

# 2014-2019年中国分时度假 酒店行业监测与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国分时度假酒店行业监测与投资前景评估报告》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/201403/102692.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

在激烈的市场竞争中，企业及投资者能否做出适时有效的市场决策是制胜的关键。分时度假酒店行业研究报告就是为了解行情、分析环境提供依据，是企业了解市场和把握发展方向的重要手段，是辅助企业决策的重要工具。报告根据分时度假酒店行业监测统计数据指标体系，研究一定时期内中国分时度假酒店行业生产消费的现状、变化及趋势。分时度假酒店报告有助于企业及投资者洞察中国分时度假酒店行业市场供需行为，评估中国分时度假酒店行业投资价值，为相关企业提供第三方的决策支持。报告内容有助于分时度假酒店行业企业、投资者了解市场供需情况，并可以为企业市场推广计划的制定提供第三方决策支持。该报告第一时间为客户提供中国分时度假酒店行业年度供求数据分析，报告具有内容翔实、模型准确、分析方法科学等特点。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内分时度假酒店行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国分时度假酒店行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国分时度假酒店行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是分时度假酒店行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

### 报告目录

#### 第一章 分时度假产业概述 6

##### 第一节 分时度假的起源 6

##### 第二节 分时度假发展意义 6

##### 第三节 分时度假与分时度假交换 8

###### 一、分时度假 8

###### 二、分时度假交换 8

##### 第四节 全球分时度假的产生及发展 8

##### 第五节 全球分时度假发展现状 10

###### 一、全球分时度假市场整体状况 10

###### 二、全球分时度假市场主要企业 10

#### 第二章 分时度假相关产品分析--产权式酒店、酒店公寓 11

##### 第一节 产权式酒店 11

一、产权式酒店定义及类别	11
二、分时度假与产权式酒店的联系与区别	12
（一）共同点分析	12
（二）区别分析	13
三、产权式酒店与分时度假酒店的区别	14
四、我国产权式酒店的发展分析	14
（一）发展环境分析	14
（二）主要特征分析	15
（三）发展空间分析	17
（四）主要代表企业分析	17
（五）商业模式分析	18
（六）投资价值分析	19
（七）未来发展趋势分析	21
第二节 酒店式公寓	22
一、酒店式公寓定义	22
二、中国酒店式公寓概况	22
三、酒店式公寓的消费群体	23
四、酒店式公寓的发展优势	24
五、酒店式公寓的发展劣势	25
六、中国酒店式公寓发展前景	26
第三章 中国分时度假酒店运行环境分析	28
第一节 中国宏观经济环境分析	28
一、中国GDP增长情况分析	28
二、社会固定资产投资分析	29
三、城乡居民收入增长分析	30
四、居民消费价格变化分析	31
第二节 中国分时度假酒店行业政策环境分析	32
一、国内旅游行业管理体制	32
二、《加快发展旅游业意见》	34
三、行业政策法规创新情况	39
四、国民旅游休闲纲要（2013-2020）	41
五、法定节 假日带薪假期实施	43

## 第四章 中国分时度假产业现状分析 45

### 第一节 中国分时度假发展历程 45

一、初步尝试阶段(1987年-1997年) 45

二、探索发展阶段(1997年-2003年) 45

三、本土化发展阶段(2003年-至今) 45

### 第二节 中国分时度假产业发展现状分析 46

一、分时度假企业主要类别 46

二、分时度假酒店经营模式 49

三、分时度假发展现状 50

四、分时度假发展的困境 52

五、分时度假产业亟待规范化 52

### 第三节 中国分时度假市场发展分析 53

### 第四节 中国分时度假目前存在的问题 54

一、时间跨度长，客户承当风险大 54

二、运作不够灵活，时空选择有局限性 54

三、无法保证出境旅游的实现 54

四、费用不一定足够低廉 55

五、欺诈性销售与强制性销售 55

六、经营操作不规范 55

### 第五节 国外分时度假发展借鉴 56

一、国外分时度假产品发展的成功经验 56

二、国外分时度假发展经验对我国的启示 57

## 第五章 中国分时度假企业现状分析 60

### 第一节 天津泰达度假交换有限公司 60

一、企业基本情况 60

二、企业营销网络分布 60

三、企业主营业务分析 60

### 第二节 中安达公司 64

一、企业基本情况 64

二、市场策略分析 64

三、企业销售渠道分析 64

四、企业主营业务分析 65

## 五、企业发展规划分析 67

### 第三节 北京五洲环球酒店管理有限公司 67

#### 一、企业基本情况 67

#### 二、企业主营业务分析 67

#### 三、企业产品分析 68

### 第四节 天伦度假发展有限公司 71

#### 一、企业基本情况 71

#### 二、企业组织架构分析 71

#### 三、企业资质分析 71

#### 四、企业营销网络分析 71

#### 五、企业发展目标 72

### 第五节 达安国际度假交换公司 72

#### 一、企业基本情况 72

#### 二、企业主营业务分析 72

#### 三、企业竞争优势分析 73

### 第六节 三亚太阳度假会馆 73

#### 一、企业基本情况 73

#### 二、企业业务体系分析 74

### 第七节 重庆环美度假咨询服务有限公司 75

#### 一、企业基本情况 75

#### 二、企业营销网络分析 76

## 第六章 中国分时度假酒店的运营分析 77

### 第一节 分时度假酒店概述 77

### 第二节 分时度假产品的运营体系 77

#### 一、分时度假体系的基本主体 77

#### 二、分时度假体系内的基本关系 78

### 第三节 分时度假产品的销售分析 78

#### 一、分时度假消费特征分析 78

#### 二、分时度假目标客户分析 78

#### 三、分时度假消费者保障机制分析 79

#### 四、分时度假产品销售方式分析 79

#### 五、分时度假产品销售模式分析 80

## 六、分时度假产品的开发与销售重点 81

### 第四节 分时度假酒店发展的制约因素分析 82

#### 一、缺乏相应的法律保护 82

#### 二、度假时间得不到保证 82

#### 三、国际化交换没有较好实现 82

#### 四、缺乏城市品牌效应 83

#### 五、国内可供交换的分时度假资源有限 83

### 第五节 分时度假对我国度假酒店的影响 83

### 第六节 度假酒店的淡季管理分析 84

#### 一、提供不同的度假产品，吸引更多的客人 84

#### 二、推出价格折扣、各种优惠，刺激人们的需求 85

#### 三、争取会议客、旅游团队，以优惠的报价吸引组办者 85

#### 四、举办各种专题活动，吸引客人前往 85

## 第七章 中国分时度假酒店相关产业分析 86

### 第一节 中国旅游业发展分析 86

#### 一、中国旅游行业发展情况 86

#### 二、旅游业发展对酒店影响 88

#### 三、中国旅游业的发展策略 89

### 第二节 中国会展业发展分析 91

#### 一、中国会展行业发展态势 91

#### 二、会展业与酒店互动模式 91

#### 三、会展行业发展趋势前景 93

### 第三节 中国餐饮业发展分析 96

#### 一、餐饮业发展情况分析 96

#### 二、旅游餐饮消费市场特征 96

#### 三、国内餐饮行业发展趋势 97

## 第八章 2014-2019年中国分时度假酒店市场前景及趋势预测分析 100

### 第一节 中国分时度假酒店市场前景分析 100

#### 一、分时度假酒店市场前景分析 100

#### 二、度假酒店市场前景分析 101

### 第二节 中国分时度假酒店发展预测分析 103

#### 一、分时度假酒店发展预测 103

## 二、旅游度假酒店发展预测 103

## 第九章 中国分时度假产业发展战略研究分析 105

### 第一节 分时度假产品的总体概述 105

#### 一、分时度假产品概述 105

#### 二、分时度假产品的保健和激励因素 105

### 第二节 分时度假产品发展策略 106

#### 一、提供优良的旅游度假服务 106

#### 二、制定大众化产品价格 106

#### 三、建立健分时度假交换网络 107

#### 四、大力推广“点数制”产品 109

#### 五、增强产品信用，降低购买风险 109

### 第三节 国内分时度假酒店发展战略研究 110

#### 一、锁定目标市场，提升营销效率 110

#### 二、强化网络技术，扩大交换网络 110

#### 三、拓展度假业务，增加住宿附加值 110

### 第四节 分时度假企业营销策略分析 111

#### 一、差异化定位策略---按消费者需要设计产品 111

#### 二、人性化接触策略---按消费者需要展开促销 111

#### 三、传统加现代策略---按消费者需要设置渠道 115

#### 四、低成本竞争策略---按消费者需要制定价格 117

## 第十章 中国分时度假酒店投资风险分析 119

### 第一节 分时度假酒店投资机会分析 119

### 第二节 分时度假酒店投资风险分析 120

#### 一、分时度假投资风险分析 120

##### （一）宏观经济风险 120

##### （二）行业政策风险 121

##### （三）市场运营风险 121

#### 二、分时度假酒店风险防范策略 121

### 第三节 分时度假酒店投资价值分析 122

#### 一、分时度假产品对旅游产业贡献大 122

#### 二、分时度假可以盘活闲置地产，增加资产性收益 122

#### 三、分时度假更经济、更舒适、更灵活 122



#### 第四节 中国分时度假酒店投资建议 123

##### 图表目录

图表1 全球分时度假市场主要企业 10

图表2 中国主要产权式酒店 18

图表3 开发商、投资者、商业管理公司、担保公司、酒店管理公司的关系 19

图表4 投资产权式酒店与传统投资品种的投资回报与风险比较分析 20

图表5 2008-2013年中国国内生产总值及增长变化趋势图 29

图表6 2013年国内生产总值构成及增长速度统计 29

图表7 2008-2013年中国全社会固定资产投资增长趋势图 30

图表8 2008-2013年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 31

图表9 2008-2013年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 31

图表10 2013年中国居民消费价格月度变化趋势图 32

图表11 泰达度假交换有限公司全国权益人分布图 61

图表12 泰达度假交换有限公司交换酒店分布图 62

图表13 泰达度假交换有限公司主要合作酒店名录 62

图表14 中安达销售渠道示意图 65

图表15 中安达连锁度假村规划图 66

图表16 中安达首期销售度假村名录 66

图表17 北京五洲环球酒店管理有限公司部分产品概况及价格汇总表68

图表18 重庆环美全国分公司分布图 76

图表19 分时度假产品的销售流程图 80

图表20 2009-2013年我国外国入境游各区域人数规模统计 87

图表21 中国住宿餐饮主要经济指标统计 96

图表22 2010-2013年中国餐饮业零售额增长趋势图 96

图表23 分时度假、房地产、产权式酒店产品对比 105

图表24 分时度假酒店产品的保健和激励因素 106

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102692.html>