

2021-2027年中国酒店市场 深度分析与投资战略研究报告

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

《2021-2027年中国酒店市场深度分析与投资战略研究报告》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/202109/240434.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（又称为宾馆、旅馆、旅店、旅社、商旅、客店、客栈，台湾作饭店，港澳、马来西亚、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。

从中国酒店行业投融资方向看，2019年酒店行业投融资主要集中在智慧酒店、主题酒店和民宿等，分别占比为29%、26%和26%，代表分别有HotelMoMc、影院酒店和客栈等。2019年酒店行业投融资不同方向分布情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国酒店市场深度分析与投资战略研究报告》共四十二章。首先介绍了中国酒店行业市场发展环境、酒店整体运行态势等，接着分析了中国酒店行业市场运行的现状，然后介绍了酒店市场竞争格局。随后，报告对酒店做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酒店行业发展趋势与投资预测。您若想对酒店产业有个系统的了解或者想投资中国酒店行业，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数据，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1章：酒店行业发展政策环境分析

1.1酒店行业相关标准

1.2酒店行业相关政策

第2章：酒店行业发展经济环境分析

2.1国际宏观经济环境分析

2.1.1全球经济整体运行情况

2.1.2国际宏观经济走势预测

2.2国内宏观经济环境分析

2.2.1国内经济运行情况

2.2.2社会消费品零售总额

2.2.3居民消费价格总水平

2.3经济环境对酒店行业的影响

第3章：酒店行业发展社会环境分析

3.1中国人口发展环境分析

3.2居民生活方式的转变

3.3节假日制度对酒店行业的影响

3.4婚宴市场对酒店行业的影响

3.4.1中国酒店业关联行业发展分析

第4章：旅游业发展前景分析

4.1旅游业发展状况

4.1.1国内游发展情况

4.1.2入境游发展情况

4.2中国旅游业发展前景预测

4.3旅游市场对酒店行业的影响

第5章：会展业发展前景分析

5.1会展业的发展状况

5.2中国会展业发展前景预测

5.3会展业对酒店行业的影响

第6章：餐饮业发展前景分析

6.1餐饮业发展状况

6.2中国餐饮业发展前景预测

第7章：房地产业发展前景分析

7.1房地产业发展状况

7.2中国房地产业发展前景预测

7.3房地产业对酒店行业的影响

7.3.1中国酒店行业发展前景分析

第8章：国际酒店所属行业发展状况分析

8.1国际酒店行业发展现状

8.2全球酒店产业竞争格局

8.3国际酒店集团体制特点

8.4国际酒店集团在华经营策略

8.5国际酒店行业发展趋势

第9章：中国酒店所属行业发展状况分析

9.1酒店行业发展状况

2019年中国酒店供给整体呈现增长趋势，酒店整体供给的房间增长率达到了10.2%。随着消费者对住宿环境要求的上升，中端型酒店的房间供给增长迅速，增长率位居各档次酒店首位，达到15.7%。各等级酒店供给均呈现增长趋势

9.1.1星级酒店所属行业市场总体经营情况

9.1.2不同星级酒店经营指标分析

9.1.3不同地区酒店经营情况分析

9.1.4酒店行业发展特点分析

9.2中国酒店行业品牌分析

9.3中国酒店行业客源分析

第10章：中国酒店所属行业发展策略分析

10.1酒店行业面临的主要问题

10.2酒店行业总体市场竞争状况

10.3提升酒店竞争力的主要策略

10.4酒店业集群优势和竞争力分析

10.4.1集群内酒店企业竞争特点分析

10.4.2酒店集群直接经济因素竞争分析

10.4.3酒店集群非直接经济因素竞争分析

第11章：中国酒店行业发展前景预测

11.1中国酒店行业发展趋势

11.2中国酒店行业发展前景

11.2.1中国酒店行业细分领域分析

第12章：经济型酒店发展分析

12.1经济型酒店发展特征

12.1.1经济型酒店分类

12.1.2经济型酒店特征

12.1.3经济型酒店发展阶段

12.2经济型酒店所属行业发展状况

12.2.1经济型酒店发展历程

12.2.2经济型酒店发展特征

12.2.3经济型酒店数量情况

12.2.4经济型酒店市场规模

12.2.5经济型酒店竞争格局

12.2.6经济型酒店品牌建设SWOT分析

12.2.7内外资经济型酒店核心竞争力比较

12.3经济型酒店的发展模式分析

12.3.1轻资产发展模式

12.3.2圈地式扩张模式

12.4经济型酒店的运营和盈利模式

12.5经济型酒店发展前景及投资分析

12.5.1经济型酒店发展的主要驱动因素

12.5.2未来经济型酒店的投资热点

12.5.3经济型酒店的发展前景

12.5.4经济型酒店发展瓶颈分析

12.6经济型酒店发展战略

12.6.1差异化策略

12.6.2成本领先策略

第13章：商务酒店发展分析

13.1商务酒店发展特征

13.2商务酒店发展概况

13.3商务酒店营销模式分析

13.4商务酒店品牌竞争力分析

13.5商务旅游市场分析

13.6商务酒店市场发展前景

13.7中国商务会展型酒店发展分析

13.7.1中国会展型酒店的优势

13.7.2中国会展型酒店的劣势

第14章：旅游度假酒店发展分析

14.1旅游酒店发展状况

14.2旅游度假酒店经营与风险分析

14.2.1旅游酒店市场集中度分析

14.2.2旅游酒店产品差异化分析

14.2.3旅游酒店业价格竞争分析

14.2.4旅游酒店的非价格竞争分析

14.3分时度假酒店的风险分析

14.3.1国内分时度假酒店市场现状

14.3.2国内分时度假酒店问题分析

14.4度假酒店市场营销特点

14.5度假酒店未来发展建议

第15章：产权式酒店发展分析

15.1产权式酒店的分类

15.2国际产权式酒店发展概况

15.2.1发展历程

15.2.2发展优势

15.2.3市场规模

15.2.4客户类型

15.2.5经验借鉴

15.3国内产权式酒店发展概况

15.3.1发展历程

15.3.2运营成功率

15.3.3各星级档次占比

- 15.3.4不同投资回报方式占比
- 15.3.5管理品牌情况
- 15.4产权式酒店客户调研情况
 - 15.4.1产权式酒店客户地区来源
 - 15.4.2产权式酒店客户年龄层分布
 - 15.4.3产权式酒店客户职业背景分布
 - 15.4.4客户对产权式酒店认知度
 - 15.4.5客户购买产权式酒店时考虑因素
 - 15.4.6客户对产权式酒店项目考虑因素
- 15.5产权式酒店行业客户群体分析
- 15.6中国产权式酒店市场环境分析
- 15.7产权式酒店的经营模式分析
- 15.8产权式酒店发展可行性分析
- 15.9中国产权式酒店存在的问题
- 15.10中国产权式酒店发展对策
- 15.11中国产权式酒店消费前景预测

第.16章：主题式酒店发展分析

- 16.1主题式酒店的分类
- 16.2主题式酒店的设计及运营
- 16.3国内主题式酒店的发展状况分析
 - 16.3.1国内主题式酒店的发展现状
 - 16.3.2国内主题式酒店的盈利模式分析
 - 16.3.3国内主题式酒店存在的问题
- 16.4国内主题式酒店发展趋势
 - 16.4.1中国一线城市酒店行业发展分析

第.17章：北京酒店所属行业发展分析

- 17.1北京酒店业关联行业分析
 - 17.1.1北京旅游业发展状况
 - 17.1.2北京会展业发展状况
 - 17.1.3北京餐饮业发展状况

- 17.1.4北京房地产业发展状况
- 17.2北京酒店行业经营情况
- 17.3北京酒店行业竞争格局
- 17.4北京酒店行业发展前景

第18章：上海酒店所属行业发展分析

- 18.1上海酒店业关联行业分析
 - 18.1.1上海旅游业发展状况
 - 18.1.2上海会展业发展状况
 - 18.1.3上海餐饮业发展状况
 - 18.1.4上海房地产业发展状况
- 18.2上海酒店行业经营情况
- 18.3上海酒店行业竞争格局
- 18.4上海酒店行业发展前景

第19章：广州酒店所属行业发展分析

- 19.1广州酒店业关联行业分析
 - 19.1.1广州旅游业发展状况
 - 19.1.2广州会展业发展状况
 - 19.1.3广州餐饮业发展状况
 - 19.1.4广州房地产业发展状况
- 19.2广州星级酒店经营情况
- 19.3广州酒店行业竞争格局
- 19.4广州酒店行业发展前景

第20章：深圳酒店行业发展分析

- 20.1深圳酒店业关联行业分析
 - 20.1.1深圳旅游业发展状况
 - 20.1.2深圳会展业发展状况
 - 20.1.3深圳餐饮业发展状况
 - 20.1.4深圳房地产业发展状况
- 20.2深圳酒店行业经营情况

20.3深圳酒店行业竞争格局

20.4深圳酒店行业发展前景

20.4.1中国二、三线城市酒店行业发展分析

第21章：三亚酒店所属行业发展分析

21.1三亚酒店业关联行业分析

21.1.1三亚旅游业发展状况

21.1.2三亚会展业发展状况

21.1.3三亚餐饮业发展状况

21.1.4三亚房地产业发展状况

21.2三亚酒店行业经营情况

21.3三亚酒店行业竞争格局

21.4三亚酒店行业发展前景

第22章：东莞酒店所属行业发展分析

22.1东莞酒店业关联行业分析

22.1.1东莞旅游业发展状况

22.1.2东莞会展业发展状况

22.1.3东莞餐饮业发展状况

22.1.4东莞房地产业发展状况

22.2东莞酒店行业经营情况

22.3东莞酒店行业竞争格局

22.4东莞酒店行业发展前景

第23章：重庆酒店所属行业发展分析

23.1重庆酒店业关联行业分析

23.1.1重庆旅游业发展状况

23.1.2重庆会展业发展状况

23.1.3重庆餐饮业发展状况

23.1.4重庆房地产业发展状况

23.2重庆酒店行业经营情况

23.3重庆酒店行业竞争格局

23.4重庆酒店行业发展前景

第24章：西安酒店所属行业发展分析

24.1西安酒店业关联行业分析

24.1.1西安旅游业发展状况

24.1.2西安会展业发展状况

24.1.3西安餐饮业发展状况

24.1.4西安房地产业发展状况

24.2西安酒店行业经营情况

24.3西安酒店行业竞争格局

24.4西安酒店行业发展前景

第25章：厦门酒店所属行业发展分析

25.1厦门酒店业关联行业分析

25.1.1厦门旅游业发展状况

25.1.2厦门会展业发展状况

25.1.3厦门餐饮业发展状况

25.1.4厦门房地产业发展状况

25.2厦门酒店行业经营情况

25.3厦门酒店行业竞争格局

25.4厦门酒店行业发展前景

25.4.1领先国际酒店集团经营分析

第26章：洲际酒店集团

26.1集团概况

26.2酒店的拓展方式

26.3酒店经营网络分布

26.4集团经营状况分析

26.4.1利润分析

26.4.2资产负债分析

26.4.3现金流量分析

26.5集团在华发展状况

第27章：温德姆酒店集团

27.1集团概况

27.2酒店的拓展方式

27.3酒店经营网络分布

27.4集团经营状况分析

27.4.1利润分析

27.4.2资产负债分析

27.4.3现金流量分析

27.5集团在华发展状况

第28章：雅高酒店集团

28.1集团概况

28.2酒店的拓展方式

28.3酒店经营网络分布

28.4集团经营状况分析

28.5集团在华发展状况

第29章：希尔顿酒店集团

29.1集团概况

29.2酒店的拓展方式

29.3集团经营状况分析

29.4集团在华发展状况

第30章：如家酒店集团

30.1企业发展简况分析

30.2企业经营状况分析

30.3企业特色服务分析

30.4企业客户群体分析

30.5企业经营状况优劣势分析

第31章：上海锦江国际酒店发展股份有限公司

- 31.1企业发展简况分析
- 31.2主要经济指标分析
- 31.3企业盈利能力分析
- 31.4企业运营能力分析
- 31.5企业偿债能力分析
- 31.6企业发展能力分析

第32章：上海莫泰酒店管理有限公司

- 32.1企业发展简况分析
- 32.2企业特色服务分析
- 32.3企业客户群体分析
- 32.4企业经营状况优劣势分析

第33章：华天酒店集团股份有限公司

- 33.1企业发展简况分析
- 33.2主要经济指标分析
- 33.3企业盈利能力分析
- 33.4企业运营能力分析
- 33.5企业偿债能力分析
- 33.6企业发展能力分析

第34章：深圳新都酒店股份有限公司

- 34.1企业发展简况分析
- 34.2主要经济指标分析
- 34.3企业盈利能力分析
- 34.4企业运营能力分析
- 34.5企业偿债能力分析
- 34.6企业发展能力分析

第35章：北京首都旅游股份有限公司

- 35.1企业发展简况分析
- 35.2主要经济指标分析

35.3企业盈利能力分析

35.4企业运营能力分析

35.5企业偿债能力分析

35.6企业发展能力分析

第36章：国际酒店主要管理模式

36.1全权委托酒店管理公司管理经营

36.2酒店管理公司管理并参与项目投资

36.3特许经营

36.4加盟经营

36.5策略联盟

36.6租赁经营

36.7其它管理模式

第37章：国内酒店主要管理模式

37.1锦江模式

37.2首旅模式

37.3建国模式

37.3.1中国酒店所属行业销售模式分析

第38章：酒店所属行业销售模式分析

38.1酒店销售模式的类型

38.2国内外酒店销售模式比较

38.3国内酒店销售模式的弊端

38.4国内酒店销售模式的改进策略

第39章：酒店行业销售策略分析

39.1酒店差异化营销战略分析

39.2酒店行业非价格营销策略分析

39.2.1酒店行业非价格营销含义

39.2.2酒店行业非价格营销策略

39.3酒店行业以客户为中心营销分析

- 39.3.1客户营销步骤分析
- 39.3.2拓展营销领域方法分析
- 39.3.3客户关系组织架构构建
- 39.4酒店行业网络营销策略分析
 - 39.4.1酒店网络营销必要性分析
 - 39.4.2酒店业开展网络营销的现状
 - 39.4.3酒店业网络营销中存在的问题
 - 39.4.4酒店业开展网络营销的策略

第40章：酒店信息化发展状况

- 40.1酒店信息化发展概况
 - 40.1.1国内酒店信息化发展现状
 - 40.1.2酒店管理软件结构发展情况
 - 40.1.3酒店应用软件功能发展情况
 - 40.1.4中国酒店管理软件功能分析
 - 40.1.5酒店信息化的主要技术应用
- 40.2中国酒店行业信息化问题分析
 - 40.2.1酒店信息化的问题
 - 40.2.2国内酒店信息化的差距
- 40.3中国酒店信息化的发展趋势分析
 - 40.3.1酒店行业信息化的发展方向
 - 40.3.2酒店行业信息化发展趋势

第41章：酒店所属行业投资分析

- 41.1酒店行业投资特点分析
- 41.2酒店行业投资行为分析
 - 41.2.1基于理性预期分析
 - 41.2.2基于人的行为假定分析
 - 41.2.3基于中国特定环境分析
 - 41.2.4科学投资行为需考虑的原则
 - 41.2.5酒店业理性投资行为
- 41.3酒店行业细分市场投资分析

41.3.1经济连锁酒店市场投资分析

41.3.2旅游度假酒店市场投资分析

41.4酒店行业投资策略分析

41.4.1酒店行业投资机遇分析

41.4.2酒店行业投资动机分析

41.4.3酒店投资需要注意的问题

第42章：酒店行业融资分析()

42.1酒店行业融资方式分析

42.2影响酒店融资的主要因素

42.3酒店行业融资策略分析()

图表目录：

图表1：《旅游饭店星级的划分与评定》标准新变化

图表2：《关于规范酒店客房市场价格意见》要点列表

图表3：2015-2019年欧洲、德国、美国GDP指数走势图

图表4：2019年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）

图表5：2015-2019年我国GDP增长趋势（单位：亿元，%）

图表6：2015-2019年中国社会消费品零售总额月度变化趋势图（单位：亿元，%）

图表7：2019年中国居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）

图表8：2019年中国居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表9：2015-2019年中国GDP增速与酒店行业收入增速对比图（单位：%）

图表10：居民选择生活方式的态度

图表11：2015-2019年中国国内旅游人数增长情况（单位：亿人次，%）

图表12：2015-2019年中国国内旅游收入增长情况（单位：亿元，%）

图表13：2015-2019年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）

图表14：2019年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表15：2019年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表16：2021-2027年中国国内旅游人数预测（单位：亿人次，%）

图表17：2021-2027年中国国内旅游收入预测（单位：亿元，%）

图表18：2019年中国展览场馆总数量与展览面积（单位：%）

图表19：全国主要省市展览活动场次（TOP5）（单位：场）

图表20：2015-2019年中国住宿和餐饮业零售额、GDP、社会消费品零售总额增速比较（单位：％）

图表21：2015-2019年中国住宿和餐饮业零售额占社会消费品零售总额比重（单位：％）

图表22：2015-2019年我国房地产开发投资及同比增速（单位：亿元，％）

图表23：2015-2019年我国房地产开发新开工面积及同比增速（单位：亿平方米，％）

图表24：2015-2019年我国商品房销售面积走势（单位：万平方米，％）

图表25：2015-2019年全国商品房销售价格走势（单位：元/平方米，％）

图表26：2015-2019年中国房地产开发景气指数走势（单位：％）

图表27：全球不同类型酒店市场份额（单位：％）

图表28：2019年国际酒店品牌排名TOP20

图表29：全球不同经营模式酒店市场份额（单位：％）

图表30：国际酒店集团体制特点

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/240434.html>