2018年中国酒店市场分析报告- 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/371726371726.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

中端酒店布局决定中长期酒店集团发展 目前国内酒店业排名靠前的酒店集团主要从事经济型酒店和中端酒店的经营管理，即以有限服务酒店为主营业务。除了自营、加盟等形式外，并购成为酒店集团扩张的重要途径。

图表：近三年国内酒店集团排名情况

资料来源：观研天下整理

经过一系列并购，国内酒店集团排位已基本成型，第一梯队为锦江、首旅、华住三大集团，旗下分别有成熟的经济型酒店和中端酒店品牌矩阵。第二梯队的排位时有变动。于2018年3月17日在美国纽交所上市的格林豪泰酒店（属于格美集团）名次下滑一位至第五名。

分别从经济型品牌和中端品牌来看，经济型连锁酒店品牌中，前三名分属于三大酒店集团，并且近两年前三名的排序保持不变。扩大至前十位来看，前十名经济型酒店品牌只是有位次的微调，没有新品牌入围。经过十多年的发展，国内的经济型酒店行业已十分成熟且饱和，现有的一系列品牌通过物业、管理、会员体系等优势已经构筑起足够强大的进入壁垒。

图表：中国经济型连锁酒店品牌规模十强

资料来源：观研天下整理

从中端酒店来看，前两名的品牌依然是维也纳酒店和全季酒店，分属于锦江和华住。前十位中，喆啡酒店、雅斯特酒店和如家商旅为2018年新进十强品牌，2017年表现良好的亚朵酒店、如家精选酒店和南苑e家则跌出十强名单。

图表：中国中端连锁酒店品牌规模十强

资料来源：观研天下整理 截至2018年初，维也纳酒店拥有已开业酒店749家，客房数113,493间，客房数同比增长56.6%，其他排名居前的中端酒店品牌也都在过去一年中经历了快速的扩张，客房数增长迅速。与经济型酒店的红海相比，中端酒店仍有较大的扩张空间。优先布局供给端，占据规模优势和品牌效应，有望通过中端酒店品牌的扩张加快集团整体的发展。

图表：部分中端酒店 2017 年-2018 年客房数增长情况

资料来源：观研天下整理

有限服务酒店的行业规模不断扩大，而2017年营运中酒店数的增长速度则已出现明显下滑。有限服务酒店结构变化明显，主要是经济型酒店供给端饱和引起整合出清、升级改造带来的经济型增速放缓甚至减速，大型酒店集团着力布局中端酒店带来其规模扩张。2018年1季度末，锦江开业中酒店数为6,858家，较2017年底环比增加2.45%，华住营运酒店3,817家，较2017年底环比增加1.90%，两者增速均较之前季度有所放缓。

图表：锦江、华住存量酒店环比增速下降

资料来源：观研天下整理

经济型酒店经过十年的黄金发展期，各大经济型酒店品牌在经历了洗牌整合后，目前处于存量整合阶段。随着中产阶级的壮大和消费升级浪潮的到来，酒店行业迎来了新的发展机遇。中端酒店专注于住宿基本需求，使消费者能以相对低廉的消费取得相当或仅次于高星级酒店的住宿服务。对于酒店来说，相比经济型酒店，中端酒店只需增加有限的边际成本即可获取更高的收入。

以华住酒店为例，2018年1季度，星程、汉庭、海友等品牌分别增加-1家、1家、-5家，而全季增加了33家门店。华住旗下中端酒店数量不断增长，其中全季酒店从2012年9月的26家增长至2018年3月的423家，增长了16倍，同期华住旗下酒店总数增长仅为4倍。

图表：华住营运中酒店品牌分布结构

资料来源：观研天下整理

无论从经营数据，还是从战略方向来看，中端酒店都是目前各大酒店集团着力布局、发展的重点领域。中端酒店的扩张一方面可吸收城市新增物业，另一方面也可选择将区位条件、设施设备较为优良的存量经济型酒店转化为中端酒店。以锦江2月底披露的签约情况来看（此后签约酒店中经济型和中端数量不再披露），中端酒店占总签约酒店比例为38.37%，已大幅超过现有开业酒店里中端酒店所占25.86%的比例。

图表：截至2018年2月28日锦江有限服务酒店开业情况（家）

资料来源：观研天下整理

图表：截至2018年2月28日锦江有限服务酒店签约情况（家）

资料来源：观研天下整理（TC）

观研天下发布的《2018年中国酒店市场分析报告-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年中国酒店行业发展概述

第一节 酒店行业发展情况概述

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

第二节 中国酒店行业上下游产业链分析

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

第三节 中国酒店行业生命周期分析

- 一、酒店行业生命周期理论概述
- 二、酒店行业所属的生命周期分析

第四节 酒店行业经济指标分析

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

第五节 中国酒店行业进入壁垒分析

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

第二章 2016-2018年全球酒店行业市场发展现状分析

第一节 全球酒店行业发展历程回顾

第二节 全球酒店行业市场区域分布情况

第三节 亚洲酒店行业地区市场分析

- 一、亚洲酒店行业市场现状分析
- 二、亚洲酒店行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲酒店行业市场前景分析

第四节 北美酒店行业地区市场分析

一、北美酒店行业市场现状分析

二、北美酒店行业市场规模与市场需求分析

三、北美酒店行业市场前景分析

第五节 欧盟酒店行业地区市场分析

一、欧盟酒店行业市场现状分析

二、欧盟酒店行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟酒店行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界酒店行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球酒店行业市场规模预测

第三章 中国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 中国酒店行业运行情况

第一节 中国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 中国酒店行业市场规模分析

第三节 中国酒店行业供应情况分析

第四节 中国酒店行业需求情况分析

第五节 中国酒店行业供需平衡分析

第六节 中国酒店行业发展趋势分析

第五章 中国酒店所属行业运行数据监测

第一节 中国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年中国酒店市场格局分析

第一节 中国酒店行业竞争现状分析

一、中国酒店行业竞争情况分析

二、中国酒店行业主要品牌分析

第二节 中国酒店行业集中度分析

一、中国酒店行业市场集中度分析

二、中国酒店行业企业集中度分析

第三节 中国酒店行业存在的问题

第四节 中国酒店行业解决问题的策略分析

第五节 中国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年中国酒店行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国酒店行业消费特点

第二节 中国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 酒店行业成本分析

第四节 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 中国酒店行业价格现状分析

第六节 中国酒店行业平均价格走势预测

一、中国酒店行业价格影响因素

二、中国酒店行业平均价格走势预测

三、中国酒店行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国酒店行业区域市场现状分析

第一节 中国酒店行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区酒店市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酒店市场规模分析

四、华东地区酒店市场规模预测

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、华中地区酒店市场规模分析

四、华中地区酒店市场规模预测

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、华南地区酒店市场规模分析

第九章 2016-2018年中国酒店行业竞争情况

第一节 中国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 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年中国酒店行业发展前景分析与预测

第一节 中国酒店行业未来发展前景分析

一、酒店行业国内投资环境分析

二、中国酒店行业市场机会分析

三、中国酒店行业投资增速预测

第二节中国酒店行业未来发展趋势预测

第三节中国酒店行业市场发展预测

一、中国酒店行业市场规模预测

二、中国酒店行业市场规模增速预测

三、中国酒店行业产值规模预测

四、中国酒店行业产值增速预测

五、中国酒店行业供需情况预测

第四节中国酒店行业盈利走势预测

一、中国酒店行业毛利润同比增速预测

二、中国酒店行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国酒店行业投资风险与营销分析

第一节 酒店行业投资风险分析

一、酒店行业政策风险分析

二、酒店行业技术风险分析

三、酒店行业竞争风险分析

四、酒店行业其他风险分析

第二节 酒店行业企业经营发展分析及建议

一、酒店行业经营模式

二、酒店行业销售模式

三、酒店行业创新方向

第三节 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年中国酒店行业发展策略及投资建议

第一节 中国酒店行业品牌战略分析

一、酒店企业品牌的重要性

二、酒店企业实施品牌战略的意义

三、酒店企业品牌的现状分析

四、酒店企业的品牌战略

五、酒店品牌战略管理的策略

第二节中国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年中国酒店行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国酒店行业定价策略分析

第三节 中国酒店行业营销渠道策略

- 一、酒店行业渠道选择策略
- 二、酒店行业营销策略

第四节 中国酒店行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国酒店行业重点投资区域分析
- 二、中国酒店行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/371726371726.html>