

2008年中国五星级酒店市场分析 及投资前景预测报告

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

《2008年中国五星级酒店市场分析及投资前景预测报告》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/200807/3543.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 五星级酒店相关定义

第一节 星级酒店定义

第二节 五星级酒店定义

第三节 五星级酒店标准

第四节 五星级酒店设施标准

第五节 星级饭店的评定和复核

第二章 中国五星级酒店经营现状

第一节 五星级酒店发展现状

一、2007年五星级饭店增长情况

二、2007星级酒店的总体规模

三、2007星级酒店地区规模

四、商务和旅游带动旅店业

第二节 按年份星级酒店发展分析

一、2002年中国星级饭店发展统计

二、2003年中国星级饭店发展统计

三、2004年中国星级饭店发展统计

四、2005年中国星级饭店发展统计

五、2006中国星级饭店发展统计

第三章 五星级酒店区域市场发展分析

第一节 2007年主要城市接待情况

第二节 哈尔滨星级酒店发展现状

（一）全市星级饭店构成情况

（二）全市星级饭店经营情况

1、全市星级饭店客房出租率

2、全市星级饭店客房收入

3、全市星级饭店上缴营业税

4、全市星级饭店的利润增亏

5、全市星级饭店的职工人数

（三）全市星级饭店经营特点

- 1、星级饭店的总体数量不断增加
- 2、星级饭店以内资为主，国有饭店比重大
- 3、三星级饭店成为星级饭店的中坚力量
- 4、高星级饭店是主力军
- 5、星级饭店规模偏小

第三节 北京星级酒店发展现状

- 一、北京星级酒店数量
- 二、北京星级酒店增长
- 三、北京星级酒店客房数量
- 四、北京星级酒店酒店构成
- 五、北京星级酒店历史业绩表现

第四节 上海星级饭店发展现状

- 一、上海星级饭店业构成
- 二、上海星级饭店的数量
- 三、上海星级饭店的分布
- 四、上海星级饭店的特点
- 五、上海星级饭店存量饭店的供需状况:
- 六、上海星级饭店供需趋势预测
- 1、上海星级饭店新增需求的预测
- 2、上海星级饭店新增供应的预测
- 3、2008当年供求关系的预测

第五节 福建省星级饭店发展现状

- 一、福建星级饭店地区分布
- 二、福建星级饭店所有制结构
- 三、福建星级饭店经营现状
- （一）福建星级饭店经营收入
- （二）福建星级饭店国际品牌表现
- （三）福建星级饭店旅游区饭店表现
- （四）福建星级饭店集团优势
- 四、福建星级饭店饭店管理
- （一）福建星级饭店企业竞争力
- （二）福建星级饭店软件建设

(三) 福建星级饭店经营成本

(四) 福建星级饭店品牌培育

第六节 广东省五星级酒店发展现状

一、广东省五星级酒店数量

二、广东省五星级酒店增长

第七节 海南五星级酒店发展现状

一、海南五星级酒店数量

二、海南五星级酒店发展

三、海南五星级酒店分布

四、海南五星级酒店数量与其他城市比较

第八节 厦门星级酒店业发展现状

一、厦门星级酒店出租率

二、厦门星级酒店出租价格

三、厦门星级酒店构成

第四章 星级酒店市场竞争

第一节 星级酒店集团排名

第二节 星级酒店竞争现状

一、国际饭店集团顶级品牌参与竞争

二、国内饭店管理集团提升竞争力

三、区域市场提升竞争力

第三节 国际酒店集团分析

第四节 高星级酒店竞争个性化

一、在酒店办好登机手续

二、推出女宾专用客房

三、24小时保姆式服务

第五章 国内外著名酒店

第一节 六洲集团(即巴斯集团)

第二节 希尔顿

第三节 万豪集团

第四节 香格里拉

第五节 主要内资酒店

一、华天酒店

二、锦江集团

三、东方宾馆

四、金陵饭店

五、新都酒店

第六章 五星级酒店与奥运经济

第一节 平衡新老顾客利益

第二节 成本改造的运营风险

第三节 针对大客户的潜在营销

第四节 五星级酒店奥运营销点

第五节 奥运对酒店行业的影响

第七章 五星级酒店产品营销策略

第一节 2008五星级饭店的餐饮经营策略

第二节 五星级酒店“婚宴”产品的经营策略研究

第三节 五星级酒店经营“婚宴”产品的优势分析

第四节 五星级酒店“婚宴”产品的经营策略

一、力求“婚宴”服务的专业化

二、拓展“婚宴”产品外延

三、加强与“婚庆”公司的合作

四、做好客户关系管理

五、体现“人本管理”

第五节 五星级酒店高端产品的营销路

第六节 星级饭店经理人员培训现状调查

第七节 酒店业员工满意度调查

一、员工满意与酒店人力资源管理

二、员工不满对酒店的消极影响

第八节 影响星级酒店业经营的十大能力

第八章 星级酒店发展趋势

第一节 未来星级酒店发展趋势

- 一、国际集团加速进入加剧高档酒店竞争
- 二、向“绿色酒店”方向发展
- 三、度假型酒店前景看好

第二节 国际酒店集团未来发展趋势

第九章 星级酒店行业投资

第一节 奥运给酒店投资带来的机会与风险

- 一、星级酒店多数被团体预定，酒店供应吃紧
- 二、酒店房价连涨
- 三、奥运后的市场风险

第二节 五星级酒店的投资效益及投资方式

- 一、投资效益的六个来源
- 二、投资和管理酒店的六种模式

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/3543.html>