

2017-2022年中国酒店及酒店管理行业运营分析与 发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国酒店及酒店管理行业运营分析与发展前景预测报告》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://www.chyxx.com/research/201706/532282.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

16Q4以来可选消费板块景气修复持续发酵，商务活动、大众旅游等外部环境好转带动酒店行业需求复苏，入住率提升有望带动RevPAR持续回升。

宏观经济复苏预期酝酿。2015年9月我国PPI开始探底回升，并于2016年9月由负转正，并持续保持高增长，2017年3月PPI当月同比高达7.6%；PPI持续增长有望传导至CPI，带来通胀预期，一定程度将刺激消费。从高端白酒、零售等可选消费数据上可看到可选消费已明显转暖：2016年9月以来，36大中城市高端白酒平均价格由796元/瓶提高至17年2月的843元/瓶；2016年9月全国50家重点大型零售企业零售额当月同比从2.3%，提高至17年1月的17.80%，增加15.50个百分点。

商务需求回暖，大众旅游消费稳增，带动酒店业需求回暖：

各项数据显示商务需求处于触底回升中。根据预测，2016年我国商旅总开支预计为3180亿美元，同比增长9.2%，17年预计将达到3446亿美元，同比增长8.36%；中国航空客运市场指数自16年初以来一直维持同比正增长。

同时，伴随居民收入水平的提高，我国出游人次不断增长，2016年我国旅游人数达到45.78亿人次，同比增长14.46%。根据“十三五”旅游规划，2020年国内游人数有望达64亿人次，2015-2020CAGR为9.86%；出境游人数有望达1.50亿人次，2015-2020CAGR为5.09%。

酒店行业需求端回暖推动入住率提高，并有望带动RevPAR持续弱回升。2012年和2013年五星级酒店平均出租率同比一直为负，2014年以来开始逐步回暖，2016Q4五星级酒店平均出租率达61.43%，同比提升2.68pct。2016Q4华住运营超过18个月酒店出租率和RevPAR近三年来也首次出现正增长；2013-2015如家平均出租率连续下降，而2016年出现回升；2016Q4以来锦江之星出租率也开始出现企稳迹象。

智研咨询发布的《2017-2022年中国酒店及酒店管理行业运营分析与发展前景预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第1章：国际酒店竞争策略借鉴36

1.1 国际酒店在华布局状况36

1.1.1 国际酒店在华布局分析36

- 1.1.2 国际酒店在华经营状况38
- 1.1.3 主要在华国际酒店分析38
- 1.2 国际酒店在华经营策略41
 - 1.2.1 大部分档次全覆盖策略41
 - 1.2.2 品牌管理延伸策略42
 - 1.2.3 紧握新兴市场策略43
- 1.3 国际酒店在华竞争优势劣势分析44
 - 1.3.1 国际酒店在华竞争优势分析44
 - 1.3.2 国际酒店在华竞争劣势分析45
 - (1) 扩张方式的选择上受到制约45
 - (2) 中国特有国情及所有制关系带来制约46
 - (3) 相对较昂的管理成本制约46
- 1.4 国际酒店在华竞争策略借鉴47
 - 1.4.1 大规模、多品牌全面扩张47
 - (1) 宏观层面的扩张分析47
 - (2) 微观层面的扩张分析48
 - 1.4.2 以管理合同为主要扩张方式48
 - (1) 管理合同的期限将缩短48
 - (2) 带资管理将成为主流49
 - (3) 管理业绩衡量标准将调整49
 - 1.4.3 经济型酒店将成为最主要的发力点51
 - (1) 国际酒店选择经济型酒店的原因51
 - (2) 国际酒店选择经济型酒店的弊端53
- 1.5 国际酒店的销售策略借鉴56
 - 1.5.1 国际酒店的销售模式分析56
 - (1) “交易式”销售模式56
 - (2) “利益式”销售模式56
 - (3) “顾问式”销售模式57
 - (4) “增值式”销售模式57
 - 1.5.2 国内外酒店销售对比57
 - (1) 销售模式对比57
 - (2) 销售主导对比58
 - (3) 销售人员策略对比59
 - (4) 薪资结构对比59
 - (5) 销售人员管理对比63

1.5.3 国内酒店销售模式的弊端64

- (1) 客户资源流失严重64
- (2) 客户资源的利用率低64
- (3) 客户资源挖掘不充分64
- (4) 业务过程难以协同64

1.5.4 国内酒店销售模式提升策略64

第2章：中国酒店细分市场投资策略与市场竞争力提升分析66

2.1 经济型酒店竞争分析66

2.1.1 经济型酒店竞争背景66

- (1) 经济型酒店竞争的政策背景66
- (2) 经济型酒店竞争的经济背景66
- (3) 经济型酒店竞争的行业背景67

2.1.2 经济型酒店竞争格局67

- (1) 品牌竞争格局67
- (2) 区域竞争格局68
- (3) 主要酒店竞争格局69

2.1.3 经济型酒店竞争特点分析70

- (1) 目标客户群特点70
- (2) 服务功能特点70
- (3) 客户规模及成本特点71
- (4) 扩张方式特点71

2.1.4 经济型酒店品牌竞争力提升SWOT分析72

- (1) 品牌建设优势72
- (2) 品牌建设劣势74
- (3) 品牌建设机遇75
- (4) 品牌建设威胁76

2.1.5 内外资经济型酒店核心竞争力比较77

- (1) 品牌塑造比较77
- (2) 客源市场定位比较77
- (3) 资本投入比较78
- (4) 价格制定比较78
- (5) 人力资源比较78
- (6) 网络营销比较79

2.1.6 经济型酒店创新经营模式分析80

- (1) 轻资产发展模式80

- (2) 圈地式扩张模式80
- (3) 运营和盈利模式81
- (4) 经济型酒店发展模式前景81
- 2.1.7 经济型酒店发展前景及投资预测83
 - (1) 经济型酒店发展的主要驱动因素83
 - (2) 经济型酒店发展瓶颈分析83
 - (3) 经济型酒店的发展前景预测85
 - (4) 未来经济型酒店的投资热点预测86
- 2.1.8 经济型酒店竞争策略与建议86
 - (1) 酒店差异化竞争策略分析86
 - (2) 酒店成本领先策略分析87
- 2.2 商务酒店竞争分析89
 - 2.2.1 商务酒店竞争背景89
 - (1) 商务酒店竞争的政策背景89
 - (2) 商务酒店竞争的经济背景89
 - (3) 商务酒店竞争的行业背景91
 - 2.2.2 商务酒店竞争格局92
 - (1) 区域分布格局92
 - (2) 产品竞争格局92
 - (3) 酒店档期和竞争企业格局94
 - 2.2.3 商务酒店品牌竞争力“五力聚首品牌模型”分析94
 - 2.2.4 商务酒店营销模式创新分析98
 - (1) 连锁品牌经营模式创新98
 - (2) 产品导向创新99
 - (3) 价格策略运用创新99
 - (4) 商务便捷性细节服务创新99
 - 2.2.5 商务酒店发展前景预测100
 - (1) 一线城市发展前景预测100
 - (2) 二三线城市发展前景预测101
 - 2.2.6 商务酒店竞争策略与建议102
- 2.3 旅游度假酒店竞争分析105
 - 2.3.1 旅游酒店竞争背景105
 - (1) 旅游度假酒店竞争的政策背景105
 - (2) 旅游度假酒店竞争的经济背景105
 - (3) 旅游度假酒店竞争的行业背景106

2.3.2 旅游度假酒店竞争格局106

2.3.3 旅游度假酒店竞争特点107

- (1) 远离客源地，知名度很重要107
- (2) 市场需求多样，度假产品开发很必要111
- (3) 关注交通，把握可进入性111
- (4) 分清酒店权益，平衡直销与分销的关系112

2.3.4 旅游度假酒店产品竞争分析113

2.3.5 旅游度假酒店价格竞争分析114

2.3.6 分时度假酒店的竞争潜力115

- (1) 国内分时度假酒店市场现状115
- (2) 国内分时度假酒店问题分析116

2.3.7 旅游度假酒店投资兼并重组分析118

- (1) 国有酒店与酒店集团的重组118
- (2) 国有酒店与民营酒店的上市融资118
- (3) 民营企业对酒店业的投资120
- (4) 投资的区域与酒店类型发生变化120

2.3.8 旅游度假酒店竞争策略与建议123

2.4 产权式酒店竞争分析125

2.4.1 产权式酒店竞争背景125

- (1) 产权式酒店竞争的政策背景125
- (2) 产权式酒店竞争的经济背景126
- (3) 产权式酒店竞争的行业背景（国际）126
- (4) 产权式酒店竞争的行业背景（国内）126

2.4.2 产权式酒店的客户分布格局127

2.4.3 中国产权式酒店利益分布格局127

- (1) 各利益相关者所处地位127
- (2) 核心利益相关者的不平衡利益分布128

2.4.4 产权式酒店的经营模式对比129

- (1) 省心回报型经营模式129
- (2) 利润共享型经营模式129
- (3) 完全自用型经营模式130

2.4.5 产权式酒店发展的可行性分析130

- (1) 国外先进的发展经验为中国产权式酒店的发展提供了借鉴130
- (2) 中国旅游经济的快速发展为产权式酒店奠定了基础131

2.4.6 中国产权式酒店目前存在的问题131

- (1) 产权关系上存在着问题131
 - (2) 投资者受益权难以保证132
 - (3) 退出机制存在问题132
 - (4) 产品和服务缺少本土化特色133
- 2.4.7 产权式酒店发展策略与建议133
- (1) 发展分时度假交换体系133
 - (2) 服务经营与资产经营并重134
 - (3) 价格实施本土化134
 - (4) 产品结构力争多元化、人性化、个性化134
- 2.5 主题式酒店竞争分析135
- 2.5.1 主题式酒店竞争背景135
- (1) 主题式酒店竞争的政策背景135
 - (2) 主题式酒店竞争的经济背景135
 - (3) 主题式酒店竞争的行业背景136
- 2.5.2 主题式酒店竞争格局136
- (1) 主题式酒店区域分布格局136
 - (2) 领先主题式酒店竞争格局137
- 2.5.3 主题酒店集群优势和竞争力分析138
- (1) 集群内酒店企业竞争特点分析138
 - (2) 酒店集群直接经济因素竞争分析138
 - (3) 酒店集群非直接经济因素竞争分析139
 - (4) 集群案例——成都打造主题酒店之都139
- 2.5.4 国外领先主题酒店经验借鉴141
- (1) 全球首家海底酒店——Poseidon Undersea Resorts141
 - (2) 全球第一家冰旅馆——瑞典冰旅馆Ice Hotel141
 - (3) 亚洲第一摇滚主题——巴厘岛Hard Rock Hotel Bail144
 - (4) 金字塔主题酒店——金字塔酒店Luxor Hotel146
 - (5) 像鸟儿一样住在树上——美国树屋旅馆148
- 2.5.5 中国主题式酒店存在的问题149
- (1) 重文化表象轻文化实质149
 - (2) 重硬件轻软件150
 - (3) 重静态展示轻顾客体验151
 - (4) 忽视细节对主题展示的作用152
 - (5) 对开发条件缺乏全面分析152
 - (6) 资金实力不足影响后续发展153

2.5.6 主题式酒店的发展趋势153

- (1) 主题酒店与经济型酒店的结合153
- (2) 主题酒店向主题景区的演变154
- (3) 主题酒店功能多样化155

2.5.7 主题酒店竞争策略与建议155

- (1) 主题酒店创新取胜分析155
- (2) 主题酒店优质服务取胜分析159
- (3) 主题酒店快速取胜分析159
- (4) 主题酒店优势取胜分析160
- (5) 主题酒店联营取胜分析160

第3章：中国星级酒店竞争现状及竞争策略162

3.1 星级酒店竞争背景分析162

3.1.1 星级酒店竞争的政策背景162

3.1.2 星级酒店竞争的经济背景162

3.1.3 星级酒店竞争的行业背景163

- (1) 星级酒店整体营业收入及增长情况分析163
- (2) 星级酒店餐饮收入及增长情况分析164
- (3) 星级酒店客房收入及增长情况分析166

3.2 星级酒店竞争格局分析169

3.2.1 星级酒店数量及变化情况169

- (1) 五星级酒店数量及变化情况分析169
- (2) 四星级酒店数量及变化情况分析170
- (3) 三星级酒店数量及变化情况分析171
- (4) 二星级酒店数量及变化情况分析172
- (5) 一星级酒店数量及变化情况分析174

3.2.2 星级酒店数量分布格局175

- (1) 五星级酒店数量分布175
- (2) 四星级酒店数量分布175
- (3) 三星级酒店数量分布175
- (4) 二星级酒店数量分布176
- (5) 一星级酒店数量分布176

3.2.3 主要省市星级酒店格局176

- (1) 北京市星级酒店格局176
- (2) 上海市星级酒店格局177
- (3) 广东星级酒店格局177

- (4) 天津市星级酒店格局177
- (6) 海南省星级酒店格局178
- (7) 浙江省星级酒店格局178
- (8) 福建省星级酒店格局179
- (9) 吉林省星级酒店格局179
- (10) 江苏省星级酒店格局179
- (11) 四川省星级酒店格局180
- 3.3 星级酒店价格竞争策略180
 - 3.3.1 星级酒店整体价格竞争情况分析180
 - 3.3.2 不同星级酒店价格及其涨价情况分析181
 - (1) 五星级酒店平均房价及其涨价情况分析181
 - (2) 四星级酒店平均房价及其涨价情况分析181
 - (3) 三星级酒店平均房价及其涨价情况分析182
 - (4) 二星级酒店平均房价及其涨价情况分析182
 - (5) 一星级酒店平均房价及其涨价情况分析183
 - 3.3.3 星级酒店价格竞争趋势分析183
 - 3.3.4 星级酒店价格竞争策略分析184
- 3.4 星级酒店客源竞争策略185
 - 3.4.1 星级酒店整体出租率分析185
 - 3.4.2 不同星级酒店出租率及其变化分析185
 - (1) 五星级酒店出租率及其变化分析185
 - (2) 四星级酒店出租率及其变化分析186
 - (3) 三星级酒店出租率及其变化分析187
 - (4) 二星级酒店出租率及其变化分析187
 - (5) 一星级酒店出租率及其变化分析187
 - 3.4.3 星级酒店客源竞争趋势分析188
 - 3.4.4 星级酒店客源竞争策略分析189
- 第4章：中国酒店产业链扩张与综合竞争力提升分析192
 - 4.1 酒店投资兼并重组背景分析192
 - 4.1.1 酒店投资兼并重组政策背景192
 - 4.1.2 酒店投资兼并重组经济背景192
 - 4.1.3 酒店投资兼并重组特殊分析193
 - 4.2 酒店横向投资兼并重组分析193
 - 4.2.1 酒店横向投资兼并重组频率分析193
 - 4.2.2 酒店横向投资兼并重组案例分析194

- (1) 如家收购莫泰194
- (2) 7天收购华天之星196
- (3) 锦江之星投资国外市场197
- 4.3 酒店纵向投资兼并重组分析200
 - 4.3.1 酒店纵向投资兼并重组频率分析200
 - 4.3.2 酒店纵向投资兼并重组的领域分析201
 - (1) 酒店-餐饮业投资兼并重组分析201
 - (2) 酒店-旅游业投资兼并重组分析202
 - (3) 酒店-地产业投资兼并重组分析204
 - (4) 酒店-家纺业投资兼并重组分析206
 - (5) 酒店-家具业投资兼并重组分析207
 - (6) 酒店-会展业投资兼并重组分析209
 - 4.3.3 横向投资兼并重组案例分析209
- 4.4 中国IPO上市酒店投资分析211
 - 4.4.1 IPO上市酒店投资规模分析211
 - 4.4.2 IPO上市酒店投资项目分析211
 - 4.4.3 IPO上市酒店预计收益分析212
 - 4.4.4 IPO上市酒店实际收益分析212
- 第5章：中国酒店核心竞争力提升策略214
 - 5.1 酒店渠道扩张及品牌竞争力提升策略214
 - 5.1.1 直营店渠道扩张分析214
 - (1) 直营店扩张模式适用企业分析214
 - (2) 直营店扩张模式的优势分析214
 - (3) 直营店扩张模式在推广中存在的问题215
 - (4) 直营店扩张模式存在问题的改进措施215
 - (5) 直营店扩张模式典型案例分析216
 - (6) 直营店扩张模式的发展前景及建议216
 - 5.1.2 特许经营渠道扩张分析217
 - (1) 特许经营扩张模式适用企业分析217
 - (2) 特许经营扩张模式的优势分析217
 - (3) 特许经营扩张模式在推广中存在的问题219
 - (4) 特许经营扩张模式存在问题的改进措施219
 - (5) 特许经营扩张模式典型案例分析219
 - (6) 特许经营扩张模式的发展前景及建议220
 - 5.1.3 战略联盟渠道扩张分析220

- (1) 战略联盟扩张模式适用企业分析220
- (2) 战略联盟扩张模式的优势分析220
- (3) 战略联盟扩张模式在推广中存在的问题221
- (4) 战略联盟扩张模式存在问题的改进措施221
- (5) 战略联盟扩张模式典型案例分析222
- (6) 战略联盟扩张模式的发展前景及建议222
- 5.1.4 兼并收购模式扩张分析223
 - (1) 兼并收购扩张模式适用企业分析223
 - (2) 兼并收购扩张模式的优势分析223
 - (3) 兼并收购扩张模式在推广中存在的问题224
 - (4) 兼并收购扩张模式存在问题的改进措施224
 - (5) 兼并收购扩张模式典型案例分析225
 - (6) 兼并收购扩张模式的发展前景及建议225
- 5.2 酒店服务标准化及服务竞争力提升策略225
 - 5.2.1 标准化服务向细节下沉225
 - 5.2.2 将个性化服务标准化226
 - 5.2.3 会员服务技巧化227
 - 5.2.4 员工服务理念的培养228
 - 5.2.5 软硬件升级提升服务基础230
- 5.3 酒店人效提升及人力资源竞争力提升策略231
 - 5.3.1 员工培训的投资回报分析231
 - 5.3.2 组织员工服务竞赛等活动233
 - 5.3.3 员工绩效制度的创新模式234
 - 5.3.4 员工间竞争制度的建立234
 - 5.3.5 员工归属感的培养方法235
- 5.4 酒店营销模式创新及营销竞争力提升策略236
 - 5.4.1 酒店集团化营销模式236
 - 5.4.2 酒店信息化营销模式237
 - 5.4.3 酒店体验式营销模式237
 - 5.4.4 酒店精准营销模式239
- 第6章：中国酒店客源竞争力提升策略241
 - 6.1 酒店客源提升背景分析241
 - 6.1.1 酒店主动引客的必要性分析241
 - (1) 竞争加剧——酒店少散到高度密集241
 - (2) 利润下滑——客源突破已不可忽视243

- (3) 对手出招——竞争对手纷纷进行主动引客243
- 6.1.2 酒店客源数量及变化情况245
- 6.1.3 酒店客源数量整体分布情况245
- 6.1.4 重点省市酒店客源数量分析246
- 6.2 酒店酒店老客户维护策略分析248
 - 6.2.1 为竞争对手制造障碍248
 - 6.2.2 巩固客户退出壁垒248
 - 6.2.3 满足客户需求的策略249
 - 6.2.4 酒店建立客户信任的策略251
 - 6.2.5 领先酒店常用的简单有效客户维护方法253
- 6.3 酒店新客户开发策略分析254
 - 6.3.1 全员工社交圈发散254
 - 6.3.2 利用老客户社交圈255
 - 6.3.3 当地机构名录寻找255
 - 6.3.4 潜在大客户拜访256
 - 6.3.5 酒店宣传册邮寄257
 - 6.3.6 网络推广策略257
 - 6.3.7 酒店品牌知名度提升策略261
- 6.4 酒店主要营销策略分析265
 - 6.4.1 酒店差异化营销战略分析265
 - (1) 产品差异性策略267
 - (2) 追求个性化服务271
 - (3) 品牌策略274
 - (4) 促销宣传策略277
 - 6.4.2 酒店行业非价格营销策略分析267
 - (1) 客户营销步骤分析278
 - (2) 拓展营销领域方法分析285
 - (3) 客户关系组织架构构建290
 - 6.4.3 酒店行业以客户为中心营销分析278
 - (1) 客户营销步骤分析278
 - (2) 拓展营销领域方法分析285
 - (3) 客户关系组织架构构建290
 - 6.4.4 酒店行业网络营销策略分析294
 - (1) 酒店网络营销必要性分析294
 - (2) 酒店业开展网络营销的现状298
 - (3) 酒店业网络营销中存在的问题299
 - (4) 酒店业开展网络营销的策略302
- 6.5 四类常规重点客户开发策略分析305

- 6.5.1 旅行社及旅客开发策略305
- 6.5.2 网络订房客户开发策略308
- 6.5.3 协议客户、大客户开发策略309
- 6.5.4 商务散客开发策略310
- 6.6 酒店不同客户定位及相应客户群突破策略分析312
 - 6.6.1 政府客户开发及突破策略312
 - 6.6.2 高端客户开发及突破策略313
 - 6.6.3 中端客户开发及突破策略314
 - 6.6.4 低端客户开发及突破策略314
- 第7章：中国领先酒店竞争分析315
 - 7.1 领先国际酒店集团竞争分析315
 - 7.1.1 洲际酒店集团315
 - (1) 集团概况315
 - (2) 酒店的拓展方式315
 - (3) 酒店经营网络分布316
 - (4) 集团经营状况分析317
 - (5) 集团在华发展状况318
 - 7.1.2 温德姆酒店集团321
 - (1) 集团概况321
 - (2) 酒店的拓展方式322
 - (3) 酒店经营网络分布322
 - (4) 集团经营状况分析326
 - (5) 集团在华发展状况327
 - 7.1.3 雅高酒店集团327
 - (1) 集团概况327
 - (2) 酒店的拓展方式327
 - (3) 酒店经营网络分布328
 - (4) 集团经营状况分析330
 - (5) 集团在华发展状况330
 - 7.1.4 希尔顿酒店集团334
 - (1) 集团概况334
 - (2) 酒店的拓展方式334
 - (3) 集团经营状况分析335
 - (4) 集团在华发展状况335
 - 7.1.5 半岛酒店339

- (1) 集团概况339
- (2) 酒店的拓展方式339
- (3) 集团经营状况分析340
- (4) 集团在华发展状况340
- 7.1.6 卓美亚酒店及度假酒店341
 - (1) 集团概况341
 - (2) 酒店的拓展方式341
 - (3) 集团经营状况分析342
 - (4) 集团在华发展状况342
- 7.1.7 喜达屋酒店与度假村国际集团343
 - (1) 集团概况343
 - (2) 酒店的拓展方式343
 - (3) 集团经营状况分析344
 - (4) 集团在华发展状况344
- 7.2 领先经济型酒店竞争分析348
 - 7.2.1 如家酒店集团348
 - (1) 企业发展简况分析348
 - (2) 企业经营状况分析349
 - (3) 企业竞争优势分析355
 - 7.2.2 上海锦江国际酒店发展股份有限公司360
 - (1) 企业发展简况分析360
 - (2) 企业经营情况分析361
 - (3) 企业竞争优势分析370
 - 7.2.3 上海莫泰酒店管理有限公司372
 - (1) 企业发展简况分析372
 - (2) 企业经营情况分析378
 - (3) 企业竞争优势分析378
 - 7.2.4 7天连锁酒店集团380
 - (1) 企业发展简况分析380
 - (2) 企业经营状况分析380
 - (3) 企业竞争优势分析386
 - 7.2.5 汉庭酒店集团390
 - (1) 企业发展简况分析390
 - (2) 企业经营情况分析391
 - (3) 企业竞争优势分析397

7.2.6 华天酒店集团股份有限公司399

- (1) 企业发展简况分析399
- (2) 企业经营情况分析399
- (3) 企业竞争优劣势分析406

7.2.7 深圳新都酒店股份有限公司407

- (1) 企业发展简况分析407
- (2) 企业经营情况分析408
- (3) 企业竞争优劣势分析414

7.2.8 格林豪泰酒店管理有限公司416

- (1) 企业发展简况分析416
- (2) 企业经营情况分析416
- (3) 企业竞争优劣势分析423

7.3 领先旅游度假酒店竞争分析424

7.3.1 北京首都旅游股份有限公司424

- (1) 企业发展简况分析424
- (2) 企业经营情况分析424
- (3) 企业竞争优劣势分析431

7.3.2 中青旅控股股份有限公司433

- (1) 企业发展简况分析433
- (2) 企业经营情况分析433
- (3) 企业竞争优劣势分析440

7.3.3 深圳华侨城股份有限公司445

- (1) 企业发展简况分析445
- (2) 企业经营情况分析445
- (3) 企业竞争优劣势分析451

7.3.4 黄山旅游发展股份有限公司453

- (1) 企业发展简况分析453
- (2) 企业经营情况分析453
- (3) 企业竞争优劣势分析459

7.3.5 峨眉山旅游股份有限公司460

- (1) 企业发展简况分析460
- (2) 企业经营情况分析460
- (3) 企业竞争优劣势分析466

7.3.6 中山市泉眼温泉旅游度假酒店有限公司467

- (1) 企业发展简况分析467

- (2) 企业经营情况分析467
- (3) 企业竞争优劣势分析473
- 7.3.7 杭州滨江房产集团股份有限公司474
 - (1) 企业发展简况分析474
 - (2) 企业经营情况分析474
 - (3) 企业竞争优劣势分析480
- 7.3.8 黄山徽州文化旅游集团有限公司481
 - (1) 企业发展简况分析481
 - (2) 企业经营情况分析482
 - (3) 企业竞争优劣势分析488

图表目录：

- 图表 1 国内外酒店销售方式比较58
 - 图表 2 本土与外资经济型酒店房价比较(单位:元)79
 - 图表 3 速8 和锦江之星网站内容对比79
 - 图表 4 2016年全国星级饭店经营情况统计表163
 - 图表 5 2016年全国星级饭店餐饮收入比重164
 - 图表 6 2016年全国50个重点旅游城市星级饭店餐饮收入比重统计表（按地区分）164
 - 图表 7 2016年全国星级饭店客房收入比重166
 - 图表 8 2016年全国50个重点旅游城市星级饭店客房收入比重统计表（按地区分）167
 - 图表 9 2016年全国五星级酒店数量及变化情况169
 - 图表 10 2016年全国四星级酒店数量及变化情况170
 - 图表 11 2016年全国三星级酒店数量及变化情况171
 - 图表 12 2016年全国二星级酒店数量及变化情况173
 - 图表 13 2016年全国一星级酒店数量及变化情况174
 - 图表 14 2016年北京市星级酒店格局176
 - 图表 15 2016年上海市星级酒店格局177
 - 图表 16 2016年广东星级酒店格局177
 - 图表 17 2016年天津星级酒店格局178
 - 图表 18 2016年海南星级酒店格局178
 - 图表 19 2016年浙江星级酒店格局178
 - 图表 20 2016年福建星级酒店格局179
 - 图表 21 2016年吉林星级酒店格局179
 - 图表 22 2016年江苏星级酒店格局179
 - 图表 23 2016年四川星级酒店格局180
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201706/532282.html>