

2006年中国饭店业市场研究报告

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《2006年中国饭店业市场研究报告》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/xiantiyongpin/2994229942.html>

报告价格：电子版: 5500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

目录第一章 饭店业相关概述第一节 饭店开发的区位理论分析一、经济潜力决定论二、GIS(地理信息系统)决策说三、旅游者需求决定论四、绝对区位和相对区位双重决定论五、口岸城市渗透说六、折衷理论第二节 饭店服务质量的“黄金标准”第三节 饭店服务质量问题的成因及控制分析一、目前我国饭店服务质量存在的主要问题二、饭店服务质量问题成因分析三、饭店服务质量的控制策略第四节 饭店业从单体走向联合的经济学思考一、中国饭店业集团化现状二、饭店业从单体走向联合的经济学动因三、制约集团化的因素分析四、促进饭店业从单体走向联合的对策第二章 国外饭店业发展分析第一节 国际饭店集团取得成功的启示一、国际饭店集团在理念上真正把旅游业和饭店业作为体验经济来对待二、全球性的人力资源管理三、强大的营销网络四、层次分明的品牌建设管理第二节 世界著名饭店集团成功经营策略分析一、品牌经营策略二、“科技兴店”策略三、软件“硬化”策略第三节 美国饭店业多种分销渠道的房价比较分析第四节 儿童房是美国饭店发展新趋势第五节 21世纪全球饭店业发展趋势分析第三章 我国饭店业发展的综合分析第一节 加入WTO对我国饭店行业的影响一、加入WTO对我国饭店业的机遇二、加入WTO对我国饭店业的挑战三、饭店业对加入WTO应考虑的对策第二节 中国饭店面临品牌时代的挑战一、品牌竞争时代已来临二、品牌战略不是“贴牌管理”三、放弃品牌本身就是一种品牌策略四、品牌维护是投资而不是成本五、批准自己的品牌战略六、品牌的中心点——顾客七、品牌延伸八、形成网络化的管理第三节 饭店的价值创造——基于需求与供给观点一、饭店创造价值的经济学分析——从供求角度二、基于需求管理观点的饭店价值创造途径三、基于供给(成本)管理观点的饭店价值创造途径第四节 我国饭店定制化服务模式的分析一、饭店定制化服务模式的提出二、饭店定制化服务的基本特征三、饭店定制化服务管理体系第五节 我国国有饭店的市场型委托代理模式分析一、市场型委托代理模式的提出二、我国国有饭店实行市场型委托代理模式的可行性三、市场型委托代理模式下国有产权安排形式第六节 我国经济型饭店经营模式分析一、经济型饭店界定二、国际经济型饭店主流经营模式三、我国目前经济型饭店主要经营模式分析四、我国经济型饭店经营展望第七节 我国经济型饭店发展的瓶颈与策略分析一、经济型饭店的概念二、制约我国经济型饭店发展的瓶颈三、发展我国经济型饭店的应对策略第八节 消费需求不足与饭店业的经营策略分析一、当前消费需求状况和饭店业的新态势二、消费需求不足状况下饭店的经营策略第九节 我国饭店企业实施外包服务的障碍与对策分析一、饭店企业实行外包服务的意义二、我国饭店实行外包服务的障碍三、我国饭店外包服务的管理与保障对策第十节 现代饭店业经营管理创新分析一、组织创新二、产品创新三、服务创新四、创新中的主要问题第十一节 联合体：饭店业集团化发展途径探索一、饭店联合体概念初探二、建设饭店联合体的必要性三、建设饭店联合体的可行性四、饭店联合体的组织和运作第十二节 主题饭店产品开发与模型选择分析一、主题饭店及其本质分析二、主题饭店产品开发的战略方法分析第十三节

主题饭店是发展模式的创新一、模式创新分析二、现存主要问题三、发展策略第十四节 我国饭店集团品牌结构的战略选择分析一、饭店品牌二、饭店集团品牌三、我国饭店集团品牌结构的战略选择第十五节 我国国有饭店产权退出战略分析一、国内学者国有企业战略性改组理论依据二、我国国有饭店改革基本思路三、我国国有饭店产权退出战略四、含有国有饭店股份资产的饭店集团模型构建五、我国国有饭店产权退出战略操作策略第四章

绿色饭店发展分析第一节 绿色饭店的界定标准与运作机理分析一、绿色饭店的界定标准二、绿色饭店的运作机理第二节绿色饭店不只是个概念第三节 “绿色饭店”与提供“六小件”并不矛盾一、绿色饭店的涵义与特征二、“绿色饭店”与“六小件”并不矛盾三、绿色饭店的发展第四节

三问绿色饭店一、和豪华有否关系二、在环保上投入很大三、应不应该拒绝六小件第五章 旅游饭店发展分析第一节 中国旅游业与饭店业发展的新趋势分析一、“十一五”期间中国旅游业面临的情况二、“十一五”期间中国饭店业发展的总体趋势三、民营企业如何介入未来中国饭店业的发展第二节 旅游饭店品牌延伸战略分析一、旅游饭店品牌的价值理论二、国内外旅游饭店品牌延伸成功案例分析三、旅游饭店品牌延伸战略四、旅游饭店品牌延伸支持系统第三节 我国旅游饭店业向成熟转化时期的竞争特征和战略对策分析一、成熟阶段我国饭店业产业结构特征分析二、成熟阶段我国饭店企业行为特征分析三、成熟阶段我国饭店企业经济绩效分析四、我国饭店业战略性转变与可持续发展的前瞻性思考第四节 重庆市旅游饭店供求分析一、重庆市旅游饭店业供求现状分析二、调节重庆市旅游饭店业供求失衡的措施第六章 高星级饭店多产品本量利分析技术分析第一节 饭店单一产品的本量利分析模型第二节 饭店多产品本量利分析技术一、计划权重法二、目标权重法三、历史数据法四、主导产品法五、简便方法第七章

基于顾客价值理论的饭店企业经营战略分析第一节 顾客价值内涵界定第二节 饭店企业聚焦顾客价值的战略逻辑第三节 饭店企业创造顾客价值的根本途径第八章

提高我国饭店企业顾客价值与利润方式——以上海国际品牌饭店为例第一节 上海星级饭店平均经营指标与上海国际品牌饭店经营指标的比较分析第二节 提高饭店价值与利润的方式分析一、运用体验经济原理创造饭店产品的体验价值二、运用价值创新理论提高顾客的净享受价值与饭店的利润额第九章 饭店业的营销分析第一节 饭店文化营销方式分析一、文化营销的内涵二、文化营销的特征三、饭店文化营销方式第二节 饭店业的“一对一”营销分析一、饭店业构建“一对一”营销方面第三节 对饭店服务营销的认识与思考一、服务接触和宾客满意度分析二、宾客关系处理与忠诚度培养第十章 饭店业竞争分析第一节 饭店市场过度竞争的原因及其对策分析一、中国饭店业过度竞争的现状二、中国饭店业过度竞争的经济学分析三、中国饭店业现状下的竞争战略选择第二节 中外饭店集团核心竞争力比较及启示一、饭店集团核心竞争力国际比较二、培育我国饭店集团核心竞争力的启示第三节 我国饭店集团与跨国饭店集团竞争战略的选择模型分析第四节 饭店企业基于盈利细分的竞

争战略分析一、顾客盈利细分理论综述二、盈利型顾客群体的特征三、基于盈利特征细分顾客的竞争战略第五节 如何增强现代饭店业的竞争力一、提高资本运行效率，是增强饭店竞争力的重要手段二、品牌、是拓展饭店竞争力的有效途径三、创新是饭店获得可持续发展的关键四、开拓市场、满足市场需求，是市场竞争中获胜的法宝第六节 寻求我国饭店企业全球竞争致胜之路一、更新竞争观念，饭店企业全球竞争致胜之前提二、确立正确的竞争指导思想，饭店企业全球竞争致胜之关键三、提高企业竞争力，饭店企业全球竞争致胜之根本第十一章 中外饭店区域集团化特征对比分析第一节 中外饭店集团规模实力比较分析第二节 区域分布特征比较分析第三节 成长环境比较分析第四节 饭店集团成熟度比较分析第五节 国际饭店集团化发展对我国饭店集团化发展的启示一、完善体制，环境创新二、扩张规模，整合资源三、创立品牌，提升核心竞争力四、找准市场，重点突破图表目录图表1

饭店创造价值的交易曲线图表2

市场型委托代理模式下国有资产在饭店业的委托代理链图表3 3种托代理模式比较图表4

国有产权的分解与市场型委托代理模式下饭店的委托代理链图表5

经理人选择外包服务的八大理由图表6 中外各类饭店用工比例比较图表7

杭州大厦洗衣房外包服务相关数据表图表8 外包服务实施步骤图图表9

饭店实施外包的影响要素表图表10 品牌关系谱图表11

企业“黑匣子”与国有饭店效率改进之谜图表12 国有饭店MBO模式图表13

1997-2002年重庆市星级饭店供求情况图表14 重庆市与全国星级饭店档次结构比较图表15

2002年重庆市星级饭店规模结构基本情况图表16 基本的本量利图图表17

某饭店的销售组合图表18 销售额为2亿元的销售组合图表19

改变销售组合后的边际贡献率图表20 按目标权重法计算的边际贡献率图表21

2002年上海国际品牌饭店的有关经营效益指标图表22

2002年上海所有饭店与星级饭店客房平均出租率及平均房价图表23

饭店基本价值链管理图图表24 北京市1996、1998、1999年饭店业的统计资料图表25

饭店供需原因分析图表26 近年来饭店业的供给总量图表27 饭店产品原因图表28

不同顾客群体对价格的敏感度图表29 不同顾客群体对价格的忠诚度图表30

2000，2001年中外饭店集团实力比较排序图表31

2001年度国际饭店管理集团进驻国家数目的排名图表32

中、美、日三国饭店集团收入来源的比较

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2994229942.html>