

2018-2023年中国酒店产业市场竞争现状调查与未来发展前景预测报告

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《2018-2023年中国酒店产业市场竞争现状调查与未来发展前景预测报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/jiudian/296904296904.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

2017上半年几大热门城市机场旅客吞吐量同比保持增长，暑期拉动铁路客运增长，商旅活动繁荣，短期人口流动较频繁。根据中国民用航空总局发布的机场旅客吞吐量数据，北上深杭等地2017年上半年仍然延续了近年来旅客吞吐量持续增长的趋势，商旅活动需求仍处于增长阶段。1-7月，国家铁路累计发送旅客17.7亿人，同比增长9.9%，其中7月客运量环比增幅明显，暑期拉动客运量增长的效果显著。

图：几大城市机场旅客吞吐量

图：2017年1-7全国铁路旅客运送量

非制造业PMI指数维持景气，预计酒店需求保持向好趋势。在我们的酒店行业深度报告中，我们发现非制造业PMI：商务活动指数与住宿需求相关性密切，PMI作为前瞻性指标体现了非制造业的总体经济发展状况。商业活动的繁荣使得酒店业享受到一部分红利，指数的向好趋势会反映到酒店业的住宿需求的增长上。供需比是酒店入住率的本质，自2016年以来供给端一直保持较低水平的增速（<5%），且仍有持续放缓的趋势。从7月份数据来看，尽管需求端增速略有下降，但整体仍高于供给端增速，因此酒店行业的入住率仍处于上行通道。截至最新公布的8月数据，PMI指数依旧持续处于枯荣线上方（50%以上），但环比来看，指数稍有回落，这与需求端增速也保持了一致性。

图：全国酒店业供需增速

入住率整体上保持同比正增长，7月环比提升较为明显，平均房价(ADR)第二季度开始增速回升。2017年上半年国内整体酒店入住率与去年同期相比，除1月（春节效应出现淡季）有小幅下滑外，其余各月均保持正增长，同时入住率具有季节性波动，7月受暑期假期的有效推动，入住率有较为明显的环比增长。平均房价方面，二季度以来一直保持同比正增长。

热门城市热度不减，海南迎来今年第二轮高峰。提取几大主要城市的数据来观察区域性差异，可以看到，北京、上海、深圳、杭州的入住率、平均房价、RevPAR水平均要高于全国平均水平，而海南作为热门假日旅游目的地，继寒假旺季后，在7月又迎来了数据下行后的首次增长，且增幅显著，迎来了第二轮小高峰。

图：2017年1-7月全国酒店入住率

图：2017年1-7月几大城市酒店入住率

图：2017年1-7月全国酒店平均房价

图：2017年1-7月几大城市酒店平均房价

平均客房收益（RevPAR）持续增长，逐步由入住率效应向ADR效应发展。作为最终落实到经营业绩的结果性指标，RevPAR自2016年下半年以来保持同比正增长。RevPAR的走势是入住率和平均房价的双重作用下的结果，前期RevPAR的增长贡献主要来源于入住率的增长，后期平均房价拉动RevPAR增长的作用逐渐加强。最新的7月数据中，RevPAR同比增长8.6%，其中5.2%来自于入住率的增长，3.2%来自于平均房价的增长。商旅活动的繁荣所带动的短期人口流动的住宿需求增长，引领酒店业盈利水平和经营质量的提高。

图：入住率、平均房价各自对RevPAR增长的带动作用

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

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。【报告目录】

第一部分行业整体运行态势分析

第一章2015-2017年中国酒店业运行环境解析

第一节2017年中国宏观经济环境分析

一、2017年宏观经济运行指标分析

二、2018-2023年中国经济发展预测

第二节2017年中国酒店业政策环境分析

一、全国酒店产业政策与发展方向

二、酒店产业相关法律法规问题

第二章2015-2017年国际酒店业运行态势分析

第一节2017年国际酒店业概述

一、全球酒店业中心开始转移

二、2017年全球酒店业总体运行总况

三、2017年全球酒店房价行情分析

四、2017年亚太地区酒店业三项指标

五、国际著名跨国酒店集团介绍

第二节2017年国际宾馆酒店业的经营管理综述

一、国际酒店管理集团经营模式分析

二、国际宾馆酒店业管理的主要体制特点

三、西方酒店业引入全面质量管理

四、国外饭店集团介入的管理形式

五、国际一流酒店经营管理的五大新趋势

第三节2017年欧洲酒店业运行分析

一、欧洲酒店业总体概述

三、欧洲酒店价格分析

四、俄罗斯酒店市场颇受青睐

五、德国酒店业发展概况

六、西班牙酒店业发展概况

第四节美国酒店业

一、美国酒店业的供需情况分析

二、2017年美国酒店业支付给OTA的分销费用

三、2017年美国喜达屋、希尔顿酒店集团加速布局中国市场

第五节东南亚酒店业

一、东南亚酒店业发展综述

二、2017年泰国酒店业运行分析

三、2017年新加坡酒店供求及价格分析

四、2017年柬埔寨星级酒店业发展近况

第三章2015-2017年中国酒店业运行新形势透析

第一节中国酒店业的演变历程

一、中国古代酒店

二、中国近代酒店

三、中国现代酒店

第二节2015-2017年中国酒店业运行动态分析

一、2017年中国酒店业市场规模

二、2017年全国星级酒店开业统计分析

三、2017年中国现代酒店业发展预测

四、特许业新规实施带动酒店业连锁洗牌

第三节2017年中国酒店业运营现状

- 一、中国酒店业热点透视
- 二、中国酒店业逐渐回暖
- 三、中国星级酒店发展状况分析
- 四、2017年全国星级饭店统计分析
- 五、2017年三季度酒店价格指数报告

第四节2017年中国酒店业面临的问题与挑战

- 一、中国酒店业存在的壁垒分析
- 二、中国酒店业面临的主要问题
- 三、中国酒店业人才缺失严重

第五节2017年促进中国酒店业发展的对策

- 一、消费需求不足状况下酒店的经营策略
- 二、中国酒店业应拥有自己的国际品牌
- 三、酒店业的个性化服务
- 四、中国酒店业如何从投资大国走向管理大国

第四章2018-2023年中国商务酒店运行态势分析及展望

第一节商务酒店相关概述

- 一、商务旅游阐述
- 二、商务酒店特性分析

第二节2017年中国商务酒店运行概况

- 一、商务酒店试图走出“草根经济”
- 二、商务酒店低价抢市场
- 三、商务酒店休闲蔚为风尚
- 四、商务酒店紧随商务客人的需求变化分析
- 五、商务酒店在线销售模式风行

第三节2017年中国商务酒店投资动态分析

- 一、商务酒店掀起投资狂潮
- 二、国际商务型酒店纷纷进驻广东
- 三、商务酒店蜂拥济南
- 四、全球投资机构看好中国商务酒店市场
- 五、商务酒店的价值投资

第四节未来中国商务酒店发展策略及前景分析

- 一、商务酒店品牌建设的策略分析

- 二、中国商务酒店发展道路探讨
- 三、商务酒店经营策略分析
- 四、商务酒店面临美好发展前景

第五章2018-2023年中国旅游度假酒店运行态势分析及展望

第一节假日经济与酒店业关联性分析

- 一、假日经济带动旅游酒店业发展
- 二、假日调整对酒店业的影响
- 三、“假日经济”魅力下酒店的营销管理

第二节2017年中国旅游度假酒店概况

- 一、中国旅游酒店业发展现状
- 二、成功携手全球两大旅游度假酒店资源联盟
- 三、气候对度假酒店的重要性
- 四、广州度假酒店发展前景广阔
- 五、大理大力发展高端度假酒店

第三节2017年分时度假酒店在中国的发展分析

- 一、分时度假的产生与发展
- 二、分时度假在中国的发展分析
- 三、中国分时度假的四种经营者
- 四、中国分时度假业亟待规范
- 五、中国分时度假迈入青年期

第四节2017年中国旅游度假酒店市场营销分析

- 一、中国度假酒店市场营销的特点
- 二、度假酒店的营销策略分析
- 三、休闲度假型酒店的散客销售
- 四、4Cs营销理念在中国度假饭店的运用

第五节未来中国度假酒店经营管理新趋势探析

- 一、多元化发展将是度假酒店的必然现象
- 二、主题经营将是度假酒店竞争制胜的基本定律
- 三、提高客人体验价值将是度假酒店的服务之道
- 四、快乐工作将是度假酒店员工管理的重要课题
- 五、连锁经营将是度假酒店企业发展的必然选择

第六节2018-2023年中国旅游度假酒店的对策与前景分析

- 一、发展度假酒店的对策分析
- 二、室内水上乐园度假酒店投资方案分析

三、2018-2023年中国度假型酒店将迅猛发展

四、未来10年百余座高端度假酒店将落户海南

第六章2018-2023年中国经济型酒店运行态势分析及展望

第一节经济型酒店基础概述

一、经济型酒店的特点分析

二、经济型酒店的位置与环境

三、经济型酒店的投资与评估

四、经济型酒店的规模与功能

五、经济型酒店的风格与形式

第二节2017年中国经济型酒店发展分析

一、2017年中国经济型酒店市场规模

二、2017年经济型酒店市场规模

三、2017年经济型酒店抢滩会议市场

四、2017年经济型酒店加速布局京沪高铁沿线二三线城市

五、2017年经济型酒店口碑持续微挫

六、2017年加盟和并购成经济型酒店扩张主题

第三节2017年中国经济型酒店消费市场分析

一、消费者构成及特征

二、消费的动机与原因

三、消费者认知能力

四、消费心理与消费趋势

第四节2017年中国经济型酒店的经营与管理分析

一、中国经济型酒店经营管理状况分析

二、现代经济型酒店经营利润高

三、中国经济型酒店先行者的管理模式分析

四、经营经济型酒店关键把握因素

五、经济型酒店冲出重围经营策略

第五节2017年中国经济型酒店的效益分析

一、投入产出分析

二、经济型酒店的投资回报分析

三、经济型酒店与资本市场结合的路径

四、经济型酒店的土地使用权存在隐患

第六节2017年中国经济型酒店的运作模式分析

一、开发模式

二、选址要求

三、注册成立酒店管理公司

第七节2017年中国经济型酒店面临的问题及策略

一、经济型酒店行业存在的问题

二、中国经济型酒店遭遇三大考验

三、经济型酒店在发展中应注意的问题

四、经济型酒店应注意回避的误区

五、中国经济型酒店的特色品牌的创建

六、中国经济型酒店的发展策略

第八节2018-2023年中国经济型酒店发展前景与趋势探析

一、经济型酒店业的发展潜力巨大

二、中档经济型酒店发展面临新契机

三、差异化经营成经济型酒店的必然趋势

四、经济型酒店产业集中是必然趋势

五、未来中国经济型酒店的发展趋势

第七章2018-2023年中国产权式酒店运行态势分析及展望

第一节产权式酒店概述

一、产权式酒店的定义

二、产权式酒店的类型

第二节2017年中国产权式酒店现状综述

一、产权酒店商业模式

二、我国产权酒店的产生与发展

三、产权酒店在中国兴起的深层次原因及面临的问题

四、产权酒店的发展建议及政策建议

第三节2017年中国产权式酒店的投资优势解析

一、资金快速回笼

二、获得高额回报

三、实现酒店与业主的“双赢”

第四节2017年中国产权式酒店的投资风险及防范

一、产权式酒店的主要投资风险及规避方法

二、产权式酒店投资风险来源

三、产权式酒店投资风险大

四、产权式酒店投资风险的法律防范措施

第五节2017年中国产权式酒店的投资方法

一、投资产权式酒店的要素

二、产权式酒店投资价值分析

三、产权式酒店公寓的投资策略分析

四、投资产权式酒店的应注意的问题

第六节2018-2023年中国产权式酒店发展对策及前景分析

一、中国千余家产权酒店争抢世博机遇

二、中国产权式酒店发展需三方面共同努力

三、我国产权式酒店业发展的思路

四、未来产权式酒店发展具有三大利好

第八章2018-2023年中国酒店式公寓运行态势分析及展望

第一节酒店式公寓阐述

一、酒店式公寓的特征

二、酒店式公寓目标客户群的类型

三、酒店式公寓的定位

第二节2017年中国酒店式公寓发展概述

一、酒店式公寓物业成租务焦点

二、酒店式公寓的市场细分越来越精细

三、酒店式公寓将突起二线城市

四、酒店式公寓市场进入转折期

第三节2017年中国酒店式公寓的产品开发分析

一、项目选址策略

二、目标消费群定位

三、产品设计策略

四、产品销售策略

五、销售成本控制策略

六、经营管理策略

第四节2017年中国酒店式公寓的投资风险分析

一、五大隐性成本

二、非住宅税费

三、房屋土地性质

四、投资实力

五、避免扎堆出租

第五节2018-2023年中国酒店市公寓投资价值及前景分析

一、酒店式公寓的投资回报模式探讨

- 二、酒店式公寓的投资价值分析
- 三、酒店式公寓的市场投资前景分析

第九章2018-2023年中国主题酒店运行态势分析及展望

第一节主题酒店基本概述

- 一、主题酒店的缘起与兴起
- 二、主题酒店的一般类型
- 三、主题酒店与特色酒店的异同
- 四、世界各地主题酒店大观

第二节2017年中国主题酒店的发展概况

- 一、主题酒店在中国的兴起
- 二、主题酒店成酒店营销新方式
- 三、中国主题酒店的发展模式分析
- 四、中国主题酒店发展趋势解读

第三节2015-2017年中国各城市主题酒店发展动态

- 一、2017年中国首个主题酒店群在深圳落成
- 二、2017年国内首家五星级珠宝主题酒店开业
- 三、2017年深圳华侨城打造岭南文化主题酒店
- 四、2017年长沙各种主题酒店频繁开业
- 五、2017年天津滨海航母主题公园建设世界首家舰上酒店

第四节2017年中国主题酒店的投资分析

- 一、对主题的认识
- 二、主题酒店的发展空间
- 三、主题酒店的市场定位
- 四、主题的延伸和更新

第五节2017年中国建设主题酒店的三要素分析

- 一、服务功能
- 二、市场细分
- 三、特色文化

第十章2018-2023年中国绿色酒店运行态势分析及展望

第一节绿色酒店定义及由来

- 一、绿色饭店的定义
- 二、绿色酒店的标准
- 三、全球八大绿色酒店介绍

四、创建绿色酒店的意义

第二节2017年中国绿色酒店发展概况

- 一、绿色酒店逐渐成投资新宠
- 二、绿色酒店成为酒店主要发展趋势
- 三、环保时代需要绿色酒店
- 四、到2017年我国将建万家“绿色酒店”

第三节2017年中国绿色酒店发展的问题及思路

- 一、观念方面
- 二、政策和管理方面
- 三、绿色酒店发展思路
- 四、建设绿色酒店实施要求

第十一章2017年北京酒店业市场运行分析

第一节2017年北京酒店业发展综述

- 一、2017年北京酒店业经营情况分析
- 二、2017年北京星级饭店经营情况
- 三、北京酒店业未来发展趋势三大特点

第二节后奥运时代北京酒店业的发展

- 一、后奥运时代北京酒店市场需求分析
- 二、后奥运时代北京酒店业长期发展形势乐观
- 三、后奥运时代北京酒店业发展策略分析

第三节2017年北京酒店业竞争分析

- 一、北京酒店业市场竞争态势分析
- 二、中国本土酒店在北京全面扩张
- 三、外资品牌酒店进驻北京市场

第四节2017年北京公寓式酒店市场分析

- 一、公寓式酒店概述
- 二、北京公寓式酒店的供给特点
- 三、北京公寓式酒店的需求分析
- 四、北京公寓式酒店市场交易特点分析
- 五、2017年北京酒店式公寓投资简析

第十二章2017年上海酒店业市场分析

第一节上海酒店业后世博业务攻略

- 一、上海世博会全面成功

二、世博会对当酒店业的影响

三、“后世博”酒店业面临的挑战

四、上海酒店业的后世博业务策略

第二节2017年上海酒店业概况

一、2017年上海酒店市场分析

二、上海迪士尼带来酒店业发展新机遇

三、上海成高端酒店业黄金地

四、2017年上海高星级酒店业经营情况分析

第三节2017年上海酒店市场客源分析

一、上海酒店客源细分市场特征

二、上海3-5星级酒店客源市场解析

三、上海酒店客源结构多元化

第四节2017年上海酒店业投资分析

一、前瞻旅游消费观念衍化，拓展旅游新资源

二、设计提升价值。重视设计，更新酒店设计观念，改变“中国制造”特点

三、集团化发展，品牌化经营

四、创造绿色饭店，倡导绿色消费，降低运营成本

第五节2017年上海酒店业发展对策分析

一、促进上海酒店业健康发展的建议

二、上海酒店业品牌经营战略解析

第十三章2015-2017年广州酒店业市场分析

第一节2017年广州酒店业概况

一、广州酒店市场总体回顾

二、亚运会对旅游酒店业的影响分析

三、2017年广交会对广州酒店业的影响

第二节2017年广州酒店业竞争格局

一、广州酒店业竞争加剧

二、广州酒店业面临重新洗牌

三、广州老牌五星级酒店异地开新战场

四、2017年广州首家希尔顿酒店开业

第三节2017年广州酒店业问题与对策分析

一、广州中档酒店的困境与发展思路

二、亚运会给广州酒店带来新的挑战

三、广州酒店业应实行体育营销策略

四、广州酒店业发展对策分析

第四节未来广州酒店业发展趋势探析

一、广州酒店式公寓投资前景广阔

二、“后亚运”广州酒店业发展路径

第十四章2015-2017年深圳酒店业市场分析

第一节2017年深圳酒店业概况

一、深圳酒店业步入快速发展期

二、深圳经济型酒店的供需及经营模式解析

第二节2017年深圳酒店业的竞争分析

一、深圳经济型酒店抢夺关外市场

二、国际酒店集团竞逐深圳市场

三、深圳酒店业新生力量崛起

第三节2017年深圳酒店业发展分析

一、大运会深圳酒店业的商机

二、深圳酒店业未来规划

三、深圳未来酒店发展格局分析

第十五章2015-2017年中国酒店业竞争新格局透析

第一节2017年中国酒店业竞争概况

一、中国经济型酒店竞争格局分析

二、中国经济型酒店转向中档连锁市场竞争

三、2017年经济型酒店寡头争霸格局显现

四、2017年外资加快布局酒店业

五、酒店业面临超值竞争时代的挑战

第二节2017年现代酒店业的市场竞争分析

一、产品的开拓和发展分析

二、市场竞争中的价格分析

三、市场竞争中的营销分析

四、竞争中的人员素质分析

五、酒店业竞争的新生力

六、酒店业的竞争由单一价格竞争转向品牌竞争

第三节2017年中国酒店竞争对手分析

一、竞争对手的市场占有率

二、竞争对手的财务状况

三、竞争对手的产能利用率

四、竞争对手的创新能力

五、对竞争对手的领导人进行分析

第四节2017年中国酒店业集群竞争形势分析

一、集群理论国内外发展情况

二、酒店业集群的形成与发展

三、酒店业集群优势和竞争力提升分析

第五节2017年中国提升酒店竞争力的主要策略

一、酒店信息化与智能化策略

二、经济型酒店市场细分策略

三、经济型酒店的特色经营策略

四、酒店品牌化建设策略

五、治理专业化策略

第六节2018-2023年中国酒店行业竞争的八大趋向

一、理念竞争是先导

二、管理竞争是基础

三、人才竞争是关键

四、品牌竞争是战略

五、创新竞争是潮流

六、文化竞争是方向

七、学习竞争是动力

八、服务竞争是目标

第十六章国外重点酒店企业运行分析

第一节希尔顿国际酒店集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节法国雅高酒店集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节喜达屋酒店及度假酒店国际集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节洲际酒店集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节万豪国际酒店集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节香格里拉酒店集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十七章中国重点酒店企业竞争力及关键性财务数据分析

第一节华天酒店集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节如家快捷酒店管理公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节深圳新都酒店股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节金陵饭店股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节广州市东方宾馆股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十八章2018-2023年中国酒店相关产业及影响分析

第一节旅游业发展分析

一、2017年中国旅游发展总体情况

二、2017年旅游经济运行情况分析

三、2017年中国旅游发展热点预测

四、中国旅游业“十三五”发展规划纲要（征求意见稿）

第二节餐饮业发展分析

一、餐饮业连续22年保持两位数增长

二、我国餐饮业改革开放30年的经验启示

三、十三五仍是餐饮业发展的重要机遇期

四、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析

第三节会展业发展分析

一、会展与酒店业互动发展模式

二、2012商务部年将采取四大措施推动会展业发展

三、2017年中国会展业前景预测

四、会展业在经济发展中的地位作用

五、我国实现会展与酒店互动发展的对策

第十九章2018-2023年中国酒店业发展前景及趋势分析

第一节2018-2023年世界酒店业发展前景预测

- 一、全球酒店业呈多元化发展趋势
- 二、21世纪全球酒店业发展趋势展望
- 三、未来十年国际酒店集团发展趋势分析

第二节2018-2023年中国酒店业新趋势分析

- 一、中国酒店业前景光明
- 二、未来九类酒店需求将扩大
- 三、中国酒店业未来发展趋势分析

第三节2018-2023年中国未来酒店业具体发展方向

- 一、集团化与品牌化发展
- 二、绿色健康化发展
- 三、智能化发展
- 四、数字化发展
- 五、服务的个性化

第二十章2018-2023年中国酒店业投资战略探讨

第一节2017年中国酒店业的投资特性

- 一、赢利性与成长性
- 二、酒店的周期性
- 三、要素的密集性

第二节2017年中国酒店业投资概况

- 一、中国酒店投资逐年递增
- 二、中长期回报的期望捧热酒店扩张
- 三、中国酒店业境外并购热潮拉开序幕
- 四、中国连锁酒店业迎来投资热潮

第三节2017年中外酒店投资的盈利模式

- 一、经营增长盈利模式
- 二、物业增值盈利模式
- 三、资本营运盈利模式
- 四、品牌创新盈利模式
- 五、集团建设盈利模式

第四节2018-2023年中国酒店业投资趋势与方向

- 一、酒店投资的观念分析
- 二、中国连锁酒店投资走向差异化

三、2018-2023年中国酒店市场城市景气分析及投资策略

第二十一章2018-2023年的中国酒店企业经营管理策略

第一节酒店业经营管理基本理论

一、酒店管理的特点

二、酒店的管理层次

三、酒店管理技能

第二节酒店业经营管理概述

一、酒店经营与管理的关系

二、酒店的需求管理分析

三、酒店的组织管理分析

四、酒店人力资源管理解析

五、酒店客户关系管理分析

六、酒店管理的制度创新解析

第三节酒店市场定位

一、酒店产品定位概念

二、酒店产品定位的方法

三、酒店产品定位的步骤

四、酒店产品的定位策略

第四节酒店业营销策略分析

一、酒店营销的要素介绍

二、不同市场需求下酒店的营销对策

三、拓展酒店市场营销领域的策略

四、新经济时代下酒店业八大营销技巧

五、酒店蜂鸣营销分析

六、中国酒店节日营销手段分析

第五节酒店绿色营销分析

一、绿色营销及其产生基础

二、中国酒店绿色营销的推广应用

三、中国酒店营销绿色化的弊端

四、中国酒店实施绿色营销的任务和策略

五、中国酒店绿色营销的发展趋势分析

第六节酒店业经营管理的动向分析

一、酒店经营与管理发展趋势解析

二、健康客房成为酒店营销新趋势

三、互联网营销成为酒店营销新途径

第二十二章2018-2023年中国酒店信息化策略

第一节2017年中国酒店信息化的概况

- 一、 信息科技对酒店发展的促进作用
- 二、 国际酒店业信息化的发展与启示
- 三、 世界酒店管理进入信息时代
- 四、 我国星级酒店信息化建设分析

第二节2017年中国酒店行业电子商务的应用分析

- 一、 中国酒店行业电子商务存在的问题
- 二、 酒店营销中电子商务应用的利与弊
- 三、 酒店电子商务优势
- 四、 酒店电子商务建设解决方案
- 五、 电子商务模式是酒店发展的必然趋势
- 六、 酒店电子商务发展与展望

第三节2017年中国酒店行业信息化问题探讨

- 一、 酒店信息化的四大问题
- 二、 酒店业信息化选择的误区

第四节2017年中国发展酒店信息化的对策与建议

- 一、 酒店信息化管理须从制度和产品入手
- 二、 酒店业信息化选择的要素
- 三、 酒店行业信息化建设方案
- 四、 酒店行业信息化建议

第五节2018-2023年中国酒店信息化的发展趋势探析

- 一、 酒店信息化的三种趋势
- 二、 酒店信息化应用将迎来高峰
- 三、 数字化主导未来酒店信息化发展方向
- 四、 酒店业电子分销的发展走向

部分图表目录：

图表：2015年—2017年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2015年—2017年工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2015年—2017年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2015年—2017年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2015年—2017年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率

图表：2015年—2017年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2015年—2017年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/judian/296904296904.html>