

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!