

2017-2022年中国分时度假酒店市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国分时度假酒店市场运行态势及投资战略研究报告》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/201609/444542.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

分时度假就是把酒店或度假村的一间客房或一套旅游公寓，将其使用权分成若干个周次，按10至40年甚至更长的期限，以会员制的方式一次性出售给客户，会员获得每年到酒店或度假村住宿7天的一种休闲度假方式。并且通过交换服务系统会员把自己的客房使用权与其他会员异地客房使用权进行交换，以此实现低成本的到各地旅游度假的目的。

20世纪60年代的欧洲，度假风气兴盛，法国地中海沿岸开发了大量海滨别墅，欧美政要、贵族、富商蜂拥而至，成为欧洲乃至世界的休闲度假中心。由于房产价格高昂，多数家庭无力单独购买度假别墅，而部分有能力购买别墅的用户，每年的使用时间非常有限，最多只有几周，空置率很分时度假风景高，所以出现了亲朋好友联合购买一幢度假别墅供大家不同时间分别使用的情况，最早的分时度假概念由此产生。据此，聪明的开发商发明了以分时销售客房使用权的模式来招揽客户，取得了很好的效果，分时度假市场由此形成。分时度假自20世纪60年代问世于法国以来，在世界范围内得到迅速发展，成为风靡世界的休闲旅游度假方式。70年代中期，美国经济衰退，泡沫经济造成了大量房地产积压。为处理积压与空置，充分盘活闲置房产，美国从欧洲引入分时度假概念，取得了巨大成功。1977年美国95%以上的度假物业是由其他房地产开发项目改造过来的，美国目前已成为世界上分时度假产业最发达的国家。

智研咨询发布的《2017-2022年中国分时度假酒店市场运行态势及投资战略研究报告》共十章。首先介绍了分时度假酒店产业相关概念及发展环境，接着分析了中国分时度假酒店行业规模及消费需求，然后对中国分时度假酒店行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国分时度假酒店行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国分时度假酒店行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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：

第一章 2014-2016年分时度假产业概述 10

第一节 分时度假的起源 10

第二节 分时度假发展意义 11

第三节 分时度假与分时度假交换 13

一、分时度假 13

二、分时度假交换 15

三、分时度假种类 16

第四节 全球分时度假的产生及发展 18

第五节 全球分时度假发展现状 19

一、全球分时度假市场整体状况 19

二、全球分时度假市场主要企业 20

第二章 2014-2016年分时度假相关产品分析--产权式酒店、酒店公寓 30

第一节 产权式酒店 30

一、产权式酒店定义及类别 30

二、分时度假与产权式酒店的联系与区别 31

(一) 共同点分析 31

(二) 区别分析 32

三、产权式酒店与分时度假酒店的区别 32

四、我国产权式酒店的发展分析 34

(一) 发展环境分析 34

(二) 主要特征分析 34

(三) 发展空间分析 36

(四) 主要代表企业分析 37

(五) 商业模式分析 37

(六) 投资价值分析 39

(七) 未来发展趋势分析 40

第二节 酒店式公寓 42

一、酒店式公寓定义 42

二、中国酒店式公寓概况 47

三、酒店式公寓的消费群体 48

四、酒店式公寓的发展优势 49

五、酒店式公寓的发展劣势 50

六、中国酒店式公寓发展前景 51

第三章 2016年中国分时度假酒店运行环境分析 54

第一节 中国宏观经济环境分析 54

一、中国GDP增长情况分析 54

2008-2015年全国GDP及同比增速

二、社会固定资产投资分析 55

三、城乡居民收入增长分析 62

四、居民消费价格变化分析 63

第二节 中国分时度假酒店行业政策环境分析 65

一、国内旅游业管理体制 65

二、《加快发展旅游业意见》 75

三、行业政策法规创新情况	84
四、国民旅游休闲纲要（2016-2021）	87
五、法定节假日带薪假期实施	93
第四章 2014-2016年中国分时度假产业现状分析	95
第一节 中国分时度假发展历程	95
一、初步尝试阶段(1987年-1997年)	95
二、探索发展阶段(1997年-2003年)	96
三、本土化发展阶段(2003年-至今)	97
第二节 中国分时度假产业发展现状分析	98
一、分时度假企业主要类别	98
二、分时度假酒店经营模式	103
三、分时度假发展本土化	106
四、分时度假发展的困境	107
五、分时度假产业亟待规范化	108
第三节 中国分时度假市场发展分析	109
第四节 中国分时度假目前存在的问题	111
一、在短期内无法自由选择国内的各类度假地	111
二、运作不够灵活，时空选择有局限性	112
三、无法保证出境旅游的实现	112
四、费用不一定足够低廉	112
五、欺诈性销售与强制性销售	113
六、经营操作不规范	113
第五节 国外分时度假发展借鉴	114
一、国外分时度假产品发展的成功经验	114
二、国外分时度假发展经验对我国的启示	118
第五章 2012-2016年中国分时度假企业现状分析	120
第一节 天津泰达度假交换有限公司	120
一、企业基本情况	120
二、企业营销网络分布	121
三、企业主营业务分析	124
第二节 中安达公司	125
一、企业基本情况	125
二、市场策略分析	125
三、企业销售渠道分析	126
四、企业主营业务分析	127

五、企业发展规划分析	127
第三节 北京五洲环球酒店管理有限公司	129
一、企业基本情况	129
二、企业主营业务分析	129
三、企业产品分析	130
第四节 天伦度假发展有限公司	132
一、企业基本情况	132
二、企业组织架构分析	132
三、企业资质分析	132
四、企业营销网络分析	133
五、企业发展目标	134
第五节 达安国际度假交换公司	135
一、企业基本情况	135
二、企业主营业务分析	135
三、企业竞争优势分析	135
第六节 三亚红树林度假酒店	136
一、企业基本情况	136
二、企业业务体系分析	136
第七节 重庆环美度假咨询服务有限公司	140
一、企业基本情况	140
二、企业营销网络分析	140
第六章 2014-2016年中国分时度假酒店的运营分析	141
第一节 分时度假酒店概述	141
第二节 分时度假产品的运营体系	141
一、分时度假体系的基本主体	141
二、分时度假体系内的基本关系	143
三、分时度假产品谱系将	144
第三节 分时度假产品的销售分析	147
一、分时度假消费特征分析	147
二、分时度假目标客户分析	150
三、分时度假消费者保障机制分析	151
四、分时度假产品销售方式分析	152
五、分时度假产品意义分析	153
六、分时度假产品的开发与销售重点	158
七、销售建议	159

第四节 分时度假酒店发展的制约因素分析	161
一、缺乏相应的法律保护	161
二、度假时间得不到保证	162
三、国际化交换没有较好实现	163
四、缺乏城市品牌效应	163
五、国内可供交换的分时度假资源有限	163
第五节 分时度假对我国度假酒店的影响	164
第六节 度假酒店的淡季管理分析	166
一、提供不同的度假产品，吸引更多的客人	166
二、推出价格折扣、各种优惠，刺激人们的需求	167
三、采取网络促销手段，增加人气	168
四、举办各种专题活动，吸引客人前往	169
第七章 2014-2016年中国分时度假酒店相关产业分析	171
第一节 中国旅游业发展分析	171
一、中国旅游业发展情况	171
二、旅游业进入互联网时代	174
三、中国旅游业对酒店影响	177
第二节 中国会展业发展分析	178
一、中国会展行业发展态势	178
二、会展业与酒店互动模式	179
三、会展行业发展趋势前景	187
第三节 中国餐饮业发展分析	189
一、餐饮业发展情况分析	189
二、旅游餐饮消费市场特征	190
三、国内餐饮行业发展趋势	191
第八章 2017-2022年中国分时度假酒店市场前景趋势预测分析	195
第一节 中国分时度假酒店市场前景分析	195
一、分时度假酒店市场前景分析	195
二、度假酒店市场前景分析	196
第二节 中国分时度假酒店发展预测分析	197
一、分时度假酒店发展预测	197
二、旅游度假酒店发展预测	197
第九章 中国分时度假产业发展战略研究分析	206
第一节 分时度假产品的总体概述	206
一、分时度假产品概述	206

二、分时度假产品的保健和激励因素	208
第二节 分时度假产品发展策略	211
一、提供优良的旅游度假服务	211
二、制定大众化产品价格	211
三、建立分时度假交换网络	213
四、大力推广“点数制”产品	215
五、增强产品信用，降低购买风险	216
第三节 国内分时度假酒店发展战略研究	218
一、锁定目标市场，提升营销效率	218
二、强化网络技术，扩大交换网络	219
三、拓展度假业务，增加住宿附加值	219
第四节 分时度假企业营销策略分析	220
一、差异化定位策略---按消费者需要设计产品	220
二、人性化接触策略---按消费者需要展开促销	220
三、传统加现代策略—按消费者需要设置渠道	221
四、低成本竞争策略—按消费者需要制定价格	221
第十章 中国分时度假酒店投资风险分析	223 (ZY CW)
第一节 分时度假酒店投资机会分析	223
第二节 分时度假酒店投资风险分析	223
一、分时度假投资风险分析	223
（一）宏观经济风险	223
（二）政策风险	226
（三）社会文化风险	227
二、分时度假酒店风险防范策略	228
第三节 分时度假酒店投资价值分析	230
一、分时度假产品对旅游产业贡献大	230
二、分时度假可以盘活闲置地产，增加资产性收益	231
三、分时度假更经济、更舒适、更灵活	232
第四节 中国分时度假酒店投资建议	232
部分图表目录：	
图表 1 分时度假发展历程	12
图表 2 分时度假的基本概念	15
图表 3 典型分时度假的主要运营机制	17
图表 4 国外分时度假市场特征及发展趋势	21
图表 5 RCI分时度假的价值体系及控制体系	23

- 图表 6 分时度假与产权酒店的本质 33
 - 图表 7 产权式酒店与分时度假酒店的区别 34
 - 图表 8 2016年中国产权式酒店行业主要生产企业 39
 - 图表 9 分时度假中国发展趋势 42
 - 图表 10 2014-2016年工业产值数据统计表 57
 - 图表 11 2014-2016年中国城镇固定资产投资表 58
 - 图表 12 2014-2016年中国房地产开发投资表 59
 - 图表 13 2014-2016年中国城镇固定资产投资表 60
 - 图表 14 2014-2016年中国房地产开发投资表 61
 - 图表 15 2016年固定资产投资继续回落2.3%至13.3% 62
 - 图表 16 2016年地产、基建以及制造业投资均出现下滑 63
 - 图表 17 2016年基建+地产投资大幅下滑3.8%至13.3% 63
 - 图表 18 2012-2016年中国CPI\PPI价格指数变动趋势图 65
 - 图表 19 2014-2016年中国居民消费价格涨跌幅 66
 - 图表 20 旅游业对GDP、就业和投资的贡献 87
 - 图表 21 旅游业规划指标体系（2011-2015） 88
 - 图表 22 各地旅游业发展规划 89
 - 图表 23 分时度假中国发展阶段 98
 - 图表 24 分时度假的集中模式对比表 106
 - 图表 25 中国交换式产权酒店未来发展思路 107
 - 图表 26 分时度假中国发展的问题 109
 - 图表 27 分时度假成功关键点 113
 - 图表 28 美国分时度假行业的发展变化 118
 - 图表 29 天津泰达度假交换有限公司权益人分布城市 123
 - 图表 30 天津泰达度假交换有限公司TRAC交换酒店分布城市 124
 - 图表 31 天津泰达度假的发展历程 125
 - 图表 32 泰达度假交换公司（加盟RCI）度假交换网络分析图 125
 - 图表 33 红树林中国分布 138
 - 图表 34 青岛灵山湾产品及价格体系 140
 - 图表 35 三亚湾产品及价格体系 140
 - 图表 36 分时度假业相关运行主体 144
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201609/444542.html>