

2018-2024年中国商务酒店行业市场竞争现状分析与未来发展商机战略评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国商务酒店行业市场竞争现状分析与未来发展商机战略评估报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/310261310261.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

直营门店的经营分析

基本框架：直营店是自主经营，自负盈亏，需要考虑所有的经营收入和成本因素。我们假设行业平均水平下经营的直营经济型和中端酒店，进行营收成本测算。

营收端：单店房间数不变，入住率和ADR 是营收的直接影响因素。有限服务酒店以住宿收费为主，非住宿收入占比在5%左右。同样入住率水平下，中端酒店由于房价和客房数量优势，营收规模一般可以达到经济型的2-2.5 倍。（同样经营水平下，经济型一般入住率略高于中端，价格因素为主导）

单体酒店的收入端的预测 资料来源：观研天下数据中心整理 基本假设：酒店折旧摊销年限为10 年，全部为自有资金，无财务成本。成本端：折旧摊销、物业租金、人工、能耗、物料、信息系统及其他费用。

加盟费用方面直营门店没有品牌授权费、合同保证金和管理费用提成，但仍包括基本的筹备费和PMS 安装费（一次性投入并按年限摊销）。

经营成本方面人房比和人均成本决定了人工成本，能耗物料费用则与经营业态相关，并且与营收同步变化，属于可变成本。

固定成本主要包括租金（与总面积和物业地段相关），前期投资（主要是房间装修成本，按现有业内标准，经济型6 万元/间，中端10-12 万元/间）的折旧费用。该部分与营收相关性不大，属于固定成本。

在酒店业发展初期，我国整体经济发展对酒店行业周期轮动存在明显的直接影响，随着行业逐步成熟，内部结构的供需调整则成为了主要矛盾。因此，我们可以判断在此轮复苏之前中国的酒店业并没有经历过一个典型的周期，而真正的周期性是从本轮起点开始。

酒店业如同一般周期行业一样会经历以下四个环节：

复苏期：入住率增速企稳逐步转正，之后伴随ADR 增速止跌回升；

繁荣期：入住率、ADR 双升（后期伴随有入住率增速放缓）；

衰退期：入住率增速转负（即绝对值开始下降），后期伴随ADR 增速反转下滑；

萧条期：入住率、ADR 齐跌（由于酒店一般会刻意降价保证入住率，后期伴随有入住率增速回升）。

近年来，我国国民经济收入水平平稳快速增长。经济的高速发展使得中等收入群体逐步壮大，这个阶层群体收入水平不低而且预期相对稳定，收入增速高于市场平均水平，在衣食住行等各方面注重品质，在消费升级的大背景下，对住宿服务提出了更高的要求。中端连锁酒店能提供更优质与个性化的住宿体验，而现阶段供给较少，无疑是未来酒店市场的较大风口。而目前诸多的经济型酒店品牌借助多年运营酒店积累下的资源与经验，通过多品牌战略，寻求新的利润突破口，借机转战中端酒店市场，业内代表性的龙头企业已经迈出了转型升级的步伐。

经济型酒店市场结构复杂，存在大量单体店、百元店。由于国内中低端酒店行业的集中化、连锁化进程尚在起步中，市场上还存在数量较多的单体店和百元店，甚至是在一线城市上海，7天、如家快捷、汉庭、格林豪泰、锦江之星门店数之和仅为642家，占上海中低端酒店门店的8.6%，而上海低于100元的酒店门店数为1886家，大多为单体店。在三四线城市，每座城市各大酒店集团门店数量不超过5家，其余均为单体店、百元店，存在升级连锁经济型酒店的机会，因此大型酒店集团在低线城市有极大的渗透空间，将促使中低端酒店行业内部升级，并提升中低端酒店行业的连锁化率。

观研天下发布的《2018-2024年中国商务酒店行业市场竞争现状分析与未来发展商机战略评估报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一章 商务酒店行业相关概述

第一节 商务酒店业相关概述

一、商务酒店内涵与类别

二、商务酒店的特性分析

三、商务酒店的发展导向

第二节 中国星级酒店市场分析

一、中国星级酒店数量统计

二、中国星级酒店营业收入

三、中国星级酒店经营情况

四、中国星级酒店平均房价

五、中国星级酒店的出租率

六、中国星级酒店区域分布

第三节 中国酒店业市场发展现状

一、中国酒店行业发展概况

二、中国酒店市场规模分析

三、星级酒店规模继续扩大

第四节 中国酒店业市场投资现状

一、二、三线酒店投资升温

二、高端豪华酒店投资过剩

三、国内酒店市场投资特点

第二章 国内外商务酒店行业市场发展分析

第一节 全球商务酒店业发展现状

一、全球酒店市场发展状况

二、全球酒店市场发展特点

三、酒店管理运营体制特点

四、国际商务酒店在华动态

第二节 中国商务酒店运行态势

一、商务酒店试图走向高端

二、锦江国际推出“锦江都城”

三、中端精品商务酒店投资热潮

四、商务酒店紧随顾客需求

五、中国商务酒店竞争格局分析

第三节 中国商务酒店市场发展现状

一、商务酒店总体发展情况

二、商务酒店客人来源分析

三、商务酒店客人性别及年龄

四、商务酒店客人入住时间

五、商务酒店客房外消费能力

六、商务酒店营销方式对比

七、商务酒店选择因素对比

八、商务酒店市场变动分析

第四节 中国商务酒店开业情况

一、中国商务酒店发展动态

二、中国商务酒店开业情况

第三章 中国高档商务酒店市场运行分析

第一节 高档商务酒店经营情况分析

一、高档商务酒店发展特点

二、高档商务酒店发展规模

三、高档商务酒店并购重组

第二节 四星级商务酒店经营情况分析

一、四星级酒店收入分析

二、四星级酒店利润分析

三、四星级酒店的出租率

四、四星级酒店平均房价

五、四星级酒店城市分析

第三节 五星级商务酒店经营情况分析

一、五星级酒店收入分析

二、五星级酒店利润分析

三、五星级酒店的出租率

四、五星级酒店平均房价

五、五星级酒店城市分析

第四章 中国商务酒店经营分析

第一节 商务酒店竞争力提升策略

一、商务酒店产品差异性策略

二、商务酒店个性化服务策略

三、商务酒店的促销宣传策略

四、商务酒店信息智能化策略

五、商务酒店品牌化建设策略

六、商务酒店专业化治理策略

第二节 商务酒店的管理策略

一、商务酒店全面管理方式探析

二、商务酒店细节管理研究分析

三、商务酒店采取全面收益管理

四、现代商务酒店公关管理创新

五、做好商务酒店管理培训研究

六、商务酒店管理有效策略解析

第三节 商务酒店的营销策略

一、布丁酒店微信营销模式

二、酒店行业蜂鸣营销分析

三、酒店节日营销手段分析

四、数字营销策略要点分析

五、文化营销诠释酒店魅力

六、提升竞争力的营销策略

第四节 商务酒店信息化策略

- 一、商务酒店网络营销分析
- 二、星级酒店信息化建设策略
- 三、商务酒店的电商建设方案
- 四、商务酒店信息化建设方案
- 五、商务酒店信息化发展对策

第五章 重点地区商务酒店市场运行分析

第一节 北京

- 一、北京商务酒店总体规模
- 二、北京商务酒店平均房价
- 三、北京商务酒店的出租率
- 四、北京商务酒店收入规模
- 五、北京商务酒店投资前景

第二节 上海

- 一、上海商务酒店总体规模
- 二、上海商务酒店平均房价
- 三、上海商务酒店的出租率
- 四、上海商务酒店收入规模
- 五、上海商务酒店投资前景

第三节 广州

- 一、广州商务酒店总体规模
- 二、广州商务酒店平均房价
- 三、广州商务酒店的出租率
- 四、广州商务酒店收入规模
- 五、广州商务酒店投资前景

第四节 深圳

- 一、深圳商务酒店总体规模
- 二、深圳商务酒店平均房价
- 三、深圳商务酒店的出租率
- 四、深圳商务酒店收入规模
- 五、深圳商务酒店投资前景

第五节 青岛

- 一、青岛商务酒店总体规模

二、青岛商务酒店平均房价

三、青岛商务酒店的出租率

四、青岛商务酒店收入规模

第六节 杭州

一、杭州商务酒店总体规模

二、杭州商务酒店平均房价

三、杭州商务酒店的出租率

四、杭州商务酒店收入规模

节 成都

一、成都商务酒店总体规模

二、成都商务酒店平均房价

三、成都商务酒店的出租率

四、成都商务酒店收入规模

第八节 重庆

一、重庆商务酒店总体规模

二、重庆商务酒店平均房价

三、重庆商务酒店的出租率

四、重庆商务酒店收入规模

第九节 宁波

一、宁波商务酒店总体规模

二、宁波商务酒店平均房价

三、宁波商务酒店的出租率

四、杭州商务酒店收入规模

第十节 三亚

一、三亚商务酒店总体规模

二、三亚商务酒店平均房价

三、三亚商务酒店的出租率

四、三亚商务酒店收入规模

第六章 国际商务酒店市场竞争力分析

第一节 洲际酒店集团

一、集团简介

二、在华经营情况

三、发展情况分析

四、企业品牌运营管理

第二节 万豪国际

- 一、集团简介
- 二、在华经营情况
- 三、企业成功秘诀

第三节 凯悦集团

- 一、集团简介
- 二、在华经营情况
- 三、企业经营优势

第四节 卡尔森

- 一、集团简介
- 二、在华经营情况

第五节 喜达屋

- 一、集团简介
- 二、在华投资动态
- 三、企业经营优势

第六节 希尔顿

- 一、集团简介
- 二、在华投资动态
- 三、经营管理策略

第七节 雅高

- 一、集团简介
- 二、在华投资动态
- 三、企业成功秘诀

第八节 温德姆

- 一、集团简介
- 二、在华投资动态

第九节 香格里拉

- 一、集团简介
- 二、在华经营情况

第七章 中国重点商务酒店市场竞争力分析

第一节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业经营情况分析
- 三、未来企业发展展望

第二节 华天酒店集团股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、未来企业发展展望

第三节 深圳新都酒店股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、未来企业发展展望

第四节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、未来企业发展展望

第五节 广州市东方宾馆股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、未来企业发展展望

第六节 金陵饭店股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、未来企业发展展望

第七节 其他酒店竞争分析

一、开元国际酒店

二、广州东方宾馆

三、南京国际会议大酒店

四、威伦莱星顿酒店

五、无锡君来酒店

六、莫泰连锁酒店

七、安逸连锁酒店

第八章 2017-2022年中国商务酒店发展前景及预测

第一节 2017-2022年国内外商务酒店发展趋势

一、全球商务酒店发展趋势

二、中国酒店行业发展趋势

三、中高端商务酒店成趋势

四、商务酒店信息化发展趋势

第二节 2017-2022年中国商务酒店发展趋势

- 一、商务酒店品牌趋势
- 二、商务酒店营销趋势
- 三、商务酒店智能趋势
- 四、商务酒店个性趋势

第三节 2017-2022年中国商务酒店发展预测

- 一、中国商务酒店发展前景
- 二、主要商务酒店扩张计划
- 三、中国商务酒店盈利预测

第九章 2017-2022年中国商务酒店投资战略分析

第一节 2017-2022年中国商务酒店投资前景

- 一、商务酒店投资环境分析
- 二、商务酒店市场投资特性
- 三、商务酒店经济投资潜力
- 四、商务酒店市场投资机会

第二节 2017-2022年中国商务酒店投资风险

- 一、宏观经济风险
- 二、行业政策风险
- 三、竞争风险
- 四、经营风险

第三节 2017-2022年中外连锁酒店投资盈利模式

- 一、经营增长盈利模式
- 二、物业增值盈利模式
- 三、资本营运盈利模式
- 四、品牌创新盈利模式
- 五、集团建设盈利模式

第四节 2017-2022年中国商务酒店投资策略建议

- 一、中国商务酒店总体投资建议
- 二、商务酒店区域市场投资建议

价格-摘要-目录-订购-下载图表目录：

图表 1 2012-2016年中国星级酒店数量统计

图表 2 2016年中国星级酒店客房数及床位数统计

图表 3 2015年中国星级酒店营业收入统计

图表 4 2016年中国星级酒店营业收入统计

图表 5 2012年中国星级酒店登记注册类型统计

图表 6 2012年中国星级酒店基本统计

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/310261310261.html>