

# 2009-2010年中国宾馆酒店 行业市场调研与投资分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009-2010年中国宾馆酒店行业市场调研与投资分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200905/17625.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 目录

#### 第一章 宾馆酒店业概述

##### 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 酒店发展的影响因素分析

##### 第四节 中国酒店行业发展的特点分析

###### 一、现代化和网络化进程将进一步加快

###### 二、集团化经营

###### 三、品牌化发展

###### 四、经济型酒店加速发展，差异化将成为竞争焦点和发展趋势

#### 第二章 2008-2009年全球宾馆酒店业分析

##### 第一节 2008-2009年世界酒店发展分析

###### 一、2008世界酒店产业新格局

###### 二、2008年全球酒店集团在亚洲扩展业务

###### 三、2008年全球惟一七星级酒店进军中国市场

###### 四、2008年金融危机冲击全球酒店业

###### 五、2008年全球酒店房价

###### 六、2009年美国及全球酒店房价预测

###### 七、2009年全球酒店业发展放缓

###### 八、2009年全球酒店业面临挑战

###### 九、2009年全球酒店业市场分析

##### 第二节 国际宾馆酒店业的管理综述

###### 一、国际酒店集团的管理模式分析

###### 二、国际宾馆酒店业管理的主要特点

###### 三、西方酒店业引入全面质量管理

###### 四、国外饭店集团介入的管理形式

## 五、国际一流酒店经营管理的五大新趋势

### 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 2008-2009年宾馆酒店关联产业分析

### 第一节 2008-2009年旅游业现状分析

- 一、2008年全国旅游收入分析
- 二、2008年全国旅游业发展分析
- 三、奥运经济对旅游酒店行业的促进
- 四、2009年旅游行业挑战与机遇
- 五、2009年3月份旅游经济运行数据
- 六、2009年香港旅游业收入将下降
- 六、2010年中国游客数量预测
- 七、2019年中国有望成为世界第一入境游目的国
- 八、2020年中国旅游收入将逾3000亿美元

### 第二节 2008-2009年餐饮业发展现状及对酒店业的影响

- 一、2008年中国餐饮业零售额分析
- 二、2008年餐饮市场运行情况
- 三、2009年1-2月全国住宿和餐饮业零售额分析
- 四、我国餐饮业的发展特点
- 五、餐饮业对酒店业的影响
- 六、2009年餐饮市场趋势展望

## 七、餐饮业的六大发展趋势

## 八、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、2008年会展经济迎来新的发展机遇
- 二、奥运效应促进中国商务会展业及会展旅游
- 三、上海会展业的国际竞争力分析
- 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
- 六、未来中国会展业发展趋势预测

### 第四章 金融危机对中国酒店业影响分析

#### 第一节 金融危机下中国酒店行业现状分析

- 一、金融危机下中国酒店业分析
- 二、金融危机对酒店业格局影响
- 三、金融危机下酒店营销市场分析

#### 第二节 中国酒店行业应对金融危机策略

- 一、金融危机下酒店发展机会分析
- 二、中国酒店市场应对金融危机策略
- 三、金融危机中经济型酒店发展分析
- 四、南京酒店业应对金融危机策略

### 第五章 2008-2009年中国宾馆酒店业市场发展分析

#### 第一节 中国酒店行业发展的历史与现状

- 一、中国酒店业发展历史
- 二、中国星级酒店规模与增长速度分析
- 三、中国酒店的区域分布与发展状况
- 四、中国酒店市场结构分析

#### 第二节 中国酒店行业发展现状分析

- 一、中国酒店行业发展现状
- 二、2008年酒店行业发展状况
- 三、2008年中国酒店业发展回顾

#### 第三节 2008年中国酒店市场经营业绩分析

- 一、2008年北京酒店市场经营业绩分析
- 二、2008年上海酒店市场经营业绩分析

三、2008年深圳酒店市场经营业绩分析

四、2008年天津酒店市场经营业绩分析

五、2008年三亚酒店市场经营业绩分析

六、2008年成都酒店市场经营业绩分析

七、2008年大连酒店市场经营业绩分析

八、2008年西安酒店市场经营业绩分析

九、2008年苏州酒店市场经营业绩分析

第四节 2009年中国酒店行业发展状况

一、2009年初旅游市场对酒店业发展影响

二、2009年豪华酒店在中国发展分析

三、2009年酒店业六星级行业标准引进情况

四、2009年2月我国酒店价格波动情况

五、2009年初酒店市场发展状况

第五节 2009年中国酒店电子商务发展分析

一、中国酒店业电子商务发展状况

二、酒店业搜索引擎直销模式分析

三、酒店市场电子商务经营模式分析

四、酒店电子商务发展机遇分析

第六节 2008/2009年中国酒店业发展预测分析

一、中国酒店业的主要挑战

二、本土酒店品牌发展

三、部分一线城市的酒店业发展

四、经济型酒店具有发展空间，但品牌也将加快整合

五、酒店业兼并、收购风起云涌

第七节 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

第六章 我国酒店业的消费者分析

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

## 第三节 中国商务客人的酒店消费行为分析

### 一、商务客人的群体特征

### 二、影响酒店商务客人的消费行为的因素分析

### 三、商务客人的消费行为理论分析

## 第七章 商务酒店

### 第一节 商务酒店概念及介绍

#### 一、商务酒店的定义

#### 二、全球十佳开业商务酒店介绍

#### 三、十二届金枕头奖受欢迎商务酒店介绍

#### 二、我国商务酒店的现状

#### 三、商务版酒店倍受欢迎

#### 四、商务酒店掀起外资私募基金投资热

### 第三节 商务酒店投资动态

#### 一、外来酒店抢占我国商务市场

#### 二、国际商务型酒店纷纷进驻广东

#### 三、上海出现全产权商务酒店

#### 四、中国大酒店拟斥资4亿朝商务酒店发展

### 第四节 商务酒店发展前景与趋势

#### 一、商务酒店的发展前景

#### 二、商务酒店宽带接入成发展趋势

#### 三、品牌将提升中国商务酒店的竞争力

## 第八章 旅游度假酒店

### 第一节 假日经济与酒店业

#### 一、广州假日经济越来越旺

#### 二、深圳出游活动频繁带动了假日经济

#### 三、假日经济增长生态酒店风行珠三角

#### 四、&ldquo;假日经济&rdquo;魅力下酒店的营销管理

### 第二节 旅游度假酒店概况

#### 一、度假酒店的类型介绍

二、中国度假酒店发展前沿态势与问题

三、气候对度假酒店的重要性

四、海南是中国度假酒店的佼佼者

五、度假酒店的发展前景广阔

第三节 分时度假酒店在中国的发展

一、“分时度假”进入中国

二、分时度假潜力大 规范发展是关键

三、中国分时度假市场存在的问题

四、中国开展的分时度假网络本土化实践的特点

第四节 旅游度假酒店的经营与风险

一、从实例看城郊度假酒店的经营思路

二、我国度假酒店市场营销的特点

三、休闲度假型酒店的散客销售

四、酒店发展分时度假应注意风险

第五节 我国旅游度假酒店的发展趋势与问题

一、我国度假酒店群体特色与个性色彩

二、度假酒店的发展前景广阔

三、国内度假酒店的发展趋势

四、度假酒店存在的问题

五、发展度假酒店的对策分析

第九章 经济型酒店

第一节 经济型酒店的定义及特征

一、经济型酒店概念

二、经济型酒店的分类

三、经济型酒店的特征

第二节 中国经济型酒店发展现状

一、经济型酒店的发展形式及现状

二、经济型酒店在我国迅速崛起

三、国内经济型酒店品牌的连锁扩张增速

四、中国经济型酒店处快速上升期

第三节 经济型酒店的经营与管理

一、中国经济型酒店经营管理中的创新思维

- 二、现代经济型酒店经营利润高
- 三、我国经济型酒店存在供给断层
- 四、中国经济型酒店先行者的管理模式分析

#### 第五节 经济型酒店的效益

- 一、投入产出分析
- 二、经济型酒店的投资回报分析
- 三、经济型酒店与资本市场结合的路径
- 四、经济型酒店的土地使用权存在隐患

#### 第六节 经济型酒店的运作模式分析

- 一、开发模式
- 二、选址要求
- 三、注册成立酒店管理公司

#### 第七节 经济型酒店面临的问题分析

- 一、中国经济型酒店发展中的主要问题
- 二、中国经济型酒店未来发展趋势预测
- 三、中国经济型酒店市场需求分析
- 四、我国经济型酒店面临的挑战

#### 第八节 中国经济型酒店竞争分析

- 一、经济型连锁酒店竞争激烈
- 二、经济型酒店争夺我国酒店业中端市场
- 三、跨国酒店巨头锁定国内经济型酒店

#### 第九节 中国经济型酒店的发展策略

- 一、经济型酒店在发展中应注意的问题
- 二、经济型酒店应注意回避的误区
- 三、我国经济型酒店的发展策略
- 四、经济型酒店发展前景与趋势
- 五、经济型酒店成酒店业的金矿
- 六、经济型酒店业将成发展主流
- 七、经济型连锁酒店前景巨大

### 第十章 产权式酒店

#### 第一节 产权式酒店概念及分类

- 一、产权式酒店的缘由

二、产权式酒店的性质

三、产权式酒店的分类

第二节 产权式酒店发展现状

一、国外产权式酒店的现状

二、产权式酒店在我国的兴起与发展

三、我国城市出现“产权式酒店”

四、产权式酒店在中国成消费热点

第三节 产权式酒店在各城市的发展动态

一、产权式酒店在珠三角闪亮登场

二、产权式酒店走红西安投资市场

三、苏州产权式酒店公寓热销

第四节 影响产权酒店销售的主要因素

一、自然环境

二、投资环境

三、交通环境

四、是否有金融支持

五、价格因素

第五节 产权式酒店的投资方法

一、投资产权式酒店的要素

二、把握好产权式酒店投资的要点

三、产权式酒店投资价值的评估

四、产权式酒店经营及发展秘笈

第六节 投资风险

一、产权酒店投资的“虚火”现象

二、产权式酒店投资风险大

三、产权式酒店高回报背后的风险

四、投资产权式酒店的问题分析

第七节 产权式酒店发展前景及趋势

一、产权式酒店租赁市场发展空间大

二、产权式酒店的发展趋势

第十一章 主题酒店

第一节 主题酒店的缘起与兴起

一、主题酒店的概念

二、主题酒店的一般类型

三、世界各地主题酒店大观

四、主题酒店在中国的兴起

第二节 主题酒店的发展概况

一、奥运旅游与主题酒店的创新开发

二、威尼斯成为中国首座主题酒店

第三节 我国各城市主题酒店发展动态

一、我国第一家茶文化主题酒店落户雅安

二、杭州首家艺术主题酒店现身机场路

三、爱情主题酒店在杭州悄然出现

第四节 中国主题酒店的投资分析

一、对主题的认识

二、主题酒店的特色

三、主题酒店的数量

四、主题酒店的市场定位

五、主题的延伸和更新

六、主题酒店的发展与前景

七、主题酒店颠覆酒店传统经营模式理念

第十二章 绿色酒店

第一节 绿色酒店定义及由来

一、绿色酒店的涵义

二、绿色酒店的特征

三、绿色酒店的由来

第二节 绿色酒店概况

一、“绿色酒店”可大量的节约成本

二、环保时代需要绿色酒店

三、绿色酒店认证将与国际接轨

第三节 绿色酒店发展的问题及思路

一、观念方面

二、政策和管理方面

三、绿色酒店发展思路

## 四、建设绿色酒店实施要求

### 第十三章 北京酒店业

#### 第一节 酒店发展与奥运

- 一、北京酒店业向“奥运”开战
- 二、国际酒店管理巨头抢占北京奥运市场
- 三、北京市2008年奥运会酒店业定位经济型
- 四、北京奥运会酒店客房缺口大
- 五、北京奥运官方标间限定最高价

#### 第二节 北京酒店业概况

- 一、京城酒店国际化管理程度不足2%
- 二、北京高星级酒店房价增长速度快
- 三、北京2008年12月份及全年接待游客人数
- 四、北京星级宾馆将取消“一次性用品”
- 五、北京经济型酒店应在存量上调整

#### 第三节 北京酒店业竞争分析

- 一、北京酒店业市场竞争态势分析
- 二、盲目竞争使得北京酒店业房价低于国际水平
- 三、上海经济型酒店抢占北京“奥运饭”

#### 第四节 北京酒店业前景与趋势

- 一、北京酒店业的发展任重道远
- 二、北京酒店业投资如日中天
- 三、经济酒店建设成北京酒店业发展重点

### 第十四章 上海酒店业

#### 第一节 世博会带来新机遇

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

#### 第二节 上海酒店业概况

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

### 第三节 上海酒店业问题及对策分析

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

### 第四节 上海酒店业前景与投资

- 一、上海高档酒店业市场看好
- 二、上海高档酒店业“钱景”诱人
- 三、上海酒店业前景可观

## 第十五章 广州酒店业

### 第一节 广州旅游业发展概况

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

### 第二节 广州酒店业概况

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

### 第三节 广州酒店业竞争格局

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

### 第四节 广州酒店业问题与对策分析

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

### 第五节 广州酒店业发展趋势

- 一、广州投资酒店业成为发展趋势
- 二、广州星级酒店6年内再添百家

三、2010广州星级酒店将超300家

## 第十六章 深圳酒店业

### 第一节 深圳酒店业概况

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

### 第二节 深圳酒店业的竞争分析

- 一、锦江国际携深航进军深圳酒店业
- 二、欧洲酒店巨头抢占深圳市场
- 三、深圳酒店业抢抓新商机
- 四、中航酒店业整合资源加速发展

### 第三节 深圳酒店业发展趋势

- 一、国际管理集团将抢占深圳酒店市场
- 二、个人游港大热将为深圳酒店业带来商机
- 三、深圳酒店业将推广节能技术

## 第十七章 酒店企业经营管理分析

### 第一节 酒店业经营管理基本理论

- 一、酒店管理的特点
- 二、酒店的管理层次
- 三、酒店管理技能

### 第二节 酒店业经营管理概述

- 一、酒店经营与管理的关系
- 二、酒店的需求管理分析
- 三、酒店的组织管理分析
- 四、酒店人力资源管理解析
- 五、酒店客户关系管理分析
- 六、酒店管理的制度创新解析

### 第三节 酒店市场定位

- 一、酒店产品定位概念
- 二、酒店产品定位的方法
- 三、酒店产品定位的步骤
- 四、酒店产品的定位策略

#### 第四节 酒店业营销策略分析

- 一、酒店营销的四大要素
- 二、不同市场需求下酒店的营销对策
- 三、拓展酒店市场营销领域的策略
- 四、新经济时代下酒店业八大营销技巧
- 五、酒店蜂鸣营销分析
- 六、中国酒店节日营销手段分析

#### 第五节 酒店绿色营销分析

- 一、绿色营销的定义
- 二、中国酒店绿色营销的推广应用
- 三、中国酒店营销绿色化的弊端
- 四、中国酒店实施绿色营销的任务和策略
- 五、中国酒店绿色营销的发展趋势分析

#### 第六节 酒店业经营管理的动向分析

- 一、酒店经营与管理发展趋势解析
- 二、健康客房成为酒店营销新趋势
- 三、互联网营销成为酒店营销新途径

### 第十八章 酒店的信息化的

#### 第一节 酒店信息化的概况

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

#### 第二节 酒店信息化的建设

- 一、酒店信息化建设只有开放才能发展
- 二、酒店信息化管理须从制度和产品入手
- 三、酒店行业信息化水平现状
- 四、酒店行业信息化的方向与建议

#### 第三节 酒店行业信息化问题分析

- 一、酒店信息化的四大问题
- 二、信息化选择的要素
- 三、国内酒店信息化的差距及建议

#### 四、酒店业信息化选择的误区

#### 第四节 酒店信息化的发展趋势

##### 一、酒店业信息化将升级

##### 二、酒店信息化的三种趋势

##### 三、三五年内酒店信息化应用将达高峰

##### 四、酒店业电子分销的发展走向

#### 第十九章 中国宾馆酒店业竞争格局分析

##### 第一节 现代酒店业的市场竞争分析

##### 一、产品的开拓和发展分析

##### 二、市场竞争中的价格分析

##### 三、市场竞争中的营销分析

##### 四、竞争中的人员素质分析

##### 五、2008年经济酒店品牌扩张分析

##### 六、2008年香港酒店业竞争力分析

##### 第二节 外资酒店的竞争分析

##### 一、外资加速投资中国酒店业

##### 二、2008年外资高端酒店加速抢滩

##### 三、连锁酒店本土与国际的竞争

##### 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 提升酒店竞争力的主要策略

##### 一、信息化、智能化策略分析

##### 二、经济型酒店市场细分策略

##### 三、经济型酒店的多元化策略

##### 四、国际酒店集团在华扩张策略

#### 第二十章 部分宾馆酒店业优势企业分析

##### 第一节 国际酒店集团分析

##### 一、巴斯酒店集团

##### (一) 2008年洲际酒店业绩分析

##### (二) 快捷假日酒店品牌登陆台湾

## 二、希尔顿酒店集团

(一) 2008年希尔顿酒店进驻成都

(二) 2010年在华发展预测

## 三、万豪酒店集团

(一) 2008年财务分析

(二) 万豪挺进中国二三线城市

(三) 2010年全球扩张

## 四、香格里拉酒店集团

(一) 2008-2009年财务分析

(二) “香格里拉”将重返南京

## 五、速8酒店

(一) 速8力拓中国二、三线城市

(二) 速8中国全球首开直营店

## 第二节 湖南华天大酒店股份有限公司

### 一、企业简介

### 二、2008-2009年财务分析

### 三、2009年发展目标

## 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、2008-2009年财务分析

## 第四节 广州市东方宾馆股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、2008-2009年财务分析

## 第五节 深圳新都酒店股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、2008-2009年财务分析

## 第六节 金陵饭店股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、2008-2009年财务分析

## 第七节 如家快捷酒店连锁集团

### 一、企业概况

### 二、2008-2009年财务分析

## 第八节 广州白天鹅宾馆

### 一、企业概况

### 二、发展战略

## 第二十一章 宾馆酒店业发展趋势及投资分析

### 第一节 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

### 第二节 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

### 第三节 中外酒店投资的盈利模式

#### 一、经营增长盈利模式

#### 二、物业增值盈利模式

#### 三、资本营运盈利模式

#### 四、品牌创新盈利模式

#### 五、集团建设盈利模式

### 第四节 酒店业投资建议分析

#### 一、酒店投资前期策划的因素分析

#### 二、酒店类型的选择

#### 三、酒店投资的五大观念

#### 四、后奥运时代酒店业投资方向

## 第二十二章 宾馆酒店业发展趋势及策略

### 第一节 酒店业的发展趋势分析

#### 一、超级化趋势

#### 二、跨行业的发展趋势

#### 三、信息化发展趋势

### 第二节 中国酒店业管理发展趋势

#### 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

第三节 2009年酒店业发展趋势

一、酒店业抵抗金融危机

二、酒店开发与地产开发结合

三、酒店在综合体项目中的未来地位

第四节 西部地区的旅游开发与发展

一、深入全面地认识西部旅游的特性和优势

二、充分认识西部地区旅游发展的资源、环境和条件优势

三、西部地区旅游发展的道路、战略和市场开发方式

四、西部地区的旅游开发与发展其他几个具体问题

第五节 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

第六节 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

第七节 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策略

(一) 了解顾客需求, 注重“人性化”及“细节化”

(二) 培养全员营销思想, 树立内部营销观念

(三) 加深服务专业化程度, 完善服务种类

(四) 提高信息化程度, 降低营运成本

## 第八节 中国连锁酒店多元化发展战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200905/17625.html>