

# 2024-2030年中国星级酒店 市场深度分析与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国星级酒店市场深度分析与发展前景报告》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/202310/415513.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年中国星级酒店市场深度分析与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一部分 中国星级酒店动态聚焦

第一章 星级酒店业相关概述 第一节 酒店的相关简介 一、服务及设施 二、酒店的部门设置 三、酒店部门的职能 第二节 酒店业的分类及等级 一、酒店的分类 二、酒店房间类型的分类 第三节 酒店业的基本性质与特点 一、现代酒店的基本性质 二、酒店业的基本特点 三、现代酒店呈现的新特点 第四节 星级酒店阐述 一、酒店评定标准 二、星级的划分条件 三、星级评定的责任分工 四、星级的申请星级的评定规程及服务质量要求 第二章 世界酒店业运行格局分析 第一节 世界酒店业的市场概况分析 一、中国连锁酒店总体发展概况 二、中国酒店房价行情分析 三、中国酒店销售额分析（美元） 四、金融危机后中国酒店业复苏情况 第二节 世界宾馆酒店业的管理特点分析 一、国际酒店集团的管理模式分析 二、国际宾馆酒店业管理的主要特点 三、西方酒店业引入全面质量管理 四、国外饭店集团介入的管理形式 第三节 世界酒店三大新趋势探析 第三章 世界星级酒店发展形势分析 第一节 世界星级酒店发展概况分析 一、世界星级酒店管理模式分析 二、国际著名跨国酒店集团发展动态 三、星级酒店品牌竞争分析 第二节 世界主要国家星级酒店发展动态分析 一、美国 二、韩国 三、台湾 第三节 世界星级酒店发展趋势分析 第四章 中国星级酒店运行环境解析 第一节 中国宏观经济环境分析 一、中国GDP分析 二、消费价格指数分析 三、城乡居民收入分析 四、社会消费品零售总额 五、全社会固定资产投资分析 六、进出口总额及增长率分析 七、存贷款利率变化 八、财政收支状况 第二节 中国星级酒店市场政策环境分析 一、《旅游涉外饭店星级的划分与评定》 二、《中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定》 三、政策突破预期强烈 四、全国酒店产业政策与发展方向 五、“限外政策”对星级酒店业的影响 六、国家出台政策扶持酒店业 第三节 中国星级酒店运营社会环境分析 一、消费观念 二、文化环境分析 第五章 中国酒店业发展局势分析 第一节 中国酒店业发展动态分析 一、星级酒店规模和效益呈持续稳定增长 二、高档次酒店发展迅速 三、开放程度高，管理先进 第二节 金融风暴影响下酒店业的发展 一、金融危机波及中国酒店业 二、扩大内需商务部将大力发展酒店餐饮业 第三节 中国酒店产业的发展 一、我国酒店业用户行为分析 二、我国星级酒店的开业统计分析 三、我国酒店预订价格指数分析 第四节 中国酒店业面临的问题分析 一、酒店业行业壁垒分析 二、中国酒店业外资赚了九成利润 三、中国每年有大量酒店资产闲置 四、中国酒店业建设和管理的十大误区 五、酒店业人才管理急需规范化 第五节 促进中国

酒店业发展的对策分析 一、消费需求不足状况下酒店的经营策略 二、中国酒店业应拥有自己的国际品牌 三、酒店业的个性化服务 四、酒店业应对金融危机的策略 第六章 中国星级酒店业营运运行形势透析 第一节 影响中国星级酒店业发展因素分析 一、后奥运时代、世博会的举办对产业推动 二、旅游业的对中国星级酒店的影响 三、消费者意识的变化 第二节 中国星级酒店业运行分析 一、中国本土星级酒店统计及星级划分所占比重 1、白金五星 2、五星 3、四星 4、三星 5、二星 二、各省星级酒店业结构分析 三、中国需求状况分析 四、全国星级酒店新开业统计 五、国内星级酒店客房总数7年内翻倍 第三节 中国高星级酒店业绩状况分析 第七章 中国星级酒店运营状况剖析 第一节 星级酒店经营分析 一、收入分析 二、利润分析 三、客房出租率 四、平均房价 第二节 中国星级酒店数量 一、2015-星级酒店数量 二、星级酒店结构（按星级） 三、星级酒店结构（按性质） 四、星级酒店结构（按规模） 第三节 内外资结构分析 一、外资星级酒店 二、内资星级酒店 第四节 各省星级饭店运营数据分析 一、星级饭店基本情况（按地区分） 二、各地区星级饭店数（按规模分） 三、星级饭店主要经济指标 四、星级饭店的客房规模 五、星级饭店的注册登记类型 六、星级饭店的地区分布 七、星级饭店综合情况 八、星级饭店的人均效益 九、星级饭店每间客房的收益 十、星级饭店的住宿人数和人天数 第八章 中国星级酒店市场运行状况分析 第一节 中国星级酒店行业动态分析 一、国有集团占据着半壁江山 二、世界知名品牌占据着高端市场 三、外资进入重点领域分析 第二节 星级品牌酒店管理市场分析 一、酒店管理业务空间巨大 二、酒店管理集团化程度 三、酒店管理核心竞争力分析 四、外资酒店管理发展现状 五、内资酒店管理发展现状 第三节 中国星级酒店市场运行存在的问题分析 第二部分 中国星级酒店竞争力测评 第九章 中国星级酒店业竞争格局分析 第一节 中国星级酒店业竞争现状分析 一、星级酒店竞争更加激烈 二、星级酒店房价差距渐缩小 三、传统酒店频出降价牌特色酒店显活力 四、世界排名前10位的国际饭店管理集团均已进入中国市场 第二节 基于SWOT模型浅析中国高星级酒店发展态势和提升途径 第三节 中国星级酒店业集中度分析 一、高星级酒店竞争转向个性化服务 二、构建中国星级酒店竞争优势的途径 三、三星级酒店经营竞争战略 第四节 中国星级酒店业竞争趋势分析 第十章 中国北京星级酒店业市场竞争分析 第一节 中国北京星级酒店供应分析 一、酒店类型繁多，市场竞争激烈 二、商务型酒店是星级酒店市场的主体 三、星级酒店供应二、三星级酒店是主体 四、CBD、王府井及军博等地区是高星级酒店供应的热点区域 五、单位自营管理为主，国际化酒店管理日渐增多 第二节 中国北京星级酒店市场需求分析 一、需求整体呈现持续增长趋势 二、高星级酒店是市场需求主体 三、商务需求是市场的主要需求力量 第三节 中国北京星级酒店市场经营状况 一、星级酒店市场价格对比分析 二、酒店档次越高，经营效果越好 三、收入规模及结构 四、平均房价及出租率 第十一章 上海星级酒店市场运行分析 第一节 行业运行情况分析 一、上海GDP 二

、上海旅游业 第二节 上海星级酒店供需分析 一、星级酒店数量 二、星级酒店开业 三、星级酒店需求分析 第三节 酒店经营状况分析 一、住房率 二、房价 第四节 上海星级酒店影响因素分析 一、美国经济增长放缓 二、上海世博会 三、迪斯尼落户上海 第十二章 重点城市酒店统计 第一节 广州酒店业分析 一、广州酒店统计 二、星级酒店开业 三、同比分析 第二节 深圳酒店业分析 第三节 三亚星级酒店分析 第四节 天津星级酒店分析 第五节 西安星级酒店分析 第六节 大连星级酒店分析 第七节 杭州星级酒店分析 第八节 青岛星级酒店分析 第十三章 中国酒店上市企业运营财务状况分析（企业可自选） 第一节 锦江股份 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 第二节 华天酒店 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 第三节 金陵饭店 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 第四节 首旅股份 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 第五节 新都酒店 一、企业概况 二、企业主要经济指标分析 三、企业盈利能力分析 四、企业偿债能力分析 五、企业运营能力分析 第十四章 中国外资酒店管理企业运营动态分析 第一节 洲际酒店集团 一、集团简介 二、中国投资动态分析 三、中国特色酒店分析 第二节 胜腾 一、集团简介 二、中国投资动态 第三节 万豪国际 一、集团简介 二、中国投资动态 三、中国特色酒店分析 第四节 凯悦集团 一、集团概况 二、中国投资动态 三、中国投资特色酒店分析 第五节 卡尔森 一、集团简介 二、中国投资动态 三、中国特色酒店分析 第三部分 中国星级酒店产业前瞻及投资战略部署 第十五章 中国星级酒店发展趋势预测分析 第一节 中国酒店行业发展趋势分析 一、集团化超级化 二、信息化发展趋势 三、中国未来酒店业多元化发展方向 第二节 中国星级酒店发展趋势预测分析 一、高星级酒店即将进入高峰期，竞争加剧 二、中国高端酒店的主流变为房地产开发业加跨国公司品牌 三、休闲度假酒店的需求将迅速增长 四、经济型酒店仍将继续发展，品牌整合加快 五、酒店集团的收购、兼并、重组进一步加速 六、短期收入增幅下降，亏损企业增加，中长期发展不可逆转 七、互联网将成为酒店营销的最大平台 八、酒店服务将进入定制化阶段 九、酒店管理向人性化发展 第十六章 中国星级酒店业投资潜力研究 第一节 中国星级酒店投资概况 一、新一轮高星级酒店投资热潮透析 二、外资投资星级酒店 三、高星级酒店加大中国投资 四、星级酒店投资在建项目分析 第二节 高星级酒店的投资回报样本分析 第三节 中国星级酒店投资商机点评 一、星级酒店区域投资潜力 二、星级酒店服务设施投资热点分析 第四节 中国星级酒店投资风险预警 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、世博后的市场风险 四、金融风险 五、外资进入风险 第五节 中国五星级酒店的投资效益及投资方式分析 一、投资效益的六个来源 二、投资和管理酒店的六

种模式 三、高星级酒店的投资建设和运营管理 四、高星级酒店的投资成本控制 第十七章  
中国星级酒店业经营战略分析 第一节 中国星级酒店经营策略分析 一、服务策略 1、针对会议团队的产品服务策略 2、针对商务客人的产品服务策略 3、酒店针对婚宴的产品服务策略  
二、价格策略 1、酒店客房价格的制定 2、酒店餐饮价格的制定 3、酒店价格的调整 三、渠道策略 1、网络联合营销渠道 2、加入分时度假交换系统 四、促销策略 1、酒店广告策略 2  
、酒店人员销售策略 3、酒店营业推广策略 4、酒店公共关系策略 五、品牌策略 1、服务吸引人 2、口碑带新人 3、网络留住人 第二节 中国星级酒店品牌化战略分析 一、充分发挥中国文化的传统优势 二、树立具有竞争力的市场定位 三、市场需求决定饭店品牌需求 第三节  
中国五星级酒店营销策略 一、五星级酒店“婚宴”产品的经营策略研究 二、五星级酒店经营“婚宴”产品的优势分析 三、五星级酒店“婚宴”产品的经营策略 四、五星级酒店高端产品的营销路 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415513.html>