

中国星级酒店市场供需调查及未来五年竞争战略 研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国星级酒店市场供需调查及未来五年竞争战略研究报告》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/221036221036.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

2013年被业界称之为高端酒店市场的“寒冬”，自中央“八项”规定政策出台后，高端酒店无论餐饮还是会议较之往年都有不小程度下滑。过去很长一段时间，公款消费占到酒店市场份额中很大一部分，直接或间接影响到酒店在市场策略甚至经营模式上有偏颇，科学系统的客源市场结构被很多酒店有意无意地忽略，过度依赖单一市场的情况也不鲜见。随着国际品牌高端连锁酒店将中国列为重点发展区域，如洲际、温德姆、万豪等均加大在华投资；经济型酒店则竞相圈地，如7天酒店、如家等均加快新店开张速度；多家商务型酒店和旅游酒店也在经济恢复、旅游发展的前提下获得收益上的较高增幅。从长远的观点来看，民族品牌的发展空间非常大，中国饭店业未来发展应当是海外品牌与民族品牌并存，形成相互竞争又共同合作的新态势，相互补足、相辅相成的新局面。

调查数据显示，2014年第二季度，在12780家星级饭店中，除停业的825家饭店外，有11955家完成了第二季度经营数据的填报，包括一星级138家、二星级2861家、五星级5769家、四星级2429家、五星级758家。全国11955家星级饭店第二季度的营业收入总计为522.77亿元，其中餐饮收入为216.17亿元，占营业收入的41.35%；客房收入为241.10亿元，占营业收入的46.12%。从第二季度各地区经营情况看，平均房价位居全国前6位的为上海、北京、海南、天津、广东和浙江；平均出租率位居前6位的为湖南、上海、江苏、北京、贵州和重庆；每间可供出租客房收入位居前6位的为上海、北京、天津、广东、海南和浙江；每间客房平摊营业收入位居前6位的为上海、北京、江苏、浙江、福建和天津。

全国2014年第二季度星级饭店平均房价为325.80元/间夜，平均出租率为54.35%，每间可供出租客房收入为177.09元/间夜，每间客房平摊营业收入为32082.25元/间。其中758家五星级酒店平均房价666.33元、平均出租率56.13%、每间可供房收入374.04元；2427家四星级酒店平均房价345.47元、平均出租率54.80%、每间可供房收入189.31元；5769家三星级酒店平均房价210.02元、平均出租率53.87%、每间可供房收入113.13元；2869家二星级酒店平均房价158.84元、平均出租率52.51%、每间可供房收入83.41元；138家一星级酒店平均房价133.74元、平均出租率49.20%、每间可供房收入65.80元。

目前，由高端星级酒店与低端经济型连锁酒店主导的“哑铃形”结构正在发生改变：各路资本与企业纷纷转战中档酒店市场，“橄榄形”有望成为中国酒店业新格局。中档连锁存在巨大的成长与整合空间，但营运环境正发生变化，众多劲敌已在虎视眈眈中档酒店的盟主宝座，维也纳不仅面对着全季、桔子等中档酒店的紧紧相逼，还将与部分延伸市场的高端以及经济型酒店短兵相接。经过疯狂扩张之后，经济型酒店的价格和入住率出现双降的趋势，而作为中国星级酒店中发展势头最迅猛的五星级酒店同样面临着扩张过快而导致入住率和利润率下降的压力。当下，消费者正逐渐从疯狂追求豪华到回归理性。

第一部分 产业环境透视

第一章 星级酒店行业发展综述

第一节 星级酒店行业相关概念概述

一、星级酒店的定义

二、星级酒店的分类

第二节 星级酒店阐述

一、酒店评定标准

二、星级的划分条件

三、星级评定的责任分工

四、星级的申请星级的评定规程及服务质量要求

第三节 最近3-5年中国星级酒店行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 星级酒店行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 星级酒店行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、星级酒店行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、星级酒店产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、星级酒店产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、IT技术在酒店中的应用分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国星级酒店行业运行现状分析

第一节 我国星级酒店行业发展状况分析

- 一、我国星级酒店行业发展过程
- 二、我国星级酒店行业发展总体概况
- 三、我国星级酒店行业发展特点分析
- 四、星级酒店行业经营模式分析

第二节 2013-2014年星级酒店行业发展现状

一、2013-2014年我国星级酒店行业市场规模

- 1、我国星级酒店营业规模分析
- 2、我国星级酒店投资规模分析
- 3、我国星级酒店数量规模分析

二、2013-2014年我国星级酒店行业发展分析

- 1、我国星级酒店行业发展情况分析
 - 2、我国星级酒店行业发展动态
- ##### 三、2013-2014年中国星级酒店企业发展分析
- 1、中外星级酒店企业对比分析
 - 2、我国星级酒店主要企业动态分析

第三节 2013-2014年星级酒店市场情况分析

- 一、2013-2014年中国星级酒店市场总体概况
- 二、2013-2014年中国星级酒店市场定价分析

第四章 我国星级酒店行业整体运行指标分析

第一节 2013-2014年中国星级酒店行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2013-2014年中国星级酒店行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第三节 我国星级酒店市场供需分析

- 一、2013-2014年我国星级酒店行业供给情况
- 1、我国星级酒店行业供给分析

2、我国星级酒店新开业统计

3、重点市场占有份额

二、2013-2014年我国星级酒店行业需求情况

1、星级酒店行业需求市场

2、星级酒店入住率分析

3、星级酒店行业需求的地区差异

三、2013-2014年我国星级酒店行业供需平衡分析

第三部分 市场全景调研

第五章 2014年中国星级酒店运营状况剖析

第一节 中国本土星级酒店统计及星级划分所占比重

一、白金五星

二、五星

三、四星

四、三星

五、二星

第二节 2014年星级酒店经营分析

一、收入分析

二、利润分析

三、客房出租率

四、平均房价

第三节 2014年中国星级酒店数量

一、星级酒店数量

二、2014年星级酒店结构（按星级）

三、2014年星级酒店结构（按性质）

四、2014年星级酒店结构（按规模）

第四节 2014年内外资结构分析

一、外资星级酒店

二、内资星级酒店

第五节 各省星级饭店运营数据分析

一、2014年星级饭店基本情况（按地区分）

二、2014年各地区星级饭店数（按规模分）

三、2014年星级饭店主要经济指标

四、2014年星级饭店的客房规模

五、2014年星级饭店的注册登记类型

六、2014年星级饭店的地区分布

七、2014年星级饭店综合情况

八、2014年星级饭店的人均效益

九、2014年星级饭店每间客房的收益

十、2014年星级饭店的住宿人数和人天数

第六章 中国星级酒店业经营战略分析

第一节 中国星级酒店经营策略分析

一、服务策略

1、针对会议团队的产品服务策略

2、针对商务客人的产品服务策略

3、酒店针对婚宴的产品服务策略

二、价格策略

1、酒店客房价格的制定

2、酒店餐饮价格的制定

3、酒店价格的调整

三、渠道策略

1、网络联合营销渠道

2、加入分时度假交换系统

四、促销策略

1、酒店广告策略

2、酒店人员销售策略

3、酒店营业推广策略

4、酒店公共关系策略

五、品牌策略

1、服务吸引人

2、口碑带新人

3、网络留住人

第二节 中国星级酒店品牌化战略分析

一、充分发挥中国文化的传统优势

二、树立具有竞争力的市场定位

三、市场需求决定饭店品牌需求

第三节 中国五星级酒店营销策略

一、五星级酒店“婚宴”产品的经营策略研究

二、五星级酒店经营“婚宴”产品的优势分析

三、五星级酒店“婚宴”产品的经营策略

四、五星级酒店高端产品的营销路

第四部分 竞争格局分析

第七章 重点区域星级酒店发展分析

第一节 北京星级酒店市场运行分析

一、北京星级酒店数量

二、北京星级酒店开业情况

三、北京星级酒店需求分析

第二节 上海星级酒店市场运行分析

一、上海星级酒店数量

二、上海星级酒店开业情况

三、上海星级酒店需求分析

第三节 广州星级酒店市场运行分析

一、广州星级酒店数量

二、广州星级酒店开业情况

三、广州星级酒店需求分析

第四节 深圳星级酒店市场运行分析

一、深圳星级酒店数量

二、深圳星级酒店开业情况

三、深圳星级酒店需求分析

第五节 三亚星级酒店市场运行分析

一、三亚星级酒店数量

二、三亚星级酒店开业情况

三、三亚星级酒店需求分析

第六节 天津星级酒店市场运行分析

一、天津星级酒店数量

二、天津星级酒店开业情况

三、天津星级酒店需求分析

第七节 西安星级酒店市场运行分析

一、西安星级酒店数量

二、西安星级酒店开业情况

三、西安星级酒店需求分析

第八节 大连星级酒店市场运行分析

一、大连星级酒店数量

二、大连星级酒店开业情况

三、大连星级酒店需求分析

第九节 杭州星级酒店市场运行分析

一、杭州星级酒店数量

二、杭州星级酒店开业情况

三、杭州星级酒店需求分析

第十节 青岛星级酒店市场运行分析

一、青岛星级酒店数量

二、青岛星级酒店开业情况

三、青岛星级酒店需求分析

第十一节 重庆星级酒店市场运行分析

一、重庆星级酒店数量

二、重庆星级酒店开业情况

三、重庆星级酒店需求分析

第十二节 成都星级酒店市场运行分析

一、成都星级酒店数量

二、成都星级酒店开业情况

三、成都星级酒店需求分析

第十三节 沈阳星级酒店市场运行分析

一、沈阳星级酒店数量

二、沈阳星级酒店开业情况

三、沈阳星级酒店需求分析

第八章 2013-2014年星级酒店行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、星级酒店行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、星级酒店行业企业间竞争格局分析

三、星级酒店行业集中度分析

第二节 中国星级酒店行业竞争格局综述

一、星级酒店行业竞争概况

二、中国星级酒店行业竞争力分析

三、中国星级酒店竞争力优势分析

四、星级酒店行业主要企业竞争力分析

第三节 2013-2014年星级酒店行业竞争格局分析

- 一、2013-2014年国内外星级酒店竞争分析
- 二、2013-2014年我国星级酒店市场竞争分析
- 三、2013-2014年我国星级酒店市场集中度分析
- 四、2013-2014年国内主要星级酒店企业动向

第四节 星级酒店市场竞争策略分析

第九章 2013-2014年星级酒店行业领先企业经营形势分析

第一节 上海锦江国际酒店（集团）股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展优势分析
- 四、企业发展战略分析

第二节 湖南华天大酒店股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展优势分析
- 四、企业发展战略分析

第三节 金陵饭店股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展优势分析
- 四、企业发展战略分析

第四节 北京首都旅游股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展优势分析
- 四、企业发展战略分析

第五节 深圳新都酒店股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展优势分析
- 四、企业发展战略分析

第六节 广州市东方宾馆股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业发展优势分析

四、企业发展战略分析

第七节 西安旅游股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业发展优势分析

四、企业发展战略分析

第八节 万豪国际酒店集团公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业发展优势分析

四、企业发展战略分析

第九节 洲际酒店集团

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业发展优势分析

四、企业发展战略分析

第十节 喜达屋酒店集团

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业发展优势分析

四、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

第十章 2015-2020年星级酒店行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年星级酒店市场发展前景

一、2015-2020年星级酒店市场发展潜力

二、2015-2020年星级酒店市场发展前景展望

三、2015-2020年星级酒店相关行业发展前景分析

第二节 2015-2020年星级酒店市场发展趋势预测

一、2015-2020年星级酒店行业发展趋势

二、2015-2020年星级酒店市场规模预测

1、星级酒店行业市场规模预测

2、星级酒店行业营业收入预测

三、2015-2020年星级酒店行业应用趋势预测

第三节 2015-2020年中国星级酒店行业供需预测

- 一、2015-2020年中国星级酒店行业供给预测
- 二、2015-2020年中国星级酒店数量规模预测
- 三、2015-2020年中国星级酒店投资规模预测
- 四、2015-2020年中国星级酒店行业需求预测
- 五、2015-2020年中国星级酒店行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2015-2020年星级酒店行业投资机会与风险防范

第一节 星级酒店行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、星级酒店行业投资现状分析

第二节 2015-2020年星级酒店行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、星级酒店行业投资机遇

第三节 2015-2020年星级酒店行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国星级酒店行业投资建议

- 一、星级酒店行业未来发展方向
- 二、星级酒店行业主要投资建议
- 三、中国星级酒店企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2015-2020年星级酒店行业面临的困境及对策

第一节 2015年星级酒店行业面临的困境

第二节 星级酒店企业面临的困境及对策

- 一、重点星级酒店企业面临的困境及对策
- 二、中小星级酒店企业发展困境及策略分析
- 三、国内星级酒店企业的出路分析

第三节 中国星级酒店行业存在的问题及对策

- 一、中国星级酒店行业存在的问题
- 二、星级酒店行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第四节 中国星级酒店市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国星级酒店市场发展面临的挑战
- 二、中国星级酒店市场发展对策分析

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/221036221036.html>