



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国宾馆酒店市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2009-2010年中国宾馆酒店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/70456.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

2009-2010年中国宾馆酒店市场分析及发展趋势研究报告

目录

第一章 酒店业的概念及投资特性 1

第一节 酒店业的概念与分类 1

一、酒店的定义 1

二、酒店的分类 1

三、现代酒店的基本特点 2

第二节 酒店业的投资特性 3

一、赢利性与成长性 3

二、酒店的周期性 3

三、要素的密集性 5

第三节 酒店业行业壁垒分析 7

一、技术与市场壁垒 7

二、结构性壁垒 8

三、制度性壁垒 8

四、文化性壁垒 9

五、市场壁垒趋势 11

第二章 国际酒店业的发展现状 13

第一节 2007-2008国际酒店业市场 13

一、全球酒店业的发展历程 13

二、世界酒店业成交额 15

三、国际著名跨国酒店集团发展现状 16

四、全球顶级豪华酒店蜂拥入中国 22

第二节 国际宾馆酒店业的管理现状 24

一、国际宾馆酒店业管理的主要特点 24

二、酒店业引入全面质量管理 28

三、国外饭店集团介入的管理形式 30

第三章 2008年宾馆酒店业的投资环境变化 33

第一节 外部经济环境分析 33

第二节 加入WTO对行业的影响 33

第四章 影响酒店业投资及发展的因素 39

第一节 旅游业持续高速增长 39

一、中国旅游业在国民经济中的地位 39

二、2008年国内旅游发展情况 43

三、2008年旅游业最新统计 45

四、2009年旅游业发展趋势分析 46

五、可能存在的突发事件对宾馆酒店业的影响 49

第二节 会展类新兴产业推进城市经济发展 55

一、中国会展类新兴产业发展现状 56

二、中国会展经济产业带 64

三、会展类新兴产业对宾馆酒店业的推动力分析 65

第三节 奥运经济为宾馆酒店业带来了新的动力 73

第二部分 行业现状 76

第五章 中国酒店业的发展现状 76

第一节 中国酒店业的发展演变历程 76

一、中国古代酒店的形成 76

二、中国近代酒店的兴起 82

三、中国现代酒店的发展概况 85

第二节 中国酒店业发展现状 87

一、我国酒店行业整体景气复苏 87

二、我国宾馆酒店业集团化、连锁化的现状 89

三、中国五大城市高星级酒店的发展状况 89

四、中国酒店的信息化管理分析 99

五、酒店业的个性化服务 101

六、我国酒店业走向世界的途径 105

第三节 中国酒店业面临的问题与对策 110

一、中国酒店业外资赚了九成利润 110

- 二、我国每年有大量酒店资产闲置 114
- 三、中国酒店业建设和管理的十大误区 115
- 四、中国酒店业应拥有自己的国际品牌 121

第六章 相关产业对酒店业的促进 123

第一节 旅游业 123

- 一、全球旅游经济总体状况 123
- 二、中国旅游业的发展概况 125
- 三、2008年我国旅游业各项统计分析 127
- 四、“十一五”我国旅游业发展的战略调整期 140
- 五、旅游业复苏促进酒店业发展 147
- 六、旅游业高速增长带动酒店业收入规模提升 147

第二节 会展产业 148

- 一、中国会展经济现状 148
- 二、会展产业的特征及作用 150
- 三、会展业与酒店业的互动发展 153
- 四、我国会展业的发展趋势 160

第三节 餐饮业 162

- 一、2008年中国餐饮业零售额增幅大 162
- 二、2008年餐饮市场运行情况 163
- 三、2009年1-2月全国住宿和餐饮业零售额大幅增长 164
- 四、我国餐饮业的发展特点 164
- 五、餐饮业对酒店业的影响 165
- 六、2009年餐饮市场趋势展望 166
- 七、餐饮业的六大发展趋势 167

第七章 2007-2008年国内宾馆酒店业经营状况 173

第一节 2007-2008年宾馆酒店业经营浅析 173

- 一、酒店经营管理失败之重要原因 173
- 二、2007-2008国内宾馆酒店业经营简况 178
- 三、国内宾馆酒店业经营中的问题 180

第二节 宾馆酒店业的集团化管理 181

- 一、集团化管理在中国的发展 181
- 二、新世纪酒店业的发展趋势 184

第八章 中国宾馆酒店业统计指标与运行状况 187

第一节 2007-2008年中国宾馆酒店业总体概况 187

- 一、2007-2008年中国宾馆酒店拥有客房数量的分析 187
- 二、2007-2008年中国宾馆酒店平均房价与住宿率统计 188

第二节 2007-2008年中国星级宾馆酒店按管理类别分析 190

- 一、按管理类别分类的五星级宾馆酒店 190
- 二、按管理类别分类的四星级宾馆酒店 190
- 三、按管理类别分不同星级宾馆酒店客房出租率 191

第九章 商务酒店 194

第一节 商务酒店概念及介绍 194

- 一、商务酒店的定义 194
- 二、全球十佳开业商务酒店介绍 196
- 三、十二届金枕头奖受欢迎商务酒店介绍 199
- 二、我国商务酒店的现状 208
- 三、商务版酒店倍受欢迎 210
- 四、商务酒店掀起外资私募基金投资热 211

第三节 商务酒店投资动态 214

- 一、外来酒店抢占我国商务市场 214
- 二、国际商务型酒店纷纷进驻广东 217
- 三、上海出现全产权商务酒店 219
- 四、中国大酒店拟斥资4亿朝商务酒店发展 219

第四节 商务酒店发展前景与趋势 222

- 一、商务酒店的发展前景 222
- 二、商务酒店宽带接入成发展趋势 222
- 三、品牌将提升中国商务酒店的竞争力 225

第三部分 市场细分 231

第十章 旅游度假酒店 231

第一节 假日经济与酒店业 231

- 一、广州假日经济越来越旺 231
- 二、深圳出游活动频繁带动了假日经济 233
- 三、假日经济增长生态酒店风行珠三角 234
- 四、“假日经济”魅力下酒店的营销管理 236

第二节 旅游度假酒店概况 241

- 一、度假酒店的类型介绍 241
- 二、中国度假酒店发展前沿态势与问题 242
- 三、气候对度假酒店的重要性 245
- 四、海南是中国度假酒店的佼佼者 245
- 五、度假酒店的发展前景广阔 246

第三节 分时度假酒店在中国的发展 247

- 一、“分时度假”进入中国 247
- 二、分时度假潜力大 规范发展是关键 247
- 三、中国分时度假市场存在的问题 252
- 四、中国开展的分时度假网络本土化实践的特点 254

第四节 旅游度假酒店的经营与风险 255

- 一、从实例看城郊度假酒店的经营思路 255
- 二、我国度假酒店市场营销的特点 257
- 三、休闲度假型酒店的散客销售 259
- 四、酒店发展分时度假应注意风险 261

第五节 我国旅游度假酒店的发展趋势与问题 264

- 一、我国度假酒店群体特色与个性色彩 264
- 二、度假酒店的发展前景广阔 265
- 三、国内度假酒店的发展趋势 266
- 四、度假酒店存在的问题 267
- 五、发展度假酒店的对策分析 268

第十一章 经济型酒店 271

第一节 经济型酒店的定义及特征 271

- 一、经济型酒店概念 271
- 二、经济型酒店的分类 272

三、经济型酒店的特征	272
第二节 中国经济型酒店发展现状	274
一、经济型酒店的发展形式及现状	274
二、经济型酒店在我国迅速崛起	275
三、国内经济型酒店品牌的连锁扩张增速	276
四、中国经济型酒店处快速上升期	277
第三节 经济型酒店的经营与管理	279
一、中国经济型酒店经营管理中的创新思维	279
二、现代经济型酒店经营利润高	281
三、我国经济型酒店存在供给断层	281
四、中国经济型酒店先行者的管理模式分析	281
第五节 经济型酒店的效益	284
一、投入产出分析	284
二、经济型酒店的投资回报分析	286
三、经济型酒店与资本市场结合的路径	287
四、经济型酒店的土地使用权存在隐患	288
第六节 经济型酒店的运作模式分析	290
一、开发模式	290
二、选址要求	291
三、注册成立酒店管理公司	292
第七节 经济型酒店面临的问题分析	295
一、中国经济型酒店发展中的主要问题	295
二、中国经济型酒未来发展趋势预测	297
三、中国经济型酒店市场需求分析	301
四、我国经济型酒店面临的挑战	302
第八节 中国经济型酒店竞争分析	305
一、经济型连锁酒店竞争激烈	305
二、经济型酒店争夺我国酒店业中端市场	306
三、跨国酒店巨头锁定国内经济型酒店	308
第九节 中国经济型酒店的发展策略	310
一、经济型酒店在发展中应注意的问题	310
二、经济型酒店应注意回避的误区	313

- 三、我国经济型酒店的发展策略 315
- 四、经济型酒店发展前景与趋势 318
- 五、经济型酒店成酒店业的金矿 321
- 六、经济型酒店业将成发展主流 322
- 七、经济型连锁酒店前景巨大 323

第十二章 产权式酒店 325

第一节 产权式酒店概念及分类 325

- 一、产权式酒店的缘由 325
- 二、产权式酒店的性质 325
- 三、产权式酒店的分类 326

第二节 产权式酒店发展现状 327

- 一、国外产权式酒店的现状 327
- 二、产权式酒店在我国的兴起与发展 328
- 三、我国城市出现“产权式酒店” 329
- 四、产权式酒店在中国成消费热点 330

第三节 产权式酒店在各城市的发展动态 332

- 一、产权式酒店在珠三角闪亮登场 332
- 二、产权式酒店走红西安投资市场 333
- 三、苏州产权式酒店公寓热销 335

第四节 影响产权酒店销售的主要因素 336

- 一、自然环境 336
- 二、投资环境 336
- 三、交通环境 337
- 四、是否有金融支持 337

五、价格因素 337

第五节 产权式酒店的投资方法 338

- 一、投资产权式酒店的要素 338
- 二、把握好产权式酒店投资的要点 340
- 三、产权式酒店投资价值的评估 342
- 四、产权式酒店经营及发展秘笈 342

第六节 投资风险 344

- 一、产权酒店投资的“虚火”现象 344
- 二、产权式酒店投资风险大 345
- 三、产权式酒店高回报背后的风险 346
- 四、投资产权式酒店的问题分析 348
- 第七节 产权式酒店发展前景及趋势 350
- 一、产权式酒店租赁市场发展空间大 350
- 二、产权式酒店的发展趋势 350

第十三章 主题酒店 352

第一节 主题酒店的缘起与兴起 352

- 一、主题酒店的概念 352
- 二、主题酒店的一般类型 352
- 三、世界各地主题酒店大观 352
- 四、主题酒店在中国的兴起 356

第二节 主题酒店的发展概况 357

- 一、奥运旅游与主题酒店的创新开发 357
- 二、威尼斯成为中国首座主题酒店 359

第三节 我国各城市主题酒店发展动态 361

- 一、我国第一家茶文化主题酒店落户雅安 361
- 二、杭州首家艺术主题酒店现身机场路 362
- 三、爱情主题酒店在杭州悄然出现 362

第四节 中国主题酒店的投资分析及市场发展趋势研究报告 363

- 一、对主题的认识 363
- 二、主题酒店的特色 363
- 三、主题酒店的数量 364
- 四、主题酒店的市场定位 364
- 五、主题的延伸和更新 365
- 六、主题酒店的发展与前景 366
- 七、主题酒店颠覆酒店传统经营模式理念 367

第十四章 绿色酒店 369

第一节 绿色酒店定义及由来 369

- 一、绿色酒店的涵义 369
- 二、绿色酒店的特征 369
- 三、绿色酒店的由来 370
- 第二节 绿色酒店概况 372
 - 一、“绿色酒店”可大量的节约成本 372
 - 二、环保时代需要绿色酒店 372
 - 三、绿色酒店认证将与国际接轨 373
- 第三节 绿色酒店发展的问题及思路 374
 - 一、观念方面 374
 - 二、政策和管理方面 375
 - 三、绿色酒店发展思路 376
 - 四、建设绿色酒店实施要求 380

第十五章 我国酒店业的消费现状 383

- 第一节 消费结构分析 383
 - 一、入境游客的消费结构 383
 - 二、国内游客的消费结构 384
- 第二节 消费选择与消费趋势分析 385
 - 一、游客对住宿设施的选择 385
 - 二、游客的停留时间及变化 387
 - 三、游客的旅行目的 389
 - 四、入境游客感兴趣的商品 391
 - 五、消费者的消费评价 392

第十六章 北京酒店业 394

- 第一节 酒店发展与奥运 394
 - 一、北京酒店业向“奥运”开战 394
 - 二、国际酒店管理巨头抢占北京奥运市场 395
 - 三、北京市2008年奥运会酒店业定位经济型 397
 - 四、北京奥运会酒店客房缺口大 400
 - 五、北京奥运官方标间限定最高价 400
- 第二节 北京酒店业概况 402

- 一、京城酒店国际化管理程度不足2% 402
- 二、北京高星级酒店房价增长速度快 402
- 三、北京2008年12月份及全年接待游客人数 404
- 四、北京星级宾馆将取消“一次性用品” 406
- 五、北京经济型酒店应在存量上调整 407
- 第三节 北京酒店业竞争分析 408
 - 一、北京酒店业市场竞争态势分析 408
 - 二、盲目竞争使得北京酒店业房价低于国际水平 415
 - 三、上海经济型酒店抢占北京“奥运饭” 416
- 第四节 北京酒店业前景与趋势 418
 - 一、北京酒店业的发展任重道远 418
 - 二、北京酒店业投资如日中天 2008年或成一道“坎” 420
 - 三、经济酒店建设成北京酒店业发展重点 423

第十七章 上海酒店业 424

第一节 世博会带来新机遇 424

- 一、2010年世博会带来上海新一轮发展 424
- 二、世博会促进了三大经济圈竞争 430
- 三、2010年世博会的十大商机 435
- 四、世博会引发经济型酒店缺口 435

第二节 上海酒店业概况 437

- 一、连锁酒店抢夺上海世博商机 437
- 二、民资看好上海酒店业 437
- 三、双重因素带动了上海酒店业 439

第三节 上海酒店业问题及对策分析 442

- 一、上海酒店业遭遇人才“瓶颈” 442
- 二、上海经济型酒店不再经济 445
- 三、上海五星级酒店房费居亚洲首位 446
- 四、合理调控带动上海酒店业健康发展 448

第四节 上海酒店业前景与投资 452

- 一、上海高档酒店业市场看好 452
- 二、上海高档酒店业“钱景”诱人 453

三、上海酒店业前景可观 457

第十八章 广州酒店业 459

第一节 广州旅游业发展概况 459

- 一、2008年广州旅游业统计 459
- 二、2008年广州“五一”黄金周收入情况 472
- 三、广州市旅游业的特点分析 473

第二节 广州酒店业概况 474

- 一、2007-2008年广州建设星级酒店热 474
- 二、广州地产商掀起酒店业开发热潮 475
- 三、中国大酒店正式“回归”广州市政府 476
- 四、广州酒店业要建“航母” 477

第三节 广州酒店业竞争格局 478

- 一、广州酒店业变革拉开序幕 478
- 二、广州酒店业竞争激烈 479
- 三、著名酒店管理集团抢占广州天河 480
- 四、2008年广州酒店业面临国际资本进入 481

第四节 广州酒店业问题与对策分析 483

- 一、广州酒店业面临洗牌 483
- 二、广州酒店业发展明显落后于北京上海 484
- 三、广州酒店业亟待国际化 485
- 四、发展广州酒店业的建议 486

第五节 广州酒店业发展趋势 488

- 一、广州投资酒店业成为发展趋势 488
- 二、广州星级酒店6年内再添百家 490
- 三、2010广州星级酒店将超300家 491

第十九章 深圳酒店业 493

第一节 深圳酒店业概况 493

- 一、深圳酒店业的兴起 493
- 二、深圳酒店业面临结构调整 494
- 三、深圳个性化酒店火爆 496

第二节 深圳酒店业的竞争分析 497

一、锦江国际携深航进军深圳酒店业 497

二、欧洲酒店巨头抢占深圳市场 497

三、深圳酒店业抢抓新商机 498

四、中航酒店业整合资源加速发展 501

第三节 深圳酒店业发展趋势 505

一、国际管理集团将抢占深圳酒店市场 505

二、个人游港大热将为深圳酒店业带来商机 506

三、深圳酒店业将推广节能技术 509

第四部分 市场竞争 510

第二十章 酒店业主要企业分析 510

第一节 国际酒店集团分析 510

一、六洲集团（即巴斯集团） 510

二、希尔顿 511

三、万豪集团 511

四、香格里拉 512

第二节 主要内资酒店 513

一、华天大酒店 513

二、锦江集团 518

三、东方宾馆 522

四、金陵饭店 527

五、新都酒店 532

第二十一章 酒店业竞争分析 538

第一节 国内星级宾馆酒店的客源竞争构成概况 538

第二节 中美酒店实力差距评估 538

一、中美酒店差距分析 538

二、中美两国饭店业市场情况 540

三、洋品牌抢滩中国市场 541

四、新兴竞争元素——产权式酒店投资 541

五、信息化程度是酒店竞争利器 542

第三节 酒店业竞争概况 543

- 一、新标准搅动中国酒店业竞争 543
- 二、我国豪华酒店业进入新竞争时代 545
- 三、个性化服务成为酒店业竞争的焦点 545

第四节 中外酒店业的比较分析及对策 548

- 一、中国酒店的比较优势 548
- 二、外方酒店的优势 548
- 三、中外酒店的主要差距比较 549
- 四、我国酒店行业的竞争格局 550
- 五、中国酒店应对国际竞争的对策分析 551

第五节 酒店业竞争力分析 553

- 一、现代酒店业的市场竞争力 553
- 二、酒店文化有利于增强酒店竞争力 557
- 三、我国酒店业的核心竞争力 561
- 四、小型精品酒店的核心竞争力 562
- 五、以人为本来构建酒店业核心竞争力 566
- 六、提升竞争力的主要策略 568

第六节 管理的专业化与创新策略 570

- 一、人力资源开发策略 570
- 二、特许经营与连锁经营区别 572
- 三、开发新市场，新产品的策略 573
- 四、2008中国饭店业国际品牌10强 574
- 五、2008中国饭店业民族品牌20强 575
- 六、2008中国经济型酒店品牌先锋 576

第二十二章 酒店信息化 577

第一节 酒店信息化的概况 577

- 一、国际酒店业信息化的产生与发展 577
- 二、酒店管理进入信息时代 581
- 三、酒店的信息化和管理标准化 584
- 四、我国酒店业电子商务的现状 586

第二节 酒店信息化的建设 587

- 一、酒店信息化建设只有开放才能发展 587
- 二、酒店信息化管理须从制度和产品入手 589
- 三、酒店行业信息化水平现状 591
- 四、酒店行业信息化的方向与建议 593
- 第三节 酒店行业信息化问题分析 595
 - 一、酒店信息化的四大问题 595
 - 二、信息化选择的要素 597
 - 三、国内酒店信息化的差距及建议' 598
 - 四、酒店业信息化选择的误区 601
- 第四节 酒店信息化的发展趋势 605
 - 一、酒店业信息化将升级 605
 - 二、酒店信息化的三种趋势 605
 - 三、三五年内酒店信息化应用将达高峰 607
 - 四、酒店业电子分销的发展走向 607

- 第二十三章 酒店业发展的主要趋势分析及预测 612
 - 第一节 世界酒店业发展预测 612
 - 一、全球酒店格局预测 612
 - 二、我国酒店业的经营与管理趋势 613
 - 第二节 2008年中国酒店业的趋势分析 617
 - 一、我国酒店业在国民经济发展中的战略定位 617
 - 二、我国酒店业发展的主流模式 617
 - 三、2009年中国酒店市场展望 619
 - 第三节 新形势下的香港旅游业发展 627
 - 一、2006年访港旅客超2300万人次打破历年纪录 627
 - 二、香港酒店业加薪3%至5%挽留人才 627
 - 三、新形势下香港旅游业表现 628
 - 四、新形势下的香港旅游业发展策略 632
 - 五、香港旅游业竞争力的发展状况 636
 - 六、新形势下的香港旅游发展趋势 638
 - 七、新形势下的香港旅游发展建议 640
 - 第四节 西部地区的旅游开发与发展 642

- 一、深入全面地认识西部旅游的特性和优势 642
- 二、充分认识西部地区旅游发展的资源、环境和条件优势 646
- 三、西部地区旅游发展的道路、战略和市场开发方式 649
- 四、西部地区的旅游开发与发展其他几个具体问题 657

附录 660

附录一：中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定 660

附录二：中国旅游饭店行业规范 664

附录三：《旅游涉外饭店星级的划分与评定》 670

附录四：关于北京地区实行旅游餐馆星级评定的通知 734

图表目录

- 美国各等级酒店的投资成本平均水平 5
- 1999 ~ 2008年我国旅游业收入变动情况 125
- 1999 ~ 2008年我国旅游业发展结构变动情况 126
- 16个主要客源国2008年的入境旅游人数和增长情况 129
- 按外汇收入排列, 31个省、自治区、直辖市的具体情 131
- 按外汇收入多少排列33个旅游创汇大市的具体情况 133
- 2008年全国星级饭店规模及其经营情况 136
- 2008年酒店客房类型及数量统计 187
- 2008年酒店客房类型及价钱统计 187
- 2008年星级酒店平均房价统计 188
- 2008年星级酒店入住率统计 189
- 不同职业类型的游客选择住宿设施 386
- 不同旅游目的的旅客选择住宿设施 387
- 国内旅游者游览的城市数抽样调查统计(1) 389
- 国内旅游者游览的城市数抽样调查统计(2) 390
- 2008年12月份及全年主要客源国(地区)来京人数情况 405
- 2002—2008年上海五星级酒店经营数据 447
- 2002—2008年上海四星级酒店经营数据 447
- 2008年上海四星及五星级酒店价格情况 453
- 2008年上海接待入境旅游人数情况 455

2008年上海接待入境旅游人数情况 456

2008年广州市1、2、3季度城市接待游客情况 459

2008年广州接待游客分类统计表 460

2008年来穗外国游客（人次数）排序表 462

广州入境游客客源结构对比 463

2008年广州7、8、9月接待欧洲、美洲主要国家游客统计 463

2008年广州市7、8、9月接待亚洲主要国家游客统计 465

2008年1—9月广州星级旅馆接待人天数统计 466

2008年1—9月广州市旅行社接待游客结构变化 467

广州主要景区景点接待游客增长情况 468

广州旅行社主要线路价格对比表 470

广州主要景区收入情况 471

2008年湖南华天大酒店股份有限公司主要股东 514

2008年湖南华天大酒店股份有限公司经营状况 515

2008年湖南华天大酒店股份有限公司偿债能力分析 515

2008年湖南华天大酒店股份有限公司经营效率分析 516

2008年湖南华天大酒店股份有限公司盈利能力分析 516

2008年湖南华天大酒店股份有限公司成长能力分析 517

2008年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主要股东 518

2008年上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营状况 519

2008年上海锦江国际酒店发展股份有限公司偿债能力分析 520

2008年上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营效率分析 520

2008年上海锦江国际酒店发展股份有限公司盈利能力分析 521

2008年上海锦江国际酒店发展股份有限公司成长能力分析 522

2008年广州市东方宾馆股份有限公司主要股东 523

2008年广州市东方宾馆股份有限公司经营状况 524

2008年广州市东方宾馆股份有限公司偿债能力分析 525

2008年广州市东方宾馆股份有限公司经营效率分析 525

2008年广州市东方宾馆股份有限公司盈利能力分析 526

2008年广州市东方宾馆股份有限公司成长能力分析 527

2008年金陵饭店股份有限公司主要股东 528

2008年金陵饭店股份有限公司经营状况 529

2008年金陵饭店股份有限公司偿债能力分析	530
2008年金陵饭店股份有限公司经营效率分析	530
2008年金陵饭店股份有限公司盈利能力分析	531
2008年金陵饭店股份有限公司成长能力分析	532
2008年深圳新都酒店股份有限公司主要股东	533
2008年深圳新都酒店股份有限公司经营状况	534
2008年深圳新都酒店股份有限公司偿债能力分析	535
2008年深圳新都酒店股份有限公司经营效率分析	535
2008年深圳新都酒店股份有限公司盈利能力分析	536
2008年深圳新都酒店股份有限公司成长能力分析	537
2008年中国饭店业国际品牌10强	574
2008年中国饭店业民族品牌20强	575
2008年中国经济型酒店品牌先锋	576

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70456.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。