

中国酒店业市场现状调研与投资价值评估报告（2012-2016）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国酒店业市场现状调研与投资价值评估报告（2012-2016）》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/138704138704.html>

报告价格：电子版: 7000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

2011年以来，中国新开业的星级酒店如雨后春笋，各大国际酒店管理集团竞相制定出里程碑式的开业计划，不是巩固自身在中国的豪华酒店之领先地位，就是努力使自己比竞争对手占据更大的市场。随着一线城市豪华酒店市场渐趋饱和，酒店业的重心已从北上广转移至内地经济迅速发展的二三线城市。与此同时，2011年中国酒店业不断涌现新的营销模式，先是团购网站风潮蔓延至酒店业，随后神秘房、Last Minute等国外成功模式也纷纷登陆国内。2011年新版《饭店星级的划分与评定》正式实施，其中将一二三星级饭店定位为有限服务饭店，评定星级时应对饭店住宿产品进行重点评价，四五星级定位为完全服务饭店，评定星级时应对饭店产品进行全面评价。随着中国旅游业的迅猛发展，对休闲度假酒店的需求也将有成倍的增长，中国酒店业发展前景广阔。在中国经济转型与消费升级的大背景下，未来几年仍将是酒店业加速发展的黄金时期。

中国报告网发布的《中国酒店业市场现状调研与投资价值评估（2012-2016）》共二十二章。首先介绍了酒店相关概述、中国酒店市场运行环境等，接着分析了中国酒店市场发展的现状，然后介绍了中国酒店重点区域市场运行形势。随后，报告对中国酒店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。

第一章 酒店业概述

1.1 酒店的相关简介

1.1.1 酒店的定义

1.1.2 酒店的部门设置

1.1.3 酒店部门的职能

1.2 酒店业的分类

1.2.1 酒店的分类

1.2.2 酒店房间类型的分类

1.3 酒店业的基本性质与特点

1.3.1 现代酒店的基本性质

1.3.2 酒店业的基本特点

1.3.3 现代酒店呈现的新特点

第二章 国际酒店业发展分析

2.1 国际酒店业的发展综述

2.1.1 国际酒店业的发展特点及影响因素

2.1.2 2009年世界酒店业呈现回暖迹象

2.1.3 2009年世界酒店平均房价走势

2.1.4 2010年世界酒店业价格指数

2.1.5 2011年世界酒店房价走势分析

2.1.6 世界酒店业采取措施吸引亚洲游客

2.2 国际宾馆酒店业的管理综述

2.2.1 国际酒店集团的管理模式分析

2.2.2 国际宾馆酒店业管理的主要特点

2.2.3 西方酒店业引入全面质量管理

2.2.4 国外饭店集团介入的管理形式

2.2.5 国际一流酒店经营管理的几大趋势

2.3 欧洲酒店业

2.3.1 欧洲酒店业发展特色盘点

2.3.2 2009年欧洲酒店业经营情况渐趋好转

2.3.3 2010年德国酒店业发展状况简述

2.3.4 2011年法国酒店业实现平稳增长

2.3.5 英国酒店业对2012年行业发展的展望

2.4 美国酒店业

2.4.1 美国酒店业发展的成功经验总结

2.4.2 2010年美国酒店业踏上联姻之路

2.4.3 2010年美国酒店行业分销状况分析

2.4.4 美国酒店采取多种措施吸引华人旅客

2.5 亚太地区酒店业

2.5.1 亚太地区酒店业基本发展情况

2.5.2 2010年亚太地区酒店业经营状况

2.5.3 2011年亚太地区酒店业经营状况

2.5.4 香港酒店行业发展概况

2.5.5 受益旅游业增长泰国酒店业重新提价

第三章 中国酒店业发展分析

3.1 中国酒店业的发展综述

3.1.1 中国酒店业在国民经济发展中的战略定位

3.1.2 中国现代酒店业的特点分析

3.1.3 “十一五”期间中国酒店业总体发展状况

3.1.4 加入WTO给中国酒店行业带来的影响透析

3.1.5 中国酒店业与国际一流酒店业的差距

3.2 2007-2009年中国酒店业的发展

3.2.1 2007年中国酒店业基本状况

3.2.2 2008年中国酒店业的发展特点

3.2.3 2009年中国酒店市场运行特点

3.2.4 2009年中国酒店业热点分析

3.2.5 2009年中国酒店市场的竞争态势

3.3 2010年中国酒店业的发展

3.3.1 2010年中国酒店业逐渐回暖

3.3.2 2010年中国星级酒店发展状况分析

3.3.3 2010年中国酒店业动态热点

3.3.4 2010年中国酒店业趋向多元化发展

3.4 2011年中国酒店业的发展

3.4.1 2011年中国星级酒店发展状况

3.4.2 2011年中国酒店业发展态势分析

3.4.3 2011年中国酒店业大事盘点

3.4.4 2011年酒店业的营销活动创新概况

3.5 中国酒店业面临的问题

3.5.1 中国酒店业存在的主要问题

3.5.2 中国酒店业的“软肋”

3.5.3 中国酒店业的市场壁垒分析

3.5.4 中国酒店业面临的挑战

3.5.5 中国酒店业的质量问题

3.6 中国酒店业的发展策略

3.6.1 中国酒店业发展的政策取向

3.6.2 中国酒店业质量问题的发展对策

3.6.3 中国本土酒店的发展建议

3.6.4 促进中国酒店企业发展的策略

第四章 商务酒店

4.1 商务酒店概念及介绍

4.1.1 商务旅游概述

4.1.2 商务酒店的定义

4.2 商务酒店市场概况

4.2.1 商务酒店步入黄金时代

4.2.2 中国商务酒店发展逐渐成熟

- 4.2.3 经济型商务酒店渐受青睐
- 4.2.4 商务酒店宽带接入成发展趋势
- 4.2.5 2011年奢华型商务酒店受追捧
- 4.3 商务酒店投资动态
 - 4.3.1 商务酒店掀起投资狂潮
 - 4.3.2 国际商务型酒店纷纷进驻广东
 - 4.3.3 商务酒店蜂拥济南
 - 4.3.4 外企踊跃投资四川商务酒店市场
- 4.4 商务酒店发展对策及前景
 - 4.4.1 商务酒店的市场竞争核心在于品牌建设
 - 4.4.2 中国商务酒店发展道路探讨
 - 4.4.3 商务酒店的功能改造方案
 - 4.4.4 商务酒店面临美好发展前景
- 第五章 旅游度假酒店
 - 5.1 假日经济与酒店业
 - 5.1.1 假日经济带动旅游酒店业发展
 - 5.1.2 假日调整对酒店业的影响
 - 5.1.3 酒店产业应对假日经济的策略
 - 5.1.4 “假日经济”魅力下酒店的营销管理
 - 5.2 旅游度假酒店概况
 - 5.2.1 度假酒店的类型介绍
 - 5.2.2 度假酒店的功能与作用
 - 5.2.3 气候对度假酒店的重要性
 - 5.2.4 度假酒店存在的问题
 - 5.3 分时度假在中国的发展
 - 5.3.1 分时度假的产生与发展
 - 5.3.2 分时度假在中国发展的时机已经成熟
 - 5.3.3 国内分时度假企业的发展
 - 5.3.4 中国分时度假企业合力规范行业的发展
 - 5.3.5 中国分时度假发展潜力巨大
 - 5.4 旅游度假酒店市场营销分析
 - 5.4.1 中国度假酒店市场营销的特点
 - 5.4.2 度假酒店的营销策略分析
 - 5.4.3 休闲度假型酒店的散客销售
 - 5.4.4 4Cs营销理念在中国度假饭店的运用

5.5 中国度假酒店经营管理发展趋势

5.5.1 多元化发展将是度假酒店的必然现象

5.5.2 主题经营将是度假酒店竞争制胜的基本定律

5.5.3 提高客人体验价值将是度假酒店的服务之道

5.5.4 开发寓教于乐的度假产品

5.5.5 快乐工作将是度假酒店员工管理的重要课题

5.5.6 连锁经营将是度假酒店企业发展的必然选择

5.6 中国旅游度假酒店的对策与前景分析

5.6.1 发展度假酒店的对策分析

5.6.2 室内水上乐园度假酒店投资方案分析

5.6.3 中国度假型酒店发展前景光明

第六章 经济型酒店

6.1 经济型酒店的定义及特征

6.1.1 经济型酒店概念

6.1.2 经济型酒店的分类

6.1.3 经济型酒店的特征

6.2 中国经济型酒店发展综述

6.2.1 经济型酒店演变历程

6.2.2 中国经济型酒店的行业环境分析

6.2.3 中国连锁经济型酒店向中部地区推进

6.2.4 中国经济型酒店开始进入联盟新时代

6.2.5 经济型连锁酒店的品牌传播特点

6.3 2009-2011年中国经济型酒店的发展

6.3.1 2009年经济型酒店数量同比增长33.94%

6.3.2 2010年中国经济型酒店市场总体状况

6.3.3 2010年中国经济型酒店发展新特点

6.3.4 2010年经济型酒店网络广告投放概况

6.3.5 2011年中国经济型酒店发展概况

6.3.6 2011年经济型酒店在线预订活跃

6.4 政府对经济型酒店发展的扶持

6.4.1 政府加强住宿行业管理重点发展经济型酒店

6.4.2 《特许经营管理条例》启动对经济酒店的影响

6.4.3 2009年底国家首次将旅游业确定为国民经济支柱产业

6.4.4 2010年新政出台鼓励发展经济型酒店

6.5 经济型酒店的经营与管理

- 6.5.1 中国经济型酒店经营管理状况分析
- 6.5.2 现代经济型酒店经营利润高
- 6.5.3 中国经济型酒店先行者的管理模式分析
- 6.5.4 经营经济型酒店关键把握五大因素
- 6.5.5 经济型酒店的具体经营方针
- 6.6 经济型酒店的效益
 - 6.6.1 投入产出分析
 - 6.6.2 经济型酒店的投资回报分析
 - 6.6.3 经济型酒店与资本市场结合的路径
 - 6.6.4 经济型酒店的土地使用权存在隐患
- 6.7 经济型酒店的运作模式分析
 - 6.7.1 开发模式
 - 6.7.2 选址要求
 - 6.7.3 注册成立酒店管理公司
- 6.8 经济型酒店面临的问题分析
 - 6.8.1 经济型酒店行业存在的缺陷
 - 6.8.2 中国经济型酒店发展存在的主要问题
 - 6.8.3 中国经济型酒店面临的挑战
 - 6.8.4 国内经济型酒店快速扩张下的隐忧
- 6.9 中国经济型酒店的发展策略
 - 6.9.1 经济型酒店应注意回避的误区
 - 6.9.2 中国经济型酒店企业的发展策略
 - 6.9.3 中国经济型酒店的特色品牌的创建
 - 6.9.4 中国经济型酒店的九大发展战略
- 6.10 经济型酒店发展前景与趋势
 - 6.10.1 中国经济型酒店市场展望
 - 6.10.2 中国经济型酒店发展趋势预测
 - 6.10.3 中国经济型酒店将进入扩张整合期
 - 6.10.4 中国本土经济型酒店前景可期
- 第七章 产权式酒店
 - 7.1 产权式酒店概念及分类
 - 7.1.1 产权式酒店的定义
 - 7.1.2 产权式酒店的性质
 - 7.1.3 产权式酒店的分类
 - 7.2 产权式酒店发展概况

- 7.2.1 国外产权式酒店的诞生与发展
- 7.2.2 中国产权式酒店的发展透析
- 7.2.3 中国产权式酒店的市场环境日渐改善
- 7.2.4 2012年中国首部地区性产权式酒店法规重磅出台
- 7.2.5 产权式酒店的物业管理分析
- 7.3 影响产权式酒店销售的主要因素
 - 7.3.1 自然环境
 - 7.3.2 投资环境
 - 7.3.3 交通环境
 - 7.3.4 是否有金融支持
 - 7.3.5 价格因素
- 7.4 产权式酒店的投资机遇
 - 7.4.1 新政下产权式酒店迎来投资最佳时机
 - 7.4.2 产权式酒店越来越受投资者青睐
 - 7.4.3 产权式酒店具有投资优势
 - 7.4.4 政策利好海南产权式酒店渐成投资焦点
- 7.5 产权式酒店的投资风险及防范
 - 7.5.1 产权式酒店投资风险的主要体现
 - 7.5.2 产权酒店发展缺少制度规范导致风险加剧
 - 7.5.3 产权式酒店投资的法律风险分析
 - 7.5.4 产权式酒店在交易过程中存在的风险
 - 7.5.5 产权式酒店交易风险的防范措施
 - 7.5.6 产权式酒店投资风险的法律防范措施
- 7.6 产权式酒店的投资方法
 - 7.6.1 投资产权式酒店的要素
 - 7.6.2 产权式酒店投资策略分析
 - 7.6.3 把握好产权式酒店投资的要点
 - 7.6.4 产权式酒店投资价值的评估
- 7.7 产权式酒店发展对策及前景分析
 - 7.7.1 完善中国产权酒店行业运行机制
 - 7.7.2 中国产权式酒店发展需三方面共同努力
 - 7.7.3 产权式酒店经营应注重的方面
 - 7.7.4 中国产权式酒店发展前景乐观
- 第八章 酒店式公寓
 - 8.1 酒店式公寓的定义及特征

8.1.1 酒店式公寓的概念

8.1.2 酒店式公寓的特征

8.1.3 酒店式公寓的分类

8.1.4 酒店式公寓目标客户群的类型

8.1.5 酒店式公寓的服务概况

8.2 酒店式公寓发展概述

8.2.1 酒店式公寓在中国的发展

8.2.2 酒店式公寓成酒店业的新宠

8.2.3 限购政策下的酒店式公寓市场销售现状及理性思考

8.2.4 酒店式公寓渐成普通投资者住宅投资新宠

8.3 中国主要城市酒店式公寓市场动态

8.3.1 北京

8.3.2 天津

8.3.3 广州

8.3.4 东莞

8.3.5 杭州

8.4 酒店式公寓的产品开发

8.4.1 项目选址策略

8.4.2 目标消费群定位

8.4.3 产品设计策略

8.4.4 产品销售策略

8.4.5 销售成本控制策略

8.4.6 经营管理策略

8.5 酒店式公寓的投资风险分析

8.5.1 五大隐性成本

8.5.2 非住宅税费

8.5.3 房屋土地性质

8.5.4 投资实力

8.5.5 避免扎堆出租

8.6 酒店市公寓投资价值及前景分析

8.6.1 酒店式公寓的投资回报模式探讨

8.6.2 酒店式公寓的投资价值优异

8.6.3 酒店式公寓的市场投资潜力分析

第九章 主题酒店

9.1 主题酒店基本概述

- 9.1.1 主题酒店的概念
- 9.1.2 主题酒店的一般类型
- 9.1.3 主题酒店与特色酒店的异同
- 9.1.4 世界各地主题酒店大观
- 9.2 主题酒店是中国酒店业发展的必然选择
 - 9.2.1 酒店业标准化向个性化发展
 - 9.2.2 市场细分是酒店业大势所趋
 - 9.2.3 酒店市场竞争逐步升级
 - 9.2.4 主题酒店是中国文化产业发展的需要
- 9.3 中国主题酒店发展概述
 - 9.3.1 中国主题酒店的发展阶段
 - 9.3.2 中国主题酒店的发展现状及特点
 - 9.3.3 中国主题酒店主题开发建设覆盖面较广
 - 9.3.4 国家新政策鼓励主题酒店发展
 - 9.3.5 中国精品主题酒店发展潜力巨大
- 9.4 2010年中国主题酒店发展动态
 - 9.4.1 2010年中国首个主题酒店群在深圳落成
 - 9.4.2 2010年国内首家五星级珠宝主题酒店开业
 - 9.4.3 2010年深圳华侨城打造岭南文化主题酒店
 - 9.4.4 2010年长沙主题酒店逐渐兴起
- 9.5 2011年中国主题酒店发展动态
 - 9.5.1 2011年主题旅游饭店在四川问世
 - 9.5.2 2011年底北京第一家艺术主题酒店建成投运
 - 9.5.3 2011年中港合建童话主题酒店在吉林诞生
 - 9.5.4 2011年合肥掀起主题酒店开业热潮
- 9.6 中国主题酒店的投资分析
 - 9.6.1 对主题的认识
 - 9.6.2 主题酒店的发展空间
 - 9.6.3 主题酒店的市场定位
 - 9.6.4 主题的延伸和更新
- 9.7 主题酒店产品设计与开发的基本思路
 - 9.7.1 准确独特的主题定位——寻找主题
 - 9.7.2 和谐的主题环境与氛围——展示主题
 - 9.7.3 配套的主题设施与产品——传递主题
 - 9.7.4 诱人的主题活动与服务——深化主题

9.8 中国主题酒店存在的问题及建议

9.8.1 主题酒店与特色酒店混为一谈

9.8.2 过分西化不考虑所处地域的形象

9.8.3 一味依赖主题轻视其他

9.8.4 过于追求大规模大投入

9.8.5 星级低、宣传欠缺及知名度不高

9.8.6 中国主题酒店发展的建议

第十章 绿色酒店

10.1 绿色酒店定义及由来

10.1.1 绿色酒店的涵义

10.1.2 绿色酒店的特征

10.1.3 绿色酒店的由来

10.1.4 创建绿色酒店的意义

10.2 绿色酒店发展概况

10.2.1 全球八大绿色酒店介绍

10.2.2 “绿色酒店”可大量节约成本

10.2.3 环保时代需要绿色酒店

10.2.4 中国绿色酒店发展的迫切性及现状

10.3 绿色酒店发展的问题及思路

10.3.1 观念方面

10.3.2 政策和管理方面

10.3.3 绿色酒店发展思路

10.3.4 建设绿色酒店实施要求

第十一章 北京酒店业

11.1 北京酒店业的现状及趋势

11.1.1 北京已成为全国酒店国家化水平较高区域

11.1.2 2009年北京酒店市场的发展分析

11.1.3 2010年首都私产酒店备受市场关注

11.1.4 2011年北京星级酒店业发展现状

11.1.5 2011年北京酒店业发展的大事盘点

11.1.6 北京酒店业未来发展趋势特点剖析

11.2 北京经济型酒店发展分析

11.2.1 北京经济型酒店发展概况

11.2.2 2010年北京市各经济型酒店市场占有率

11.2.3 北京各经济型酒店WiFi服务提供情况

- 11.2.4 经济型酒店将成北京酒店业发展重点
- 11.2.5 首都非星级酒店改造经济型酒店的方向
- 11.3 北京酒店业竞争分析
 - 11.3.1 北京酒店业市场竞争态势分析
 - 11.3.2 北京地区外资酒店挤占本土酒店生存空间
 - 11.3.3 首都本土经济型酒店发展势头超越外资酒店
- 11.4 北京公寓式酒店市场分析
 - 11.4.1 公寓式酒店概述
 - 11.4.2 北京公寓式酒店的供给特点
 - 11.4.3 北京公寓式酒店的需求分析
 - 11.4.4 北京公寓式酒店市场交易特点分析
- 第十二章 上海酒店业
 - 12.1 上海酒店业概况
 - 12.1.1 2008年上海酒店业发展回顾
 - 12.1.2 2009年上海酒店业趋热
 - 12.1.3 2010年上海酒店业的发展态势
 - 12.1.4 2011年上海星级酒店发展现状分析
 - 12.1.5 2011年上海市星级酒店发展动态解析
 - 12.2 后世博时代上海酒店业分析
 - 12.2.1 世博会对酒店业的影响
 - 12.2.2 后世博时代上海酒店开发持续跃进
 - 12.2.3 后世博时代上海酒店业发展建议
 - 12.3 上海酒店市场客源分析
 - 12.3.1 上海酒店客源细分市场特征
 - 12.3.2 上海四五星级酒店客源市场分析
 - 12.3.3 上海三星级酒店客源市场分析
 - 12.4 上海酒店业发展对策分析
 - 12.4.1 促进上海酒店业健康发展的建议
 - 12.4.2 上海酒店业健康发展的宏观调控
 - 12.4.3 上海酒店市场需求发展的应对政策
 - 12.4.4 上海酒店业品牌经营战略解析
- 第十三章 广州酒店业
 - 13.1 广州酒店业发展综述
 - 13.1.1 2008年广州酒店业加速国际化步伐
 - 13.1.2 2009年广州星级酒店业发展状况分析

- 13.1.3 2010年广州酒店细分市场格局生变
 - 13.1.4 2011年广州酒店用品行业实现逆市增长
 - 13.2 2009-2011年广交会期间广州酒店业发展概况
 - 13.2.1 2009年广交会为酒店业带来良好效益
 - 13.2.2 2009年春交会酒店业消费格局悄然生变
 - 13.2.3 2009年秋交会酒店出现“两头满”现象
 - 13.2.4 2010年秋交会带动酒店业升温
 - 13.2.5 2011年春交会酒店业房价高企
 - 13.2.6 2011年秋交会酒店业需求旺盛
 - 13.3 广州酒店业的主要问题及建议
 - 13.3.1 广州酒店业面临严峻挑战
 - 13.3.2 广州“冒牌”星级酒店扰乱酒店市场
 - 13.3.3 广州“老字号”酒店的窘境及发展建议
 - 13.3.4 广州酒店业的发展建议
 - 13.4 广州酒店业的前景及趋势
 - 13.4.1 未来广州酒店业发展预测
 - 13.4.2 广州会展业潜力大将带动酒店业繁荣
 - 13.4.3 广州酒店房价今后仍将上升
 - 13.4.4 广州酒店式公寓发展前景广阔
- ## 第十四章 深圳酒店业
- 14.1 深圳酒店业概况
 - 14.1.1 深圳酒店业发展历程简况
 - 14.1.2 深圳星级酒店全面进入黄金期
 - 14.1.3 深圳酒店业的发展特点
 - 14.1.4 国际化形势加速深圳酒店业竞争
 - 14.1.5 2012年春节深圳酒店业发展行情简析
 - 14.1.6 深圳中档商务连锁酒店发展空间巨大
 - 14.1.7 深圳个性化酒店火爆
 - 14.2 深圳经济型酒店发展概况
 - 14.2.1 深圳经济型酒店市场的供需分析
 - 14.2.2 深圳经济型酒店建设现状
 - 14.2.3 深圳经济型酒店连锁经营模式分析
 - 14.2.4 深圳经济型酒店发展的建议
 - 14.3 深圳酒店业存在的问题及对策
 - 14.3.1 深圳酒店业发展面临的困境

14.3.2 深圳酒店业高端人才供应成难题

14.3.3 深圳经济型酒店发展的建议

第十五章 酒店相关产业发展分析

15.1 旅游业

15.1.1 旅游业对酒店业的促进关系

15.1.2 2009年中国旅游业经济运行分析

15.1.3 2010年中国旅游业经济运行分析

15.1.4 2011年中国旅游业发展动态剖析

15.1.5 “十二五”期间中国旅游业发展目标及任务

15.2 会展产业

15.2.1 会展与酒店业互动发展分析

15.2.2 2010年中国会展业发展概况

15.2.3 2011年中国会展业保持良好发展态势

15.2.4 2012年中国会展业面临的形势及应对建议

15.2.5 中国会展业的SWOT分析及发展建议

15.2.6 中国会展业未来展望

15.3 餐饮业

15.3.1 餐饮业对酒店业的影响

15.3.2 中国餐饮业发展过程中的变化

15.3.3 2009年中国餐饮业的发展分析

15.3.4 2010年中国餐饮业的发展分析

15.3.5 2011年中国餐饮业的发展分析

第十六章 国外重点酒店企业调研分析

16.1 希尔顿国际酒店集团

16.1.1 企业简介

16.1.2 2009年希尔顿酒店新开店302家

16.1.3 2010年希尔顿在青岛打造5星豪华酒店

16.1.4 2011年底希尔顿在华增开四家酒店

16.2 法国雅高酒店集团

16.2.1 企业简介

16.2.2 2009年雅高集团经营状况

16.2.3 2010年雅高集团经营状况

16.2.4 2011年雅高集团经营状况

16.3 喜达屋酒店及度假酒店国际集团

16.3.1 企业简介

16.3.2 2009年喜达屋经营状况

16.3.3 2010年喜达屋经营状况

16.3.4 2011年喜达屋经营状况

16.4 洲际酒店集团

16.4.1 企业简介

16.4.2 2009年洲际酒店集团经营状况

16.4.3 2010年洲际酒店集团经营状况

16.4.4 2011年洲际酒店集团经营状况

16.5 万豪国际酒店集团

16.5.1 企业简介

16.5.2 2009财年万豪酒店经营状况

16.5.3 2010财年万豪酒店经营状况

16.5.4 2011财年万豪酒店经营状况

16.6 香格里拉（亚洲）有限公司

16.6.1 企业简介

16.6.2 2009年1-12月香格里拉经营状况分析

16.6.3 2010年1-12月香格里拉经营状况分析

16.6.4 2011年香格里拉经营状况分析

第十七章 国内重点酒店企业调研分析

17.1 华天酒店集团股份有限公司

17.1.1 公司简介

17.1.2 2009年华天酒店经营状况分析

17.1.3 2010年华天酒店经营状况分析

17.1.4 2011年华天酒店经营状况分析

17.2 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

17.2.1 公司简介

17.2.2 2009年锦江股份经营状况分析

17.2.3 2010年锦江股份经营状况分析

17.2.4 2011年锦江股份经营状况分析

17.3 如家快捷酒店管理公司

17.3.1 公司简介

17.3.2 2009年如家经营状况

17.3.3 2010年如家经营状况

17.3.4 2011年如家经营状况

17.4 深圳新都酒店股份有限公司

17.4.1 公司简介

17.4.2 2009年新都酒店经营状况分析

17.4.3 2010年新都酒店经营状况分析

17.4.4 2011年新都酒店经营状况分析

17.5 金陵饭店股份有限公司

17.5.1 公司简介

17.5.2 2009年金陵饭店经营状况分析

17.5.3 2010年金陵饭店经营状况分析

17.5.4 2011年金陵饭店经营状况分析

17.6 广州市东方宾馆股份有限公司

17.6.1 公司简介

17.6.2 2009年东方宾馆经营状况分析

17.6.3 2010年东方宾馆经营状况分析

17.6.4 2011年东方宾馆经营状况分析

17.7 北京首都旅游股份有限公司

17.7.1 公司简介

17.7.2 2009年1-12月首旅股份经营状况分析

17.7.3 2010年1-12月首旅股份经营状况分析

17.7.4 2011年1-9月首旅股份经营状况分析

第十八章 酒店企业经营管理分析

18.1 酒店业经营管理基本理论

18.1.1 酒店管理的特点

18.1.2 酒店的管理层次

18.1.3 酒店管理技能

18.2 酒店业经营管理概述

18.2.1 酒店经营与管理的关系

18.2.2 酒店的需求管理分析

18.2.3 酒店的组织管理分析

18.2.4 酒店人力资源管理解析

18.2.5 酒店客户关系管理分析

18.2.6 酒店管理的制度创新解析

18.3 酒店市场定位

18.3.1 酒店产品定位概念

18.3.2 酒店产品定位的方法

18.3.3 酒店产品定位的步骤

- 18.3.4 酒店产品的定位策略
- 18.4 酒店业营销策略分析
 - 18.4.1 酒店营销的四大要素
 - 18.4.2 不同市场需求下酒店的营销对策
 - 18.4.3 拓展酒店市场营销领域的策略
 - 18.4.4 新经济时代下酒店业八大营销技巧
 - 18.4.5 酒店蜂鸣营销分析
 - 18.4.6 中国酒店节日营销手段分析
- 18.5 酒店绿色营销分析
 - 18.5.1 绿色营销的定义
 - 18.5.2 中国酒店绿色营销的推广应用
 - 18.5.3 中国酒店营销绿色化的弊端
 - 18.5.4 中国酒店实施绿色营销的任务和策略
 - 18.5.5 中国酒店绿色营销的发展趋势分析
- 18.6 酒店业经营管理的动向分析
 - 18.6.1 酒店经营与管理发展趋势解析
 - 18.6.2 中国酒店业经营管理的营销趋势
 - 18.6.3 健康客房成为酒店营销新趋势
 - 18.6.4 互联网营销成为酒店营销新途径
 - 18.6.5 酒店行业在线营销渐成大势所趋
- 第十九章 酒店信息化
 - 19.1 酒店信息化的概况
 - 19.1.1 信息科技对酒店发展的促进作用
 - 19.1.2 国际酒店业信息化的产生与发展
 - 19.1.3 世界酒店管理进入信息时代
 - 19.1.4 中国酒店信息化发展现状综述
 - 19.2 酒店行业电子商务的应用
 - 19.2.1 运作模式
 - 19.2.2 存在的问题
 - 19.2.3 具体应用
 - 19.2.4 发展对策
 - 19.2.5 发展趋势
 - 19.3 酒店行业信息化问题分析
 - 19.3.1 酒店信息化的四大问题
 - 19.3.2 国内酒店信息化的主要问题分析

19.3.3 酒店业信息化选择的误区

19.4 发展酒店信息化的对策与建议

19.4.1 酒店信息化管理须从制度和产品入手

19.4.2 酒店业信息化选择的要素

19.4.3 酒店行业信息化的建议

19.5 酒店信息化的发展趋势

19.5.1 酒店信息化的三种趋势

19.5.2 酒店信息化应用将迎来高峰

19.5.3 数字化主导未来酒店信息化发展方向

19.5.4 酒店业电子分销的发展走向

第二十章 酒店业竞争分析

20.1 酒店业竞争概况

20.1.1 中外酒店业优势比较

20.1.2 2011年中国酒店市场的竞争态势分析

20.1.3 经济型酒店逐渐向垄断竞争格局迈进

20.1.4 酒店业面临超值竞争时代的挑战

20.2 酒店业竞争力分析

20.2.1 现代酒店业的市场竞争力

20.2.2 酒店文化有利于增强酒店竞争力

20.2.3 中国酒店业的核心竞争力

20.2.4 小型精品酒店的核心竞争力

20.3 酒店竞争对手分析

20.3.1 竞争对手的市场占有率

20.3.2 竞争对手的财务状况

20.3.3 竞争对手的产能利用率

20.3.4 竞争对手的创新能力

20.3.5 对竞争对手的领导人进行分析

20.4 中国饭店集团化的SWOT分析

20.4.1 优势分析

20.4.2 劣势分析

20.4.3 机会分析

20.4.4 威胁分析

20.5 酒店业集群竞争形势分析

20.5.1 酒店业集群简介

20.5.2 中国酒店业集群发展分析

20.5.3 集群内酒店企业竞争特点分析

20.5.4 酒店业集群竞争优势分析

20.6 提升酒店竞争力的主要策略

20.6.1 注重酒店设计突出经营特色

20.6.2 管理的专业化与创新策略

20.6.3 特许经营与连锁经营策略

20.6.4 提升酒店品牌竞争力的对策

20.7 酒店行业竞争的八大趋向

20.7.1 理念竞争是先导

20.7.2 管理竞争是基础

20.7.3 人才竞争是关键

20.7.4 品牌竞争是战略

20.7.5 创新竞争是潮流

20.7.6 文化竞争是方向

20.7.7 学习竞争是动力

20.7.8 服务竞争是目标

第二十一章 酒店业投资分析

21.1 酒店业的投资特性

21.1.1 赢利性与成长性

21.1.2 酒店的周期性

21.1.3 要素的密集性

21.2 中国酒店业投资概况

21.2.1 中国酒店业吸引投资的五大优势

21.2.2 二、三线城市酒店开发开始“升温”

21.2.3 房地产企业渐成酒店业投资主力

21.2.4 国内中档酒店迎来投资加速期

21.3 中外酒店投资的盈利模式

21.3.1 经营增长盈利模式

21.3.2 物业增值盈利模式

21.3.3 资本营运盈利模式

21.3.4 品牌创新盈利模式

21.3.5 集团建设盈利模式

21.4 酒店业投资建议分析

21.4.1 酒店投资前期策划的因素分析

21.4.2 酒店类型的选择

21.4.3 酒店投资的五大观念

21.4.4 酒店业的综合投资策略探讨

第二十二章 酒店业发展前景及趋势分析

22.1 世界酒店业发展前景预测

22.1.1 酒店业的总体发展走向

22.1.2 21世纪全球酒店业发展趋势展望

22.1.3 国际酒店集团未来发展趋势分析

22.1.4 2020年全球酒店格局预测

22.2 中国酒店业的发展前景及趋势

22.2.1 中国酒店业未来前景广阔

22.2.2 2012年中国酒店业的发展趋势透析

22.2.3 2012-2016年中国酒店业发展预测分析

22.2.4 未来九类酒店需求将扩大

22.3 中国未来酒店业具体发展方向

22.3.1 集团化与品牌化发展

22.3.2 绿色健康化发展

22.3.3 智能化发展

22.3.4 数字化发展

22.3.5 创新化发展

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/judian/138704138704.html>