2015-2020年中国精品酒店行业发展前景预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：精品酒店行业研究背景
1.1 精品酒店的内涵
1.1.1 酒店的主要类型
1.1.2 精品酒店的概念
1.1.3 精品酒店的特点
1.2 精品酒店主要类型分析
1.2.1 按设计风格划分
1.2.2 按经营模式划分
第2章：国际精品酒店发展态势与经验借鉴
2.1 国际酒店行业运营情况分析
2.1.1 国际酒店行业发展现状
2.1.2 国际酒店经营模式分析
2.1.3 国际酒店行业发展趋势
2.2 国际精品酒店发展态势分析
2.2.1 国际精品酒店的兴起
2.2.2 国际精品酒店发展现状
2.2.3 国际精品酒店发展特点
2.2.4 国际精品酒店发展态势
2.3 国际典型精品酒店品牌发展分析
2.3.1 喜达屋W酒店
2.3.2 柏悦酒店（ParkHyatt）
2.3.3 巴黎拉瓦锡酒店（LeLavoisier）
2.3.4 伦敦HighRoadHouse
2.3.5 新加坡思乐酒店（TheScarletHotel）
2.3.6 国际精品酒店发展经验总结
第3章：中国精品酒店行业市场环境分析
3.1 精品酒店行业政策环境
3.2 精品酒店行业经济环境
3.2.1 经济环境与行业相关性分析
3.2.2 全球经济运行情况
3.2.3 国内经济走势分析
3.3 精品酒店行业社会环境
3.3.1 人口发展环境分析
3.3.2 居民生活方式转变
3.3.3 假日制度影响分析
3.4 精品酒店行业消费环境
3.4.1 居民消费能力分析
3.4.2 消费人群及其特点
3.4.3 用户深度调研分析
3.5 精品酒店关联行业分析
3.5.1 旅游行业发展分析
3.5.2 房地产行业发展分析
3.6 中国发展精品酒店发展机遇与威胁分析
第4章：中国精品酒店行业发展现状分析
4.1 中国酒店行业运营情况分析
4.1.1 酒店行业发展规模
4.1.2 酒店行业品牌格局
4.1.3 酒店行业发展变化
4.1.4 酒店行业发展趋势
4.2 中国精品酒店发展态势分析
4.2.1 精品酒店兴起背景分析

4.2.2 精品酒店行业发展综述
4.2.3 精品酒店行业发展规模
4.2.4 精品酒店行业运营情况
4.2.5 精品酒店行业客源分析
4.2.6 精品酒店行业品牌格局
4.2.7 中外精品酒店发展对比
4.3 中国精品酒店的竞争力分析
4.3.1 精品酒店的核心竞争力
4.3.2 星级酒店对精品酒店的威胁
4.3.3 主题酒店对精品酒店的威胁
4.3.4 商务酒店对精品酒店的威胁
4.4 中国精品酒店行业竞争强度
4.4.1 潜在进入者的威胁
4.4.2 买方的议价能力
4.4.3 卖方的议价能力
4.4.4 替代品的威胁
4.4.5 竞争强度总结
第5章：中国精品酒店行业典型案例分析
5.1 北京颐和安缦酒店
5.1.1 酒店基本情况
5.1.2 酒店特色分析
5.1.3 酒店配套设施
5.1.4 酒店价位分析
5.1.5 酒店市场定位
5.1.6 酒店营销策略
5.1.7 酒店经营情况
5.2 北京长城脚下的公社
5.2.1 酒店基本情况
5.2.2 酒店特色分析
5.2.3 酒店配套设施
5.2.4 酒店价位分析
5.2.5 酒店市场定位
5.2.6 酒店营销策略
5.2.7 酒店经营情况
5.3 北京皇家驿栈酒店
5.3.1 酒店基本情况
5.3.2 酒店特色分析
5.3.3 酒店配套设施
5.3.4 酒店价位分析
5.3.5 酒店市场定位
5.3.6 酒店营销策略
5.3.7 酒店经营情况
5.4 北京柏悦酒店
5.4.1 酒店基本情况
5.4.2 酒店特色分析
5.4.3 酒店配套设施
5.4.4 酒店价位分析
5.4.5 酒店市场定位
5.4.6 酒店营销策略
5.5 北京极栈酒店（HotelG）
5.5.1 酒店基本情况
5.5.2 酒店特色分析
5.5.3 酒店配套设施
5.5.4 酒店价位分析
5.5.5 酒店市场定位
5.5.6 酒店营销策略
5.5.7 酒店经营情况
5.6 上海首席公馆酒店
5.6.1 酒店基本情况

5.6.2 酒店特色分析
5.6.3 酒店配套设施
5.6.4 酒店价位分析
5.6.5 酒店市场定位
5.6.6 酒店营销策略
5.6.7 酒店经营情况
5.7 上海88新天地酒店
5.7.1 酒店基本情况
5.7.2 酒店特色分析
5.7.3 酒店配套设施
5.7.4 酒店价位分析
5.7.5 酒店市场定位
5.7.6 酒店营销策略
5.8 上海璞邸精品酒店
5.8.1 酒店基本情况
5.8.2 酒店特色分析
5.8.3 酒店配套设施
5.8.4 酒店价位分析
5.8.5 酒店市场定位
5.8.6 酒店营销策略
5.9 上海璞丽酒店
5.9.1 酒店基本情况
5.9.2 酒店特色分析
5.9.3 酒店配套设施
5.9.4 酒店价位分析
5.9.5 酒店市场定位
5.10 上海安达仕酒店
5.10.1 酒店基本情况
5.10.2 酒店特色分析
5.10.3 酒店配套设施
5.10.4 酒店价位分析
5.10.5 酒店市场定位
5.11 丽江悦榕庄花园别墅酒店
5.11.1 酒店基本情况
5.11.2 酒店特色分析
5.11.3 酒店配套设施
5.11.4 酒店价位分析
5.11.5 酒店营销策略
5.12 杭州富春山居度假酒店
5.12.1 酒店基本情况
5.12.2 酒店特色分析
5.12.3 酒店配套设施
5.12.4 酒店价位分析
5.12.5 酒店市场定位
5.13 杭州西子湖四季酒店
5.13.1 酒店基本情况
5.13.2 酒店特色分析
5.13.3 酒店配套设施
5.13.4 酒店价位分析
5.13.5 酒店营销策略
5.14 苏州御庭精品酒店
5.14.1 酒店基本情况
5.14.2 酒店配套设施
5.14.3 酒店价位分析
5.14.4 酒店市场定位
5.15 苏州托尼洛·兰博基尼书苑酒店
5.15.1 酒店基本情况
5.15.2 酒店特色分析
5.15.3 酒店配套设施

5.15.4 酒店价位分析
5.15.5 酒店市场定位
5.16 湖州哥伦波太湖城堡
5.16.1 酒店基本情况
5.16.2 酒店配套设施
5.16.3 酒店价位分析
5.16.4 酒店市场定位
5.17 深圳华兴寺菩提宾舍
5.17.1 酒店基本情况
5.17.2 酒店特色分析
5.17.3 酒店配套设施
5.17.4 酒店价位分析
5.17.5 酒店市场定位
5.18 厦门鼓浪屿林氏府公馆酒店
5.18.1 酒店基本情况
5.18.2 酒店特色分析
5.18.3 酒店配套设施
5.18.4 酒店价位分析
5.18.5 酒店市场定位
5.19 SURREAL夏悦精品酒店
5.19.1 酒店基本情况
5.19.2 酒店特色分析
5.19.3 酒店配套设施
5.19.4 酒店价位分析
5.19.5 酒店市场定位
5.20 大理喜林苑客栈
5.20.1 酒店基本情况
5.20.2 酒店配套设施
5.20.3 酒店价位分析
5.20.4 酒店市场定位
第6章：重点地区精品酒店投资潜力分析
6.1 北京精品酒店投资潜力分析
6.1.1 精品酒店发展条件分析
6.1.2 精品酒店发展现状分析
6.1.3 精品酒店发展机会分析
6.2 上海精品酒店投资潜力分析
6.2.1 精品酒店发展条件分析
6.2.2 精品酒店发展现状分析
6.2.3 精品酒店发展机会分析
6.3 深圳精品酒店投资潜力分析
6.3.1 精品酒店发展条件分析
6.3.2 精品酒店发展现状分析
6.3.3 精品酒店发展机会分析
6.4 苏州精品酒店投资潜力分析
6.4.1 精品酒店发展条件分析
6.4.2 精品酒店发展现状分析
6.4.3 精品酒店发展机会分析
6.5 云南精品酒店投资潜力分析
6.5.1 精品酒店发展条件分析
6.5.2 精品酒店发展现状分析
6.5.3 精品酒店发展机会分析
6.6 杭州精品酒店投资潜力分析
6.6.1 精品酒店发展条件分析
6.6.2 精品酒店发展现状分析
6.6.3 精品酒店发展机会分析
6.7 厦门精品酒店投资潜力分析
6.7.1 精品酒店发展条件分析
6.7.2 精品酒店发展现状分析
6.7.3 精品酒店发展机会分析

6.8 天津精品酒店投资潜力分析
6.8.1 精品酒店发展条件分析
6.8.2 精品酒店发展现状分析
6.8.3 精品酒店发展机会分析
6.9 南京精品酒店投资潜力分析
6.9.1 精品酒店发展条件分析
6.9.2 精品酒店发展现状分析
6.9.3 精品酒店发展机会分析
6.10 青岛精品酒店投资潜力分析
6.10.1 精品酒店发展条件分析
6.10.2 精品酒店发展现状分析
6.10.3 精品酒店发展机会分析
6.11 武汉精品酒店投资潜力分析
6.11.1 精品酒店发展条件分析
6.11.2 精品酒店发展现状分析
6.11.3 精品酒店发展机会分析
6.12 成都精品酒店投资潜力分析
6.12.1 精品酒店发展条件分析
6.12.2 精品酒店发展现状分析
6.12.3 精品酒店发展机会分析
6.13 广州精品酒店投资潜力分析
6.13.1 精品酒店发展条件分析
6.13.2 精品酒店发展现状分析
6.13.3 精品酒店发展机会分析
6.14 西安精品酒店投资潜力分析
6.14.1 精品酒店发展条件分析
6.14.2 精品酒店发展现状分析
6.14.3 精品酒店发展机会分析
6.15 桂林精品酒店投资潜力分析
6.15.1 精品酒店发展条件分析
6.15.2 精品酒店发展现状分析
6.15.3 精品酒店发展机会分析
第7章：中国精品酒店行业投资建议分析
7.1 精品酒店行业发展方向
7.1.1 精品酒店的国际化经营
7.1.2 精品酒店的信息化建设
7.1.3 精品酒店的行业标准化
7.1.4 精品酒店经营管理模式创新
7.2 精品酒店行业投资要素
7.2.1 酒店行业投融资分析
7.2.2 精品酒店投融资分析
7.2.3 精品酒店成长性分析
7.3 精品酒店行业投资建议
7.3.1 精品酒店投资价值
7.3.2 精品酒店投资机会
7.3.3 精品酒店投资建议
第8章：中国精品酒店行业经营策略分析
8.1 精品酒店的选址与设计
8.1.1 精品酒店的选址原则
8.1.2 精品酒店的客房规模
8.1.3 精品酒店的功能配套
8.1.4 精品酒店的客房标准
8.1.5 精品酒店的设计案例
8.2 精品酒店定位策略分析
8.2.1 精品酒店战略定位
8.2.2 精品酒店市场定位
8.2.3 精品酒店品牌定位
8.3 精品酒店管理模式分析
8.3.1 资源外包策略

8.3.2 管家式服务模式
8.3.3 创新的经营理念
8.4 精品酒店营销策略分析
8.4.1 酒店营销宣传策略
8.4.2 酒店营销方式分析
8.4.3 酒店网络营销分析
8.5 精品酒店客户关系管理
8.5.1 客户关系管理特殊性
8.5.2 客户关系管理的保障
8.5.3 客户关系管理基本思路
8.6 精品酒店品牌文化建设
8.6.1 历史文化型品牌建设
8.6.2 地域文化型品牌建设
8.6.3 现代文化型品牌建设

图表目录

图表1：酒店的主要类型
图表2：各种类型酒店主要特征概述
图表3：精品酒店主要特点简析
图表4：主题型精品酒店简析
图表5：时尚型精品酒店简析
图表6：地域型精品酒店简析
图表7：历史文化型精品酒店简析
图表8：家庭旅馆式精品酒店简析
图表9：综合集团经营管理下的精品酒店简析
图表10：专业集团经营管理下的精品酒店简析
图表11：单体独立经营管理的精品酒店简析
图表12：2011-2013年全球酒店平均房价变动（按区域）（单位：元，%）
图表13：2011-2013年酒店平均房价同比增幅最大的国家（地区）（单位：元，%）
图表14：2011-2013年酒店平均房价同比降幅最大的国家（地区）（单位：元，%）
图表15：全球不同类型酒店市场份额（单位：%）
图表16：2013年国际酒店品牌排名TOP20
图表17：全球不同经营模式酒店市场份额（单位：%）
图表18：国际酒店管理集团经营管理体制特点简析
图表19：国际酒店行业发展趋势（一）
图表20：国际酒店行业发展趋势（二）
图表21：国际精品酒店的兴起
图表22：酒店巨头与房地产商投资的精品酒店情况
图表23：世界部分著名精品酒店客房数量（单位：间）
图表24：喜达屋W酒店基本情况
图表25：喜达屋酒店集团基本情况
图表26：美国所有的喜达屋W酒店
图表27：加拿大所有的喜达屋W酒店
图表28：非洲所有的喜达屋W酒店
图表29：中南美地区所有的喜达屋W酒店
图表30：欧洲地区所有的喜达屋W酒店
图表31：中东地区所有的喜达屋W酒店
图表32：亚太地区所有的喜达屋W酒店（除中国内地）（一）
图表33：亚太地区所有的喜达屋W酒店（除中国内地）（二）
图表34：中国内地现有或计划开设的喜达屋W酒店
图表35：2013年万豪国际集团经营情况分析（单位：亿美元，%）
图表36：柏悦酒店基本情况
图表37：柏悦酒店在华布局简析
图表38：巴黎拉瓦锡酒店基本情况
图表39：巴黎拉瓦锡酒店交通情况

图表40：巴黎拉瓦锡酒店主要配套设施
图表41：巴黎拉瓦锡酒店可接收的信用卡类型
图表42：伦敦HighRoadHouse基本情况
图表43：伦敦HighRoadHouse附近地标及交通情况
图表44：伦敦HighRoadHouse主要配套设施
图表45：伦敦HighRoadHouse酒店政策
图表46：新加坡思乐酒店（TheScarletHotel）基本情况
图表47：新加坡思乐酒店附近地标及交通情况
图表48：新加坡思乐酒店各房型服务价位简介（单位：元）
图表49：新加坡思乐酒店政策
图表50：新加坡思乐酒店主要配套设施
图表51：国际精品酒店发展经验总结
图表52：《新版星级饭店评定标准》主要内容及影响分析
图表53：最新版《旅游饭店星级的划分与评定》标准新变化
图表54：《关于规范酒店客房市场价格意见》要点列表
图表55：2006-2013年中国GDP增速与星级酒店营业收入增速对比图（单位：%）
图表56：2013年发达经济体增长情况（单位：%）
图表57：2013年主要新兴经济体增长情况（单位：%）
图表58：2013年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）
图表59：2005-2013年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
图表60：2010-2013年中国国内居民消费价格指数走势（单位：%）
图表61：2013年中国经济预测（单位：%）
图表62：2006-2013年中国总人口及其自然增长率变化趋势（单位：万人，%）
图表63：居民选择生活方式的态度（单位：%）
图表64：2008-2013年我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）
图表65：2008-2013年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）
图表66：2013年国内酒店综合评分情况（单位：分）
图表67：2013年国内各类型酒店综合评分及满意度情况（单位：分）
图表68：2013年国内各类型酒店各指标评分对比（单位：分）
图表69：精品酒店的目标客户群体
图表70：不同类型的精品酒店消费者的消费需求
图表71：精品酒店认知情况调研（单位：%）
图表72：精品酒店特色认知度（单位：%）
图表73：精品酒店入住情况调研（单位：%）
图表74：精品酒店入住目的调研（单位：%）
图表75：精品酒店入住频次调研（单位：%）
图表76：精品酒店未来考虑使用情况调研（单位：%）
图表77：精品酒店选择因素调研（单位：%）
图表78：精品酒店最高可接受房价调研（单位：%）
图表79：精品酒店房费支付者调研（单位：%）
图表80：2005-2013年中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）
图表81：2006-2013年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）
图表82：2006-2013年中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）
图表83：2013年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）
图表84：2013年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）
图表85：2004-2013年中国出境旅游人数走势图（单位：万人次，%）
图表86：2006-2013年春节“黄金周”旅游人数及增长率（单位：万人次，%）
图表87：2006-2013年春节“黄金周”旅游收入及增长率（单位：亿元，%）
图表88：2011-2013年全国房地产开投资增速（单位：%）
图表89：2013年东中西部地区房地产开发投资情况（单位：亿元，%）
图表90：2011-2013年全国商品房销售面积及销售额增速（单位：%）
图表91：2013年东中西部地区房地产销售情况（单位：万平方米，亿元，%）
图表92：2010-2013年全国房地产开发景气指数变化图
图表93：中国精品酒店行业发展机遇分析
图表94：中国精品酒店行业发展威胁分析
图表95：2006-2013年中国星级酒店数及增速（单位：家，%）
图表96：2005-2013年中国星级酒店营业收入及增速（单位：亿元，%）
图表97：2013年国内酒店品牌排名
图表98：传统的酒店分销渠道

图表99：最具发展价值的酒店线上分销渠道
图表100：传统酒店价格体系
图表101：新的酒店价格体系
图表102：我国酒店行业发展趋势
图表103：我国精品酒店兴起背景简析
图表104：我国精品酒店发展历程
图表105：国内精品酒店客房数量情况（单位：%）
图表106：国内精品酒店标准客房面积（单位：平方米）
图表107：国内精品酒店员工配比情况（单位：位）
图表108：国内精品酒店管理模式情况（单位：%）
图表109：国内精品酒店建筑类型（单位：%）
图表110：2010-2013年中国精品酒店入住率情况（单位：%）
图表111：中国各类型精品酒店价格情况表（单位：元）
图表112：2010-2013年中国精品酒店每间可出租客房收入（单位：元）
图表113：2010-2013年中国精品酒店收入构成（单位：%）
图表114：中国精品酒店客源国籍分配（单位：%）
图表115：中国精品酒店客源结构（单位：%）
图表116：2013中国十大最佳精品酒店
图表117：中外精品酒店比较
图表118：精品酒店的核心竞争力
图表119：截至2013年第四季度中国星级酒店类型结构（单位：%）
图表120：2013年第四季度全国星级饭店经营情况表（按星级分）（单位：元，%）

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！