

2020-2026年中国酒店及酒店管理市场行情动态及 投资规模预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国酒店及酒店管理市场行情动态及投资规模预测报告》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/201911/804231.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

智研咨询发布的《2020-2026年中国酒店及酒店管理市场行情动态及投资规模预测报告》共七章。首先介绍了酒店及酒店管理行业市场发展环境、酒店及酒店管理整体运行态势等，接着分析了酒店及酒店管理行业市场运行的现状，然后介绍了酒店及酒店管理市场竞争格局。随后，报告对酒店及酒店管理做了重点企业经营状况分析，最后分析了酒店及酒店管理行业发展趋势与投资预测。您若想对酒店及酒店管理产业有个系统的了解或者想投资酒店及酒店管理行业，本报告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1章：国际酒店竞争策略借鉴

1.1 国际酒店在华布局状况

1.1.1 国际酒店在华布局分析

1.1.2 国际酒店在华经营状况

1.1.3 主要在华国际酒店分析

1.2 国际酒店在华经营策略

1.2.1 大部分档次全覆盖策略

1.2.2 品牌管理延伸策略

1.2.3 紧握新兴市场策略

1.3 国际酒店在华竞争优势劣势分析

1.3.1 国际酒店在华竞争优势分析

1.3.2 国际酒店在华竞争劣势分析

(1) 扩张方式的选择上受到制约

(2) 中国特有国情及所有制关系带来制约

(3) 相对较昂的管理成本制约

1.4 国际酒店在华竞争策略借鉴

1.4.1 大规模、多品牌全面扩张

(1) 宏观层面的扩张分析

(2) 微观层面的扩张分析

1.4.2 以管理合同为主要扩张方式

(1) 管理合同的期限将缩短

- (2) 带资管理将成为主流
- (3) 管理业绩衡量标准将调整
- 1.4.3 经济型酒店将成为最主要的发力点
 - (1) 国际酒店选择经济型酒店的原因
 - (2) 国际酒店选择经济型酒店的弊端
- 1.5 国际酒店的销售策略借鉴
 - 1.5.1 国际酒店的销售模式分析
 - (1) “交易式”销售模式
 - (2) “利益式”销售模式
 - (3) “顾问式”销售模式
 - (4) “增值式”销售模式
 - 1.5.2 国内外酒店销售对比
 - (1) 销售模式对比
 - (2) 销售主导对比
 - (3) 销售人员策略对比
 - (4) 薪资结构对比
 - (5) 销售人员管理对比
 - 1.5.3 国内酒店销售模式的弊端
 - (1) 客户资源流失严重
 - (2) 客户资源的利用率低
 - (3) 客户资源挖掘不充分
 - (4) 业务过程难以协同
 - 1.5.4 国内酒店销售模式提升策略

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

2.1 经济型酒店竞争分析

2.1.1 经济型酒店竞争背景

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

2.1.2 经济型酒店竞争格局

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

2.1.3 经济型酒店竞争特点分析

- (1) 目标客户群特点

- (2) 服务功能特点
- (3) 客户规模及成本特点
- (4) 扩张方式特点
- 2.1.4 经济型酒店品牌竞争力提升SWOT分析
 - (1) 品牌建设优势
 - (2) 品牌建设劣势
 - (3) 品牌建设机遇
 - (4) 品牌建设威胁
- 2.1.5 内外资经济型酒店核心竞争力比较
 - (1) 品牌塑造比较
 - (2) 客源市场定位比较
 - (3) 资本投入比较
 - (4) 价格制定比较
 - (5) 人力资源比较
 - (6) 网络营销比较
- 2.1.6 经济型酒店创新经营模式分析
 - (1) 轻资产发展模式
 - (2) 圈地式扩张模式
 - (3) 运营和盈利模式
 - (4) 经济型酒店发展模式前景
- 2.1.7 经济型酒店发展前景及投资预测
 - (1) 经济型酒店发展的主要驱动因素
 - (2) 经济型酒店发展瓶颈分析
 - (3) 经济型酒店的发展前景预测
 - (4) 未来经济型酒店的投资热点预测
- 2.1.8 经济型酒店竞争策略与建议
 - (1) 酒店差异化竞争策略分析
 - (2) 酒店成本领先策略分析
- 2.2 商务酒店竞争分析
 - 2.2.1 商务酒店竞争背景
 - (1) 商务酒店竞争的政策背景
 - (2) 商务酒店竞争的经济背景
 - (3) 商务酒店竞争的行业背景
 - 2.2.2 商务酒店竞争格局
 - (1) 区域分布格局

- (2) 产品竞争格局
- (3) 酒店档期和竞争企业格局
- 2.2.3 商务酒店品牌竞争力“五力聚首品牌模型”分析
- 2.2.4 商务酒店营销模式创新分析
 - (1) 连锁品牌经营模式创新
 - (2) 产品导向创新
 - (3) 价格策略运用创新
 - (4) 商务便捷性细节服务创新
- 2.2.5 商务酒店发展前景预测
 - (1) 一线城市发展前景预测
 - (2) 二三线城市发展前景预测
- 2.2.6 商务酒店竞争策略与建议
- 2.3 旅游度假酒店竞争分析
 - 2.3.1 旅游酒店竞争背景
 - (1) 旅游度假酒店竞争的政策背景
 - (2) 旅游度假酒店竞争的经济背景
 - (3) 旅游度假酒店竞争的行业背景
 - 2.3.2 旅游度假酒店竞争格局
 - 2.3.3 旅游度假酒店竞争特点
 - (1) 远离客源地，知名度很重要
 - (2) 市场需求多样，度假产品开发很必要
 - (3) 关注交通，把握可进入性
 - (4) 分清酒店权益，平衡直销与分销的关系
 - 2.3.4 旅游度假酒店产品竞争分析
 - 2.3.5 旅游度假酒店价格竞争分析
 - 2.3.6 分时度假酒店的竞争潜力
 - (1) 国内分时度假酒店市场现状
 - (2) 国内分时度假酒店问题分析
 - 2.3.7 旅游度假酒店投资兼并重组分析
 - (1) 国有酒店与酒店集团的重组
 - (2) 国有酒店与民营酒店的上市融资
 - (3) 民营企业对酒店业的投资
 - (4) 投资的区域与酒店类型发生变化
 - 2.3.8 旅游度假酒店竞争策略与建议
- 2.4 产权式酒店竞争分析

2.4.1 产权式酒店竞争背景

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

2.4.2 产权式酒店的客户分布格局

2.4.3 中国产权式酒店利益分布格局

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

2.4.4 产权式酒店的经营模式对比

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

2.4.5 产权式酒店发展的可行性分析

- (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
- (2) 中国旅游经济的快速发展为产权式酒店奠定了基础

2.4.6 中国产权式酒店目前存在的问题

- (1) 产权关系上存在着问题
- (2) 投资者受益权难以保证
- (3) 退出机制存在问题
- (4) 产品和服务缺少本土化特色

2.4.7 产权式酒店发展策略与建议

- (1) 发展分时度假交换体系
- (2) 服务经营与资产经营并重
- (3) 价格实施本土化
- (4) 产品结构力争多元化、人性化、个性化

2.5 主题式酒店竞争分析

2.5.1 主题式酒店竞争背景

- (1) 主题式酒店竞争的政策背景
- (2) 主题式酒店竞争的经济背景
- (3) 主题式酒店竞争的行业背景

2.5.2 主题式酒店竞争格局

- (1) 主题式酒店区域分布格局
- (2) 领先主题式酒店竞争格局

2.5.3 主题酒店集群优势和竞争力分析

- (1) 集群内酒店企业竞争特点分析
- (2) 酒店集群直接经济因素竞争分析
- (3) 酒店集群非直接经济因素竞争分析
- (4) 集群案例——成都打造主题酒店之都

2.5.4 国外领先主题酒店经验借鉴

- (1) 全球首家海底酒店——Poseidon Undersea Resorts
- (2) 全球第一家冰旅馆——瑞典冰旅馆Ice Hotel
- (3) 亚洲第一摇滚主题——巴厘岛Hard Rock Hotel Bail
- (4) 金字塔主题酒店——金字塔酒店Luxor Hotel
- (5) 像鸟儿一样住在树上——美国树屋旅馆

2.5.5 中国主题式酒店存在的问题

- (1) 重文化表象轻文化实质
- (2) 重硬件轻软件
- (3) 重静态展示轻顾客体验
- (4) 忽视细节对主题展示的作用
- (5) 对开发条件缺乏全面分析
- (6) 资金实力不足影响后续发展

2.5.6 主题式酒店的发展趋势

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

2.5.7 主题酒店竞争策略与建议

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

第3章：中国星级酒店竞争现状及竞争策略

3.1 星级酒店竞争背景分析

3.1.1 星级酒店竞争的政策背景

3.1.2 星级酒店竞争的经济背景

3.1.3 星级酒店竞争的行业背景

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

3.2 星级酒店竞争格局分析

3.2.1 星级酒店数量及变化情况

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

3.2.2 星级酒店数量分布格局

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

3.2.3 主要省市星级酒店格局

- (1) 北京市星级酒店格局
- (2) 上海市星级酒店格局
- (3) 广州市星级酒店格局
- (4) 深圳市星级酒店格局
- (5) 天津市星级酒店格局
- (6) 海南省星级酒店格局
- (7) 浙江省星级酒店格局
- (8) 福建省星级酒店格局
- (9) 吉林省星级酒店格局
- (10) 江苏省星级酒店格局
- (11) 四川省星级酒店格局

3.3 星级酒店价格竞争策略

3.3.1 星级酒店整体价格竞争情况分析

3.3.2 不同星级酒店价格及其涨价情况分析

- (1) 五星级酒店平均房价及其涨价情况分析
- (2) 四星级酒店平均房价及其涨价情况分析
- (3) 三星级酒店平均房价及其涨价情况分析
- (4) 二星级酒店平均房价及其涨价情况分析
- (5) 一星级酒店平均房价及其涨价情况分析

3.3.3 星级酒店价格竞争趋势分析

3.3.4 星级酒店价格竞争策略分析

3.4 星级酒店客源竞争策略

3.4.1 星级酒店整体出租率分析

3.4.2 不同星级酒店出租率及其变化分析

(1) 五星级酒店出租率及其变化分析

(2) 四星级酒店出租率及其变化分析

(3) 三星级酒店出租率及其变化分析

(4) 二星级酒店出租率及其变化分析

(5) 一星级酒店出租率及其变化分析

3.4.3 星级酒店客源竞争趋势分析

3.4.4 星级酒店客源竞争策略分析

第4章：中国酒店产业链扩张与综合竞争力提升分析

4.1 酒店投资兼并重组背景分析

4.1.1 酒店投资兼并重组政策背景

4.1.2 酒店投资兼并重组经济背景

4.1.3 酒店投资兼并重组特殊分析

4.2 酒店横向投资兼并重组分析

4.2.1 酒店横向投资兼并重组频率分析

4.2.2 酒店横向投资兼并重组案例分析

(1) 如家收购莫泰

(2) 7天收购华天之星

(3) 锦江之星投资国外市场

4.3 酒店纵向投资兼并重组分析

4.3.1 酒店纵向投资兼并重组频率分析

4.3.2 酒店纵向投资兼并重组的领域分析

(1) 酒店-餐饮业投资兼并重组分析

(2) 酒店-旅游业投资兼并重组分析

(3) 酒店-地产业投资兼并重组分析

(4) 酒店-家纺业投资兼并重组分析

(5) 酒店-家具业投资兼并重组分析

(6) 酒店-会展业投资兼并重组分析

4.3.3 横向投资兼并重组案例分析

4.4 中国IPO上市酒店投资分析

4.4.1 IPO上市酒店投资规模分析

4.4.2 IPO上市酒店投资项目分析

4.4.3 IPO上市酒店预计收益分析

4.4.4 IPO上市酒店实际收益分析

第5章：中国酒店核心竞争力提升策略

5.1 酒店渠道扩张及品牌竞争力提升策略

5.1.1 直营店渠道扩张分析

- (1) 直营店扩张模式适用企业分析
- (2) 直营店扩张模式的优势分析
- (3) 直营店扩张模式在推广中存在的问题
- (4) 直营店扩张模式存在问题的改进措施
- (5) 直营店扩张模式典型案例分析
- (6) 直营店扩张模式的发展前景及建议

5.1.2 特许经营渠道扩张分析

- (1) 特许经营扩张模式适用企业分析
- (2) 特许经营扩张模式的优势分析
- (3) 特许经营扩张模式在推广中存在的问题
- (4) 特许经营扩张模式存在问题的改进措施
- (5) 特许经营扩张模式典型案例分析
- (6) 特许经营扩张模式的发展前景及建议

5.1.3 战略联盟渠道扩张分析

- (1) 战略联盟扩张模式适用企业分析
- (2) 战略联盟扩张模式的优势分析
- (3) 战略联盟扩张模式在推广中存在的问题
- (4) 战略联盟扩张模式存在问题的改进措施
- (5) 战略联盟扩张模式典型案例分析
- (6) 战略联盟扩张模式的发展前景及建议

5.1.4 兼并收购模式扩张分析

- (1) 兼并收购扩张模式适用企业分析
- (2) 兼并收购扩张模式的优势分析
- (3) 兼并收购扩张模式在推广中存在的问题
- (4) 兼并收购扩张模式存在问题的改进措施
- (5) 兼并收购扩张模式典型案例分析
- (6) 兼并收购扩张模式的发展前景及建议

5.2 酒店服务标准化及服务竞争力提升策略

5.2.1 标准化服务向细节下沉

5.2.2 将个性化服务标准化

5.2.3 会员服务技巧化

5.2.4 员工服务理念的培养

5.2.5 软硬件升级提升服务基础

5.3 酒店人效提升及人力资源竞争力提升策略

5.3.1 员工培训的投资回报分析

5.3.2 组织员工服务竞赛等活动

5.3.3 员工绩效制度的创新模式

5.3.4 员工间竞争制度的建立

5.3.5 员工归属感的培养方法

5.3.6 高性价比员工引进思路

5.4 酒店营销模式创新及营销竞争力提升策略

5.4.1 酒店集团化营销模式

5.4.2 酒店信息化营销模式

5.4.3 酒店体验式营销模式

5.4.4 酒店精准营销模式

第6章：中国酒店客源竞争力提升策略

6.1 酒店客源提升背景分析

6.1.1 酒店主动引客的必要性分析

(1) 竞争加剧——酒店少散到高度密集

(2) 利润下滑——客源突破已不可忽视

(3) 对手出招——竞争对手纷纷进行主动引客

6.1.2 酒店客源数量及变化情况

6.1.3 酒店客源数量整体分布情况

6.1.4 重点省市酒店客源数量分析

6.2 酒店酒店老客户维护策略分析

6.2.1 为竞争对手制造障碍

6.2.2 巩固客户退出壁垒

6.2.3 满足客户需求的策略

6.2.4 酒店建立客户信任的策略

6.2.5 领先酒店常用的简单有效客户维护方法

6.3 酒店新客户开发策略分析

6.3.1 全员工社交圈发散

6.3.2 利用老客户社交圈

6.3.3 当地机构名录寻找

6.3.4 潜在大客户拜访

6.3.5 酒店宣传册邮寄

6.3.6 网络推广策略

6.3.7 酒店品牌知名度提升策略

6.4 酒店主要营销策略分析

6.4.1 酒店差异化营销战略分析

6.4.2 酒店行业非价格营销策略分析

(1) 产品差异性策略

(2) 追求个性化服务

(3) 品牌策略

(4) 促销宣传策略

6.4.3 酒店行业以客户为中心营销分析

(1) 客户营销步骤分析

(2) 拓展营销领域方法分析

(3) 客户关系组织架构构建

6.4.4 酒店行业网络营销策略分析

(1) 酒店网络营销必要性分析

(2) 酒店业开展网络营销的现状

(3) 酒店业网络营销中存在的问题

(4) 酒店业开展网络营销的策略

6.5 四类常规重点客户开发策略分析

6.5.1 旅行社及旅客开发策略

6.5.2 网络订房客户开发策略

6.5.3 协议客户、大客户开发策略

6.5.4 商务散客开发策略

6.6 酒店不同客户定位及相应客户群突破策略分析

6.6.1 政府客户开发及突破策略

6.6.2 高端客户开发及突破策略

6.6.3 中端客户开发及突破策略

6.6.4 低端客户开发及突破策略

第7章：中国领先酒店竞争分析

7.1 领先国际酒店集团竞争分析

7.1.1 洲际酒店集团

(1) 集团概况 (ZY ZS)

(2) 酒店的拓展方式

(3) 酒店经营网络分布

(4) 集团经营状况分析

(5) 集团在华发展状况

7.1.2 温德姆酒店集团

(1) 集团概况

(2) 酒店的拓展方式

(3) 酒店经营网络分布

(4) 集团经营状况分析

(5) 集团在华发展状况

7.1.3 雅高酒店集团

(1) 集团概况

(2) 酒店的拓展方式

(3) 酒店经营网络分布

(4) 集团经营状况分析

(5) 集团在华发展状况

7.1.4 希尔顿酒店集团

(1) 集团概况

(2) 酒店的拓展方式

(3) 集团经营状况分析

(4) 集团在华发展状况

7.2 领先经济型酒店竞争分析

7.2.1 如家酒店集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.2.2 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.2.3 上海莫泰酒店管理有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.2.4 7天连锁酒店集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.2.5 汉庭酒店集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.2.6 华天酒店集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.2.7 深圳新都酒店股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.3 领先旅游度假酒店竞争分析

7.3.1 北京首都旅游股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.3.2 中青旅控股股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.3.3 深圳华侨城股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.3.4 黄山旅游发展股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

7.3.5 峨眉山旅游股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

图表目录：

图表1：2019年国内经济型酒店品牌排名

图表2：2019年Q4经济型酒店客房数城市份额（单位：%）

图表3：2019年Q4经济型酒店门店数前10名（按客房数排名）（单位：间，家）

图表4：经济型酒店、星级酒店及招待所运行基本特征比较

图表5：经济型酒店品牌建设SWOT分析

图表6：某经济型酒店老旧厂房改建项目投资预算（单位：万元/间，%）

图表7：2019经济型酒店行业主要融资活动

图表8：经济型酒店重新定义住宿业的内部结构

图表9：经济型酒店的盈利模式

图表10：2015-2019年四品牌酒店数量（直营店/加盟店）（单位：家）

图表11：经济型酒店客源市场占比分析（单位：%）

图表12：主要经济型酒店上市公司情况（单位：亿美元）

图表13：经济型酒店成长周期图示

图表14：2019年全国中档商务酒店排行榜（单位：家，间，元/间）

图表15：商务酒店以价格为标准分类分析

图表16：五力聚首品牌模型

图表17：中国会展型酒店的优势分析

图表18：中国会展型酒店的劣势分析

图表19：国内分时度假酒店现状分析

图表20：海外产权式酒店发展历程

图表21：2015-2019年各地区新增产权酒店数量统计（单位：家）

图表22：2015-2019年各地区新增产权酒店数量统计（单位：家）

图表23：产权式酒店的客户群体分析

图表24：产权式酒店利益相关者关系图

图表25：产权酒店权益关系——投资合同期间

图表26：产权式酒店的经营模式分析

图表27：中国部分主题酒店统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201911/804231.html>