

2022-2028年中国上海酒店 行业发展态势与战略咨询报告

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

《2022-2028年中国上海酒店行业发展态势与战略咨询报告》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/202201/265953.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

新加坡等作酒店)其基本定义是提供安全、舒适,令利用者得到短期的休息或睡眠的空间的商业机构。

一般地说来就是给宾客提供歇宿和饮食的场所。具体地说饭店是以它的建筑物为凭证,通过出售客房、餐饮及综合服务设施向客人提供服务,从而获得经济收益的组织。酒店主要为游客提供住宿服务、亦生活的服务及设施(寝前服务)、餐饮、游戏、娱乐、购物、商务中心、宴会及会议等设施。

平均房价:市场对平均房价业绩的预期要低于对住宿率和总收入这两项业绩的预期,较为消极。其中,仅有约23%的受访酒店认为平均房价将有所提升;约38%的受访酒店认为平均房价将保持稳定;而39%的受访酒店认为2019年的平均房价将低于、甚至大幅低于2018年。总收入:对住宿率及平均房价的消极预期使得受访酒店对2019年酒店的总收入态度较为悲观。近37%的受访酒店表示本年度酒店总收入将更差甚至变得非常糟糕;33%的酒店表示总收入将与上一年持平;仅有30%的受访酒店预计总收入将有所提升。

区域酒店市场业绩预期平均房价、总收入情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国上海酒店行业发展态势与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了中国上海酒店行业市场发展环境、上海酒店整体运行态势等,接着分析了上海酒店行业市场运行的现状,然后介绍了上海酒店市场竞争格局。随后,报告对上海酒店做了重点企业经营状况分析,最后分析了上海酒店行业发展趋势与投资预测。您若想对上海酒店产业有个系统的了解或者想投资中国上海酒店行业,本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局,海关总署,问卷调查数据,商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局,部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据,企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等,价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录:

第一章 上海市酒店行业发展背景分析

第一节 上海市经济运行情况

一、上海市经济发展活力分析

二、上海市产业发展结构分析

三、上海市社会消费水平分析

第二节 上海市旅游业发展情况

一、上海市旅游业发展情况

上海市主要年份旅游景点基本情况

二、上海市入境旅游情况

三、上海市“春节、五一、十一”旅游情况

第二章 上海市酒店所属行业发展分析

第一节 上海市酒店行业发展概述

一、上海市酒店行业发展概述

迪士尼开幕引沪63家酒店开业

二、上海市酒店行业发展特色

三、上海市酒店行业发展思路

四、上海市酒店行业发展趋势

五、上海市酒店行业发展对策

第二节 上海市酒店所属行业经济指标

一、酒店数量

二、营业收入

三、经营利润

四、从业人员

五、平均房价

六、平均出租率

七、每间可供出租客房收入

八、每间客房平摊营业收入

第三节 上海市按星级划分的酒店经营情况

一、一星饭店

1、饭店数量

2、客房数量

3、床位数量

4、客房出租率

5、营业收入

6、平均房价

二、二星饭店

1、饭店数量

2、客房数量

3、床位数量

4、客房出租率

5、营业收入

6、平均房价

客房数量3、床位数量4、客房出租率5、营业收入6、平均房价三、三星饭店1、饭店数量2、客房数量3、床位数量4、客房出租率5、营业收入6、平均房价四、四星饭店1、饭店数量2、客房数量3、床位数量4、客房出租率5、营业收入6、平均房价五、五星饭店1、饭店数量2、客房数量3、床位数量4、客房出租率5、营业收入6、平均房价

第四节 按经营性质划分的酒店经营情况

一、商务型酒店二、度假型酒店三、长住型酒店四、观光型酒店五、经济型酒店六、连锁酒店七、公寓式酒店

第五节 按数量规模划分的酒店经营情况

一、超大型酒店二、大型酒店三、中大型酒店四、中型酒店五、中小型酒店六、小型酒店

第三章 上海市酒店业部门构成及收支情况

第一节 酒店部分收支构成情况

一、部门收入构成二、部门支出构成三、部门盈利构成

第二节 酒店客房部门

一、客房收入情况二、客房部门支出情况三、客房部门盈利情况

第三节 酒店餐饮部门

二、餐饮部门开支情况三、餐饮部门盈利情况

第四节 酒店通信部门

一、部门收入情况二、部门支出情况三、部门盈利情况

第五节 水疗及健身部门

一、部门收入情况二、部门支出情况三、部门盈利情况

第六节 小型营运部门

一、部门收入情况二、部门支出情况三、部门盈利情况

第四章 上海市重要地理位置酒店发展情况

第一节 上海市星级酒店总量分布

一、分布的地域差异二、上海市主城区星级酒店分布

第二节 上海市主城区星级酒店分布特点

一、主城区星级酒店整体分布特点二、各星级酒店主城区分布特点三、商业区星级酒店分布特点四、交通要道星级酒店的空间分布特点五、星级酒店的集聚效应六、会展区酒店分布特点

第三节 程度主城区酒店分布变化趋势

一、宏观调控加强二、内交通要道星级酒店布局优化三、绿化、休闲游憩设施建设的完善四、城市和城市旅游规划的同步

第五章 上海市酒店行业客源构成及定房渠道

第一节 上海市酒店客源构成情况

一、国内商务客源二、国外商务客源三、国内旅游散客四、国外旅游散客五、国内旅游团六、国外旅游团七、酒店内会议团体八、大型会议/会展/奖励旅游九、政府客源十、航空机组人员十一、其他

第二节 上海市酒店订房渠道

一、直接向酒店预订二、酒店协议客户三、连锁酒店总部网站四、酒店自有订房系统/网站五、独立订房系统六、旅行社/旅游运营商七、其他网络订房系统八、国际订房系统

第六章 上海市酒店按优惠类型调查研究分析

第一节 在线订购

一、酒店在线订购情况二、酒店在线订购价格

第二节 电话预定

一、电话预定情况二、电话预定详情

第三节 会员与优惠

一、酒店会员制情况二、酒店会员优惠情况

第七章 上海市酒店排名调研研究分析

第一节 按综合评价排名

第二节 按人气数排名

第三节 按房价排名

第四节 按房间数排名

第五节 按环境排名

第六节 按服务排名

第八章 上海市酒店餐饮设施及运营指标

第一节 全日咖啡厅

一、每间可供出租客房平摊餐位数二、每间客房平摊宴会/会议设施面积三、每间实际入住客房平摊餐位上座数四、每日每餐位平均上座数五、人均餐饮消费

第二节 中餐厅

一、每间可供出租客房平摊餐位数二、每间客房平摊宴会/会议设施面积三、每间实际入住客房平摊餐位上座数四、每日每餐位平均上座数五、人均餐饮消费

第三节 西餐厅/特色餐厅

一、每间可供出租客房平摊餐位数

二、每间客房平摊宴会/会议设施面积三、每间实际入住客房平摊餐位上座数四、每日每餐位平均上座数五、人均餐饮消费

第四节 大堂吧/酒吧一、每间可供出租客房平摊餐位数二、每间客房平摊宴会/会议设施面积三、每间实际入住客房平摊餐位上座数四、每日每餐位平均上座数五、人均餐饮消费

第九章 上海市酒店选址策略第一节 酒店选址的理论研究一、酒店区位因素分析1、居民情况2、店面结构3、行人情况4、餐饮业结构5、交通情况6、街道情况7、地域情况二、酒店选址的理论研究三、酒店选址评价体系建立第二节 星级酒店选址标准一、三星级酒店设计标准二、四星级酒店设计标准三、五星级酒店设计标准第三节 不同经营性质酒店选址要求一、商务型酒店二、度假型酒店三、长住型酒店四、观光型酒店五、经济型酒店六、连锁酒店七、公寓式酒店第四节 上海市酒店选址策略一、上海市本地市场情况调查二、上海市本地商圈的划分及选择三、上海市酒店选址的建议

第十章 上海市酒店业经营管理分析第一节 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、酒店人力资源理解析五、酒店客户关系管理分析六、酒店管理制度创新解析第二节 上海市酒店业经营管理发展状况一、酒店经营管理发展现状二、现代酒店公关管理分析三、国内酒店成本管理分析1、成本管理存在问题2、造成问题相关原因四、酒店经营管理模式转变五、酒店管理系统的细分化六、现代酒店管理误区研究第三节 国际酒店管理在上海市发展分析一、国际酒店管理模式介绍二、酒店集团经营模式趋势三、本土酒店集团机遇挑战四、酒店集团的本土化创新五、外方酒店人力资源管理第四节 酒店业经营管理策略分析一、酒店全面管理方式探析二、酒店细节管理研究分析三、酒店采取全面收益管理四、现代酒店公关管理创新五、做好酒店管理培训研究六、酒店管理有效策略解析

第十一章 上海市酒店业营销策略研究第一节 上海市酒店业市场定位研究一、酒店产品定位的概述二、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五、酒店营销的要素介绍第二节 酒店业营销动向研究一、酒店网络营销九大特点二、在线营销成酒店业趋势三、健康客房成营销新趋势四、网络成酒店营销新途径五、深度开发酒店团购市场第三节 酒店业网络营销分析一、酒店网络营销模式特点二、酒店开展网络营销意义三、酒店网络营销存在问题四、网络营销在酒店中运用五、酒店在线营销开拓渠道六、酒店业网络营销的对策第四节 酒店业绿色营销分析一、绿色营销及其产生基础二、绿色酒店的概念和意义三、酒店绿色营销存在问题四、酒店绿色营销任务对策五、酒店绿色营销发展趋势六、国内酒店绿色营销动态第五节 上海市酒店业营销策略分析一、不同市场酒店营销对策二、提升竞争力的营销策略三、新形势酒店业营销技巧四、酒店行业蜂鸣营销分析五、酒店节日营销手段分析六、数字营销策略五大要点七、文化营销诠释酒店魅力八、酒店终端操作策略研究

第十二章 上海市酒店行业投资风险、投资策略及建议第一节 上海市酒店投资风险因素()一、宏观经济风险二、政策调控风险三、竞争加剧风险四、酒店财务风险五、选址不当风险六、价格竞争因素第二节

上海市酒店投资成本分析一、五星级酒店购地成本二、土建机电及装修成本三、五星级酒店人力成本四、五星级酒店营运成本

第三节 上海市酒店投资机会分析（一）一、收入水平二、消费支出三、消费特点四、城市规划五、旅游经济

第四节 上海市酒店投资策略建议

图表目录：

图表：2015-2019年上海市酒店数量情况

图表：2015-2019年上海市酒店营业收入情况

图表：2015-2019年上海市酒店经营利润情况

图表：2015-2019年上海市酒店从业人员情况

图表：2015-2019年上海市酒店平均房价情况

图表：2015-2019年上海市酒店平均出租率情况

图表：2019年上海市电话预定比情况

图表：2019年上海市电话预定价格与实际价格比

图表：2015-2019年上海市酒店行业会员人数情况

图表：2015-2019年上海市酒店行业会员价格优惠力度

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265953.html>