

2015-2020年中国精品酒店市场调查及发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国精品酒店市场调查及发展趋势研究报告》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/201504/313451.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

精品酒店是指位于大型商业圈内，配置一整套高标准硬件设施和酒店服务系统，聘请专业酒店服务公司经营和管理，为城市高端人群提供便捷、高尚和舒适生活居住的高尚物业。

精品酒店创办于80年代初期，以它那崭新概念的设计和独特的氛围而变得炙手可热。它的创办人LANSCRAGER和合伙人STEVE RUBIN在70年代的纽约开办了一家并不出名的54号迪斯科工作室，1984年MORGAN酒店开业了，这是一座反映顾客兴趣和生活方式的酒店，一座能提供乐趣和娱乐而有别于那些俯拾即是、索然无味、大众化的酒店，而如今在世界各地已拥有十几家十分著名的酒店。精品酒店的发展直至20世纪90年代才开始起步，因此其发展并不十分成熟和完善，而且在全球的分布状况也极不平衡。

绝大多数精品酒店都集中在美国和欧洲等发达国家，在巴黎、纽约、旧金山、洛杉矶有许多精品酒店，像曼哈顿德洛维尔酒店、伦敦的大都市酒店、纽约的时代酒店、旧金山的丰收场酒店，而在其他地区的分布则明显低于欧美，加拿大、墨西哥和澳洲等国家是精品酒店发展的第二军团；在亚洲的数量极少；而非洲则几乎没有。

精品酒店的分布状况主要是由于国家和地区间社会经济水平发展不平衡所造成的。欧美发达国家相对于亚非等其他地区，其酒店业发展起步较早、历史悠久，常规类型酒店的服务、机制等各方面已经发展得日臻完善，并且行业竞争愈演愈烈。因此不少酒店管理者针对他们有限的资金、有限的资源、有限的客源渠道，使他们在全球、全国范围内按一般方法和连锁酒店竞争成为不可能，于是调整思路，探索新的酒店经营之路，针对时尚未意识较强的游客正在追求享受艺术品位，需要新奇的东西，需要兴奋感。

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：

第一章 金融危机下精品酒店行业宏观经济环境分析 12

第一节 2015-2020年全球经济环境分析 12

一、2014年全球经济运行概况 12

二、2015-2020年全球经济形势预测 18

第二节 金融危机对全球经济的影响 20

一、国际金融危机发展趋势及其国际影响 20

二、对各国实体经济的影响 23

第三节 金融危机对中国经济的影响 32

一、金融危机对中国实体经济的影响 32

二、金融危机影响下的主要行业 35

三、中国宏观经济政策变动及趋势	44
(一)、2014年中国宏观经济运行概况	44
(二)、2015-2020年中国宏观经济趋势预测	55
第二章 世界精品酒店行业发展情况分析	61
第一节 世界精品酒店行业分析	61
一、世界精品酒店行业特点	61
二、世界精品酒店产能状况	61
三、世界精品酒店行业动态	63
第二节 世界精品酒店市场分析	66
一、世界精品酒店生产分布	66
二、世界精品酒店消费情况	66
三、世界精品酒店消费结构	66
四、世界精品酒店价格分析	67
第三节 精品酒店产业链模型分析	68
第四节 2014年中外精品酒店市场对比	70
第三章 中国精品酒店行业供给情况分析	72
第一节 2011-2014年中国精品酒店行业市场供给分析	72
一、精品酒店整体供给情况分析	72
二、精品酒店重点区域供给分析	72
第二节 精品酒店行业供给关系因素分析	78
一、需求变化因素	78
二、厂商产能因素	78
三、原料供给状况	79
四、技术水平提高	80
五、政策变动因素	80
第三节 2015-2020年中国精品酒店行业市场供给趋势	81
一、精品酒店整体供给情况趋势分析	81
二、精品酒店重点区域供给趋势分析	81
三、影响未来精品酒店供给的因素分析	82
第四章 2014年中国精品酒店行业发展概况	83
第一节 2014年中国精品酒店行业发展态势分析	83
第二节 2014年中国精品酒店行业发展特点分析	84
第三节 2014年中国精品酒店行业市场供需分析	86
第四节 2014年中国精品酒店行业价格分析	88
第五章 2014年中国精品酒店行业整体运行状况	89

第一节	2014年精品酒店行业产销分析	89
第二节	2014年精品酒店行业盈利能力分析	89
第三节	2014年精品酒店行业偿债能力分析	91
第四节	2014年精品酒店行业营运能力分析	92
第六章	2010-2014年中国精品酒店产业行业重点区域运行分析	93
第一节	2010-2014年华东地区精品酒店产业行业运行情况	93
第二节	2010-2014年华南地区精品酒店产业行业运行情况	94
第三节	2010-2014年华中地区精品酒店产业行业运行情况	95
第四节	2010-2014年华北地区精品酒店产业行业运行情况	96
第五节	2010-2014年西北地区精品酒店产业行业运行情况	97
第六节	2010-2014年西南地区精品酒店产业行业运行情况	98
第七节	2010-2014年东北地区精品酒店产业行业运行情况	99
第八节	主要省市集中度及竞争力分析	100
第七章	2015-2020年中国精品酒店行业进出口市场分析	101
第一节	2011-2014年精品酒店行业进出口特点分析	101
第二节	2011-2014年精品酒店行业进出口量分析	102
一、	进口分析	102
二、	出口分析	102
第三节	2015-2020年精品酒店行业进出口市场预测	104
一、	进口预测	104
二、	出口预测	104
第八章	2014年中国精品酒店行业重点企业竞争力分析	106
第一节	南京御庭精品酒店	106
一、	公司基本情况	106
二、	公司主要财务指标分析	106
三、	公司产品市场情况分析（产品、品牌、广告、营销）	108
四、	公司未来战略分析	109
第二节	黄山老街苑精品酒店	110
一、	公司基本情况	110
二、	公司主要财务指标分析	110
三、	公司产品市场情况分析（产品、品牌、广告、营销）	111
四、	公司未来战略分析	112
第三节	美伦精品酒店	113
一、	公司基本情况	113
二、	公司主要财务指标分析	113

三、公司产品市场情况分析（产品、品牌、广告、营销）	114
四、公司未来战略分析	114
第四节 上海新西湖精品酒店	115
一、公司基本情况	115
二、公司主要财务指标分析	115
三、公司产品市场情况分析（产品、品牌、广告、营销）	116
四、公司未来战略分析	117
第五节 上海朗廷扬子精品酒店	118
一、公司基本情况	118
二、公司主要财务指标分析	118
三、公司产品市场情况分析（产品、品牌、广告、营销）	119
四、公司未来战略分析	120
第九章 2015-2020年中国精品酒店行业消费者偏好调查	123
第一节 精品酒店的品牌市场调查	123
一、消费者对精品酒店品牌认知度宏观调查	123
二、消费者对精品酒店的品牌偏好调查	124
三、消费者对精品酒店品牌的首要认知渠道	124
四、消费者经常购买的品牌调查	125
五、精品酒店品牌忠诚度调查	125
六、消费者的消费理念调研	125
第二节 不同客户购买相关的态度及影响分析	126
一、价格敏感程度	126
二、品牌的影响	126
三、购买方便的影响	127
四、广告的影响程度	127
五、包装的影响程度	128
第十章 中国精品酒店行业投资策略分析	129
第一节 2011-2014年中国精品酒店行业投资环境分析	129
第二节 2011-2014年中国精品酒店行业投资收益分析	131
第三节 2011-2014年中国精品酒店行业产品投资方向	132
第四节 2015-2020年中国精品酒店行业投资收益预测	133
一、预测理论依据	133
二、2015-2020年中国精品酒店行业工业总产值预测	134
三、2015-2020年中国精品酒店行业销售收入预测	135
四、2015-2020年中国精品酒店行业利润总额预测	136

五、2015-2020年中国精品酒店行业总资产预测	136
第五节 2015-2020年精品酒店行业成长性分析	138
第六节 2015-2020年精品酒店行业经营能力分析	139
第七节 2015-2020年精品酒店行业盈利能力分析	140
第八节 2015-2020年精品酒店行业偿债能力分析	141
第十一章 中国精品酒店行业投资风险分析	142
第一节 中国精品酒店行业内部风险分析	142
一、市场竞争风险分析	142
二、技术水平风险分析	142
三、企业竞争风险分析	142
四、企业出口风险分析	143
第二节 中国精品酒店行业外部风险分析	144
一、宏观经济环境风险分析	144
二、行业政策环境风险分析	144
三、关联行业风险分析	145
第十二章 精品酒店行业发展趋势与投资战略研究	148
第一节 精品酒店市场发展潜力分析	148
一、市场空间广阔	148
二、竞争格局变化	148
三、高科技应用带来新生机	148
第二节 精品酒店行业发展趋势分析	150
一、品牌格局趋势	150
二、渠道分布趋势	150
三、消费趋势分析	150
第三节 精品酒店行业发展战略研究	152
一、战略综合规划	152
二、技术开发战略	152
三、区域战略规划	153
四、产业战略规划	153
五、营销品牌战略	153
六、竞争战略规划	154
第十三章 市场预测及行业项目投资建议	155
第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析	155
第二节 外销与内销优势分析	156
第三节 2015-2020年全国市场规模及增长趋势	157

第四节 2015-2020年全国投资规模预测 158

第五节 2015-2020年市场盈利预测 159

第六节 项目投资建议 160

一、技术应用注意事项 160

二、项目投资注意事项 160

三、销售注意事项 162

图表目录：

图表 1 主要工业国家2014年经济增长数据 14

图表 2 金砖四国2014年经济增长数据 14

图表 3 2014年世界经济可实现温和增长 18

图表 4 2008-2014年我国证券市场概况 35

图表 5 2008-2014年我国股票交易情况统计 36

图表 6 截止2014年10月金融机构本外币贷款情况 37

图表 7 截止2014年10月金融机构本外币存款情况 38

图表 8 2011年1-10月保险业经营数据（万元） 39

图表 9 2014年1-10月保险业经营数据（万元） 40

图表 10 1~11月价格指数累计下滑1个百分点 42

图表 11 2014年机械工业出口同比增速大幅下降（%） 43

图表 12 2014年我国机械业分地区增长情况 44

图表 13 2014年我国机械业逐月同比增速超常反弹 44

图表 14 2011-2014年前3季度中国GDP增长分析 45

图表 15 2014年前3季度GDP分月及分季度统计 45

图表 16 2014年前3季度CPI分月及分季度统计 46

图表 17 2014年前3季度PPI分月及分季度统计 46

图表 18 2014年前3季度PMI分月及分季度统计 46

图表 19 2014年前3季度进出口分月及分季度统计 46

图表 20 2014年前3季度进口分月及分季度统计 46

图表 21 2014年前3季度出口分月及分季度统计 46

图表 22 2014年前3季度M0分月及分季度统计 47

图表 23 2014年前3季度M1分月及分季度统计 47

图表 24 2014年前3季度M2分月及分季度统计 47

图表 25 2014年前3季度贷款分月及分季度统计 47

图表 26 2014年前3季度存款分月及分季度统计 47

图表 27 2014年前3季度外汇储备分月及分季度统计 47

图表 28 2014年前3季度财政收入分月及分季度统计 48

- 图表 29 2014年前3季度FDI分月及分季度统计 48
- 图表 30 2014年前3季度固定资产投资分月及分季度统计 48
- 图表 31 2014年前3季度消费品零售总额分月及分季度统计 48
- 图表 32 2014年前3季度工业增加值分月及分季度统计 48
- 图表 33 2014年前3季度用电量分月及分季度统计 49
- 图表 34 2014年前3季度房价分月及分季度统计 49
- 图表 35 2014年1-9月我国固定资产投资统计 50
- 图表 36 2014年我国固定资产投资统计 51
- 图表 37 2014年我国固定资产投资统计 53
- 图表 38 2010-2014年我国国内生产总值预测 59
- 图表 39 2010-2014年我国固定资产投资预测 60
- 图表 40 精品酒店行业特点 61
- 图表 41 2014年美国精品酒店入住率 67
- 图表 42 2014年美国精品酒店价格 68
- 图表 43 精品酒店的产业链结构图 69
- 图表 44 2007-2014年10月中国精品酒店数量 72
- 图表 45 2015-2020年中国精品酒店数量预测 81
- 图表 46 影响市场供需的因素分析 86
- 图表 47 2009-2014年中国精品酒店供需平衡预测 87
- 图表 48 2007-2014年10月中国精品酒店营业额 89
- 图表 49 2008-2014年10月中国精品酒店行业效益指标分析 89
- 图表 50 2008-2014年10月中国精品酒店行业偿债指标分析 91
- 图表 51 2008-2014年10月中国精品酒店行业营运效率分析 92
- 图表 52 2008-2014年3季度华东精品酒店行业产业集中度分析 93
- 图表 53 2008-2014年3季度华南精品酒店行业产业集中度分析 94
- 图表 54 2008-2014年3季度华中地区精品酒店行业产业集中度分析 95
- 图表 55 2008-2014年3季度华北地区精品酒店行业产业集中度分析 96
- 图表 56 2008-2014年3季度西北地区精品酒店行业产业集中度分析 97
- 图表 57 2007-2014年10月中国精品酒店吸引外资情况 102
- 图表 58 2007-2014年10月中国精品酒店对外投资情况 103
- 图表 59 2015-2020年中国精品酒店吸引外资预测 104
- 图表 60 2015-2020年中国精品酒店对外投资预测 105
- 图表 61 2011-2014年3季度南京御庭效益指标分析 107
- 图表 62 2011-2014年3季度南京御庭偿债指标分析 107
- 图表 63 2011-2014年3季度南京御庭营运效率分析 107

- 图表 64 2011-2014年3季度黄山老街苑效益指标分析 110
- 图表 65 2011-2014年3季度黄山老街苑偿债指标分析 110
- 图表 66 2011-2014年3季度黄山老街苑营运效率分析 111
- 图表 67 2011-2014年3季度美伦效益指标分析 113
- 图表 68 2011-2014年3季度美伦偿债指标分析 113
- 图表 69 2011-2014年3季度美伦营运效率分析 114
- 图表 70 2011-2014年3季度上海新西湖效益指标分析 115
- 图表 71 2011-2014年3季度上海新西湖偿债指标分析 115
- 图表 72 2011-2014年3季度上海新西湖营运效率分析 116
- 图表 73 2008-2014年3季度上海朗廷扬子效益指标分析 118
- 图表 74 2008-2014年3季度上海朗廷扬子偿债指标分析 118
- 图表 75 2008-2014年3季度上海朗廷扬子营运效率分析 119
- 图表 76 2014年目标消费者对精品酒店品牌认知度调查 124
- 图表 77 2014年消费者对精品酒店品牌的首要认知渠道 125
- 图表 78 2014年消费者收入分布比率 126
- 图表 79 精品酒店产品品牌的影响程度分析 127
- 图表 80 精品酒店产品广告影响程度分析 128
- 图表 81 精品酒店产品包装影响程度分析 128
- 图表 82 1999-2014年国内生产总值及增长率 129
- 图表 83 1999-2014年国内生产总值及增长率 130
- 图表 84 2004-2014年精品酒店行业投资收益率预测 131
- 图表 85 2004-2014年精品酒店行业投资方向预测 132
- 图表 86 2015-2020年我国精品酒店行业工业总产值统计及预测 135
- 图表 87 2015-2020年中国精品酒店行业营业额统计及预测 135
- 图表 88 2015-2020年我国精品酒店行业利润总额预测表 136
- 图表 89 2015-2020年中国精品酒店行业总资产预测 137
- 图表 90 2009-2015年我国精品酒店行业营运效率分析 139
- 图表 91 2009-2014年我国精品酒店行业效益指标分析 140
- 图表 92 2009-2015年我国精品酒店行业资产负债率 141
- 图表 93 2010-2014年精品酒店行业经营风险及控制策略 145
- 图表 94 2010-2014年精品酒店行业同业竞争风险及控制策略 147
- 图表 95 2015-2020年国内精品酒店市场规模预测 157
- 图表 96 2015-2020年国内精品酒店固定资产投资额预测 158
- 图表 97 2015-2020年精品酒店市场盈利预测 159
- 图表 98 精品酒店项目投资注意事项图 161

图表 99 精品酒店营销注意事项 162

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201504/313451.html>