

2018年中国经济型酒店市场分析报告- 行业运营态势与发展前景研究

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《2018年中国经济型酒店市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》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/339712339712.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

随着人们经济水平的改善，旅游行业随之兴起，以干净、舒适、经济、安全为主要特征的经济型酒店也迅速发展起来。其投资小，收益大，周期短是吸引投资商的重要因素。经济型酒店在我国市场的扩张，经历了发展初期、成长期、成熟期三个阶段，如今经济型酒店竞争非常激烈，产品同质化严重，市场价格战层出不穷，规模盲目扩大，导致行业泡沫的产生，经济型酒店的盈利能力备受质疑，怎样增加经济型酒店的利润成为关键。马桶门事件的爆发也证明了经济型酒店的经营管理也存在问题。因此，经济型酒店的改革迫在眉睫。

图表：经济型酒店

图表来源：公开资料整理

一、经济型酒店的特征

经济型酒店作为一种新兴的酒店业态，相对于传统酒店有很大区别，其产品价格、服务质量、硬件设施、服务对象等指标与高星级酒店和社会旅馆有较大不同。经济型酒店的特征是：

(一)经济

经济型酒店的选址、基础设施都秉着经济的原则，就是在保证产品质量的同时把成本降到最低。经济型酒店的一般选在偏僻且交通方便的地段，租金较低，或者通过旧房改造来降低建筑成本。另外，经济型酒店只保留住宿的功能，其他娱乐设施剔除掉，这又降低一部分装修成本。

(二)产品和服务的优质性

经济型酒店只提供住宿和早餐，产品和服务的有限性使经济型酒店致力于优质的产品和服务。如七天连锁酒店的宗旨是“天天睡好觉”，为保证顾客享有优质的睡眠，其提供了1.8宽五星级大床、床垫、封包毛巾、10秒速热淋浴和睡前牛奶，而且房间窗户隔音效果特别好，让劳累的旅途变得温馨舒适。其干净舒适的住宿环境有别于普通的社会旅馆。

(3)市场定位明确

经济型酒店的目标市场是大众自费旅游者、学生群体以及中小型商务人士等,消费很少有季节性波动,随着旅游人数的增加，经济型酒店的需求量增加，这使得经济型酒店能稳定发展。

(4)精简人员配置，一人多能

扁平式的组织结构是经济型酒店的又一特征，其结构层级通常为“店长 - 经理 - 员工”三级。人员配置较少符合经济型酒店经济的原则，这样节省了用人成本；其次，管理层级较少，管理幅度较大，使得酒店员工必须掌握多方面的技能，才能符合经济型酒店职位的要求。一人多能是经济型酒店的用人特征。

二、经济型酒店的发展现状

(一)行业趋于成熟

经济型酒店从第一家锦江之星的问世到现在不过20年，2002-2005年，如家、莫泰、格林豪泰、七天、汉庭依次成立。2009年，中国经济型酒店门店数2805家，客房总数312930间。相比2000年门店数23家，客房数3236间来说，发展速度可以说是突飞猛进。到2013年中国经济型酒店门店数与客房数分别为12717家、1285888间。经济型酒店经历了十年的爆发期。2013年，铂涛集团私有化七天，2015年与锦江之星结成战略联盟，发展成行业巨头门店数超过3700家，首旅私有化如家成为第二大酒店集团，门店数近3000家。这些急剧增长的数字说明经济型酒店已趋于成熟，同时反应了经济型酒店竞争的残酷和供大于求的情况。

(二)市场需求

随着人们收入的增加和消费观的变化，出行日益大众化。对经济型酒店来说，只有提高服务质量，降低产品价格，才能符合中低档大众水平。国家统计局数据显示，2014年，国内旅游收入1783.68亿元，占全国旅游营业总收入的52.49%，说明我国的旅游主体仍是广大人民群众。世界经济复苏，促使全球贸易往来繁荣。各种商务活动发生本国内和国与国之间。市场私有化之后，民营企业对差旅费的限制，差旅人员会选择性价比更高的经济型酒店。但国营企业、相关部门会倾向于价位高的星级酒店。中国加入WTO后，缩小了与世界整体水平的差距，整体形象的提升把中国推向了国际，旅游主体又拓宽到了国际市场。国际会事的举办为我国酒店的发展又添了浓重的一笔。但大众定位的经济型酒店显然满足不了外国友人及高消费者的需求，因此，一些品牌经济型酒店也对旗下子品牌划分了消费群体，更清楚地了解不同层次消费者的需求，来实现以需求为导向的经营理念。

(三)行业威胁导致盈利下滑

人均收入的持续增加，国内消费市场逐渐呈现出理性化、个性化趋势，对经济型酒店产品和服务提出新的要求。消费群体最明显的消费特征是要求独特的个性和品味。国外的经济型酒店拥有雄厚的资金支持、成熟的管理体系和先进的服务理念，通过融资并购规模能力较小的本土品牌，对我国经济型酒店造成威胁。然而，随着酒店业市场供大于求的局面持续不断，为获得客源，星级酒店和社会旅馆纷纷采取措施争取客源。竞争者的不断增加使得经济型酒店打价格战，无心差异化个性化需求，没有特色的经营模式致使企业盈利下滑，并且下滑趋势明显。

三、经济型酒店存在的问题

经济型酒店有着强大的市场资源，但是由于其经营时间短，发展速度快，企业在经营过程中存在很多问题，大致如下：

(一)行业人才缺失面对人力资源的缺失严重制约着经济型酒店的发展，对一个企业来说，人才是第一要素，面对经济型酒店数量剧增的局面，人才的需求和培养异常重要。再加上，很多酒店人才培养模式多适应星级酒店的要求，经济型酒店要求一人多能，又大大减少了可用性人才。

(二)行业管理缺失

目前我国酒店业实行两套基本隔离的行业管理体制。一种是旅游行政部门管理的高档酒店，一种是商业行政部门管理的低档旅馆，而经济型酒店并没有相关条例来规定。当经济型酒店出现问题时，旅游部和商业部只能根据星级管理或社会旅馆的标准来酌情处理。例如，一些社会旅馆直接改造打着经济型酒店的幌子营业，相关部门并没有法律来规范处理。

(三)同质化严重，个性化产品和服务缺失

大家理解的经济型酒店除了品牌上有差异外，其提供的产品大同小异，甚至在产品营销、品牌建设、订购系统、网站建设都不尽相同。随着消费经验的积累，人们对经济型酒店的选择不仅停留在价格方面，标准化经营只能满足消费者的基本需求，面对消费者的特殊情况，经济型酒店受到固有模式的影响没能为顾客解决问题，这就迫使经济型酒店提供差异化、个性化的服务和产品。(四)品牌文化建设意识缺失经济型酒店管理者往往追求短期利润，将工作重点放在怎样增长业绩，不注重长期绩效，品牌文化建设意识淡薄，这样导致品牌知名度和影响力不高。相比国际酒店集团，我国经济型酒店还处于发展初期，像七天、如家这样的知名品牌在国外影响力较小，形成不了连锁效应，就缺乏忠诚度和竞争力。

四、经济型酒店的解决对策

(一)构建人才培养体系

经济型酒店在我国发展时间不长，因此没有针对性的人才培养系统，面对经济型酒店作为经济型酒店专业化人才缺乏，首先要从学校抓起，建立酒店管理专业，研究先进的酒店管理经营，组织到酒店实行，让出校门的大学生有最基本的酒店管理经验。其次，酒店要建立人才培养系统，有先进的培养机制，高素质的管理人才，让经济型酒店员工多方面发展。

(二)制定行业规范

经济型酒店的发展需要标准来规范约束，才能保证市场的稳定发展.市场规范了，才能保证经济型酒店的发展前景。我国经济型酒店一般参考国外制度或者根据自身情况制定，来统一的行业规范.保障消费者的权利。目前，我国对于经济型酒店的监管体系也不完善，在这种情况下经济型酒店却快速发展，因此，我国急需制定相应的行业标准来规范酒店的行为

(三)重视个性化服务研发新技术

差异化、个性化服务能够使客人感觉到自己是被重视的，而客人的感受会受到服务好坏的影响，所以服务要随客人的需求灵活提供.经济型酒店是围绕方便来开展工作的.谁为顾客带来方便，顾客就会给谁送去利益.个性化服务不一定要很复杂，顾客的满足是最重要的。面对经济型酒店利润整体下滑的趋势，根据众所周知的“微笑曲线”，研发新技术产品增加企业附加值极其重要，毕竟通过研发新技术所带来的资本价值是商品价值所追赶不上的。

(四)加强网络营销构建企业品牌文化

互联网时代的到来为企业的网络营销提供了便利，网络的大众化可以迅速帮助企业开展宣传，网络用户没有年龄限制，因此做好网络营销是经济型酒店自我宣传的最佳方式。经济型酒店的连锁经营与品牌文化建设是紧密联系在一起。连锁经营可以帮助品牌宣传，而

品牌的建设也保证连锁酒店的顺利开展。品牌的号召力和顾客的忠诚度是经济型酒店连锁扩张的关键，没有顾客的支持，开一家也是赔一家，所以品牌建设与连锁经营是相辅相成，互利互助的。另外，加强品牌文化建设也是一种价值增值的表现，这种精神文化价值在数量上也远超单纯的产品价值。

大数据时代的来临使得数据呈现爆炸式增长，经济型酒店可通过对所掌握的关于客户、供应商和自身运营状况相关数据进斤系统的存储和分析，以此来改善经营管理、挖掘潜在需求和改善服务质量。另一方面，酒店业O2O(Online化Offline，线上交易、线下体验正在经济型连锁酒店中悄然兴起，并开始逐步全面践行新的商业模式。本文重点论述了经济型酒店行业现状、存在问题与所面临的机遇和挑战，但如今的现状也会改变，优势与劣势会转换，机遇与挑战也会转换，经营者不能机械照搬，而应审时度势，目光长远地分析市场走向，并根据行业环境对存在问题制定出相应策略，希望对经济型酒店的发展提供借鉴

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国经济型酒店市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国互经济型酒店行业发展概述

第一节 互经济型酒店行业发展情况概述

- 一、互经济型酒店行业相关定义
- 二、互经济型酒店 行业基本情况介绍
- 三、互经济型酒店 行业发展特点分析

第二节 中国互经济型酒店 行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、互经济型酒店 行业产业链条分析
- 三、中国互经济型酒店 行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国互经济型酒店 行业生命周期分析

- 一、互经济型酒店 行业生命周期理论概述
- 二、互经济型酒店 行业所属的生命周期分析

第四节 互经济型酒店 行业经济指标分析

- 一、互经济型酒店 行业的赢利性分析
- 二、互经济型酒店 行业的经济周期分析
- 三、互经济型酒店 行业附加值的提升空间分析

第五节 中国互经济型酒店 行业进入壁垒分析

- 一、互经济型酒店 行业资金壁垒分析
- 二、互经济型酒店 行业技术壁垒分析
- 三、互经济型酒店 行业人才壁垒分析
- 四、互经济型酒店 行业品牌壁垒分析
- 五、互经济型酒店 行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球互经济型酒店 行业市场发展现状分析

第一节 全球互经济型酒店 行业发展历程回顾

第二节 全球互经济型酒店 行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互经济型酒店 行业地区市场分析

- 一、亚洲互经济型酒店 行业市场现状分析
- 二、亚洲互经济型酒店 行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲互经济型酒店 行业市场前景分析

第四节 北美互经济型酒店 行业地区市场分析

- 一、北美互经济型酒店 行业市场现状分析
- 二、北美互经济型酒店 行业市场规模与市场需求分析

三、北美互经济型酒店 行业市场前景分析

第五节 欧盟互经济型酒店 行业地区市场分析

一、欧盟互经济型酒店 行业市场现状分析

二、欧盟互经济型酒店 行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟互经济型酒店 行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界互经济型酒店 行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互经济型酒店 行业市场规模预测

第三章 中国互经济型酒店 产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品互经济型酒店 总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国互经济型酒店 行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国互经济型酒店 产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国互经济型酒店 行业运行情况

第一节 中国互经济型酒店 行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国互经济型酒店 行业市场规模分析

第三节 中国互经济型酒店 行业供应情况分析

第四节 中国互经济型酒店 行业需求情况分析

第五节 中国互经济型酒店 行业供需平衡分析

第六节 中国互经济型酒店 行业发展趋势分析

第五章 中国互经济型酒店 所属行业运行数据监测

第一节 中国互经济型酒店 所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互经济型酒店 所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国互经济型酒店 所属行业财务指标分析

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

第六章 2016-2018年中国互经济型酒店 市场格局分析

第一节 中国互经济型酒店 行业竞争现状分析

一、中国互经济型酒店 行业竞争情况分析

二、中国互经济型酒店 行业主要品牌分析

第二节 中国互经济型酒店 行业集中度分析

一、中国互经济型酒店 行业市场集中度分析

二、中国互经济型酒店 行业企业集中度分析

第三节 中国互经济型酒店 行业存在的问题

第四节 中国互经济型酒店 行业解决问题的策略分析

第五节 中国互经济型酒店 行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国互经济型酒店 行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互经济型酒店 行业消费特点

第二节 中国互经济型酒店 行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 互经济型酒店 行业成本分析

第四节 互经济型酒店 行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国互经济型酒店 行业价格现状分析

第六节 中国互经济型酒店 行业平均价格走势预测

一、中国互经济型酒店 行业价格影响因素

二、中国互经济型酒店 行业平均价格走势预测

三、中国互经济型酒店 行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国互经济型酒店 行业区域市场现状分析

第一节 中国互经济型酒店 行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地互经济型酒店 市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区互经济型酒店 市场规模分析

四、华东地区互经济型酒店 市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区互经济型酒店 市场规模分析

四、华中地区互经济型酒店 市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区互经济型酒店 市场规模分析

第九章 2016-2018年中国互经济型酒店 行业竞争情况

第一节 中国互经济型酒店 行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国互经济型酒店 行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国互经济型酒店 行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 互经济型酒店 行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国互经济型酒店 行业发展前景分析与预测

第一节 中国互经济型酒店 行业未来发展前景分析

一、互经济型酒店 行业国内投资环境分析

二、中国互经济型酒店 行业市场机会分析

三、中国互经济型酒店 行业投资增速预测

第二节 中国互经济型酒店 行业未来发展趋势预测

第三节 中国互经济型酒店 行业市场发展预测

一、中国互经济型酒店 行业市场规模预测

二、中国互经济型酒店 行业市场规模增速预测

三、中国互经济型酒店 行业产值规模预测

四、中国互经济型酒店 行业产值增速预测

五、中国互经济型酒店 行业供需情况预测

第四节 中国互经济型酒店 行业盈利走势预测

一、中国互经济型酒店 行业毛利润同比增速预测

二、中国互经济型酒店 行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互经济型酒店 行业投资风险与营销分析

第一节 互经济型酒店 行业投资风险分析

一、互经济型酒店 行业政策风险分析

二、互经济型酒店 行业技术风险分析

三、互经济型酒店 行业竞争风险分析

四、互经济型酒店 行业其他风险分析

第二节 互经济型酒店 行业企业经营发展分析及建议

一、互经济型酒店 行业经营模式

二、互经济型酒店 行业销售模式

三、互经济型酒店 行业创新方向

第三节 互经济型酒店 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国互经济型酒店 行业发展策略及投资建议

第一节 中国互经济型酒店 行业品牌战略分析

一、互经济型酒店 企业品牌的重要性

二、互经济型酒店 企业实施品牌战略的意义

三、互经济型酒店 企业品牌的现状分析

四、互经济型酒店 企业的品牌战略

五、互经济型酒店 品牌战略管理的策略

第二节中国互经济型酒店 行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节中国互经济型酒店 行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国互经济型酒店 行业发展策略及投资建议

第一节中国互经济型酒店 行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节中国互经济型酒店 行业定价策略分析

第三节中国互经济型酒店 行业营销渠道策略

一、互经济型酒店 行业渠道选择策略

二、互经济型酒店 行业营销策略

第四节中国互经济型酒店 行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国互经济型酒店 行业重点投资区域分析

二、中国互经济型酒店 行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/339712339712.html>