

2018-2024年中国综合酒店市场分析预测及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国综合酒店市场分析预测及投资方向研究报告》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/201801/599306.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

自2014年起，我国酒店客房需求增速开始超过供给增速；2016年，供需差进一步扩大，需求增速 6.3%，供给增速 3.8%。

我国酒店客房需求增速超过供给增速

中国目前的人口收入结构属金字塔型，从人均角度与美国差距较大，中短期不具备构成纺锤型社会的条件。

这决定了国内酒店业仍将以经济型为主导。从绝对数量看，国际酒店巨头在酒店、房间规模上具有明显优势，随着我国酒店业的连锁扩张，我国酒店数量规模不断提升，产业集中度亦不断加强。

国外酒店中高端占比普遍高于我国

智研咨询发布的《2018-2024年中国综合酒店市场分析预测及投资方向研究报告》共十章。首先介绍了中国综合酒店行业市场发展环境、综合酒店整体运行态势等，接着分析了中国综合酒店行业市场运行的现状，然后介绍了综合酒店市场竞争格局。随后，报告对综合酒店做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国综合酒店行业发展趋势与投资预测。您若想对综合酒店产业有个系统的了解或者想投资中国综合酒店行业，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：

第一章 2017年综合体酒店市场发展态势

第一节 综合体酒店发展现状与趋势

一、综合体酒店发展现状

二、综合体酒店发展特点

三、综合体酒店未来发展趋势

四、综合体酒店国内市场竞争格局

五、主要综合体酒店品牌市场份额

第二节 综合体酒店经验模式分析

一、不同经验模式的市场份额

二、综合体酒店体制特点

三、综合体酒店经验模式

第三节 综合体酒店发展环境现状

- 一、政策环境
- 二、市场环境
- 三、融资环境
- 四、人才环境

第四节 综合体酒店运营情况分析

- 一、数量规模
- 二、综合体酒店结构情况
- 三、综合体酒店经营情况
- 四、综合体酒店品牌格局
- 五、综合体酒店入住率
- 六、综合体酒店价格分析
- 七、综合体酒店客房收入
- 八、综合体酒店收入构成

第五节 综合体酒店品牌细化指数

- 一、搜素指数
- 二、媒体指数
- 三、舆情指数
- 四、运营指数

第六节 中国综合体酒店品牌分析

- 一、业内领先的综合体酒店品牌分析
- 二、综合体酒店品牌指数MBI

第七节 中国综合体酒店市场主流品牌实际运营案例分析

- 一、中国综合体酒店运营表现
- 二、XX、XX品牌优势突出
- 三、整体客群关注度等表现分析
- 四、不同发展阶段的综合体酒店媒体投放偏好分析

第八节 深圳市温泉酒店市场分析

- 一、深圳市综合体酒店行业需求分析
- 二、深圳市综合体酒店发展情况
- 三、深圳市综合体酒店存在的问题与建议

第九节 东莞市综合体酒店市场分析

- 一、东莞市综合体酒店行业需求分析
- 二、东莞市综合体酒店发展情况
- 三、东莞市综合体酒店存在的问题与建议

第二章 2017年中国温泉特色酒店模式

第一节 温泉特色酒店模式分析

- 一、温泉特色酒店开发总体模式
- 二、“特色温泉+景区”
- 三、“温泉+商务”
- 四、“温泉+会议”
- 五、温泉+亲子
- 六、温泉+休闲娱乐/旅游度假

第二节 竞争对手渠道模式

- 一、温泉特色酒店市场渠道情况
- 二、温泉特色酒店竞争对手渠道模式
- 三、温泉特色酒店直营代理分布情况

第三节 深圳市温泉酒店市场分析

- 一、深圳市温泉酒店行业需求分析
- 二、深圳市温泉酒店发展情况
- 三、深圳市温泉酒店存在的问题与建议

第四节 东莞市温泉酒店市场分析

- 一、东莞市温泉酒店行业需求分析
- 二、东莞市温泉酒店发展情况
- 三、东莞市温泉店存在的问题与建议

第三章 重点酒店研究

第一节 东莞松山湖凯悦酒店

- 一、企业发展概述及营销策略分析
- 二、经营模式
- 三、全年平均房价及入住率分析
- 四、淡旺季平均房价及入住率分析
- 五、酒店产品特点及对比优势
- 六、竞争力分析
- 五、各类渠道要素对比
- 六、传播现状及方式

第二节 东莞观澜湖度假酒店

- 一、企业发展概述及营销策略分析
- 二、经营模式
- 三、全年平均房价及入住率分析
- 四、淡旺季平均房价及入住率分析

五、酒店产品特点及对比优势

六、竞争力分析

五、各类渠道要素对比

六、传播现状及方式

第三节 深圳东部华侨城茵特拉根酒店

一、企业发展概述及营销策略分析

二、经营模式

三、全年平均房价及入住率分析

四、淡旺季平均房价及入住率分析

五、酒店产品特点及对比优势

六、竞争力分析

五、各类渠道要素对比

六、传播现状及方式

第四节 深圳大梅沙京基喜来登度假酒店

一、企业发展概述及营销策略分析

二、经营模式

三、全年平均房价及入住率分析

四、淡旺季平均房价及入住率分析

五、酒店产品特点及对比优势

六、竞争力分析

五、各类渠道要素对比

六、传播现状及方式

第五节 深圳佳兆业万豪酒店（大鹏新区）

一、企业发展概述及营销策略分析

二、经营模式

三、全年平均房价及入住率分析

四、淡旺季平均房价及入住率分析

五、酒店产品特点及对比优势

六、竞争力分析

五、各类渠道要素对比

六、传播现状及方式

第六节 广州增城白水寨嘉华温泉酒店

一、企业发展概述及营销策略分析

二、经营模式

三、全年平均房价及入住率分析

四、淡旺季平均房价及入住率分析

五、酒店产品特点及对比优势

六、竞争力分析

五、各类渠道要素对比

六、传播现状及方式

第七节 广州从化都喜泰丽温泉度假酒店

一、企业发展概述及营销策略分析

二、经营模式

三、全年平均房价及入住率分析

四、淡旺季平均房价及入住率分析

五、酒店产品特点及对比优势

六、竞争力分析

五、各类渠道要素对比

六、传播现状及方式

第八节 惠州金海湾嘉华度假酒店（巽寮湾）

一、企业发展概述及营销策略分析

二、经营模式

三、全年平均房价及入住率分析

四、淡旺季平均房价及入住率分析

五、酒店产品特点及对比优势

六、竞争力分析

五、各类渠道要素对比

六、传播现状及方式

第九节 檀悦豪生度假酒店（巽寮湾）

一、企业发展概述及营销策略分析

二、经营模式

三、全年平均房价及入住率分析

四、淡旺季平均房价及入住率分析

五、酒店产品特点及对比优势

六、竞争力分析

五、各类渠道要素对比

六、传播现状及方式

第四章 2018-2024年温泉特色酒店行业发展趋势及影响因素

第一节 2018-2024年温泉特色酒店行业市场前景分析

一、温泉特色酒店市场容量分析

- 二、温泉特色酒店行业利好利空政策
- 三、温泉特色酒店行业发展前景分析
- 2012-2017年中国温泉旅游产品消费规模

第二节 2018-2024年温泉特色酒店行业未来发展预测分析

- 一、中国温泉特色酒店发展方向分析
- 二、2018-2024年中国温泉特色酒店行业发展规模
- 三、2018-2024年中国温泉特色酒店行业发展趋势预测

第三节 2018-2024年温泉特色酒店行业供需预测

- 一、2018-2024年温泉特色酒店行业供给预测
- 二、2018-2024年温泉特色酒店行业需求预测

第四节 2018-2024年影响企业经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、2018-2024年中国温泉特色酒店行业SWOT分析

- 1、优势分析
- 2、劣势分析
- 3、机会分析
- 4、风险分析

第五章 互联网对会议型酒店的影响分析

第一节 互联网对会议型酒店行业的影响

- 一、智能会议型酒店设备发展情况分析
 - 1、智能会议型酒店设备发展概况
 - 2、主要会议型酒店APP应用情况
- 二、会议型酒店智能设备经营模式分析
 - 1、智能硬件模式
 - 2、会议型酒店APP模式
 - 3、虚实结合模式
 - 4、个性化资讯模式
- 三、智能设备对会议型酒店行业的影响分析
 - 1、智能设备对会议型酒店行业的影响
 - 2、会议型酒店智能设备的发展趋势分析

第二节 互联网+会议型酒店发展模式分析

一、互联网+会议型酒店商业模式解析

1、会议型酒店O2O模式分析

(1) 运行方式

(2) 盈利模式

2、智能联网模式

(1) 运行方式

(2) 盈利模式

二、互联网+会议型酒店案例分析

1、案例一

2、案例二

3、案例三

4、案例四

5、案例五

三、互联网背景下会议型酒店行业发展趋势分析

第六章 中国会议型酒店需求与消费者偏好调查

第一节 会议型酒店产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 会议型酒店产品的品牌市场调查

一、消费者对会议型酒店品牌认知度宏观调查

二、消费者对会议型酒店产品的品牌偏好调查

三、消费者对会议型酒店品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、会议型酒店品牌忠诚度调查

六、会议型酒店品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第四节 深圳市会议型酒店市场分析

一、深圳市会议型酒店行业需求分析

- 二、深圳市会议型酒店发展情况
- 三、深圳市会议型酒店存在的问题与建议
- 第五节 东莞市会议型酒店市场分析
 - 一、东莞市会议型酒店行业需求分析
 - 二、东莞市会议型酒店发展情况
 - 三、东莞市会议型酒店存在的问题与建议
- 第七章 互联网对度假型酒店的影响分析
 - 第一节 互联网对度假型酒店行业的影响
 - 一、智能度假型酒店设备发展情况分析
 - 1、智能度假型酒店设备发展概况
 - 2、主要度假型酒店APP应用情况
 - 二、度假型酒店智能设备经营模式分析
 - 1、智能硬件模式
 - 2、度假型酒店APP模式
 - 3、虚实结合模式
 - 4、个性化资讯模式
 - 三、智能设备对度假型酒店行业的影响分析
 - 1、智能设备对度假型酒店行业的影响
 - 2、度假型酒店智能设备的发展趋势分析
 - 第二节 互联网+度假型酒店发展模式分析
 - 一、互联网+度假型酒店商业模式解析
 - 1、度假型酒店O2O模式分析
 - (1) 运行方式
 - (2) 盈利模式
 - 2、智能联网模式
 - (1) 运行方式
 - (2) 盈利模式
 - 二、互联网+度假型酒店案例分析
 - 1、案例一
 - 2、案例二
 - 3、案例三
 - 4、案例四
 - 5、案例五
 - 三、互联网背景下度假型酒店行业发展趋势分析
- 第八章 中国度假型酒店需求与消费者偏好调查

第一节 度假型酒店产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 度假型酒店产品的品牌市场调查

- 一、消费者对度假型酒店品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对度假型酒店产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对度假型酒店品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、度假型酒店品牌忠诚度调查
- 六、度假型酒店品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度

第四节 深圳市度假型酒店市场分析

- 一、深圳市度假型酒店行业需求分析
- 二、深圳市度假型酒店发展情况
- 三、深圳市度假型酒店存在的问题与建议

第五节 东莞市度假型酒店市场分析

- 一、东莞市度假型酒店行业需求分析
- 二、东莞市度假型酒店发展情况
- 三、东莞市度假型酒店存在的问题与建议

第九章 互联网对商务酒店的影响分析

第一节 互联网对商务酒店行业的影响

- 一、智能商务酒店设备发展情况分析
 - 1、智能商务酒店设备发展概况
 - 2、主要商务酒店APP应用情况
- 二、商务酒店智能设备经营模式分析
 - 1、智能硬件模式
 - 2、商务酒店APP模式
 - 3、虚实结合模式
 - 4、个性化资讯模式

三、智能设备对商务酒店行业的影响分析

- 1、智能设备对商务酒店行业的影响
- 2、商务酒店智能设备的发展趋势分析

第二节 互联网+商务酒店发展模式分析

一、互联网+商务酒店商业模式解析

1、商务酒店O2O模式分析

- (1) 运行方式
- (2) 盈利模式

2、智能联网模式

- (1) 运行方式
- (2) 盈利模式

二、互联网+商务酒店案例分析

- 1、案例一
- 2、案例二
- 3、案例三
- 4、案例四
- 5、案例五

三、互联网背景下商务酒店行业发展趋势分析

第十章 中国商务酒店需求与消费者偏好调查 (ZY GXH)

第一节 商务酒店产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 商务酒店产品的品牌市场调查

- 一、消费者对商务酒店品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对商务酒店产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对商务酒店品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、商务酒店品牌忠诚度调查
- 六、商务酒店品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第四节 深圳市商务型酒店市场分析

- 一、深圳市商务型酒店行业需求分析
- 二、深圳市商务型酒店发展情况
- 三、深圳市商务型酒店存在的问题与建议

第五节 东莞市商务型酒店市场分析

- 一、东莞市商务型酒店行业需求分析
- 二、东莞市商务型酒店发展情况
- 三、东莞市商务型酒店存在的问题与建议 (ZY GXH)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201801/599306.html>