



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国酒店市场调研 与发展前景预测报告

一、调研说明

《2008-2010年中国酒店市场调研与发展前景预测报告》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/46140.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

第一章 酒店业的概念及投资特性	1
1.1 酒店业的概念	1
1.1.1 酒店的定义	1
1.1.2 酒店的部门设置	1
1.2 酒店业的分类	2
1.2.1 酒店的分类	2
1.2.2 酒店房间类型的分类	5
1.3 酒店业的基本性质与特点	6
1.3.1 现代酒店的基本性质	6
1.3.2 现代酒店的基本特点	6
第二章 相关产业对酒店业的促进	9
2.1 旅游业	9
2.1.1 全球旅游经济总体状况	9
2.1.2 2005年中国旅游业各项统计分析	13
2.1.3 2006年中国旅游业发展现状	14
2.1.4 2007-2008年2月中国旅游业发展状况	19
2.1.5 “十一五”中国旅游业发展的战略调整期	20
2.1.6 旅游业高速增长带动酒店业收入规模提升	25
2.2 会展产业	26
2.2.1 会展产业的特征及作用	26
2.2.2 会展业的产业结构优化效应分析	28
2.2.3 中国会展经济现状	32
2.2.4 会展业与酒店业的互动发展	35
2.2.5 中国会展业的发展趋势	40
2.3 餐饮业	41
2.3.1 2005年餐饮市场运行情况	41
2.3.2 2006年全国住宿与餐饮业零售额达10345.5亿元	43
2.3.3 2007年中国餐饮业零售总额逼近千亿	44

2.3.5 餐饮业对酒店业的影响	45
2.3.5 2008年中国餐饮业发展趋势分析	47
2.3.5 餐饮业的六大发展趋势	48
第三章 国际酒店业的发展现状	53
3.1 国际酒店业的市场概况	53
3.1.1 全球酒店业的发展历程	53
3.1.2 世界酒店业总体回顾	55
3.1.3 国际著名跨国酒店集团发展现状	56
3.1.4 全球顶级豪华酒店蜂拥入中国	57
3.2 国际宾馆酒店业的管理现状	57
3.2.1 国际酒店业的经营与管理趋势	57
3.2.2 国外饭店集团介入的管理形式	67
3.2.4 国际饭店连锁集团钟情分时度假	69
3.3 全球主要国家或地区的酒店业情况	72
3.3.1 欧洲	72
3.3.2 美国	75
3.3.3 东南亚	77
3.4 国际酒店集团介绍	81
3.4.1 六洲集团(即巴斯集团)	81
3.4.2 希尔顿	82
3.4.3 万豪集团	82
3.4.4 香格里拉	84
第四章 中国酒店业的发展现状	86
4.1 中国酒店业的发展演变历程	86
4.1.1 中国古代酒店的形成	86
4.1.2 中国近代酒店的兴起	87
4.1.3 中国现代酒店的发展概况	88
4.2 中国酒店业发展现状分析	90
4.2.1 中国酒店业发展的基本特点	90
4.2.2 中国酒店行业的转变	94

4.2.3	2007年中国酒店业发展状况	95
4.2.4	中国酒店业发展速度居世界首位	96
4.2.5	“限外政策”对酒店业的影响分析	97
4.3	中国星级酒店概况	100
4.3.1	中国五大城市高星级酒店的发展状况	100
4.3.2	大中型星级酒店综合状况	107
4.3.3	二星级酒店	113
4.3.4	三星级酒店	113
4.3.5	四星级酒店	114
4.3.6	五星级酒店	115
4.4	中国酒店业面临的问题	115
4.4.1	酒店业行业壁垒分析	115
4.4.2	中国酒店业外资赚了九成利润	118
4.4.3	中国每年有大量酒店资产闲置	121
4.4.4	中国酒店业建设和管理的十大误区	122
4.4.5	酒店业人才流失问题严重	127
4.5	促进中国酒店业发展的对策	128
4.5.1	中国酒店业走向世界的途径	128
4.5.2	中国酒店业应拥有自己的国际品牌	131
4.5.3	酒店业的个性化服务	131
4.5.4	中国酒店业经营模式亟待创新	134
第五章 中国酒店业的消费现状 138		
5.1	酒店的客源分析	138
5.1.1	客源规模与分布	138
5.1.2	中国主要客源市场情况	140
5.1.3	游客的消费水平	141
5.2	消费结构分析	144
5.2.1	入境游客的消费结构	144
5.2.2	国内游客的消费结构	148
5.2.3	不同地区间酒店(星级)消费结构的比较	149
5.3	消费选择与消费趋势分析	151

- 5.3.1 游客对住宿设施的选择 151
- 5.3.2 游客的停留时间及变化 154
- 5.3.3 游客的旅行目的 156
- 5.3.4 入境游客感兴趣的商品 158
- 5.3.5 消费者的消费评价 160

第六章 商务酒店 163

- 6.1 商务酒店概念及介绍 163
 - 6.1.1 商务旅游概述 163
 - 6.1.2 商务酒店的定义 163
 - 6.1.3 最新新建商务酒店 163
 - 6.1.4 十二届金枕头奖受欢迎商务酒店介绍 175
- 6.2 商务酒店市场概况 182
 - 6.2.1 中国商务酒店的现状 182
 - 6.2.2 商务酒店试图走出“草根经济” 183
- 6.3 商务酒店投资动态 185
 - 6.3.1 商务酒店掀起投资狂潮 185
 - 6.3.2 外来酒店抢占中国商务市场 185
 - 6.3.3 睿富投资中国商务酒店 186
 - 6.3.4 中国大酒店将斥资朝商务酒店发展 186
- 6.4 商务酒店发展前景与趋势 188
 - 6.4.1 商务酒店的发展前景 188
 - 6.4.2 宜商宜住商务酒店受追捧 188
 - 6.4.3 商务酒店宽带接入成发展趋势 190
 - 6.4.4 品牌将提升中国商务酒店的竞争力 192

第七章 旅游度假酒店 193

- 7.1 假日经济与酒店业 193
 - 7.1.1 酒店产业应对假日经济的策略 193
 - 7.1.2 “假日经济”魅力下酒店的营销管理 206
- 7.2 旅游度假酒店概况 209
 - 7.2.1 度假酒店的类型介绍 209

7.2.2	度假酒店的功能与作用	210
7.2.3	气候对度假酒店的重要性	211
7.2.4	度假酒店存在的问题	211
7.2.5	海南是中国度假酒店的佼佼者	212
7.3	分时度假酒店在中国的发展	214
7.3.1	“分时度假”进入中国	214
7.3.2	中国分时度假的四种经营者	214
7.3.3	中国分时度假市场存在的问题	215
7.3.4	中国开展的分时度假网络本土化实践的特点	216
7.4	旅游度假酒店的经营与风险	216
7.4.1	国际度假酒店的启示	216
7.4.2	中国度假酒店市场营销的特点	219
7.4.3	从实例看城郊度假酒店的经营思路	221
7.4.4	休闲度假型酒店的散客销售	222
7.4.5	酒店发展分时度假应注意风险	224
7.5	中国旅游度假酒店的发展趋势	225
7.5.1	发展度假酒店的对策分析	225
7.5.2	中国度假酒店群体特色与个性色彩	226
7.5.3	度假酒店的发展前景广阔	227
7.5.4	国内度假酒店的发展趋势	228

第八章 经济型酒店 230

8.1	经济型酒店的定义及特征	230
8.1.1	经济型酒店概念	230
8.1.2	经济型酒店的分类	231
8.1.3	经济型酒店的特征	233
8.2	中国经济型酒店发展现状	233
8.2.1	经济型酒店的发展形式及现状	233
8.2.2	经济型酒店在中国迅速崛起	234
8.2.3	国内经济型酒店品牌的连锁扩张增速	235
8.2.4	华南部分经济型酒店发展强劲	235
8.3	经济型酒店的经营与管理	236

8.3.1	中国经济型酒店经营管理的现状	237
8.3.2	现代经济型酒店经营利润高	239
8.3.3	中国经济型酒店先行者的管理模式分析	240
8.4	经济型酒店的效益	241
8.4.1	经济型酒店投入产出分析	241
8.4.3	投资经济型酒店的回报	243
8.4.3	经济型酒店与资本市场结合的路径	243
8.4.4	经济型酒店的土地使用权存在隐患	244
8.5	经济型酒店的运作模式分析	244
8.5.1	开发模式	244
8.5.2	选址要求	245
8.5.3	注册成立酒店管理公司	247
8.6	中国经济型酒店竞争分析	248
8.6.1	经济型连锁酒店竞争激烈	249
8.6.2	经济型酒店争夺中国酒店业中端市场	249
8.6.3	跨国酒店巨头锁定国内经济型酒店	251
8.7	经济型酒店面临的问题分析	252
8.7.1	经济型酒店行业存在的缺陷	252
8.7.2	中国经济型酒店发展存在的主要问题	253
8.7.3	经济型酒店的发展障碍性因素	254
8.7.4	中国经济型酒店面临的挑战	255
8.8	中国经济型酒店的发展策略	257
8.8.1	经济型酒店在发展中应注意的问题	257
8.8.2	经济型酒店应注意回避的误区	258
8.8.3	中国经济型酒店的发展策略	260
8.8.4	以性价比取胜	262
8.9	经济型酒店发展前景与趋势	264
8.9.1	经济型酒店面临空前发展的机遇	264
8.9.2	经济型酒店业的发展前景	265
8.9.3	经济型酒店成酒店业的金矿	269
8.9.4	经济型酒店业将成发展主流	270
8.9.5	经济型连锁酒店前景看好	272

第九章 产权式酒店	273
9.1 产权式酒店概念及分类	273
9.1.1 产权式酒店的定义	273
9.1.2 产权式酒店的性质	273
9.1.3 产权式酒店的分类	273
9.2 产权式酒店发展现状	274
9.2.1 国外产权式酒店的现状	274
9.2.2 产权式酒店兴起与发展	275
9.2.3 中国城市出现“产权式酒店”	277
9.2.4 产权式酒店在中国成消费热点	277
9.2.5 “产权式酒店”发展渐好需预警五大误区	279
9.3 中国主要城市产权式酒店的发展	280
9.3.1 北京	280
9.3.2 上海	284
9.3.3 海南	286
9.3.4 其他	295
9.4 影响产权式酒店销售的主要因素	298
9.4.1 自然环境	298
9.4.2 投资环境	298
9.4.3 交通环境	299
9.4.4 是否有金融支持	299
9.4.5 价格因素	299
9.5 产权式酒店的投资方法	299
9.5.1 投资产权式酒店的要素	299
9.5.2 把握好产权式酒店投资的要点	301
9.5.3 产权式酒店投资价值的评估	302
9.5.4 产权式酒店经营及发展秘笈	303
9.6 投资风险	303
9.6.1 产权式酒店处地产投资高风险领域	303
9.6.2 产权式酒店投资风险大	305
9.6.3 产权式酒店高回报背后的风险	308

- 9.6.4 投资产权式酒店的问题分析 310
- 9.6.5 产权式酒店投资的法律风险及规避 311
- 9.7 产权式酒店发展前景及趋势 313
 - 9.7.1 产权式酒店租赁市场发展空间大 313
 - 9.7.2 产权式酒店前景看好 313
 - 9.7.3 产权式酒店的发展趋势 314
 - 9.7.4 产权式酒店将成为消费的热点 314

第十章 主题酒店 316

- 10.1 主题酒店的缘起与兴起 316
 - 10.1.1 主题酒店的概念 316
 - 10.1.2 主题酒店的一般类型 316
 - 10.1.3 主题酒店与特色酒店的异同 317
 - 10.1.4 世界各地主题酒店大观 318
- 10.2 主题酒店的发展概况 318
 - 10.2.1 主题酒店在中国的兴起 318
 - 10.2.2 主题酒店在中国成为热点 319
 - 10.2.3 主题酒店的策划 321
 - 10.2.4 威尼斯成为中国首座主题酒店 323
- 10.3 中国各城市主题酒店发展动态 323
 - 10.3.1 中国第一家茶文化主题酒店落户雅安 323
 - 10.3.2 杭州首家艺术主题酒店现身机场路 324
 - 10.3.3 爱情主题酒店在杭州悄然出现 324
 - 10.3.4 中国香港迪士尼推出卡通主题酒店 324
- 10.4 中国主题酒店的投资分析 325
 - 10.4.1 对主题的认识 325
 - 10.4.2 主题酒店的特色 325
 - 10.4.3 主题酒店的数量 326
 - 10.4.4 主题酒店的市场定位 326
 - 10.4.5 主题的延伸和更新 327
- 10.5 主题酒店的发展与前景 327
 - 10.5.1 主题酒店颠覆酒店传统经营模式理念 327

- 10.5.2 主题酒店赢得市场份额需创新经营理念 328
- 10.5.3 主题酒店成为中国酒店业发展的新方向 329

第十一章 绿色酒店 331

- 11.1 绿色酒店概述 331
 - 11.1.1 绿色酒店的涵义 331
 - 11.1.2 绿色酒店的特点 331
 - 11.1.3 绿色环保酒店的原则 332
 - 11.1.4 等级划分及标识 332
- 11.2 绿色酒店概况 333
 - 11.2.1 “绿色酒店”可大量的节约成本 333
 - 11.2.2 环保时代需要绿色酒店 334
 - 11.2.3 绿色酒店认证将与国际接轨 334
- 11.3 绿色酒店发展的问题及思路 335
 - 11.3.1 观念方面 335
 - 11.3.2 政策和管理方面 336
 - 11.3.3 绿色酒店发展思路 337
 - 11.3.4 建设绿色酒店实施要求 339

第十二章 北京酒店业 342

- 12.1 酒店发展与奥运 342
 - 12.1.1 北京酒店业紧锣密鼓“备战”奥运 342
 - 12.1.2 国际酒店管理巨头抢占北京奥运市场 343
 - 12.1.3 北京市2008年奥运会酒店业定位经济型 344
 - 12.1.4 北京奥运会酒店客房缺口大 346
 - 12.1.5 北京奥运官方标间限定最高价 346
- 12.2 北京酒店业概况 347
 - 12.2.1 北京2007年12月份及全年接待游客人数 347
 - 12.2.2 北京酒店业国际化进程加速 348
 - 12.2.3 北京高星级酒店房价增长速度快 350
 - 12.2.4 北京高档酒店价格持续上涨入住率下降 351
 - 12.2.5 2007年夏季北京高档酒店价格降幅明显 351

- 12.3 北京酒店业竞争分析 352
 - 12.3.1 北京酒店业市场竞争态势分析 352
 - 12.3.2 盲目竞争使得北京酒店业房价低于国际水平 357
 - 12.3.3 上海经济型酒店抢占北京“奥运饭” 359
 - 12.3.4 国际顶尖品牌酒店管理公司抢驻北京 360
- 12.4 北京市公寓式酒店市场分析与展望 361
 - 12.4.1 公寓式酒店概述 361
 - 12.4.2 北京公寓式酒店的供给特点 362
 - 12.4.3 北京公寓式酒店的需求分析 364
 - 12.4.4 北京公寓式酒店市场交易状况分析 365
 - 12.4.5 北京公寓式酒店的市场预期 366
- 12.5 北京酒店业前景与趋势 368
 - 12.5.1 2007年北京酒店业趋势利好 368
 - 12.5.2 2008年奥运会后北京酒店地产发展预测 368
 - 12.5.3 经济酒店建设成北京酒店业发展重点 369

第十三章 上海酒店业 371

- 13.1 世博会带来新机遇 371
 - 13.1.1 世博带动上海酒店人才需求 371
 - 13.1.2 世博会促进了三大经济圈竞争 372
 - 13.1.3 上海官员向海外商家披露2010年世博会的十大商机 376
 - 13.1.4 业内称奥运和世博会将推动中国酒店及旅游市场高涨 377
- 13.2 上海酒店业概况 377
 - 13.2.1 上海酒店业星级发展势头足 377
 - 13.2.2 上海星级酒店的分布和特点分析 378
 - 13.2.3 双重因素带动了上海酒店业 378
- 13.3 上海酒店业存在的问题分析 381
 - 13.3.1 上海酒店业人才面临的问题 381
 - 13.3.2 上海经济型酒店不再经济 381
 - 13.3.3 上海五星级酒店房费居亚洲首位 382
- 13.4 合理调控带动上海酒店业健康发展 382
 - 13.4.1 酒店的总体供应要适量发展 382

- 13.4.2 酒店的布建要适度集聚 383
- 13.4.3 酒店项目的引进要适配环境 383
- 13.4.4 酒店的设计建造要适用专业标准 384
- 13.5 上海酒店业投资分析 385
 - 13.5.1 上海引发酒店投资浪潮 385
 - 13.5.2 上海酒店企业REITS分析 387
 - 13.5.3 民资看好上海酒店业 389
 - 13.5.4 上海经济型酒店抢夺投资客 390
 - 13.5.5 世博会引发上海酒店业投资出现过热 391
- 13.6 上海酒店业的趋势与前景 392
 - 13.6.1 上未来三年上海酒店市场需求发展趋势 392
 - 13.6.2 上海高档酒店业市场看好 394
 - 13.6.3 上海高档酒店业“钱景”诱人 395
 - 13.6.4 上海经济型酒店发展前景广阔 397

第十四章 广州酒店业 399

- 14.1 广州酒店业概况 399
 - 14.1.1 2008年广州建设星级酒店租赁热 399
 - 14.1.2 广州地产商掀起酒店业开发热潮 399
 - 14.1.3 广州酒店业打造酒店业“航母” 401
 - 14.1.4 广州酒店业面临行业井喷 401
- 14.2 广州酒店业竞争格局 402
 - 14.2.1 广州酒店业变革拉开序幕 402
 - 14.2.2 著名酒店管理集团抢占广州天河 403
 - 14.2.3 白天鹅宾馆带动港资进入广州酒店业 404
- 14.3 广州酒店业问题与对策分析 408
 - 14.3.1 广州酒店业面临困境 408
 - 14.3.2 广州酒店业发展明显落后于北京上海 409
 - 14.3.3 广州酒店业亟待国际化 410
 - 14.3.4 发展广州酒店业的建议 410
- 14.4 广州酒店业发展趋势 412
 - 14.4.1 广州酒店业近年发展迅速 412

- 14.4.2 广州酒店业国际化步伐提速 412
- 14.4.3 广州星级酒店5年内再添百家 413
- 14.4.4 2010广州星级酒店将超300家 414

第十五章 深圳酒店业 417

- 15.1 深圳酒店业概况 417
 - 15.1.1 深圳酒店业热 417
 - 15.1.2 深圳酒店业处境尴尬 419
 - 15.1.3 深圳经济型酒店市场发展迅猛 421
 - 15.1.4 深圳个性化酒店火爆 422
 - 15.1.5 深圳酒店业发展瓶颈简析 422
- 15.2 深圳酒店业的竞争分析 424
 - 15.2.1 国际化形势加速深圳酒店业竞争 424
 - 15.2.2 深圳酒店业中外资本竞争激烈 425
 - 15.2.3 欧洲酒店巨头抢占深圳市场 426
 - 15.2.4 深圳酒店业抢抓新商机 427
- 15.3 深圳酒店业发展趋势 430
 - 15.3.1 深圳酒店业发展方向分析 430
 - 15.3.2 国际管理集团将抢占深圳酒店市场 433
 - 15.3.3 2007年深圳五星级酒店数量预测 434
 - 15.3.4 个人游港大热将为深圳酒店业带来商机 434

第十六章 酒店业主要企业分析 436

- 16.1 华天酒店 436
 - 16.1.1 华天酒店简介 436
 - 16.1.2 2005年-2008年1 - 3月华天酒店经营状况分析 437
 - 16.1.3 华天酒店经营中的问题及对策 441
 - 16.1.4 未来华天酒店发展的趋势 441
- 16.2 锦江股份 443
 - 16.2.1 锦江股份简介 443
 - 16.2.2 2005年-2008年第一季度锦江股份经营状况分析 443
 - 16.2.3 锦江股份发展机遇与挑战 445

- 16.2.4 未来锦江股份发展的趋势 446
- 16.2.5 未来锦江股份业务的战略规划 446
- 16.3 新都酒店 447
 - 16.3.1 新都酒店简介 447
 - 16.3.2 2005年-2008年第一季度新都酒店经营状况分析 447
 - 16.3.3 新都酒店经营中出现的问题及解决方案 451
 - 16.3.4 2008年度新都酒店经营计划 452
- 16.4 金陵饭店 453
 - 16.4.1 金陵饭店简介 453
 - 16.4.2 2005年-2008年第一季度金陵饭店经营状况分析 453
 - 16.4.3 金陵饭店经营的风险及对策 457
 - 16.4.4 2008年度金陵饭店经营计划 459
 - 16.4.5 未来金陵饭店发展的趋势 460
- 16.5 东方宾馆 460
 - 16.5.1 东方宾馆简介 460
 - 16.5.2 2005年-2008年第一季度东方宾馆经营状况分析 460
 - 16.5.3 2007年东方宾馆具体经营状况回顾 463
 - 16.5.4 2008年东方宾馆经营计划 464

第十七章 酒店企业经营管理分析 467

- 17.1 酒店业经营管理概述 467
 - 17.1.1 酒店管理的特点 467
 - 17.1.2 酒店的管理层次 468
 - 17.1.3 酒店管理技能 470
- 17.2 酒店业经营管理现状 472
 - 17.2.1 酒店经营与管理分析 472
 - 17.2.2 酒店的需求管理分析 476
 - 17.2.3 酒店集团化管理简析 478
 - 17.2.4 酒店管理的制度创新解析 479
- 17.3 酒店市场定位 481
 - 17.3.1 酒店产品定位的概念 481
 - 17.3.2 酒店产品定位的方法 482

- 17.3.3 酒店产品定位的步骤 483
- 17.3.4 酒店产品定位的战略 485
- 17.4 酒店业营销分析 487
 - 17.4.1 针对当前市场需求的酒店营销分析 487
 - 17.4.2 拓展酒店市场营销领域的策略 488
 - 17.4.3 酒店蜂鸣营销分析 492
 - 17.4.4 酒店关系营销分析 495
 - 17.4.5 中国酒店节日营销手段分析 498
- 17.5 酒店绿色营销分析 505
 - 17.5.1 绿色营销的定义 505
 - 17.5.2 中国酒店绿色营销的现状 505
 - 17.5.3 中国酒店营销绿色化的弊端 506
 - 17.5.4 中国酒店实施绿色营销的任务和策略 507
 - 17.5.5 中国酒店绿色营销的发展趋势分析 507
- 17.6 酒店业经营管理的发展趋势 508
 - 17.6.1 酒店经营与管理发展趋势解析 508
 - 17.6.2 健康客房成为酒店营销新趋势 518
 - 17.6.3 互联网营销成为酒店营销新途径 519

第十八章 酒店信息化 522

- 18.1 酒店信息化的概况 522
 - 18.1.1 国际酒店业信息化的产生与发展 522
 - 18.1.2 酒店管理进入信息时代 525
 - 18.1.3 酒店的信息化和管理标准化 527
 - 18.1.4 中国酒店业电子商务的现状 529
- 18.2 酒店信息化的建设 530
 - 18.2.1 酒店信息化建设只有开放才能发展 530
 - 18.2.2 酒店信息化管理须从制度和产品入手 531
 - 18.2.3 酒店行业信息化的方向与建议 533
- 18.3 酒店行业信息化问题分析 535
 - 18.3.1 酒店信息化的四大问题 535
 - 18.3.2 国内酒店信息化的主要问题分析 536

- 18.3.3 酒店业信息化选择的误区 537
- 18.4 酒店信息化的发展趋势 540
 - 18.4.1 酒店业信息化将升级 540
 - 18.4.2 酒店信息化的三种趋势 541
 - 18.4.3 三五年内酒店信息化应用将达高峰 542
 - 18.4.4 酒店业电子分销的发展走向 543

第十九章 酒店业竞争分析 547

- 19.1 酒店业竞争概况 547
 - 19.1.1 新标准搅动中国酒店业竞争 547
 - 19.1.2 中国豪华酒店业进入新竞争时代 549
 - 19.1.3 个性化服务成为酒店业竞争的焦点 549
- 19.2 中外酒店业的比较分析及对策 552
 - 19.2.1 中国酒店的比较优势 552
 - 19.2.2 外方酒店的优势 554
 - 19.2.3 中外酒店的主要差距比较 555
 - 19.2.4 中国酒店应对国际竞争的对策分析 557
- 19.3 酒店业竞争力分析 558
 - 19.3.1 现代酒店业的市场竞争力 558
 - 19.3.2 酒店文化有利于增强酒店竞争力 564
 - 19.3.3 中国酒店业的核心竞争力 568
 - 19.3.4 小型精品酒店的核心竞争力 574
 - 19.3.5 以人为本来构建酒店业核心竞争力 577
- 19.4 提升竞争力的主要策略 579
 - 19.4.1 注重酒店设计突出经营特色 579
 - 19.4.2 管理的专业化与创新策略 580
 - 19.4.3 人力资源开发策略 582
 - 19.4.4 特许经营与连锁经营策略 584
 - 19.4.5 开发新市场新产品的策略 587
- 19.5 酒店业集群发展提升行业竞争力 588
 - 19.5.1 集群理论研究概述 588
 - 19.5.2 酒店业集群 589

19.5.3 酒店业集群优势与竞争力提升解析 591

第二十章 酒店业投资分析 595

20.1 酒店业的投资特性 595

20.1.1 赢利性与成长性 595

20.1.2 酒店的周期性 595

20.1.3 要素的密集性 596

20.2 酒店业投资现状 598

20.2.1 中国酒店业吸引投资的五大优势 598

20.2.2 中国酒店业投资机会分析 600

20.2.3 国际资本再掀中国酒店业投资狂潮 602

20.2.4 酒店地产成房地产投资新热点 605

20.3 西部市场蕴藏巨大机遇 606

20.3.1 旅游是西部开发的重点 606

20.3.2 西部市场前景吸引酒店业投资 607

20.3.3 西部资源开发现状与策略 607

20.3.4 西部酒店市场前景广阔 611

20.4 酒店业投资风险及建议 612

20.4.1 酒店业面对的法律纠纷 612

20.4.2 酒店地产投资的建议 614

20.4.3 酒店投资前期策划的因素分析 616

20.4.4 酒店餐饮业投资的八个要点 617

第二十一章 酒店业发展的主要趋势分析 619

21.1 世界酒店业发展预测 619

21.1.1 酒店业的总体发展走向 619

21.1.2 21世纪全球酒店业发展趋势展望 620

21.1.3 全球酒店格局预测 622

21.2 中国酒店业的发展趋势 638

21.2.1 2008-2009中国酒店业现状及未来发展趋势 638

21.2.2 未来中国酒店业将出现的模式 646

21.2.3 中国酒店业未来发展趋势分析 648

21.2.4	中国酒店地产发展趋势分析	650
21.2.5	酒店的IT发展战略分析	653
21.2.6	2008 - 2010年中国酒店与酒店用品行业展望	656
21.3	中国未来酒店业具体发展方向	661
21.3.1	集团化与品牌化发展	661
21.3.2	绿色健康化发展	662
21.3.3	智能化发展	663
21.3.4	数字化发展	664
21.3.5	个性化发展	666
附录 668		
附录一	：中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定	668
附录二	：中国旅游饭店行业规范	674
附录三	：《旅游涉外饭店星级的划分与评定》	679
附录四	：《中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定》	712
附录五	：中华人民共和国旅店业卫生标准	716

图表目录

图表 1	1975年-2005 年经济增长同国际旅游增长情况	9
图表 2	1950 年-2005 年各洲国际旅游接待人数	10
图表 3	经济发展水平与旅游消费升级规律	11
图表 4	1995年-2006 年国际旅游收入与国际旅游接待人数	12
图表 5	2006 年国际旅游出游目的结构图	12
图表 6	16个主要客源国2006年的入境旅游人数和增长情况	16
图表 7	中国31个省份、自治区、直辖市国际旅游（外汇）收入情况	18
图表 8	1994年-2007 年全国旅游收入情况	20
图表 9	会展业的产业结构优化模式	30
图表 10	2005年全国三大区域餐饮业发展情况比较	41
图表 11	2005年全国各省市餐饮业发展排序	42
图表 12	2005年全国各城市餐饮业发展排序	43
图表 13	全球酒店平均客房出租率	53
图表 14	全球酒店平均房价	54

图表 15 全球酒店平均可销售客房收入	54
图表 16 雅高酒店集团的国际化历程	58
图表 17 雅高集团在全球的酒店分布情况	59
图表 18 美国酒店消费者类型	62
图表 19 消费者最满意的 10 大品牌	62
图表 20 1995 - 2000 年期间美国精品小酒店与全美及其他类型豪华酒店的对比情况	63
图表 21 访问西班牙的游客利用 INTERNET 的状况	67
图表 22 1991 - 2003 年全球 GDS 预订量	67
图表 23 2003 年欧洲各地区年均客房收益较上年变化情况	72
图表 24 2003 年欧洲酒店业主要指标较上年变化情况	73
图表 25 2003 年欧洲主要旅游城市酒店业经营业绩	74
图表 26 1994—2002 年欧洲酒店平均客房出租率年度变化情况	74
图表 27 1994—2002 年欧洲酒店平均可销售客房收入年度变化情况	75
图表 28 全美最贵的 10 个城市客房价值变化幅度排名	75
图表 29 2002 年美国酒店业主要经营指标	76
图表 30 2003 年美国酒店业主要经营指标较上年变化情况	76
图表 31 1994-2003 年美国酒店的平均客房价值	77
图表 32 1992—2002 年美国酒店供给量年度变化情况	77
图表 33 1992—2002 年美国酒店客房出租率年度变化情况	78
图表 34 1992—2002 年美国酒店平均房价年度变化情况	78
图表 35 2003 年东亚太酒店业经营业绩	79
图表 36 1992—2002 年东亚太地区酒店供给量年度变化情况	79
图表 37 1992—2002 年东亚太地区酒店平均客房出租率年度变化情况	80
图表 38 1992—2002 年东亚太地区酒店平均房价年度变化情况	80
图表 39 1980-2000 年中国旅游涉外酒店座数的增长情况	89
图表 40 1980-2000 年中国旅游涉外酒店客房、床位的增长情况	89
图表 41 2004 年全国不同性质酒店的基本情况	108
图表 42 2004 年全国不同规模酒店的基本情况	108
图表 43 2004 年全国不同星级的酒店基本情况	109
图表 44 2004 年全国拥有星级饭店座数前 10 省份基本情况	109
图表 45 2004 年全国拥有星级饭店客房间数前 10 省份情况	110
图表 46 2004 年全国星级饭店客房出租率	110

图表 47	2000-2006年全国二星级酒店市场规模	113
图表 48	2000-2006年全国三星级酒店市场规模	114
图表 49	2000-2006年全国四星级酒店市场规模	114
图表 50	2000-2006年全国五星级酒店市场规模	115
图表 51	2004 年入境旅游人数	139
图表 52	2004 年入境过夜旅游者人数	139
图表 53	2004 年全国国内旅游基本情况	140
图表 54	2004 年各洲入境旅游外国人数与 2002 年相比的具体情况	141
图表 55	2004 年全国旅游外汇收入构成比	142
图表 56	2004 年全年按不同客源地划分的游客在华花费情况	142
图表 57	2004 不同出游目的的境外游客在华人均消费比较表	143
图表 58	2004 不同出游目的的国内游客人均花费比较表	144
图表 59	2005 年 3 月入境旅游接待收汇情况	145
图表 60	2004 年主要城市国际旅游（外汇）收入情况	146
图表 61	2004 年入境旅游者人均天消费构成	147
图表 62	2004 年入境游客的消费构成	148
图表 63	2004 年各省（市、自治区）星级酒店消费比例表（%）	150
图表 64	男性过夜旅游者对住宿设施的选择比例	152
图表 65	女性过夜旅游者对住宿设施的选择比例	152
图表 66	2004 年不同年龄游客对住宿设施选择比例	153
图表 67	2004 年不同文化程度的游客在不同的住宿设施中住宿时间比例	153
图表 68	2004 年不同目的的出游者选择不同住宿设施住宿的时间比例	154
图表 69	入境游客在华停留时间变化表	155
图表 70	2004 年国内城镇游客出游情况（按目的分）	157
图表 71	2004 年国内农民出游目的的比例表	157
图表 72	2004 年入境外国游客人数和比例（按目的分）	158
图表 73	2004 年入境外国游客不同目的的人数比例图	158
图表 74	2004 年入境旅游者对中国旅游资源感兴趣地方的比例	159
图表 75	国内游客对住宿设施的评价	161
图表 76	国内游客对餐饮的评价	161
图表 77	国内游客对交通的评价	162
图表 78	国内游客对购物的评价	162

图表 79	2007年12月及2007年全年北京接待的旅游人数	348
图表 80	2007年华天酒店利润总额及构成	437
图表 81	2007年华天酒店非经常性损益项目及金额	437
图表 82	2008年1 - 3月华天酒店非经常性损益项目及金额	437
图表 83	2005-2008年1 - 3月华天酒店主要会计数据及财务指标	438
图表 84	2005 - 2007年华天酒店净资产收益率及每股收益	439
图表 85	2007年华天酒店主营业务分行业情况	439
图表 86	2007年华天酒店主营业务分地区情况	440
图表 87	2006 - 2007年华天酒店资产构成情况	440
图表 88	2006 - 2007年华天酒店费用、利润情况表	440
图表 89	2005-2008年1 - 3月锦江股份主要会计数据及财务指标	443
图表 90	2005-2007年锦江股份净资产收益率及每股收益	444
图表 91	2007年锦江股份主营业务分行业、产品情况表	445
图表 92	2007年锦江股份主营业务分地区情况表	445
图表 93	2007年新都酒店主要业务数据	447
图表 94	2005 - 2007年新都酒店主要财务指标	448
图表 95	2005-2007年新都酒店主要会计数据	449
图表 96	2008年1 - 3月新都酒店主要会计数据及财务指标	450
图表 97	2007年新都酒店主营业务分行业情况表	450
图表 98	2007年新都酒店主营业务表	451
图表 99	2007年金陵饭店主要财务数据	453
图表 100	2007年金陵饭店非经常性损益项目及金额	454
图表 101	2005-2008年1 - 3月金陵饭店主要会计数据及财务指标	455
图表 102	2007年金陵饭店主营业务分行业情况表	457
图表 103	2007年金陵饭店主营业务分地区情况	457
图表 104	2007年东方宾馆非经常性损益项目及金额	461
图表 105	2008年1 - 3月东方宾馆非经常性损益项目及金额	461
图表 106	2005 - 2007年东方宾馆主要会计数据	462
图表 107	2005 - 2007年东方宾馆财务指标	462
图表 108	2008年1 - 3月东方宾馆主要会计数据及财务指标	463
图表 109	2007年东方宾馆分行业经营情况	463
图表 110	雅高酒店集团的国际化历程	509

- 图表 111 雅高集团在全球的酒店分布情况 510
- 图表 112 美国酒店消费者类型 512
- 图表 113 消费者最满意的10大品牌 513
- 图表 114 1995-2000年期间美国精品小酒店与全美及其他类型豪华酒店的对比情况 514
- 图表 115 西班牙的游客利用INTERNET的状况 517
- 图表 116 1991-2003年全球GDS预订量 518
- 图表 117 互联网时代酒店业电子分销模型 544
- 图表 118 分销系统预订费用比例的比较 545
- 图表 119 美国各等级酒店的投资成本平均水平 597
- 图表 120 酒店板块2005年前三季度业绩同比增长率 601
- 图表 121 1950-2020年世界主要旅游目的地的演变 623
- 图表 122 1997年全球酒店财团24强 625
- 图表 123 2002年全球酒店财团24强 627
- 图表 124 1997年全球酒店25强 629
- 图表 125 2003年全球酒店25强 630
- 图表 126 2002年按销售额排名世界前25位的酒店集团 631
- 图表 127 2004年全球10大酒店集团 632
- 图表 128 2005年度全球饭店集团排行榜（前十名） 632
- 图表 129 2002年世界最大的5个单体酒店 633
- 图表 130 2004 - 2005年度全球饭店品牌排行榜（前二十名） 633
- 图表 131 近几年全球平均客房出租率排名靠前的城市 636
- 图表 132 全球平均可销售客房收入排名前10位的城市 637
- 图表 133 全球平均房价排名前10位的城市 637
- 图表 134 2008年 - 2010年中国酒店市场规模预测 657
- 图表 135 2007 - 2010年中国酒店用品市场规模预测 657

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46140.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。