



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国酒店业经营调查与投资分析报告

一、调研说明

《2008年中国酒店业经营调查与投资分析报告》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/46197.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 国际酒店业的发展分析

1.1 国际酒店业的市场概况

1.1.1 全球酒店业的发展历程

1.1.2 世界酒店业总体回顾

1.1.3 国际著名跨国酒店集团发展现状

1.1.4 全球顶级豪华酒店蜂拥入中国

1.2 国际宾馆酒店业的管理现状

1.2.1 国际宾馆酒店业管理的主要特点

1.2.2 酒店业引入全面质量管理

1.2.3 国外饭店集团介入的管理形式

1.2.4 国际饭店连锁集团钟情分时度假

1.3 国际酒店集团介绍（含规模配置、管理模式、企业布局）

1.3.1 六洲集团（即巴斯集团）

1.3.2 希尔顿

1.3.3 万豪集团

1.3.4 香格里拉

第二章 中国酒店业的发展分析

2.1 中国酒店业发展现状分析

2.1.1 中国酒店业发展的基本特点

2.1.2 中国酒店行业的转变

2.1.3 2006年中国酒店业发展状况

2.1.4 中国酒店业发展速度居世界首位

2.1.5 “限外政策”对酒店业的影响分析

2.1.6 特许业新规带动酒店业连锁洗牌

2.2 中国星级酒店概况

2.2.1 中国五大城市高星级酒店的发展状况

2.2.2 大中型星级酒店综合状况

2.2.3 二星级酒店

2.2.4 三星级酒店

2.2.5 四星级酒店

2.2.6 五星级酒店

2.3 中国酒店业面临的问题

2.3.1 酒店业行业壁垒分析

2.3.2 中国酒店业外资赚了九成利润

2.3.3 中国每年有大量酒店资产闲置

2.3.4 中国酒店业建设和管理的十大误区

2.3.5 酒店业人才流失问题严重

第三章 中国酒店业的消费现状

3.1 酒店的客源分析

3.1.1 客源规模与分布

3.1.2 中国主要客源市场情况

3.1.3 游客的消费水平

3.2 消费结构分析

3.2.1 入境游客的消费结构

3.2.2 国内游客的消费结构

3.2.3 不同地区间酒店（星级）消费结构的比较

3.3 消费选择与消费趋势分析

3.3.1 游客对住宿设施的选择

3.3.2 游客的停留时间及变化

3.3.3 游客的旅行目的

3.3.4 入境游客感兴趣的商品

3.3.5 消费者的消费评价

第四章 商务酒店

4.1 商务酒店概念及介绍

4.1.1 商务旅游概述

4.1.2 商务酒店的定义

4.1.3 全球十佳新开业商务酒店介绍

4.1.4 十二届金枕头奖受欢迎商务酒店介绍

4.2 商务酒店市场概况

4.2.1 商务酒店步入黄金时代

4.2.2 中国商务酒店的现状

4.2.3 商务版酒店倍受欢迎

4.2.4 商务酒店试图走出“草根经济”

4.3 商务酒店投资动态

4.3.1 商务酒店掀起投资狂潮

4.3.2 外来酒店抢占中国商务市场

4.3.3 国际商务型酒店纷纷进驻广东

4.3.4 中国大酒店将斥资朝商务酒店发展

4.4 商务酒店发展前景与趋势

第五章 旅游度假酒店

5.1 假日经济与酒店业

5.1.1 假日经济带动旅游酒店板块发展

5.1.2 酒店产业应对假日经济的策略

5.1.3 “假日经济”魅力下酒店的营销管理

5.2 旅游度假酒店概况

5.2.1 度假酒店的类型介绍

5.2.2 度假酒店的功能与作用

5.2.3 气候对度假酒店的重要性

5.2.4 度假酒店存在的问题

5.2.5 海南是中国度假酒店的佼佼者

5.3 分时度假酒店在中国的发展

5.3.1 “分时度假”进入中国

5.3.2 中国分时度假的四种经营者

5.3.3 中国分时度假市场存在的问题

5.3.4 中国开展的分时度假网络本土化实践的特点

5.4 旅游度假酒店的经营与风险

5.4.1 国际度假酒店的启示

5.4.2 中国度假酒店市场营销的特点

5.4.3 从实例看城郊度假酒店的经营思路

- 5.4.4 休闲度假型酒店的散客销售
- 5.4.5 酒店发展分时度假应注意风险
- 5.5 中国旅游度假酒店的发展趋势

第六章 经济型酒店

- 6.1 中国经济型酒店发展现状
 - 6.1.1 经济型酒店的发展现状
 - 6.1.2 国内经济型酒店品牌的连锁扩张增速
 - 6.1.3 2006-2007年中国经济型酒店加快发展速度
 - 6.1.4 华南部分经济型酒店发展强劲
- 6.2 经济型酒店的经营与管理
 - 6.2.1 中国经济型酒店经营管理的现状
 - 6.2.2 现代经济型酒店经营利润高
 - 6.2.3 中国经济型酒店先行者的管理模式分析
 - 6.2.4 经济型酒店的经营方针
- 6.3 经济型酒店的效益
 - 6.3.1 投入产出分析
 - 6.3.2 经济型酒店的投资回报分析
 - 6.3.3 经济型酒店与资本市场结合的路径
 - 6.3.4 经济型酒店的土地使用权存在隐患
- 6.4 中国经济型酒店竞争分析
 - 6.4.1 经济型连锁酒店竞争激烈
 - 6.4.2 经济型酒店争夺中国酒店业中端市场
 - 6.4.3 跨国酒店巨头锁定国内经济型酒店
- 6.5 经济型酒店面临的问题分析
- 6.6 中国经济型酒店的发展策略
- 6.7 经济型酒店发展前景与趋势

第七章 产权式酒店

- 7.1 产权式酒店概念及分类
- 7.2 产权式酒店发展现状
 - 7.2.1 国外产权式酒店现状

- 7.2.2 产权式酒店在中国的兴起与发展
- 7.2.3 “产权式酒店”发展渐好需预警五大误区
- 7.3 影响产权式酒店销售的主要因素
- 7.4 产权式酒店的投资方法
 - 7.4.1 产权式酒店投资的要点
 - 7.4.2 产权式酒店投资价值的评估
 - 7.4.3 产权式酒店经营及发展秘笈
- 7.5 投资风险
 - 7.5.1 产权式酒店高回报背后的风险
 - 7.5.2 产权式酒店投资的法律风险及规避
- 7.6 产权式酒店发展前景及趋势
 - 7.6.1 中国产权式酒店的发展分析
 - 7.6.2 产权式酒店租赁市场发展空间大

第八章 主题酒店

- 8.1 主题酒店的缘起与兴起
 - 8.1.1 主题酒店的概念
 - 8.1.2 主题酒店与特色酒店的异同
 - 8.1.3 世界各地主题酒店大观
- 8.2 主题酒店的发展概况
 - 8.2.1 主题酒店在中国的兴起
 - 8.2.2 奥运旅游与主题酒店的创新开发
 - 8.2.3 威尼斯成为中国首座主题酒店
- 8.3 中国各城市主题酒店发展动态
 - 8.3.1 中国第一家茶文化主题酒店落户雅安
 - 8.3.2 杭州首家艺术主题酒店现身机场路
 - 8.3.3 爱情主题酒店在杭州悄然出现
 - 8.3.4 中国香港迪士尼推出卡通主题酒店
- 8.4 中国主题酒店的投资分析
 - 8.4.1 对主题的认识
 - 8.4.2 主题酒店的特色
 - 8.4.3 主题酒店的数量

8.4.4 主题酒店的市场定位

8.4.5 主题的延伸和更新

8.5 主题酒店的发展与前景

8.5.1 主题酒店颠覆酒店传统经营模式理念

8.5.2 主题酒店赢得市场份额需创新经营理念

8.5.3 主题酒店发展空间巨大

8.5.4 主题酒店成为中国酒店业发展的新方向

第九章 绿色酒店

9.1 绿色酒店定义及由来

9.2 绿色酒店概况

9.2.1 “绿色酒店”可大量的节约成本

9.2.2 环保时代需要绿色酒店

9.2.3 绿色酒店认证将与国际接轨

9.3 绿色酒店发展的问题及思路

9.3.1 观念方面

9.3.2 政策和管理方面

9.3.3 绿色酒店发展思路

9.3.4 建设绿色酒店实施要求

第十章 北京酒店业

10.1 酒店发展与奥运

10.1.1 奥运带动北京酒店地产投资热潮

10.1.2 北京酒店业向“奥运”开战

10.1.3 国际酒店管理巨头抢占北京奥运市场

10.1.4 北京市2008年奥运会酒店业定位经济型

10.1.5 北京奥运会酒店客房缺口大

10.1.6 北京奥运官方标间限定最高价

10.2 北京酒店业概况

10.2.1 北京2006年接待游客人数

10.2.2 北京酒店业国际化进程加速

10.2.3 北京高星级酒店房价增长速度快

- 10.2.4 北京高档酒店价格持续上涨入住率下降
- 10.2.5 2007年夏季北京高档酒店价格降幅明显
- 10.3 北京酒店业竞争分析
 - 10.3.1 北京酒店业市场竞争态势分析
 - 10.3.2 盲目竞争使得北京酒店业房价低于国际水平
 - 10.3.3 上海经济型酒店抢占北京“奥运饭”
 - 10.3.4 国际顶尖品牌酒店管理公司抢驻北京
- 10.4 北京市公寓式酒店市场分析与展望
- 10.5 北京酒店业前景与趋势
 - 10.5.1 2008年北京酒店地产发展分析
 - 10.5.2 2008年奥运会后北京酒店地产发展预测
 - 10.5.3 未来北京酒店业的趋势
 - 10.5.4 经济酒店建设成北京酒店业发展重点

第十一章 上海酒店业

- 11.1 世博会带来新机遇
 - 11.1.1 2010年世博会带来上海新一轮发展
 - 11.1.2 世博会促进了三大经济圈竞争
 - 11.1.3 2010年世博会的十大商机
 - 11.1.4 世博会对酒店需求巨大
- 11.2 上海酒店业概况
 - 11.2.1 上海酒店业星级发展势头足
 - 11.2.2 上海酒店市场的特点分析
 - 11.2.3 双重因素带动了上海酒店业
- 11.3 上海酒店业存在的问题分析
 - 11.3.1 上海酒店业人才面临的问题
 - 11.3.2 上海经济型酒店不再经济
 - 11.3.3 上海五星级酒店房费居亚洲首位
- 11.4 上海酒店业投资分析
 - 11.4.1 上海引发酒店投资浪潮
 - 11.4.2 上海酒店企业REITs分析
 - 11.4.3 民资看好上海酒店业

- 11.4.4 上海经济型酒店抢夺投资客
- 11.4.5 投资上海酒店业前景可观
- 11.5 上海酒店业的趋势与前景
 - 11.5.1 上海酒店业发展趋势分析
 - 11.5.2 上海高档酒店业市场看好
 - 11.5.3 上海高档酒店业“钱景”诱人
 - 11.5.4 上海经济型酒店发展前景广阔

第十二章 广州酒店业

- 12.1 广州酒店业概况
- 12.2 广州酒店业竞争格局
 - 12.2.1 广州酒店业变革拉开序幕
 - 12.2.2 广州酒店业竞争激烈
 - 12.2.3 著名酒店管理集团抢占广州天河
 - 12.2.4 2006年广州酒店业面临国际资本进入
- 12.3 广州酒店业问题与对策分析
 - 12.3.1 广州酒店业面临困境
 - 12.3.2 广州酒店业发展明显落后于北京上海
 - 12.3.3 广州酒店业亟待国际化
 - 12.3.4 发展广州酒店业的建议
- 12.4 广州酒店业发展趋势
 - 12.4.1 广州投资酒店业成为发展趋势
 - 12.4.2 广州星级酒店5年内再添百家
 - 12.4.3 2010广州星级酒店将超300家

第十三章 深圳酒店业

- 13.1 深圳酒店业概况
 - 13.1.1 深圳酒店业热
 - 13.1.2 深圳酒店业处境尴尬
 - 13.1.3 深圳经济型酒店市场发展迅猛
 - 13.1.4 深圳个性化酒店火爆
 - 13.1.5 深圳酒店业发展瓶颈简析

13.2 深圳酒店业的竞争分析

13.2.1 国际化形势加速深圳酒店业竞争

13.2.2 欧洲酒店巨头抢占深圳市场

13.2.3 深圳酒店业抢抓新商机

13.3 深圳酒店业发展趋势

13.3.1 深圳酒店业发展方向分析

13.3.2 国际管理集团将抢占深圳酒店市场

13.3.3 2008年深圳五星级酒店数量预测

13.3.4 个人游港大热将为深圳酒店业带来商机

第十四章 国内酒店业主要企业分析

14.1 华天酒店

14.1.1 华天酒店简介

14.1.2 2006年-2007年上半年华天酒店经营状况分析

14.1.3 2007年上半年华天酒店主要控股公司的经营业绩

14.1.4 华天酒店经营中的问题及对策

14.1.5 未来华天酒店发展的趋势

14.2 锦江股份

14.2.1 锦江股份简介

14.2.2 2006年-2007年第一季度锦江股份经营状况分析

14.2.3 锦江股份发展风险及对策

14.2.4 未来锦江股份发展的趋势

14.2.5 未来锦江股份业务的战略规划

14.3 新都酒店

14.3.1 新都酒店简介

14.3.2 2006年-2007年第一季度新都酒店经营状况分析

14.3.3 新都酒店经营中出现的问题及解决方案

14.3.4 2007年度新都酒店经营计划

14.4 金陵饭店

14.4.1 金陵饭店简介

14.4.2 2006年-2007年第一季度金陵饭店经营状况分析

14.4.3 金陵饭店经营的风险及对策

14.4.4 2007年度金陵饭店经营计划

14.4.5 未来金陵饭店发展的趋势

14.5 东方宾馆

14.5.1 东方宾馆简介

14.5.2 2006年-2007年第一季度东方宾馆经营状况分析

14.5.3 2006年东方宾馆具体经营状况回顾

14.5.4 2007年东方宾馆经营计划

第十五章 酒店企业经营管理分析

15.1 酒店业经营管理概述

15.2 酒店业经营管理现状

15.2.1 酒店经营与管理分析

15.2.2 酒店的需求管理分析

15.2.3 酒店集团化管理简析

15.2.4 酒店管理的制度创新解析

15.3 酒店市场定位

15.3.1 酒店产品定位的概念

15.3.2 酒店产品定位的方法

15.3.3 酒店产品定位的步骤

15.3.4 酒店产品定位的战略

15.4 酒店业营销分析

15.4.1 针对当前市场需求的酒店营销分析

15.4.2 拓展酒店市场营销领域的策略

15.4.3 酒店蜂鸣营销分析

15.4.4 酒店关系营销分析

15.4.5 中国酒店节日营销手段分析

15.5 酒店绿色营销分析

15.6 酒店业经营管理的发展趋势

15.6.1 酒店经营与管理发展趋势解析

15.6.2 酒店业的经营与管理走向

15.6.3 酒店经营管理发展的具体方向

15.6.4 健康客房成为酒店营销新趋势

15.6.5 互联网营销成为酒店营销新途径

第十六章 酒店信息化

16.1 酒店信息化的概况

16.1.1 国际酒店业信息化的产生与发展

16.1.2 酒店管理进入信息时代

16.1.3 酒店的信息化和管理标准化

16.1.4 中国酒店业电子商务的现状

16.2 酒店信息化的建设

16.2.1 酒店信息化建设只有开放才能发展

16.2.2 酒店信息化管理须从制度和产品入手

16.2.3 酒店业信息化选择的要素

16.2.4 酒店行业信息化的方向与建议

16.3 酒店行业信息化问题分析

16.4 酒店信息化的发展趋势

16.4.1 酒店业信息化将升级

16.4.2 酒店信息化的三种趋势

16.4.3 三五年内酒店信息化应用将达高峰

16.4.4 酒店业电子分销的发展走向

第十七章 酒店业竞争分析

17.1 酒店业竞争概况

17.1.1 新标准搅动中国酒店业竞争

17.1.2 中国豪华酒店业进入新竞争时代

17.1.3 个性化服务成为酒店业竞争的焦点

17.2 中外酒店业的比较分析及对策

17.2.1 中外酒店的比较优势

17.2.2 中国酒店应对国际竞争的对策分析

17.3 酒店业竞争力分析

17.3.1 现代酒店业的市场竞争力

17.3.2 酒店文化有利于增强酒店竞争力

17.3.3 中国酒店业的核心竞争力

- 17.3.4 小型精品酒店的核心竞争力
- 17.3.5 以人为本构建酒店业核心竞争力
- 17.4 提升竞争力的主要策略
 - 17.4.1 注重酒店设计突出经营特色
 - 17.4.2 管理的专业化与创新策略
 - 17.4.3 人力资源开发策略
 - 17.4.4 特许经营与连锁经营策略
 - 17.4.5 开发新市场新产品的策略
- 17.5 酒店业集群发展提升行业竞争力
 - 17.5.1 集群理论研究概述
 - 17.5.2 酒店业集群
 - 17.5.3 酒店业集群优势与竞争力提升解析

第十八章 酒店业投资分析

- 18.1 酒店业的投资特性
 - 18.1.1 赢利性与成长性
 - 18.1.2 酒店的周期性
 - 18.1.3 要素的密集性
- 18.2 酒店业投资现状
 - 18.2.1 中国酒店业吸引投资的五大优势
 - 18.2.2 中国酒店业投资机会分析
 - 18.2.3 国际资本再掀中国酒店业投资狂潮
 - 18.2.4 酒店地产成房地产投资新热点
- 18.3 西部市场蕴藏巨大机遇
 - 18.3.1 旅游与商务是西部开发的重点
 - 18.3.2 西部市场前景吸引酒店业投资
 - 18.3.3 西部资源开发现状与策略
- 18.4 酒店业投资风险及建议
 - 18.4.1 酒店业面对的法律纠纷
 - 18.4.2 酒店法律风险的影响因素及规避措施
 - 18.4.3 酒店地产投资的建议
 - 18.4.4 酒店投资前期策划的因素分析

第十九章 酒店业发展的主要趋势分析

19.1 世界酒店业发展预测

19.1.1 酒店业的总体发展走向

19.1.2 21世纪全球酒店业发展趋势展望

19.1.3 全球酒店格局预测

19.2 中国酒店业的发展趋势

19.2.1 2007年中国酒店业趋势展望

19.2.2 未来中国酒店业将出现的现象

19.2.3 中国酒店业未来发展趋势分析

19.2.4 中国酒店地产发展趋势分析

19.2.5 酒店的IT发展战略分析

19.3 中国未来酒店业具体发展方向

19.3.1 集团化与品牌化发展

19.3.2 绿色健康化发展

19.3.3 智能化发展

19.3.4 数字化发展

21.3.5 创新化发展

第二十章 酒店业酒店统计数据（不单卖此章）

20.1 国内主要酒店集团名录（含地址、星级、规模架构、经营模式、产权性质、信息化程度）

20.2 主要省区排名前20的酒店统计（不含直辖市）

20.3 直辖市市酒店统计数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46197.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。