

2017-2022年中国会议型酒店行业分析与投资潜力分析报告

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年中国会议型酒店行业分析与投资潜力分析报告》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/441043IS35.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

会议型酒店是接待会议最主要的场地，会议型酒店主要是指那些能够独立举办会议的酒店，某些业界人士甚至认为接待会议的直接收入至少应该占到会议型酒店主营收入一半以上的份额。在我国国际会议30年的发展历史中，会议型酒店起着重要作用。会议型酒店的营销管理分为宏观和微观两方面。宏观管理是今天讲的主要要素管理;微观管理是讲各个要素中的具体细化管理，比如制度化问题、业绩考核问题、绩效挂钩问题、销售人员案头自我管理问题、客户开发和维护问题、危机公关问题、信息管理问题、客户档案管理问题、销售人员形体和语言技巧管理问题等等。会议型酒店的产品特点既具有酒店的产品特色，又有会务的特色，两者组合具有产品的综合特色。一个完整的会议接待，通常会涉及到会议日程安排对会议接待流程的影响力，会议接待流程的可变性、多变性及规律性，会要求会议型酒店提供的产品具有多样性、及时性和足够的应变能力。这里讲的产品，不仅仅是菜肴、客房、会场和健身娱乐等，还有服务、安保、会场设备保驾、A/V系统的服务、礼仪、会务信息的传递等等。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国会议型酒店行业分析与投资潜力分析报告》共十七章。首先介绍了会议型酒店产业相关概念及发展环境，接着分析了中国会议型酒店行业规模及消费需求，然后对中国会议型酒店行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国会议型酒店行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国会议型酒店行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 行业发展现状 27

第一章 会议型酒店业概述 27

第一节 会议型酒店业的概念与分类 27

一、会议型酒店的定义 27

二、会议型酒店的分类 27

第二节 会议型酒店业的性质和特点 28

一、现代会议型酒店的基本性质 28

- 二、现代会议型酒店的基本特点 28
- 第三节 会议型酒店发展的影响因素分析 28
- 第四节 中国会议型酒店行业发展的特点分析 29
 - 一、现代化和网络化进程将进一步加快 29
 - 二、集团化经营 30
 - 三、品牌化发展 31
 - 四、经济型酒店加速发展，差异化将成为竞争焦点和发展趋势 31

第二章 全球会议型酒店业分析 32

- 第一节 国际会议型酒店业的发展综述 32
 - 一、国际会议型酒店业的发展特点及影响因素 32
 - 二、2016年世界会议型酒店业呈现回暖迹象 33
 - 三、2016年世界会议型酒店平均房价走势 33
 - 四、2016年世界会议型酒店业价格指数 34
 - 五、2016年世界会议型酒店房价走势分析 34
 - 六、世界会议型酒店业采取措施吸引亚洲游客 35
- 第二节 国际宾馆会议型酒店业的管理综述 35
 - 一、国际会议型酒店集团的管理模式分析 36
 - 二、国际宾馆会议型酒店业管理的主要特点 37
 - 三、西方会议型酒店业引入全面质量管理 38
 - 四、国外饭店集团介入的管理形式 38
 - 五、国际一流会议型酒店经营管理的几大趋势 40
- 第三节 欧洲会议型酒店业 45
 - 一、欧洲会议型酒店业发展特色盘点 45
 - 二、2016年欧洲会议型酒店业经营情况渐趋好转 45
 - 三、2016年德国会议型酒店业发展状况简述 46
 - 四、2016年法国会议型酒店业实现平稳增长 46
 - 五、英国会议型酒店业对2016年行业发展的展望 46
- 第四节 美国会议型酒店业 47
 - 一、美国会议型酒店业发展的成功经验总结 47
 - 二、2016年美国会议型酒店业踏上联姻之路 47
 - 三、2016年美国会议型酒店行业分销状况分析 49

四、美国会议型酒店采取多种措施吸引华人旅客 49

第五节 亚太地区会议型酒店业 49

一、亚太地区会议型酒店业基本发展情况 49

二、2016年亚太地区会议型酒店业经营状况 50

三、香港会议型酒店行业发展概况 50

四、受益旅游业增长泰国会议型酒店业重新提价 51

第三章 2015-2016年会议型酒店关联产业分析 52

第一节 旅游业发展分析 52

一、欧债危机对旅游市场的影响分析 52

二、我国旅游资源开发分析 58

三、我国旅游规划现状特征分析 59

四、我国旅游市场需求预测分析 66

五、我国旅游市场网络营销创新与管理分析 67

六、2016年中国游客数量 71

七、2020年中国有望成为世界第一入境游目的国 71

八、2020年中国旅游收入将逾3000亿美元 72

第二节 餐饮业发展分析 73

一、欧债危机冲击下我国餐饮业发展分析 73

二、餐饮业连续18年保持两位数增长 73

三、我国餐饮业改革开放30年的经验启示 74

四、未来五年餐饮业力争实现年均18%的增速 77

五、餐饮业集体“用功”吸引资本 78

六、我国特许经营餐饮业的现状及问题分析 79

七、未来餐饮业发展前景分析 83

第三节 会展业发展分析 86

一、会展与会议型酒店业互动发展模式 86

二、会展经济迎来新的发展机遇 93

三、会展业对唐山文化名城建设的促进作用 96

四、提升成都会展业竞争力路径分析 97

五、会展业在经济发展中的地位作用 100

六、我国实现会展与会议型酒店互动发展的对策 101

七、未来中国会展业发展趋势预测 103

第四章 2015-2016年中国会议型酒店业市场发展分析 107

第一节 中国会议型酒店行业发展的历史与现状 107

- 一、中国会议型酒店业发展历史 107
- 二、中国星级会议型酒店规模与增长速度分析 107
- 三、中国会议型酒店的区域分布与发展状况 107
- 四、中国会议型酒店市场结构分析 108

第二节 2016年中国会议型酒店业发展分析 108

- 一、2016年中国会议型酒店业十大新闻 108
- 二、高星级会议型酒店入住率下跌旅游低价救市 114
- 三、我国会议型酒店业密谋二三线城市 115
- 四、会议型酒店信息化竞争加剧智能化已定局 116

第三节 2016年中国会议型酒店业发展分析 119

- 一、我国会议型酒店高端市场供给量 119
- 二、国内推出“延迟退房”的会议型酒店不断增加 120

第四节 会议型酒店业的集群 发展分析 121

- 一、集群理论国内外发展情况 121
- 二、会议型酒店业集群的形成与发展 125
- 三、会议型酒店业集群优势和竞争力提升分析 128

第五节 会议型酒店行业信息化的方向与建议 132

- 一、会议型酒店行业信息化方向 132
- 二、会议型酒店信息化建议 133

第五章 我国会议型酒店业的消费者分析 135

第一节 会议型酒店消费者分析 135

- 一、消费者构成 135
- 二、消费行为 135

第二节 会议型酒店消费者评价与选择 137

- 一、消费者认知 137
- 二、消费心理与消费趋势 139

第三节 中国商务客人的会议型酒店消费行为分析 143

- 一、商务客人的群体特征 143
- 二、影响会议型酒店商务客人的消费行为的因素分析 145
- 三、商务客人的消费行为理论分析 147

第六章 会议型酒店细分市场分析 149

第一节 商务酒店 149

- 一、全国最大商务酒店联盟启动 149
- 二、商务酒店欲走出“草根经济” 149
- 三、商务酒店的价值投资 151
- 四、非均衡的商务旅游市场与产业结构 153
- 五、中国商务酒店提升竞争体系分析 154

第二节 旅游度假酒店 159

- 一、中国旅游度假酒店业发展现状 159
- 二、分时度假酒店在中国的发展情况 162
- 三、中国旅游度假酒店业发展政策分析 164
- 四、我国北方最大会展度假生活酒店将现身水城 165
- 五、度假酒店“中式管家”新概念 166
- 六、度假酒店的市场前景与发展趋势 168

第三节 经济型酒店 170

- 一、2016年国内七大经济型会议型酒店分析 170
- 二、欧债危机或造就经济型酒店发展新机会 172
- 三、经济型酒店奥运后发展成焦点 173
- 四、经济型酒店效益分析和经营运作模式 174
- 五、河南经济型酒店扩张速度放缓 181
- 六、奥运经济型酒店面临风险分析 182

第四节 产权式酒店 184

- 一、国内产权式公寓酒店的定义 184
- 二、产权式公寓酒店产品swot分析 184
- 三、产权式酒店投资的利好与风险规避 186
- 四、产权式酒店价值将被重新认识 191
- 五、酒店式公寓的发展前景 192

第五节 主题酒店 193

- 一、主题酒店的缘起与兴起 193
- 二、主题酒店的设计与运营 196
- 三、奥运主题酒店丰富北京旅游业态 197
- 四、威尼斯成为中国首座主题酒店 197
- 五、主题酒店市场竞争的颠覆性创新 199
- 六、中国主题酒店的发展方向 204
- 第六节 绿色酒店 205
 - 一、绿色饭店定义与标准 205
 - 二、绿色酒店成为酒店主要发展趋势 205
 - 三、全国将建成万家绿色酒店 205
 - 四、绿色酒店逐渐成投资新宠 206
- 第七节 会议酒店 207
 - 一、会议酒店兴起的背景 207
 - 二、中国会议酒店发展的现状特征 208
 - 三、中国会议酒店发展存在的问题 210
 - 四、中国会议酒店发展的路径选择 213
 - 五、中国会议酒店发展的趋势 215
- 第八节 其它酒店 218
 - 一、青年旅舍类酒店 218
 - 二、公寓式酒店 219

- 第七章 部分城市会议型酒店业发展分析 222
 - 第一节 北京会议型酒店业发展分析 222
 - 一、北京会议型酒店业市场十大特点 222
 - 二、北京会议型酒店开发项目情况 222
 - 三、北京会议型酒店供需分析 223
 - 四、奥运会促进北京会议型酒店业全面发展 223
 - 五、北京会议型酒店发展分析 227
 - 六、北京星级会议型酒店市场价格分析 229
 - 七、北京会议型酒店业市场竞争态势分析 229
 - 第二节 上海会议型酒店业发展分析 230
 - 一、上海首家世博会议型酒店正式营业 230

二、上海欲建国内首座地下五星级酒店	231
三、上海高档会议型酒店业市场分析	232
四、上海会议型酒店业将受益于前世博效应	234
五、2016年经济型酒店供给分析	236
第三节 2016年深圳会议型酒店业发展分析	236
一、深圳高级会议型酒店客房的市场需求仍然十分旺盛	236
二、深圳高级会议型酒店群格局分析	237
三、目前深圳会议型酒店业存在现状	239
四、2016年深圳会议型酒店业的商机	242
五、深圳会议型酒店业未来规划	242
第四节 2016年广州会议型酒店业发展分析	243
一、广州会议型酒店业的发展历程	243
二、2016年广州五星级会议型酒店供应分析	244
三、2016年广州经济型酒店国庆入住率分析	244
四、广州五星级会议型酒店价格分析	245
五、2016年广州星级会议型酒店发展预测	246
第二部分 行业竞争格局	248
第八章 会议型酒店行业竞争分析	248
第一节 现代会议型酒店业的市场竞争分析	248
一、产品的开拓和发展分析	248
二、市场竞争中的价格分析	248
三、市场竞争中的营销分析	251
四、竞争中的人员素质分析	255
五、2016年经济会议型酒店品牌扩张分析	259
六、2016年香港会议型酒店业竞争力分析	259
第二节 2016年会议型酒店竞争分析	261
一、2016年会议型酒店市场竞争情况分析	261
二、2016年会议型酒店市场竞争形势分析	261
第三节 2015-2016年中国会议型酒店行业竞争分析及预测	262
一、2015-2016年集中度分析及预测	262
二、2015-2016年swot分析及预测	262

三、2015-2016年进入退出状况分析及预测 263

四、2015-2016年生命周期分析及预测 263

第九章 会议型酒店企业竞争策略分析 265

第一节 会议型酒店市场竞争策略分析 265

一、2016年会议型酒店市场增长潜力分析 265

二、2016年会议型酒店主要潜力项目分析 265

三、现有会议型酒店竞争策略分析 265

四、会议型酒店潜力项目竞争策略选择 266

五、典型企业项目竞争策略分析 266

第二节 会议型酒店企业竞争策略分析 278

一、欧债危机对会议型酒店行业竞争格局的影响 278

二、欧债危机后会议型酒店行业竞争格局的变化 279

三、2017-2022年我国会议型酒店市场竞争趋势 279

四、2017-2022年会议型酒店行业竞争格局展望 279

五、2017-2022年会议型酒店行业竞争策略分析 279

六、2017-2022年会议型酒店企业竞争策略分析 280

第十章 经济型酒店国际企业竞争分析 281

第一节 巴斯酒店集团 281

一、企业概况 281

二、竞争优势分析 281

三、2015-2016年经营状况 281

四、2017-2022年发展战略 284

第二节 希尔顿酒店集团 284

一、企业概况 284

二、竞争优势分析 285

三、2015-2016年经营状况 285

四、2017-2022年发展战略 288

第三节 万豪酒店集团 288

一、企业概况 288

二、竞争优势分析 288

三、2015-2016年经营状况	288
四、2017-2022年发展战略	293
第四节 香格里拉酒店集团	293
一、企业概况	293
二、竞争优势分析	293
三、2015-2016年经营状况	294
四、2017-2022年发展战略	297
第五节 速8酒店	297
一、企业概况	297
二、竞争优势分析	298
三、2015-2016年经营状况	298
四、2017-2022年发展战略	301
第六节 洲际酒店集团	301
一、企业概况	301
二、竞争优势分析	301
三、2015-2016年经营状况	303
四、2017-2022年发展战略	305
第七节 胜腾	306
一、企业概况	306
二、竞争优势分析	306
三、2015-2016年经营状况	307
四、2017-2022年发展战略	309
第八节 雅高	310
一、企业概况	310
二、竞争优势分析	310
三、2015-2016年经营状况	310
四、2017-2022年发展战略	313
第九节 精选	313
一、企业概况	313
二、竞争优势分析	314
三、2015-2016年经营状况	314
四、2017-2022年发展战略	319

第十节 最佳西方 319

一、企业概况 319

二、竞争优势分析 319

三、2015-2016年经营状况 319

四、2017-2022年发展战略 322

第十一章 经济型酒店国内企业竞争分析 324

第一节 湖南华天大酒店股份有限公司 324

一、企业概况 324

二、竞争优势分析 324

三、2015-2016年经营状况 324

四、2017-2022年发展战略 332

第二节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司 332

一、企业概况 333

二、竞争优势分析 333

三、2015-2016年经营状况 333

四、2017-2022年发展战略 341

第三节 广州市东方宾馆股份有限公司 341

一、企业概况 341

二、竞争优势分析 342

三、2015-2016年经营状况 342

四、2017-2022年发展战略 349

第四节 深圳新都酒店股份有限公司 350

一、企业概况 350

二、竞争优势分析 350

三、2015-2016年经营状况 350

四、2017-2022年发展战略 358

第五节 金陵饭店股份有限公司 358

一、企业概况 358

二、竞争优势分析 359

三、2015-2016年经营状况 359

四、2017-2022年发展战略 367

第六节 如家快捷酒店连锁集团 368

一、企业概况 368

二、竞争优势分析 368

三、2015-2016年经营状况 369

四、2017-2022年发展战略 374

第七节 广州白天鹅宾馆 374

一、企业概况 374

二、竞争优势分析 374

三、2015-2016年经营状况 375

四、2017-2022年发展战略 377

第八节 中国大饭店 378

一、企业概况 378

二、竞争优势分析 378

三、2015-2016年经营状况 379

四、2017-2022年发展战略 381

第九节 7天连锁酒店 381

一、企业概况 381

二、竞争优势分析 382

三、2015-2016年经营状况 382

四、2017-2022年发展战略 387

第十节 百时快捷酒店 387

一、企业概况 387

二、竞争优势分析 387

三、2015-2016年经营状况 388

四、2017-2022年发展战略 390

第三部分 行业前景预测 391

第十二章 会议型酒店行业发展趋势分析 391

第一节 中国会议型酒店业管理发展趋势 391

一、会议型酒店管理向人性化发展 391

二、会议型酒店工作人员的职业化 391

三、会议型酒店发展的可持续化 392

- 四、会议型酒店市场竞争的品牌化 392
- 五、会议型酒店服务的定制化 393
- 六、会议型酒店营销的网络化 393
- 七、会议型酒店组织结构的扁平化 394
- 八、会议型酒店产业组织的集团化 395
- 九、会议型酒店设施设备的科技化 395
- 第二节 中国会议型酒店业营销的趋势预测 396
 - 一、竞合营销趋势 396
 - 二、分众营销趋势 396
 - 三、品牌营销趋势 396
 - 四、网络营销趋势 396
 - 五、服务营销趋势 397
 - 六、体验营销趋势 397
 - 七、营销网络的普遍化 397
 - 八、客人档案的普遍建立 397
 - 九、弹性供给的普遍化和产出效益的科学管理 397
- 第三节 2017-2022年会议型酒店市场趋势分析 398
 - 一、2015-2016年会议型酒店市场趋势总结 398
 - 二、2017-2022年会议型酒店发展趋势分析 398
 - 三、2017-2022年会议型酒店市场发展空间 398
 - 四、2017-2022年会议型酒店产业政策趋向 398
- 第四节 2017-2022年会议型酒店市场预测 399
 - 一、2017-2022年会议型酒店市场结构预测 399
 - 二、2017-2022年会议型酒店市场需求前景 399
 - 三、2017-2022年会议型酒店市场价格预测 400
 - 四、2017-2022年会议型酒店行业集中度预测 400
- 第四部分 投资战略研究 401
 - 第十三章 会议型酒店行业投资现状分析 401
 - 第一节 2015年会议型酒店行业投资情况分析 401
 - 一、2015年总体投资及结构 401
 - 二、2015年投资规模情况 401

- 三、2015年投资增速情况 401
- 四、2015年分行业投资分析 401
- 五、2015年分地区投资分析 402
- 六、2015年外商投资情况 402
- 第二节 2016年会议型酒店行业投资情况分析 402
 - 一、2016年总体投资及结构 402
 - 二、2016年投资规模情况 402
 - 三、2016年投资增速情况 402
 - 四、2016年分行业投资分析 402
 - 五、2016年分地区投资分析 403
 - 六、2016年外商投资情况 403

第十四章 会议型酒店行业投资环境分析 404

第一节 经济发展环境分析 404

- 一、2015-2016年我国宏观经济运行情况 404
- 二、2017-2022年我国宏观经济形势分析 405
- 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测 405

第二节 政策法规环境分析 405

- 一、2016年会议型酒店行业政策环境 406
- 二、2016年国内宏观政策对其影响 406
- 三、2016年行业产业政策对其影响 407

第三节 社会发展环境分析 407

- 一、国内社会环境发展现状 407
- 二、2016年社会环境发展分析 409
- 三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析 411

第十五章 会议型酒店行业投资机会与风险 412

第一节 会议型酒店行业投资效益分析 412

- 一、2015-2016年会议型酒店行业投资状况分析 412
- 二、2017-2022年会议型酒店行业投资效益分析 412
- 三、2017-2022年会议型酒店行业投资趋势预测 412
- 四、2017-2022年会议型酒店行业的投资方向 414

五、2017-2022年会议型酒店行业投资的建议	415
六、新进入者应注意的障碍因素分析	416
第二节 影响会议型酒店行业发展的主要因素	417
一、2017-2022年影响会议型酒店行业运行的有利因素分析	417
二、2017-2022年影响会议型酒店行业运行的稳定因素分析	418
三、2017-2022年影响会议型酒店行业运行的不利因素分析	419
四、2017-2022年我国会议型酒店行业发展面临的挑战分析	419
五、2017-2022年我国会议型酒店行业发展面临的机遇分析	420
第三节 会议型酒店行业投资风险及控制策略分析	421
一、2017-2022年会议型酒店行业市场风险及控制策略	421
二、2017-2022年会议型酒店行业政策风险及控制策略	422
三、2017-2022年会议型酒店行业经营风险及控制策略	423
四、2017-2022年会议型酒店同业竞争风险及控制策略	423
五、2017-2022年会议型酒店行业其他风险及控制策略	423
第十六章 会议型酒店行业投资战略研究	424
第一节 会议型酒店行业发展战略研究	424
一、战略综合规划	424
二、业务组合战略	424
三、区域战略规划	424
四、产业战略规划	425
五、营销品牌战略	426
六、竞争战略规划	426
第二节 会议型酒店品牌的战略思考	426
一、企业品牌的重要性	426
二、会议型酒店实施品牌战略的意义	427
三、会议型酒店企业品牌的现状分析	428
四、会议型酒店企业的品牌战略	429
五、会议型酒店品牌战略管理的策略	430
第三节 会议型酒店行业投资战略研究	431
一、2015年会议型酒店行业投资战略	431
二、2016年会议型酒店行业投资战略	432

三、2017-2022年会议型酒店行业投资战略 434

四、2017-2022年细分行业投资战略 434

第十七章 会议型酒店业发展的主要策略 436 (ZY CW)

第一节 欧债危机对会议型酒店业影响及对策 436

一、影响表现 436

二、2016年预期 436

三、应对策略 436

第二节 中国会议型酒店企业跨国经营的战略分析 436

一、战略资源与核心能力是构建跨国竞争优势的基础 436

二、中国会议型酒店企业跨国经营的核心能力 438

三、对会议型酒店企业跨国经营核心能力的战略分析 441

第三节 我国会议型酒店业质量持续改进的对策分析 442

一、波多里奇国家质量奖的基本内涵 443

二、波多里奇卓越绩效准则的评价内容 443

三、波多里奇卓越绩效准则的修订 444

四、新准则对我国会议型酒店业质量管理的启示 444

第四节 会议型酒店经营品牌战略分析 446

一、形象设计 446

二、服务构建 447

三、品牌推广 447

四、维护发展 447

第五节 我国会议型酒店吸引入境商务旅游者的策略 448

一、研究方法 448

二、结果分析 448

三、会议型酒店吸引入境商务旅游者的策略 450

部分图表目录：

图表 1 2016年世界会议型酒店平均房价走势 33

图表 2 2016年世界会议型酒店业价格指数 34

图表 3 2016年世界会议型酒店房价走势分析 34

图表 4 消费者对会议酒店的满意度 138

图表 5 消费者最满意及最关注的因素 139

图表 6 酒店服务于商务客人的项目表 144

图表 7 消费行为因素分析图 145

图表 8 2016年北京星级会议型酒店市场平均价格分析 229

图表 9 会议酒店行业生命周期的判断 263

图表 10 会议型酒店产品生产企业定价目标选择 267

图表 11 近4年巴斯酒店集团总资产周转次数变化情况 281

图表 12 近4年巴斯酒店集团固定资产周转次数情况 282

图表 13 近4年巴斯酒店集团流动资产周转次数变化情况 282

图表 14 近4年巴斯酒店集团销售毛利率变化情况 282

图表 15 近4年巴斯酒店集团资产负债率变化情况 283

图表 16 近4年巴斯酒店集团产权比率变化情况 283

图表 17 近4年巴斯酒店集团已获利息倍数变化情况 284

图表 18 近4年希尔顿酒店集团总资产周转次数变化情况 285

图表 19 近4年希尔顿酒店集团固定资产周转次数情况 285

图表 20 近4年希尔顿酒店集团流动资产周转次数变化情况 286

图表 21 近4年希尔顿酒店集团销售毛利率变化情况 286

图表 22 近4年希尔顿酒店集团资产负债率变化情况 286

图表 23 近4年希尔顿酒店集团产权比率变化情况 287

图表 24 近4年希尔顿酒店集团已获利息倍数变化情况 287

图表 25 万豪国际集团资产负债表 289

图表 26 万豪国际集团利润表 290

图表 27 万豪国际集团现金流量表 292

图表 28 近4年香格里拉酒店集团总资产周转次数变化情况 294

图表 29 近4年香格里拉酒店集团固定资产周转次数情况 294

图表 30 近4年香格里拉酒店集团流动资产周转次数变化情况 295

图表 31 近4年香格里拉酒店集团销售毛利率变化情况 295

图表 32 近4年香格里拉酒店集团资产负债率变化情况 295

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiudian/441043IS35.html>