

2006年中国宾馆酒店业研究咨询报告

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《2006年中国宾馆酒店业研究咨询报告》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/wentibangong/2690726907.html>

报告价格：电子版: 5600元 纸介版：6100元 电子和纸介版: 6600

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

内容简介 随着国内经济形势持续向好，国内酒店业进入难得的发展高峰期，使得中外资本纷纷将目光投向中低端市场。中国酒店业的区域结构不合理、竞争手段不足和市场对经济型酒店的需求日益显露，以及2008年北京奥运会、2010年上海世博会对酒店业的积极影响等诸多力量的交织，正将中国酒店低端市场演变成一个淘金圣地。目前，国内经济型品牌酒店目前在市场上占有比例不足10%，巨大的潜力使经济型酒店市场燃起狼烟，众多经济型酒店的外资品牌纷纷进入中国市场。由于入境游和国内旅游增长，2006年酒店业的经营继续呈现全面增长的态势，客房出租率和房价同时增长。预计2006年旅游行业收入将为8532亿元，同比增长17.17%。但是由于客源市场的重新震荡分配，客源市场分层更加细化，一些酒店将更加趋向于专一性客源定位。其产品也更加细化，更有深度，主题酒店、经济型酒店和一些专题酒店如会议酒店和度假酒店将在市场上以其鲜明的市场形象拥有更强的竞争力。2006年酒店人力成本将会继续提高，主要原因有人员流失较严重及其带来培训成本的增加。酒店业市场将会在供求两个方面都将发生较大的变化，在新的一轮市场格局变化当中每个酒店都面临着机遇与挑战。面对资源共享、市场共有的全新的环境，众多国际知名酒店集团大举进入并高位抢滩中国酒店市场，中国酒店业该如何发展呢？本研究咨询报告内容丰富翔实，引用大量基础信息和统计数据，运用图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，对国际酒店业和我国酒店业的发展现状、消费状况、酒店业的竞争情况等进行了分析，重点对商务酒店、旅游度假酒店、经济型酒店、产权式酒店、绿色酒店进行了透彻的分析。最后对我国酒店业发展的主要趋势进行了科学的预测，揭示了宾馆酒店行业新的发展机会，以及当前面临问题的解决方案，是宾馆酒店、经营宾馆酒店的相关企业和单位及旅游开发企业等准确了解目前中国宾馆酒店市场发展动态，把握宾馆酒店的消费现状和趋势、制定市场发展策略的重要决策参考依据。

目 录CONTENTS第一部分 概念及行业投资特性第一章 宾馆酒店产业的概念及投资特性 1第一节 宾馆酒店业的概念与分类 1一、宾馆酒店的定义 1二、宾馆酒店的分类 1第二节 宾馆酒店业的性质和特点 4一、现代宾馆酒店的基本性质 4二、现代宾馆酒店的基本特点 5第三节 宾馆酒店业的投资特性 7一、赢利性与成长性 7二、酒店的周期性 8三、要素的密集性 9四、宾馆酒店业壁垒研究 10第二章 关联产业分析 16第一节 旅游业现状与酒店业发展 16一、我国旅游业的现状 16二、旅游业发展的特点 18三、发展我国旅游服务业的相应对策 19四、旅游收入及预测 22五、“红色”旅游势头不减 23六、旅游业复苏，酒店业发展空间巨大 24七、2006年旅游酒店收入预测 26第二节 餐饮业发展现状及对酒店业的影响 27一、我国目前餐饮业发展现状及趋势 27二、餐饮业对宾馆酒店业的影响 28三、酒店餐饮经营竞争策略分析 31第三节 会展业与酒店业互动发展情况 32一、我国会展业总体发展平稳 32二、会展与酒店业互动关系 34三、会展与酒店业互动发展支撑体系 36四、会展与酒店业互动发展模式 37五、我国实现会展与酒店互动发展的对策 39第二部分

行业发展现状分析第三章 中国酒店业市场发展情况	43	第一节 中国酒店业市场发展变化分析	
43一、呈现的主要变化	44	二、面临的主要问题	45
43二、面临的主要问题	45	三、发展建议	46
43三、发展建议	46	第二节 中国酒店业市场特点	
47一、中国酒店业数字化尚处发展期	47	二、经济型酒店成支柱	48
47二、经济型酒店成支柱	48	三、梯次布局中国酒店市场	48
48三、梯次布局中国酒店市场	48	第三节 中国饭店业市场分析	
50一、中国饭店业市场壁垒分析	50	二、海外扩张国内"瘦身"	55
50二、海外扩张国内"瘦身"	55	第四节 饭店企业基于盈利细分的竞争战略	
56一、顾客盈利细分理论综述	56	二、盈利型顾客群体的特征	57
56二、盈利型顾客群体的特征	57	三、基于盈利特征细分顾客的竞争战略	60
57三、基于盈利特征细分顾客的竞争战略	60	第五节 我国饭店业市场竞争动向	
62一、从注重委托管理转向对饭店业的直接投资	62	二、外资借助城市改造进入饭店延伸行业	63
63二、外资借助城市改造进入饭店延伸行业	63	三、目标市场从中心城市转向度假风景区及二级城市	64
63三、目标市场从中心城市转向度假风景区及二级城市	64	四、从单一的地面战转向空间战-收购网络预定系统	65
64四、从单一的地面战转向空间战-收购网络预定系统	65	第四章 我国宾馆酒店业的发展特点	
65第四章 我国宾馆酒店业的发展特点	67	第一节 宾馆酒店业的发展演变历程	
67第一节 宾馆酒店业的发展演变历程	67	一、中国古代饭店的形成与发展	67
67二、中国近代饭店的兴起与发展	68	三、2020年世界酒店业发展趋势预测	69
68三、2020年世界酒店业发展趋势预测	69	第二节 宾馆酒店行业需求预测	
72一、收入预测	72	二、发展趋势预测	72
72二、发展趋势预测	72	第三节 几种新型的酒店业态分析	
75一、酒店公寓	75	二、主题酒店	80
75二、主题酒店	80	三、公路旅馆	83
80三、公路旅馆	83	四、产权式酒店	86
83四、产权式酒店	86	第五章 行业市场结构分析	
89第一节 行业市场细分	90	一、商务型酒店	90
90一、商务型酒店	90	二、经济型酒店	91
90二、经济型酒店	91	三、会议/会展酒店	93
91三、会议/会展酒店	93	四、旅游度假酒店	97
93四、旅游度假酒店	97	五、青年旅舍类酒店	97
97五、青年旅舍类酒店	97	六、公寓式酒店	99
97六、公寓式酒店	99	七、分时度假酒店	102
99七、分时度假酒店	102	第二节 行业市场结构分析	
105一、消费市场结构	105	二、行业市场领先者(国际、国内)	106
105二、行业市场领先者(国际、国内)	106	三、行业集中度	111
111三、行业集中度	111	第三节 消费选择与消费趋势分析	
112一、游客对住宿设施的选择调查分析	112	二、游客的旅行目的	115
112二、游客的旅行目的	115	三、入境游客感兴趣的商品	116
115三、入境游客感兴趣的商品	116	四、消费者对住宿、餐饮的评价	117
116四、消费者对住宿、餐饮的评价	117	第六章 其他类型酒店业的现状	
120第一节 商务酒店	120	一、商务旅游概述	120
120一、商务旅游概述	120	二、我国商务酒店的现状	120
120二、我国商务酒店的现状	120	三、商务酒店的前景	122
120三、商务酒店的前景	122	第二节 度假酒店	
123第三节 分时度假酒店在中国的发展	123	一、我国分时度假的四种经营者	126
126一、我国分时度假的四种经营者	126	二、我国分时度假市场存在的问题	126
126二、我国分时度假市场存在的问题	126	三、我国开展的分时度假网络本土化实践的特点	128
126三、我国开展的分时度假网络本土化实践的特点	128	四、我国分时度假酒店的前景	128
128四、我国分时度假酒店的前景	128	第四节 度假酒店发展趋势分析	
129一、旅游市场需求特点	129	二、度假旅游需求特点	130
129二、度假旅游需求特点	130	三、度假地的酒店供给	131
130三、度假地的酒店供给	131	四、国内酒店需要解决的问题	132
131四、国内酒店需要解决的问题	132	第五节 经济型酒店的现状分析和机会	
133一、我国经济型酒店发展中的主要问题	133	二、经济型酒店发展的机遇	134
133二、经济型酒店发展的机遇	134	三、中国经济型酒店的规模	136
136三、中国经济型酒店的规模	136	四、经济型酒店的发展策略	137
136四、经济型酒店的发展策略	137	五、经济型酒店的发展策略	137
137五、经济型酒店的发展策略	137	六、外资巨头齐聚中国凶猛布点经济酒店	141
138六、外资巨头齐聚中国凶猛布点经济酒店	141	第六节 我国经济型饭店经营模式分析	
143一、经济型饭店界定	143	二、国际经济型饭店主流经营模式	143
143二、国际经济型饭店主流经营模式	143	三、我国目前经济型饭店主要经营模式分析	146
146三、我国目前经济型饭店主要经营模式分析	146	四、我国经济型饭店经营展望	147
147四、我国经济型饭店经营展望	147	第三部分 行业格局分析第七章 中国宾馆酒店业的行业格局	
151第一节 行业竞争结构分析	151	一、盈利分布高度不均衡	151
151一、盈利分布高度不均衡	151	二、行业中现有企业的竞争	151

151三、不同类型酒店的竞争格局	160四、行业竞争地区案例	162第二节
构建酒店业核心竞争力	167一、酒店业的任务	167二、酒店业的核心竞争力
167三、以人为本--提升酒店的核心竞争力	168四、酒店专用智能网关竞争优势	170第三节
行业成本与赢利分析	171一、行业赢利集中于两个热点	
171二、酒店行业的成本、定价和收入	173第四节	现代酒店成本管理新趋向
176一、什么是战略成本管理	177二、现代酒店引入战略成本管理的现实意义	178第八章
WTO对宾馆酒店行业格局的影响	181第一节 国内宾馆酒店面临严峻挑战	181第二节
跨国酒店集团经营中国市场的策略	183第三节	中国酒店如何应对国际竞争
184一、中资酒店业的经营策略	184二、开拓海外市场的环境分析	187第九章
宾馆酒店业主要企业、组织分析	190第一节 国际酒店集团	190一、六洲集团(即巴斯集团)
190二、希尔顿	193三、万豪	195四、香格里拉
198第二节		主要内资酒店
200一、华天大酒店	200二、锦江集团	204三、东方宾馆
214四、金陵饭店		
218五、长城酒店	221第三节 宾馆酒店业联盟	222一、金钥匙联盟
222二、中国名酒店组织		
225第四部分	行业的发展趋势与策略第十章	宾馆酒店业发展的主要趋势
227第一节		新世纪酒店业的发展趋势
227一、技术革命对酒店业的支持会转化为服务		
227二、酒店业集团化和品牌化的趋势将促进饭店业的重新分工		
228三、酒店经营管理真正从标准化管理向个性化管理方向发展		
228四、文化要素在酒店的重要作用	229五、酒店从业人员的职业化程度不断提升	
229第二节	我国酒店行业外包服务的发展趋势	229一、外包服务概念的采用
230二、高新技术普及率不够	230三、高质量专业公司缺乏	230四、外包服务的收费
231五、外包服务的管理	231第三节	全球饭店业发展趋势展望
232第四节		饭店业未来发展趋势
235一、饭店服务产品向功能化方面发展		
235二、管理手段向智能化、现代化发展	236三、饭店服务向个性化发展	
236四、饭店人力资源开发和用工制度向社会化方向发展		
237五、饭店环境向绿色化方向发展	238第五节	酒店业电子分销的发展趋势
239一、酒店业电子分销现状	240二、酒店分销渠道的发展方向	
241三、分销系统中的营销管理变革	242四、酒店与分销中介的博弈	243第六节
电子商务化趋势	244一、我国酒店业电子商务的现状	244二、电子商务,变革酒店管理
245三、电子商务在酒店中的运用	246第七节	经济型酒店成为重要的竞争领域
248一、中国经济型酒店的规模估计	249二、我国经济型酒店发展中的主要问题	
250三、经济型酒店发展的机遇	252四、外资看好中国经济型酒店	253第八节
生态和绿色--未来酒店的主流	256第十一章	西部大开发带来无限商机
259第一节		西部大开发带来宾馆酒店关联产业大发展
259一、西部开发的重点		
259二、西部旅游产业开发	260第二节	西部市场的开发策略
263一、西部资源与文化环境		
263二、东西部酒店比较	264第十二章	宾馆酒店业发展的主要策略
267第一节		

中国宾馆酒店业的优势劣势分析	267	一、中国酒店的比较优势	267	二、外方酒店的优势	268
第二节		提升竞争力的主要策略	270	一、注重酒店设计，突出经营特色	270
二、管理的专业化与创新策略	272	三、特许经营与连锁经营策略	284	第三节	
酒店信息化、智能化是新竞争点	286	一、四大差距	287	二、三种趋势	288
三、四点建议	289	四、信息化发展五大阶段	290	第四节	
中国绿色酒店的发展策略	294	一、问题和障碍	295	二、发展思路	297
三、实施要求	300	四、酒店业发展思路	302	附录附录一	
五星级酒店投资研究		305	一、中国五星级酒店市场状况	305	
二、五星级酒店的投资效益及投资方式	309	三、五星级酒店的	管理	314	附录二
经济型酒店案例：如家酒店连锁	318	一、基本信息	318	二、如家快捷酒店国内分布	320
三、如家快捷酒店的房型及房价	322	图表目录	图表：美国各等级酒店的投资成本平均水平	9	
9		图表：会展与酒店一体化发展模式图	38	图表：不同顾客群体对价格的敏感度	58
58		图表：不同顾客群体对价格的忠诚度	59	图表：宾馆酒店未来20年收入预测	72
72		图表：酒店业市场细分结构表	89	图表：中国主要城市星级酒店的数量	105
105		图表：各星级酒店的客房数量及比例表	105	图表：2005年中国饭店集团20强	106
106		图表：2004年中国十大最受欢迎商务酒店	111	图表：男性过夜旅游者对住宿设施的选择比例	113
111		图表：女性过夜旅游者对住宿设施的选择比例	113	图表：不同年龄游客对住宿设施选择比例	113
113		图表：不同文化程度的游客在不同的住宿设施中住宿时间比例	114	图表：不同目的的出游者选择不同住宿设施住宿的时间比例	114
114		图表：国内城镇游客出游情况（按目的分）	115	图表：国内农民出游目的的比例表	115
115		图表：入境外国游客人数和比例（按目的分）	116	图表：国内游客对住宿设施的评价	119
116		图表：入境外国游客不同目的的人数比例图	116	图表：国内游客对交通的评价	119
119		图表：国内游客对餐饮的评价	119	图表：国内游客对购物的评价	119
119		图表：国内游客对娱乐的评价	119	图表：每一万人中拥有分时度假会员数国别比较表	129
129		图表：2005年不同经济类型酒店的赢利能力比较	161	图表：2005年星级酒店与非星级酒店创收能力比较	161
161		图表：2005年不同规模酒店创收能力比较	161	图表：2005年不同地区酒店创收能力比较	162
162		图表：网安实与竞争对手的功能、性能及价格对比	171	图表：三星、四星、五星级酒店房价对比	172
171		图表：三星、四星、五星单间客房平均收入对比	173	图表：不同类型酒店的每单间客房投资成本	174
173		图表：国际和国内正常房价以及国内实际房价比照			

- 174图表：各星级酒店营业收入分布表 174图表：各星级酒店营业收入分布比例
- 175图表：酒店业的成本支出构成 176图表：国务院已批准为出境旅游目的地国家（地区）
- 188图表：国务院已经批准、但尚未实施的目的地国家 188图表：香港洲际酒店基本房价
- 192图表：银星皇冠酒店基本房价 192图表：际国假日酒店基本房价
- 192图表：希尔顿的中国网点分布 194图表：希尔顿酒店基本房价
- 195图表：万豪酒店在中国的分布 198图表：香港万豪酒店基本房价
- 198图表：香格里拉亚洲有限公司经营和管理的酒店列表
- 199图表：香格里拉酒店在中国的分布
- 200图表：2005年9月湖南华天大酒店股份有限公司主要股东
- 201图表：2004-2005年湖南华天大酒店股份有限公司每股指标
- 201图表：2004-2005年湖南华天大酒店股份有限公司利润构成
- 202图表：2004-2005年湖南华天大酒店股份有限公司获利能力
- 202图表：2004-2005年湖南华天大酒店股份有限公司经营能力
- 203图表：2004-2005年湖南华天大酒店股份有限公司资本结构
- 203图表：2004-2005年湖南华天大酒店股份有限公司发展能力
- 203图表：2004-2005年湖南华天大酒店股份有限公司资金流量
- 204图表：锦江酒店的网点分布 209图表：锦江之星旅馆在国内多个城市开设的连锁店
- 210图表：2005年12月上海锦江国际酒店发展股份有限公司主要股东
- 210图表：2005年上海锦江国际酒店发展股份有限公司每股指标
- 211图表：2005年上海锦江国际酒店发展股份有限公司利润构成
- 211图表：2005年上海锦江国际酒店发展股份有限公司获利能力
- 212图表：2005年上海锦江国际酒店发展股份有限公司经营能力
- 212图表：2005年上海锦江国际酒店发展股份有限公司资本结构
- 213图表：2005年上海锦江国际酒店发展股份有限公司发展能力
- 213图表：2005年上海锦江国际酒店发展股份有限公司资金流量
- 213图表：2005年9月广州市东方宾馆股份有限公司主要股东
- 214图表：2004-2005年广州市东方宾馆股份有限公司每股指标
- 215图表：2004-2005年广州市东方宾馆股份有限公司利润构成
- 215图表：2004-2005年广州市东方宾馆股份有限公司获利能力
- 216图表：2004-2005年广州市东方宾馆股份有限公司经营能力
- 216图表：2004-2005年广州市东方宾馆股份有限公司资本结构
- 217图表：2004-2005年广州市东方宾馆股份有限公司发展能力
- 217图表：2004-2005年广州市东方宾馆股份有限公司资金流量
- 217图表：互联网时代新的电子分销中介网络。 241图表：分销系统预定费用比例的比较
- 242图表：五星级酒店组织结构图 314图表：酒店集团Logo、理念、愿景和使命

318图表：如家酒店大事记

319图表：如家连锁酒店的分店详细分布情况表

321图表：如家连锁酒店集团全国各分店房型及房价一览表

323图表：如家酒店品牌管理

325

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/2690726907.html>