

2020-2026年上海市酒店市场深度评估与投资战略报告

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

《2020-2026年上海市酒店市场深度评估与投资战略报告》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/202005/164650.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

中企顾问网发布的《2020-2026年上海市酒店市场深度评估与投资战略报告》共十二章。首先介绍了上海市酒店行业市场发展环境、上海市酒店整体运行态势等，接着分析了上海市酒店行业市场运行的现状，然后介绍了上海市酒店市场竞争格局。随后，报告对上海市酒店做了重点企业经营状况分析，最后分析了上海市酒店行业发展趋势与投资预测。您若想对上海市酒店产业有个系统的了解或者想投资上海市酒店行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 上海市酒店行业发展背景分析第一节 上海市经济运行情况

一、上海市经济发展活力分析

二、上海市产业发展结构分析

三、上海市社会消费水平分析

第二节 上海市旅游业发展情况

一、上海市旅游业发展情况

二、上海市入境旅游情况

三、上海市“春节、五一、十一”旅游情况

第二章 上海市酒店行业发展分析第一节 上海市酒店行业发展概述

一、上海市酒店行业发展概述

迪士尼开幕引沪63家酒店开业

二、上海市酒店行业发展特色

三、上海市酒店行业发展思路

四、上海市酒店行业发展趋势

五、上海市酒店行业发展对策

第二节 上海市酒店行业经济指标

一、酒店数量

二、营业收入

三、经营利润

四、从业人员

五、平均房价

六、平均出租率

七、每间可供出租客房收入

八、每间客房平摊营业收入

第三节 上海市按星级划分的酒店经营情况

一、一星饭店

1、饭店数量

2、客房数量

3、床位数量

4、客房出租率

5、营业收入

6、平均房价

二、二星饭店

1、饭店数量

2、客房数量

3、床位数量

4、客房出租率

5、营业收入

6、平均房价

三、三星饭店

1、饭店数量

2、客房数量

3、床位数量

4、客房出租率

5、营业收入

6、平均房价

四、四星饭店

1、饭店数量

2、客房数量

3、床位数量

4、客房出租率

5、营业收入

6、平均房价

五、五星饭店

1、饭店数量

2、客房数量

3、床位数量

4、客房出租率

5、营业收入

6、平均房价

第四节 按经营性质划分的酒店经营情况

一、商务型酒店

二、度假型酒店

三、长住型酒店

四、观光型酒店

五、经济型酒店

六、连锁酒店

七、公寓式酒店

第五节 按数量规模划分的酒店经营情况

一、超大型酒店

二、大型酒店

三、中大型酒店

四、中型酒店

五、中小型酒店

六、小型酒店

第三章 上海市酒店业部门构成及收支情况第一节 酒店部分收支构成情况

一、部门收入构成

二、部门支出构成

三、部门盈利构成

第二节 酒店客房部门

一、客房收入情况

二、客房部门支出情况

三、客房部门盈利情况

第三节 酒店餐饮部门

二、餐饮部门开支情况

三、餐饮部门盈利情况

第四节 酒店通信部门

一、部门收入情况

二、部门支出情况

三、部门盈利情况

第五节 水疗及健身部门

一、部门收入情况

二、部门支出情况

三、部门盈利情况

第六节 小型营运部门

一、部门收入情况

二、部门支出情况

三、部门盈利情况

第四章 上海市重要地理位置酒店发展情况第一节 上海市星级酒店总量分布

一、分布的地域差异

二、上海市主城区星级酒店分布

第二节 上海市主城区星级酒店分布特点

一、主城区星级酒店整体分布特点

二、各星级酒店主城区分布特点

三、商业区星级酒店分布特点

四、交通要道星级酒店的空间分布特点

五、星级酒店的集聚效应

六、会展区酒店分布特点

第三节 程度主城区酒店分布变化趋势

一、宏观调控加强

二、内交通要道星级酒店布局优化

三、绿化、休闲游憩设施建设的完善

四、城市和城市旅游规划的同步

第五章 上海市酒店行业客源构成及定房渠道第一节 上海市酒店客源构成情况

- 一、国内商务客源
- 二、国外商务客源
- 三、国内旅游散客
- 四、国外旅游散客
- 五、国内旅游团
- 六、国外旅游团
- 七、酒店内会议团体
- 八、大型会议/会展/奖励旅游
- 九、政府客源
- 十、航空机组人员
- 十一、其他

第二节 上海市酒店订房渠道

- 一、直接向酒店预订
- 二、酒店协议客户
- 三、连锁酒店总部网站
- 四、酒店自有订房系统/网站
- 五、独立订房系统
- 六、旅行社/旅游运营商
- 七、其他网络订房系统
- 八、国际订房系统

第六章 上海市酒店按优惠类型调查研究分析第一节 在线订购

- 一、酒店在线订购情况
- 二、酒店在线订购价格

第二节 电话预定

- 一、电话预定情况
- 二、电话预定详情

第三节 会员与优惠

- 一、酒店会员制情况

二、酒店会员优惠情况

第七章 上海市酒店排名调研研究分析第一节 按综合评价排名

第二节 按人气数排名

第三节 按房价排名

第四节 按房间数排名

第五节 按环境排名

第六节 按服务排名

第八章 上海市酒店餐饮设施及运营指标第一节 全日咖啡厅

一、每间可供出租客房平摊餐位数

二、每间客房平摊宴会/会议设施面积

三、每间实际入住客房平摊餐位上座数

四、每日每餐位平均上座数

五、人均餐饮消费

第二节 中餐厅

一、每间可供出租客房平摊餐位数

二、每间客房平摊宴会/会议设施面积

三、每间实际入住客房平摊餐位上座数

四、每日每餐位平均上座数

五、人均餐饮消费

第三节 西餐厅/特色餐厅

一、每间可供出租客房平摊餐位数

二、每间客房平摊宴会/会议设施面积

三、每间实际入住客房平摊餐位上座数

四、每日每餐位平均上座数

五、人均餐饮消费

第四节 大堂吧/酒吧

一、每间可供出租客房平摊餐位数

二、每间客房平摊宴会/会议设施面积

三、每间实际入住客房平摊餐位上座数

四、每日每餐位平均上座数

五、人均餐饮消费

第九章上海市酒店选址策略第一节 酒店选址的理论研究

一、酒店区位因素分析

- 1、居民情况
- 2、店面结构
- 3、行人情况
- 4、餐饮业结构
- 5、交通情况
- 6、街道情况
- 7、地域情况

二、酒店选址的理论研究

三、酒店选址评价体系建立

第二节 星级酒店选址标准

- 一、三星级酒店设计标准
- 二、四星级酒店设计标准
- 三、五星级酒店设计标准

第三节 不同经营性质酒店选址要求

- 一、商务型酒店
- 二、度假型酒店
- 三、长住型酒店
- 四、观光型酒店
- 五、经济型酒店
- 六、连锁酒店
- 七、公寓式酒店

第四节 上海市酒店选址策略

- 一、上海市本地市场情况调查
- 二、上海市本地商圈的划分及选择
- 三、上海市酒店选址的建议

第十章上海市酒店业经营管理分析第一节 酒店业经营管理概述

一、酒店经营与管理的关系

二、酒店的需求管理分析

三、酒店的组织管理分析

四、酒店人力资源管理解析

五、酒店客户关系管理分析

六、酒店管理制度创新解析

第二节 上海市酒店业经营管理发展状况

一、酒店经营管理发展现状

二、现代酒店公关管理分析

三、国内酒店成本管理分析

1、成本管理存在问题

2、造成问题相关原因

四、酒店经营管理模式转变

五、酒店管理系统的细分化

六、现代酒店管理误区研究

第三节 国际酒店管理在上海市发展分析

一、国际酒店管理模式介绍

二、酒店集团经营模式趋势

三、本土酒店集团机遇挑战

四、酒店集团的本土化创新

五、外方酒店人力资源管理

第四节 酒店业经营管理策略分析

一、酒店全面管理方式探析

二、酒店细节管理研究分析

三、酒店采取全面收益管理

四、现代酒店公关管理创新

五、做好酒店管理培训研究

六、酒店管理有效策略解析

第十一章 上海市酒店业营销策略研究第一节 上海市酒店业市场定位研究

一、酒店产品定位的概述

二、酒店产品定位的方法

三、酒店产品定位的步骤

四、酒店产品的定位策略

五、酒店营销的要素介绍

第二节 酒店业营销动向研究

一、酒店网络营销九大特点

二、在线营销成酒店业趋势

三、健康客房成营销新趋势

四、网络成酒店营销新途径

五、深度开发酒店团购市场

第三节 酒店业网络营销分析

一、酒店网络营销模式特点

二、酒店开展网络营销意义

三、酒店网络营销存在问题

四、网络营销在酒店中运用

五、酒店在线营销开拓渠道

六、酒店业网络营销的对策

第四节 酒店业绿色营销分析

一、绿色营销及其产生基础

二、绿色酒店的概念和意义

三、酒店绿色营销存在问题

四、酒店绿色营销任务对策

五、酒店绿色营销发展趋势

六、国内酒店绿色营销动态

第五节 上海市酒店业营销策略分析

一、不同市场酒店营销对策

二、提升竞争力的营销策略

三、新形势酒店业营销技巧

四、酒店行业蜂鸣营销分析

五、酒店节日营销手段分析

六、数字营销策略五大要点

七、文化营销诠释酒店魅力

八、酒店终端操作策略研究

第十二章上海市酒店行业投资风险、投资策略及建议第一节 上海市酒店投资风险因素

一、宏观经济风险

二、政策调控风险

三、竞争加剧风险

四、酒店财务风险

五、选址不当风险

六、价格竞争因素

第二节 上海市酒店投资成本分析

一、五星级酒店购地成本

二、土建机电及装修成本

三、五星级酒店人力成本

四、五星级酒店营运成本

第三节 上海市酒店投资机会分析

一、收入水平

二、消费支出

三、消费特点

四、城市规划

五、旅游经济

第四节 上海市酒店投资策略建议

部分图表目录：

图表：2011-2019年上海市酒店数量情况

图表：2011-2019年上海市酒店营业收入情况

图表：2011-2019年上海市酒店经营利润情况

图表：2011-2019年上海市酒店从业人员情况

图表：2011-2019年上海市酒店平均房价情况

图表：2011-2019年上海市酒店平均出租率情况

图表：2019年上海市电话预定比情况

图表：2019年上海市电话预定价格与实际价格比

图表：2011-2019年上海市酒店行业会员人数情况

图表：2011-2019年上海市酒店行业会员价格优惠力度

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164650.html>