

2009-2012年宾馆酒店行业 竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年宾馆酒店行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/200909/24989.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

在中国经济复苏的前景下，受国际金融危机影响，在2008年进入低谷的中国酒店业有望从2009年下半年开始走出低谷。2008年是中国酒店业经历挑战的一年。全球经济由于金融危机而陷入低迷，中国城市旅游增长出现颓势，酒店供应出现过剩，导致城市酒店市场租客房收入下滑。2008年，众多国内城市在旅游者人次上首现颓势，而同时酒店供应强劲增长，导致酒店市场每间可出租客房收入均出现下滑。在2008年，共计9,742间客房的样本显示，上海五星级酒店的日平均房价和入住率分别下降了3.9%和10.4个百分点，使得每间可出租客房收入降至874元，比2007年同期下降18.8%。2009年前5个月，酒店入住率和平均日房价分别同比下降18.4%和22.2%，每间可出租客房收入同比下降43.9%。不过，北京近期仍有新酒店纷纷入市，包括已开业的海航大厦、万豪、万达铂尔曼以及即将开业的王府井悦榕庄和国贸三期的香格里拉饭店等，预计供应量到2011年还将再长23%。在需求增长缓慢的市场环境下，强劲的供应增长势头给北京酒店业带来了更大的压力。根据世界旅游组织预测，中国有潜力于2015年成为世界最大的入境旅游市场，休闲旅游将出现可观增长。中国仍将不断涌现酒店投资商机，慧眼别具、财力雄厚的投资者定会斩获颇丰。

在未来12到18个月内，有众多新建酒店预计将会开业，其中相当数量的酒店项目位于浦东，因而上海五星级酒店的入住率和房费短期内将会继续感到压力。虽然对于2009年下半年的前景预期保持谨慎态度，但上海的酒店业依然期待规模盛大的2010年世博会能促进旅游人数和酒店需求的增长，借助上海作为中国金融中心的地位和长三角的经济优势，2010年世博会有望成为催化剂，为整个区域带来新的业务前景。此外，上海已十分发达的会议会展和奖励旅游市场还有大量成长空间，并将得益于2010年世博会期间以及之后举行的其他会议活动。二三线城市在近年间的大规模基础设施建设中受益匪浅，提高了交通便利性，在出口导向转向内需市场的政策转移中找到了增长点。尽管高增长预期带动了近期旺盛的酒店供应，对酒店入住率造成压力，国际品牌五星级酒店的开业仍在很多城市推高了房价水平。大多数城市持续大量的新增酒店供应已对酒店业绩形成压力。但是，中国强大的经济基本面和不断繁荣的会议会展和奖励旅游市场将助推二三线城市酒店业在中长期实现长足发展。高速的经济增长和诱人的投资回报令投资者多年以来对酒店业兴趣盎然，但由于政策转向和境外融资市场遇冷，中国的酒店交易在2008年跌至低谷，总交易额仅为三亿美元。多数国际投资者和开发商都在为融资犯愁，而同时证据表明国内买家以及自有资金充裕的投资者正趋于活跃。随着收益上扬，以及国内银行降低贷款门槛，以往被强势的国际投资者挡在市场外面的许多本地买家正在捕捉前所未有的机会。由于资金受限，银行更倾向于规避风险，2008年和2009年的投资热点也暂时从二三线城市转向上海和北京。京沪两地都在经历一场酒店建造浪潮，将持续

为市场提供数量可观的高品质可投资物业。而在目前的酒店交易环境之下，这些物业的投资条款可能较为优惠。

受金融危机影响，加上近几年来内地酒店业盲目扩张和外资品牌酒店的强势进入，未来两年内地酒店业将面临洗牌。近期新酒店纷纷入市，而未来酒店供应仍将保持强劲。今后三四年间，国际品牌高端酒店的客房数将比2008年的客房总量高出20%以上。从2009年下半年起，由于竞争压力不断加大，市场将会出现整合。目前，北京、上海等城市的酒店客房空置率最高已经超过七成。许多旅游城市的酒店遭受着金融危机和流感疫情带来的巨大打击。进入2009年，北京酒店前五个月市场不尽人意，酒店入住率和平均日房价分别下降18.4个百分点和22.2%，导致每间可出租客房收入比2008年同期下降43.9%。受金融危机冲击和流感的影响，2009年以来，来自国外的旅游和商务客大幅减少，加上国内企业大幅减少商旅成本，沿海地区如北京、上海、广州和深圳等四至五星级酒店3月份的平均入住率只有30%至40%，是以前从未有过的低位。国内酒店业在近几年高速扩张，仅北京在2008年就新增加四、五星级酒店共计199家，总数达到590家，其增幅高逾4成。在入住率过低和酒店业扩张过快的背景下，加上跨国知名酒店如丽思卡尔顿、希尔顿和喜来登等大肆在华扩张，以品牌、管理和服务等优势抢夺内地市场。而目前国内许多酒店没有形成品牌效应，大多是中低档次的单体酒店，难以形成连锁的规模效应，在与国外品牌酒店的竞争中处于弱势，目前部分酒店处于亏损或者硬撑，加上资金链的紧张，未来二三年内地很可能出现倒闭或收购潮，并将迎来整合高潮。目前中国旅游业在运行过程中出现了结构性过剩问题，即高端旅游产品如高星级酒店产品过剩了，而能满足广大群众日益增长的旅游需求的大众化产品则相对供应不足，因此酒店会出现重组和并购，以适应市场需要。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家旅游局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国饭店业协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于全国宾馆酒店行业发展概况，从国外宾馆酒店的行业概况、发展方向，到我国宾馆酒店行业的发展策略、宾馆酒店行业的竞争格局、宾馆酒店行业未来发展趋势等多方面进行了深度剖析。本报告内容丰富、数据详细，在撰写的过程中，运用了大量的图、表，分析深入、透彻，且有独到的见解，是宾馆酒店企业、策划机构、运营管理公司及相关企业和单位、计划投资于宾馆酒店行业的企业等准确了解目前中国宾馆酒店行业市场发展动态，把握宾馆酒店行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

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 全球宾馆酒店业分析

第一节 全球酒店业的发展概况

第二节 2008-2009年世界酒店发展分析

一、2008世界酒店产业新格局

二、2008年全球酒店集团继续在亚洲扩展业务

三、2008年美国首选酒店集团全球布点600家

四、2008年全球惟一七星级酒店进军中国市场

五、经济危机下全球酒店业市场发展状况

六、2009年全球酒店市场将继续面临挑战

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 旅游业发展分析
- 一、金融危机对旅游市场的影响分析
 - 二、我国旅游资源开发分析
 - 三、我国旅游规划现状特征分析
 - 四、我国旅游市场需求预测分析
 - 五、我国旅游市场网络营销创新与管理分析
 - 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 餐饮业发展分析
- 一、金融危机冲击下我国餐饮业发展分析
 - 二、餐饮业连续18年保持两位数增长
 - 三、我国餐饮业改革开放30年的经验启示
 - 四、未来五年餐饮业力争实现年均18%的增速
 - 五、餐饮业集体“用功”吸引资本
 - 六、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析
 - 七、未来餐饮业发展前景分析
- 第三节 会展业发展分析
- 一、会展与酒店业互动发展模式
 - 二、2008年会展经济迎来新的发展机遇
 - 三、会展业对唐山文化名城建设的促进作用
 - 四、提升成都会展业竞争力路径分析
 - 五、会展业在经济发展中的地位作用
 - 六、我国实现会展与酒店互动发展的对策
 - 七、未来中国会展业发展趋势预测
- 第四章 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 2008年中国酒店业发展分析

一、2008中国酒店业十大新闻

二、高星级酒店入住率下跌旅游低价救市

三、我国酒店业密谋二三线城市

四、酒店信息化竞争加剧智能化已定局

第三节 2009年中国酒店业发展分析

一、我国酒店高端市场供给量

二、国内推出“延迟退房”的酒店不断增加

第四节 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

第五节 酒店行业信息化的方向与建议

一、酒店行业信息化方向

二、酒店信息化建议

第五章 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

第六章 宾馆酒店细分市场分析

第一节 商务酒店

- 一、2008年全国最大商务酒店联盟启动
- 二、商务酒店欲走出“草根经济”
- 三、商务酒店的价值投资
- 四、非均衡的商务旅游市场与产业结构
- 五、中国商务酒店提升竞争体系分析

第二节 旅游度假酒店

- 一、中国旅游酒店业发展现状
- 二、分时度假酒店在中国的发展情况
- 三、中国旅游酒店业发展政策分析
- 四、我国北方最大会展度假生活酒店将现身水城
- 五、2008年度假酒店“中式管家”新概念
- 六、度假酒店的市场前景与发展趋势

第三节 经济型酒店

- 一、2008年国内七大经济型连锁酒店分析
- 二、金融危机或造就经济型酒店发展新机会
- 三、经济型酒店奥运后发展成焦点
- 四、经济型酒店效益分析和经营运作模式
- 五、河南经济型酒店扩张速度放缓
- 六、奥运经济型酒店面临风险分析

第四节 产权式酒店

- 一、国内产权式公寓酒店的定义
- 二、产权式公寓酒店产品SWOT分析
- 三、产权式酒店投资的利好与风险规避
- 四、产权式酒店价值将被重新认识
- 五、酒店式公寓的发展前景

第五节 主题酒店

- 一、主题酒店的缘起与兴起
- 二、主题酒店的设计与运营
- 三、奥运主题酒店丰富北京旅游业态
- 四、威尼斯成为中国首座主题酒店
- 五、主题酒店市场竞争的颠覆性创新
- 六、中国主题酒店的发展方向

第六节 绿色酒店

- 一、绿色饭店定义与标准
- 二、绿色酒店成为酒店主要发展趋势
- 三、2010年全国将建成万家绿色酒店
- 四、绿色酒店逐渐成投资新宠

第七节 会议酒店

- 一、会议酒店兴起的背景
- 二、中国会议酒店发展的现状特征
- 三、中国会议酒店发展存在的问题
- 四、中国会议酒店发展的路径选择
- 五、中国会议酒店发展的趋势

第八节 其它酒店

- 一、青年旅舍类酒店
- 二、公寓式酒店

第七章 部分城市宾馆酒店业发展分析

第一节 2008年北京宾馆酒店业发展分析

- 一、北京酒店业市场十大特点
- 二、2008年北京酒店开发项目情况
- 三、2008年北京酒店供需分析
- 四、2008奥运会促进北京酒店业全面发展
- 五、2008年奥运后北京酒店发展分析
- 六、北京星级酒店市场价格分析
- 七、北京酒店业市场竞争态势分析

第二节 2008年上海宾馆酒店业发展分析

- 一、2008年上海首家世博酒店正式营业
- 二、2008年上海欲建国内首座地下五星级酒店
- 三、上海高档酒店业市场分析
- 四、上海酒店业将受益于前世博效应
- 五、2010年世博会经济型酒店供给分析

第三节 2008年深圳宾馆酒店业发展分析

- 一、深圳高级酒店客房的市场需求仍然十分旺盛
- 二、2008年深圳高级酒店群格局分析

三、目前深圳酒店业存在现状

四、2011年大运会深圳酒店业的商机

五、深圳酒店业未来规划

第四节 2008年广州宾馆酒店业发展分析

一、广州酒店业的发展历程

二、2008年广州五星级酒店供应分析

三、2008年广州经济型酒店五一入住率分析

四、广州五星级酒店价格分析

五、2010年广州星级酒店发展预测

第二部分 行业竞争格局

第八章 宾馆酒店行业竞争分析

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 2009年宾馆酒店竞争分析

一、2008年宾馆酒店市场竞争情况分析

二、2009年宾馆酒店市场竞争形势分析

第三节 2008-2009年中国宾馆酒店行业竞争分析及预测

一、2008-2009年集中度分析及预测

二、2008-2009年SWOT分析及预测

三、2008-2009年进入退出状况分析及预测

四、2008-2009年生命周期分析及预测

第九章 宾馆酒店企业竞争策略分析

第一节 宾馆酒店市场竞争策略分析

一、2009年宾馆酒店市场增长潜力分析

二、2009年宾馆酒店主要潜力项目分析

三、现有宾馆酒店竞争策略分析

四、宾馆酒店潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 宾馆酒店企业竞争策略分析

- 一、金融危机对宾馆酒店行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后宾馆酒店行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国宾馆酒店市场竞争趋势
- 四、2009-2012年宾馆酒店行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年宾馆酒店行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年宾馆酒店企业竞争策略分析

第十章 宾馆酒店国际企业竞争分析

第一节 巴斯酒店集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 希尔顿酒店集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 万豪酒店集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第四节 香格里拉酒店集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第五节 速8酒店

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十一章 宾馆酒店国内企业竞争分析

第一节 湖南华天大酒店股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 广州市东方宾馆股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 深圳新都酒店股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 金陵饭店股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 如家快捷酒店连锁集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 广州白天鹅宾馆

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十二章 宾馆酒店行业发展趋势分析

第一节 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

第二节 中国酒店业营销的趋势预测

一、竞合营销趋势

二、分众营销趋势

三、品牌营销趋势

四、网络营销趋势

五、服务营销趋势

六、体验营销趋势

七、营销网络的普遍化

八、客人档案的普遍建立

九、弹性供给的普遍化和产出效益的科学管理

第三节 2009-2012年宾馆酒店市场趋势分析

一、2008-2009年宾馆酒店市场趋势总结

二、2009-2012年宾馆酒店发展趋势分析

三、2009-2012年宾馆酒店市场发展空间

四、2009-2012年宾馆酒店产业政策趋向

五、2009-2012年宾馆酒店价格走势分析

第四节 2009-2012年宾馆酒店市场预测

一、2009-2012年宾馆酒店市场结构预测

二、2009-2012年宾馆酒店市场需求前景

三、2009-2012年宾馆酒店市场价格预测

四、2009-2012年宾馆酒店行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 宾馆酒店行业投资现状分析

第一节 2008年宾馆酒店行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年宾馆酒店行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十四章 宾馆酒店行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年宾馆酒店行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十五章 宾馆酒店行业投资机会与风险

第一节 宾馆酒店行业投资效益分析

- 一、2008-2009年宾馆酒店行业投资状况分析
- 二、2009-2012年宾馆酒店行业投资效益分析
- 三、2009-2012年宾馆酒店行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年宾馆酒店行业的投资方向
- 五、2009-2012年宾馆酒店行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响宾馆酒店行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响宾馆酒店行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响宾馆酒店行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响宾馆酒店行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国宾馆酒店行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国宾馆酒店行业发展面临的机遇分析

第三节 宾馆酒店行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年宾馆酒店行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年宾馆酒店行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年宾馆酒店行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年宾馆酒店同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年宾馆酒店行业其他风险及控制策略

第十六章 宾馆酒店行业投资战略研究

第一节 宾馆酒店行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对宾馆酒店品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、宾馆酒店实施品牌战略的意义
- 三、宾馆酒店企业品牌的现状分析
- 四、宾馆酒店企业的品牌战略
- 五、宾馆酒店品牌战略管理的策略

第三节 宾馆酒店行业投资战略研究

- 一、2008年宾馆酒店行业投资战略
- 二、2009年宾馆酒店行业投资战略
- 三、2009-2012年宾馆酒店行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

第十七章 宾馆酒店业发展的主要策略

第一节 金融危机对酒店业影响及对策

- 一、影响表现
- 二、2009年预期
- 三、应对策略

第二节 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

第三节 我国酒店业质量持续改进的对策分析

- 一、波多里奇国家质量奖的基本内涵
- 二、波多里奇卓越绩效准则的评价内容
- 三、波多里奇卓越绩效准则的修订
- 四、新准则对我国酒店业质量管理的启示

第四节 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

第五节 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

图表目录

图表：国际酒店管理集团管理酒店的区域布局与地区主要因素的相关性

图表：国际酒店管理集团管理酒店点轴布局示意图

图表：10家国际酒店管理集团管理酒店区域分布情况表

图表：目前全球各类连锁酒店所占的比重

图表：全球各地区连锁酒店客房所占比例

图表：2006年10家国际管理集团在国内管理酒店和客房情况表

图表：1982-2006年10家国际酒店管理集团在中国内地酒店数量扩张图

图表：1981-2006年10家国际酒店管理集团管理酒店发展情况表

图表：2001-2005年31省市旅游接待人数、旅游收入平均值

图表：2004年31省市4A景点数

图表：2004年31省市单位面积机场数

图表：1993-2007中国出境旅游入次数

图表：1995-2007年中国入境旅游入次数及分布

图表：1980-2006年我国旅游市场需求研究文献统计图

图表：2004-2007年中国星级酒店市场规模

图表：2006年中国五大地区酒店数量分布

图表：2006年中国酒店级别市场结构

图表：2006年中国经济型酒店各类住客比例图

图表：2000-2007年中国经济型连锁酒店数量增长情况

图表：2000-2007年中国经济型连锁酒店客房数增长情况

图表：2007年七大经济型酒店开业酒店数及客房数比较

图表：2007年七大经济型酒店平均房价比较

图表：1997-2008年锦江之星历年开店数

图表：2005年-2007年5月星级酒店供应结构图

图表：2003-2005年北京各星级酒店接待住宿者情况图

图表：2007年5月三星级（含）以上酒店价格情况表

图表：2008年第一季度万豪国际酒店集团经营业绩

图表：中国入境旅游市场分布

图表：中国入境旅游欧洲市场结构变化

图表：边际社会收益（1）

图表：边际社会收益（2）

图表：福利最大的游客规模或俱乐部成员规模

图表：旅游产品开发过程

图表：旅游资源适度开发指标示意图

图表：旅游资源开发的利益关系

图表：文献按照研究方法分类统计

图表：主要研究方法载文量的分时段统计（1984-2007）

图表：广义的酒店业集群业概念

图表：狭义的酒店业集群概念

图表：中国经济型酒店各类设施和服务比例情况

图表：消费者对经济型酒店的满意度

图表：经济型酒店消费者最满意及最关注的因素

图表：消费者了解酒店信息的途径

图表：酒店服务于商务客人的项目表

图表：消费行为因素分析图

图表：至2007年8月全国星级饭店数量

图表：管理饭店数量位居前五位的国际饭店

图表：如家酒店连锁门店区域分布表

图表：如家酒店连锁门店区域分布图

图表：锦江之星旅馆门店区域分布表

图表：锦江之星旅馆门店区域分布图

图表：7天连锁酒店门店区域分布表

图表：7天连锁酒店门店区域分布图

图表：莫泰尔168门店区域分布表

图表：莫泰尔168门店区域分布图

图表：速8酒店门店区域分布表

图表：速8酒店门店区域分布图

图表：汉庭快捷门店区域分布表

图表：汉庭快捷门店区域分布图

图表：格林豪泰连锁酒店门店区域分布表

图表：格林豪泰连锁酒店门店区域分布图

图表：北京各类别酒店比例图

图表：系数分析表

图表：方差分析表

图表：模型综述表

图表：2008-2009年华天酒店成长性分析

图表：2008-2009年华天酒店现金流量分析

图表：2008-2009年华天酒店经营能力分析

图表：2008-2009年华天酒店盈利能力分析

图表：2008-2009年华天酒店偿债能力分析

图表：2008-2009年锦江股份成长性分析

图表：2008-2009年锦江股份现金流量分析

图表：2008-2009年锦江股份经营能力分析

图表：2008-2009年锦江股份盈利能力分析

图表：2008-2009年锦江股份偿债能力分析

图表：2008-2009年东方宾馆成长性分析

图表：2008-2009年东方宾馆现金流量分析

图表：2008-2009年东方宾馆经营能力分析

图表：2008-2009年东方宾馆盈利能力分析

图表：2008-2009年东方宾馆偿债能力分析

图表：2008-2009年新都酒店成长性分析

图表：2008-2009年新都酒店现金流量分析

图表：2008-2009年新都酒店经营能力分析

图表：2008-2009年新都酒店盈利能力分析

图表：2008-2009年新都酒店偿债能力分析

图表：2008-2009年金陵饭店成长性分析

图表：2008-2009年金陵饭店现金流量分析

图表：2008-2009年金陵饭店经营能力分析

图表：2008-2009年金陵饭店盈利能力分析

图表：2008-2009年金陵饭店偿债能力分析

图表：2008年如家快捷酒店主要财务指标

图表：2009年第一季度如家快捷酒店主要财务指标

图表：美国各等级酒店的投资成本平均水平

图表：酒店企业国际化能力与跨国经营实施步骤的匹配

图表：影响商务旅游者入住率的因素分析

图表：1988-2008年中国旅游产业发展规模

图表：1988-2008年中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：人均GDP与旅游业态存在一定对应关系（旅游范围视角）

图表：2009年我国人均GDP预测

图表：中国旅行社规模与增长率变化表

图表：主要旅行社旅游接待情况

图表：旅行社规模、有组织接待人数及利润率

图表：旅行社市场份额变化表

图表：旅行社业收入与平均利润表

图表：旅行社规模、营业收入及利润率

图表：旅行社集中度与利润的相互作用

图表：2008年“十一”黄金周全国各省接待游客数量及收入

图表：2008年“十一”黄金周旅游行业创近年最好增速

图表：2008年“十一”黄金周一日游显著增加

图表：2006-2008年纳入预报体系119个景区十一黄金周期间接待游客和门票收入情况

图表：2005-2008年十一黄金周全国旅游总体情况

图表：2006-2008年上市公司相关景区十一期间接待游客情况

图表：2009年1月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年1月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2009年1月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2009年1月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年2月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年2月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年2月来华旅游入境人数（年龄性别）

图表：2009年2月入境旅游外国人人数（目的）

图表：2009年3月入境旅游接待收汇情况

图表：2009年3月来华旅游入境人数（按入境方式分）

图表：2009年3月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）

图表：2009年3月入境旅游外国人人数（按目的分）

图表：2009年4月入境旅游外国人人数（按目的分）
图表：2009年4月来华旅游入境人数（按年龄、性别分）
图表：2009年4月来华旅游入境人数（按入境方式分）
图表：2009年4月入境旅游接待收汇情况
图表：2009年5月入境旅游外国人人数(目的)
图表：2009年5月来华旅游入境人数(年龄性别)
图表：2009年5月来华旅游入境人数（按入境方式分）
图表：2009年5月入境旅游接待收汇情况
图表：2009年6月入境旅游外国人人数(目的)
图表：2009年6月来华旅游入境人数(年龄性别)
图表：2009年6月入境旅游接待收汇情况
图表：2009年1-6月中国入境旅游地方接待情况(一)
图表：2009年1-6月中国入境旅游地方接待情况(二)
图表：2009年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(一)
图表：2009年1-6月中国入境旅游主要城市接待情况(二)
图表：2009年1-6月入境旅游外国人人数(目的累计)
图表：2009年1-6月来华旅游入境人数(年龄性别累计)
图表：加拿大生态旅游者旅游动机
图表：北美生态旅游者旅游动机
图表：生态旅游者团队构成
图表：生态旅游者愿意支付的费用

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200909/24989.html>