



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国宾馆酒店业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国宾馆酒店业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/46314.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】 由于入境游和国内旅游增长,2004年酒店业的经营继续呈现全面回升的态势,客房出租率和房价同时增长,其经营依旧呈现"星级越高、效益越好"的特点,但是单体酒店的经营模式阻碍了酒店业的发展,外资酒店的经营状况明显的好于国内的同类型酒店。 2005年酒店业是否仍会保持良好的发展势头,中国酒店业市场会发生哪些变化,以及酒店经营管理者应该如何面对新的市场形势和变化,应当说是业内人士普遍关心的问题。 由于客源市场的重新震荡分配,客源市场分层更加细化。一些酒店将更加趋向于专一性客源定位,其产品也更加细化,更有深度。主题酒店、经济型酒店和一些专题酒店如会议酒店和度假酒店将在市场上以其鲜明的市场形象拥有更强的竞争力。 2005年,酒店业市场将会在供求两个方面都将发生较大的变化,在新的一轮市场格局变化当中每个酒店都面临着机遇与挑战。

本研究咨询报告内容丰富翔实,引用大量的基础信息和统计数据,运用图、表等分析工具,结合相关的经济学理论,对我国宾馆酒店行业的市场状况、经营状况和发展趋势进行了深入透彻的分析,揭示了宾馆酒店行业新的发展机会,以及当前面临问题的解决方案,是宾馆酒店、经营宾馆酒店的相关企业和单位及旅游开发企业等准确了解目前中国宾馆酒店市场发展动态,把握宾馆酒店的消费现状和趋势、制定市场发展策略的重要决策依据之一,有重要参考价值。 【目录】 第一部分 概念及行业投资特性 第一章 宾馆酒店产业的概念及投资特性

1 第一节 宾馆酒店业的概念与分类 1 一、宾馆酒店的定义 1 二、宾馆酒店的分类 1 第二节 宾馆酒店业的性质和特点 4 一、现代宾馆酒店的基本性质 4 二、现代宾馆酒店的基本特点 5 第三节 宾馆酒店业的投资特性 7 一、赢利性与成长性 7 二、酒店的周期性 8 三、要素的密集性 9 四、宾馆酒店业壁垒研究 10 第二章 关联产业分析 16 第一节 旅游业现状与酒店业发展 16 一、2004年1-12月入境旅游外汇收入 16 二、2004年1-12月入境过夜旅游人数 17 三、"红色"旅游势头不减 19 四、旅游业复苏,酒店业发展空间巨大 20 第二节 餐饮业发展现状及对酒店业的影响 23 一、2004年中国餐饮业发展特点 23 二、2005年中国餐饮产业展望 25 三、餐饮业对宾馆酒店业的影响 26 第三节 会展业与酒店业互动发展情况 29 一、我国会展业总体发展平稳 29 二、会展与酒店业互动关系 31 三、会展与酒店业互动发展支撑体系 33 四、会展与酒店业互动发展模式 34 五、我国实现会展与酒店互动发展的对策 36 第二部分 行业发展现状分析 第三章 中国酒店业市场发展情况 39 第一节 2005中国酒店业市场发展变化分析 39 一、呈现的主要变化 40 二、面临的主要问题: 41 三、发展建议 42 第二节 2005年旅游酒店收入分析预测 43 第三节 酒店业整合在即 经济型酒店成支柱 44 第四节 中国饭店业:海外扩张国内"瘦身" 45 第五节 饭店企业基于盈利细分的竞争战略 48 一、顾客盈利细分理论综述 48 二、盈利型顾客群体的特征 49 三、基于

盈利特征细分顾客的竞争战略 52 第六节 2004年中国饭店行业十大新闻 54 第四章 我国宾馆酒店业的发展特点 56 第一节 宾馆酒店业的发展演变历程 56 一、中国古代饭店的形成与发展 56 二、中国近代饭店的兴起与发展 57 三、中国现代饭店 58 第三节 宾馆酒店行业需求预测 61 一、收入预测 61 二、发展趋势预测 62 第四节 几种新型的酒店业态分析 65 一、酒店公寓 65 二、主题酒店 70 三、公路旅馆 73 第五章 行业市场结构分析 76 第一节 行业市场细分 76 一、商务型酒店 77 二、经济型酒店 78 三、会议/会展酒店 80 四、旅游度假酒店 84 五、青年旅舍类酒店 84 六、公寓式酒店 86 七、产权式酒店 89 八、分时度假酒店 90 第二节 行业市场结构分析 93 一、消费市场结构 93 二、行业市场领先者(国际、国内) 95 三、行业集中度 99 第三节 消费选择与消费趋势分析 100 一、游客对住宿设施的选择 100 二、入境游客和国内游客的停留时间及变化 103 三、游客的旅行目的 106 四、入境游客感兴趣的商品 110 五、消费者对住宿、餐饮的评价 111 第六章 其他类型酒店业的现状 115 第一节 商务酒店 115 一、商务旅游概述 115 二、我国商务酒店的现状 115 三、商务酒店的前景 117 第二节 度假酒店 118 第三节 分时度假酒店在中国的发展 121 一、我国分时度假的四种经营者 121 二、我国分时度假市场存在的问题 121 三、我国开展的分时度假网络本土化实践的特点 123 四、我国分时度假酒店的前景 123 第四节 度假酒店发展趋势分析 124 一、旅游市场需求特点 124 二、度假旅游需求特点 125 三、度假地的酒店供给 126 四、国内酒店需要解决的问题 127 第五节 经济型酒店的现状分析和机会 128 一、我国经济型酒店发展中的主要问题 129 二、经济型酒店发展的机遇 132 三、中国缺乏符合国际水准的经济型酒店 132 四、中国经济型酒店的规模 133 五、经济型酒店的发展策略 133 第六节 我国经济型饭店经营模式分析 136 一、经济型饭店界定 137 二、国际经济型饭店主流经营模式 137 三、我国目前经济型饭店主要经营模式分析 139 四、我国经济型饭店经营展望 141 第三部分 行业格局分析 第七章 中国宾馆酒店业的行业格局 145 第一节 行业竞争结构分析 145 一、盈利分布高度不均衡 145 二、行业中现有企业的竞争 145 三、不同类型酒店的竞争格局 154 四、行业竞争地区案例 156 第二节 行业成本与赢利分析 161 一、全行业不景气,仅有20%酒店赢利 161 二、行业赢利集中于两个热点 162 三、酒店行业的成本、定价和收入 165 第八章 WTO对宾馆酒店行业格局的影响 168 第一节 国内宾馆酒店面临严峻挑战 168 第二节 跨国酒店集团经营中国市场的策略 170 第三节 中国酒店如何应对国际竞争 171 一、中资酒店业的经营策略 171 二、开拓海外市场的环境分析 174 第九章 宾馆酒店业主要企业、组织分析 177 第一节 国际酒店集团 177 一、六洲集团(即巴斯集团) 177 二、希尔顿 179 三、万豪 181

四、香格里拉 184

第二节 主要内资酒店	186
一、华天大酒店	186
二、锦江集团	187
三、东方宾馆	195
四、金陵饭店	197
五、长城酒店	201
第三节 宾馆酒店业联盟	201
一、金钥匙联盟	201
二、中国名酒店组织	204
第四部分 发展趋势与策略	
第十章 宾馆酒店业发展的主要趋势	207
第一节 新世纪酒店业的发展趋势	207
一、技术革命	207
二、集团化和品牌化趋势	208
三、个性化管理	208
四、文化要素	209
五、职业化程度	209
第二节 二十一世纪全球饭店业发展趋势展望	209
第三节 中国饭店行业的发展趋势	212
第四节 酒店业电子分销的发展趋势	214
一、酒店业电子分销现状	214
二、酒店分销渠道的发展方向	216
三、分销系统中的营销管理变革	217
四、酒店与分销中介的博弈	218
第五节 电子商务化趋势	219
一、我国酒店业电子商务的现状	219
二、电子商务，变革酒店管理	220
三、电子商务在酒店中的运用	221
第六节 集团化、连锁化趋势	223
一、我国宾馆酒店业集团化、连锁化的现状	223
二、宾馆酒店业集团化、连锁化的趋势	225
第七节 经济型酒店成为重要的竞争领域	227
一、中国经济型酒店的规模估计	228
二、我国经济型酒店发展中的主要问题	228
三、经济型酒店发展的机遇	231
第八节 生态和绿色--未来酒店的主流	232
第十一章 西部大开发带来无限商机	234
第一节 西部大开发带来宾馆酒店关联产业大发展	234
一、西部开发的重点	234
二、西部旅游产业开发	235
第二节 西部市场的开发策略	238
一、西部资源与文化环境	238
二、东西部酒店比较	239
第十二章 宾馆酒店业发展的主要策略	243
第一节 中国宾馆酒店业的优势劣势分析	243
一、中国酒店的比较优势	243
二、外方酒店的优势	244
第二节 提升竞争力的主要策略	246
一、注重酒店设计，突出经营特色	246
二、管理的专业化与创新策略	254
三、人力资源开发策略	260
四、特许经营与连锁经营策略	263
五、开发新市场，新产品的策略	265
第三节 中国酒店业走向世界的路径	265
一、随海外旅游而布点	266
二、随战略合作而布点	266
三、随海外上市而布点	266
四、随跨国并购而走向世界	268
第四节 经济型连锁酒店的中国发展策略	269
第五节 酒店信息化、智能化是新竞争点	273
一、四大差距	274
二、三种趋势	275
三、四点建议	276
四、信息化发展五大阶段	277
第六节 中国绿色酒店的发展策略	281
一、问题和障碍	282
二、发展思路	284
三、实施要求	287
附录 附录一 五星级酒店投资研究	291
一、中国五星级酒店市场状况	291
二、五星级酒店的投资效益及投资方式	301
三、五星级酒店的管理	305
四、江西南昌五星级酒店市场分析	309
附录二 经济型酒店案例：如家酒店连锁	314

一、基本信息 314 二、如家快捷酒店国内分布 317 三、如家快捷酒店的房型及房价 319
四、如家快捷酒店的经营模式 322 附录三 2004中国饭店业务统计数据 323 附录四 2004全
国部分旅游饭店经营情况调查报告 326 图表目录 图表：美国各等级酒店的投资成本平均水
平 10 图表：2004年1-11月入境旅游外汇收入表 16 图表：2004年1-11月入境旅游外汇收入图
16 图表：2004年11月入境过夜旅游人数表 17 图表：2004年11月入境过夜旅游人数图 17
图表：2004年1-10月入境旅游人数（按入境方式） 18 图表：2004年1~11月全国餐饮业零售
额表 23 图表：2004年1~11月全国餐饮业零售额图 24 图表：会展与酒店一体化发展模式图
35

图表：2003年星级饭店基本情况 46 图表：2002年星级饭店基本情况 47 图表：不同顾客群
体对价格的敏感度 50 图表：不同顾客群体对价格的忠诚度 51 图表：1980年-2000年中国旅
游涉外饭店座数的增长情况 59 图表：1980年-2000年中国旅游涉外饭店客房、床位的增长情
况 60 图表：宾馆酒店未来20年收入预测表 61 图表：酒店业市场细分结构表 76 图表：中
国星级酒店的地区分布表 94 图表：各星级酒店的客房数量及比例表 95 图表：世界饭店集
团前20强（2001） 96 图表：2003年中国饭店集团20强 97 图表：2004年中国十大最受欢迎
商务酒店 98 图表：男性过夜旅游者对住宿设施的选择比例 101 图表：女性过夜旅游者对
住宿设施的选择比例 101 图表：不同年龄游客对住宿设施选择比例 102 图表：不同文化程
度的游客在不同的住宿设施中住宿时间比例 102 图表：不同目的的出游者选择不同住宿设施
住宿的时间比例 103 图表：1999年-2001年入境游客在华停留时间变化表 104 图表：国内城
镇游客出游情况（按目的分） 106 图表：国内农民出游目的比例表 106 图表：2001年入境
外国游客人数和比例（按目的分） 107 图表：2001年入境外国游客不同目的的人数比例图

107 图表：2004年1-10月入境外国旅游者人数（按目的分） 107

图表：2004年1-10月入境外国旅游者人数（按年龄、性别分） 109 图表：国内游客对住宿设
施的评价 113 图表：国内游客对餐饮的评价 113 图表：国内游客对交通的评价 113 图表
：国内游客对娱乐的评价 113 图表：国内游客对购物的评价 114 图表：美国1978年与1998
年分时度假情况比较表 123 图表：每一万人中拥有分时度假会员数国别比较表 124 图表：
不同经济类型酒店的赢利能力比较 155 图表：星级酒店与非星级酒店创收能力比较 155 图
表：不同规模酒店创收能力比较 156 图表：不同地区酒店创收能力比较 156 图表：2002年
各星级酒店经营收入 162 图表：三星、四星、五星级酒店房价对比 163 图表：三星、四星
、五星单间客房平均收入对比 164 图表：不同类型酒店的每单间客房投资成本 165 图表：
国际和国内正常房价以及国内实际房价比照 165 图表：各星级酒店营业收入分布表 166 图
表：各星级酒店营业收入分布比例 166 图表：酒店业的成本支出构成 167 图表：希尔
顿2000年-2001年主要财务指标 180 图表：香格里拉亚洲有限公司经营和管理的酒店列表

185 图表：湖南华天大酒店股份有限公司利润构成表 187 图表：湖南华天大酒店股份有限公司经营能力表 187 图表：锦江饭店"九五"时期客房拥有及出租情况表 193 图表：东方宾馆股份有限公司利润构成表 196 图表：东方宾馆股份有限公司经营能力表 197 图表：互联网时代新的电子分销中介网络。 216 图表：分销系统预定费用比例的比较 217 图表：2004 年10月下旬中国大城市五星级酒店房价对照表（实价） 295 图表：五星级酒店组织架构图 305 图表：2004年10月下旬南昌高星级酒店房价表（实价） 311 图表：如家酒店全国分布图 317 图表：如家连锁酒店的分店详细分布情况表 318 图表：如家连锁酒店集团全国各分店房型及房价一览表 320

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46314.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。