

2007-2008年中国酒店业研究发展分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2007-2008年中国酒店业研究发展分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/200805/92098876B5843660.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

第一章、酒店业的概念及投资特性

第一节、酒店业的概念

一、酒店的定义

二、酒店的部门设置

第二节、酒店业的分类

一、酒店的分类

二、酒店房间类型的分类

第三节、酒店业的基本性质与特点

一、现代酒店的基本性质

二、现代酒店的基本特点

第二章、相关产业对酒店业的促进

第一节、旅游业

一、全球旅游经济总体状况

二、2005年中国旅游业各项统计分析

三、2006年-2007年5月中国旅游业发展现状

四、“十一五”中国旅游业发展的战略调整期

五、旅游业复苏促进酒店业发展

六、旅游业高增长带动酒店业收入规模提升

第二节、会展产业

一、会展产业的特征及作用

二、会展业的产业结构优化效应分析

三、中国会展经济现状

四、会展业与酒店业的互动发展

五、中国会展业的发展趋势

第三节、餐饮业

一、2005年餐饮市场运行情况

二、2006年全国住宿与餐饮业零售额达10345.5亿元

三、2007年上半年中国住宿与餐饮业零售额增长状况

四、餐饮业对酒店业的影响

五、2007年中国餐饮业发展趋势分析

六、餐饮业的六大发展趋势

第三章、国际酒店业的发展现状

第一节、国际酒店业的市场概况

- 一、全球酒店业的发展历程
- 二、世界酒店业总体回顾
- 三、国际著名跨国酒店集团发展现状
- 四、全球顶级豪华酒店蜂拥入中国
- 第二节、国际宾馆酒店业的管理现状
 - 一、国际宾馆酒店业管理的主要特点
 - 二、酒店业引入全面质量管理
 - 三、国外饭店集团介入的管理形式
 - 四、国际饭店连锁集团钟情分时度假
- 第三节、全球主要国家或地区的酒店业情况
 - 一、欧洲
 - 二、美国
 - 三、东南亚
- 第四节、国际酒店集团介绍
 - 一、六洲集团（即巴斯集团）
 - 二、希尔顿
 - 三、万豪集团
 - 四、香格里拉
- 第四章、中国酒店业的发展现状
 - 第一节、中国酒店业的发展演变历程
 - 一、中国古代酒店的形成
 - 二、中国近代酒店的兴起
 - 三、中国现代酒店的发展概况
 - 第二节、中国酒店业发展现状分析
 - 一、中国酒店业发展的基本特点
 - 二、中国酒店行业的转变
 - 三、2006年中国酒店业发展状况
 - 四、中国酒店业发展速度居世界首位
 - 五、“限外政策”对酒店业的影响分析
 - 六、特许业新规带动酒店业连锁洗牌
 - 第三节、中国星级酒店概况
 - 一、中国五大城市高星级酒店的发展状况
 - 二、大中型星级酒店综合状况
 - 三、二星级酒店
 - 四、三星级酒店

五、四星级酒店

六、五星级酒店

第四节、中国酒店业面临的问题

- 一、酒店业行业壁垒分析
- 二、中国酒店业外资赚了九成利润
- 三、中国每年有大量酒店资产闲置
- 四、中国酒店业建设和管理的十大误区
- 五、酒店业人才流失问题严重

第五节、促进中国酒店业发展的对策

- 一、中国酒店业走向世界的途径
- 二、中国酒店业应拥有自己的国际品牌
- 三、酒店业的个性化服务
- 四、中国酒店业经营模式亟待创新

第五章、中国酒店业的消费现状

第一节、酒店的客源分析

- 一、客源规模与分布
- 二、中国主要客源市场情况
- 三、游客的消费水平

第二节、消费结构分析

- 一、入境游客的消费结构
- 二、国内游客的消费结构
- 三、不同地区间酒店（星级）消费结构的比较

第三节、消费选择与消费趋势分析

- 一、游客对住宿设施的选择
- 二、游客的停留时间及变化
- 三、游客的旅行目的
- 四、入境游客感兴趣的商品
- 五、消费者的消费评价

第六章、商务酒店

第一节、商务酒店概念及介绍

- 一、商务旅游概述
- 二、商务酒店的定义
- 三、全球十佳新开业商务酒店介绍
- 四、十二届金枕头奖受欢迎商务酒店介绍

第二节、商务酒店市场概况

一、商务酒店步入黄金时代

二、中国商务酒店的现状

三、商务版酒店倍受欢迎

四、商务酒店试图走出“草根经济”

第三节、商务酒店投资动态

一、商务酒店掀起投资狂潮

二、外来酒店抢占中国商务市场

三、国际商务型酒店纷纷进驻广东

四、中国大酒店将斥资朝商务酒店发展

第四节、商务酒店发展前景与趋势

一、商务酒店的发展前景

二、宜商宜住商务酒店受追捧

三、商务酒店宽带接入成发展趋势

四、品牌将提升中国商务酒店的竞争力

第七章、旅游度假酒店

第一节、假日经济与酒店业

一、假日经济带动旅游酒店板块发展

二、酒店产业应对假日经济的策略

三、“假日经济”魅力下酒店的营销管理

第二节、旅游度假酒店概况

一、度假酒店的类型介绍

二、度假酒店的功能与作用

三、气候对度假酒店的重要性

四、度假酒店存在的问题

五、海南是中国度假酒店的佼佼者

第三节、分时度假酒店在中国的发展

一、“分时度假”进入中国

二、中国分时度假的四种经营者

三、中国分时度假市场存在的问题

四、中国开展的分时度假网络本土化实践的特点

第四节、旅游度假酒店的经营与风险

一、国际度假酒店的启示

二、中国度假酒店市场营销的特点

三、从实例看城郊度假酒店的经营思路

四、休闲度假型酒店的散客销售

五、酒店发展分时度假应注意风险

第五节、中国旅游度假酒店的发展趋势

- 一、发展度假酒店的对策分析
- 二、中国度假酒店群体特色与个性色彩
- 三、度假酒店的发展前景广阔
- 四、国内度假酒店的发展趋势

第八章、经济型酒店

第一节、经济型酒店的定义及特征

- 一、经济型酒店概念
- 二、经济型酒店的分类
- 三、经济型酒店的特征

第二节、中国经济型酒店发展现状

- 一、经济型酒店的发展形式及现状
- 二、经济型酒店在中国迅速崛起
- 三、国内经济型酒店品牌的连锁扩张增速
- 四、2006-2007年中国经济型酒店加快发展速度
- 五、华南部分经济型酒店发展强劲

第三节、经济型酒店的经营与管理

- 一、中国经济型酒店经营管理的现状
- 二、现代经济型酒店经营利润高
- 三、中国经济型酒店先行者的管理模式分析
- 四、经济型酒店的经营方针

第四节、经济型酒店的效益

- 一、投入产出分析
- 二、经济型酒店的投资回报分析
- 三、经济型酒店与资本市场结合的路径
- 四、经济型酒店的土地使用权存在隐患

第五节、经济型酒店的运作模式分析

- 一、开发模式
- 二、选址要求
- 三、注册成立酒店管理公司

第六节、中国经济型酒店竞争分析

- 一、经济型连锁酒店竞争激烈
- 二、经济型酒店争夺中国酒店业中端市场
- 三、跨国酒店巨头锁定国内经济型酒店

第七节、经济型酒店面临的问题分析

- 一、经济型酒店行业存在的缺陷
- 二、中国经济型酒店发展存在的主要问题
- 三、经济型酒店市场发展中的困惑
- 四、经济型酒店的发展障碍性因素
- 五、中国经济型酒店面临的挑战

第八节、中国经济型酒店的发展策略

- 一、经济型酒店在发展中应注意的问题
- 二、经济型酒店应注意回避的误区
- 三、中国经济型酒店的发展策略
- 四、以性价比取胜

第九节、经济型酒店发展前景与趋势

- 一、经济型酒店面临空前发展的机遇
- 二、经济型酒店业的发展前景
- 三、经济型酒店成酒店业的金矿
- 四、经济型酒店业将成发展主流
- 五、经济型连锁酒店前景巨大

第九章、产权式酒店

第一节、产权式酒店概念及分类

- 一、产权式酒店的定义
- 二、产权式酒店的性质
- 三、产权式酒店的分类

第二节、产权式酒店发展现状

- 一、国外产权式酒店的现状
- 二、产权式酒店在中国的兴起与发展
- 三、中国城市出现“产权式酒店”
- 四、产权式酒店在中国成消费热点
- 五、“产权式酒店”发展渐好需预警五大误区

第三节、影响产权式酒店销售的主要因素

- 一、自然环境
- 二、投资环境
- 三、交通环境
- 四、是否有金融支持
- 五、价格因素

第四节、产权式酒店的投资方法

- 一、投资产权式酒店的要素
- 二、把握好产权式酒店投资的要点
- 三、产权式酒店投资价值的评估
- 四、产权式酒店经营及发展秘笈
- 第五节、投资风险
 - 一、产权式酒店处地产投资高风险领域
 - 二、产权式酒店投资风险大
 - 三、产权式酒店高回报背后的风险
 - 四、投资产权式酒店的问题分析
 - 五、产权式酒店投资的法律风险及规避
- 第六节、产权式酒店发展前景及趋势
 - 一、中国产权式酒店的发展分析
 - 二、产权式酒店租赁市场发展空间大
- 第十章、主题酒店
 - 第一节、主题酒店的缘起与兴起
 - 一、主题酒店的概念
 - 二、主题酒店的一般类型
 - 三、主题酒店与特色酒店的异同
 - 四、世界各地主题酒店大观
 - 第二节、主题酒店的发展概况
 - 一、主题酒店在中国的兴起
 - 二、主题酒店在中国成为热点
 - 三、奥运旅游与主题酒店的创新开发
 - 四、威尼斯成为中国首座主题酒店
 - 第三节、中国各城市主题酒店发展动态
 - 一、中国第一家茶文化主题酒店落户雅安
 - 二、杭州首家艺术主题酒店现身机场路
 - 三、爱情主题酒店在杭州悄然出现
 - 四、中国香港迪士尼推出卡通主题酒店
 - 第四节、中国主题酒店的投资分析
 - 一、对主题的认识
 - 二、主题酒店的特色
 - 三、主题酒店的数量
 - 四、主题酒店的市场定位
 - 五、主题的延伸和更新

第五节、主题酒店的发展与前景

- 一、主题酒店颠覆酒店传统经营模式理念
- 二、主题酒店赢得市场份额需创新经营理念
- 三、主题酒店发展空间巨大
- 四、主题酒店成为中国酒店业发展的新方向

第十一章、绿色酒店

第一节、绿色酒店定义及由来

- 一、绿色酒店的涵义
- 二、绿色酒店的特征
- 三、绿色酒店的由来

第二节、绿色酒店概况

- 一、“绿色酒店”可大量的节约成本
- 二、环保时代需要绿色酒店
- 三、绿色酒店认证将与国际接轨

第三节、绿色酒店发展的问题及思路

- 一、观念方面
- 二、政策和管理方面
- 三、绿色酒店发展思路
- 四、建设绿色酒店实施要求

第十二章、北京酒店业

第一节、酒店发展与奥运

- 一、奥运带动北京酒店地产投资热潮
- 二、北京酒店业向“奥运”开战
- 三、国际酒店管理巨头抢占北京奥运市场
- 四、北京市2008年奥运会酒店业定位经济型
- 五、北京奥运会酒店客房缺口大
- 六、北京奥运官方标间限定最高价

第二节、北京酒店业概况

- 一、北京2005年12月份及全年接待游客人数
- 二、北京酒店业国际化进程加速
- 三、北京高星级酒店房价增长速度快
- 四、北京高档酒店价格持续上涨入住率下降
- 五、2007年夏季北京高档酒店价格降幅明显

第三节、北京酒店业竞争分析

- 一、北京酒店业市场竞争态势分析

二、盲目竞争使得北京酒店业房价低于国际水平

三、上海经济型酒店抢占北京“奥运饭”

四、国际顶尖品牌酒店管理公司抢驻北京

第四节、北京市公寓式酒店市场分析与展望

一、公寓式酒店概述

二、北京公寓式酒店的供给特点

三、北京公寓式酒店的需求分析

四、北京公寓式酒店市场交易状况分析

五、北京公寓式酒店的市场预期

第五节、北京酒店业前景与趋势

一、2008年北京酒店地产发展分析

二、2008年奥运会后北京酒店地产发展预测

三、未来北京酒店业的趋势

四、经济酒店建设成北京酒店业发展重点

第十三章、上海酒店业

第一节、世博会带来新机遇

一、2010年世博会带来上海新一轮发展

二、世博会促进了三大经济圈竞争

三、2010年世博会的十大商机

四、世博会对酒店需求巨大

第二节、上海酒店业概况

一、上海酒店业星级发展势头足

二、上海酒店市场的特点分析

三、双重因素带动了上海酒店业

第三节、上海酒店业存在的问题分析

一、上海酒店业人才面临的问题

二、上海经济型酒店不再经济

三、上海五星级酒店房费居亚洲首位

第四节、合理调控带动上海酒店业健康发展

一、酒店的总体供应要适量发展

二、酒店的布建要适度集聚

三、酒店项目的引进要适配环境

四、酒店的设计建造要适用专业标准

第五节、上海酒店业投资分析

一、上海引发酒店投资浪潮

二、上海酒店企业REITs分析

三、民资看好上海酒店业

四、上海经济型酒店抢夺投资客

五、投资上海酒店业前景可观

第六节、上海酒店业的趋势与前景

一、上海酒店业发展趋势分析

二、上海高档酒店业市场看好

三、上海高档酒店业“钱景”诱人

四、上海经济型酒店发展前景广阔

第十四章、广州酒店业

第一节、广州酒店业概况

一、2005年广州建设星级酒店热

二、广州酒店业再次涌来发展热潮

三、广州地产商掀起酒店业开发热潮

四、广州酒店业打造酒店业“航母”

五、广州酒店业面临行业井喷

第二节、广州酒店业竞争格局

一、广州酒店业变革拉开序幕

二、广州酒店业竞争激烈

三、著名酒店管理集团抢占广州天河

四、2006年广州酒店业面临国际资本进入

第三节、广州酒店业问题与对策分析

一、广州酒店业面临困境

二、广州酒店业发展明显落后于北京上海

三、广州酒店业亟待国际化

四、发展广州酒店业的建议

第四节、广州酒店业发展趋势

一、广州投资酒店业成为发展趋势

二、广州星级酒店5年内再添百家

三、2010广州星级酒店将超300家

第十五章、深圳酒店业

第一节、深圳酒店业概况

一、深圳酒店业热

二、深圳酒店业处境尴尬

三、深圳经济型酒店市场发展迅猛

四、深圳个性化酒店火爆

五、深圳酒店业发展瓶颈简析

第二节、深圳酒店业的竞争分析

一、国际化形势加速深圳酒店业竞争

二、深圳酒店业中外资本竞争激烈

三、欧洲酒店巨头抢占深圳市场

四、深圳酒店业抢抓新商机

第三节、深圳酒店业发展趋势

一、深圳酒店业发展方向分析

二、国际管理集团将抢占深圳酒店市场

三、2007年深圳五星级酒店数量预测

四、个人游港大热将为深圳酒店业带来商机

第十六章、酒店业主要企业分析

第一节、华天酒店

一、华天酒店简介

二、2006年-2007年上半年华天酒店经营状况分析

三、2007年上半年华天酒店主要控股公司的经营业绩

四、华天酒店经营中的问题及对策

五、未来华天酒店发展的趋势

第二节、锦江股份

一、锦江股份简介

二、2006年-2007年第一季度锦江股份经营状况分析

三、锦江股份发展风险及对策

四、未来锦江股份发展的趋势

五、未来锦江股份业务的战略规划

第三节、新都酒店

一、新都酒店简介

二、2006年-2007年第一季度新都酒店经营状况分析

三、新都酒店经营中出现的问题及解决方案

四、2007年度新都酒店经营计划

第四节、金陵饭店

一、金陵饭店简介

二、2006年-2007年第一季度金陵饭店经营状况分析

三、金陵饭店经营的风险及对策

四、2007年度金陵饭店经营计划

五、未来金陵饭店发展的趋势

第五节、东方宾馆

一、东方宾馆简介

二、2006年-2007年第一季度东方宾馆经营状况分析

三、2006年东方宾馆具体经营状况回顾

四、2007年东方宾馆经营计划

第十七章、酒店企业经营管理分析

第一节、酒店业经营管理概述

一、酒店管理的特点

二、酒店的管理层次

三、酒店管理技能

第二节、酒店业经营管理现状

一、酒店经营与管理分析

二、酒店的需求管理分析

三、酒店集团化管理简析

四、酒店管理的制度创新解析

第三节、酒店市场定位

一、酒店产品定位的概念

二、酒店产品定位的方法

三、酒店产品定位的步骤

四、酒店产品定位的战略

第四节、酒店业营销分析

一、针对当前市场需求的酒店营销分析

二、拓展酒店市场营销领域的策略

三、酒店营销的四个重点

四、酒店蜂鸣营销分析

五、酒店关系营销分析

六、中国酒店节日营销手段分析

第五节、酒店绿色营销分析

一、绿色营销的定义

二、中国酒店绿色营销的现状

三、中国酒店营销绿色化的弊端

四、中国酒店实施绿色营销的任务和策略

五、中国酒店绿色营销的发展趋势分析

第六节、酒店业经营管理的发展趋势

- 一、酒店经营与管理发展趋势解析
- 二、酒店业的经营与管理走向
- 三、酒店经营管理发展的具体方向
- 四、健康客房成为酒店营销新趋势
- 五、互联网营销成为酒店营销新途径
- 第十八章、酒店信息化
 - 第一节、酒店信息化的概况
 - 一、国际酒店业信息化的产生与发展
 - 二、酒店管理进入信息时代
 - 三、酒店的信息化和管理标准化
 - 四、中国酒店业电子商务的现状
 - 第二节、酒店信息化的建设
 - 一、酒店信息化建设只有开放才能发展
 - 二、酒店信息化管理须从制度和产品入手
 - 三、酒店业信息化选择的要素
 - 四、酒店行业信息化的方向与建议
 - 第三节、酒店行业信息化问题分析
 - 一、酒店信息化的四大问题
 - 二、国内酒店信息化的主要问题分析
 - 三、酒店业信息化选择的误区
 - 第四节、酒店信息化的发展趋势
 - 一、酒店业信息化将升级
 - 二、酒店信息化的三种趋势
 - 三、三五年内酒店信息化应用将达高峰
 - 四、酒店业电子分销的发展走向
- 第十九章、酒店业竞争分析
 - 第一节、酒店业竞争概况
 - 一、新标准搅动中国酒店业竞争
 - 二、中国豪华酒店业进入新竞争时代
 - 三、个性化服务成为酒店业竞争的焦点
 - 第二节、中外酒店业的比较分析及对策
 - 一、中国酒店业的比较优势
 - 二、外方酒店的优势
 - 三、中外酒店的主要差距比较
 - 四、酒店行业的竞争格局

五、中国酒店应对国际竞争的对策分析

第三节、酒店业竞争力分析

- 一、现代酒店业的市场竞争力
- 二、酒店文化有利于增强酒店竞争力
- 三、中国酒店业的核心竞争力
- 四、小型精品酒店的核心竞争力
- 五、以人为本来构建酒店业核心竞争力

第四节、提升竞争力的主要策略

- 一、注重酒店设计突出经营特色
- 二、管理的专业化与创新策略
- 三、人力资源开发策略
- 四、特许经营与连锁经营策略
- 五、开发新市场新产品的策略

第五节、酒店业集群发展提升行业竞争力

- 一、集群理论研究概述
- 二、酒店业集群
- 三、酒店业集群优势与竞争力提升解析

第二十章、酒店业投资分析

第一节、酒店业的投资特性

- 一、赢利性与成长性
- 二、酒店的周期性
- 三、要素的密集性

第二节、酒店业投资现状

- 一、中国酒店业吸引投资的五大优势
- 二、中国酒店业投资机会分析
- 三、国际资本再掀中国酒店业投资狂潮
- 四、酒店地产成房地产投资新热点

第三节、西部市场蕴藏巨大机遇

- 一、旅游与商务是西部开发的重点
- 二、西部市场前景吸引酒店业投资
- 三、西部资源开发现状与策略
- 四、西部酒店市场前景广阔

第四节、酒店业投资风险及建议

- 一、酒店业面对的法律纠纷
- 二、酒店法律风险的影响因素及规避措施

三、酒店地产投资的建议

四、酒店投资前期策划的因素分析

五、酒店餐饮业投资的八个要点

第二十一章、酒店业发展的主要趋势分析

第一节、世界酒店业发展预测

一、酒店业的总体发展走向

二、21世纪全球酒店业发展趋势展望

三、全球酒店格局预测

第二节、中国酒店业的发展趋势

一、2007年中国酒店业趋势展望

二、未来中国酒店业将出现的现象

三、中国酒店业未来发展趋势分析

四、中国酒店地产发展趋势分析

五、酒店的IT发展战略分析

第三节、中国未来酒店业具体发展方向

一、集团化与品牌化发展

二、绿色健康化发展

三、智能化发展

四、数字化发展

五、创新化发展

附录

附录一：中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定

附录二：中国旅游饭店行业规范

附录三：《旅游涉外饭店星级的划分与评定》

附录四：《中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定》

附录五：中华人民共和国旅店业卫生标准

图表目录：

图表1 1975-2000年全球GDP与国际旅游的增长状况

图表2 2001年旅游业对全球经济的贡献

图表3 1995-2001年国际旅游接待人数

图表4 1995-2001年国际旅游收入

图表5 1990-2004年全球旅游经济状况及同期的GDP

图表6 2005年入境旅游人数及构成

图表7 2005年中国国内旅游人数及构成

图表8 2005年出境旅游人数及构成

- 图表9 1990-2006年旅游人数和旅游收入
- 图表10 会展产业的结构优化模式图
- 图表11 1979-2005年餐饮业与社零总额的增长速度比较
- 图表12 2005年各月餐饮业零售额与增长速度
- 图表13 2005年全国三大区域餐饮业发展情况比较
- 图表14 “十五”时期全国三大区域餐饮业零售额
- 图表15 2005年全国各省市餐饮业发展排序
- 图表16 2005年全国各城市餐饮业发展排序
- 图表17 全球酒店平均客房出租率
- 图表18 全球酒店平均房价
- 图表19 全球酒店平均可销售客房收入
- 图表20 欧洲各地区年均客房收益较上年变化情况
- 图表21 欧洲酒店业主要指标较上年变化情况
- 图表22 欧洲主要旅游城市酒店业经营业绩
- 图表23 欧洲酒店平均客房出租率年度变化情况
- 图表24 欧洲酒店平均可销售客房收入年度变化情况
- 图表25 欧洲10大连锁饭店就其所拥有的房间排名表
- 图表26 全美最贵的10个城市客房价值变化幅度排名
- 图表27 2002年美国酒店业主要经营指标
- 图表28 2003年美国酒店业主要经营指标较上年变化情况
- 图表29 美国酒店的平均客房价值
- 图表30 美国酒店供给量年度变化情况
- 图表31 访港游客人均消费表
- 图表32 访港游客留港时间表
- 图表33 香港高价酒店规模与出租率
- 图表34 香港中价酒店规模与出租率
- 图表35 香港旅舍及宾馆的规模与出租率
- 图表36 美国酒店客房出租率年度变化情况
- 图表37 美国酒店平均房价年度变化情况
- 图表38 东亚太酒店业经营业绩
- 图表39 东亚太地区酒店供给量年度变化情况
- 图表40 东亚太地区酒店平均客房出租率年度变化情况
- 图表41 东亚太地区酒店平均房价年度变化情况
- 图表42 希尔顿主要财务指标
- 图表43 香格里拉亚洲有限公司经营和管理的酒店列表

- 图表44 中国旅游涉外酒店座数的增长情况
- 图表45 中国旅游涉外酒店客房、床位的增长情况
- 图表46 中国部分城市五星级出租率情况比较
- 图表47 2004年全国不同性质酒店的基本情况
- 图表48 2004年全国不同规模酒店的基本情况
- 图表49 2004年全国不同星级的酒店基本情况
- 图表50 2004年全国不同性质的酒店经营情况
- 图表51 2004年全国不同规模的酒店经营情况
- 图表52 2004年全国不同星级的酒店经营情况
- 图表53 2000-2005年中国星级酒店总体盈利趋势图
- 图表54 2005年全国星级酒店经营状况
- 图表55 2005年23个主要城市星级酒店经营状况
- 图表56 中国23个主要城市2005年星级酒店盈利情况
- 图表57 2004年全国二星级酒店的地区分布
- 图表58 2004年全国二星级酒店的客房规模
- 图表59 2004年全国二星级酒店的人均收益
- 图表60 2004年全国二星级酒店的营业收入构成
- 图表61 2004年全国三星级饭店的客房规模
- 图表62 2004年全国三星级饭店的人均收益
- 图表63 2004年全国三星级饭店的营业收入构成
- 图表64 2004年全国三星级饭店的住宿人数和人天数
- 图表65 2004年全国四星级饭店的地区分布
- 图表66 2004年全国四星级饭店的客房规模
- 图表67 2004年全国四星级饭店的营业收入构成
- 图表68 2004年全国四星级饭店的住宿人数和人天数
- 图表69 2004年全国五星级饭店的地区分布
- 图表70 2004年全国五星级饭店的客房规模
- 图表71 2004年全国五星级饭店的营业收入构成
- 图表72 2004年全国五星级饭店的住宿人数和人天数
- 图表73 2001-2005年中国五星级酒店数量增长
- 图表74 2001-2005年中国五星级酒店客房数量增长趋势
- 图表75 2004年全年入境旅游人数
- 图表76 2004年12月入境过夜旅游者人数及构成
- 图表77 2004年入境过夜旅游者人数及构成
- 图表78 2004年全国国内旅游基本情况

图表79 2004年12月主要客源国的入境人数与2002年同期相比的增长率

图表80 2004年全年主要客源国的入境人数与2002年同期相比的增长率

图表81 2004年12月全国旅游外汇收入的构成

图表82 2004年全国旅游外汇收入的构成

图表83 2004年全年按不同客源地划分的游客在华花费情况

图表84 2004不同出游目的的境外游客在华人均消费比较表

图表85 2004不同出游目的的国内游客人均花费比较表

图表86 2004年主要城市国际旅游（外汇）收入情况

图表87 2004年入境旅游者人均天消费构成

图表88 2004年入境游客的消费构成

图表89 2004年各省（市、自治区）星级酒店消费比例表（%）

图表90 2004年入境过夜旅游者在华对住宿设施的选择

图表91 国内旅游者对住宿设施的选择

图表92 男性过夜旅游者对住宿设施的选择比例

图表93 女性过夜旅游者对住宿设施的选择比例

图表94 2004年不同年龄游客对住宿设施选择比例

图表95 2004年不同文化程度的游客在不同的住宿设施中住宿时间比例

图表96 2004年不同目的的出游者选择不同住宿设施住宿的时间比例

图表97 入境游客在华停留时间变化表

图表98 2004年国内城镇游客出游情况（按目的分）

图表99 2004年国内农民出游目的比例表

图表100 2004年入境外国游客人数和比例（按目的分）

图表101 2004年入境外国游客不同目的的人数比例图

图表102 2004年入境旅游者对中国各旅游资源感兴趣的比例

图表103 2004年外国旅游者对中国各旅游资源感兴趣的比例

图表104 2004年国内游客对住宿设施的评价

图表105 2004年国内游客对餐饮的评价

图表106 2004年国内游客对交通的评价

图表107 2004年国内游客对娱乐的评价

图表108 2004年国内游客对购物的评价

图表109 中国各经济型酒店的数量

图表110 酒店投资概算

图表111 酒店营业收入分析

图表112 旅游区酒店营业分析

图表113 海鲜酒家营业收入分析

- 图表114 2005-2010年“锦江之星”的发展目标
- 图表115 五星级产权酒店客房收入统计表
- 图表116 2005年12月份及全年主要客源国（地区）来京人数情况
- 图表117 2006年华天酒店利润总额及构成
- 图表118 2006年华天酒店非经常性损益项目及金额
- 图表119 2004-2006年华天酒店主要会计数据及财务指标
- 图表120 2006年华天酒店净资产收益率及每股收益
- 图表121 2006年华天酒店主营业务分行业情况
- 图表122 2006年华天酒店主营业务分地区情况
- 图表123 2006年华天酒店资产构成情况
- 图表124 2006年华天酒店费用、利润情况表
- 图表125 2007年上半年华天酒店主要财务数据及指标
- 图表126 2007年上半年华天酒店非经常性损益项目及金额
- 图表127 2007年上半年华天酒店净资产收益率及每股收益
- 图表128 2007年上半年华天酒店财务数据分析
- 图表129 2007年上半年华天酒店主营业务分行业、产品情况表
- 图表130 2007年上半年华天酒店主营业务分地区情况表
- 图表131 2006年锦江股份主要财务数据
- 图表132 2006年锦江股份非经常性损益项目及金额
- 图表133 2004-2006年锦江股份主要会计数据及财务指标
- 图表134 2004-2006年锦江股份净资产收益率及每股收益
- 图表135 2006年锦江股份主营业务分行业、产品情况表
- 图表136 2006年锦江股份占主营业务10%以上产品情况表
- 图表137 2006年锦江股份主营业务分地区情况表
- 图表138 2007年第一季度锦江股份主要会计数据及财务指标
- 图表139 2007年第一季度锦江股份非经常性损益项目及金额
- 图表140 2007年第一季度锦江股份部分行业营业情况
- 图表141 2007年第一季度锦江股份部分行业营业情况
- 图表142 2006年新都酒店主要业务数据
- 图表143 2006年新都酒店非经常性损益项目及金额
- 图表144 2004-2006年新都酒店主要会计数据及财务指标
- 图表145 2006年新都酒店主营业务表
- 图表146 2006年新都酒店主营业务分行业情况表
- 图表147 2007年第一季度新都酒店主要会计数据及财务指标
- 图表148 2007年第一季度新都酒店非经常性损益项目及金额

- 图表149 2007年第一季度新都酒店利润及利润分配表
- 图表150 2006年金陵饭店主要财务数据
- 图表151 2006年金陵饭店非经常性损益项目及金额
- 图表152 2004-2006年金陵饭店主要会计数据及财务指标
- 图表153 2006年金陵饭店主营业务分行业情况表
- 图表154 2006年金陵饭店占主营业务10%以上的产品情况
- 图表155 2007年第一季度金陵饭店主要会计数据及财务指标
- 图表156 2007年第一季度金陵饭店非经常性损益吸纳及金额
- 图表157 2007年第一季度金陵饭店利润表
- 图表158 2006年东方宾馆实现的利润及构成
- 图表159 2006年东方宾馆非经常性损益项目及金额
- 图表160 2004-2006年东方宾馆主要会计数据及财务指标
- 图表161 2006年东方宾馆净资产收益率及每股收益指标
- 图表162 2006年东方宾馆主营业务收入构成
- 图表163 2007年第一季度东方宾馆主要会计数据及财务指标
- 图表164 2007年第一季度东方宾馆非经常性损益项目及金额
- 图表165 2007年第一季度东方宾馆利润表
- 图表166 雅高酒店集团的国际化历程
- 图表167 雅高集团在全球的酒店分布情况
- 图表168 美国酒店消费者类型
- 图表169 消费者最满意的10大品牌
- 图表170 1995-2000年期间美国精品小酒店与全美及其他类型豪华酒店的对比情况
- 图表171 西班牙的游客利用INTERNET的状况
- 图表172 1991-2003年全球GDS预订量
- 图表173 互联网时代新的电子分销中介网络
- 图表174 三种分销渠道费用分析
- 图表175 2000年中外酒店集团拥有酒店数量对比图
- 图表176 2000年中外酒店集团拥有客房数量对比图
- 图表177 中美酒店的几个指标比较
- 图表178 不同经济类型酒店的赢利能力比较
- 图表179 星级酒店与非星级酒店创收能力比较
- 图表180 不同规模酒店创收能力比较
- 图表181 不同地区酒店创收能力比较
- 图表182 美国各等级酒店的投资成本平均水平
- 图表183 酒店板块2005年前三季度业绩同比增长率

图表184 1950-2020年世界主要旅游目的地的演变

图表185 1997年全球酒店财团24强

图表186 2002年全球酒店财团24强

图表187 1997年全球酒店25强

图表188 2003年全球酒店25强

图表189 2002年按销售额排名世界前25位的酒店集团

图表190 2004年全球10大酒店集团

图表191 2004年全球10大酒店品牌

图表192 2004年世界最大的5个单体酒店

图表193 近几年全球平均客房出租率排名靠前的城市

图表194 全球平均可销售客房收入排名前10位的城市

图表195 全球平均房价排名前10位的城市

图表196 未来2年酒店用品销售额预测

图表197 中国酒店业设备采购增长情况

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/200805/92098876B5843660.html>