



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国酒店市场调查及投资 分析及市场发展趋势研究报告报 告

## 一、调研说明

《2008年中国酒店市场调查及投资分析及市场发展趋势研究报告报告》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/70485.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 酒店行业发展综述1

#### 第一节 酒店行业的地位与特点1

##### 一、酒店的产业地位1

##### 二、酒店的产业特点3

#### 第二节 我国酒店产业发展分析6

##### 一、星级酒店规模和效益呈持续稳定增长6

##### 二、高档次酒店发展迅速6

##### 三、开放程度高，管理先进7

##### 四、创造了大量就业机会8

##### 五、国际品牌的领先优势明显8

##### 六、规模与效益成正比关系9

##### 七、酒店集团化程度低10

#### 第三节 中国酒店业进入壁垒析11

##### 一、关于市场壁垒的基本概念11

##### 二、中国酒店业市场壁垒现状评介12

### 第二章 中国酒店行业发展分析16

#### 第一节 中国酒店业发展经济环境分析16

##### 一、国际经济环境给中国酒店业发展带来的影响16

##### 二、国内经济稳定增长带动旅游酒店业发展17

##### 三、加入WTO对中国酒店业的影响18

#### 第二节 2002-2007年酒店业经营状况分析23

##### 一、酒店收益率与客房出租率、房价的关系23

##### 二、中国酒店客房出租率及盈利能力分析24

##### 三、中国星级酒店主要经济指标分析28

#### 第三节 中国酒店行业竞争格局分析30

### 第三章 细分条件下酒店行业发展分析32

#### 第一节 产权式酒店32

##### 一、产权式酒店的概念32

二、中国产权式酒店业现状及问题	33
三、中国产权式酒店业发展的思路	34
四、产权式酒店投资的利好及风险规避	36
第二节 旅游度假酒店	39
一、度假酒店市场营销的特点分析	39
二、度假酒店的国际标准与分类	41
第三节 商务酒店	43
一、FOB—商务酒店功能定位	43
二、中国100最佳商务酒店地域分布综述	43
第四节 主题酒店与特色酒店	46
一、主题酒店与特色酒店的定义	46
二、主题酒店和特色酒店的联系与区别	46
第五节 “绿色”酒店	49
一、绿色酒店的界定标准	49
二、绿色酒店的运作机理	50
三、从战略层面上认识“绿色”酒店运动	56
四、绿色运动对21世纪中国酒店业的影响	61
五、“绿色”酒店与中国旅游酒店业的可持续发展	62

#### 第四章 国外酒店业发展现状及经营策略分析65

##### 第一节 国外酒店业集团化发展进程简介65

##### 第二节 国外酒店业标准化进程分析67

- 一、标准与标准化的经济学解说67
- 二、服务标准化的发展进程研究68
- 三、酒店服务标准化的发展趋势分析72

##### 第三节 国外酒店业经营策略分析77

- 一、欧洲酒店的经营之道77
- 二、中国和美国酒店市场和管理的详细比较79
- 三、美国饭店业多种分销渠道的房价比较88

##### 第四节 国际酒店集团在中国的发展91

- 一、国际酒店集团在中国的发展现状91
- 二、国际酒店集团在中国的发展策略（二线城市）92

### 三、国际酒店集团在中国的发展规律96

## 第五章 酒店相关产业发展及其对酒店业的影响98

### 第一节 旅游产业的持续增长与拓展酒店集团市场空间的相关性分析98

#### 一、中国旅游业发展现状综述98

#### 二、中国入境游市场变化趋势分析99

#### 三、国内旅游业发展走向分析105

#### 四、旅游业与酒店行业的相关性分析107

### 第二节 会展与酒店业互动发展研究分析109

#### 一、会展与酒店业互动关系109

#### 二、会展与酒店业互动发展支撑体系111

#### 三、会展与酒店业互动发展模式113

#### 四、中国实现会展与酒店互动发展的对策115

### 第三节 信息化与国内酒店业管理的发展118

#### 一、国际酒店业先进信息化应用的产生与发展118

#### 二、国内酒店信息化存在的主要问题及应对措施123

### 第四节 全球分销系统（GDS）在酒店业市场营销中的应用127

#### 一、酒店业电子分销现状127

#### 二、酒店分销渠道的发展方向128

## 第六章 中国主要地区酒店市场分析及发展趋势研究报告129

### 第一节 主要地区酒店行业经营情况129

#### 一、北京129

#### 二、上海134

#### 三、广东省137

#### 四、福建省139

#### 五、湖北省140

#### 六、湖南省141

#### 七、苏州142

#### 八、浙江省142

#### 九、深圳143

#### 十、南京143

十一、海南省144

十二、重庆145

十三、温州145

第二节 西部和东北部酒店业发展现状146

一、国家政策导向对中国酒店业的影响146

二、西部和东北部酒店业发展起步147

第七章 中国酒店业知名企业分析150

第一节 锦江国际集团150

第二节 北京首都旅游集团151

第三节 粤海（国际）酒店管理集团有限公司153

一、公司简介153

二、公司经营及其核心竞争力153

三、公司主要业绩及战略目标分析154

四、公司企业文化154

五、公司主要管理酒店情况155

第四节 东方饭店管理有限公司155

第五节 海航酒店集团156

第六节 泰达国际酒店集团157

第七节 中江之旅酒店管理集团157

第八章 跨国酒店集团发展分析158

第一节 跨国酒店集团发展现状和发展计划158

一、洲际集团158

二、圣达特158

三、万豪国际159

四、雅高160

五、精品国际160

六、希尔顿161

七、最佳西方国际集团161

八、喜达屋162

九、卡尔森酒店集团163

## 第二节 跨国酒店集团在中国的优势及发展趋势165

### 一、跨国酒店集团在中国的发展优势165

### 二、跨国酒店集团在中国的发展趋势165

## 第三节 跨国酒店集团在中国的前三名167

### 一、洲际集团167

### 二、香格里拉167

### 三、万豪集团168

## 第四节 跨国酒店集团的发展最新动向分析170

### 一、三家酒店管理集团聘请业外人士担任首席执行官170

### 二、洲际集团出让在英国和澳洲的酒店资产170

### 三、香格里拉在欧洲开设第一家酒店171

### 四、英国的万豪酒店所有方出售旗下拥有的英国万豪酒店171

### 五、万豪国际集团从CTF控股公司手中收购32家酒店172

### 六、喜达屋的收购172

### 七、卡尔森酒店集团获取RezidorSAS公司25%股份173

## 第九章 合资外资酒店在中国的经营和管理分析176

### 第一节 合资外资酒店进入中国旅游市场的回顾176

#### 一、合资外资酒店产生的历史背景176

#### 二、引进外资搞酒店建设，引进外国管理集团管理176

#### 三、关于引进外资酒店和外国酒店管理集团的利弊之争178

#### 四、引进合资外资酒店对中国酒店业的意义179

### 第二节 合资外资酒店经营情况分析180

#### 一、合资外资酒店综合经营情况180

#### 二、合资外资酒店的经营方式183

### 第三节 合资外资酒店管理体制分析186

#### 一、企业所有权与经营权分离186

#### 二、资本运作与经营运作分离187

#### 三、董事会领导下的总经理负责制187

#### 四、严格实行财务预算制度189

### 第四节 合资外资酒店中方经理人运作时务分析191

#### 一、“中方经理”的由来及问题的提出191

二、“中方经理”在中外方磨合中的“润滑剂”作用192

三、“中方经理”在工作中面临的问题分析193

## 第十章 中外酒店集团的核心竞争力比较分析195

### 第一节 中国酒店集团核心竞争力的国际比较196

一、中国酒店集团外部宏观环境局限性196

二、中国酒店集团经营资源稀缺197

三、中国酒店集团品牌结构单一，酒店类型结构单一198

四、中国酒店集团产品和服务趋同199

### 第二节 中国酒店集团核心竞争力欠缺的应对措施分析200

一、优化产业经营环境200

二、实施品牌竞争战略201

### 第三节 酒店经营的核心价值——客人服务203

一、酒店用于掌控市场的相应策略203

二、酒店经营成就指标具体内涵205

三、酒店经营的4R策略206

## 第十一章 中国经济型酒店现状分析和未来发展机会、策略207

### 第一节 经济型酒店的定义及范畴207

一、经济型酒店的概念207

二、经济型酒店的分类207

### 第二节 经济型酒店的主要形式208

一、城市商务经济型酒店208

二、青年旅舍208

三、汽车旅馆208

### 第三节 经济型酒店的经营模式分析209

一、国际经济型酒店主流经营模式209

二、中国目前经济型酒店主要经营模式分析211

### 第四节 中国经济型酒店市场SWOT分析213

一、中国经济型酒店的优势（S）与劣势（W）213

二、中国经济型酒店面临的机会（O）与潜在威胁（T）214

### 第五节 经济型酒店发展所存问题分析215



一、酒店实施涉外管理制度引起经济型酒店行业管理体制薄弱215

二、酒店实施星级标准对经济型酒店的影响215

第六节 未来几年经济型酒店发展的机遇及策略分析216

一、寻求与国际酒店集团的合作216

二、保持一致性和个性化的动态平衡216

三、利用丰富的社会资源系统217

四、完善酒店预定及服务网络217

第十二章 中国国有酒店的市场化进程与战略调整218

第一节 国有酒店成因论218

一、伴随政权更迭的产权调整218

二、国有酒店的投资形式分析218

第二节 国有酒店市场化的逻辑进程220

一、纯粹市场力量作用下的非均衡酒店市场220

二、政府隐性服务采购支撑下的非常规均衡220

三、市场化进程中的国有酒店市场均衡221

四、政治与行政体制改革对国有酒店市场化的推动221

第三节 国有酒店战略调整的目标模式223

一、总体发展目标及其分解223

二、国有酒店转型目标的分类及其分阶段设定223

第四节 国有酒店战略调整的宏观路径分析225

一、产权重组与体制重构225

二、管理权开放与市场化运作226

三、政府扶持与政策引导226

四、依靠基层员工，减少制度创新成本227

五、规划先行，重视国有酒店的转型与变革的方案准备227

第十三章 酒店行业营销策略简析228

第一节 酒店企业基于盈利细分的竞争战略228

一、顾客盈利细分理论综述228

二、盈利型顾客群体的特征229

三、基于盈利特征细分顾客的竞争战略231

## 第二节 酒店行业价格竞争战略分析233

### 一、目前酒店业的削价竞争233

### 二、非价格竞争是现代酒店营销竞争的发展趋势235

## 第三节 酒店企业的文化营销内涵239

### 一、文化营销的内涵239

### 二、文化营销的特征239

### 三、酒店文化营销方式240

## 第十四章 中国酒店行业发展趋势预测244

### 第一节 中国酒店业发展机遇244

#### 一、国内外宏观经济向好244

#### 二、旅游市场需求旺盛244

#### 三、2008年北京奥运会，是中国酒店业难得的发展机遇245

### 第二节 中国酒店业发展趋势分析246

#### 一、现代化和网络化进程将进一步加快246

#### 二、集团化经营247

#### 三、品牌化发展247

### 第三节 2007年中国酒店业发展态势分析248

#### 一、中国酒店业总体业绩评述248

#### 二、目前酒店行业面临的主要问题251

#### 三、中国酒店行业现存问题的应对措施及建议252

### 第四节 中国酒店集团化发展21世纪展望258

#### 一、中国酒店产业环境与酒店集团的发展前景258

#### 二、中国酒店业集团化发展条件性分析261

#### 三、中国酒店集团发展进程中需要解决的问题267

#### 四、国有酒店的转型与变革是中国酒店集团化发展的关键272

#### 五、中国酒店集团的战略指导思想273

#### 六、中国酒店集团与跨国酒店集团竞争战略的选择模型276

## 图表目录

2001-2007年我国星级酒店规模概况6

2001-2007年我国四、五星级酒店数量6

2001-2007年我国酒店业出租率情况表（按星级划分）	9
2001-2007年我国酒店业出租率情况表（按规模划分）	9
收益率相同时的不同组合	23
2007年全国星级饭店的营业收入情况（按注册登记类型划分）	25
2007年全国星级饭店的营业收入情况（按规模划分）	26
历年我国各类型酒店平均创收	26
历年我国各类型酒店出租率	27
中国星级饭店主要经济指标	28
2007年我国各省市星级饭店经济指标（一）	28
2007年我国各省市星级饭店经济指标（二）	29
我国各地区100佳酒店数量	44
我国酒店个数分布比例（按地域）	45
我国商务酒店最需改进的方面	45
美国前五名最大的饭店集团占有全美饭店业市场分额	80
2007年1-3月我国入境游人数变化趋势	100
2007年4-6月我国入境游人数变化趋势	101
2007年7-10月入境游人数变化趋势	102
2007年1-10月入境游人数变化趋势	103
2007年1-10月我国入境过夜游人数比例变化趋势	104
2007年1-10月外汇收入变化趋势	105
2007年北京市五星级酒店结构分布	129
北京五星级酒店客房及床位数	130
2007年北京市五星级酒店经营状况	131
2007年北京五星级酒店客户情况	133
历年上海星级饭店客房率	135
2007年上海市五星级饭店的全部名单和基本情况	136
合资外资酒店、国有酒店发展情况及占全国旅游酒店比例	180
合资酒店同国有酒店出租率比较	182
1997-2007年我国入境旅游人数及外汇增长	264

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70485.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](http://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。