

# 2018年中国经济型连锁酒店市场分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国经济型连锁酒店市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/judian/339719339719.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

目前，我国酒店的消费需求正逐渐向舒适化、规范化特征明显的经济型酒店转移。同传统的星级酒店相比较，经济型连锁酒店具备更好满足中低收入消费群体需求的比较竞争优势。例如：可以给用户更好的住宿体验，具备统一标准的房间设施，拥有更高的品牌知名度；拥有统一的后台运营技术和成熟的市场营销优势；相对较低的投资成本和集约化的产品采购降低了经济型连锁酒店的运营成本和销售价格，更好地体现出无形服务的价格竞争优势。

图表：经济型连锁酒店

图表来源：公开资料整理

### 一、我国经济型连锁酒店的发展现状

#### 1.起步较晚，发展速度较快

我国经济型连锁酒店起源于20世纪末的锦江之星和新亚之星，创立之初发展速度缓慢。20世纪末正是卖方市场向买方市场转变的时期，包括酒店服务在内的消费产品真正意义上的买方市场还没有形成，经济型连锁酒店快速发展的宏观环境还不具备。进入新世纪以后，我国居民的生活水平和生活质量显著提高，酒店服务的买方市场已经形成，直接影响到经济型连锁酒店的发展。2003年以后，陆续出现了具有一定影响力的汉庭、如家、7天连锁等经济型连锁酒店品牌，意味着我国经济型连锁酒店进入到快速增长时期。截至2012年，在中国拥有酒店数100家以上和房间数1万间以上的经济型品牌连锁酒店发展到近十家。

#### 2.数量相对较少，行业集聚程度较低

我国的经济型酒店，特别是品牌连锁经济型酒店，仍然处于快速发展时期，具有较大的提升空间。现有的经济型连锁酒店品牌，无论是具有全国影响力的汉庭、如家、7天连锁等品牌，还是具有一定区域影响力的莫泰、格林豪泰等品牌，仍然存在规模相对较小，行业集聚程度较低的客观实际情况。截至2013年，中国经济型酒店数量和房间数量虽然分别达到了2805家和312930间，但是在整个行业中占比却分别只有0.9%和1.2%。这说明作为朝阳产业的经济型连锁酒店虽然得到了快速发展，但是和发达国家经济型连锁酒店相比较，仍然存在较大的差距。

#### 3.经济型连锁酒店发展空间巨大

据统计，中国每千城市人口拥有品牌经济型酒店客房数为0.5间，而美国却达到8.2间。强烈的数据对比说明我国经济型连锁酒店存在较大的发展空间。进入新世纪以来，我国的城市化率不断提高、城市人口不断增长，城镇居民住宿消费需求旺盛。特别是“五一”“十一”“春节”节假日期间，国内游人数显著增加，这就造成消费者住宿需求和客房供应之间的矛盾进一步尖锐。同时，对于大多数消费者而言，经常会遇到“星级酒店价格偏高，普通旅店服务不到位”的情况，面临两难选择的窘境。这就需要经济型连锁酒店提供合理的价格、优质的服务，提供新的产品，更好地满足消费者新的需求。因此，经济型连锁酒店的发展是顾客和市场选择的结果，也是一个国家经济发展较为成熟的必然结果。

## 二、我国经济型连锁酒店发展中存在的问题

### 1. 市场营销策略单一，品牌竞争优势不明显

市场营销策略需要综合分析影响企业发展的产品、定价、分销渠道、促销等要素。经济型连锁酒店在市场细分的基础上选择中低收入人群作为目标顾客，就应当提供比星级酒店更具竞争力的产品。但我国经济型连锁酒店的经营者比较急功近利，过分注重企业自身的利润，忽视了消费者需求的满足，在酒店的环境建设、硬件设施、舒适度和安全性等方面存在明显的不足。产品定价变动比较大，特别是旅游旺季随意涨价，严重影响到经济型连锁酒店在消费者心目中的形象。坚持“酒香不怕巷子深”的营销理念，认为只要产品好就不存在销售的问题。忽视对产品宣传等促销手段的运用，影响到消费者对经济型连锁酒店的认可度，进而影响到企业的长远发展。与国外经济型连锁酒店品牌相比，存在着品牌意识缺乏、品牌竞争优势不明显的问题。除了如家快捷、锦江之星、新宇之星等少数几家酒店建立了独立的销售网络，注重品牌建设，更多的区域性连锁酒店知名度较低，影响到酒店的持续发展。所以，我国的经济型连锁酒店必须加快市场营销力度，才能在激烈的市场竞争中不断前进和发展。

### 2. 市场细分不完善，产品层次不清晰

市场细分(markets egmentation)是企业根据消费者需求和购买行为等方面的差异性，把产品的整体市场划分成若干个同质子市场的过程。企业要想长远发展，就要对市场进行细分。根据国外的发展经验，经济型酒店可分为三种类型的档次:有限服务酒店、经济酒店和廉价酒店。有限服务酒店属于高档酒店，其内设施相当于四五星级宾馆;经济酒店属于中档酒店;廉价酒店属于低档酒店，其内硬件设施比较简陋。每个档次的酒店其价格也有明显的差异。而在我国针对经济型酒店还没有特别清晰的产品差异性的划分。

### 3. 管理经验缺乏，人力资源不足

我国的经济型连锁酒店起步晚，虽然在发展过程中积累了一些经验，但和国外有着几十年管理经验的成熟品牌相比还是有很多不足之处。在成本控制、人才培养、服务质量及企业文化等方面与国外成熟品牌相比较还有很大的差距。同时，我国的酒店人才是按照星级酒店的服务特性和服务规范培养出来的，无法适应经济型酒店管理对人才的要求。经济型酒店为更好地体现产品价格竞争优势，往往对管理人员的要求是能够适应多个岗位的全面手，既精通连锁经营又掌握酒店管理。因此，经济型连锁酒店对人才提出的新要求与专业人才培养之间的矛盾必将造成人才供给与需求之间的矛盾，导致经济型连锁酒店出现人力资源不足的问题。

### 4. 高回报造成大量非理性资本的涌入

资本的转移和流转总是不断地从利润低的部门向利润高的部门进行转移，经济型酒店的高投资回报率吸引了大量的转移资本和自身存量资本的增加，但是大量非理性资本的涌入导致了很多问题。一些原星级酒店因经营管理不善或消费需求减弱转向经济型酒店;一些非理性资本更加关注经济型酒店的利润，很少考虑酒店的长远发展。这些现象的存在严重搅乱

了经济型酒店正常的秩序，造成消费者对经济型酒店概念理解的混乱，影响到经济型酒店的长远发展。

### 三、我国经济型连锁酒店发展的对策

#### 1. 树立整体意识

加快对经营管理体制的转换，打破地区、行业、部门界限，以总部为统一体，进行统一的管理。以增强酒店品牌的总体竞争力为目标，树立最大效用整合资源的意识，不断扩大市场占有率。对因战略转变导致亏损的连锁店应给予帮助，树立整体意识，团结一致，明白一损俱损、一荣俱荣的道理。

#### 2. 合理进行市场定位

经济型连锁酒店与星级酒店在市场定位上存在明显的差距，要想充分体现出经济型连锁酒店的竞争优势，就需要针对消费者需求的变化及时进行市场营销策略的调整，更好地满足目标市场上消费者的需求。经济型连锁酒店在市场定位过程中不需要与星级酒店发生正面的冲突，展开对追求优雅、豪华的高端消费群体的争夺，更多应当考虑中低收入人群需求的满足。

中低收入人群在住宿方面认为酒店是可以恢复体力、满足睡眠的地方，对酒店的安全、卫生和安静的环境更加看重。因此，经济型连锁酒店需要进行合理的市场定位，通过营造温馨如家的良好的住宿环境，充分体现出自身的核心竞争力。

#### 2. 建立权责分明的现代企业制度

企业要建立权责分明的现代企业制度，明确各方的权利，防止管理者越权办事，明确自己的经营职责，细分总部与各分部之间的权益关系，使管理标准化、规范化、统一化。明确管理者的权责才能够有效整合企业内部各股力量，处理好各种关系，在企业内部营造良好的发展环境，调动各级管理人员工作的积极性，促进经济型酒店更好地发展。

#### 3. 培养专业的人才

针对我国经济型连锁酒店存在着管理经验不足的问题，需要向国外拥有丰富的管理经验的相关企业学习。在学习国外管理经验和理念的基础上，结合我国经济型连锁酒店的特点，培养专门的管理人才，形成自身独特的管理模式。具体可以采取加盟国外经济型连锁酒店的方式，吸纳国外的管理经验和模式，尽快实现我国经济型酒店连锁经营的专业化、统一化和标准化。

#### 4. 认真调研，慎重选择品牌

许多人看到了经济型连锁酒店带来的高额回报率，就迫不及待地参与到经济型连锁酒店的经营中来，但却没有经过细致的调查和了解，结果往往不尽如人意。因此，在加盟经济型连锁酒店之前，要进行充分的市场调研。对目标市场消费者的需求进行认真的调研，了解消费者对企业与产品提出的新要求，随时了解消费者需求的变化，并针对消费者需求的变化及时进行营销策略的调整，充分体现出经济型连锁酒店的竞争优势。同时要对投资品牌的实力和发展潜力进行调查，了解企业的优势和劣势，在综合分析判断的基础上进行选择。

总之，经济型连锁酒店已经进入了一个机遇与挑战并存的时代，不论何种行业，有机遇就有挑战。现今的市场已经进入了一个比较理性的时期，面对如此机遇与挑战，处于发展初期的经济型连锁酒店，在很多方面还没有形成统一的认识，标准化、统一化和规范化建设仍然存在着不足。因此，我们更该全面地认识经济型连锁酒店的各个方面，使其在今后的机遇与挑战中，不断发展，不断前进。

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年中国经济型连锁酒店市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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年中国经济型连锁酒店行业发展概述

#### 第一节 经济型连锁酒店行业发展情况概述

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

#### 第二节 中国经济型连锁酒店 行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、经济型连锁酒店 行业产业链条分析
- 三、中国经济型连锁酒店 行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

## 2、下游产业

### 第三节 中国经济型连锁酒店 行业生命周期分析

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

### 第四节 经济型连锁酒店 行业经济指标分析

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

### 第五节 中国经济型连锁酒店 行业进入壁垒分析

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

## 第二章 2016-2018年全球经济型连锁酒店 行业市场发展现状分析

### 第一节 全球经济型连锁酒店 行业发展历程回顾

### 第二节 全球经济型连锁酒店 行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲经济型连锁酒店 行业地区市场分析

- 一、亚洲经济型连锁酒店 行业市场现状分析
- 二、亚洲经济型连锁酒店 行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲经济型连锁酒店 行业市场前景分析

### 第四节 北美经济型连锁酒店 行业地区市场分析

- 一、北美经济型连锁酒店 行业市场现状分析
- 二、北美经济型连锁酒店 行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美经济型连锁酒店 行业市场前景分析

### 第五节 欧盟经济型连锁酒店 行业地区市场分析

- 一、欧盟经济型连锁酒店 行业市场现状分析
- 二、欧盟经济型连锁酒店 行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟经济型连锁酒店 行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界经济型连锁酒店 行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球经济型连锁酒店 行业市场规模预测

## 第三章 中国经济型连锁酒店 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、全社会消费品经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 行业运行情况

第一节 中国经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 行业市场规模分析

第三节 中国经济型连锁酒店 行业供应情况分析

第四节 中国经济型连锁酒店 行业需求情况分析

第五节 中国经济型连锁酒店 行业供需平衡分析

第六节 中国经济型连锁酒店 行业发展趋势分析

第五章 中国经济型连锁酒店 所属行业运行数据监测

第一节 中国经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 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年中国经济型连锁酒店 市场格局分析

第一节 中国经济型连锁酒店 行业竞争现状分析

一、中国经济型连锁酒店 行业竞争情况分析

二、中国经济型连锁酒店 行业主要品牌分析

第二节 中国经济型连锁酒店 行业集中度分析

一、中国经济型连锁酒店 行业市场集中度分析

二、中国经济型连锁酒店 行业企业集中度分析

第三节 中国经济型连锁酒店 行业存在的问题

第四节 中国经济型连锁酒店 行业解决问题的策略分析

第五节 中国经济型连锁酒店 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年中国经济型连锁酒店 行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国经济型连锁酒店 行业消费特点

第二节 中国经济型连锁酒店 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 经济型连锁酒店 行业成本分析

第四节 经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 行业价格现状分析

第六节 中国经济型连锁酒店 行业平均价格走势预测

一、中国经济型连锁酒店 行业价格影响因素

二、中国经济型连锁酒店 行业平均价格走势预测

三、中国经济型连锁酒店 行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国经济型连锁酒店 行业区域市场现状分析

第一节 中国经济型连锁酒店 行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地经济型连锁酒店 市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区经济型连锁酒店 市场规模分析

四、华东地区经济型连锁酒店 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、华中地区经济型连锁酒店 市场规模分析

四、华中地区经济型连锁酒店 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、华南地区经济型连锁酒店 市场规模分析

第九章 2016-2018年中国经济型连锁酒店 行业竞争情况

第一节 中国经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 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 经济型连锁酒店 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年中国经济型连锁酒店 行业发展前景分析与预测

第一节中国经济型连锁酒店 行业未来发展前景分析

一、经济型连锁酒店 行业国内投资环境分析

二、中国经济型连锁酒店 行业市场机会分析

三、中国经济型连锁酒店 行业投资增速预测

第二节中国经济型连锁酒店 行业未来发展趋势预测

第三节中国经济型连锁酒店 行业市场发展预测

一、中国经济型连锁酒店 行业市场规模预测

二、中国经济型连锁酒店 行业市场规模增速预测

三、中国经济型连锁酒店 行业产值规模预测

四、中国经济型连锁酒店 行业产值增速预测

五、中国经济型连锁酒店 行业供需情况预测

第四节中国经济型连锁酒店 行业盈利走势预测

一、中国经济型连锁酒店 行业毛利润同比增速预测

二、中国经济型连锁酒店 行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国经济型连锁酒店 行业投资风险与营销分析

第一节 经济型连锁酒店 行业投资风险分析

一、经济型连锁酒店 行业政策风险分析

二、经济型连锁酒店 行业技术风险分析

三、经济型连锁酒店 行业竞争风险分析

四、经济型连锁酒店 行业其他风险分析

第二节 经济型连锁酒店 行业企业经营发展分析及建议

一、经济型连锁酒店 行业经营模式

二、经济型连锁酒店 行业销售模式

三、经济型连锁酒店 行业创新方向

第三节 经济型连锁酒店 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年中国经济型连锁酒店 行业发展策略及投资建议

第一节 中国经济型连锁酒店 行业品牌战略分析

一、经济型连锁酒店 企业品牌的重要性

二、经济型连锁酒店 企业实施品牌战略的意义

三、经济型连锁酒店 企业品牌的现状分析

四、经济型连锁酒店 企业的品牌战略

五、经济型连锁酒店 品牌战略管理的策略

第二节 中国经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 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年中国经济型连锁酒店 行业发展策略及投资建议

第一节 中国经济型连锁酒店 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 中国经济型连锁酒店 行业定价策略分析

#### 第三节 中国经济型连锁酒店 行业营销渠道策略

##### 一、经济型连锁酒店 行业渠道选择策略

##### 二、经济型连锁酒店 行业营销策略

#### 第四节 中国经济型连锁酒店 行业价格策略

#### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

##### 一、中国经济型连锁酒店 行业重点投资区域分析

##### 二、中国经济型连锁酒店 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/339719339719.html>