

2017-2022年中国精品酒店行业市场监测及运营管理深度分析报告

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《2017-2022年中国精品酒店行业市场监测及运营管理深度分析报告》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/jiudian/289799289799.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、精品酒店的特点

1.规模较小。精品酒店相较于大型饭店不同的是其经营规模及接待顾客的数量有限，在服务上，精品酒店强调为顾客提供个性化、精细化的服务和管理，同时，精品酒店对客户的私密性重视程度强，这些高质量的服务和管理要求精品酒店的规模不宜过大。

2.市场定位高。精品酒店不同于其他高星级酒店的是市场定位更加高端，服务的对象是长期稳定客户，并且其价格更加昂贵，提供的服务能做到“一对一”主题、风格进行确定，因此，在酒店的前期建设、装饰风格及房间的布置方面的配置投入大，利润相对更高。因为酒店的客户定位在高端市场，精品酒店在其销售理念上，经营理念是“以老带新”，通过老客户的口碑宣传和推荐，发展新客户，而传统的酒店营销方式主要集中在广告、杂志、互联网等。精品酒店有自己的主题文化，服务上做足细、独、特，让顾客充分体会到家的感觉。

3.个性化、定制化的服务。精品酒店的服务特点主要是个性化、定制化的差异性服务，这种服务的主要目的是为了按照老客户的个人习惯或客户特别要求进行服务的安排、定制。精品酒店不同于传统的星级酒店或连锁酒店的是：酒店会根据自身的客户档案或向其他的酒店借调客户的档案等方式，提前对客户习惯和需求进行分析，确保为客户提供个性化的服务。并且，精品酒店还会保证客户在酒店入住期间的良好消费体验，例如，一些酒店会为客户提供管家式的服务。

4.设计、装修具有独特性。精品酒店的精品不仅体现在其定制服务的精细化，还体现在酒店的装修、设计方面的独特性和高质量。酒店的设计初期就会根据酒店的主题、文化对建筑的建造风格，内部房间的装饰进行特性化的定位。例如，以英国皇家为主题的酒店，其建筑风格即为英式皇家建筑风格。不同的设计方案会给客户带来不同的人住体验。酒店在其设计和建造过程中都注重利用新的科技手段，已达到最好的客户体验，为客户带来较强的人住体验。以北京华京木棉花酒店为例它是华润集团全资投资、管理的精品商务酒店，该酒店以“自然”、“简约”、“实用”、“现代”、“品味”为品牌特色，满足时尚商务人士的个性化差旅需求。酒店整体设计采用了现代、简约的风格，并着重对中国传统建筑和居住文化的归纳和演绎。其外观设计借鉴了最具悠久历史和特色的中国传统建筑饰品—灯笼及格栅元素。形式简约，符合当代人的审美情趣：设计独特的轻、薄、半透明格栅外墙打破了室内外空间被清晰划分的界限，体现了中国传统建筑的精髓，完美演绎出简约、现代的时尚生活品味。

图：精品酒店发展阶段 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：不同区域精品酒店占比 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：精品酒店数量城市排名 资料来源：公开资料，中国报告网整理

二、中国精品酒店的发展前景分析

精品酒店在世界范围内的发展十分迅速，随着中国精品酒店行业的起步，许多酒店集团开始关注这一点，中国精品酒店的发展历史较短，但是发展的速度惊人，这也与中国的市场情况有关。通过对中国精品酒店的发展条件和前景进行分析，找出相应的发展措施，保证中国的精品酒店能够健康发展。

1.市场客源充足。精品酒店在中国市场的迅速开展是有着前提条件的，主要是市场客源充足，充足的客源为精品酒店提供了广阔的市场。我国经济的迅速发展，居民的收入水平较80,90年代已经有了巨大的提高，尤其是近些年来，中产阶级的兴起和富人阶层的规模扩大，拥有经济实力的客户数量大，精品酒店在其自身的起步和发展的过程中对固定客源的培养已经具备了一定的储备，在客源的吸引上和管理经验上已经具备了相应的能力。同时，对外贸易的发展也催生除了较多的国外客源，外国游客、经商人员的到来带来了大量的客源，以及中国国力提升，举办的大型国际性活动也为精品酒店的发展带来了充足的客户来源。

2.抓紧经营核心，进行差别化服务。精品酒店经营的经营理念就是进行差别化的服务，这是这类酒店的经营关键，个性化的服务是满足不同类型的消费群体的必要保证，这也是酒店行业的公式，高星级的酒店文化、设施已经形成了自身的经营特点，无法做到针对一对一类型的差别化服务进行必要的改变，顾客已经从单纯的实际需求变为对人住环境、酒店服务、酒店文化的需求，精品酒店能够通过差异化的服务满足顾客进行某种文化的体验，如欧式的精品酒店就可以为顾客提供对欧式文化的体验需求。精品酒店精细化的酒店服务能够在最大程度上保证顾客的体验满意度，能够让顾客体验消费过程中的差异。

3.精品酒店的发展经验充足。中国精品酒店的发展经验充足是得益于国内酒店市场的成熟，普通酒店在酒店的发展模式、发展方向上积累了大量经验，为精品酒店的发展提供了借鉴，并且，精品酒店是国内的酒店发展到一定阶段的必然产物，并且国外的发展时间长、经验充足，学习国外的精品酒店经验壮大自身是国内的精品酒店发展的重要路径，国内市场的发展必然会为精品酒店的发展提供助力。

三、推动精品酒店的发展措施分析

1.重视酒店品牌的建设。中国的精品酒店发展必须要重视酒店的品牌建设，品牌效应是

吸引客户的有利手段。品牌的推广不仅仅指对有形的酒店店标、建筑风格、装饰等有形的东西，还有自身的酒店特色建设，这主要指酒店的个性化服务所营造出的顾客体验，不能出现宣传与实际不符的情况。

2.增强酒店的盈利能力。提高酒店的盈利能力是保证精品酒店健康发展的核心内容，精品酒店和其他酒店一样都是以盈利为目的的，只有当酒店的盈利能力达到一定程度才能够保证酒店在度过初期的投入后能够在后期进行服务创新、设备更新和维护等工作。

3.增强酒店自身的市场竞争力。增强核心竞争力是精品酒店进入市场与其他酒店进行竞争的关键，精品酒店在实际的运营过程中必须要完善自身的管理模式，打造自身核心竞争力，保持在市场中的差别优势，对将精细化、差别化服务的建设放在首位，提高工作效率，保持酒店自身的特色，保证市场竞争力。

四、小结

精品酒店在世界范围内的发展十分迅速，随着中国市场经济的不断发展，精品酒店行业的以一个比较快的速度在酒店行业崛起，为了能够保证中国的精品酒店能够健康发展，就必须针对国内的市场情况进行合理的分析，通过差异化服务对客户需求的满足树立良好的品牌形象。国外精品酒店的发展过程对我国的精品酒店的发展提供了有效的经营和管理经验，推动我国精品酒店行业的发展就需要借鉴国外的经营理念，同时还要结合自身的发展优势和实际情况，积极建设自身的品牌，通过在服务水平和管理水平的提高上打造核心的酒店竞争力

中国报告网发布的《2017-2022年中国精品酒店行业市场监测及运营管理深度分析报告》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。

第一章：精品酒店行业研究背景

1.1精品酒店的内涵

1.1.1酒店的主要类型

1.1.2精品酒店的概念

1.1.3精品酒店的特点

1.2精品酒店主要类型分析

1.2.1按设计风格划分

(1) 主题型精品酒店

(2) 时尚型精品酒店

(3) 地域型精品酒店

(4) 历史文化型精品酒店

(5) 家庭旅馆式精品酒店

1.2.2按经营模式划分

(1) 综合集团的精品酒店

(2) 专业集团的精品酒店

(3) 单体独立的精品酒店

第二章：国际精品酒店发展态势与经验借鉴

2.1国际酒店行业运营情况分析

2.1.1国际酒店行业发展现状

(1) 国际酒店行业价格走势

(2) 不同类型酒店市场份额

(3) 国际酒店行业竞争格局

2.1.2国际酒店经营模式分析

(1) 不同经营模式市场份额

(2) 酒店集团体制特点

2.1.3国际酒店行业发展趋势

2.2国际精品酒店发展态势分析

2.2.1国际精品酒店的兴起

2.2.2国际精品酒店发展现状

2.2.3国际精品酒店发展特点

(1) 发展速度快、分布广

(2) 精品酒店类型不断细分

(3) 集团化和连锁化发展

(4) 主体呈现多元化态势

(5) 客房数量两级分化

2.2.4 国际精品酒店发展态势

(1) 精品酒店连锁化，连锁酒店精品化

(2) 传统酒店集团进入精品酒店市场

(3) 房地产商进入精品酒店市场

2.3 国际典型精品酒店品牌发展分析

2.3.1 喜达屋W酒店

(1) 酒店发展简介

(2) 酒店全球布局情况

(3) 酒店经营特色分析

(4) 酒店在华投资布局

(5) 酒店经营情况分析

(6) 酒店成功经验借鉴

2.3.2 柏悦酒店 (ParkHyatt)

(1) 酒店发展简介

(2) 酒店市场定位分析

(3) 酒店全球布局情况

(4) 酒店经营特色分析

(5) 酒店在华投资布局

(6) 酒店成功经验借鉴

2.3.3 巴黎拉瓦锡酒店 (LeLavoisier)

(1) 酒店发展简介

(2) 酒店配套设施情况

(3) 酒店服务特色分析

2.3.4 伦敦HighRoadHouse

(1) 酒店发展简介

(2) 酒店配套设施情况

(3) 酒店服务特色分析

2.3.5 新加坡思乐酒店 (TheScarletHotel)

(1) 酒店发展简介

(2) 酒店客房价位分析

(3) 酒店经营特色分析

(4) 酒店配套设施分析

2.3.6 国际精品酒店发展经验总结

第三章：中国精品酒店行业市场环境分析

3.1精品酒店行业政策环境

3.1.1《新版星级饭店评定标准》

3.1.2《旅游饭店星级的划分与评定》

3.1.3《关于规范酒店客房市场价格意见》

3.2精品酒店行业经济环境

3.2.1经济环境与行业相关性分析

3.2.2全球经济运行情况

(1) 美国经济整体情况

(2) 欧洲经济整体情况

(3) 日本经济整体情况

3.2.3国内经济走势分析

(1) GDP变动分析

(2) 物价指数分析

(3) 宏观经济预测

3.3精品酒店行业社会环境

3.3.1人口发展环境分析

(1) 人口规模变化趋势

(2) 对精品酒店的影响

3.3.2居民生活方式转变

(1) 休闲消费呈上升趋势

(2) 低碳消费的生活方式

(3) 对精品酒店的影响

3.3.3假日制度影响分析

(1) 节假日制度的变化

(2) 对精品酒店的影响

3.4精品酒店行业消费环境

3.4.1居民消费能力分析

(1) 我国居民收入水平

(2) 居民酒店消费现状

3.4.2消费人群及其特点

(1) 行业主要消费人群

(2) 消费群体消费特点

(3) 消费需求特点分析

3.4.3用户深度调研分析

- (1) 精品酒店认知情况
- (2) 精品酒店入住情况
- (3) 精品酒店入住打算
- (4) 精品酒店选择因素
- (5) 精品酒店价格接受程度
- (6) 精品酒店房费支付者

3.5精品酒店关联行业分析

3.5.1旅游行业发展分析

- (1) 旅游行业对精品酒店发展的影响
- (2) 旅游市场运营现状
- (3) 旅游市场运行预测

3.5.2房地产行业发展分析

- (1) 房地产行业运营情况
- (2) 房地产对精品酒店发展的影响

3.6中国发展精品酒店发展机遇与威胁分析

第四章：中国精品酒店行业发展现状分析

4.1中国酒店行业运营情况分析

4.1.1酒店行业发展规模

- (1) 酒店数量规模
- (2) 酒店结构情况
- (3) 酒店经营情况
- (4) 新增星级酒店

4.1.2精品酒店行业品牌格局

4.1.3精品酒店行业品牌细化指数

- (1) 搜索指数
- (2) 媒体指数
- (3) 舆情指数
- (4) 运营指数

4.1.4酒店行业发展变化

- (1) 酒店分销渠道变化
- (2) 酒店价格体系变化

4.1.5在线酒店价格监测分析

- (1) 主要在线旅游网站酒店返现占比

(2) 主要在线旅游网站酒店价格监测研究结果

4.1.6酒店行业发展趋势

4.2中国精品酒店发展态势分析

4.2.1精品酒店兴起背景分析

4.2.2精品酒店行业发展前景

(1) 酒店行业机遇与挑战并存

(2) 度假酒店发展前景广阔

(3) 小型酒店发展前景广阔

(4) 会展型酒店的发展前景

4.2.3精品酒店行业发展规模

(1) 酒店供给规模

(2) 酒店需求规模

(3) 精品酒店客房面积

(4) 精品酒店员工配比

(5) 精品酒店管理模式

(6) 精品酒店建筑类型

4.2.4精品酒店行业运营情况

(1) 精品酒店入住率

(2) 精品酒店价格分析

(3) 精品酒店客房收入

(4) 精品酒店收入构成

4.2.5精品酒店行业客源分析

(1) 精品酒店客源国籍

(2) 精品酒店客源结构

4.2.6精品酒店行业品牌格局

4.2.7中外精品酒店发展对比

4.3中国精品酒店的竞争力分析

4.3.1精品酒店的核心竞争力

4.3.2星级酒店对精品酒店的威胁

(1) 星级酒店发展现状

(2) 星级酒店出租率

(3) 星级酒店平均房价

(4) 星级饭店接待住宿者

4.3.3主题酒店对精品酒店的威胁

(1) 主题酒店的概念

- (2) 主题酒店发展现状
- (3) 精品酒店与主题酒店的竞争力对比
- 4.3.4 商务酒店对精品酒店的威胁
 - (1) 商务酒店定义与分类
 - (2) 中国商务酒店发展现状
 - (3) 精品酒店与商务酒店的竞争力对比
- 4.4 中国精品酒店行业竞争强度
 - 4.4.1 潜在进入者的威胁
 - 4.4.2 买方的议价能力
 - 4.4.3 卖方的议价能力
 - 4.4.4 替代品的威胁
 - 4.4.5 竞争强度总结

第五章：中国精品酒店行业典型案例分析

- 5.1 北京颐和安缦酒店
 - 5.1.1 酒店基本情况
 - 5.1.2 酒店特色分析
 - 5.1.3 酒店配套设施
 - 5.1.4 酒店价位分析
 - 5.1.5 酒店市场定位
 - 5.1.6 酒店营销策略
 - 5.1.7 酒店经营情况
- 5.2 北京长城脚下的公社
 - 5.2.1 酒店基本情况
 - 5.2.2 酒店特色分析
 - 5.2.3 酒店配套设施
 - 5.2.4 酒店价位分析
 - 5.2.5 酒店市场定位
 - 5.2.6 酒店营销策略
 - 5.2.7 酒店经营情况
- 5.3 北京皇家驿栈酒店
 - 5.3.1 酒店基本情况
 - 5.3.2 酒店特色分析
 - 5.3.3 酒店配套设施
 - 5.3.4 酒店价位分析

5.3.5酒店市场定位

5.3.6酒店营销策略

5.3.7酒店经营情况

5.4北京柏悦酒店

5.4.1酒店基本情况

5.4.2酒店特色分析

5.4.3酒店配套设施

5.4.4酒店价位分析

5.4.5酒店市场定位

5.4.6酒店营销策略

5.5北京极栈酒店 (HotelG)

5.5.1酒店基本情况

5.5.2酒店特色分析

5.5.3酒店配套设施

5.5.4酒店价位分析

5.5.5酒店市场定位

5.5.6酒店营销策略

5.5.7酒店经营情况

5.6上海首席公馆酒店

5.6.1酒店基本情况

5.6.2酒店特色分析

5.6.3酒店配套设施

5.6.4酒店价位分析

5.6.5酒店市场定位

5.6.6酒店营销策略

5.6.7酒店经营情况

5.7上海88新天地酒店

5.7.1酒店基本情况

5.7.2酒店特色分析

5.7.3酒店配套设施

5.7.4酒店价位分析

5.7.5酒店市场定位

5.7.6酒店营销策略

5.8上海璞邸精品酒店

5.8.1酒店基本情况

5.8.2酒店特色分析

5.8.3酒店配套设施

5.8.4酒店价位分析

5.8.5酒店市场定位

5.8.6酒店营销策略

5.9上海璞丽酒店

5.9.1酒店基本情况

5.9.2酒店特色分析

5.9.3酒店配套设施

5.9.4酒店价位分析

5.9.5酒店市场定位

5.10上海安达仕酒店

5.10.1酒店基本情况

5.10.2酒店特色分析

5.10.3酒店配套设施

5.10.4酒店价位分析

5.10.5酒店市场定位

5.11丽江悦榕庄花园别墅酒店

5.11.1酒店基本情况

5.11.2酒店特色分析

5.11.3酒店配套设施

5.11.4酒店价位分析

5.11.5酒店营销策略

5.12杭州富春山居度假酒店

5.12.1酒店基本情况

5.12.2酒店特色分析

5.12.3酒店配套设施

5.12.4酒店价位分析

5.12.5酒店市场定位

5.13杭州西子湖四季酒店

5.13.1酒店基本情况

5.13.2酒店特色分析

5.13.3酒店配套设施

5.13.4酒店价位分析

5.13.5酒店营销策略

5.14苏州御庭精品酒店

5.14.1酒店基本情况

5.14.2酒店配套设施

5.14.3酒店价位分析

5.14.4酒店市场定位

5.15苏州托尼洛兰博基尼书苑酒店

5.15.1酒店基本情况

5.15.2酒店特色分析

5.15.3酒店配套设施

5.15.4酒店价位分析

5.15.5酒店市场定位

5.16湖州哥伦波太湖城堡

5.16.1酒店基本情况

5.16.2酒店配套设施

5.16.3酒店价位分析

5.16.4酒店市场定位

5.17深圳华兴寺菩提宾舍

5.17.1酒店基本情况

5.17.2酒店特色分析

5.17.3酒店配套设施

5.17.4酒店价位分析

5.17.5酒店市场定位

5.18厦门鼓浪屿林氏府公馆酒店

5.18.1酒店基本情况

5.18.2酒店特色分析

5.18.3酒店配套设施

5.18.4酒店价位分析

5.18.5酒店市场定位

5.19SURREAL夏悦精品酒店

5.19.1酒店基本情况

5.19.2酒店特色分析

5.19.3酒店配套设施

5.19.4酒店价位分析

5.19.5酒店市场定位

5.20大理喜林苑客栈

5.20.1酒店基本情况

5.20.2酒店配套设施

5.20.3酒店价位分析

5.20.4酒店市场定位

第六章：重点地区精品酒店投资潜力分析

6.1北京精品酒店投资潜力分析

6.1.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

(3) 自然人文资源

6.1.2精品酒店发展现状分析

6.1.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展带来的机遇

(2) 酒店业发展带来的机遇

6.2上海精品酒店投资潜力分析

6.2.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

(3) 自然人文资源

6.2.2精品酒店发展现状分析

6.2.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展带来的机遇

(2) 酒店业发展带来的机遇

6.3深圳精品酒店投资潜力分析

6.3.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

6.3.2精品酒店发展现状分析

6.3.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展带来的机遇

(2) 酒店业发展带来的机遇

6.4江苏精品酒店投资潜力分析

6.4.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

- (2) 消费市场情况
- 6.4.2精品酒店发展现状分析
- 6.4.3精品酒店发展机会分析
 - (1) 旅游业发展带来的机遇
 - (2) 酒店业发展带来的机遇
- 6.5云南精品酒店投资潜力分析
- 6.5.1精品酒店发展条件分析
 - (1) 地区经济情况
 - (2) 消费市场情况
 - (3) 自然人文资源
- 6.5.2精品酒店发展现状分析
- 6.5.3精品酒店发展机会分析
 - (1) 旅游业发展带来的机遇
 - (2) 酒店业发展带来的机遇
- 6.6杭州精品酒店投资潜力分析
- 6.6.1精品酒店发展条件分析
 - (1) 地区经济情况
 - (2) 消费市场情况
- 6.6.2精品酒店发展现状分析
- 6.6.3精品酒店发展机会分析
 - (1) 旅游业发展带来的机遇
 - (2) 酒店业发展带来的机遇
- 6.7厦门精品酒店投资潜力分析
- 6.7.1精品酒店发展条件分析
 - (1) 地区经济情况
 - (2) 消费市场情况
- 6.7.2精品酒店发展现状分析
- 6.7.3精品酒店发展机会分析
 - (1) 旅游业发展情况
 - (2) 酒店业发展情况
- 6.8天津精品酒店投资潜力分析
- 6.8.1精品酒店发展条件分析
 - (1) 地区经济情况
 - (2) 消费市场情况
- 6.8.2精品酒店发展现状分析

6.8.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展情况

(2) 酒店业发展情况

6.9南京精品酒店投资潜力分析

6.9.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

6.9.2精品酒店发展现状分析

6.9.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展情况

(2) 酒店业发展情况

6.10山东精品酒店投资潜力分析

6.10.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

6.10.2精品酒店发展现状分析

6.10.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展情况

(2) 酒店业发展情况

6.11武汉精品酒店投资潜力分析

6.11.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

6.11.2精品酒店发展现状分析

6.11.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展情况

(2) 酒店业发展情况

6.12成都精品酒店投资潜力分析

6.12.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

6.12.2精品酒店发展现状分析

6.12.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展情况

(2) 酒店业发展情况

6.13广州精品酒店投资潜力分析

6.13.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

6.13.2精品酒店发展现状分析

6.13.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展情况

(2) 酒店业发展情况

(3) 精品酒店发展机会

6.14西安精品酒店投资潜力分析

6.14.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

6.14.2精品酒店发展现状分析

(1) 酒店基本情况

(2) 酒店配套设施

(3) 酒店客房价位

6.14.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展情况

(2) 酒店业发展情况

6.15海南精品酒店投资潜力分析

6.15.1精品酒店发展条件分析

(1) 地区经济情况

(2) 消费市场情况

6.15.2精品酒店发展现状分析

6.15.3精品酒店发展机会分析

(1) 旅游业发展情况

(2) 酒店业发展情况

第七章：中国精品酒店行业投资建议分析

7.1精品酒店行业发展方向

7.1.1精品酒店的国际化经营

(1) 集团化经营

(2) 合作化经营

(3) 品牌化经营

- (4) 个性化服务
- 7.1.2精品酒店的信息化建设
- 7.1.3精品酒店的行业标准化
- 7.1.4精品酒店经营管理模式创新
 - (1) 主题定位创新
 - (2) 销售模式创新
 - (3) 服务模式创新
- 7.2精品酒店行业投资要素
- 7.2.1酒店行业投融资分析
 - (1) 社会融资规模情况
 - (2) 货币供应情况
 - (3) 金融机构存贷款情况
- 7.2.2最新品牌酒店发展动向
 - (1) 首旅酒店
 - (2) 锦江酒店
- 7.2.3精品酒店投融资分析
- 7.2.4精品酒店成长性分析
- 7.3精品酒店行业投资建议
- 7.3.1精品酒店投资价值
- 7.3.2精品酒店投资机会
 - (1) 消费群体不断扩大
 - (2) 具备独特的资源优势
- 7.3.3精品酒店投资建议

第八章：中国精品酒店行业经营策略分析

- 8.1精品酒店的选址与设计
 - 8.1.1精品酒店的选址原则
 - 8.1.2精品酒店的客房规模
 - 8.1.3精品酒店的功能配套
 - 8.1.4精品酒店的客房标准
 - 8.1.5精品酒店的设计案例
- 8.2精品酒店定位策略分析
 - 8.2.1精品酒店战略定位
 - 8.2.2精品酒店市场定位
 - 8.2.3精品酒店品牌定位

8.3精品酒店管理模式分析

8.3.1资源外包策略

8.3.2管家式服务模式

8.3.3创新的经营理念

8.4精品酒店营销策略分析

8.4.1酒店营销宣传策略

8.4.2酒店营销方式分析

8.4.3酒店网络营销分析

8.5精品酒店客户关系管理

8.5.1客户关系管理特殊性

8.5.2客户关系管理的保障

8.5.3客户关系管理基本思路

8.6精品酒店品牌文化建设

8.6.1历史文化型品牌建设

8.6.2地域文化型品牌建设

8.6.3现代文化型品牌建设

图表目录

图表1：酒店的主要类型

图表2：各种类型酒店主要特征概述（单位：间）

图表3：精品酒店主要特点简析

图表4：主题型精品酒店简析

图表5：时尚型精品酒店简析

图表6：地域型精品酒店简析

图表7：历史文化型精品酒店简析

图表8：家庭旅馆式精品酒店简析

图表9：综合集团经营管理下的精品酒店简析

图表10：专业集团经营管理下的精品酒店简析

图表11：单体独立经营管理的精品酒店简析

图表12：全球主要城市酒店平均房价变动（按区域）（单位：人民币/晚，%）

图表13：全球不同类型酒店市场份额（单位：%）

（GYZJY）

图表详见正文

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/289799289799.html>