

2024-2030年中国酒店行业 分析与投资前景报告

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

《2024-2030年中国酒店行业分析与投资前景报告》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/202403/445718.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《2024-2030年中国酒店行业分析与投资前景报告》共二十二章。首先介绍了酒店行业市场发展环境、酒店整体运行态势等，接着分析了酒店行业市场运行的现状，然后介绍了酒店市场竞争格局。随后，报告对酒店做了重点企业经营状况分析，最后分析了酒店行业发展趋势与投资预测。您若想对酒店产业有个系统的了解或者想投资酒店行业，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 酒店业概述 1.1 酒店的相关简介 1.1.1 酒店的定义 1.1.2 酒店的部门设置 1.1.3 酒店部门的职能 1.2 酒店业的分类 1.2.1 酒店的分类 1.2.2 酒店房间类型的分类 1.3 酒店业的基本性质与特点 1.3.1 现代酒店的基本性质 1.3.2 酒店业的基本特点 1.3.3 现代酒店呈现的新特点 第二章 2018-2022年国际酒店业发展分析 2.1 2018-2022年国际酒店业的发展综述 2.1.1 国际酒店业的发展特点及影响因素 2.1.2 2022年世界酒店市场价格波动状况 2.1.3 2022年全球酒店市场交易量 2.1.4 2022年全球酒店资本市场状况 2.1.5 2022年全球酒店业发展态势 2.1.6 2022年全球酒店业发展动态 2.1.7 2022年全球酒店业发展形势 2.2 国际宾馆酒店业的管理综述 2.2.1 国际酒店集团的管理模式分析 2.2.2 国际宾馆酒店业管理的主要特点 2.2.3 西方酒店业引入全面质量管理 2.2.4 国外饭店集团介入的管理形式 2.2.5 国际一流酒店经营管理的几大趋势 2.3 欧洲酒店业分析 2.3.1 芬兰酒店业的发展 2.3.2 法国酒店业的发展 2.3.3 瑞士酒店业发展概况 2.3.4 欧洲酒店业投资简况 2.4 美国酒店业分析 2.4.1 美国酒店业的成功经验总结 2.4.2 美国酒店业收支状况 2.4.3 美国酒店业趋势展望 2.5 亚太地区酒店业分析 2.5.1 亚太地区酒店业发展概述 2.5.2 泰国酒店业发展分析 2.5.3 香港酒店业增长状况 2.5.4 缅甸酒店业发展分析 2.5.5 亚太地区酒店业投资状况 2.6 中东地区酒店业分析 2.6.1 中东地区酒店业价格走势 2.6.2 贝鲁特酒店业发展概况 2.6.3 迪拜酒店业发展简况 2.6.4 阿布扎比酒店业运营现状 第三章 2018-2022年中国酒店业发展分析 3.1 中国酒店业的发展综述 3.1.1 中国酒店业在国民经济发展中的战略定位 3.1.2 中国酒店业近30年发展历程 3.1.3 中国酒店业发展的影响因素 3.1.4 中国酒店业与国际一流酒店业的差距 3.1.5 中国中档酒店市场受青睐 3.2 2022年中国酒店业发展分析 3.2.1 2022年中国星级酒店经营发展状况 3.2.2 2022年中国星级酒店开业状况 3.2.3 2022年中国酒店业经营状况 3.2.4 2022年中国酒店业大事盘点 3.3 2022年年中国酒店业发展分析 3.3.1 2022年中国星级饭店经营状况 3.3.2 2022年我国星级酒店开业状况 3.3.3 2022年我国酒店资本市场状况 3.3.4 2022年中国酒店业发展热点 3.4 2018-2022年中国酒店业发展现状分析 3.4.1 2022年中国星级酒店业总体规模 3.4.2 2022年中国星级酒店业经营状况 3.4.3 2022年我国酒店业市场热点分析 3.4.4 2022年我国酒店业面临形

势分析 3.5 中国酒店业面临的问题与挑战 3.5.1 中国酒店业存在的主要问题 3.5.2 中国酒店业的“软肋” 3.5.3 中国酒店业市场的壁垒分析 3.5.4 中国酒店业的质量问题 3.6 中国酒店业的发展策略 3.6.1 中国酒店业发展的政策取向 3.6.2 中国酒店业质量问题的发展对策 3.6.3 中国本土酒店的发展建议 3.6.4 促进中国酒店企业发展的策略 第四章 2018-2022年商务酒店发展分析 4.1 商务酒店概念及介绍 4.1.1 商务旅游概述 4.1.2 商务酒店的定义 4.2 商务酒店市场概况 4.2.1 中国商务酒店发展逐渐成熟 4.2.2 经济型商务酒店渐受青睐 4.2.3 二线城市掀起商务酒店投资热 4.2.4 商务酒店宽带接入成发展趋势 4.3 商务酒店投资动态 4.3.1 商务酒店掀起投资狂潮 4.3.2 国际商务型酒店纷纷进驻广东 4.3.3 商务酒店蜂拥济南 4.4 商务酒店发展对策及前景 4.4.1 商务酒店的市场竞争核心在于品牌建设 4.4.2 中国商务酒店发展道路探讨 4.4.3 商务酒店的功能改造方案 4.4.4 商务酒店面临美好发展前景 第五章 2018-2022年旅游假酒店发展分析 5.1 假日经济与酒店业 5.1.1 假日经济带动旅游酒店业发展 5.1.2 假日调整对酒店业的影响 5.1.3 酒店产业应对假日经济的策略 5.1.4 “假日经济”魅力下酒店的营销管理 5.2 旅游假酒店发展概况 5.2.1 假酒店的类型介绍 5.2.2 假酒店的功能与作用 5.2.3 气候对假酒店的重要性 5.2.4 中国假酒店发展分析 5.2.5 北京高端假酒店发展分析 5.2.6 假酒店存在的问题 5.3 分时假在中国的发展 5.3.1 分时假的产生与发展 5.3.2 分时假在中国发展的时机已经成熟 5.3.3 国内分时假企业的发展 5.3.4 我国分时假发展潜力巨大 5.4 旅游假酒店市场营销分析 5.4.1 中国假酒店市场营销的特点 5.4.2 假酒店的营销策略分析 5.4.3 休闲假型酒店的散客销售 5.4.4 4cs营销理念在中国假饭店的运用 5.5 中国假酒店经营管理发展趋势 5.5.1 多元化发展将是假酒店的必然现象 5.5.2 主题经营将是假酒店竞争制胜的基本定律 5.5.3 提高客人体验价值将是假酒店的服务之道 5.5.4 开发寓教于乐的假产品 5.5.5 快乐工作将是假酒店员工管理的重要课题 5.5.6 连锁经营将是假酒店企业发展的必然选择 5.6 中国旅游假酒店的对策与前景分析 5.6.1 发展假酒店的对策分析 5.6.2 室内水上乐园假酒店投资方案分析 5.6.3 中国假型酒店发展前景光明 第六章 2018-2022年经济型酒店发展分析 6.1 经济型酒店的定义及特征 6.1.1 经济型酒店概念 6.1.2 经济型酒店的分类 6.1.3 经济型酒店的特征 6.2 中国经济型酒店发展综述 6.2.1 中国经济型酒店的行业环境分析 6.2.2 中国经济型酒店总体状况回顾 6.2.3 中国连锁经济型酒店向中部地区推进 6.2.4 中国经济型酒店开始进入联盟新时代 6.2.5 经济型酒店转型升级状况 6.3 2018-2022年我国经济型酒店发展分析 6.3.1 2020年中国经济型酒店发展回顾 6.3.2 2022年经济型酒店行业发展热点 6.3.3 2022年我国经济型酒店发展态势 6.3.4 2022年我国经济型酒店面临形势 6.4 政府对经济型酒店发展的扶持 6.4.1 政府加强住宿行业管理重点发展经济型酒店 6.4.2 《特许经营管理条例》启动对经济酒店的影响 6.4.3 国家将旅游业确定为国民经济支柱产业 6.4.4 新政出台鼓励发展经济型酒店 6.5 经济型酒店的经营与管理 6.5.1 中国经济型酒店经营管理状况分析 6.5.2 中国经济型酒店先行者的管理模式分析 6.5.3 经营经济型酒店关键把握

五大因素 6.5.4 经济型酒店的具体经营方针 6.6 经济型酒店的效益 6.6.1 投入产出分析 6.6.2 经济型酒店的投资回报分析 6.6.3 经济型酒店与资本市场结合的路径 6.6.4 经济型酒店的土地使用权存在隐患 6.7 经济型酒店的运作模式分析 6.7.1 开发模式 6.7.2 选址要求 6.7.3 注册成立酒店管理公司 6.8 经济型酒店面临的问题分析 6.8.1 经济型酒店行业存在的缺陷 6.8.2 中国经济型酒店发展面临的困境 6.8.3 中国经济型酒店发展壁垒 6.8.4 国内经济型酒店快速扩张下的隐忧 6.9 中国经济型酒店的发展策略 6.9.1 经济型酒店应注意回避的误区 6.9.2 中国经济型酒店企业的发展策略 6.9.3 中国经济型酒店的特色品牌的创建 6.9.4 中国经济型酒店的九大发展战略 6.10 中国经济型酒店发展前景与趋势 6.10.1 中国经济型酒店增长空间巨大 6.10.2 中国经济型酒店发展前景分析 6.10.3 中国本土经济型酒店前景可期

第七章 2018-2022年产权式酒店发展分析 7.1 产权式酒店概念及分类 7.1.1 产权式酒店的定义 7.1.2 产权式酒店的性质 7.1.3 产权式酒店的分类 7.2 产权式酒店发展概况 7.2.1 我国产权式酒店法规状况 7.2.2 中国产权式酒店的发展透析 7.2.3 中国产权式酒店数量规模 7.2.4 产权式酒店快速发展动力 7.2.5 中国产权式酒店发展前景乐观 7.3 影响产权式酒店销售的主要因素 7.3.1 自然环境 7.3.2 投资环境 7.3.3 交通环境 7.3.4 是否有金融支持 7.3.5 价格因素 7.4 产权式酒店发展面临的问题及对策 7.4.1 产权式酒店发展存在的不足及建议 7.4.2 完善我国产权酒店行业运行机制 7.4.3 中国产权式酒店发展需三方面共同努力 7.4.4 产权式酒店经营应注重的方面 7.5 产权式酒店的投资机遇 7.5.1 调控下产权式酒店迎来投资最佳时机 7.5.2 产权式酒店越来越受投资者青睐 7.5.3 产权式酒店具有投资优势 7.5.4 政策利好海南产权式酒店渐成投资焦点 7.6 产权式酒店的投资风险及防范 7.6.1 产权式酒店投资风险的主要体现 7.6.2 产权酒店发展缺少制规范导致风险加剧 7.6.3 产权式酒店投资的法律风险分析 7.6.4 产权式酒店在交易过程中存在的风险 7.6.5 产权式酒店交易风险的防范措施 7.6.6 产权式酒店投资风险的法律防范措施 7.7 产权式酒店的投资方法 7.7.1 投资产权式酒店的要素 7.7.2 产权式酒店投资策略分析 7.7.3 把握好产权式酒店投资的要点 7.7.4 产权式酒店投资价值的评估

第八章 2018-2022年酒店式公寓发展分析 8.1 酒店式公寓的定义及特征 8.1.1 酒店式公寓的概念 8.1.2 酒店式公寓的特征 8.1.3 酒店式公寓的分类 8.1.4 酒店式公寓目标客户群的类型 8.1.5 酒店式公寓的服务概况 8.2 酒店式公寓发展概况 8.2.1 酒店式公寓在中国的发展 8.2.2 酒店式公寓成酒店业的新宠 8.2.3 酒店式公寓异军突起备受市场青睐 8.2.4 酒店式公寓渐成市场调控下关注热点 8.3 中国主要城市酒店式公寓市场动态 8.3.1 北京 8.3.2 广州 8.3.3 深圳 8.3.4 杭州 8.3.5 上海 8.4 酒店式公寓的产品开发 8.4.1 项目选址策略 8.4.2 目标消费群定位 8.4.3 产品设计策略 8.4.4 产品销售策略 8.4.5 销售成本控制策略 8.4.6 经营管理策略 8.5 酒店式公寓的投资风险分析 8.5.1 五大隐性成本 8.5.2 非住宅税费 8.5.3 房屋土地性质 8.5.4 投资实力 8.5.5 避免扎堆出租 8.6 酒店市公寓投资价值及前景分析 8.6.1 酒店式公寓的投资回报模式 8.6.2 酒店式公寓的投资价值 8.6.3 酒店式公寓的投资潜力 8.6.4 酒店式公寓的投资

建议 第九章 2018-2022年主题酒店发展分析 9.1 主题酒店基本概述 9.1.1 主题酒店的概念 9.1.2 主题酒店的一般类型 9.1.3 主题酒店与特色酒店的异同 9.1.4 世界各地主题酒店大观 9.2 主题酒店是中国酒店业发展的必然选择 9.2.1 酒店业标准化向个性化发展 9.2.2 市场细分是酒店业大势所趋 9.2.3 酒店市场竞争逐步升级 9.2.4 主题酒店是中国文化产业发展的需要 9.3 中国主题酒店发展概况 9.3.1 中国主题酒店的发展阶段 9.3.2 中国主题酒店的发展现状及特点 9.3.3 中国主题酒店主题开发建设覆盖面较广 9.3.4 国家新政策鼓励主题酒店发展 9.3.5 中国精品主题酒店发展潜力巨大 9.4 2022年中国主题酒店发展动态 9.5 2022年中国主题酒店发展动态 9.6 2018-2022年中国主题酒店发展动态 9.7 中国主题酒店的投资分析 9.7.1 对主题的认识 9.7.2 主题酒店的发展空间 9.7.3 主题酒店的市场定位 9.7.4 主题的延伸和更新 9.8 主题酒店产品设计与开发的基本思路 9.8.1 准确独特的主题定位——寻找主题 9.8.2 和谐的主题环境与氛围——展示主题 9.8.3 配套的主题设施与产品——传递主题 9.8.4 诱人的主题活动与服务——深化主题 9.9 中国主题酒店存在的问题及建议 9.9.1 主题酒店与特色酒店混为一谈 9.9.2 过分西化不考虑所处地域的形象 9.9.3 一味依赖主题轻视其他 9.9.4 过于追求大规模大投入 9.9.5 星级低、宣传欠缺及知名不高 9.9.6 中国主题酒店发展的建议 9.10 中国主题酒店的发展前景及趋势 9.10.1 主题酒店发展前景分析 9.10.2 未来主题酒店或将成为中国酒店业标志 9.10.3 主题酒店将向主题景区演变 第十章 2018-2022年绿色酒店发展分析 10.1 绿色酒店定义及由来 10.1.1 绿色酒店的涵义 10.1.2 绿色酒店的特征 10.1.3 绿色酒店的由来 10.1.4 创建绿色酒店的意义 10.2 绿色酒店发展概况 10.2.1 全球八大绿色酒店介绍 10.2.2 “绿色酒店”可大量节约成本 10.2.3 环保时代需要绿色酒店 10.2.4 中国绿色酒店发展现状 10.3 绿色酒店发展的问题及思路 10.3.1 观念方面的不足 10.3.2 政策和管理方面的问题 10.3.3 绿色酒店发展思路 10.3.4 建设绿色酒店实施要求 第十一章 2018-2022年北京酒店业发展分析 11.1 2018-2022年北京酒店业现状及发展趋势 11.1.1 接待规模情况 11.1.2 房价走势分析 11.1.3 出租率分析 11.1.4 经营情况分析 11.1.5 发展趋势分析 11.2 2018-2022年北京酒店业竞争分析 11.2.1 市场竞争态势分析 11.2.2 外资酒店竞争能力分析 11.2.3 提高企业竞争力策略 11.2.4 市场竞争格局分析 11.2.5 市场竞争特点分析 11.3 2018-2022年北京经济型酒店现状分析及展望 11.3.1 发展规模分析 11.3.2 发展动态分析 11.3.3 竞争环境分析 11.3.4 发展前景展望 11.4 2018-2022年北京公寓式酒店市场分析 11.4.1 公寓式酒店概述 11.4.2 供给特点分析 11.4.3 需求情况分析 11.4.4 交易特点分析 第十二章 2018-2022年上海酒店业发展分析 12.1 2020年上海酒店业发展回顾 12.1.1 市场规模状况 12.1.2 酒店运营状况 12.1.3 酒店营收状况 12.2 2022年上海酒店业发展分析 12.2.1 市场规模状况 12.2.2 酒店运营状况 12.2.3 酒店营收状况 12.2.4 酒店服务质量 12.3 2022年上海酒店业发展分析 12.3.1 市场规模状况 12.3.2 酒店运营状况 12.3.3 市场运行走势 12.3.4 市场影响因素 12.4 2018-2022年上海酒店市场变化特征分析

12.4.1 市场供余潜存 12.4.2 经营结构变化 12.4.3 酒店业态转型 12.5 2018-2022年上海经济型酒店发展分析 12.5.1 市场规模分析 12.5.2 酒店分布分析 12.5.3 市场发展优势 12.5.4 市场特征分析 12.5.5 市场竞争分析 12.6 上海酒店业客源市场分析 12.6.1 长期租赁市场 12.6.2 中期客源市场 12.6.3 短期客源市场 12.7 上海酒店业的问题与对策建议 12.7.1 供需形势严峻 12.7.2 人才问题突出 12.7.3 行业发展建议 12.7.4 市场调控建议 12.7.5 品牌经营战略 第十三章 2018-2022年广州酒店业发展分析 13.1 2018-2022年广州酒店业发展综述 13.1.1 星级酒店发展规模 13.1.2 星级酒店营收分析 13.1.3 房价及入住率分析 13.1.4 酒店市场发展动态 13.1.5 高端酒店发展态势 13.1.6 经济型酒店发展规模 13.2 2018-2022年广交会期间广州酒店业发展状况 13.3 广州酒店业的主要问题及建议 13.3.1 广州酒店业面临的挑战 13.3.2 酒店星级不规范现象分析 13.3.3 酒店发展困境 13.3.4 广州酒店行业发展建议 13.4 广州酒店业的前景及趋势 13.4.1 广州酒店业发展预测 13.4.2 会展业继续带动酒店业繁荣 13.4.3 房价上涨条件分析 13.4.4 酒店式公寓发展前景分析 第十四章 2018-2022年深圳酒店业发展分析 14.1 2018-2022年深圳酒店业发展综述 14.1.1 市场发展回顾 14.1.2 总体发展现状 14.1.3 市场供给情况 14.1.4 酒店经营情况 14.1.5 酒店营收情况 14.1.6 展会促进作用 14.1.7 未来发展形势 14.2 2018-2022年深圳经济型酒店发展状况分析 14.2.1 市场供需分析 14.2.2 市场规模分析 14.2.3 连锁经营模式分析 14.2.4 行业发展建议 14.3 2018-2022年深圳其他类型酒店发展分析 14.3.1 商务酒店发展机遇分析 14.3.2 个性化酒店市场分析 14.3.3 高端酒店与房地产相互作用分析 14.4 深圳酒店业存在的问题及对策 14.4.1 高端人才供应紧缺 14.4.2 发展路径扭曲 14.4.3 企业文化建设不足 14.4.4 发展对策分析 第十五章 2018-2022年酒店业相关产业发展分析 15.1 旅游业 15.1.1 旅游业对酒店业的促进关系分析 15.1.2 2022年旅游业运行状况回顾 15.1.3 2022年旅游业运行情况分析 15.1.4 旅游业重要政策动态分析 15.1.5 2022年旅游业发展形势展望 15.2 会展产业 15.2.1 会展与酒店业互动发展分析 15.2.2 中国会展业在全球的地位分析 15.2.3 我国会展行业规模分析 15.2.4 中国会展行业swot分析 15.2.5 “十四五”规划发展目标 15.3 餐饮业 15.3.1 餐饮业对酒店业的影响分析 15.3.2 餐饮行业运行发展回顾 15.3.3 餐饮行业市场特征分析 15.3.4 2022年餐饮业现状分析 15.3.5 “十四五”规划发展目标 第十六章 国外重点酒店企业分析 16.1 希尔顿酒店集团 16.1.1 企业简介 16.1.2 希尔顿酒店在华扩张加速 16.1.3 希尔顿酒店继续拓展中国市场 16.1.4 希尔顿酒店发展动态 16.1.5 希尔顿酒店发展动态 16.2 雅高集团 16.2.1 企业简介 16.2.2 雅高集团经营状况 16.2.3 喜达屋酒店及度假酒店国际集团 16.3.1 企业简介 16.3.2 喜达屋经营状况 16.4 洲际酒店集团 16.4.1 企业简介 16.4.2 洲际酒店集团经营状况 16.5 万豪国际酒店集团 16.5.1 企业简介 16.5.2 财年万豪酒店经营状况 16.6 香格里拉（亚洲）有限公司 16.6.1 企业简介 16.6.2 香格里拉经营状况 第十七章 国内重点酒店企业分析 17.1 华天酒店集团股份有限公司 17.1.1 企业发展概况 17.1.2 经营效益分析 17.1.3 业务经营分析 17.1.4 财务状况分析 17.1.5 未来

前景展望 17.2 上海锦江国际酒店发展股份有限公司 17.2.1 企业发展概况 17.2.2 经营效益分析 17.2.3 业务经营分析 17.2.4 财务状况分析 17.2.5 未来前景展望 17.3 如家快捷酒店管理公司 17.3.1 企业发展概况 17.3.2 经营效益分析 17.3.3 业务经营分析 17.3.4 财务状况分析 17.4 深圳新都酒店股份有限公司 17.4.1 企业发展概况 17.4.2 经营效益分析 17.4.3 业务经营分析 17.4.4 财务状况分析 17.4.5 未来前景展望 17.5 金陵饭店股份有限公司 17.5.1 企业发展概况 17.5.2 经营效益分析 17.5.3 业务经营分析 17.5.4 财务状况分析 17.5.5 未来前景展望 17.6 广州市东方宾馆股份有限公司 17.6.1 企业发展概况 17.6.2 经营效益分析 17.6.3 业务经营分析 17.6.4 财务状况分析 17.6.5 未来前景展望 17.7 北京首都旅游股份有限公司 17.7.1 企业发展概况 17.7.2 经营效益分析 17.7.3 业务经营分析 17.7.4 财务状况分析 17.7.5 未来前景展望 第十八章 2018-2022年中国酒店企业经营管理分析 18.1 酒店业经营管理基本理论 18.1.1 酒店管理的特点 18.1.2 酒店的管理层次 18.1.3 酒店管理技能 18.2 酒店业经营管理概述 18.2.1 酒店经营与管理的关系 18.2.2 酒店的需求管理分析 18.2.3 酒店的组织管理分析 18.2.4 酒店人力资源管理分析 18.2.5 酒店客户关系管理分析 18.2.6 酒店管理的制创新分析 18.3 中国酒店市场定位分析 18.3.1 酒店产品定位概念 18.3.2 酒店产品定位的方法 18.3.3 酒店产品定位的步骤 18.3.4 酒店产品的定位策略 18.4 中国酒店业营销策略分析 18.4.1 酒店营销要素分析 18.4.2 酒店营销策略分析 18.4.3 拓展市场营销策略 18.4.4 酒店营销技巧分析 18.4.5 酒店蜂鸣营销分析 18.4.6 酒店节日营销分析 18.5 中国酒店绿色营销分析 18.5.1 绿色营销的定义 18.5.2 绿色营销的推广应用 18.5.3 绿色营销的缺陷分析 18.5.4 绿色营销的任务和策略 18.5.5 绿色营销的发展趋势 18.6 酒店业经营管理的动向分析 18.6.1 发展趋势分析 18.6.2 营销趋势分析 18.6.3 健康客房营销 18.6.4 互联网营销 18.6.5 在线媒体营销 第十九章 2018-2022年酒店业信息化发展分析 19.1 酒店业信息化发展概述 19.1.1 国际酒店业信息化发展历程 19.1.2 世界酒店管理信息化现状 19.1.3 中国酒店信息化发展方向 19.2 2018-2022年中国酒店业信息化发展现状 19.2.1 发展成就 19.2.2 问题分析 19.2.3 发展对策 19.3 2018-2022年中国酒店业信息化应用分析 19.3.1 管理信息化 19.3.2 采购信息化 19.3.3 库存信息化 19.3.4 自助入住系统 19.4 2018-2022年中国酒店行业电子商务应用分析 19.4.1 运作模式 19.4.2 具体应用 19.4.3 问题分析 19.4.4 发展对策 19.4.5 发展趋势 19.5 中国酒店信息化发展趋势分析 19.5.1 电子商务趋势 19.5.2 智能管理趋势 19.5.3 个性化[服]务趋势 19.5.4 数字化主导发展方向 19.5.5 电子分销的发展前景 第二十章 2018-2022年酒店业行业竞争分析 20.1 2018-2022年酒店业竞争分析 20.1.1 中外酒店业优势比较 20.1.2 2019年中国酒店市场竞争分析 20.1.3 2020年中国酒店市场竞争分析 20.1.4 2022年中国酒店市场竞争现状 20.1.5 酒店业面临超值竞争时代的挑战 20.2 酒店业竞争力分析 20.2.1 现代酒店业竞争要素分析 20.2.2 中国酒店业核心竞争力分析 20.2.3 小型精品酒店核心竞争力分析 20.2.4 酒店文化与酒店竞争力 20.3 酒店竞争对手分析 20.3.1 竞争对手的市场占有率 20.3.2 竞争对手的财务状况 20.3.3 竞争对手的产

能利用率 20.3.4 竞争对手的创新能力 20.3.5 竞争对手的领导人分析 20.4 中国饭店集团化的swot分析 20.4.1 优势分析 20.4.2 劣势分析 20.4.3 机会分析 20.4.4 威胁分析 20.5 酒店业集群竞争形势分析 20.5.1 酒店业集群简介 20.5.2 中国酒店业集群[发]展 20.5.3 集群内酒店企业竞争特点 20.5.4 酒店业集群竞争优势分析 20.6 提升酒店竞争力的策略分析 20.6.1 酒店设计与经营特色策略 20.6.2 专业化管理与创新策略 20.6.3 特许经营与连锁经营策略 20.6.4 提升酒店品牌竞争力策略 20.7 酒店行业竞争趋势分析 20.7.1 理念竞争 20.7.2 管理竞争 20.7.3 人才竞争 20.7.4 品牌竞争 20.7.5 创新竞争 20.7.6 文化竞争 20.7.7 学习竞争 20.7.8 [服]务竞争 第二十一章 2018-2022年酒店业投资分析 21.1 酒店行业的投资特性分析 21.1.1 赢利性与成长性 21.1.2 酒店的周期性 21.1.3 要素的密集性 21.2 2018-2022年中国酒店业投资分析 21.2.1 投资优势分析 21.2.2 投资机遇分析 21.2.3 投资区域分析 21.2.4 投资来源分析 21.2.5 海外投资分析 21.2.6 投资趋势分析 21.3 中外酒店投资的盈利模式分析 21.3.1 经营增长盈利模式 21.3.2 物业增值盈利模式 21.3.3 资本营运盈利模式 21.3.4 品牌创新盈利模式 21.3.5 集团建设盈利模式 21.4 中国酒店业投资建议 21.4.1 投资因素分析 21.4.2 投资类型选择 21.4.3 投资观念分析 21.4.4 投资策略建议 第二十二章 酒店业发展前景及趋势分析 22.1 全球酒店业发展前景预测 22.1.1 总体发展走向 22.1.2 全球酒店业发展趋势 22.1.3 国际酒店集团发展趋势 22.1.4 2022年全球酒店格局预测 22.2 中国酒店业的发展前景及趋势 22.2.1 发展前景广阔 22.2.2 市场需求潜力 22.2.3 未来增长形势 22.2.4 行业发展趋势 22.3 中国酒店业未来发展方向分析 22.3.1 集团化与品牌化 22.3.2 绿色健康化 22.3.3 智能化 22.3.4 数字化 22.3.5 创新化 22.4 2024-2030年中国酒店业发展预测分析 22.4.1 2024-2030年中国星级酒店运营数预测 22.4.2 2024-2030年中国星级酒店经营情况预测 22.4.3 2024-2030年中国经济型酒店运营数预测 附录： 附录一：《中国旅游饭店行业规范》 附录二：《旅游饭店星级的划分及评定》 附录三：《旅游饭店星级的划分与评定》 附录四：《中华人民共和国旅店业卫生标准》 附录五：《绿色饭店管理规定》 附录六：《商务部关于加快住宿业发展的指导意见》 图表目录： 图表1 酒店顾客的需求意向 图表2 2022年全球酒店实际支付价格的平均增幅 图表3 国际酒店集团发展进程 图表4 国际酒店集团所属品牌及经营模式 图表5 委托管理与特许经营模式比较 图表6 各种酒店组织的描述 图表7 不同类型酒店组织特征比较 图表8 国际酒店中外经营模式差异及原因 图表9 传统营销与顾客关系管理方式的特点比较 图表10 2018-2022年间美国酒店营收变化 图表11 2018-2022年美国酒店运营绩效变化 图表12 2022年全国星级饭店规模结构情况（按星级分） 图表13 2022年全国星级饭店登记注册类型情况（按星级分） 图表14 2022年全国星级饭店基本指标统计表（按星级分） 图表15 2022年全国星级饭店主要指标统计表（按星级分） 图表16 2022年全国星级饭店主要指标排名前十名统计表 图表17 2022年重点旅游城市星级饭店规模结构（按星级分） 图表18 2022年重点旅游城市星级饭店主要指标排名前十名统计表 图表19 2022年全国星级饭店基本指

标与上年同比情况表（按星级分） 图表20 2022年全国星级饭店主要指标比较（按星级分）
图表21 2022年全国各地星级饭店数量分布情况 图表22 2022年全国星级饭店基本情况表 图
表23 2022年全国各地星级饭店财务状况统计完成情况表 图表24 2022年全国50个重点旅游城市
星级饭店财务状况完成情况表 图表25 2022年全国星级酒店开业数（3星以上，按月份） 图
表26 2022年全国星级酒店开业数（3星以上，按星级） 图表27 2022年全国星级酒店开业数（3
星以上，按地区） 图表28 2022年全国星级酒店开业数（3星以上，按品牌） 更多图表见正
文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202403/445718.html>