



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国酒店市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国酒店市场发展现状及战略咨询报告》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/283535.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

继锦江之星、汉庭率先实行多个品牌运作后，一直在行业中处于领先地位的如家酒店集团也在进军内地中高端商务酒店，实施多品牌战略。锦江之星、汉庭、如家、尚客优纷纷推出多品牌战略，占领经济型酒店不同的细分领域。汉庭拥有了定位经济型的“汉庭快捷”、中端商务“汉庭酒店”和百元酒店“汉庭海友客栈”。锦江股份拥有金广、锦江之星、百时、达华等数个细分品牌。尚客优则综合发展，拥有尚客优快捷、骏怡城际酒店、宝乐迪量贩式KTV和尚客优品中式快餐四大品牌。如家既收购莫泰168酒店后，拥有如家快捷、莫泰、和怡酒店。但是仅仅为了中高端和低端酒店之间百余元的差价，而需要经济型酒店重新组建一个团队，动用大部分资源，势必会分散经济型酒店的拓展精力。中国经济型酒店仍处在依靠规模优势获取利润的阶段，扩张仍然是第一要务。似乎所有的酒店商家都在等待未来中国酒店业市场细分后带来的差异化需求。

随着酒店行业竞争的不断加剧，大型酒店企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的酒店企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的酒店品牌迅速崛起，逐渐成为酒店行业中的翘楚。

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：

第一章 酒店行业的相关概述 30

第一节 酒店的界定及分类 30

第二节 酒店行业的概述 30

一、酒店行业的基本特性 30

二、酒店行业的盈利模式 31

三、酒店行业的进出壁垒 33

第三节 酒店业的演变历程 33

一、中外酒店溯源 33

二、中国古代酒店 37

三、中国近代酒店 42

四、中国现代酒店 45

第二章 世界酒店业市场发展分析	47
第一节 世界酒店业发展概述	47
一、全球酒店市场发展状况	47
二、全球酒店市场发展态势	48
三、酒店营销渠道转变分析	49
四、全球酒店等级评定情况	51
第二节 国际酒店业经营管理	53
一、酒店管理集团经营模式	53
二、国际酒店集团主要类型	56
三、酒店管理运营体制特点	57
四、国外饭店集团管理形式	58
五、西方酒店业引个性服务	60
第三节 北美酒店业运行分析	61
一、美国酒店行业发展概况	61
二、美国酒店业的服务创新	61
三、美国酒店业转中东市场	62
四、美国酒店业走联姻之路	62
第三章 年中国酒店业运行环境解析	64
第一节 年中国宏观经济环境分析	64
一、中国GDP增长情况分析	64
二、工业经济发展形势分析	65
三、社会固定资产投资分析	66
四、全社会消费品零售总额	67
五、城乡居民收入增长分析	68
六、居民消费价格变化分析	69
七、对外贸易发展形势分析	70
第二节 国内产业政策环境分析	71
一、国内旅游行业管理体制	71
二、《旅游涉外饭店星级的划分与评定》	72
三、《中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定》	77
四、政策突破预期强烈	81
五、全国酒店产业政策与发展方向	81

六、"限外政策"对星级酒店业的影响	82
七、国家出台政策扶持酒店业	83
八、旅游饭店业的价格政策	84
第三节 国内社会环境发展分析	86
一、人口环境分析	86
二、中国城镇化率	87
三、酒店管理制度二次变革	88
四、新形势酒店业变革在即	88
第四节 节假日制度与酒店的关系	91
第四章 中国酒店相关产业分析	98
第一节 中国旅游业发展分析	98
一、中国旅游行业发展情况	98
二、中国旅游业信息化现状	99
三、中国区域旅游市场分析	100
四、旅游业发展对酒店影响	101
五、中国旅游业的发展策略	101
第二节 中国餐饮业发展分析	102
一、中国餐饮行业发展启示	102
二、国内餐饮行业发展概况	105
三、餐饮行业总体规模分析	106
四、国内餐饮行业发展趋势	106
第三节 中国会展业发展分析	109
一、中国会展行业发展态势	109
二、中国会展市场发展分析	109
三、会展业与酒店业的关系	111
四、会展业与酒店支撑体系	112
五、会展业与酒店互动模式	114
六、会展业与酒店互动对策	115
七、会展业市场化发展策略	117
第四节 酒店用品业发展分析	120
一、中国酒店采购市场分析	120
二、酒店用品区域市场分析	121

三、酒店用品采购管理特征	122
四、品牌酒店用品市场表现	126
五、酒店用品产业发展问题	127
六、酒店用品企业生存法则	127
七、酒店用品行业发展趋势	129
第五节 中国酒店业设计发展分析	131
一、国内酒店室内设计现状	131
二、酒店空间照明设计现状	133
三、国内绿色饭店发展现状	134
四、星级酒店灯具选型需求	134
五、国内酒店室内设计趋势	136
六、酒店空间照明设计趋势	137
第六节 酒店地产行业发展研究	138
一、酒店地产行业发展现状	138
二、酒店地产行业发展特点	138
三、酒店地产行业发展规模	138
四、酒店地产行业发展趋势	139
五、酒店地产行业发展前景	140
第七节 酒店家纺行业发展研究	141
一、酒店家纺行业发展现状	141
二、酒店家纺行业发展特点	141
三、酒店家纺行业发展趋势	141
四、酒店家纺行业发展前景	142
第八节 酒店家具行业发展研究	142
一、酒店家具行业发展现状	142
二、酒店家具行业发展特点	143
三、酒店家具行业发展趋势	143
四、酒店家具行业发展前景	144
第九节 酒店培训市场发展分析	144
一、酒店培训行业发展现状	144
二、酒店培训行业发展特点	145
三、酒店培训行业发展趋势	147

四、酒店培训行业发展前景	149
第五章 中国酒店业市场运行状况	149
第一节 中国酒店业市场分析	149
一、国内酒店市场规模分析	149
二、国内酒店行业发展态势	150
三、国内酒店预定市场分析	154
四、星级饭店规模继续扩大	155
第二节 中国酒店业发展现状	156
一、国内酒店行业发展概况	156
二、国内酒店等级评定问题	157
三、用户酒店选择调查研究	158
四、本土高端品牌酒店分析	160
五、国际品牌抢占酒店市场	160
第三节 国内酒行业发展问题	161
一、酒店业的发展瓶颈问题	161
二、中国酒店业存在的壁垒	165
三、酒店业面临的主要问题	168
四、酒店行业人才缺失严重	168
五、未来酒店业面临的挑战	171
六、市场预警机制亟待建立	171
第四节 中国酒店业投资概况	172
一、中西部酒店业投资状况	172
二、二、三线酒店投资升温	173
三、高端豪华酒店投资过剩	174
四、国内酒店市场投资特点	174
第五节 中国酒店业发展对策	175
一、酒店业建设个性化服务	175
二、国内酒店业应建设品牌	181
三、酒店业的人才应对策略	181
四、酒店建设须合市场需求	182
五、酒店行业企业文化研究	183
第六章 中国酒店业星级市场分析	185

第一节 中国星级酒店发展分析	185
一、全国星级饭店发展概况	185
二、全国星级酒店经营情况	187
三、全国星级酒店分布状况	188
四、全国星级酒店区域分析	190
五、旅游城市星级酒店情况	192
第二节 一星级酒店业市场分析	194
一、一星级酒店业发展概况	194
二、一星级酒店业经营情况	196
三、一星级酒店业区域分析	196
四、一星级酒店业城市分析	197
第三节 二星级酒店业市场分析	197
一、二星级酒店业发展概况	197
二、二星级酒店业经营情况	198
三、二星级酒店业区域分析	198
四、二星级酒店业城市分析	200
第四节 三星级酒店业市场分析	201
一、三星级酒店业发展概况	201
二、三星级酒店业经营情况	202
三、三星级酒店业区域分析	203
四、三星级酒店业城市分析	204
五、百名三星酒店指标情况	205
第五节 四星级酒店业市场分析	209
一、四星级酒店业发展概况	209
二、四星级酒店业经营情况	209
三、四星级酒店业区域分析	210
四、四星级酒店业城市分析	211
五、百名四星酒店指标情况	212
第六节 五星级酒店业市场分析	216
一、五星级酒店业发展概况	216
二、五星级酒店业经营情况	217
三、五星级酒店业区域分析	217

四、五星级酒店业城市分析	219
五、百名五星酒店指标情况	220
第七章 中国商务酒店业发展分析	224
第一节 商务酒店业相关概述	224
一、商务旅游的基本阐述	224
二、商务酒店内涵与类别	224
三、商务酒店的特性分析	225
四、商务酒店的发展导向	226
第二节 商务酒店业运行态势	227
一、中国商务酒店发展概述	227
二、商务酒店试图走向高端	228
三、商务酒店低价抢占市场	229
四、商务酒店休闲蔚为风尚	229
五、商务酒店紧随顾客需求	231
六、商务酒店渐缺商务味道	234
第三节 商务酒店业发展策略	235
一、商务酒店品牌建设策略	235
二、商务酒店发展道路探讨	243
三、中国商务酒店经营策略	243
四、商务酒店市场营销策略	248
第四节 未来商务酒店业发展走势	249
一、中高端商务酒店成趋势	249
二、中国商务酒店发展前景	249
第八章 中国旅游酒店发展分析	250
第一节 假日经济与酒店关联分析	250
一、假日经济带动旅游酒店	250
二、假日调整对酒店业影响	251
三、假日经济酒店营销管理	252
第二节 旅游度假酒店发展概况	255
一、中国旅游酒店发展现状	255
二、旅游酒店业进入成长期	256
三、合作全球旅游酒店联盟	256

四、气候对度假酒店的意义	258
五、广州度假酒店发展前景	258
六、大理发展高端度假酒店	259
第三节 分时度假酒店发展分析	260
一、分时度假的产生与发展	260
二、分时度假企业主要类别	262
三、发展分时度假产品意义	266
四、国内分时度假发展分析	267
五、分时度假业亟待规范化	268
六、分时度假经营中的问题	270
第四节 旅游度假酒店营销分析	271
一、度假酒店市场营销特点	271
二、度假酒店营销策略分析	273
三、度假酒店散客销售分析	274
四、度假酒店4Cs理念运用	276
第五节 度假酒店经营管理趋势	278
一、度假酒店的多元化发展	278
二、主题经营是制胜的关键	279
三、重体验价值是服务之道	281
四、快乐工作是管理的课题	284
五、连锁经营是发展的必然	286
第六节 旅游酒店发展对策与前景	287
一、成功开发度假酒店要素	287
二、水上度假酒店投资方案	288
三、度假型酒店将迅猛发展	290
四、中国度假酒店市场潜力	290
五、旅游度假酒店发展空间	292
六、旅游度假酒店发展预测	293
第九章 中国经济型酒店发展分析	295
第一节 经济型酒店基础概述	295
一、经济型酒店的特点分析	295
二、经济型酒店位置与环境	296

三、经济型酒店投资与评估	297
四、经济型酒店规模与功能	297
五、经济型酒店风格与形式	298
第二节 经济型酒店业发展分析	298
一、经济型酒店业规模分析	298
二、经济型酒店客源分析	299
三、加盟与并购成扩张主题	299
第三节 经济型酒店消费分析	300
一、消费者构成及特征分析	300
二、消费的动机与原因分析	302
三、消费者的认知能力分析	302
四、消费者心理与消费趋势	304
第四节 经济型酒店经营分析	306
一、经济酒店收益管理分析	306
二、经济酒店经营成长之道	310
三、经济酒店成功经营因素	311
四、经济型酒店业经营概况	313
五、经济酒店经营策略分析	314
第五节 经济型酒店效益分析	316
一、经济酒店投入产出分析	316
二、经济型酒店的投资回报	318
三、经济型酒店的资本运作	318
四、经济酒店的土地使用权	319
第六节 经济型酒店运作模式	320
一、经济型酒店的开发模式	320
二、经济型酒店的选址要求	321
三、注册成立酒店管理公司	322
第七节 经济型酒店发展问题与策略	324
一、经济型酒店业存在问题	324
二、经济型酒店面临的挑战	325
三、经济型酒店注意的问题	325
四、经济型酒店回避的误区	328

五、经济酒店特色品牌创建	329
六、经济型酒店的发展策略	331
第八节 经济型酒店发展前景趋势	334
一、经济型酒店业发展潜力	334
二、经济型酒店业处成长期	336
三、中档酒店发展面临契机	336
四、差异化经营成必然趋势	337
五、经济型酒店产业更集中	338
六、经济型酒店的发展趋势	339
第十章 中国产权式酒店发展分析	341
第一节 产权式酒店的相关概述	341
一、产权式酒店的概念定义	341
二、产权式酒店的类型分析	341
三、产权式酒店的发展条件	343
第二节 产权式酒店现状综述	343
一、产权酒店商业模式分析	343
二、产权酒店的产生与发展	344
三、产权酒店兴起原因及问题	345
四、中国产权酒店发展特征	347
五、产权式酒店成楼市亮点	348
第三节 产权式酒店投资优势	350
一、产权酒店资金快速回笼	350
二、产权酒店环境日趋形成	351
三、委托经营且收益稳定	351
第四节 产权式酒店投资风险与防范	351
一、产权式酒店的投资风险	351
二、投资产权酒店隐藏风险	353
三、产权酒店的投资规避法	354
四、产权酒店投资法律防范	357
五、产权酒店投资成功案例	358
第五节 产权式酒店投资策略分析	360
一、投资产权式酒店的要素	360

二、产权式酒店的投资价值	361
三、产权酒店公寓投资策略	363
四、投资产权酒店注意问题	365
第六节 产权式酒店发展走势分析	365
一、产权酒店发展空间分析	365
二、产权酒店发展三大利好	366
三、产权式酒店三方面发展	367
四、产权式酒店业发展思路	368
第十一章 中国酒店式公寓分析	371
第一节 酒店式公寓的相关阐述	371
一、酒店式公寓定义及特征	371
二、酒店式公寓的消费群体	372
三、酒店式公寓的发展优势	373
四、酒店式公寓的发展劣势	374
五、酒店式公寓的发展概况	374
第二节 酒店式公寓业发展概述	375
一、酒店式公寓物业成焦点	375
二、酒店公寓市场细分精细	376
三、酒店式公寓成投资焦点	377
四、酒店公寓在竞争中突起	378
第三节 酒店式公寓产品开发	379
一、项目选址策略分析	379
二、目标消费群的定位	379
三、产品设计策略分析	379
四、产品销售策略分析	380
五、销售成本控制策略	381
六、经营管理策略分析	382
第四节 酒店式公寓投资风险	382
一、五大隐性成本	382
二、非住宅的税费	383
三、房屋土地性质	384
四、投资实力分析	384

五、避免扎堆出租	385
第五节 酒店式公寓发展前景与投资	385
一、酒店式公寓的经营趋势	385
二、酒店式公寓的发展前景	386
三、酒店公寓投资回报模式	387
四、酒店式公寓的投资价值	387
五、酒店式公寓的投资前景	389
第十二章 中国主题酒店发展分析	392
第一节 主题酒店的基本概述	392
一、主题酒店的缘起与兴起	392
二、主题酒店的一般类型	392
三、主题与特色的酒店比较	393
四、世界各地主题酒店大观	395
第二节 建设主题酒店三要素	397
一、主体酒店的服务功能	397
二、主体酒店的市场细分	398
三、主体酒店的特色文化	399
第三节 国内主题酒店发展概况	400
一、主题酒店在中国的兴起	400
二、主题酒店成营销新方式	401
三、国内主题酒店发展模式	402
四、主题酒店影响酒店经济	404
五、主题酒店发展趋势解读	406
第四节 城市主题酒店发展状况	408
一、合肥悄然兴起主题酒店	408
二、广州首家水疗主题酒店	409
三、首家主题酒店布局成都	410
四、贵州首家长征主题酒店	410
五、黄山打造摄影主题酒店	411
六、天津建设航母主题酒店	412
第五节 主题酒店投资分析	412
一、对投资主题的研究认识	412

二、主题酒店发展空间分析	413
三、主题酒店市场定位分析	414
四、主题的延伸和更新认识	415
第十三章 中国绿色酒店发展分析	416
第一节 绿色酒店定义及由来	416
一、绿色饭店的定义及特点	416
二、绿色酒店的评定及标准	417
三、全球八大绿色酒店介绍	419
四、创建绿色酒店的必要性	423
第二节 国内绿色酒店发展概况	424
一、低碳风吹“绿”酒店业	424
二、绿色酒店渐成投资新宠	427
三、中国绿色酒店营销现状	427
四、新疆地热绿色酒店建成	429
第三节 绿色酒店发展问题及思路	429
一、绿色酒店发展观念方面	429
二、绿色酒店的政策和管理	430
三、绿色酒店发展挑战分析	431
四、绿色酒店发展思路分析	433
五、建设绿色酒店实施要求	436
六、提高酒店竞争力的措施	439
第十四章 中国酒店业区域市场分析	441
第一节 北京酒店业市场分析	441
一、北京酒店行业发展概况	441
二、北京酒店行业经营情况	442
三、北京酒店市场投资状况	443
四、北京酒店市场竞争形势	444
五、北京酒店细分市场分析	445
（一）商务酒店市场分析	445
（二）经济酒店市场分析	445
（三）公寓酒店政策分析	447
（四）主题酒店市场分析	447

六、北京酒店市场投资分析	448
第二节 上海酒店业市场分析	448
一、上海酒店行业发展概况	448
二、上海酒店行业经营情况	448
三、上海酒店市场投资状况	450
四、上海酒店市场竞争形势	450
五、上海酒店细分市场分析	452
（一）经济酒店市场分析	452
（二）公寓酒店市场分析	452
六、上海酒店市场投资分析	453
第三节 广东酒店业市场分析	453
一、广东酒店行业发展概况	453
二、广东酒店行业经营情况	454
三、广东酒店市场投资状况	456
四、广东酒店市场竞争形势	456
五、广东酒店细分市场分析	457
（一）经济酒店市场分析	457
（二）公寓酒店市场分析	458
六、广东酒店市场投资分析	459
第四节 海南酒店业市场分析	459
一、海南酒店行业发展概况	459
二、海南酒店行业经营情况	460
三、海南酒店市场投资状况	461
四、海南酒店市场竞争形势	463
五、海南酒店细分市场分析	464
（一）商务酒店市场分析	464
（二）度假酒店市场分析	465
（三）经济酒店市场分析	465
（四）主题酒店市场分析	466
六、海南酒店市场投资分析	466
第五节 山东酒店业市场分析	467
一、山东酒店行业发展概况	467

二、山东酒店行业经营情况	468
三、山东酒店市场投资状况	469
四、山东酒店市场竞争形势	469
五、山东酒店细分市场分析	471
(一) 商务酒店市场分析	471
(二) 度假酒店市场分析	471
(三) 经济酒店市场分析	472
(四) 主题酒店市场分析	472
六、山东酒店市场投资分析	473
第六节 江苏酒店业市场分析	473
一、江苏酒店行业发展概况	473
二、江苏酒店行业经营情况	474
三、江苏酒店市场投资状况	475
四、江苏酒店市场竞争形势	476
五、江苏酒店细分市场分析	477
(一) 商务酒店市场分析	477
(二) 度假酒店市场分析	477
(三) 经济酒店市场分析	478
(四) 主题酒店市场分析	479
六、江苏酒店市场投资分析	479
第七节 浙江酒店业市场分析	480
一、浙江酒店行业发展概况	480
二、浙江酒店行业经营情况	480
三、浙江酒店市场投资状况	481
四、浙江酒店市场竞争形势	482
五、浙江酒店细分市场分析	483
(一) 商务酒店市场分析	483
(二) 绿色酒店市场分析	483
(三) 经济酒店市场分析	484
六、浙江酒店市场投资分析	484
第八节 四川酒店业市场分析	485
一、四川酒店行业发展概况	485

二、四川酒店行业经营情况	485
三、四川酒店市场竞争形势	486
四、四川酒店细分市场分析	488
(一) 商务酒店市场分析	488
(二) 旅游酒店市场分析	488
(三) 经济酒店市场分析	489
(四) 主题酒店市场分析	489
五、四川酒店市场投资分析	490
第九节 河南酒店业市场分析	491
一、河南酒店行业发展概况	491
二、河南酒店行业经营情况	491
三、河南酒店市场竞争形势	492
四、河南酒店市场投资分析	493
第十节 河北酒店业市场分析	494
一、河北酒店行业发展概况	494
二、河北酒店行业经营情况	495
三、河北酒店市场竞争形势	496
四、河北酒店市场投资分析	497
第十一节 安徽酒店业市场分析	497
一、安徽酒店行业发展概况	497
二、安徽酒店行业经营情况	498
三、安徽酒店市场竞争形势	499
四、安徽酒店市场投资分析	500
第十二节 湖南酒店业市场分析	500
一、湖南酒店行业发展概况	500
二、湖南酒店行业经营情况	501
三、湖南酒店市场竞争形势	502
四、湖南酒店市场投资分析	503
第十三节 湖北酒店业市场分析	504
一、湖北酒店行业发展概况	504
二、湖北酒店行业经营情况	504
三、湖北酒店市场竞争形势	505

四、湖北酒店市场投资分析	506
第十四节 辽宁酒店业市场分析	507
一、辽宁酒店行业发展概况	507
二、辽宁酒店行业经营情况	508
三、辽宁酒店市场竞争形势	509
四、辽宁酒店市场投资分析	510
第十五节 云南酒店业市场分析	510
一、云南酒店行业发展概况	510
二、云南酒店行业经营情况	511
三、云南酒店市场竞争形势	513
四、云南酒店市场投资分析	514
第十六节 陕西酒店业市场分析	515
一、陕西酒店行业发展概况	515
二、陕西酒店行业经营情况	515
三、陕西酒店市场竞争形势	516
四、陕西酒店市场投资分析	517
第十七节 天津酒店业市场分析	518
一、天津酒店行业发展概况	518
二、天津酒店行业经营情况	519
三、天津酒店市场竞争形势	520
四、天津酒店市场投资分析	521
第十八节 贵州酒店业市场分析	521
一、贵州酒店行业发展概况	521
二、贵州酒店行业经营情况	522
三、贵州酒店市场竞争形势	523
四、贵州酒店市场投资分析	524
第十五章 中国酒店业竞争格局透析	525
第一节 中国酒店业竞争状况分析	525
一、中国酒店竞争格局分析	525
二、市场竞争主体发展状况	526
三、外资酒店渗透二三线城市	528
四、本土连锁酒店应对外资	530

五、国内酒店市场竞争态势	532
六、新建酒店竞争国际酒店	537
第二节 现代酒店业市场竞争分析	539
一、产品的开拓和发展分析	539
二、市场竞争中的价格分析	540
三、市场竞争中的营销分析	541
四、竞争中的人员素质分析	542
五、酒店业竞争力综合评价	542
六、酒店行业竞争的新生力	546
第三节 酒店业集群竞争形势分析	550
一、酒店集群理论概念特征	550
二、酒店业集群的内涵分析	551
三、酒店业集群形成与发展	552
四、酒店业集群提升竞争力	552
第四节 酒店竞争力的提升策略	554
一、酒店产品差异性策略	554
二、酒店个性化服务策略	554
三、酒店的促销宣传策略	554
四、酒店信息智能化策略	555
五、酒店品牌化建设策略	556
六、酒店专业化治理策略	557
第五节 国内酒店行业竞争态势	559
一、经营理念竞争	559
二、管理创新竞争	560
三、人才技术竞争	561
四、品牌核心竞争	562
五、文化知识竞争	562
六、产品服务竞争	563
第六节 国内酒店行业竞争趋势	564
一、酒店业面超值竞争时代	564
二、经济型酒店转细分竞争	566
三、酒店价格转向品牌竞争	569

四、酒店在线营销竞争激烈	570
五、酒店业品牌竞争定未来	571
第十六章 中国酒店业经营管理分析	574
第一节 酒店业经营管理基本理论	574
一、现代酒店经营的特点	574
二、现代酒店的管理特点	575
三、现代酒店管理的内容	576
(一) 现代酒店系统管理	577
(二) 现代酒店资源管理	577
(三) 现代酒店服务管理	577
(四) 现代酒店业务管理	578
(五) 现代酒店安全管理	578
四、酒店的管理层次分析	579
五、酒店管理者角色要求	580
六、酒店于权变管理研究	582
第二节 酒店业经营管理相关概述	587
一、酒店经营与管理的关系	587
二、酒店的需求管理分析	587
三、酒店的组织管理分析	595
四、酒店人力资源管理解析	601
五、酒店客户关系管理分析	604
六、酒店管理制度创新解析	609
第三节 酒店业经营管理发展状况	611
一、酒店经营管理发展现状	611
二、现代酒店公关管理分析	613
三、国内酒店成本管理分析	614
(一) 成本管理存在问题	614
(二) 造成问题相关原因	615
四、酒店经营管理模式转变	616
五、酒店管理系统的细分化	617
六、现代酒店管理误区研究	618
第四节 国际酒店管理在华发展分析	624

一、国际酒店管理模式介绍	624
二、酒店集团经营模式趋势	629
三、本土酒店集团机遇挑战	631
四、酒店集团的本土化创新	634
五、外方酒店人力资源管理	634
第五节 酒店业经营管理策略分析	636
一、酒店全面管理方式探析	636
二、酒店细节管理研究分析	643
三、酒店采取全面收益管理	651
四、现代酒店公关管理创新	653
五、做好酒店管理培训研究	654
六、酒店管理有效策略解析	657
第十七章 中国酒店业营销策略研究	660
第一节 酒店业市场定位研究	660
一、酒店产品定位的概述	660
二、酒店产品定位的方法	661
三、酒店产品定位的步骤	662
四、酒店产品的定位策略	664
五、酒店营销的要素介绍	666
第二节 酒店业营销动向研究	667
一、酒店网络营销九大特点	667
二、在线营销成酒店业趋势	670
三、健康客房成营销新趋势	671
四、网络成酒店营销新途径	673
五、深度开发酒店团购市场	675
第三节 酒店业网络营销分析	679
一、酒店网络营销模式特点	679
二、酒店开展网络营销意义	680
三、酒店网络营销存在问题	681
四、网络营销在酒店中运用	682
五、酒店在线营销开拓渠道	683
六、酒店业网络营销的对策	685

第四节 酒店业绿色营销分析	688
一、绿色营销及其产生基础	688
二、绿色酒店的概念和意义	689
三、酒店绿色营销存在问题	690
四、酒店绿色营销任务对策	692
五、酒店绿色营销发展趋势	694
六、国内酒店绿色营销动态	695
第五节 酒店业营销策略分析	697
一、不同市场酒店营销对策	697
二、提升竞争力的营销策略	699
三、新形势酒店业营销技巧	703
四、酒店行业蜂鸣营销分析	707
五、酒店节日营销手段分析	712
六、数字营销策略五大要点	718
七、文化营销诠释酒店魅力	720
八、酒店终端操作策略研究	721
第六节 酒店业营销市场情况	723
一、酒店社会媒体营销活动	723
二、雅阁酒店推微博新营销	724
三、布丁酒店创营销新模式	725
四、香格里拉酒店营销之道	725
五、千禧酒店合作去哪儿网	726
第十八章 中国酒店业信息化策略分析	728
第一节 中国酒店业信息化概况	728
一、信息于酒店发展的作用	728
二、国内酒店网络营销分析	730
三、国际酒店信息化的启示	735
四、酒店管理直面信息时代	740
五、国内星级酒店信息化建设	743
第二节 酒店业电子商务应用研究	745
一、电商在酒店业应用现状	745
二、酒店电商营销应用利弊	745

三、行业应用电子商务优势	747
四、酒店业电子商务的问题	748
五、酒店电子商务建设方案	749
六、电商模式发展必然趋势	749
七、酒店电子商务发展展望	750
第三节 酒店业信息化问题及对策	751
一、酒店信息化的三大问题	751
二、信息化选择软件的误区	752
三、信息化管理着手的方向	755
四、酒店业信息化建设方案	757
五、酒店业信息化发展对策	759
第四节 中国酒店信息化发展趋势	761
一、酒店信息化的三种趋势	761
二、酒店信息化的发展方向	762
三、酒店业电子分销的走向	765
四、数字化服务成酒店趋势	767
第十九章 酒店业外资竞争主体分析	769
第一节 洲际酒店集团	769
一、集团简介	769
二、品牌管理情况	769
三、在华经营情况	771
四、企业经营优势	774
第二节 万豪国际	775
一、集团简介	775
二、在华投资分析	776
三、在华布局情况	777
四、企业经营优势	778
第三节 凯悦集团	780
一、集团简介	780
二、品牌管理情况	780
三、在华布局情况	781
四、企业经营优势	782

第四节 卡尔森 783

一、集团简介 783

二、品牌经营规模 783

三、在华布局情况 785

四、企业发展战略 786

第五节 喜达屋 787

一、集团简介 787

二、品牌管理情况 788

三、在华经营情况 790

四、企业经营优势 791

第六节 希尔顿 791

一、集团简介 791

二、品牌管理情况 792

三、企业经营情况 793

四、经营管理策略 795

第七节 雅高 797

一、集团简介 797

二、品牌管理情况 798

三、企业经营优势 799

四、企业经营动态 800

第八节 温德姆 801

一、集团简介 801

二、品牌管理情况 802

三、在华投资情况 802

四、企业经营模式 803

第九节 香格里拉 804

一、集团简介 804

二、品牌管理情况 805

三、在华投资情况 806

四、企业经营情况 807

第二十章 中国酒店业重点企业分析 807

第一节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司 807

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第二节 华天酒店集团股份有限公司 814

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第三节 深圳新都酒店股份有限公司 818

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 广州市东方宾馆股份有限公司 822

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五节 金陵饭店股份有限公司 826

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 如家快捷酒店管理公司 831

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第七节 7天连锁酒店集团 834

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第八节 华住酒店集团 838

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第九节 北京首都旅游股份有限公司 840

(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
第二十一章 2017-2022年中国酒店业发展走势分析	868
第一节 2017-2022年全球酒店业发展趋势	868
第二节 2017-2022年中国酒店业发展趋势	870
一、中国酒店行业发展趋势	870
二、未来酒店建设发展趋势	870
三、未来酒店设计发展趋势	871
第三节 2017-2022年中国酒店业发展展望	873
一、集团品牌化发展	873
二、绿色健康化发展	874
三、智能数字化发展	875
四、服务个性化发展	877
第四节 2017-2022年中国酒店业发展前景	878
第五节 2017-2022年中国酒店业发展预测	879
第六节 2017-2022年中国酒店业盈利预测	880
第二十二章 2017-2022年中国酒店业投资战略探讨	882
第一节 2017-2022年中国酒店业投资前景	882
一、中国酒店业投资环境分析	882
二、国内酒店业投资观念分析	883
三、国内酒店业市场投资特性	885
四、中国酒店业经济投资潜力	885
第二节 2017-2022年中国酒店业投资机会	886
第三节 2017-2022年中外酒店投资盈利模式	889
一、经营增长盈利模式	889
二、物业增值盈利模式	890
三、资本营运盈利模式	891
四、品牌创新盈利模式	891

五、集团建设盈利模式	893
第四节 2017-2022年中国酒店业投资风险	894
一、酒店业投资风险分析	894
(一) 宏观经济风险	894
(二) 行业政策风险	894
(三) 竞争风险分析	895
(四) 市场运营风险	895
(五) 经营风险分析	895
二、酒店业风险防范策略	897
第五节 2017-2022年中国酒店业投资策略建议	901
一、中国酒店业总体投资建议	901
二、酒店业细分市场投资建议	902
三、酒店业区域市场投资建议	903
第二十三章 中国酒店企业投融资及IPO上市策略指导(AK TL)	905
第一节 酒店企业境内IPO上市目的及条件	905
一、酒店企业境内上市主要目的	905
二、酒店企业上市需满足的条件	906
(一) 企业境内主板IPO主要条件	906
(二) 企业境内中小板IPO主要条件	907
(三) 企业境内创业板IPO主要条件	908
三、企业改制上市中的关键问题	909
第二节 酒店企业IPO上市的相关准备	910
一、企业该不该上市	910
二、企业应何时上市	910
三、企业应何地上市	911
四、企业上市前准备	911
(一) 企业上市前综合评估	911
(二) 企业的内部规范重组	911
(三) 选择并配合中介机构	912
(四) 应如何选择中介机构	912
第三节 酒店企业IPO上市的规划实施	912
一、上市费用规划和团队组建	912

二、尽职调查及问题解决方案	916
三、改制重组需关注重点问题	920
四、企业上市辅导及注意事项	922
五、上市申报材料制作及要求	924
六、网上路演推介及询价发行	926
第四节 酒店企业IPO上市审核工作流程	927
一、企业IPO上市基本审核流程	927
二、企业IPO上市具体审核环节	928
三、与发行审核流程相关的事项	931

部分图表目录：

图表 1 高星级酒店盈利模式示意图	32
图表 2 低星级酒店盈利模式示意图	32
图表 3 经济型酒店盈利模式示意图	32
图表 4 国际酒店集团发展进程	54
图表 5 国际著名酒店集团所属品牌及经营模式	55
图表 6 委托管理与特许经营模式比较	56
图表 7 年中国国内生产总值及增长变化趋势图	64
图表 8 年国内生产总值构成及增长速度统计	65
图表 9 年中国规模以上工业增加值月度增长速度	66
图表 10 年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图	67
图表 11 年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	68
图表 12 年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图	69
图表 13 年中国居民消费价格月度变化趋势图	70
图表 14 年中国货物进出口总额变化趋势图	71
图表 15 年中国人口总量增长趋势图	86
图表 16 年全国人口数及其构成	86
图表 17 年中国城镇化率变化趋势图	87
图表 18 年国内旅游情况	99
图表 19 年中国餐饮业零售额及增长率	106
图表 20 年中国展出面积5000平方米以上的展览会数量	110
图表 21 年中国举办展览会展出面积统计	110
图表 22 年中国会展业产值规模统计	111

图表 23 中国酒店用品国内外市场份额	121
图表 24 中国酒店用品主要产区分布	121
图表 25 中国酒店业主要采购成本比例	123
图表 26 中国豪华酒店采购构成	124
图表 27 中国中档酒店采购构成	125
图表 28 中国经济型酒店采购构成	126
图表 29 年中国酒店业市场规模增长情况	150
图表 30 年全国各地星级饭店统计完成情况表	186
更多图表见正文……	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283535.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。