

# 2018-2024年中国星级酒店产业市场运营规模现状 与未来发展趋势预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国星级酒店产业市场运营规模现状与未来发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/310254310254.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

星级评定工作由全国旅游饭店星级评定机构统筹负责，1994年起，三星级以下酒店评定由省级部门负责，四星级以上酒店评定申请需逐级上报。酒店发起申请，需提交饭店星级申请报告、自查自评情况说明及其它必要的文字和图片资料。评定机构收到申请后，应在14天内做出受理与否的答复，并在一个月内以明查和暗访的方式安排评定检查，四星级以上酒店检查分为初检和终检两轮；若检查未通过，酒店整改后可于1个月内再次安排检查。星级评定机构接到检查员报告一个月内，应对申请饭店进行评审，评审通过后授予相应星级的标志和证书。酒店评星后需每年接受复核，若后续不达标，有降低或取消星级的风险。

星级饭店评定流程 资料来源：观研天下数据中心整理 检查员应遵循最新评定标准，对照必备项目检查表、设备设施评分表、运营质量评价表对酒店软硬件进行逐项打分，以最终得分率作为通过与否的判断指标。

### 经济型连锁酒店发展历程

#### （1）发展历程

经济型酒店的概念产生于上世纪80年代的美国，服务模式为“B&B”（住宿&早餐），将服务范围精简，集中在满足基础住宿功能上，因此可以在房价相对低廉的条件下，为消费者提供舒适的住宿环境和优质的服务。强调清洁、舒适、实惠、方便、安全的服务理念。

1996年，我国首家经济型酒店品牌锦江之星率先在上海开业，之后，如家（2002年）、7天（2005年）、汉庭（2005年）等品牌相继推出，并分别在华东和华北地区成一定连锁规模，这一时期可以看做我国经济型连锁酒店的起步阶段。2006~2010年，经济型酒店受到多方投资青睐，获得快速发展，更多连锁品牌出现；如家、7天和汉庭集团先后在美股上市，锦江之星的连锁酒店资产在2010年置入A股上市公司。几大公司上市后，获得了更便捷的融资渠道，我国连锁酒店市场开始步入大规模的并购扩张阶段，同时自身开店发展速度迅猛；此后，更多个性化、中端消费品牌开始出现。

#### （2）模式创新：钟点房模式提高房间利用率

在考虑传统隔夜住宿需求的同时，情侣约会、临时停留的商务客、高考休息房、公务员考试房等碎片化住宿需求也得到了经济型酒店的重视，钟点房模式应运而生。这一模式可以极大的提高经济型酒店的出租率，如——在北京，清华软件园附近的7天和苏州街的锦江之星，日开房率平均可飙至150%左右。深圳维也纳酒店（火车站店）的开房率可以高达245%。

钟点房一般以3~4小时为单位出租，价格基本为全天房的60%。经济型酒店白天的空置率很高，而且其绝大多数成本固定（租金人力折旧等），钟点房对应的收入大部分可直接转化为净利润，很多酒店选择从上午一直到下午6点之前，也就是全天房客人入住的非高峰时段开放售卖钟点房。由于钟点房客户大部分来源本地，地面推广这一方式显得成效颇高，尤其是在OTA和经济型酒店尚未兴起的年代里。其地推方式多种多样。推车，刷楼，甚至把促

销信息因在环保袋上，使用者就变成了流动广告。在推广钟点房这一新鲜事物的同时，经济型酒店也同时推广了自己的酒店品牌。

### （3）会员体系：多层完善会员体系

三大酒店集团都十分重视会员体系的建立，最低级别的会员均为免费获得，办理手续简单，可以享受一定优惠。在发展初期，如家、汉庭、7天等品牌均采取过不同程度的地面推广攻势，在学校、闹市街区、办公楼附近为往来行人登记、办理会员卡，同时在酒店前台登记入住时强势推广会员制度。更高级别的会员可以通过累积入住房晚或缴纳一次性会员费的方式获得，仅高等级会员具有保级压力。经济型酒店依赖会员制已逐渐摆脱在线旅游服务商、旅行社等中间商的控制，直接面向客户，从而降低了市场推广成本或佣金折扣成本。

截止到2016年底，华住、如家、铂涛分别拥有7800多万、8,033万和7,804万名会员。其中，华住酒店会员平均每年为公司贡献80%的房晚，平均每个普通会员每年贡献6个房晚；其他酒店品牌经营状况也较为类似，会员贡献大量间夜消费。值得指出的是，三大品牌早期地推力度大，范围广，对上班族、学生族群覆盖到位，早期会员对品牌接受程度高，消费习惯已经养成，在出差/住宿标准提高之后，过去的钟点房/经济型酒店客人可以低成本地转化到中端酒店，酒店集团自己品牌调整进程和主力会员自身消费升级历程吻合。

经过十几年的发展，国内经济型酒店逐步完成对低星级酒店和无品牌招待所替代，用稳定的、可预期的品质和较低的价格成为大众出游、休憩落脚和中低端商旅客人过夜的首选。

### （4）经济型酒店困局：竞争激烈供大于求，费用攀升收入停滞

经济型酒店初始投资成本较低，平均每间客房需要投入5~6万元，100间客房左右即可加盟一个连锁品牌；另外经济型酒店对服务要求较低，人员培训简单，入行门槛低。早期经济型酒店毛利率高，投资回报见效快，较低的进入壁垒和良好的收益促进了行业的快速扩张。

由于供给快速增加，市场逐渐出现供大于求的状况，2011年前后，经济型酒店的入住率显著降低。市场各大连锁品牌之间竞争激烈，过度开店导致客房定价无法提升，RevPAR停滞甚至下降。期间各项成本费用逐年上升，利润率下降；尤其是物业租约到期时，重新签约后租金显著上涨，传统经济型酒店面临转型压力。

以锦江股份为例，2012~2017年，除锦江之星房价基本保持稳定外，金广快捷、百时快捷平均房价下降了17%左右；三个经济型酒店品牌入住率出现不同幅度下滑；五年内，锦江之星平均入住率从85%左右下降到75%左右，RevPAR由160元左右下降到145元左右。

观研天下发布的《2018-2024年中国星级酒店产业市场运营规模现状与未来发展趋势预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资

公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

## 【报告大纲】

### 第一章 中国星级酒店行业发展背景

#### 1.1星级酒店行业概述

##### 1.1.1星级酒店行业界定

##### 1.1.2星级酒店行业分类

##### 1.1.3与传统星级酒店行业的区别

#### 1.2星级酒店行业发展及运行特点

##### 1.2.1星级酒店行业发展综述

##### 1.2.2星级酒店行业发展历程

##### 1.2.3星级酒店行业运行特点

### 第二章 中国星级酒店行业的宏观经济情况

#### 2.1星级酒店行业政策环境

##### 2.1.1行业相关政策分析

###### 1、旅游行业支持政策

###### 2、星级酒店支持政策

#### 2.2星级酒店行业经济环境

##### 2.2.1国际经济环境分析

###### 1、国际宏观经济运行情况

###### 2、国际宏观经济走势预测

###### 3、国际经济环境对国内星级酒店行业的影响

##### 2.2.2国内经济运行情况

###### 1、GDP增长情况

###### 2、经济走势预测

###### 3、宏观经济与旅游行业相关性

##### 2.2.3旅游行业的发展概况

##### 2.2.4酒店行业的发展概况

#### 2.3星级酒店行业社会环境

2.3.1人口发展环境分析

2.3.2居民生活方式转变

2.3.3假日制度影响分析

2.4星级酒店行业消费环境

2.4.1居民消费能力分析

2.4.2消费人群及其特点

2.4.3用户深度调研分析

### 第三章 国际星级酒店发展态势与经验借鉴

3.1国际酒店行业运营情况分析

3.1.1国际酒店行业发展现状

3.1.2国际酒店经营模式分析

3.1.3国际酒店行业发展趋势

3.2国际星级酒店发展态势分析

3.2.1国际星级酒店的兴起

3.2.2国际星级酒店发展现状

3.2.3国际星级酒店发展特点

3.2.4国际星级酒店发展态势

3.3国际典型星级酒店品牌发展分析

3.3.1洲际酒店集团

3.3.2万豪国际集团

3.3.3凯悦酒店集团

3.3.4卡尔森环球酒店公司

3.3.5喜达屋集团

3.3.6温德姆酒店集团

3.3.7希尔顿国际酒店集团

### 第四章 2014-2016年星级酒店行业经济运行效益分析

4.1中国星级酒店行业发展分析

4.1.1中国星级酒店行业概述

4.1.2中国星级酒店行业市场需求分析

4.1.3中国星级酒店行业市场供给分析

4.2中国星级酒店行业规模分析

4.2.1星级酒店行业企业数量统计

4.2.2星级酒店行业资产总额分析

4.2.3星级酒店行业销售收入分析

4.2.4星级酒店行业利润总额分析

4.3星级酒店行业经营效益分析

4.3.1星级酒店行业偿债能力分析

4.3.2星级酒店行业盈利能力分析

4.3.3星级酒店行业的毛利率分析

4.3.4星级酒店行业营运能力分析

章 中国星级酒店行业发展现状分析

5.1中国酒店行业运营情况分析

5.1.1酒店行业发展规模

5.1.2酒店行业品牌格局

5.1.3酒店行业发展

5.1.4酒店行业发展趋势

5.2中国星级酒店发展态势分析

5.2.1星级酒店兴起背景分析

5.2.2星级酒店行业发展综述

5.2.3星级酒店行业发展规模

1、星级酒店的数量规模

2、星级酒店的客房数量

3、星级酒店的客房面积

4、星级酒店的员工配比

5、星级酒店的管理模式

5.2.4星级酒店行业运营情况

1、星级酒店入住率

2、星级酒店价格分析

3、星级酒店收入构成

4、星级酒店客房收入

5.2.5星级酒店行业客源分析

1、星级酒店客源国籍

2、星级酒店客源结构

5.2.6星级酒店行业品牌格局

5.2.7中外星级酒店发展对比

第六章 2014-2016年中国星级酒店行业重点区域运行分析

6.1我国星级酒店行业重点区域运行情况

- 6.1.1 华东地区星级酒店行业运行情况
- 6.1.2 华南地区星级酒店行业运行情况
- 6.1.3 华中地区星级酒店行业运行情况
- 6.1.4 华北地区星级酒店行业运行情况
- 6.1.5 西北地区星级酒店行业运行情况
- 6.1.6 西南地区星级酒店行业运行情况
- 6.2 主要省市集中度及竞争力分析
  - 6.2.1 北京市
  - 6.2.2 上海市
  - 6.2.3 深圳市
  - 6.2.4 广州市
  - 6.2.5 南京市
  - 6.2.6 杭州市
  - 6.2.7 其他省市

## 第七章 星级酒店行业产业结构分析

- 7.1 星级酒店产业结构分析
  - 7.1.1 市场细分充分程度分析
  - 7.1.2 各细分市场领先企业排名
  - 7.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
  - 7.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
- 7.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
  - 7.2.1 产业价值链的构成
  - 7.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
- 7.3 产业结构发展预测
  - 7.3.1 产业结构调整指导政策分析
  - 7.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
  - 7.3.3 中国星级酒店行业参与国际竞争的市场定位
  - 7.3.4 星级酒店产业结构调整方向分析
- 7.3.

## 第八章 中国星级酒店行业市场竞争格局分析

- 8.1 中国星级酒店行业竞争格局分析
  - 8.1.1 星级酒店行业区域分布格局
  - 8.1.2 星级酒店行业企业规模格局
  - 8.1.3 星级酒店行业企业性质格局



## 8.2中国星级酒店行业竞争五力分析

### 8.2.1星级酒店行业上游议价能力

### 8.2.2星级酒店行业下游议价能力

### 8.2.3星级酒店行业新进入者威胁

### 8.2.4星级酒店行业替代产品威胁

### 8.2.5星级酒店行业现有企业竞争

## 8.3中国星级酒店行业竞争SWOT分析

### 8.3.1星级酒店行业优势分析（S）

### 8.3.2星级酒店行业劣势分析（W）

### 8.3.3星级酒店行业机会分析（O）

### 8.3.4星级酒店行业威胁分析（T）

## 章 中国星级酒店行业领先企业竞争力分析

### 9.1如家酒店集团竞争力分析

#### 9.1.1企业发展基本情况

#### 9.1.2企业主要产品分析

#### 9.1.3企业竞争优势分析

#### 9.1.4企业经营状况分析

#### 9.1.5企业最新发展动态

#### 9.1.6企业发展战略分析

### 9.2上海锦江国际酒店发展股份有限公司竞争力分析

#### 9.2.1企业发展基本情况

#### 9.2.2企业主要产品分析

#### 9.2.3企业竞争优势分析

#### 9.2.4企业经营状况分析

#### 9.2.5企业最新发展动态

#### 9.2.6企业发展战略分析

### 9.3北京首旅酒店集团竞争力分析

#### 9.3.1企业发展基本情况

#### 9.3.2企业主要产品分析

#### 9.3.3企业竞争优势分析

#### 9.3.4企业经营状况分析

#### 9.3.5企业最新发展动态

#### 9.3.6企业发展战略分析

### 9.4铂涛酒店集团竞争力分析

#### 9.4.1企业发展基本情况

9.4.2企业主要产品分析

9.4.3企业竞争优势分析

9.4.4企业经营状况分析

9.4.5企业最新发展动态

9.4.6企业发展战略分析

9.5华住酒店集团竞争力分析

9.5.1企业发展基本情况

9.5.2企业主要产品分析

9.5.3企业竞争优势分析

9.5.4企业经营状况分析

9.5.5企业最新发展动态

9.5.6企业发展战略分析

9.6格林豪泰酒店管理集团竞争力分析

9.6.1企业发展基本情况

9.6.2企业主要产品分析

9.6.3企业竞争优势分析

9.6.4企业经营状况分析

9.6.5企业最新发展动态

9.6.6企业发展战略分析

9.7开元国际酒店竞争力分析

9.7.1企业发展基本情况

9.7.2企业主要产品分析

9.7.3企业竞争优势分析

9.7.4企业经营状况分析

9.7.5企业最新发展动态

9.7.6企业发展战略分析

9.8万豪国际集团竞争力分析

9.8.1企业发展基本情况

9.8.2企业主要产品分析

9.8.3企业竞争优势分析

9.8.4企业经营状况分析

9.8.5企业最新发展动态

9.8.6企业发展战略分析

9.9洲际集团竞争力分析

9.9.1企业发展基本情况

9.9.2企业主要产品分析

9.9.3企业竞争优势分析

9.9.4企业经营状况分析

9.9.5企业最新发展动态

9.9.6企业发展战略分析

9.10凯悦国际酒店集团竞争力分析

9.10.1企业发展基本情况

9.10.2企业主要产品分析

9.10.3企业竞争优势分析

9.10.4企业经营状况分析

9.10.5企业最新发展动态

9.10.6企业发展战略分析

第十章 2017-2022年中国星级酒店行业行业发展趋势与前景分析

10.1中国星级酒店行业市场发展前景

10.1.1星级酒店行业市场发展潜力

10.1.2星级酒店行业市场发展前景展望

10.1.3星级酒店行业细分行业发展前景分析

10.2中国星级酒店行业市场发展趋势预测

10.2.1星级酒店行业行业发展趋势

10.2.2星级酒店行业市场规模预测

10.2.3细分市场发展趋势预测

10.3中国星级酒店行业行业供需预测

10.3.1中国星级酒店行业行业供给预测

10.3.2中国星级酒店行业行业需求预测

10.3.3中国星级酒店行业供需平衡预测

第十一章 2017-2022年星级酒店行业投资价值评估分析

11.1星级酒店行业投资特性分析

11.1.1星级酒店行业进入壁垒分析

11.1.2星级酒店行业盈利因素分析

11.1.3星级酒店行业盈利模式分析

11.2星级酒店行业发展的影响因素

11.2.1有利因素

11.2.2不利因素

### 11.3星级酒店行业投资价值评估分析

#### 11.3.1行业投资效益分析

- 1、行业活力系数比较及分析
- 2、行业投资收益率比较及分析
- 3、行业投资效益评估

#### 11.3.2行业发展的空白点分析

#### 11.3.3投资回报率比较高的投资方向

#### 11.3.4新进入者应注意的障碍因素

## 第十二章 中国星级酒店行业经营策略分析

### 12.1星级酒店的选址与设计

#### 12.1.1星级酒店的选址原则

#### 12.1.2星级酒店的客房规模

#### 12.1.3星级酒店的功能配套

#### 12.1.4星级酒店的客房标准

#### 12.1.5星级酒店的设计案例

### 12.2星级酒店定位策略分析

#### 12.2.1星级酒店战略定位

#### 12.2.2星级酒店市场定位

#### 12.2.3星级酒店品牌定位

### 12.3星级酒店管理模式分析

#### 12.3.1资源外包策略

#### 12.3.2管家式服务模式

#### 12.3.3创新的经营理念

### 12.4星级酒店营销策略分析

#### 12.4.1酒店营销宣传策略

#### 12.4.2酒店营销方式分析

#### 12.4.3酒店网络营销分析

### 12.5星级酒店客户关系管理

#### 12.5.1客户关系管理特殊性

#### 12.5.2客户关系管理的保障

#### 12.5.3客户关系管理基本思路

### 12.6星级酒店品牌文化建设

#### 12.6.1历史文化型品牌建设

#### 12.6.2地域文化型品牌建设

### 12.6.3现代文化型品牌建设

## 第十三章 研究结论及建议

### 13.1研究结论

### 13.2建议

#### 13.2.1行业发展策略建议

#### 13.2.2行业投资方向建议

#### 13.2.3行业投资方式建议

### 图表目录：

图表：星级酒店行业主要政策法规列表

图表：各旅游区的规划及政策研究

图表：“十三五”期间我国旅游信息化建设三大目标

图表：“十三五”期间我国旅游信息化建设主要任务

图表：2014-2016年七国集团GDP增长率

图表：2014-2016年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表：2014-2016年中国国内生产总值及其增长速度

图表：2016年我国主要宏观经济指标增长率预测

图表：2014-2016年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图

图表：2016年中国社会消费品零售总额月度同比变化趋势图

图表：2016年中国居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2016年中国居民消费价格比上年涨跌幅度

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/310254310254.html>