



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国宾馆酒店业市场分析 及发展趋势预测报告（20 07年第二版）

一、调研说明

《2007年中国宾馆酒店业市场分析及发展趋势预测报告（2007年第二版）》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/70503.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

第一部分 行业发展现状分析

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5

一、现代宾馆酒店的基本性质5

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8

一、赢利性与成长性8

二、酒店的周期性9

三、要素的密集性10

四、宾馆酒店业壁垒研究11

第二章 关联产业分析17

第一节 旅游业现状与酒店业发展17

一、2007年我国旅游业运行态势17

二、2007年亚洲酒店旅游业昂首迈进18

三、2007年中国旅游业十大热点分析19

四、“十一五”中国旅游业发展的战略调整期24

五、中国国民旅游消费投入增加30

六、奥运经济对旅游酒店行业的促进31

七、世界旅游业发展趋势37

第二节 餐饮业发展现状及对酒店业的影响40

一、我国首部餐饮业规范即将实施40

二、2007年我国餐饮业发展展望及趋势分析42

三、2008-2010年中国餐饮业发展趋势43

四、餐饮业对宾馆酒店业的影响45

五、未来餐饮业发展前景分析48

第三节 会展业与酒店业互动发展情况52

一、2006-2007年中国会展业发展现状与前景展望52

二、我国会展业的特征与发展趋势	56
三、会展与酒店业互动关系	61
四、会展与酒店业互动发展模式	63
五、我国实现会展与酒店互动发展的对策	65
第三章 全球宾馆酒店业分析	68
第一节 全球宾馆酒店业现状	68
一、2007年全球酒店业的发展概况	68
二、2007年全球酒店交易额将达1100亿美元	72
三、2007年全球酒店业并购额将再创新高	72
四、2006-2008年全球宾馆酒店业预测	73
五、2020年世界酒店业发展趋势预测	77
第二节 国际酒店管理集团在我国发展策略研究	79
一、研究目的和样本选择	79
二、国际酒店管理集团在中国发展状况	80
三、发展影响因素分析	84
四、研究策略总结	90
第三节 全球主要国家或地区的酒店业情况	92
一、美国	92
二、法国	95
第四章 中国酒店业市场发展情况	98
第一节 中国宾馆酒店业发展现状分析	98
一、2006年酒店市场行业现状分析	98
二、我国饭店行业进入新品牌化时代	99
三、2007年中国酒店业面临的挑战与对策	102
四、外资酒店集团开始全面布局中国市场	110
五、特许业新规触发酒店连锁洗牌	111
六、酒店业提前享受2008年奥运商机	113
七、“奥运效应”催生酒店行业激烈竞争	114
八、酒店经营酒店业将成为奥运经济的最大受益者	116
第二节 中国酒店业市场特点	117
一、中国酒店业发展速度全球居首	117
二、中国酒店业数字化尚处发展期	118

三、经济型酒店成支柱119

第三节 中国旅游酒店市场分析120

一、旅游酒店具备长期投资价值120

二、奥运引擎助推旅游酒店业景气提升121

第四节 中国酒店业面临的问题与对策123

一、中国的酒店业经营管理失败之十大重要原因123

二、中国酒店业应拥有自己的国际品牌128

第二部分 行业市场分析

第五章 中国宾馆酒店行业市场分析129

第一节 行业市场细分129

一、会议/会展酒店129

二、青年旅舍类酒店133

三、公寓式酒店134

四、旅游度假酒店137

五、产权式酒店138

六、主题酒店147

七、经济型连锁酒店149

第二节 行业市场结构分析153

一、消费市场结构153

二、2006年行业市场领先者154

第三节 消费选择与消费趋势分析156

一、游客的旅行目的156

二、游客对住宿设施的选择调查分析157

三、消费者对住宿与餐饮的评价161

第四节 酒店策划方法论163

一、酒店的本质164

二、酒店市场需求分析164

三、酒店功能及延伸分析166

四、特色化167

五、策划方法论与核心逻辑168

第六章 其他类型酒店业的现状171

第一节 商务酒店171

一、2007年商务酒店的发展情况	171
二、商务酒店欲走出“草根经济”	172
三、德意志联手睿富进军中国商务酒店市场	174
四、中国商务酒店发展联盟深化新的盈利模式	175
五、商务酒店的价值投资	176
第二节 度假酒店	177
一、2006中国最受欢迎度假酒店概况	177
二、中国度假酒店的发展方向	178
三、度假酒店发展趋势分析	185
四、未来五年内度假酒店将迅猛发展	189
第三节 分时度假酒店在中国的发展	190
一、我国分时度假市场存在的问题	190
二、我国开展的分时度假网络本土化实践的特点	191
三、我国分时度假酒店的前景	192
第四节 经济型酒店的现状分析和发展机会	193
一、破解经济型酒店的发展拐点	193
二、经济型酒店市场上的“黑马”尚需磨砺	197
三、经济型酒店乱象呼唤行业标准	201
四、经济型酒店市场日趋饱和和政府协会规划行业标准	202
五、探索经济型酒店可持续发展的成功之路	204
六、经济型酒店市场细分与品牌经营	213
七、2007年中国经济型酒店发展绿皮书	216
八、2008年经济型酒店更受欢迎	243
九、经济型酒店再现加盟热	245
第五节 中国绿色酒店	247
一、绿色饭店定义与标准	247
二、绿色饭店国家标准即将出台	247
三、2010年全国将建成万家绿色酒店	248
四、绿色酒店逐渐成投资新宠	250
第七章 部分城市宾馆酒店业发展分析	251
第一节 北京宾馆酒店业发展分析	251
一、2007年北京酒店物业的发展需求	251

二、2007年北京酒店业趋势利好	255
三、北京酒店业集体发力备战奥运接待筹备	256
四、2007年北京市将出台《乡村酒店评定标准》	258
五、2008年奥运期间北京酒店房价将上涨	259
第二节 上海宾馆酒店业发展分析	260
一、2007-2009年上海酒店供应趋势	260
二、酒店需求面临井喷上海酒店前景无限	263
三、世博会引发经济型酒店缺口	264
四、上海酒店业正成境外投资“香饽饽”	266
五、连锁酒店抢夺上海世博商机	267
第三节 深圳宾馆酒店业发展分析	267
一、深圳酒店业迎来国际化加速期	267
二、深圳酒店业提早瞄准2011年大运会商机	268
三、深圳酒店业群雄逐鹿叫响全国	270
四、2007年深圳涌现一批绿色酒店	272
五、深圳酒店业未来规划	273
第四节 广州宾馆酒店业发展分析	274
一、2007年广州酒店业的坎	274
二、2010年广州星级酒店将达300家	277
三、广州酒店业洗牌在即	279
四、广州酒店业“五星之战”来了	280
五、酒店业成广州地产开发商新宠	282
第三部分 行业竞争分析	
第八章 中国宾馆酒店业的行业格局	289
第一节 行业竞争结构分析	289
一、盈利分布高度不均衡	289
二、行业中现有企业的竞争	289
三、不同类型酒店的竞争格局	298
四、京沪酒店业竞争加剧	300
第二节 构建酒店业核心竞争力	303
一、服务质量是提高酒店核心竞争力的基础	304
二、营销是提高核心竞争力的有力手段	306

三、人力资源竞争能力是企业核心竞争力的核心309

四、酒店服务质量是酒店核心竞争力311

五、核心竞争力是酒店业持久竞争优势的源泉314

第三节 行业成本与赢利分析317

一、行业赢利集中于两个热点317

二、酒店行业的成本、定价和收入319

第四节 现代酒店业的市场竞争分析322

一、产品的开拓和发展是现代酒店业的重要基础322

二、价格是现代酒店业市场竞争中的重要杠杆324

三、营销是现代酒店业占领市场的重要途径和手段325

四、提高人员素质是现代饭店业的根本所在327

第九章 宾馆酒店业优势企业分析328

第一节 国际酒店集团分析328

一、巴斯酒店集团328

二、希尔顿酒店集团330

三、万豪酒店集团333

四、香格里拉酒店集团336

五、速8酒店339

第二节 主要内资酒店344

一、湖南华天大酒店股份有限公司344

二、上海锦江国际酒店发展股份有限公司359

三、广州市东方宾馆股份有限公司368

四、深圳新都酒店股份有限公司378

五、金陵饭店股份有限公司383

六、如家快捷酒店连锁集团390

第四部分 行业发展策略与趋势及投资分析及市场发展趋势研究报告

第十章 宾馆酒店业发展的主要策略395

第一节 国内外宾馆酒店业的优势分析395

一、中国酒店的优势分析395

二、外资酒店的优势396

第二节 提升竞争力的主要策略398

一、酒店营销实施品牌战略提升酒店竞争力398

二、酒店文化提升酒店竞争力400

三、提高酒店的核心竞争力的对策405

四、2007年酒店经营者的十大网络营销策略408

第十一章 宾馆酒店业发展趋势及投资分析及市场发展趋势研究报告413

第一节 2007酒店业发展趋势展望413

一、经济型酒店可能出现泡沫413

二、高端酒店增长势头强劲414

三、度假型酒店前景看好414

四、大力推进以节约能源为中心的绿色酒店发展415

五、大力推进经济型连锁酒店的健康发展416

六、简约型酒店兴起416

七、2012年太空酒店开张417

八、信息互动激活酒店预订新趋势418

第二节 中国酒店业管理的发展趋势419

一、酒店管理向人性化发展419

二、酒店工作人员的职业化420

三、酒店发展的可持续化420

四、酒店市场竞争的品牌化420

五、酒店服务的定制化421

六、酒店营销的网络化421

七、酒店组织结构的扁平化423

八、酒店产业组织的集团化424

九、酒店设施设备的科技化424

第三节 酒店业电子分销的发展趋势424

一、酒店业电子分销现状425

二、酒店分销渠道的发展方向426

三、分销系统中的营销管理变革427

四、酒店与分销中介的博弈428

第四节 电子商务化趋势429

一、我国酒店业电子商务的现状429

二、电子商务变革酒店管理430

三、电子商务在酒店中的运用431

第五节 我国酒店业的投资分析及市场发展趋势研究报告433

一、中国酒店投资的出路433

二、中国酒店业投资分析及市场发展趋势研究报告436

图表目录

图表：美国各等级酒店的投资成本平均水平11

图表：韩日两国奥运会前后经济发展情况33

图表：1984-2008年各国奥运会期间的外国旅游者和参与人数情况35

图表：2005-2008年北京旅游情况预测表35

图表：国内旅游各业态成长阶段36

图表：2001-2006年我国“春节”黄金周旅游接待人次及增长率36

图表：2006年住宿和餐饮业企业景气指数43

图表：2007年一季度住宿和餐饮业企业景气指数43

图表：我国会展行业总规模年均增长情况54

图表：会展与酒店一体化发展模式图63

图表：2007年7月3日止全球最新10大饭店集团排名70

图表：2006-2007年全球酒店品牌前20位71

图表：2004-2008年建筑项目统计以及新开业酒店预测73

图表：2006年6月全球客房建筑项目74

图表：2006年全球酒店项目主要市场76

图表：2006年10家国际酒店管理集团在国内管理酒店和客房情况表80

图表：10家国际酒店管理集团管理酒店区域分布情况表81

图表：国际酒店管理集团管理酒店点轴布局示意图82

图表：10家国际酒店管理集团在中国内地酒店数量扩张图82

图表：1981-2006年10家国际酒店管理集团管理酒店发展情况表83

图表：国际酒店管理集团相关结构分析表85

图表：国际酒店管理集团扩张中的模型综述表86

图表：国际酒店管理集团扩张中的方差分析表86

图表：国际酒店管理集团扩张中的系数分析表86

图表：2001-2003年民航旅客运输市场构成情况88

图表：2002-2004年31个省民航旅客吞吐量88

图表：2004年31个省4A景点数89

图表：2004年31个省市单位面积机场数90

图表：2005-2008年国内旅游酒店项目123

图表：中国主要城市星级酒店的数量153

图表：各星级酒店的客房数量及比例表153

图表：2006年中国饭店业国际品牌10强154

图表：2006年中国饭店业民族品牌20强154

图表：2006年中国经济型酒店品牌先锋155

图表：国内城镇游客出游情况（按目的分）156

图表：国内农民出游目的比例表156

图表：入境外国游客人数和比例（按目的分）156

图表：入境外国游客不同目的人数比例图157

图表：旅游者对旅行团住宿的要求分析图158

图表：男性过夜旅游者对住宿设施的选择比例158

图表：女性过夜旅游者对住宿设施的选择比例159

图表：不同年龄游客对住宿设施选择比例159

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160

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160

图表：国内游客对住宿设施的评价162

图表：国内游客对餐饮的评价162

图表：国内游客对交通的评价163

图表：国内游客对娱乐的评价163

图表：国内游客对购物的评价163

图表：每一万人中拥有分时度假会员数国别比较表192

图表：2006年中国经济型酒店前十强195

图表：国内主导经济型酒店战略曲线图196

图表：中国主要民族品牌的经济型酒店现状及发展规划214

图表：1993-2005年中国国内游游客认输及其增长率215

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219

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220

图表：2005-2006年中国经济型酒店的增长速度221

图表：2006-2009年北京酒店市场新增供给(部分)252

图表：2006-2010年北京市旅游发展主要指标255

图表：2006年上海高星级酒店供给增量261

图表：2006年上海经济型酒店供给增量262

图表：2006年新型经济型连锁旅店在上海地区的发展预测263

图表：2003-2006年上海酒店价格265

图表：2006-2010年上海客房需求增量预测266

图表：2005年不同经济类型酒店的赢利能力比较299

图表：2005年星级酒店与非星级酒店创收能力比较299

图表：2005年不同规模酒店创收能力比较299

图表：2005年不同地区酒店创收能力比较300

图表：三星、四星、五星级酒店房价对比318

图表：三星、四星、五星单间客房平均收入对比318

图表：不同类型酒店的每单间客房投资成本319

图表：国际和国内正常房价以及国内实际房价比照319

图表：各星级酒店营业收入分布表320

图表：各星级酒店营业收入分布比例320

图表：酒店业的成本支出构成321

图表：希尔顿的中国网点分布332

图表：万豪酒店在中国的分布336

图表：香格里拉亚洲有限公司经营和管理的酒店列表337

图表：香格里拉酒店在中国的分布338

图表：2005-2009年湖南华天大酒店股份有限公司主要财务指标预测345

图表：2007年上半年湖南华天大酒店股份有限公司主要产品及其毛利率分析表346

图表：2005-2009年湖南华天大酒店股份有限公司财务预测与评估347

图表：2006年湖南华天大酒店股份有限公司主营收入季度分布图347

图表：2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司主营业务构成图347

图表：2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司利润总额构成图348

图表：2006-2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司主营构成表348

图表：2006-2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司每股指标349

图表：2006-2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司获利能力表349

图表：2006-2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司经营能力表349

图表：2006-2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司偿债能力表349

图表：2006-2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司资本结构表350

图表：2006-2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司发展能力表350

图表：2006-2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司现金流量分析表350

图表：2006-2007年二季度湖南华天大酒店股份有限公司利润分配表350

图表：长沙市主要五星级酒店352

图表：华天酒店目前托管、租赁、投资的酒店353

图表：2005-2008年华天酒店近年来每年新增托管酒店及托管费收入增长354

图表：益阳华天项目测算355

图表：华天客房收入预测356

图表：华天利润预测356

图表：锦江集团国际管理北方公司管理酒店361

图表：2006年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营收入季度分布图363

图表：2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营业务构成图363

图表：2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司利润总额构成图364

图表：2006年上半年和2007年上半年上海锦江国际酒店发展股份有限公司主要财政数据364

图表：2006年上半年和2007年上半年上海锦江国际酒店发展股份有限公司总资产比较364

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司主营构成表364

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司每股指标365

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司获利能力表365

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营能力表366

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司偿债能力表366

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司资本结构表366

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司发展能力表367

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司现金流量分析表367

图表：2006-2007年二季度上海锦江国际酒店发展股份有限公司利润分配表367

图表：2006年广州市东方宾馆股份有限公司主营业务构成图373

图表：2006年广州市东方宾馆股份有限公司主营收入季度分布图374

图表：2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司利润总额收成图374

图表：2006-2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司主营构成表374

图表：2006-2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司每股指标375

图表：2006-2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司获利能力表375

图表：2006-2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司经营能力表375

图表：2006-2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司偿债能力表376

图表：2006-2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司资本结构表376

图表：2006-2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司发展能力表376

图表：2006-2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司现金流量分析表376

图表：2006-2007年二季度广州市东方宾馆股份有限公司利润分配表377

图表：2006年深圳新都酒店股份有限公司主营业务收入季度分布图379

图表：2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司主营业务构成图379

图表：2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司利润总额构成图379

图表：2006-2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司主营构成表379

图表：2006-2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司每股指标380

图表：2006-2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司获利能力表380

图表：2006-2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司经营能力表381

图表：2006-2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司偿债能力表381

图表：2006-2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司资本结构表381

图表：2006-2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司发展能力表381

图表：2006-2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司现金流量分析表382

图表：2006-2007年二季度深圳新都酒店股份有限公司利润分配表382

图表：2007年二季度金陵饭店股份有限公司主营业务构成图384

图表：2007年二季度金陵饭店股份有限公司利润总额构成图385

图表：2006-2007年二季度金陵饭店股份有限公司主营构成表385

图表：2006-2007年二季度金陵饭店股份有限公司每股指标385

图表：2006-2007年二季度金陵饭店股份有限公司获利能力表386

图表：2006-2007年二季度金陵饭店股份有限公司经营能力表386

图表：2006-2007年二季度金陵饭店股份有限公司偿债能力表386

图表：2006-2007年二季度金陵饭店股份有限公司资本结构表386

图表：2006-2007年二季度金陵饭店股份有限公司发展能力表387

图表：2006-2007年二季度金陵饭店股份有限公司现金流量分析表387

图表：2006-2007年二季度金陵饭店股份有限公司利润分配表387

图表：2007年上半年金陵饭店股份有限公司主要财务指标389

图表：2007年上半年金陵饭店股份有限公司分行业主要财务指标及变化情况389

图表：2005-2007年金陵饭店股份有限公司财务和估值数据390

图表：如家酒店连锁发展轨迹391

图表：2004-2006年6月如家酒店财务状况391

图表：酒店行业网站解决方案423

图表：互联网时代新的电子分销中介网络426

图表：分销系统预定费用比例的比较427

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70503.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。