



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国饭店及平价连锁酒店 行业分析市场分析及发展趋势研 究报告

## 一、调研说明

《2008年中国饭店及平价连锁酒店行业分析市场分析及发展趋势研究报告》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/46130.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

### 【描述】

从供需方面来看，我国旅游饭店行业供需两旺，在旅游需求的迅速增长带动下，旅游饭店的入住率、平均房价等均保持良好局面。但受季节和地区等因素影响，导致行业发展存在不平衡现象。从企业经营方面来看，我国旅游酒店指数屡创新高，预示着旅游酒店公司越来越受到主力机构的重视和青睐。旅游酒店业背景整体向好，上市公司至少在未来5年内，将分享这一大环境改善所带来的业绩稳定增长。然而，旅游酒店类上市公司两级分化较为严重，行业重组、品牌扩张以及经济型酒店的活跃赋予龙头企业如锦江股份、首旅股份、中青旅的快速发展的机会。总体上来看，酒店旅游业被公认为极具发展潜力的朝阳产业，符合产业政策，具备中长线投资的价值。从政策风险方面来看，2007年我国全面兑现入世承诺，取消对旅游饭店业中对于外资的限制，外资企业在发展历史、经营管理等方面的先进条件，将对国内企业将形成较大的竞争压力。同时，部分旅游景点门票价格仍将出现上涨，对于当地的旅游饭店收入将产生一定的影响。

预计自2007年至2016年，我国的旅游业将取得8.7%的实际年增长率，我国将在10年内成为世界上第二大旅游和旅游经济强国，到2020年，我国将成为世界上第一大旅游接待大国和第四位客源输出国。而旅游业的迅速崛起，也将成为旅游酒店业快速成长的最大支持因素。

从经济风险方面来看，旅游酒店行受宏观经济运行影响较大，风险系数较高。从我国近几年国民经济增长速度和趋势来看，2008年，我国经济仍将保持较高的增长速度，但环比增速将有所下降，因此，旅游饭店行业仍将处于良好的运行环境下，宏观经济增长将使本环节的风险影响变为有利因素；其次，我国居民收入将继续增加，消费环境也将进一步优化，消费者的信心不断增强，从而增加旅游需求，推动旅游饭店行业发展；再次，我国人民币汇率仍有走高趋势，这将使出境游市场受到一定影响。但是纵观世界各国历史情况，尚无因受汇率影响而影响旅游饭店业竞争力的例子，因此，预计行业未来发展整体稳步提升。

### 【目录】

## 第一部分 中国饭店业行业分析

### 第一章 中国酒店产业发展现状分析

#### 第一节 2007年酒店业回顾分析

一、全国星级饭店超过1万4千家

二、精品酒店大批出现

三、中央企业的饭店资产重组

四、饭店业资本市场活跃

五、饭店业收购兼并风起云涌

#### 第二节 中国星级酒店发展情况

一、星级酒店数量

二、星级酒店结构分析

三、2007 - 2010年高星级酒店供给能力分析

### 第二章 酒店行业发展重要背景分析

#### 第一节 宏观经济同旅游的关系

一、GDP高速增长

二、旅游占GDP的比重分析

三、人均GDP同旅游行业相关性分析

#### 第二节 居民消费现状分析

一、人均可支配收入分析

二、居民恩格尔系数

#### 第三节 旅游行业发展分析

一、旅游行业收入变化

二、2010年旅游行业未来成长

三、国内游市场规模分析

四、入境游市场规模分析

五、出境游市场规模分析

#### 第四节 奥运会对行业的影响分析

一、国际经验证明奥运动力十足

二、国内酒店业机会巨大

### 第三章 中国星级酒店市场全面分析

## 第一节 中国星级饭店深度数据分析

- 一、全国星级饭店经营性质分析
- 二、全国星级饭店经营规模分析
- 三、全国星级饭店星级特征分析
- 四、各城市星级饭店经济指标分析
- 五、全国星级饭店的地区分布
- 六、各省星级饭店经营类型分析
- 七、各省星级饭店规模特征分析
- 八、各省星级饭店星级特征分析

## 第二节 五星级酒店市场运行分析

- 一、五星级饭店的地区分布
- 二、五星级饭店的客房规模
- 三、五星级饭店的人均收益
- 四、五星级饭店的营业收入构成
- 五、五星级饭店的住宿人数和人天数
- 六、五星级饭店的注册登记类型
- 七、五星级饭店每间客房的收益

## 第三节 四星级酒店市场运行分析

- 一、四星级饭店的地区分布
- 二、四星级饭店的客房规模
- 三、四星级饭店的人均收益
- 四、四星级饭店的营业收入总额
- 五、四星级饭店的住宿人数和人天数
- 六、四星级饭店的注册登记类型
- 七、四星级饭店每间客房的收益

## 第四节 三星级酒店市场运行分析

- 一、三星级饭店的地区分布
- 二、三星级饭店的客房规模
- 三、三星级饭店的人均收益
- 四、三星级饭店的营业收入分析
- 五、三星级饭店的住宿人数和人天数

## 第四章 星级酒店战略城市 - 北京

### 第一节 北京星级酒店供应分析

- 一、酒店类型繁多，市场竞争激烈
- 二、商务型酒店是星级酒店市场的主体
- 三、星级酒店供应二、三星级酒店是主体
- 四、CBD、王府井及军博等地区是高星级酒店供应的热点区域
- 五、单位自营管理为主，国际化酒店管理日渐增多

### 第二节 北京星级酒店市场需求分析

- 一、需求整体呈现持续增长趋势
- 二、高星级酒店是市场需求主体
- 三、商务需求是市场的主要需求力量

### 第三节 北京星级酒店市场经营状况

- 一、星级酒店市场价格对比分析
- 二、酒店档次越高，经营效果越好

### 第四节 北京星级酒店市场展望

- 一、星级酒店供应将继续平稳增加
- 二、经济型星级品牌连锁酒店将有更大的发展空间
- 三、2008年北京五星级酒店将突破40家
- 四、2008年星级酒店价格将呈现快速上升

## 第五章 星级酒店战略城市 - 上海

### 第一节 2007年行业运行情况

- 一、2007年上海GDP
- 二、2007年上海旅游业

### 第二节 上海星级酒店供需分析

- 一、2007年星级酒店业供给分析
- 二、星级酒店需求规模分析

### 第三节 重要影响因素分析

- 一、美国经济增长放缓
- 二、2010年上海世博会
- 三、迪斯尼落户上海

## 第六章 中国星级酒店管理市场分析

### 第一节 星级品牌酒店管理市场分析

- 一、酒店管理业务空间巨大
- 二、2003 - 2007年酒店管理集团化程度
- 三、酒店管理核心竞争力分析
- 四、外资酒店管理发展现状
- 五、内资酒店管理发展现状

### 第二节 国际酒店管理集团中国发展状况

- 一、2007年国际酒店全面概括分析
- 二、国际酒店集团区域分布
- 三、酒店管理集团增长率和发展趋势

## 第七章 星级酒店外资竞争主体分析

### 第一节 洲际酒店集团

- 一、集团简介
- 二、中国投资动态分析
- 三、中国特色酒店分析

### 第二节 胜腾

- 一、集团简介
- 二、中国投资动态

### 第三节 万豪国际

- 一、集团简介
- 二、中国投资动态
- 三、中国特色酒店分析

### 第四节 凯悦集团

- 一、集团概括
- 二、中国投资动态
- 三、中国投资特色酒店分析

### 第五节 卡尔森

- 一、集团简介
- 二、中国投资动态
- 三、中国特色酒店分析

## 第六节 喜达屋

- 一、集团简介
- 二、中国投资动态
- 三、中国特色酒店分析

## 第七节 希尔顿

- 一、集团简介
- 二、中国投资动态

## 第八节 雅高

- 一、集团简介
- 二、中国投资动态

## 第八章 星级酒店内资竞争主体分析

### 第一节 锦江国际

- 一、集团概括
- 二、下属酒店企业分析
- 三、锦江股份财务分析

### 第二节 华天集团

- 一、集团简介
- 二、华天酒店

### 第三节 开元旅业集团

- 一、集团简介
- 二、开元酒店

## 第二部分 平价连锁酒店行业分析

## 第九章 酒店行业基础分析

### 第一节 酒店定义及分类

- 一、酒店的定义
- 二、酒店的星级划分

### 第二节 平价连锁酒店定义及发展

- 一、平价连锁酒店定义
- 二、全球发展阶段分析

### 第三节 2008年行业最新动态



- 一、7天连锁酒店“零加盟”政策引发行业震动
- 二、《经济型饭店经营规范》起草
- 三、24K国际连锁酒店牵手石鼓资本
- 四、平价连锁酒店巨头如家发展迅速

## 第十章 中国酒店产业发展现状分析

### 第一节 2007年中国酒店业现状

- 一、星级饭店规模继续加速扩大
- 二、经济型酒店成为发展热点
- 三、未来酒店建设发展趋势
- 四、未来酒店行业面临的挑战

### 第二节 酒店行业变革的驱动因素

- 一、影响供应的变革因素
- 二、影响酒店行业需求的变革因素
- 三、影响企业经营的因素

## 第十一章 中国平价连锁型酒店市场分析

### 第一节 平价连锁型酒店发展历史

- 一、中国平价连锁型酒店投资
- 二、中国平价连锁型酒店发展阶段分析

### 第二节 2007年平价连锁型酒店特点

- 一、平均增长率
- 二、区域分布情况
- 三、酒店体量规模
- 四、酒店服务项目
- 五、品牌市场份额
- 六、经营模式
- 七、客源情况
- 八、房价与出租率

### 第三节 中国平价连锁酒店供给规模分析

- 一、2007年平价连锁酒店的数量
- 二、2007年平价连锁酒店规模

三、2007年平价连锁酒店品牌

四、2007年平价连锁酒店品牌增长分析

第四节 2007年平价连锁酒店消费者调研

一、消费者构成

二、消费行为分析

三、消费支付分析

四、消费者评价与选择

第五节 平价连锁酒店机遇分析

一、需求旺盛

二、投资少，回报快

三、前景美好，盈利看好

第六节 平价连锁酒店存在的主要风险

一、平价连锁型酒店行业标准尚缺

二、平价连锁型酒店运行成本偏高

三、受传统的体制制约

四、多为单兵作战

第十二章 平价连锁型酒店竞争主体分析

第一节 如家快捷

一、企业简介

二、企业优势分析

三、如家发展重点区域

四、如家连锁规模分析

五、如家加盟盈利分析

第二节 锦江之星

一、企业简介

二、企业规模分析

三、锦江之星合作分析

第三节 7天

一、企业简介

二、7天酒店合作方式

三、7天酒店盈利收益分析

#### 第四节 格林豪泰

- 一、企业简介
- 二、合作方式
- 三、格林豪泰酒店投资收益

#### 第五节 其它发展济型酒店

- 一、速8
- 二、莫泰
- 三、中州快捷
- 四、宜必思

### 第十三章 中国平价连锁型酒店行业兼并重组

#### 第一节 2007 - 2008年行业兼并重组动态

- 一、永安旅游进军内地经济型酒店
- 二、新宇之星改名万好万家

#### 第二节 经济型酒店重组可行性分析

- 一、连锁行业特点决定了品牌容量
- 二、连锁品牌达百家，并购可能性加大
- 三、竞争加剧，盈利下滑
- 四、领先企业融资成功，并购成为可能
- 五、扩张有待经营方式转变
- 六、小品牌发展瓶颈制约带来行业整合
- 七、特许业新规引发酒店连锁洗牌

#### 附表

表1.1 1994-2006年全国星级酒店数量情况（家）

表2.1 2006-2020年旅游行业收入与GDP增长率的关系测算

表2.2 1998-2006年中国旅游收入国内外构成

表2.3 1983-2007年中国公民可组团前往的国家和地区数量

表2.4 经旅行社组织出境旅游结构变化

表2.5 出境旅游目的地区域结构（%）

表3.1 2006年全国星级饭店经营性质

表3.2 2006年全国星级饭店经营规模

表3.3 2006年全国星级饭店特征

表3.4 2006年全国各地区星级饭店每间客房的收益

表3.5 2006年全国星级饭店的营业收入总额（万元）

表3.6 2006年全国星级饭店的营业收入构成（万元）

表3.7 2006年全国星级饭店的星级构成（家）

表3.8 2006年全国星级饭店的注册登记类型

表3.9 2006年全国星级饭店的客房规模

表3.10 2006年全国星级饭店的人均效益

表3.11 2006年五星级饭店的地区分布

表3.12 1994-2006年中国五星级酒店客房数量（间）

表3.13 2006年中国五星级饭店规模

表3.14 2006年全国五星级饭店的人均效益

表3.15 2006年全国五星级饭店的营业收入构成

表3.16 2006年全国五星级饭店的住宿人数和人天数

表3.17 2006年五星级饭店的注册登记类型

表3.18 2006年全国五星级饭店每间客房的收益

表3.19 2006年全国四星级饭店的地区分布

表3.20 2006年全国四星级饭店的客房规模（家）

表3.21 2006年全国四星级饭店的人均效益

表3.22 2006年全国四星级饭店的营业收入总额（万元）

表3.23 2006年全国四星级饭店的住宿人数和人天数

表3.24 2006年全国四星级饭店的注册登记类型

表3.25 2006年全国四星级饭店每间客房的收益

表3.26 2006年全国三星级饭店的地区分布

表3.27 2006年全国三星级饭店的客房规模（家）

表3.28 2006年全国三星级饭店的人均效益

表3.29 2006年全国三星级饭店的营业收入总额(万元)

表3.30 2006年全国三星级饭店的营业收入构成(万元)

表3.31 2006年全国三星级饭店的住宿人数和人天数

表4.1 1999-2006年北京星级酒店数量

表4.2 1999-2006年北京酒店入住率情况

表4.3 2005-2009年北京高星级酒店房间数的增长

- 表5.1 2002-2006年上海星级酒店数量
- 表5.2 2003~2007年上海星级酒店平均房价、入住率和RevPAR
- 表5.3 2006~2009年上海高星级酒店房间数的增长
- 表5.4 2006年上海高星级酒店的新增供给明细
- 表5.5 2007年上海高星级酒店的新增供给明细
- 表5.6 2008年上海高星级酒店的新增供给明细
- 表5.7 2009年上海高星级酒店的新增供给明细
- 表5.8 2003-2007年上海接待入境过夜游客人次
- 表5.9 2003-2006年上海接待国内游客人次
- 表6.1 2006年中国饭店业国际品牌10强
- 表6.2 2006年中国饭店业民族品牌20强
- 表7.1 希尔顿品牌及档次
- 表8.1 2007年锦江国际关联企业经营情况
- 表8.2 2005-2008年一季度锦江国际利润构成与盈利能力
- 表8.3 2005-2008年一季度锦江国际经营与发展能力
- 表8.4 2005-2008年一季度锦江国际资产与负债
- 表8.5 2005-2008年一季度锦江国际现金流量
- 表8.6 2007年华天酒店经营情况
- 表8.7 2005-2008年一季度华天酒店利润构成与盈利能力
- 表8.8 2005-2008年一季度华天酒店经营与发展能力
- 表8.9 2005-2008年一季度华天酒店资产与负债
- 表8.10 2005-2008年一季度华天酒店现金流量
- 表11.1 上市公司旗下经济型酒店发展情况对比
- 表11.2 截至2007年10月经济型酒店前十强
- 表11.3 2005-2006年中国经济型酒店十大品牌的品牌增长
- 表12.1 格林豪泰酒店投资收益

## 附图

- 图1.1 2001-2006年星级酒店增长与客流增长比较
- 图1.2 2000-2006年中国星级酒店数量及增长情况
- 图1.3 2001-2006年各星级酒店出租率比较
- 图1.4 2006年底中国酒店构成（按酒店数量）

图1.5 2000-2006年中国星级酒店数量构成

图2.1 2003-2007年国内生产总值及其增长速度

图2.2 1991-2018年旅游行业占GDP的比重将逐年上升

图2.3 2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长速度

图2.4 2003-2007年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图2.5 1996-2006年我国居民恩格尔系数逐年下降

图2.6 1991-2006年中国旅游行业收入及其增长率

图2.7 1991-2007年中国旅客总数及其增长率

图2.8 1980-2006年中国入境过夜游排名（按人数）

图2.9 1980-2006年中国入境过夜游排名（按收入）

图2.10 1980-2006年按国际到访人数计算的世界旅游市场份额

图2.11 1991-2007年国内游客数量及其增长率

图2.12 1994-2006年国内游客构成

图2.13 1994-2006年国内游客总花费构成

图2.14 1994-2006年国内游客人均花费构成

图2.15 1994-2006年国内旅游收入及其增长率

图2.16 1990-2007年中国入境游客数量及其增长率

图2.17 1991-2007年中国旅游外汇收入及其增长率

图2.18 2005-2007年中国接待外国人按事由分类的占比

图2.19 1992-2007年中国出境游客人数及其增长

图2.20 1992-2007年中国出境游因公因私比较

图2.21 奥运会对入境游的显著拉动作用：来自韩国的经验

图4.1 2002-2006年北京酒店平均客房价格

图4.2 2002-2006年北京酒店平均出租率

图5.1 2001-2007年美国营建许可及新屋动工数持续下行

图5.2 美国连排新屋动工数急跌

图5.3 美国房市供需缺口有所改善

图5.4 2001-2007年美国工业产出及产能利用率

图5.5 费城联储局制造业指数大幅下挫

图5.6 美国零售增速放缓

图5.7 2008年初密歇根大学消费者信心指数反弹

图5.8 2004-2008年1月美国首次申请失业保险人数

图5.9 美国消费者物价指数回调

图11.1 2000-2007年中国经济型酒店数量及增长率

图11.2 2000-2007年中国经济型酒店客房数量及增长率

图11.3 2006年中国经济型酒店区域分布

图11.4 2006年中国经济型酒店市场份额一览表

图11.5 经济性酒店主要客源构成

图11.6 主要区域和城市的平均房价和平均入住率

图11.7 中国各类酒店入住率对比：经济型酒店遥遥领先

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46130.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。