

2010-2015年中国宾馆酒店 行业深度研究及战略投资前景咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国宾馆酒店行业深度研究及战略投资前景咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201004/37094.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 宾馆酒店业概述

第一节 宾馆酒店业的概念与分类

一、宾馆酒店的定义

二、宾馆酒店的分类

第二节 宾馆酒店业的性质和特点

一、现代宾馆酒店的基本性质

二、现代宾馆酒店的基本特点

第三节 酒店发展的影响因素分析

第四节 中国酒店行业发展的特点分析

一、现代化和网络化进程将进一步加快

二、集团化经营

三、品牌化发展

四、经济型酒店加速发展，差异化将成为竞争焦点和发展趋势

第二章 全球宾馆酒店业分析

第一节 全球酒店业的发展概况

第二节 2008-2009年世界酒店发展分析

一、2008世界酒店产业新格局

二、2008年全球惟一七星级酒店进军中国市场

三、2009年酒店业将引进六星级酒店行业标准

四、2009年全球酒店业中心开始从欧美向我国转移

五、2010年全球酒店市场将继续面临挑战

六、2010年互联网将是酒店业惟一增长渠道

七、经济危机下全球酒店业市场发展状况

第三节 国际酒店集团发展趋势分析

一、酒店集团化趋势更加明显

二、品牌酒店加速全球化

三、“数据库一族”亮相

四、跨产业合作成为新景象

五、个性化服务不再是虚言

六、市场细分新概念层出不穷

七、酒店内部越来越像家

第四节 国际酒店管理集团在我国发展策略

一、研究目的和样本选择

二、国际酒店管理集团在中国发展状况

三、发展影响因素分析

四、研究策略

第三章 宾馆酒店关联产业分析

第一节 旅游业发展分析

一、金融危机对旅游市场的影响分析

二、我国旅游资源开发分析

三、我国旅游规划现状特征分析

四、我国旅游市场网络营销创新与管理分析

五、2009年我国旅游市场特点分析

六、2010年中国游客数量预测

七、2019年中国有望成为世界第一入境游目的国

八、2020年中国旅游收入将逾3000亿美元

第二节 餐饮业发展分析

一、金融危机冲击下我国餐饮业发展分析

二、餐饮业连续18年保持两位数增长

三、我国餐饮业改革开放30年的经验启示

四、未来五年餐饮业力争实现年均18%的增速

五、餐饮业集体“用功”吸引资本

六、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析

第三节 会展业发展分析

一、会展与酒店业互动发展模式

二、会展经济迎来新的发展机遇

三、会展业将成阿里新商业文明重要组成部分

四、提升成都会展业竞争力路径分析

五、会展业在经济发展中的地位作用

六、我国实现会展与酒店互动发展的对策

七、未来中国会展业发展趋势预测

第四章 中国宾馆酒店业市场发展分析

第一节 中国酒店行业发展的历史与现状

一、中国酒店业发展历史

二、中国星级酒店规模与增长速度分析

三、中国酒店的区域分布与发展状况

四、中国酒店市场结构分析

第二节 2007年我国酒店业发展分析

一、扩大阵容，抢占市场备战

二、管理提升，迎接酒店精英时期

三、寡头涌现，资本运作渐变格局

四、假期调整，价量齐升利好酒店

五、“白金”概念，评选标准再度升级

六、业态多样，竞争白热化

第三节 2008年中国酒店业发展分析

一、2008中国酒店业十大新闻

二、高星级酒店入住率下跌旅游低价救市

三、我国酒店业密谋二三线城市

四、酒店信息化竞争加剧智能化已定局

第四节 2009年中国酒店业发展分析

一、2009年中国酒店业将进入整合期

二、2009年中国酒店业发展分析

三、我国酒店高端市场供给量

四、国内推出“延迟退房”的酒店不断增加

第五节 酒店业的集群发展分析

一、集群理论国内外发展情况

二、酒店业集群的形成与发展

三、酒店业集群优势和竞争力提升分析

第六节 酒店行业信息化的方向与建议

一、酒店行业信息化趋势分析

二、酒店行业管理信息化调查及解决方案推荐

三、酒店信息化建议

第二部分 消费者及细分市场分析

第五章 我国酒店业的消费者分析

第一节 酒店消费者分析

一、消费者构成

二、消费行为

第二节 酒店消费者评价与选择

一、消费者认知

二、消费心理与消费趋势

第三节 酒店顾客的消费心态研究

一、酒店顾客消费心态的现状分析

二、酒店顾客在消费三个阶段的心态类型分析

三、满足顾客消费心理的途径

四、酒店顾客的消费心态研究结论

第四节 中国商务客人的酒店消费行为分析

一、商务客人的群体特征

二、影响酒店商务客人的消费行为的因素分析

三、商务客人的消费行为理论分析

第六章 宾馆酒店细分市场分析

第一节 商务酒店

一、全国最大商务酒店联盟启动

二、商务酒店紧随商务客人的需求变化分析

三、商务酒店的价值投资

四、非均衡的商务旅游市场与产业结构

五、中国商务酒店提升竞争体系分析

第二节 旅游度假酒店

一、中国旅游酒店业发展现状

二、分时度假酒店在中国兴起

三、会展度假生活酒店兴起

四、中国旅游酒店业发展政策分析

五、度假酒店“中式管家”新概念

六、度假酒店的市场前景与发展趋势

第三节 经济型酒店

一、经济型酒店市场前景分析

二、经济型酒店发展新机遇

三、金融危机带来经济型酒店的春天

四、经济型酒店奥运后发展成焦点

五、经济型酒店开始新一轮“跑马圈地”

六、经济型酒店效益分析和经营运作模式

七、经济型酒店的破局之路

第四节 产权式酒店

一、国内产权式公寓酒店的定义

二、产权式公寓酒店产品SWOT分析

三、产权式酒店投资的利好与风险规避

四、产权式酒店价值将被重新认识

五、酒店式公寓的发展前景

第五节 主题酒店

一、主题酒店的缘起与兴起

二、主题酒店的设计与运营

三、奥运主题酒店丰富北京旅游业态

四、国内首家水主题酒店亮相

五、主题酒店市场竞争的颠覆性创新

六、中国主题酒店的发展模式分析

第六节 绿色酒店

一、绿色饭店定义与标准

二、绿色酒店成为酒店主要发展趋势

三、2010年全国将建成万家绿色酒店

四、绿色酒店逐渐成投资新宠

第七节 会议酒店

一、会议酒店兴起的背景

二、中国会议酒店发展的现状特征

三、中国会议酒店发展存在的问题

四、中国会议酒店发展的路径选择

五、中国会议酒店发展的趋势

第八节 其它酒店

一、青年旅舍类酒店

二、公寓式酒店

第七章 部分城市宾馆酒店业发展分析

第一节 2009-2010年北京宾馆酒店业发展分析

一、2009年北京酒店业发展分析

二、2009年北京酒店供需分析

三、2009年北京酒店业现状分析

四、北京酒店业市场十大特点

五、北京酒店业举步维艰

六、北京星级酒店市场价格分析

七、北京酒店业市场竞争态势分析

第二节 2009-2010年上海宾馆酒店业发展分析

一、2009年上海酒店业经营分析

二、2009年上海高端酒店市场分析

三、2009年上海高档酒店业市场分析

四、2010年世博会经济型酒店供给分析

五、世博会推动上海酒店业发展

六、上海酒店业将受益于前世博效应

第三节 2009-2010年深圳宾馆酒店业发展分析

一、2009年深圳高级酒店现状分析

二、深圳未来酒店发展格局分析

三、深圳酒店借品牌管理走向全国

四、2011年大运会深圳酒店业的商机

五、深圳酒店业未来规划

第四节 2009-2010年广州宾馆酒店业发展分析

一、广州酒店业的发展历程

二、广州五星级酒店价格分析

三、2009年广州高星级酒店经营分析

四、2010年亚运期间广州酒店房价标准出台

五、2010年广州星级酒店发展预测

第三部分 行业竞争格局分析

第八章 中国宾馆酒店业竞争格局分析

第一节 现代酒店业的市场竞争分析

一、产品的开拓和发展分析

二、市场竞争中的价格分析

三、市场竞争中的营销分析

四、竞争中的人员素质分析

五、酒店业竞争的新生力

六、酒店业的竞争由单一价格竞争转向品牌竞争

七、2009年低价酒店喜逢良机

第二节 外资酒店的市场竞争分析

一、外资加速投资中国酒店业

二、外资酒店的中国新版图

三、金融危机下外资酒店在中国依旧扩张迅速

第三节 中国酒店业面临的挑战

一、酒店业竞争激烈

二、国内酒店管理集团亟需提高管理水平

三、非星级饭店亟需规范

四、加强酒店专业人才的培养

第四节 经济型酒店同质竞争分析

一、成本考验

二、同质竞争

三、管理变难

第五节 提升酒店竞争力的主要策略分析

一、信息化、智能化策略

二、经济型酒店市场细分策略

三、经济型酒店的特色经营策略

四、品牌化建设策略

五、治理专业化策略

第六节 2009-2010年中国十三大城市酒店业市场观察

一、北京酒店业市场观察

二、上海酒店业市场观察

三、广州酒店业市场观察

四、深圳酒店业市场观察

五、三亚酒店业市场观察

六、天津酒店业市场观察

七、大连酒店业市场观察

八、杭州酒店业市场观察

九、青岛酒店业市场观察

十、重庆酒店业市场观察

十一、成都酒店业市场观察

十二、沈阳酒店业市场观察

十三、西安酒店业市场观察

第九章 部分宾馆酒店业优势企业分析

第一节 国际酒店集团分析

一、巴斯酒店集团

（一）2009 年洲际酒店全球业绩分析

（二）洲际酒店发布价格优化模块

二、希尔顿酒店集团

（一）2009年北京王府井希尔顿酒店摘得“国际五星钻石奖”

（二）希尔顿酒店推出移动网络预订工具

（三）2009年万达集团引入希尔顿打造中国顶级酒店

三、万豪酒店集团

（一）2009年第三季度财务分析

（二）2009年万豪国际集团在亚太区再签 21个酒店管理合同

（三）2010年全球扩张

四、香格里拉酒店集团

（一）2009年香格里拉酒店集团首度进军俄罗斯

（二）香格里拉酒店集团举行中国区最大规模巡展

（三）2009年香格里拉酒店连续九年被评为世界最佳商务酒店

五、速8酒店

（一）速8力拓中国二、三线城市

（二）速8酒店集团与悦读网达成合作

（三）加盟速8酒店之SWOT分析

第二节 湖南华天大酒店股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年企业经营情况分析

三、2008-2009年企业财务数据分析

四、2009年企业发展动态及策略

五、企业未来发展展望与战略

第三节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年企业经营情况分析

三、2008-2009年企业财务数据分析

四、2009年企业发展动态及策略

五、企业未来发展展望与战略

第四节 广州市东方宾馆股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年企业经营情况分析

三、2008-2009年企业财务数据分析

四、2009年企业发展动态及策略

五、企业未来发展展望与战略

第五节 深圳新都酒店股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年企业经营情况分析

三、2008-2009年企业财务数据分析

四、2009年企业发展动态及策略

五、企业未来发展展望与战略

第六节 金陵饭店股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年企业经营情况分析

三、2008-2009年企业财务数据分析

四、2009年企业发展动态及策略

五、企业未来发展展望与战略

第七节 如家快捷酒店连锁集团

一、企业概况

二、2009年二季度经营状况分析

三、如家快捷酒店集团品牌发展之路

第八节 广州白天鹅宾馆

一、企业概况

二、2009年发展策略分析

第四部分 行业发展趋势及战略

第十章 2010-2015年宾馆酒店业发展趋势及投资分析

第一节 2010-2015年中国酒店市场展望

第二节 2010-2015年酒店业的发展趋势分析

一、酒店业供大于求趋势不可逆转

二、酒店管理市场发展迅速，竞争激烈

三、租赁物业经营风光不再、直接投资将会上升

四、中端酒店市场将会发展、细分，会议、度假和商务酒店快速增长

五、互联网营销成为主流，直销成为趋势

第三节 2010-2015年中国酒店业管理发展趋势

一、酒店管理向人性化发展

二、酒店的文化建设

三、酒店发展的可持续化

四、酒店市场竞争的品牌化

五、酒店服务的定制化

六、酒店营销的网络化

七、酒店组织结构的扁平化

八、酒店产业组织的集团化

九、酒店设施设备的科技化

第四节 2010-2015年中国酒店业营销的趋势预测

一、竞合营销趋势

二、分众营销趋势

- 三、品牌营销趋势
- 四、网络营销趋势
- 五、服务营销趋势
- 六、体验营销趋势
- 七、营销网络的普遍化
- 八、客人档案的普遍建立
- 九、弹性供给的普遍化和产出效益的科学管理

第五节 2010-2015年宾馆酒店业的投资特性

- 一、赢利性与高成长性
- 二、需求周期
- 三、要素的密集性

第六节 2010-2015年我国酒店业的投资分析

- 一、我国中高档酒店业投资“逆势上涨”
- 二、我国酒店业长线投资仍被业界看好
- 三、中国酒店业投资现状分析

第十一章 2010-2015年宾馆酒店业发展的主要策略

第一节 金融危机对酒店业影响及对策

- 一、影响表现
- 二、未来预期
- 三、应对策略

第二节 2010-2015年中国酒店企业跨国经营的战略分析

- 一、战略资源与核心能力是构建跨国竞争优势的基础
- 二、中国酒店企业跨国经营的核心能力
- 三、对酒店企业跨国经营核心能力的战略分析

第三节 2010-2015年我国酒店业质量持续改进的对策分析

- 一、波多里奇国家质量奖的基本内涵
- 二、波多里奇卓越绩效准则的评价内容
- 三、波多里奇卓越绩效准则的修订
- 四、新准则对我国酒店业质量管理的启示

第四节 2010-2015年酒店经营品牌战略分析

- 一、形象设计

二、服务构建

三、品牌推广

四、维护发展

第五节 2010-2015年我国酒店吸引入境商务旅游者的策略

一、研究方法

二、结果分析

三、酒店吸引入境商务旅游者的策略

（一）了解顾客需求，注重“人性化”及“细节化”

（二）培养全员营销思想，树立内部营销观念

（三）加深服务专业化程度，完善服务种类

（四）提高信息化程度，降低营运成本

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201004/37094.html>