

2017-2022年中国酒店及酒店管理市场调查与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国酒店及酒店管理市场调查与投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/jiudian/441043I9B5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

16Q4以来可选消费板块景气修复持续发酵，商务活动、大众旅游等外部环境好转带动酒店行业需求复苏，入住率提升有望带动RevPAR持续回升。

宏观经济复苏预期酝酿。2015年9月我国PPI开始探底回升，并于2016年9月由负转正，并持续保持高增长，2017年3月PPI当月同比高达7.6%；PPI持续增长有望传导至CPI，带来通胀预期，一定程度将刺激消费。从高端白酒、零售等可选消费数据上可看到可选消费已明显转暖：2016年9月以来，36大中城市高端白酒平均价格由796元/瓶提高至17年2月的843元/瓶；2016年9月全国50家重点大型零售企业零售额当月同比从2.3%，提高至17年1月的17.80%，增加15.50百分点。

商务需求回暖，大众旅游消费稳增，带动酒店业需求回暖：

各项数据显示商务需求处于触底回升中。根据预测，2016年我国商旅总开支预计为3180亿美元，同比增长9.2%，17年预计将达到3446亿美元，同比增长8.36%；中国航空客运市场指数自16年初以来一直维持同比正增长。

同时，伴随居民收入水平的提高，我国出游人次不断增长，2016年我国旅游人数达到45.78亿人次，同比增长14.46%。根据“十三五”旅游规划，2020年国内游人数有望达64亿人次，2017-2022CAGR为9.86%；出境游人数有望达1.50亿人次，2017-2022CAGR为5.09%。

酒店行业需求端回暖推动入住率提高，并有望带动RevPAR持续弱回升。2012年和2013年五星级酒店平均出租率同比一直为负，2014年以来开始逐步回暖，2016Q4五星级酒店平均出租率达61.43%，同比提升2.68pct。2016Q4华住运营超过18个月酒店出租率和RevPAR近三年来也首次出现正增长；2013-2015如家平均出租率连续下降，而2016年出现回升；2016Q4以来锦江之星出租率也开始出现企稳迹象。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国酒店及酒店管理市场调查与投资战略研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：国际酒店竞争策略借鉴36

1.1 国际酒店在华布局状况36

1.1.1 国际酒店在华布局分析36

1.1.2 国际酒店在华经营状况38

1.1.3 主要在华国际酒店分析38

1.2 国际酒店在华经营策略41

1.2.1 大部分档次全覆盖策略41

1.2.2 品牌管理延伸策略42

1.2.3 紧握新兴市场策略43

1.3 国际酒店在华竞争优劣势分析44

1.3.1 国际酒店在华竞争优势分析44

1.3.2 国际酒店在华竞争劣势分析45

(1) 扩张方式的选择上受到制约45

(2) 中国特有国情及所有制关系带来制约46

(3) 相对较昂的管理成本制约46

1.4 国际酒店在华竞争策略借鉴47

1.4.1 大规模、多品牌全面扩张47

(1) 宏观层面的扩张分析47

(2) 微观层面的扩张分析48

1.4.2 以管理合同为主要扩张方式48

(1) 管理合同的期限将缩短48

(2) 带资管理将成为主流49

(3) 管理业绩衡量标准将调整49

1.4.3 经济型酒店将成为最主要的发力点51

(1) 国际酒店选择经济型酒店的原因51

(2) 国际酒店选择经济型酒店的弊端53

1.5 国际酒店的销售策略借鉴56

1.5.1 国际酒店的销售模式分析56

(1) “交易式”销售模式56

(2) “利益式”销售模式56

(3) “顾问式”销售模式57

(4) “增值式”销售模式57

1.5.2 国内外酒店销售对比57

(1) 销售模式对比57

(2) 销售主导对比58

(3) 销售人员策略对比59

(4) 薪资结构对比59

(5) 销售人员管理对比63

1.5.3 国内酒店销售模式的弊端64

(1) 客户资源流失严重64

(2) 客户资源的利用率低64

(3) 客户资源挖掘不充分64

(4) 业务过程难以协同64

1.5.4 国内酒店销售模式提升策略64

第2章：中国酒店细分市场投资策略与市场竞争力提升分析66

2.1 经济型酒店竞争分析66

2.1.1 经济型酒店竞争背景66

(1) 经济型酒店竞争的政策背景66

(2) 经济型酒店竞争的经济背景66

(3) 经济型酒店竞争的行业背景67

2.1.2 经济型酒店竞争格局67

(1) 品牌竞争格局67

(2) 区域竞争格局68

(3) 主要酒店竞争格局69

2.1.3 经济型酒店竞争特点分析70

(1) 目标客户群特点70

(2) 服务功能特点70

(3) 客户规模及成本特点71

(4) 扩张方式特点71

2.1.4 经济型酒店品牌竞争力提升SWOT分析72

(1) 品牌建设优势72

(2) 品牌建设劣势74

- (3) 品牌建设机遇75
- (4) 品牌建设威胁76
- 2.1.5 内外资经济型酒店核心竞争力比较77
 - (1) 品牌塑造比较77
 - (2) 客源市场定位比较77
 - (3) 资本投入比较78
 - (4) 价格制定比较78
 - (5) 人力资源比较78
 - (6) 网络营销比较79
- 2.1.6 经济型酒店创新经营模式分析80
 - (1) 轻资产发展模式80
 - (2) 圈地式扩张模式80
 - (3) 运营和盈利模式81
 - (4) 经济型酒店发展模式前景81
- 2.1.7 经济型酒店发展前景及投资预测83
 - (1) 经济型酒店发展的主要驱动因素83
 - (2) 经济型酒店发展瓶颈分析83
 - (3) 经济型酒店的发展前景预测85
 - (4) 未来经济型酒店的投资热点预测86
- 2.1.8 经济型酒店竞争策略与建议86
 - (1) 酒店差异化竞争策略分析86
 - (2) 酒店成本领先策略分析87
- 2.2 商务酒店竞争分析89
 - 2.2.1 商务酒店竞争背景89
 - (1) 商务酒店竞争的政策背景89
 - (2) 商务酒店竞争的经济背景89
 - (3) 商务酒店竞争的行业背景91
 - 2.2.2 商务酒店竞争格局92
 - (1) 区域分布格局92
 - (2) 产品竞争格局92
 - (3) 酒店档期和竞争企业格局94
 - 2.2.3 商务酒店品牌竞争力“五力聚首品牌模型”分析94

2.2.4 商务酒店营销模式创新分析	98
(1) 连锁品牌经营模式创新	98
(2) 产品导向创新	99
(3) 价格策略运用创新	99
(4) 商务便捷性细节服务创新	99
2.2.5 商务酒店发展前景预测	100
(1) 一线城市发展前景预测	100
(2) 二三线城市发展前景预测	101
2.2.6 商务酒店竞争策略与建议	102
2.3 旅游度假酒店竞争分析	105
2.3.1 旅游酒店竞争背景	105
(1) 旅游度假酒店竞争的政策背景	105
(2) 旅游度假酒店竞争的经济背景	105
(3) 旅游度假酒店竞争的行业背景	106
2.3.2 旅游度假酒店竞争格局	106
2.3.3 旅游度假酒店竞争特点	107
(1) 远离客源地，知名度很重要	107
(2) 市场需求多样，度假产品开发很必要	111
(3) 关注交通，把握可进入性	111
(4) 分清酒店权益，平衡直销与分销的关系	112
2.3.4 旅游度假酒店产品竞争分析	113
2.3.5 旅游度假酒店价格竞争分析	114
2.3.6 分时度假酒店的竞争潜力	115
(1) 国内分时度假酒店市场现状	115
(2) 国内分时度假酒店问题分析	116
2.3.7 旅游度假酒店投资兼并重组分析	118
(1) 国有酒店与酒店集团的重组	118
(2) 国有酒店与民营酒店的上市融资	118
(3) 民营企业对酒店业的投资	120
(4) 投资的区域与酒店类型发生变化	120
2.3.8 旅游度假酒店竞争策略与建议	123
2.4 产权式酒店竞争分析	125

2.4.1 产权式酒店竞争背景125

- (1) 产权式酒店竞争的政策背景125
- (2) 产权式酒店竞争的经济背景126
- (3) 产权式酒店竞争的行业背景（国际）126
- (4) 产权式酒店竞争的行业背景（国内）126

2.4.2 产权式酒店的客户分布格局127

2.4.3 中国产权式酒店利益分布格局127

- (1) 各利益相关者所处地位127
- (2) 核心利益相关者的不平衡利益分布128

2.4.4 产权式酒店的经营模式对比129

- (1) 省心回报型经营模式129
- (2) 利润共享型经营模式129
- (3) 完全自用型经营模式130

2.4.5 产权式酒店发展的可行性分析130

- (1) 国外先进的发展经验为中国产权式酒店的发展提供了借鉴130
- (2) 中国旅游经济的快速发展为产权式酒店奠定了基础131

2.4.6 中国产权式酒店目前存在的问题131

- (1) 产权关系上存在着问题131
- (2) 投资者受益权难以保证132
- (3) 退出机制存在问题132
- (4) 产品和服务缺少本土化特色133

2.4.7 产权式酒店发展策略与建议133

- (1) 发展分时度假交换体系133
- (2) 服务经营与资产经营并重134
- (3) 价格实施本土化134
- (4) 产品结构力争多元化、人性化、个性化134

2.5 主题式酒店竞争分析135

2.5.1 主题式酒店竞争背景135

- (1) 主题式酒店竞争的政策背景135
- (2) 主题式酒店竞争的经济背景135
- (3) 主题式酒店竞争的行业背景136

2.5.2 主题式酒店竞争格局136

- (1) 主题式酒店区域分布格局136
- (2) 领先主题式酒店竞争格局137
- 2.5.3 主题酒店集群优势和竞争力分析138
 - (1) 集群内酒店企业竞争特点分析138
 - (2) 酒店集群直接经济因素竞争分析138
 - (3) 酒店集群非直接经济因素竞争分析139
 - (4) 集群案例——成都打造主题酒店之都139
- 2.5.4 国外领先主题酒店经验借鉴141
 - (1) 全球首家海底酒店——Poseidon Undersea Resorts141
 - (2) 全球第一家冰旅馆——瑞典冰旅馆Ice Hotel141
 - (3) 亚洲第一摇滚主题——巴厘岛Hard Rock Hotel Bali144
 - (4) 金字塔主题酒店——金字塔酒店Luxor Hotel146
 - (5) 像鸟儿一样住在树上——美国树屋旅馆148
- 2.5.5 中国主题式酒店存在的问题149
 - (1) 重文化表象轻文化实质149
 - (2) 重硬件轻软件150
 - (3) 重静态展示轻顾客体验151
 - (4) 忽视细节对主题展示的作用152
 - (5) 对开发条件缺乏全面分析152
 - (6) 资金实力不足影响后续发展153
- 2.5.6 主题式酒店的发展趋势153
 - (1) 主题酒店与经济型酒店的结合153
 - (2) 主题酒店向主题景区的演变154
 - (3) 主题酒店功能多样化155
- 2.5.7 主题酒店竞争策略与建议155
 - (1) 主题酒店创新取胜分析155
 - (2) 主题酒店优质服务取胜分析159
 - (3) 主题酒店快速取胜分析159
 - (4) 主题酒店优势取胜分析160
 - (5) 主题酒店联营取胜分析160

第3章：中国星级酒店竞争现状及竞争策略162

3.1 星级酒店竞争背景分析	162
3.1.1 星级酒店竞争的政策背景	162
3.1.2 星级酒店竞争的经济背景	162
3.1.3 星级酒店竞争的行业背景	163
(1) 星级酒店整体营业收入及增长情况分析	163
(2) 星级酒店餐饮收入及增长情况分析	164
(3) 星级酒店客房收入及增长情况分析	166
3.2 星级酒店竞争格局分析	169
3.2.1 星级酒店数量及变化情况	169
(1) 五星级酒店数量及变化情况分析	169
(2) 四星级酒店数量及变化情况分析	170
(3) 三星级酒店数量及变化情况分析	171
(4) 二星级酒店数量及变化情况分析	172
(5) 一星级酒店数量及变化情况分析	174
3.2.2 星级酒店数量分布格局	175
(1) 五星级酒店数量分布	175
(2) 四星级酒店数量分布	175
(3) 三星级酒店数量分布	175
(4) 二星级酒店数量分布	176
(5) 一星级酒店数量分布	176
3.2.3 主要省市星级酒店格局	176
(1) 北京市星级酒店格局	176
(2) 上海市星级酒店格局	177
(3) 广东星级酒店格局	177
(4) 天津市星级酒店格局	177
(6) 海南省星级酒店格局	178
(7) 浙江省星级酒店格局	178
(8) 福建省星级酒店格局	179
(9) 吉林省星级酒店格局	179
(10) 江苏省星级酒店格局	179
(11) 四川省星级酒店格局	180
3.3 星级酒店价格竞争策略	180

- 3.3.1 星级酒店整体价格竞争情况分析180
- 3.3.2 不同星级酒店价格及其涨价情况分析181
 - (1) 五星级酒店平均房价及其涨价情况分析181
 - (2) 四星级酒店平均房价及其涨价情况分析181
 - (3) 三星级酒店平均房价及其涨价情况分析182
 - (4) 二星级酒店平均房价及其涨价情况分析182
 - (5) 一星级酒店平均房价及其涨价情况分析183
- 3.3.3 星级酒店价格竞争趋势分析183
- 3.3.4 星级酒店价格竞争策略分析184
- 3.4 星级酒店客源竞争策略185
 - 3.4.1 星级酒店整体出租率分析185
 - 3.4.2 不同星级酒店出租率及其变化分析185
 - (1) 五星级酒店出租率及其变化分析185
 - (2) 四星级酒店出租率及其变化分析186
 - (3) 三星级酒店出租率及其变化分析187
 - (4) 二星级酒店出租率及其变化分析187
 - (5) 一星级酒店出租率及其变化分析187
 - 3.4.3 星级酒店客源竞争趋势分析188
 - 3.4.4 星级酒店客源竞争策略分析189

第4章：中国酒店产业链扩张与综合竞争力提升分析192

- 4.1 酒店投资兼并重组背景分析192
 - 4.1.1 酒店投资兼并重组政策背景192
 - 4.1.2 酒店投资兼并重组经济背景192
 - 4.1.3 酒店投资兼并重组特殊分析193
- 4.2 酒店横向投资兼并重组分析193
 - 4.2.1 酒店横向投资兼并重组频率分析193
 - 4.2.2 酒店横向投资兼并重组案例分析194
 - (1) 如家收购莫泰194
 - (2) 7天收购华天之星196
 - (3) 锦江之星投资国外市场197
- 4.3 酒店纵向投资兼并重组分析200

- 4.3.1 酒店纵向投资兼并重组频率分析200
- 4.3.2 酒店纵向投资兼并重组的领域分析201
 - (1) 酒店-餐饮业投资兼并重组分析201
 - (2) 酒店-旅游业投资兼并重组分析202
 - (3) 酒店-地产业投资兼并重组分析204
 - (4) 酒店-家纺业投资兼并重组分析206
 - (5) 酒店-家具业投资兼并重组分析207
 - (6) 酒店-会展业投资兼并重组分析209
- 4.3.3 横向投资兼并重组案例分析209
- 4.4 中国IPO上市酒店投资分析211
 - 4.4.1 IPO上市酒店投资规模分析211
 - 4.4.2 IPO上市酒店投资项目分析211
 - 4.4.3 IPO上市酒店预计收益分析212
 - 4.4.4 IPO上市酒店实际收益分析212

第5章：中国酒店核心竞争力提升策略214

- 5.1 酒店渠道扩张及品牌竞争力提升策略214
 - 5.1.1 直营店渠道扩张分析214
 - (1) 直营店扩张模式适用企业分析214
 - (2) 直营店扩张模式的优势分析214
 - (3) 直营店扩张模式在推广中存在的问题215
 - (4) 直营店扩张模式存在问题的改进措施215
 - (5) 直营店扩张模式典型案例分析216
 - (6) 直营店扩张模式的发展前景及建议216
 - 5.1.2 特许经营渠道扩张分析217
 - (1) 特许经营扩张模式适用企业分析217
 - (2) 特许经营扩张模式的优势分析217
 - (3) 特许经营扩张模式在推广中存在的问题219
 - (4) 特许经营扩张模式存在问题的改进措施219
 - (5) 特许经营扩张模式典型案例分析219
 - (6) 特许经营扩张模式的发展前景及建议220
 - 5.1.3 战略联盟渠道扩张分析220

- (1) 战略联盟扩张模式适用企业分析220
- (2) 战略联盟扩张模式的优势分析220
- (3) 战略联盟扩张模式在推广中存在的问题221
- (4) 战略联盟扩张模式存在问题的改进措施221
- (5) 战略联盟扩张模式典型案例分析222
- (6) 战略联盟扩张模式的发展前景及建议222
- 5.1.4 兼并收购模式扩张分析223
 - (1) 兼并收购扩张模式适用企业分析223
 - (2) 兼并收购扩张模式的优势分析223
 - (3) 兼并收购扩张模式在推广中存在的问题224
 - (4) 兼并收购扩张模式存在问题的改进措施224
 - (5) 兼并收购扩张模式典型案例分析225
 - (6) 兼并收购扩张模式的发展前景及建议225
- 5.2 酒店服务标准化及服务竞争力提升策略225
 - 5.2.1 标准化服务向细节下沉225
 - 5.2.2 将个性化服务标准化226
 - 5.2.3 会员服务技巧化227
 - 5.2.4 员工服务理念的培养228
 - 5.2.5 软硬件升级提升服务基础230
- 5.3 酒店人效提升及人力资源竞争力提升策略231
 - 5.3.1 员工培训的投资回报分析231
 - 5.3.2 组织员工服务竞赛等活动233
 - 5.3.3 员工绩效制度的创新模式234
 - 5.3.4 员工间竞争制度的建立234
 - 5.3.5 员工归属感的培养方法235
- 5.4 酒店营销模式创新及营销竞争力提升策略236
 - 5.4.1 酒店集团化营销模式236
 - 5.4.2 酒店信息化营销模式237
 - 5.4.3 酒店体验式营销模式237
 - 5.4.4 酒店精准营销模式239

第6章：中国酒店客源竞争力提升策略241

- 6.1 酒店客源提升背景分析241
 - 6.1.1 酒店主动引客的必要性分析241
 - (1) 竞争加剧——酒店少散到高度密集241
 - (2) 利润下滑——客源突破已不可忽视243
 - (3) 对手出招——竞争对手纷纷进行主动引客243
 - 6.1.2 酒店客源数量及变化情况245
 - 6.1.3 酒店客源数量整体分布情况245
 - 6.1.4 重点省市酒店客源数量分析246
- 6.2 酒店酒店老客户维护策略分析248
 - 6.2.1 为竞争对手制造障碍248
 - 6.2.2 巩固客户退出壁垒248
 - 6.2.3 满足客户需求的策略249
 - 6.2.4 酒店建立客户信任的策略251
 - 6.2.5 领先酒店常用的简单有效客户维护方法253
- 6.3 酒店新客户开发策略分析254
 - 6.3.1 全员工社交圈发散254
 - 6.3.2 利用老客户社交圈255
 - 6.3.3 当地机构名录寻找255
 - 6.3.4 潜在大客户拜访256
 - 6.3.5 酒店宣传册邮寄257
 - 6.3.6 网络推广策略257
 - 6.3.7 酒店品牌知名度提升策略261
- 6.4 酒店主要营销策略分析265
 - 6.4.1 酒店差异化营销战略分析265
 - 6.4.2 酒店行业非价格营销策略分析267
 - (1) 产品差异性策略267
 - (2) 追求个性化服务271
 - (3) 品牌策略274
 - (4) 促销宣传策略277
 - 6.4.3 酒店行业以客户为中心营销分析278
 - (1) 客户营销步骤分析278
 - (2) 拓展营销领域方法分析285

- (3) 客户关系组织架构构建290
- 6.4.4 酒店行业网络营销策略分析294
 - (1) 酒店网络营销必要性分析294
 - (2) 酒店业开展网络营销的现状298
 - (3) 酒店业网络营销中存在的问题299
 - (4) 酒店业开展网络营销的策略302
- 6.5 四类常规重点客户开发策略分析305
 - 6.5.1 旅行社及旅客开发策略305
 - 6.5.2 网络订房客户开发策略308
 - 6.5.3 协议客户、大客户开发策略309
 - 6.5.4 商务散客开发策略310
- 6.6 酒店不同客户定位及相应客户群突破策略分析312
 - 6.6.1 政府客户开发及突破策略312
 - 6.6.2 高端客户开发及突破策略313
 - 6.6.3 中端客户开发及突破策略314
 - 6.6.4 低端客户开发及突破策略314
- 第7章：中国领先酒店竞争分析315
 - 7.1 领先国际酒店集团竞争分析315
 - 7.1.1 洲际酒店集团315
 - (1) 集团概况315
 - (2) 酒店的拓展方式315
 - (3) 酒店经营网络分布316
 - (4) 集团经营状况分析317
 - (5) 集团在华发展状况318
 - 7.1.2 温德姆酒店集团321
 - (1) 集团概况321
 - (2) 酒店的拓展方式322
 - (3) 酒店经营网络分布322
 - (4) 集团经营状况分析326
 - (5) 集团在华发展状况327
 - 7.1.3 雅高酒店集团327

- (1) 集团概况327
- (2) 酒店的拓展方式327
- (3) 酒店经营网络分布328
- (4) 集团经营状况分析330
- (5) 集团在华发展状况330
- 7.1.4 希尔顿酒店集团334
 - (1) 集团概况334
 - (2) 酒店的拓展方式334
 - (3) 集团经营状况分析335
 - (4) 集团在华发展状况335
- 7.1.5 半岛酒店339
 - (1) 集团概况339
 - (2) 酒店的拓展方式339
 - (3) 集团经营状况分析340
 - (4) 集团在华发展状况340
- 7.1.6 卓美亚酒店及度假酒店341
 - (1) 集团概况341
 - (2) 酒店的拓展方式341
 - (3) 集团经营状况分析342
 - (4) 集团在华发展状况342
- 7.1.7 喜达屋酒店与度假村国际集团343
 - (1) 集团概况343
 - (2) 酒店的拓展方式343
 - (3) 集团经营状况分析344
 - (4) 集团在华发展状况344
- 7.2 领先经济型酒店竞争分析348
 - 7.2.1 如家酒店集团348
 - (1) 企业发展简况分析348
 - (2) 企业经营状况分析349
 - (3) 企业竞争优势分析355
 - 7.2.2 上海锦江国际酒店发展股份有限公司360
 - (1) 企业发展简况分析360

- (2) 企业经营情况分析361
- (3) 企业竞争优劣势分析370
- 7.2.3 上海莫泰酒店管理有限公司372
 - (1) 企业发展简况分析372
 - (2) 企业经营情况分析378
 - (3) 企业竞争优劣势分析378
- 7.2.4 7天连锁酒店集团380
 - (1) 企业发展简况分析380
 - (2) 企业经营状况分析380
 - (3) 企业竞争优劣势分析386
- 7.2.5 汉庭酒店集团390
 - (1) 企业发展简况分析390
 - (2) 企业经营情况分析391
 - (3) 企业竞争优劣势分析397
- 7.2.6 华天酒店集团股份有限公司399
 - (1) 企业发展简况分析399
 - (2) 企业经营情况分析399
 - (3) 企业竞争优劣势分析406
- 7.2.7 深圳新都酒店股份有限公司407
 - (1) 企业发展简况分析407
 - (2) 企业经营情况分析408
 - (3) 企业竞争优劣势分析414
- 7.2.8 格林豪泰酒店管理有限公司416
 - (1) 企业发展简况分析416
 - (2) 企业经营情况分析416
 - (3) 企业竞争优劣势分析423
- 7.3 领先旅游度假酒店竞争分析424
 - 7.3.1 北京首都旅游股份有限公司424
 - (1) 企业发展简况分析424
 - (2) 企业经营情况分析424
 - (3) 企业竞争优劣势分析431
 - 7.3.2 中青旅控股股份有限公司433

- (1) 企业发展简况分析433
- (2) 企业经营情况分析433
- (3) 企业竞争优劣势分析440
- 7.3.3 深圳华侨城股份有限公司445
 - (1) 企业发展简况分析445
 - (2) 企业经营情况分析445
 - (3) 企业竞争优劣势分析451
- 7.3.4 黄山旅游发展股份有限公司453
 - (1) 企业发展简况分析453
 - (2) 企业经营情况分析453
 - (3) 企业竞争优劣势分析459
- 7.3.5 峨眉山旅游股份有限公司460
 - (1) 企业发展简况分析460
 - (2) 企业经营情况分析460
 - (3) 企业竞争优劣势分析466
- 7.3.6 中山市泉眼温泉旅游度假酒店有限公司467
 - (1) 企业发展简况分析467
 - (2) 企业经营情况分析467
 - (3) 企业竞争优劣势分析473
- 7.3.7 杭州滨江房产集团股份有限公司474
 - (1) 企业发展简况分析474
 - (2) 企业经营情况分析474
 - (3) 企业竞争优劣势分析480
- 7.3.8 黄山徽州文化旅游集团有限公司481
 - (1) 企业发展简况分析481
 - (2) 企业经营情况分析482
 - (3) 企业竞争优劣势分析488

图表目录：

图表 1 国内外酒店销售方式比较58

图表 2 本土与外资经济型酒店房价比较(单位:元)79

图表 3 速8 和锦江之星网站内容对比79

图表 4 2016年全国星级饭店经营情况统计表163
图表 5 2016年全国星级饭店餐饮收入比重164
图表 6 2016年全国50个重点旅游城市星级饭店餐饮收入比重统计表（按地区分）164
图表 7 2016年全国星级饭店客房收入比重166
图表 8 2016年全国50个重点旅游城市星级饭店客房收入比重统计表（按地区分）167
图表 9 2016年全国五星级酒店数量及变化情况169
图表 10 2016年全国四星级酒店数量及变化情况170
图表 11 2016年全国三星级酒店数量及变化情况171
图表 12 2016年全国二星级酒店数量及变化情况173
图表 13 2016年全国一星级酒店数量及变化情况174
图表 14 2016年北京市星级酒店格局176
图表 15 2016年上海市星级酒店格局177
图表 16 2016年广东星级酒店格局177
图表 17 2016年天津星级酒店格局178
图表 18 2016年海南星级酒店格局178
图表 19 2016年浙江星级酒店格局178
图表 20 2016年福建星级酒店格局179
图表 21 2016年吉林星级酒店格局179
图表 22 2016年江苏星级酒店格局179
图表 23 2016年四川星级酒店格局180
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/judian/44104319B5.html>