2014-2019年中国酒店市场
调研与发展趋势预测报告

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

《2014-2019年中国酒店市场调研与发展趋势预测报告》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/201404/103875.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

酒店是在古时候的“亭驿”、“客舍”和“客栈”的基础上，随着人类的进步、社会经济的发展，科学文化、技术和交通的发达而发展起来的。现代社会经济的发展，带来了世界旅游、商务的兴旺，酒店业也随之迅速发展起来，而且是越来越豪华、越来越现代化。

“十一五”期间，我国酒店行业发展速度较快，主要受益于酒店行业自身的服务不断提高以及旅游行业的发展，推动酒店行业市场需求不断扩大。2008年、2009年因受到全球金融危机的影响，我国酒店行业的增长速度有所放缓，2010年，随着我国经济的复苏，我国酒店行业的增长速度又开始加快，增长率达到1.38%，星级酒店总规模达到14433家。

2011年以来，中国新开业的星级酒店如雨后春笋，各大国际酒店管理集团竞相制定出里程碑式的开业计划，不是巩固自身在中国的豪华酒店之领先地位，就是努力使自己比竞争对手占据更大的市场。随着一线城市豪华酒店市场渐趋饱和，酒店业的重心已从北上广转移至内地经济迅速发展的二三线城市。与此同时，2011年中国酒店业不断涌现新的营销模式，先是团购网站风潮蔓延至酒店业，随后神秘房、Last Minute等国外成功模式也纷纷登陆国内。

2011年新版《饭店星级的划分与评定》正式实施，其中将一二三星级饭店定位为有限服务饭店，评定星级时应对饭店住宿产品进行重点评价，四五星级定位为完全服务饭店，评定星级时应对饭店产品进行全面评价。

2012年上半年的中国酒店业，随着商旅和休闲旅游回暖，平均房价和出租率双双上升。2012年三季度以来，全国酒店平均出租率环比每月均呈现下滑，客房平均收入占总收入比重也都有较明显的降幅。

随着我国旅游业的迅猛发展，对休闲度假酒店的需求也将有成倍的增长，中国酒店业发展前景广阔。在中国经济转型与消费升级的大背景下，未来几年仍将是酒店业加速发展的黄金时期。

本行业分析报告主要依据国家统计局、国家商务部、国家旅游局、国家发改委、国家经济信息中心、中国酒店管理协会、国内外相关刊物的基础信息以及酒店行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对我国酒店行业的市场发展现状、市场前景、酒店市场的竞争格局、酒店领先企业等进行了研究，并对未来酒店行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了酒店行业今后的发展与投资策略，并重点分析了现阶段中国茶业面临的问题，以及一些前沿的策略。为我国酒店企业在市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投

资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。您若想对酒店行业有个系统的了解或者想投资酒店行业及相关行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

〖目 录〗

第一部分 酒店行业整体运行态势分析
第一章 2012-2013年中国酒店业运行环境解析
第一节 2012年中国宏观经济环境分析 1
一、2012年宏观经济运行指标分析 1
二、2014-2019年中国经济发展预测 9
第二节 2013年中国酒店业政策环境分析 14
一、全国酒店产业政策与发展方向 14
二、酒店产业相关法律法规问题 15

第二章 2012-2013年国际酒店业运行态势分析
第一节 2012年国际酒店业概述 34
一、全球酒店业中心开始转移 34
二、2012年全球酒店业总体运行总况 34
三、2012年全球酒店房价行情分析 35
四、2012年亚太地区酒店业三项指标 36
五、国际著名跨国酒店集团介绍 37
第二节 2012年国际宾馆酒店业的经营管理综述 38
一、国际酒店管理集团经营模式分析 38
二、国际宾馆酒店业管理的主要体制特点 40
三、西方酒店业引入全面质量管理 41
四、国外饭店集团介入的管理形式 42
五、国际一流酒店经营管理的五大新趋势 44
第三节 2012年欧洲酒店业运行分析 48
一、欧洲酒店业总体概述 48
三、欧洲酒店价格分析 49
四、俄罗斯酒店市场颇受青睐 50

五、德国酒店业发展概况 50
六、西班牙酒店业发展概况 51
第四节美国酒店业 52
一、美国酒店业的供需情况分析 52
二、2011年美国酒店业支付给OTA的分销费用 52
三、2012年美国喜达屋、希尔顿酒店集团加速布局中国市场 54
第五节东南亚酒店业 56
一、东南亚酒店业发展综述 56
二、2012年泰国酒店业运行分析 60
三、2012年新加坡酒店供求及价格分析 61
四、2012年柬埔寨星级酒店业发展近况 62

第三章 2012-2013年中国酒店业运行新形势透析
第一节中国酒店业的演变历程 64
一、中国古代酒店 64
二、中国近代酒店 67
三、中国现代酒店 70
第二节 2012-2013年中国酒店业运行动态分析 71
一、2012年中国酒店业市场规模 71
二、2012年全国星级酒店开业统计分析 73
三、2013年中国现代酒店业发展预测 76
四、特许业新规实施带动酒店业连锁洗牌 78
第三节 2012年中国酒店业运营现状 79
一、中国酒店业热点透视 79
二、中国酒店业逐渐回暖 82
三、中国星级酒店发展状况分析 83
四、2012年全国星级饭店统计分析 93
五、2012年三季度酒店价格指数报告 104
第四节 2013年中国酒店业面临的问题与挑战 107
一、中国酒店业存在的壁垒分析 107
二、中国酒店业面临的主要问题 111
三、中国酒店业人才缺失严重 112

第五节 2013年促进中国酒店业发展的对策 112
一、消费需求不足状况下酒店的经营策略 112
二、中国酒店业应拥有自己的国际品牌 115
三、酒店业的个性化服务 116
四、中国酒店业如何从投资大国走向管理大国 117

第二部分 酒店细分行业运行态势分析及展望
第四章 2014-2019年中国商务酒店运行态势分析及展望
第一节商务酒店相关概述 120
一、商务旅游阐述 120
二、商务酒店特性分析 121
第二节 2012年中国商务酒店运行概况 122
一、商务酒店试图走出“草根经济” 122
二、商务酒店低价抢市场 122
三、商务酒店休闲蔚为风尚 123
四、商务酒店紧随商务客人的需求变化分析 124
五、商务酒店在线销售模式风行 128
第三节 2012年中国商务酒店投资动态分析 129
一、商务酒店掀起投资狂潮 129
二、国际商务型酒店纷纷进驻广东 130
三、商务酒店蜂拥济南 131
四、全球投资机构看好中国商务酒店市场 132
五、商务酒店的价值投资 133
第四节未来中国商务酒店发展策略及前景分析 140
一、商务酒店品牌建设的策略分析 140
二、中国商务酒店发展道路探讨 147
三、商务酒店经营策略分析 148
四、商务酒店面临美好发展前景 152

第五章 2014-2019年中国旅游度假酒店运行态势分析及展望
第一节假日经济与酒店业关联性分析 154
一、假日经济带动旅游酒店业发展 154

二、假日调整对酒店业的影响 154
三、“假日经济”魅力下酒店的营销管理 155
第二节 2012年中国旅游度假酒店概况 158
一、中国旅游酒店业发展现状 158
二、成功携手全球两大旅游度假酒店资源联盟 159
三、气候对度假酒店的重要性 160
四、广州度假酒店发展前景广阔 161
五、大理大力发展高端度假酒店 163
第三节 2012年分时度假酒店在中国的发展分析 164
一、分时度假的产生与发展 164
二、分时度假在中国的发展分析 166
三、中国分时度假的四种经营者 167
四、中国分时度假业亟待规范 167
五、中国分时度假迈入青年期 168
第四节 2012年中国旅游度假酒店市场营销分析 170
一、中国度假酒店市场营销的特点 170
二、度假酒店的营销策略分析 171
三、休闲度假型酒店的散客销售 172
四、4Cs营销理念在中国度假饭店的运用 176
第五节未来中国度假酒店经营管理新趋势探析 179
一、多元化发展将是度假酒店的必然现象 179
二、主题经营将是度假酒店竞争制胜的基本定律 181
三、提高客人体验价值将是度假酒店的服务之道 182
四、快乐工作将是度假酒店员工管理的重要课题 184
五、连锁经营将是度假酒店企业发展的必然选择 186
第六节 2014-2019年中国旅游度假酒店的对策与前景分析 187
一、发展度假酒店的对策分析 187
二、室内水上乐园度假酒店投资方案分析 189
三、2011-2020年中国度假型酒店将迅猛发展 191
四、未来10年百余座高端度假酒店将落户海南 191

第六章 2011-2015年中国经济型酒店运行态势分析及展望

第一节经济型酒店基础概述 193
一、经济型酒店的特点分析 193
二、经济型酒店的位置与环境 194
三、经济型酒店的投资与评估 194
四、经济型酒店的规模与功能 195
五、经济型酒店的风格与形式 195
第二节 2012年中国经济型酒店发展分析 180
一、2012年中国经济型酒店市场规模 196
二、2012年经济型酒店市场规模 204
三、2012年经济型酒店抢滩会议市场 205
四、2012年经济型酒店加速布局京沪高铁沿线二三线城市 205
五、2012年经济型酒店口碑持续微挫 206
六、2012年加盟和并购成经济型酒店扩张主题 208
第三节 2012年中国经济型酒店消费市场分析 211
一、消费者构成及特征 211
二、消费的动机与原因 212
三、消费者认知能力 213
四、消费心理与消费趋势 213
第四节 2012年中国经济型酒店的经营与管理分析 218
一、中国经济型酒店经营管理状况分析 218
二、现代经济型酒店经营利润高 223
三、中国经济型酒店先行者的管理模式分析 224
四、经营经济型酒店关键把握因素 226
五、经济型酒店冲出重围经营策略 227
第五节 2012年中国经济型酒店的效益分析 229
一、投入产出分析 229
二、经济型酒店的投资回报分析 230
三、经济型酒店与资本市场结合的路径 231
四、经济型酒店的土地使用权存在隐患 232
第六节 2012年中国经济型酒店的运作模式分析 233
一、开发模式 233
二、选址要求 234

三、注册成立酒店管理公司 235
第七节 2013年中国经济型酒店面临的问题及策略 236
一、经济型酒店行业存在的问题 236
二、中国经济型酒店遭遇三大考验 237
三、经济型酒店在发展中应注意的问题 238
四、经济型酒店应注意回避的误区 241
五、中国经济型酒店的特色品牌的创建 242
六、中国经济型酒店的发展策略 244
第八节 2014-2019年中国经济型酒店发展前景与趋势探析 247
一、经济型酒店业的发展潜力巨大 247
二、中档经济型酒店发展面临新契机 248
三、差异化经营成经济型酒店的必然趋势 248
四、经济型酒店产业集中是必然趋势 249
五、未来中国经济型酒店的发展趋势 251

第七章 2014-2019年中国产权式酒店运行态势分析及展望
第一节产权式酒店概述 254
一、产权式酒店的定义 254
二、产权式酒店的类型 254
第二节 2012年中国产权式酒店现状综述 254
一、产权酒店商业模式 254
二、我国产权酒店的产生与发展 256
三、产权酒店在中国兴起的深层次原因及面临的问题 261
四、产权酒店的发展建议及政策建议 266
第三节 2012年中国产权式酒店的投资优势解析 268
一、资金快速回笼 268
二、获得高额回报 268
三、实现酒店与业主的“双赢” 269
第四节 2013年中国产权式酒店的投资风险及防范 269
一、产权式酒店的主要投资风险及规避方法 269
二、产权式酒店投资风险来源 272
三、产权式酒店投资风险大 274

四、产权式酒店投资风险的法律防范措施 277
第五节 2013年中国产权式酒店的投资方法 278
一、投资产权式酒店的要素 278
二、产权式酒店投资价值分析 279
三、产权式酒店公寓的投资策略分析 281
四、投资产权式酒店的应注意的问题 282
第六节 2014-2019年中国产权式酒店发展对策及前景分析 283
一、中国千余家产权酒店争抢世博机遇 283
二、中国产权式酒店发展需三方面共同努力 283
三、我国产权式酒店业发展的思路 284
四、未来产权式酒店发展具有三大利好 285

第八章 2014-2019年中国酒店式公寓运行态势分析及展望
第一节酒店式公寓阐述 287
一、酒店式公寓的特征 287
二、酒店式公寓目标客户群的类型 288
三、酒店式公寓的定位 289
第二节 2012年中国酒店式公寓发展概述 291
一、酒店式公寓物业成租务焦点 291
二、酒店式公寓的市场细分越来越精细 292
三、酒店式公寓将突起二线城市 293
四、酒店式公寓市场进入转折期 295
第三节 2012年中国酒店式公寓的产品开发分析 295
一、项目选址策略 295
二、目标消费群定位 296
三、产品设计策略 297
四、产品销售策略 297
五、销售成本控制策略 299
六、经营管理策略 299
第四节 2012年中国酒店式公寓的投资风险分析 300
一、五大隐性成本 300
二、非住宅税费 301

三、房屋土地性质 301
四、投资实力 302
五、避免扎堆出租 302
第五节 2014-2019年中国酒店市公寓投资价值及前景分析 302
一、酒店式公寓的投资回报模式探讨 302
二、酒店式公寓的投资价值分析 303
三、酒店式公寓的市场投资前景分析 304

第九章 2014-2019年中国主题酒店运行态势分析及展望
第一节主题酒店基本概述 307
一、主题酒店的缘起与兴起 307
二、主题酒店的一般类型 307
三、主题酒店与特色酒店的异同 308
四、世界各地主题酒店大观 310
第二节 2012年中国主题酒店的发展概况 311
一、主题酒店在中国的兴起 311
二、主题酒店成酒店营销新方式 311
三、中国主题酒店的发展模式分析 313
四、中国主题酒店发展趋势解读 320
第三节 2011-2012年中国各城市主题酒店发展动态 323
一、2011年中国首个主题酒店群在深圳落成 323
二、2011年国内首家五星级珠宝主题酒店开业 324
三、2011年深圳华侨城打造岭南文化主题酒店 324
四、2011年长沙各种主题酒店频繁开业 326
五、2012年天津滨海航母主题公园建设世界首家舰上酒店 326
第四节 2012年中国主题酒店的投资分析 327
一、对主题的认识 327
二、主题酒店的发展空间 328
三、主题酒店的市场定位 328
四、主题的延伸和更新 329
第五节 2012年中国建设主题酒店的三要素分析 329
一、服务功能 329

二、市场细分 330
三、特色文化 331

第十章 2014-2019年中国绿色酒店运行态势分析及展望
第一节绿色酒店定义及由来 334
一、绿色饭店的定义 334
二、绿色酒店的标准 334
三、全球八大绿色酒店介绍 341
四、创建绿色酒店的意义 345
第二节 2012年中国绿色酒店发展概况 346
一、绿色酒店逐渐成投资新宠 346
二、绿色酒店成为酒店主要发展趋势 346
三、环保时代需要绿色酒店 347
四、到2013年我国将建万家“绿色酒店” 348
第三节 2013年中国绿色酒店发展的问题及思路 348
一、观念方面 349
二、政策和管理方面 350
三、绿色酒店发展思路 350
四、建设绿色酒店实施要求 353

第三部分 酒店行业细分区域市场分析及展望
第十一章 2012年北京酒店业市场运行分析
第一节 2012年北京酒店业发展综述 356
一、2012年北京酒店业经营情况分析 356
二、2012年北京星级饭店经营情况 358
三、北京酒店业未来发展趋势三大特点 358
第二节后奥运时代北京酒店业的发展 359
一、后奥运时代北京酒店市场需求分析 359
二、后奥运时代北京酒店业长期发展形势乐观 360
三、后奥运时代北京酒店业发展策略分析 363
第三节 2012年北京酒店业竞争分析 365
一、北京酒店业市场竞争态势分析 365

二、中国本土酒店在北京全面扩张 371
三、外资品牌酒店进驻北京市场 371
第四节 2012年北京公寓式酒店市场分析 373
一、公寓式酒店概述 373
二、北京公寓式酒店的供给特点 373
三、北京公寓式酒店的需求分析 375
四、北京公寓式酒店市场交易特点分析 377
五、2012年北京酒店式公寓投资简析 377

第十二章 2012年上海酒店业市场分析
第一节上海酒店业后世博业务攻略 380
一、上海世博会全面成功 380
二、世博会对当酒店业的影响 380
三、“后世博”酒店业面临的挑战 380
四、上海酒店业的后世博业务策略 381
第二节 2012年上海酒店业概况 382
一、2012年上海酒店市场分析 382
二、上海迪士尼带来酒店业发展新机遇 385
三、上海成高端酒店业黄金地 386
四、2012年上海高星级酒店业经营情况分析 388
第三节 2012年上海酒店市场客源分析 389
一、上海酒店客源细分市场特征 389
二、上海3-5星级酒店客源市场解析 391
三、上海酒店客源结构多元化 396
第四节 2012年上海酒店业投资分析 398
一、前瞻旅游消费观念衍化，拓展旅游新资源 398
二、设计提升价值。重视设计，更新酒店设计观念，改变“中国制造”特点 399
三、集团化发展，品牌化经营 399
四、创造绿色饭店，倡导绿色消费，降低运营成本 400
第五节 2013年上海酒店业发展对策分析 400
一、促进上海酒店业健康发展的建议 400
二、上海酒店业品牌经营战略解析 403

第十三章 2012-2013年广州酒店业市场分析
第一节 2012年广州酒店业概况 407
一、广州酒店市场总体回顾 407
二、亚运会对旅游酒店业的影响分析 408
三、2012年广交会对广州酒店业的影响 412
第二节 2012年广州酒店业竞争格局 414
一、广州酒店业竞争加剧 414
二、广州酒店业面临重新洗牌 415
三、广州老牌五星级酒店异地开新战场 416
四、2012年广州首家希尔顿酒店开业 417
第三节 2012年广州酒店业问题与对策分析 418
一、广州中档酒店的困境与发展思路 418
二、亚运会给广州酒店带来新的挑战 423
三、广州酒店业应实行体育营销策略 425
四、广州酒店业发展对策分析 427
第四节未来广州酒店业发展趋势探析 429
一、广州酒店式公寓投资前景广阔 429
二、“后亚运”广州酒店业发展路径 430

第十四章 2012-2013年深圳酒店业市场分析
第一节 2012年深圳酒店业概况 434
一、深圳酒店业步入快速发展期 434
二、深圳经济型酒店的供需及经营模式解析 436
第二节 2012年深圳酒店业的竞争分析 440
一、深圳经济型酒店抢夺关外市场 440
二、国际酒店集团竞逐深圳市场 442
三、深圳酒店业新生力量崛起 445
第三节 2012年深圳酒店业发展分析 446
一、大运会深圳酒店业的商机 446
二、深圳酒店业未来规划 446
三、深圳未来酒店发展格局分析 447

第四部分 酒店行业竞争格局及企业分析
第十五章 2012-2013年中国酒店业竞争新格局透析
第一节 2012年中国酒店业竞争概况 450
一、中国经济型酒店竞争格局分析 450
二、中国经济型酒店转向中档连锁市场竞争 451
三、2012年经济型酒店寡头争霸格局显现 455
四、2012年外资加快布局酒店业 456
五、酒店业面临超值竞争时代的挑战 457
第二节 2012年现代酒店业的市场竞争分析 458
一、产品的开拓和发展分析 458
二、市场竞争中的价格分析 459
三、市场竞争中的营销分析 461
四、竞争中的人员素质分析 462
五、酒店业竞争的新生力 462
六、酒店业的竞争由单一价格竞争转向品牌竞争 464
第三节 2012年中国酒店竞争对手分析 470
一、竞争对手的市场占有率 470
二、竞争对手的财务状况 470
三、竞争对手的产能利用率 470
四、竞争对手的创新能力 471
五、对竞争对手的领导人进行分析 471
第四节 2013年中国酒店业集群竞争形势分析 472
一、集群理论国内外发展情况 472
二、酒店业集群的形成与发展 473
三、酒店业集群优势和竞争力提升分析 476
第五节 2013年中国提升酒店竞争力的主要策略 479
一、酒店信息化与智能化策略 479
二、经济型酒店市场细分策略 480
三、经济型酒店的特色经营策略 480
四、酒店品牌化建设策略 481
五、治理专业化策略 482

第六节 2014-2019年中国酒店行业竞争的八大趋向 483
一、理念竞争是先导 483
二、管理竞争是基础 484
三、人才竞争是关键 485
四、品牌竞争是战略 485
五、创新竞争是潮流 486
六、文化竞争是方向 486
七、学习竞争是动力 487
八、服务竞争是目标 487

第十六章 2012-2013年国外重点酒店企业运行分析
第一节希尔顿国际酒店集团 489
一、企业概况 489
二、2012年希尔顿在华新开两家酒店 492
三、2012年希尔顿推出全球“欢迎”计划 493
四、2012年希尔顿宣布5年在华新开100家酒店 493
五、希尔顿的后奥运时刻 494
第二节法国雅高酒店集团 495
一、企业概况 495
二、2012年雅高集团经营状况 498
三、2012年雅高集团加速拓展中国经济型酒店连锁市场 498
四、雅高未来数年旗下大中华区酒店数量翻倍 499
第三节喜达屋酒店及度假酒店国际集团 500
一、企业概况 500
二、2012年喜达屋经营状况 501
三、喜达屋将豪华精选酒店引入中国 501
四、2011年喜达屋在中国发展战略 502
第四节洲际酒店集团 502
一、企业概况 502
二、2012年洲际酒店经营状况 503
三、2012年洲际酒店集团借力高铁布局二线城市地产 503
四、洲际酒店集团将于2015年前在粤新开5家酒店 504

第五节万豪国际酒店集团 505
一、企业概况 505
二、2012年万豪酒店经营状况 505
三、万豪国际集团拟2014年在中国酒店增至100家 506
第六节香格里拉酒店集团 507
一、企业概况 507
二、2012年香格里拉酒店经营状况 513
三、香格里拉酒店集团拟5年内在华新增20家 513

第十七章 2012年中国重点酒店企业竞争力及关键性财务数据分析
第一节华天酒店集团股份有限公司 515
一、企业概况 515
二、企业主要经济指标分析 515
三、企业成长性分析 521
四、企业经营能力分析 521
五、企业盈利能力及偿债能力分析 521
六、企业未来发展战略及展望 522
第二节上海锦江国际酒店发展股份有限公司 523
一、企业概况 523
二、企业主要经济指标分析 523
三、企业成长性分析 529
四、企业经营能力分析 529
五、企业盈利能力及偿债能力分析 530
第三节如家快捷酒店管理公司 530
一、公司概况 530
二、2012年如家快捷经营状况 531
三、2012年如家发力高端商务酒店 531
第四节深圳新都酒店股份有限公司 532
一、企业概况 532
二、企业主要经济指标分析 532
三、企业成长性分析 537
四、企业经营能力分析 537

五、企业盈利能力及偿债能力分析 537
第五节金陵饭店股份有限公司 538
一、企业概况 538
二、企业主要经济指标分析 539
三、企业成长性分析 544
四、企业经营能力分析 544
五、企业盈利能力及偿债能力分析 545
第六节广州市东方宾馆股份有限公司 545
一、企业概况 545
二、企业主要经济指标分析 546
三、企业成长性分析 551
四、企业经营能力分析 552
五、企业盈利能力及偿债能力分析 552
第七节北京首都旅游股份有限公司 553
一、企业概况 553
二、企业主要经济指标分析 553
三、企业成长性分析 558
四、企业经营能力分析 558
五、企业盈利能力及偿债能力分析 559

第五部分 酒店行业发展前景及趋势预测
第十八章 2014-2019年中国酒店相关产业及影响分析
第一节旅游业发展分析 560
一、2011年中国旅游发展总体情况 560
二、2012年旅游经济运行情况分析 563
三、2013年中国旅游发展热点预测 565
四、中国旅游业“十二五”发展规划纲要（征求意见稿） 567
第二节餐饮业发展分析
一、餐饮业连续22年保持两位数增长 572
二、我国餐饮业改革开放30年的经验启示 572
三、十二五仍是餐饮业发展的重要机遇期 575
四、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析 576

第三节会展业发展分析
一、会展与酒店业互动发展模式 580
二、2012商务部年将采取四大措施推动会展业发展 585
三、2013年中国会展业前景预测 585
四、会展业在经济发展中的地位作用 587
五、我国实现会展与酒店互动发展的对策 588

第十九章 2014-2019年中国酒店业发展前景及趋势预测
第一节 2014-2019年世界酒店业发展前景预测 590
一、全球酒店业呈多元化发展趋势 590
二、21世纪全球酒店业发展趋势展望 591
三、未来十年国际酒店集团发展趋势分析 593
第二节 2014-2019年中国酒店业新趋势分析 594
一、中国酒店业前景光明 594
二、未来九类酒店需求将扩大 597
三、中国酒店业未来发展趋势分析 597
第三节 2014-2019年中国未来酒店业具体发展方向 598
一、集团化与品牌化发展 598
二、绿色健康化发展 600
三、智能化发展 600
四、数字化发展 601
五、服务的个性化 602

第六部分 酒店行业发展战略探讨
第二十章 2014-2019年中国酒店业投资战略探讨
第一节 2012年中国酒店业的投资特性 604
一、赢利性与成长性 604
二、酒店的周期性 604
三、要素的密集性 605
第二节 2012年中国酒店业投资概况 606
一、中国酒店投资逐年递增 606
二、中长期回报的期望捧热酒店扩张 607

三、中国酒店业境外并购热潮拉开序幕 607
四、中国连锁酒店业迎来投资热潮 609
第三节 2012年中外酒店投资的盈利模式 610
一、经营增长盈利模式 611
二、物业增值盈利模式 611
三、资本营运盈利模式 612
四、品牌创新盈利模式 613
五、集团建设盈利模式 615
第四节 2014-2019年中国酒店业投资趋势与方向 615
一、酒店投资的观念分析 615
二、中国连锁酒店投资走向差异化 617
三、2014-2019年中国酒店市场城市景气分析及投资策略 618

第二十一章 2014-2019年的中国酒店企业经营管理策略
第一节酒店业经营管理基本理论 648
一、酒店管理的特点 648
二、酒店的管理层次 652
三、酒店管理技能 653
第二节酒店业经营管理概述 654
一、酒店经营与管理的关系 654
二、酒店的需求管理分析 654
三、酒店的组织管理分析 664
四、酒店人力资源管理解析 664
五、酒店客户关系管理分析 668
六、酒店管理的制度创新解析 670
第三节酒店市场定位 671
一、酒店产品定位概念 671
二、酒店产品定位的方法 673
三、酒店产品定位的步骤 674
四、酒店产品的定位策略 676
第四节酒店业营销策略分析 677
一、酒店营销的要素介绍 677

二、不同市场需求下酒店的营销对策 680
三、拓展酒店市场营销领域的策略 681
四、新经济时代下酒店业八大营销技巧 685
五、酒店蜂鸣营销分析 689
六、中国酒店节日营销手段分析 692
第五节酒店绿色营销分析 697
一、绿色营销及其产生基础 697
二、中国酒店绿色营销的推广应用 698
三、中国酒店营销绿色化的弊端 699
四、中国酒店实施绿色营销的任务和策略 700
五、中国酒店绿色营销的发展趋势分析 701
第六节酒店业经营管理的动向分析 703
一、酒店经营与管理发展趋势解析 703
二、健康客房成为酒店营销新趋势 705
三、互联网营销成为酒店营销新途径 707

第二十二章 2014-2019年中国酒店信息化策略
第一节 2012年中国酒店信息化的概况 708
一、信息科技对酒店发展的促进作用 708
二、国际酒店业信息化的发展与启示 710
三、世界酒店管理进入信息时代 714
四、我国星级酒店信息化建设分析 716
第二节 2012年中国酒店行业电子商务的应用分析 718
一、中国酒店行业电子商务存在的问题 718
二、酒店营销中电子商务应用的利与弊 719
三、酒店电子商务优势 721
四、酒店电子商务建设解决方案 721
五、电子商务模式是酒店发展的必然趋势 722
六、酒店电子商务发展与展望 722
第三节 2013年中国酒店行业信息化问题探讨 723
一、酒店信息化的四大问题 723
二、酒店业信息化选择的误区 724

第四节 2013年中国发展酒店信息化的对策与建议 727
一、酒店信息化管理须从制度和产品入手 727
二、酒店业信息化选择的要素 730
三、酒店行业信息化建设方案 731
四、酒店行业信息化建议 733
第五节 2014-2019年中国酒店信息化的发展趋势探析 734
一、酒店信息化的三种趋势 734
二、酒店信息化应用将迎来高峰 735
三、数字化主导未来酒店信息化发展方向 735
四、酒店业电子分销的发展走向 736

详细请访问：http://www.cction.com/report/201404/103875.html