60

图表：2007-2015年中国人口及其自然增长率变化情况 74

图表：产权酒店和其他投资品种的综合比较 116

图表：2008-2015年上半年中国产权式酒店数量 117

图表：2001-2015年中国产权式酒店运营成功与失败的比例 118

图表：中国产权酒店年度新增数量统计 123

图表：1994~2014年产权酒店数量统计 124

图表：2004~2015年新增产权酒店数量统计 125

图表：2007-2014年我国酒店行业市场规模 126

图表：2007-2015年中国酒店市场出售客房数 127

图表：中国产权酒店运营现状 128

图表：中国产权酒店星级分布现状 128

图表：中国产权酒店投资回报方式现状 129

图表：中国产权酒店运营现状 137

图表：中国产权酒店星级分布现状 138

图表：中国产权酒店投资回报方式现状 138

图表：中国产权酒店的酒店管理品牌现状 139

图表：产权酒店的商业模式 146

图表：项目管理关键利害关系者 162

图表：产权式酒店项目管理关键利害关系者 163

图表：产权式酒店关系利害者作用过程分析 166

图表：海宁市主要客源市场分布 170

图表：海宁市2016-2020年游客量及旅游收入预测 170

图表：海宁主要旅游星级酒店统计 171

图表：2001-2015年旅游星级饭店情况（海宁市旅游局提供） 171

图表：销售规划工作分解结构图 177

图表：三亚华宇皇冠假日酒店RACI形式的职责分配矩阵 178

图表：楼层价目表 182

图表：产权式酒店产品销售周期建议 187

图表：产权式酒店销售进度控制 188

图表：2015年11月全国酒店式公寓供求统计信息 209

图表：2014年青岛市酒店式公寓出租价位 211

图表：1998-2015年人均可支配收入与国内旅游人数 229

图表：中国旅游市场高、中、低端协同发展消费格局简图 232

图表：中国股权投资市场旅游产业基金一览 237

图表：海南重点城市旅游地产项目占地面积 239

图表：2011-2015年海南重点城市成交面积对比 239

图表：2011-2015年海南重点城市成交均价对比 240

图表：西南重点城市旅游地产项目占地面积 241

图表：2015年西南（四大城市）旅游地产数据分析 241

图表：环渤海重点城市旅游地产项目占地面积 242

图表：2011-2015年环渤海（四大城市）旅游地产数据分析 243

图表：长三角重点城市旅游地产项目占地面积 243

图表：2011-2015年长三角（六大城市）旅游地产数据分析 244

图表：两广地区重点城市旅游地产项目占地面积 245

图表：2011-2015年两广地区（六大城市）旅游地产数据分析 245

图表：2015年1-12月我国入境人数（按入境方式分） 272

图表：2015年1-12月我国入境人数（按地区分） 272

图表：2015年1-12月我国入境各洲人数 273

图表：2015年我国不同星级酒店数量分析 273

图表：2015年我国五星级酒店分布情况分析 274

图表：2015年二星级酒店主要地区分布情况 275

图表：2015年部分地区三星级酒店分布情况 275

图表：2011-2015年我国五星级酒店数量 276

图表：2011-2015年我国五星级酒店客房、床位数对比 276

图表：2011-2015年我国四星级酒店数量 277

图表：2011-2015年我国四星级酒店客房、床位数对比 277

图表：2011-2015年我国三星级酒店数量 278

图表：2011-2015年我国三星级酒店客房、床位数对比 278

图表：2011-2015年我国二星级酒店数量 279

图表：2011-2015年我国三星级酒店客房、床位数对比 279

图表：2011-2015年我国一星级酒店数量 280

图表：2011-2015年我国三星级酒店客房、床位数对比 280

图表：2015年国际高星级酒店直销渠道市场份额 283

图表：2015年国际低星级酒店直销渠道市场份额 283

图表：2015年国内高星级酒店直销渠道市场份额 284

图表：2015年国内中档酒店直销渠道市场份额 284

图表：2015年国内低星级酒店直销渠道市场份额 285

图表：2015年国内经济型连锁酒店直销渠道市场份额 285

图表：2015年国内会议度假酒店直销渠道市场份额 286

图表：2015年国内酒店式公寓直销渠道市场份额 286

图表：2015年国际高星级酒店分销渠道市场份额 287

图表：2015年国际低星级酒店分销渠道市场份额 287

图表：2015年国内高星级酒店分销渠道市场份额 288

图表：2015年国内中档酒店分销渠道市场份额 288

图表：2015年国内低星级酒店分销渠道市场份额 289

图表：2015年国内经济型连锁酒店分销渠道市场份额 289

图表：2015年国内会议度假酒店分销渠道市场份额 290

图表：2015年国内酒店式公寓分销渠道市场份额 290

图表：2015年OTA渠道间夜销量占比 291

图表：2014年游客旅行目的调查 292

图表：2015年我国入境游客感兴趣商品选择调查 293

图表：2015年我国入境游客感兴趣商品选择调查 293

图表：2011年我国入境游客感兴趣商品选择调查 293

图表：2011年我国入境游客感兴趣商品选择调查 293

图表：2015年第一季度全国星级饭店经营情况统计表 297

图表：2015年第一季度全国星级饭店经营情况平均指标统计表 298

图表：2012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 298

图表：2015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 299

图表：2015年第一季度全国星级饭店经营情况平均指标比较 299

图表：2015年第一季度重点旅游城市环比增长前10名 300

图表：2015年第一季度重点旅游城市环比下降前10名 300

图表：2015年第一季度重点旅游城市同比增长前10名 301

图表：2015年第一季度重点旅游城市同比下降前10名 301

图表：2015年第一季度全国各地星级饭店统计完成情况表（1） 302

图表：2015年第一季度全国各地星级饭店统计完成情况表（2） 302

图表：产权式酒店客户来源分析 304

图表：产权式酒店客户年龄层分布 304

图表：产权式酒店知名度分析 306

图表：选择酒店管理公司的原因 307

图表：客户对产权式酒店项目的考虑因素分析 308

图表：项目产品推广步骤 314

图表：行业结构类型图 371

图表：迈克尔波特的五大竞争力量模型 371

图表：竞争优势图 373

图表：竞争层次图示 374

图表：成功策略的组成要素图 374

图表：核心竞争力图 375

图表：市场补缺者策略图 378

图表：三亚卓达产权式酒店客房类型 386

图表：三亚海韵度假酒店配套表格 395

图表：2013年西安旅游人数统计 399

图表：2014年西安旅游人数统计 399

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279302.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。