

2016-2022年中国度假酒店行业竞争态势及十三五 发展机会分析报告

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《2016-2022年中国度假酒店行业竞争态势及十三五发展机会分析报告》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/judian/253608253608.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

度假酒店是以接待休闲度假游客为主，为休闲度假游客提供住宿、餐饮、娱乐与游乐等多种服务功能的酒店。与一般城市酒店不同，度假酒店不像城市酒店多位于城市中心位置，大多建在滨海、山野、林地、峡谷、乡村、湖泊、温泉等自然风景区附近，而且分布很广，辐射范围遍及全国各地，向旅游者们传达着不同区域、不同民族丰富多彩的地域文化、历史文化等。

中国报告网发布的《2016-2022年中国度假酒店行业竞争态势及十三五发展机会分析报告》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。

报告目录：

第一部分行业发展现状

第一章度假酒店行业概述

第一节度假酒店业的定义及分类

一、度假酒店业的定义

二、度假酒店业的分类

三、度假酒店业对国民经济的作用

第二节度假酒店业的特点分析

一、度假酒店业的成本核算特点

二、度假酒店业的市场特点

三、度假酒店业的消费方式和现代化新特点

第三节行业特性分析

一、度假酒店业基本特征

二、度假酒店业生命周期

三、度假酒店业要素密集性

四、度假酒店业经营风险

第二章2014-2015年我国度假酒店业市场发展分析

第一节2014-2015年我国度假酒店业发展现状

- 一、我国度假酒店业发展取得的成就
- 二、我国度假酒店业发展格局
- 三、国内度假酒店连锁业发展现状
- 四、我国度假酒店业特许经营发展概况
- 五、目前中度假酒店发展的资金和人才问题分析
- 六、今后我国度假酒店业发展重点

第二节2014-2015年中国度假酒店市场发展分析

- 一、2013年中国度假酒店市场发展概况
- 二、从2010年到2015年中国度假酒店业发展及改革分析
- 三、2014年中国度假酒店市场消费主体
- 四、2014年洋快餐市场价格动态
- 五、2013年我国高端度假酒店营业额

第三节2011-2015年我国住宿餐饮消费发展分析

- 一、2013年1季度我国住宿餐饮消费发展情况
- 二、2013年2季度我国住宿餐饮消费发展情况
- 三、2013年3季度我国住宿餐饮消费发展情况
- 四、2013年4季度我国住宿餐饮消费发展情况
- 五、2014年1季度我国住宿餐饮消费发展情况
- 六、2014年2季度我国住宿餐饮消费发展情况

第四节我国度假酒店业发展面临的机遇与挑战

- 一、历史机遇
- 二、主要挑战

第五节我国度假酒店业发展的原则、目标及任务

- 一、指导思想
- 二、发展原则
- 三、发展目标
- 四、主要任务

第六节我国度假酒店行业信息化发展分析

- 一、我国度假酒店行业信息化市场空间
- 二、度假酒店信息化管理发展优势及走势

第三章2014-2015年我国度假酒店行业区域市场分析

第一节北京市

- 一、度假酒店行业现状

- 二、度假酒店市场格局
- 三、度假酒店消费者分析
- 四、度假酒店行业发展趋势

第二节上海市

- 一、度假酒店行业现状
- 二、度假酒店市场格局
- 三、度假酒店消费者分析
- 四、度假酒店行业发展趋势

第三节广州市

- 一、度假酒店行业现状
- 二、度假酒店市场格局
- 三、度假酒店消费者分析
- 四、度假酒店行业发展趋势

第四节深圳市

- 一、度假酒店行业现状
- 二、度假酒店市场格局
- 三、度假酒店消费者分析
- 四、度假酒店行业发展趋势

第五节成都市

- 一、度假酒店行业现状
- 二、度假酒店市场格局
- 三、度假酒店消费者分析
- 四、度假酒店行业发展趋势

第四章2014-2015年中国度假酒店连锁发展研究

第一节2014-2015年中国度假酒店连锁发展环境因素

- 一、中国度假酒店连锁经济环境影响
- 二、中国度假酒店连锁社会环境影响
- 三、中国度假酒店连锁政策环境影响
- 四、中国度假酒店连锁资本化影响

第二节2014-2015年中国度假酒店连锁市场发展现状

- 一、中国度假酒店连锁发展特点
- 二、中国度假酒店连锁发展规模
- 三、中国度假酒店连锁发展竞争格局
- 四、中国度假酒店连锁发展不足之处
- 五、中国度假酒店连锁发展的趋势分析

第五章2014-2015年中国度假酒店行业并购重组分析

第一节2014-2015年中国度假酒店行业并购重组动因

第二节2014-2015年中国度假酒店行业并购重组方式

一、酒店集团

二、产权融资

三、连锁经营

四、托管经营

第三节2014-2015年中国度假酒店行业并购重组案例

一、顺昌收购广西沃顿国际大酒

二、泰国TCC集团并购昆明邦克饭店

三、华天酒店收购凯旋门大酒店华天酒店

四、西安旅游拟兼并收购陕西光华酒店

五、华天酒店托管长春五星级京都大酒店

第二部分行业竞争格局

第六章2014-2015年度度假酒店行业竞争分析

第一节2014年度度假酒店竞争分析

一、2013年度度假酒店市场竞争情况分析

二、2014年度度假酒店市场竞争形势分析

第二节2011-2015年中国度假酒店行业竞争分析及预测

一、2011-2015年集中度分析及预测

二、2011-2015年SWOT分析及预测

三、2011-2015年进入退出状况分析及预测

四、2011-2015年生命周期分析及预测

第三节度假酒店业竞争分析

一、中国度假酒店业竞争格局

二、2014年度度假酒店企业竞争优势分析

三、度假酒店行业中西式竞争现状

四、2014年外企早餐市场竞争动态

五、2014年中外企业度假酒店市场竞争分析

第七章度假酒店企业竞争策略分析

第一节度假酒店市场竞争策略分析

一、2014年度度假酒店市场增长潜力分析

二、2014年度度假酒店主要潜力品种分析

三、现有度假酒店竞争策略分析

四、度假酒店潜力品种竞争策略选择

五、典型企业品种竞争策略分析

第二节度假酒店企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对度假酒店行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后度假酒店行业竞争格局的变化
- 三、2016-2022年我国度假酒店市场竞争趋势
- 四、2016-2022年度度假酒店行业竞争格局展望
- 五、2016-2022年度度假酒店行业竞争策略分析
- 六、2016-2022年度度假酒店企业竞争策略分析

第八章度假酒店重点企业竞争分析

第一节悦榕度假酒店集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第二节凯悦集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第三节法国雅高酒店集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第四节喜达屋

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第五节洲际酒店集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第六节安曼酒店集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第七节米高梅大酒店

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第八节桑格罗夫大酒店

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第九节海神号度假酒店

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十节地中海酒店

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第三部分行业前景预测

第九章度假酒店业发展趋势分析

第一节欧债危机下我国度假酒店业发展趋势分析

一、欧债危机冲击下我国度假酒店业“本色化”经营趋势

二、欧债危机下中国高端度假酒店企业大众化发展趋势

三、欧债危机下度假酒店自建原料基地发展趋势

第二节我国度假酒店业的发展预测

一、2013年度假酒店业的发展走势

二、2014年度假酒店业消费发展预测

三、2014年度假酒店业的市场发展预测

四、2014年度假酒店业的机遇发展预测

五、2016-2022年中国度假酒店业发展预测

第三节我国度假酒店行业发展趋势分析

- 一、我国度假酒店业发展的趋势及对策
- 二、2013年中国度假酒店行业发展趋势
- 三、2014年我国度假酒店行业市场规模预测
- 四、2014-2015年度度假酒店食品行业发展趋势

第十章度假酒店行业发展预测

第一节2016-2022年度度假酒店市场趋势分析

- 一、2011-2015年度度假酒店市场趋势总结
- 二、2016-2022年度度假酒店发展趋势分析
- 三、2016-2022年度度假酒店市场发展空间
- 四、2016-2022年度度假酒店产业政策趋向
- 五、2016-2022年度度假酒店价格走势分析

第二节2016-2022年度度假酒店市场预测

- 一、2016-2022年度度假酒店市场结构预测
- 二、2016-2022年度度假酒店市场需求前景
- 三、2016-2022年度度假酒店市场价格预测
- 四、2016-2022年度度假酒店行业集中度预测

第四部分投资战略研究

第十一章度假酒店行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

- 一、2011-2015年我国宏观经济运行情况
- 二、2016-2022年我国宏观经济形势分析
- 三、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

- 一、2014年度度假酒店行业政策环境
- 二、2014年国内宏观政策对其影响
- 三、2014年行业产业政策对其影响

第三节社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2014年社会环境发展分析
- 三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析

第十二章度假酒店行业投资机会与风险

第一节度假酒店行业投资效益分析

- 一、2011-2015年度度假酒店行业投资状况分析

二、2016-2022年度度假酒店行业投资效益分析

三、2016-2022年度度假酒店行业投资趋势预测

四、2016-2022年度度假酒店行业的投资方向

五、2016-2022年度度假酒店行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响度假酒店行业发展的主要因素

一、2016-2022年影响度假酒店行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响度假酒店行业运行的稳定因素分析

三、2016-2022年影响度假酒店行业运行的不利因素分析

四、2016-2022年我国度假酒店行业发展面临的挑战分析

五、2016-2022年我国度假酒店行业发展面临的机遇分析

第三节投资建议

一、2016-2022年度度假酒店行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年度度假酒店行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年度度假酒店行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年度度假酒店同业竞争风险及控制策略

五、2016-2022年度度假酒店行业其他风险及控制策略

图表目录：

图表：度假酒店业的细分行业分类

图表：度假酒店业细分行业和业态的发展

图表：度假酒店业态类型

图表：2014-2015年度度假酒店业增长贡献率和拉动率变化情况

图表：全国度假酒店业零售额中居民度假酒店消费比例

图表：度假酒店业成本结构表

图表：北京市海淀区中餐馆价位分布图

图表：海淀区中餐馆名称的结构统计

图表：三个档次使用行业标识词的情况

图表：中国八大菜系分布

图表：度假酒店业部分连锁企业连锁店数量和连锁店销售额增长情况

图表：度假酒店业部分企业特许经营配送额增长情况

图表：部分连锁度假酒店业培训增长情况

图表：度假酒店业部分企业多品牌经营情况

图表：度假酒店业各行业部分企业多品牌和将开展多品牌经营情况

图表：部分连锁度假酒店企业特许费收取方式

图表：部分连锁度假酒店业特许经营保证金收取情况

图表：连锁度假酒店企业特许经营单店投资额情况

图表：连锁度假酒店业各行业部分企业特许经营模式

图表：特许经营部分度假酒店行业代表性企业发展情况表

图表：度假酒店业各行业关注的主要问题

图表：度假酒店业特许经营难点

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/253608253608.html>