

2018年中国公寓式酒店市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势研究

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年中国公寓式酒店市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》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/340068340068.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

一、厦门公寓式酒店市场发展现状

厦门作为一个旅游城市，在旅游市场需求以及政府的提倡下，公寓式酒店应运而生，作为一种新兴的事物，高级公寓式酒店因租金价格偏高，在厦门发展较为缓慢，且数量偏少。

随着厦门城市经济的发展，旅游业规模的扩张，酒店客源和需求结构的变化，一个数量庞大、日渐富裕的消费阶层正在逐步形成，这个阶层拥有更高的可支配收入，更加丰富的海外旅行经验，消费观念也更加老练和成熟，期望获得高品质的产品和服务，使得厦门公寓式酒店发展迎来新的契机。

（一）总体状况

目前厦门公寓式酒店共有5家，均位于岛内。其中在营的有3家，位于岛内中部的较繁华区域。在建项目1家，未建项目1家，均位于东、西部规划中的商务区。总体看规模偏小，数量偏少。从在营的三家公寓式酒店的经营情况看，公寓式酒店平均房价在一房500元/晚，平均入住率约50%。

目前，厦门公寓式酒店市场主要表现以下特征：一是多用于中长期租赁。公寓式酒店中长期租赁客户主要为海外中高级人才，通常租赁一房、二房，也有少数三房，租期一般是一个月起。二是以一房和二房为主，三房以上需求量较少。一房面积一般为40m²，二房面积一般为70m²。三是目前厦门高端公寓式酒店客房面积和设施、装修档次并不比高星级酒店低，且也是品牌管理公司管理，服务品质也可媲美高星级酒店。

（二）与五星级酒店的对比

截止2014年，在厦门拟立项和已开工的五星级酒店项目已达25家，90%以上均占据一线海景，已投入运营的五星级酒店约为20家，如喜来登、泛太平洋、维多利亚、威斯汀、凯宾斯基、磐基皇冠假日酒店、厦门瑞颐大酒店等，因此未来两三年厦门五星级酒店规模可达到45家，规模大，档次高端，竞争压力较大。相比于高星级酒店大规模数量而言，公寓式酒店数量屈指可数，竞争压力相对较小，潜在一定的市场需求。从租金对比看，厦门五星级酒店平均房价集中在660-730元/晚，公寓式酒店一房租金约在500元/晚，高星级酒店租金略高于公寓式酒店。其次从入住率来看，五星级酒店的入住率约为63%左右，高于公寓式酒店约50%的入住率，说明高星级酒店的平均入住率要好于公寓式酒店。这主要源于客群的差异。高星级酒店目标客群广，公寓式酒店主要受众为中长期客群，因此在入住率会较高星级酒店较低。

通过比较发现，在同档次同品质前提下，公寓式酒店的单位面积日租金会比普通酒店和公寓高，但相对比高星级酒店来说它仍有一定的价格优势。毕竟公寓式酒店无论在房间面积、还是地段、房内设施、装修档次、服务品质并不比高星级的差。这表明公寓式酒店在厦门仍有一定的市场需求。

图表：2013-2014年厦门五星级酒店平均房价及入住率

图表来源：公开资料整理

（三）与一线城市对比分析

区位上看，厦门及一线城市公寓式酒店多数分布在商务核心区、市中心黄金地段，区位条件优越，配套齐全，周边集聚大量潜在高消费人群。产品上看，与一线城市对比，厦门的公寓式酒店户型面积较小，多数在一房、两房。管理服务水平上看，北京、上海、深圳的公寓式酒店多数引进全国连锁品牌企业管理，具备高效、系统、专业的管理服务能力，而目前厦门现有公寓式酒店管理服务多数为本地企业，缺乏相关国际管理服务经验。

目前厦门公寓式酒店租金水平集中在500-2200元/天，而一线城市北京、上海、深圳城市公寓式酒店租金水平多数集中在1000-3000元/天，个别项目可达4000元/天以上，与一线城市对比，厦门公寓式酒店租金上存在一定差距，这主要与当地经济发展水平和人均消费水平有关。

图表：厦门与一线城市北京、上海、深圳城市公寓式酒店租金水平对比

图表来源：公开资料整理

通过与一线城市公寓式酒店市场的对比发现，厦门公寓式酒店市场尚未形成规模，经营管理欠规范，品牌公寓式酒店缺乏，无论在档次、租金、品牌及服务上仍存在差距，主要原因在于：（1）相比一线城市，厦门经济总量偏低，制约公寓式酒店市场需求。2014年厦门GDP总量为3274亿元，相比一线城市而言，厦门城市经济总量偏低，成为制约公寓式酒店的快速发展的重要因素。

（2）相比一线城市，城市综合实力偏弱。厦门处于1、5线城市，但城市总体综合实力较一线城市仍还有一定差距，而与同等发展水平的青岛、西安等城市，外部支撑因素明显不足。

（3）第三产业占比规模小，难以快速拉动公寓式酒店市场需求。2014年厦门第三产业占GDP比重为53.5%，在经济发达的副省级城市中处于中等水平，但与北上广深等国内一线城市仍有较大距离，第三产业在经济发展中的主导地位还不稳固。2014年厦门第三产业完成增加值1750.5亿元，在11个选取的一二线城市中处在末位。

经济总量、腹地小，服务竞争力不强，已成为制约全市第三产业发展，对公寓式酒店的发展产生重大影响。未来随着厦门作为区域龙头城市地位的日益突出，城市产业不断发展，其公寓式酒店发展仍在一定市场空间。

二、厦门公寓式酒店市场发展需求分析与方向建议

（一）需求环境分析

1、厦门正努力打造国际一流营商环境，为公寓式酒店发展带来机遇按照厦门市委市政府《厦门市营造一流营商环境的行动计划》，将力争通过三年左右的努力，跻身国际一流营商环境城市行列，大力发展现代服务业，优化提升传统产业，着力培育战略性新兴产业。产业的兴起将促使商务人士往来密切，也将刺激公寓式酒店的需求。

2、旅游、会展业的强劲发展，为公寓式酒店的发展带来利好作为国内热点旅游城市，厦门市旅游呈现较快发展的态势。2014年旅游总收入达722.09亿元，同比增长16.3%，而2014年全国旅游总收入增长速度仅为11%，增速比例超出全国5.3%，旅游业的强劲发展，必然带动与其相关的餐饮住宿等服务行业的发展，加速酒店产业的升级换代，为厦门高端公寓式酒店行业发展迎来新的契机。厦门旅游收入近三年保持高水平增长，2014年增速为16.3%。旅游收入逐年增加，所占GDP比重均保持在20%左右，2014年旅游总收入占GDP比重为22.1%，整体呈现稳步增长态势。

同时，来厦旅游热度更是逐年上升，使2010年以来旅游收入增速超过GDP增速，成为厦门市国民经济的支柱产业之一。2007-2014年厦门旅游人数不断攀升，年均增长率达14.6%，其中接待过夜游客人数年均增长率达11.4%，近一半的游客选择在厦门过夜，说明厦门城市越来越受到国内外游客的青睐，城市综合实力不断在提升，为厦门市公寓式酒店发展奠定较强的客群基础。2010-2014年厦门市入境过夜人数呈现稳步上升趋势，年均增长率达13%，入境过夜人数占比厦门总过夜游客人数仅7%，占比基数相对较小，随着厦门城市综合实力的提升，入境过夜游客所占比例有望进一步上升。

基于厦门公寓式酒店客群多以入境商务人士为主，大多对居住品质要求较高，随着入境过夜人数的增加，高档公寓式酒店需求量有望进一步得到提高。与国内一、二线重点城市对比可以看出，2014年虽然厦门接待游客数量排名末位，入境过夜游客数量排名第五，但星级酒店平均出租率高，仅次于深圳，说明厦门星级酒店需求旺盛，游客数量仍具备有较大的上升空间，作为与星级酒店同类型服务的公寓式酒店同样也具备较高的市场空间。会展行业作为一个涉及面广、带动性强的产业，在提高城市知名度、促进相关制造业结构调整和产业发展、扩大内需、拉动消费等方面发挥了重要的带动作用。

国际上展览业对相关产业的带动系数约为1比9，也就是说，一场展览会如果收入1万元，那么餐饮、住宿、旅游等相关产业就能赚10万元。近年来，在厦门举办的各类展会可谓此起彼伏，使厦门会展业取得了健康、快速的发展。

目前，厦门会展业发展水平位居全国前列，厦门正在逐步向我国会展名城和顶级会议目的地城市的目标迈进。旅游会展业作为厦门重点培养的十大千亿产业链之一写入了《美丽厦门战略规划》，实现了从新兴产业向支柱产业的飞跃。政府先后出台了《厦门市人民政府关于促进会展业发展的若干意见》、《厦门市鼓励会展业发展专项资金使用管理暂行办法》等扶持政策，推动了厦门会展业的发展突飞猛进。

以2014年为例，厦门市会展业共实现经济效益276.27亿元，同比增长16.5%，来厦参展参会的人员为我市带来交通、购物、住宿、餐饮消费收入分别达25.86亿元、22.99亿元、20.49亿元、17.70亿元，同时还带动旅游、娱乐、通讯等其他方面的收入，并带动关联产业就业人数达12000多名。随着厦门会展业正步入高速发展期，逐步呈现向国际化、学术性、高端性发展的趋势，将为高端星级酒店带来巨大收益，同时也为短租公寓式酒店发展迎来良好契机。

（二）未来发展方向建议

1、发展类别

结合厦门公寓式酒店需求环境分析，厦门公寓式酒店发展方向应当往商务型公寓式酒店和度假型公寓式酒店发展。商务型公寓式酒店建议档次定位高端，迎合目前高端商务客群需求。建议引进国际品牌管理公司如雅诗阁、辉盛庭、辉盛坊、新世界等连锁品牌管理公司，提升厦门公寓式酒店的发展档次与水平。

2、发展布局

考虑到不同类型、档次公寓式酒店的目标客群的差异，高档商务型公寓式酒店应当布局在传统商务区、东部新兴商务区及会展片区。中高档商务型公寓式酒店可考虑岛外产业集聚区。度假型公寓式酒店建议沿景观与交通兼具的路段分布，如海沧大道、集美杏林商务区、现代服务业基地。

3、物业体量配比

公寓式酒店的目标客群多为中长期租住客户，有效目标客群范围相对较小，参考国内典型代表项目，其公寓式酒店配备基本维持在3万m²左右，并且整体入住率较高，鉴于厦门公寓式酒店尚处于起步探索阶段，不宜大规模供地，建议高端公寓式酒店体量维持在3万m²左右。

4.发展措施

（1）岛内从存量地、低效地入手。选择岛内优先开发，岛内商务氛围浓厚，已集中了两岸金融贸易中心、观音山商务区、会展北金融区等多个商务区，自贸核心区建设也位于岛内，带动贸易往来频繁，对商务人士和创业者的吸引力更大。尽管岛内吸附力强，但局限的土地资源让开发工作“束手束脚”，建议实施旧工业仓储等低效地为突破口。近年来，随着城市化进程推进外扩开发，退二进三政策，岛内大量废旧工业厂房、仓库土地闲置或利用率低，未能体现土地节约集约利用。厦门岛内的部分旧工业仓储用地或位于老城中心（如文灶、厦禾路沿线），或毗邻文化创意园区（如沙坡尾、龙山文创园），或紧靠传统工业园（如湖里老工业区、前埔工业园），区位条件优越，拥有便利的交通条件及产业资源，发展基础良好，认可度高，旧建筑可重新加以改造利用或推翻重建，改成符合城市发展需求的中高档公寓酒店。

（2）部分商业、办公同质化存量较大的商务可变更为公寓式酒店。目前，厦门市商业、办公存量较大，且多集中分布于岛内东部、岛外翔安南部新城、杏林运营中心等区域。考虑到上述区域配套缺乏，可建议允许改变用途，改成须自持的公寓式酒店，可上述满足商务人士居住需求，同时又利于该区域内商务氛围的营造。

（3）为防止公寓式酒店变相成为小产权房，建议在土地出让条件方面进行限制。在用地出让和批后监管等环节，宜引入具有相关运营经验的实力开发商，如在竞拍资格上建议只允许上市企业、央企或国企拿地，引入国际品牌、规定酒店星级标准等条件，在项目开发建成后必须整体持有，不可分割销售，在项目后期运营过程中必须上缴一定比例的税收，同时

相关政府职能部门应联合做好相应监管措施，从而提高厦门公寓式酒店管理水平。

5.招商和产品

相比北京、上海、深圳一线城市已经汇集雅诗阁、万豪、辉庭盛、辉庭坊、新世界等公寓式酒店连锁管理品牌而言，厦门目前在公寓式酒店管理方面还停留在以本地品牌企业为主，缺乏国际视野，在管理服务方面存在一定差距。因此建议不仅加大对公寓式酒店用地的招商力度，而且也应该找准公寓式酒店管理服务企业。

此外建议加大对引进具有奢华酒店投资经验的开发商的招商力度，由他们间接引进国际知名的公寓式酒店管理服务品牌公司，从而提升厦门公寓式酒店管理服务水平。目前厦门现有公寓式酒店面积基本在40-70m²的小户型公寓式酒店较为灵活，总体租金价格相对适中，能够满足海外常驻机构规模较小，派驻人员较少的居住和办公要求。而针对有些常驻机构，规模较大，派驻人员较多的或者追求生活品质高净值人群，建议可适当新增部分大面积产品，达到一线城市水平，面积集中在100-150m²的二房、三房。总之，目前厦门公寓式酒店市场尚未形成规模，与一线城市差距相对较大。但从厦门城市的发展趋势看，随着自贸区、两岸综改试验区的不断推进，厦门城市经济活力越来越高，城市的开放度与国际化将与日俱增。

建议应该提前量化随着经济开发所带来的公寓式酒店需求，从而完善城市商务设施，促进城市国际营商环境的打造。

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年中国公寓式酒店市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》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年中国公寓式酒店行业发展概述

第一节 公寓式酒店行业发展情况概述

一、公寓式酒店行业相关定义

二、公寓式酒店行业基本情况介绍

三、公寓式酒店行业发展特点分析

第二节 中国公寓式酒店行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、公寓式酒店行业产业链条分析

三、中国公寓式酒店行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国公寓式酒店行业生命周期分析

一、公寓式酒店行业生命周期理论概述

二、公寓式酒店行业所属的生命周期分析

第四节 公寓式酒店行业经济指标分析

一、公寓式酒店行业的赢利性分析

二、公寓式酒店行业的经济周期分析

三、公寓式酒店行业附加值的提升空间分析

第五节 中国公寓式酒店行业进入壁垒分析

一、公寓式酒店行业资金壁垒分析

二、公寓式酒店行业技术壁垒分析

三、公寓式酒店行业人才壁垒分析

四、公寓式酒店行业品牌壁垒分析

五、公寓式酒店行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球公寓式酒店行业市场发展现状分析

第一节 全球公寓式酒店行业发展历程回顾

第二节 全球公寓式酒店行业市场区域分布情况

第三节 亚洲公寓式酒店行业地区市场分析

一、亚洲公寓式酒店行业市场现状分析

二、亚洲公寓式酒店行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲公寓式酒店行业市场前景分析

第四节 北美公寓式酒店行业地区市场分析

一、北美公寓式酒店行业市场现状分析

- 二、北美公寓式酒店行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美公寓式酒店行业市场前景分析
- 第五节 欧盟公寓式酒店行业地区市场分析
 - 一、欧盟公寓式酒店行业市场现状分析
 - 二、欧盟公寓式酒店行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟公寓式酒店行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界公寓式酒店行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球公寓式酒店行业市场规模预测
- 第三章 中国公寓式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、全社会消费品公寓式酒店总额
 - 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 中国公寓式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 中国公寓式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 中国公寓式酒店行业运行情况
 - 第一节 中国公寓式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 中国公寓式酒店行业市场规模分析
 - 第三节 中国公寓式酒店行业供应情况分析
 - 第四节 中国公寓式酒店行业需求情况分析
 - 第五节 中国公寓式酒店行业供需平衡分析

第六节 中国公寓式酒店行业发展趋势分析

第五章 中国公寓式酒店所属行业运行数据监测

第一节 中国公寓式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 中国公寓式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 中国公寓式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年中国公寓式酒店市场格局分析

第一节 中国公寓式酒店行业竞争现状分析

一、中国公寓式酒店行业竞争情况分析

二、中国公寓式酒店行业主要品牌分析

第二节 中国公寓式酒店行业集中度分析

一、中国公寓式酒店行业市场集中度分析

二、中国公寓式酒店行业企业集中度分析

第三节 中国公寓式酒店行业存在的问题

第四节 中国公寓式酒店行业解决问题的策略分析

第五节 中国公寓式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年中国公寓式酒店行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国公寓式酒店行业消费特点

第二节 中国公寓式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 公寓式酒店行业成本分析

第四节 公寓式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 中国公寓式酒店行业价格现状分析

第六节 中国公寓式酒店行业平均价格走势预测

一、中国公寓式酒店行业价格影响因素

二、中国公寓式酒店行业平均价格走势预测

三、中国公寓式酒店行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国公寓式酒店行业区域市场现状分析

第一节 中国公寓式酒店行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地公寓式酒店市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区公寓式酒店市场规模分析

四、华东地区公寓式酒店市场规模预测

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、华中地区公寓式酒店市场规模分析

四、华中地区公寓式酒店市场规模预测

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、华南地区公寓式酒店市场规模分析

第九章 2016-2018年中国公寓式酒店行业竞争情况

第一节 中国公寓式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 中国公寓式酒店行业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 中国公寓式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 公寓式酒店行业企业分析（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年中国公寓式酒店行业发展前景分析与预测

第一节 中国公寓式酒店行业未来发展前景分析

一、公寓式酒店行业国内投资环境分析

二、中国公寓式酒店行业市场机会分析

三、中国公寓式酒店行业投资增速预测

第二节 中国公寓式酒店行业未来发展趋势预测

第三节 中国公寓式酒店行业市场发展预测

一、中国公寓式酒店行业市场规模预测

二、中国公寓式酒店行业市场规模增速预测

三、中国公寓式酒店行业产值规模预测

四、中国公寓式酒店行业产值增速预测

五、中国公寓式酒店行业供需情况预测

第四节中国公寓式酒店行业盈利走势预测

一、中国公寓式酒店行业毛利润同比增速预测

二、中国公寓式酒店行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国公寓式酒店行业投资风险与营销分析

第一节 公寓式酒店行业投资风险分析

一、公寓式酒店行业政策风险分析

二、公寓式酒店行业技术风险分析

三、公寓式酒店行业竞争风险分析

四、公寓式酒店行业其他风险分析

第二节 公寓式酒店行业企业经营发展分析及建议

一、公寓式酒店行业经营模式

二、公寓式酒店行业销售模式

三、公寓式酒店行业创新方向

第三节 公寓式酒店行业应对策略

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年中国公寓式酒店行业发展策略及投资建议

第一节 中国公寓式酒店行业品牌战略分析

一、公寓式酒店企业品牌的重要性

二、公寓式酒店企业实施品牌战略的意义

三、公寓式酒店企业品牌的现状分析

四、公寓式酒店企业的品牌战略

五、公寓式酒店品牌战略管理的策略

第二节中国公寓式酒店行业市场重点客户战略实施

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 中国公寓式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年中国公寓式酒店行业发展策略及投资建议

第一节 中国公寓式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 中国公寓式酒店行业定价策略分析

第三节 中国公寓式酒店行业营销渠道策略

一、公寓式酒店行业渠道选择策略

二、公寓式酒店行业营销策略

第四节 中国公寓式酒店行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国公寓式酒店行业重点投资区域分析

二、中国公寓式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/340068340068.html>