



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国宾馆酒店市场预测报告

一、调研说明

《2008年中国宾馆酒店市场预测报告》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/46212.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

随着2008年北京奥运会日益临近，以及2010年上海世博会紧锣密鼓的筹办，酒店行业发展迅猛。预计2008年以及2010年酒店行业效益增长的局面会呈直线上升趋势，2010年以后必然下滑，但是不会滑到谷底。这就意味着，酒店全行业从2006年到2010年大体上有五年的增长空间。

酒店需求增长很快，大概每年都有10%以上的增长水平。整体饭店市场的客源结构仍维持稳定。商务客源仍是饭店需求的主体，在五星、四星、三星和经济型酒店总需求中所占的比例分别为48%、49%、40%和46%。五星级饭店的国内客源所占比例比变化不大，但四星级饭店市场的国内客源比例却发生了较大的变化，国内管理及自行管理的四星级饭店的国内客源占总体客源的比例分别下降了10%和7%。

2008年全球将有1079家新酒店开业,可提供客房131517间。除去人口的变化对其他房地产业的影响，这表明在2008年，酒店数量毛增长率为2.8%。中国酒店业发展速度全球居首。整个亚太地区酒店业建设规模相当大，其中将近半数发生在中国。

未来的3-5年，中国经济型酒店业进入快速发展的黄金季节，市场规模在1500亿元左右，以如家、锦江之星为代表的经济型酒店第一梯队以及以莫泰168和7天为代表的第二梯队，将在他们已经扩张的版图上继续深耕细作，使得网点的布局更加密集，而经济型酒店作为资源型产业，这个行业的后来者将会进入残酷的优胜劣汰阶段。巨额资本流向亚洲，特别是中国，而且这种速度会在未来10年保持平稳。预计到2020年，中国将成为全球最大的旅游目的地。2008年的北京奥运会和2010年的上海世博会，都给酒店业发展带来了巨大推动力。调研显示，绝大多数酒店都预计在奥运会之前建成。2006到2007年北京将有103家酒店开张。

2008年北京奥运会的逼近以及2010年的筹办在即，美国卡尔森酒店集团、英国洲际酒店集团、法国雅高集团等世界顶尖酒店管理集团都对自己的中国区域负责人提出了高端酒店数量成倍增长的要求，开始对中国酒店市场进行全面布局。这将使得中国的酒店行业竞争更加激烈，如何在竞争中胜出？成为酒店行业的研究重点。

本报告依据国家统计局、国资委、商务部、国务院发展研究中心、国家旅游局、中国饭

店协会、中国酒店管理协会等提供的大量资料，对我国宾馆酒店市场的国际市场、相关行业、细分市场、竞争格局、重点企业、发展趋势及对策等进行了深入分析。在对我国宾馆酒店行业整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国宾馆酒店行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

【 目录 】

第一章 宾馆酒店产业的概念及投资特性

第一节 宾馆酒店业的概念与分类

一、宾馆酒店的定义

二、宾馆酒店的分类

第二节 宾馆酒店业的性质和特点

一、现代宾馆酒店的基本性质

二、现代宾馆酒店的基本特点

第三节 宾馆酒店业的投资特性

一、赢利性与高成长性

二、需求周期

三、要素的密集性

第四节 酒店业行业壁垒分析

一、技术壁垒

二、市场壁垒

三、结构性壁垒

四、制度性壁垒

五、文化性壁垒

六、市场壁垒趋势展望

第二章 全球宾馆酒店业分析

第一节 2007年全球宾馆酒店业现状

一、2007年全球酒店业的发展概况

二、2007年全球酒店交易额分析

第二节 全球主要国家或地区的酒店业情况

一、美国

二、法国

第三节 国际酒店集团发展趋势分析

一、酒店集团化趋势更加明显

二、品牌酒店加速全球化

三、“数据库一族”亮相

四、跨产业合作成为新景象

五、个性化服务不再是虚言

六、市场细分新概念层出不穷

七、酒店内部越来越像家

第四节 国际酒店管理集团在我国发展策略

一、研究目的和样本选择

二、国际酒店管理集团在中国发展状况

三、发展影响因素分析

四、研究策略

第三章 宾馆酒店关联产业分析

第一节 2006-2007年旅游业现状与酒店业发展

一、2006年中国国内旅游的发展分析

二、2007年我国旅游业运行态势

三、2007年亚洲酒店旅游业昂首迈进

四、“十一五”中国旅游业发展的战略调整期

五、中国国民旅游消费投入增加

六、奥运经济对旅游酒店行业的促进

第二节 餐饮业发展现状及对酒店业的影响

一、我国首部餐饮业规范即将实施

二、2006年我国餐饮业总体运行分析

三、全国住宿与餐饮业零售额情况

四、2008-2010年中国餐饮业发展趋势

五、未来餐饮业发展前景分析

第三节 会展业与酒店业互动发展情况

一、中国会展业发展呈新特点

- 二、我国会展业的特征与发展趋势
- 三、会展与酒店业互动关系
- 四、会展与酒店业互动发展模式
- 五、我国实现会展与酒店互动发展的对策

第四章 中国宾馆酒店业市场发展情况

第一节 2006酒店市场行业现状分析

- 一、酒店数量俱增
- 二、市场需求量增加
- 三、采购需求空前高涨

第二节 2006年全国限额以上住宿情况分析

第三节 中国宾馆酒店业发展现状分析

- 一、外资酒店集团开始全面布局中国市场
- 二、特许业新规触发酒店连锁洗牌
- 三、酒店业提前享受2008年奥运商机

第四节 中国酒店业市场特点

- 一、中国酒店业发展速度全球居首
- 二、中国酒店业数字化尚处发展期
- 三、经济型酒店成支柱

第五节 本土连锁酒店应对国际扩张

- 一、经济型酒店突围
- 二、旋动资本魔方
- 三、招徕商务客源

第六节 酒店业的集群发展分析

- 一、集群理论国内外发展情况
- 二、酒店业集群的形成与发展
- 三、酒店业集群优势和竞争力提升分析

第七节 酒店行业信息化的方向与建议

- 一、酒店行业信息化方向
- 二、酒店信息化建议

第五章 我国酒店业的消费分析

第一节 酒店消费者分析

一、消费者构成

二、消费行为

第二节 酒店消费者评价与选择

一、消费者认知

二、消费心理与消费趋势

第六章 宾馆酒店细分市场分析

第一节 商务酒店

一、商务酒店欲走出“草根经济”

二、德意志联手睿富进军中国商务酒店市场

三、中国商务酒店发展联盟深化新的盈利模式

四、商务酒店的价值投资

第二节 旅游度假酒店

一、2006中国最受欢迎度假酒店概况

二、度假酒店群体特色与个性色彩

三、我国度假酒店市场营销的特点

四、度假酒店存在的问题

五、分时度假酒店在中国的发展

六、度假酒店的市场前景与发展趋势

第三节 经济型酒店

一、2000-2006年经济型酒店开业统计

二、我国经济型酒店发展现状

三、2008年经济型酒店更受欢迎

四、经济型连锁酒店品牌发展分析

五、中国经济型酒店先行者的管理模式分析

六、经济型酒店效益分析和经营运作模式

七、经济型酒店的机遇与挑战

第四节 产权式酒店

一、产权式酒店的起源和分类

二、国外产权式酒店的现状

三、产权式酒店在中国成消费热点

四、产权式酒店经营及发展秘笈

五、产权式酒店高回报背后的风险

第五节 主题酒店

一、主题酒店的缘起与兴起

二、威尼斯成为中国首座主题酒店

三、主题酒店的设计与运营

四、主题酒店颠覆酒店传统经营模式理念

五、国际主题酒店发展前景

六、中国主题酒店的发展方向

第六节 绿色酒店

一、绿色饭店定义与标准

二、绿色饭店国家标准即将出台

三、2010年全国将建成万家绿色酒店

四、绿色酒店逐渐成投资新宠

第七节 其它酒店

一、青年旅舍类酒店

二、公寓式酒店

第七章 部分城市宾馆酒店业发展分析

第一节 北京宾馆酒店业发展分析

一、2008年奥运期间北京酒店房价将上涨

二、北京经济型酒店发展状况

三、北京星级酒店市场价格分析

四、北京酒店业市场竞争态势分析

五、北京酒店业集体发力备战奥运接待筹备

六、北京酒店业前景与趋势

第二节 上海宾馆酒店业发展分析

一、2007-2009年上海酒店供应趋势

二、世博会引发经济型酒店缺口

三、连锁酒店抢夺上海世博商机

四、上海经济型酒店新的竞争

五、上海高档酒店业市场看好

六、上海酒店业前景可观

第三节 深圳宾馆酒店业发展分析

- 一、2007年深圳涌现一批绿色酒店
- 二、深圳酒店业提早瞄准2011年大运会商机
- 三、深圳酒店业迎来国际化加速期
- 四、深圳崛起高端酒店群
- 五、深圳酒店业未来规划

第四节 广州宾馆酒店业发展分析

- 一、2007年广州酒店业的坎
- 二、2010年广州星级酒店将达300家
- 三、广州酒店业洗牌在即
- 四、广州酒店业亟待国际化

第八章 中国宾馆酒店业竞争格局分析

第一节 构建酒店业核心竞争力

- 一、酒店业的任务
- 二、酒店业的核心竞争力
- 三、提升酒店的核心竞争力

第二节 京沪酒店业竞争分析

- 一、提高市盈率
- 二、上海市场供应大增
- 三、北京已能满足奥运所需

第三节 经济型酒店同质竞争分析

- 一、成本考验
- 二、同质竞争
- 三、管理变难

第四节 酒店信息化、智能化是新竞争的亮点

- 一、四大差距
- 二、三种趋势
- 三、对策

第九章 部分宾馆酒店业优势企业分析

第一节 国际酒店集团分析况

一、巴斯酒店集团

二、希尔顿酒店集团

三、万豪酒店集团

四、香格里拉酒店集团

五、速8酒店

第二节 湖南华天大酒店股份有限公司

一、企业简介

二、2006-2007年经营业绩分析

第三节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第四节 广州市东方宾馆股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第五节 深圳新都酒店股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第六节 金陵饭店股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第七节 如家快捷酒店连锁集团

一、企业概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第十章 宾馆酒店业发展趋势及投资分析

第一节 酒店销售的趋势预测

第二节 酒店业的发展趋势

一、超级化趋势

二、跨行业的发展趋势

三、信息化发展趋势

第三节 中国酒店业管理的发展趋势

- 一、酒店管理向人性化发展
- 二、酒店工作人员的职业化
- 三、酒店发展的可持续化
- 四、酒店市场竞争的品牌化
- 五、酒店服务的定制化
- 六、酒店营销的网络化
- 七、酒店组织结构的扁平化
- 八、酒店产业组织的集团化
- 九、酒店设施设备的科技化

第四节 酒店业信息化的发展趋势

- 一、子系统高度集成
- 二、能提供个性化服务
- 三、网络酒店模式

第五节 酒店业电子分销的发展趋势

- 一、酒店业电子分销现状
- 二、酒店分销渠道的发展方向
- 三、分销系统中的营销管理变革
- 四、酒店与分销中介的博弈

第六节 我国酒店业的投资分析

- 一、中国酒店投资经营的特点
- 二、酒店投资必须注意的问题
- 三、应对措施

第十一章 宾馆酒店业发展的主要策略

第一节 中国酒店企业跨国经营的战略分析

- 一、战略资源与核心能力是构建跨国竞争优势的基础
- 二、中国酒店企业跨国经营的核心能力
- 三、对酒店企业跨国经营核心能力的战略分析

第二节 酒店经营者互联网营销策略

第三节 酒店经营品牌战略分析

- 一、形象设计
- 二、服务构建

三、品牌推广

四、维护发展

第四节 我国酒店吸引入境商务旅游者的策略

一、研究方法

二、结果分析

三、酒店吸引入境商务旅游者的四大策略

部分图表目录

图表 2007年上半年北京高星级酒店客房营业情况

图表 2007年1-7月份上海星级酒店客房营业情况

图表 2007年10月初我国经济型酒店数量情况

图表 2008年北京112家签约酒店情况

图表 2007年北京经济型酒店数量增长趋势

图表 2005年-2007年5月星级酒店供应结构图

图表 2007年5月三星级（含）以上酒店价格情况表

图表 2004-2007年上海四、五星级酒店及客房数增量情况

图表 2003-2005年上海星级饭店年平均房价

图表 2006年上半年20家旅游酒店类上市公司经营情况

图表 2006年10家国际管理集团在国内管理酒店和客房情况表

图表 1982-2006年10家国际酒店管理集团在中国内地酒店数量扩张图

图表 1981-2006年10家国际酒店管理集团管理酒店发展情况表

图表 2006年全国国内旅游基本情况

图表 2006年餐饮业企业景气指数

图表 2006年餐饮业月度零售额对比情况

图表 2006年各季度餐饮业零售额比重

图表 2006年东中西部地区餐饮业发展情况比较

图表 2000-2006年东中西部地区餐饮业增长率比较

图表 2006年主要省市餐饮业三项指标前十名排序

图表 2006年主要城市餐饮业三项指标前十名排序

图表 2004-2006年餐饮业结构变化情况

图表 1994-2007年度餐饮业零售额“跨千亿元台阶”情况

图表 2006年1-11月全国住宿与餐饮业零售额实现情况

图表 2006年1-11月份全国住宿与餐饮业外商投资情况

图表 2006年1-11月份全国限额以上住宿与餐饮企业零售额情况

图表 2006年北京市各星级饭店数量

图表 2006年按登记注册类型分限额以上住宿基本情况

图表 2006年限额以上住宿法人企业数

图表 2006年限额以上住宿产业活动单位数

图表 2006年限额以上住宿年末从业人数

图表 2006年中国经济型酒店各类住客比例图

图表 2006年中国住宿市场上供应量最大的前十家经济型酒店

图表 2005-2006年中国经济型饭店增长情况

图表 2004-2006年华天酒店成长性分析

图表 2004-2006年华天酒店经营能力分析

图表 2004-2006年华天酒店盈利能力分析

图表 2004-2006年华天酒店偿债能力分析

图表 2007年前三季度华天酒店主营收入情况

图表 2007年前三季度净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年锦江股份成长性分析

图表 2004-2006年锦江股份经营能力分析

图表 2004-2006年锦江股份盈利能力分析

图表 2004-2006年锦江股份偿债能力分析

图表 2007年前三季度锦江股份主营收入情况

图表 2007年前三季度净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年东方宾馆成长性分析

图表 2004-2006年东方宾馆经营能力分析

图表 2004-2006年东方宾馆盈利能力分析

图表 2004-2006年东方宾馆偿债能力分析

图表 2007年前三季度东方宾馆主营收入情况

图表 2007年前三季度东方宾馆净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年新都酒店成长性分析

图表 2004-2006年新都酒店经营能力分析

图表 2004-2006年新都酒店盈利能力分析

图表 2004-2006年新都酒店偿债能力分析

图表 2007年前三季度新都酒店主营收入情况

图表 2007年前三季度新都酒店净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年金陵饭店成长性分析

图表 2004-2006年金陵饭店经营能力分析

图表 2004-2006年金陵饭店盈利能力分析

图表 2004-2006年金陵饭店偿债能力分析

图表 2007年前三季度金陵饭店主营收入情况

图表 2007年前三季度金陵饭店净利润和基本每股收益情况

图表 2006年如家经营业绩

图表 2007年第一季度如家经营情况

图表 2007年第二季度如家经营情况

图表 2007年第三季度如家经营情况

图表 2001-2005年31省市旅游接待人数、旅游收入平均值

图表 2005年中国住宿市场上供应量最大的前十家经济型酒店

图表 2003-2005年北京各星级酒店接待住宿者情况图

图表 2002-2004年31省市民航旅客吞吐量

图表 2004年31省市4A景点数

图表 2004年31省市单位面积机场数

图表 2001-2003年民航旅客运输市场构成情况

图表 美国各等级酒店的投资成本平均水平

图表 10家国际酒店管理集团管理酒店区域分布情况表

图表 国际酒店管理集团管理酒店点轴布局示意图

图表 国际酒店管理集团管理酒店的区域布局与地区主要因素的相关性

图表 广义的酒店业集群业概念

图表 狭义的酒店业集群概念

图表 中国经济型酒店各类设施和服务比例情况

图表 消费者对经济型酒店的满意度

图表 经济型酒店消费者最满意及最关注的因素

图表 消费者了解酒店信息的途径

图表 北京各类别酒店比例图

图表 酒店企业国际化能力与跨国经营实施步骤的匹配

图表 影响商务旅游者入住率的因素分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46212.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。