

2015-2020年中国精品酒店 产业市场监测及投资建议研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国精品酒店产业市场监测及投资建议研究报告》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.bosidata.com/canyin1502/X51618B7EJ.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-03-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国精品酒店产业市场监测及投资建议研究报告》共八章。报告介绍了精品酒店行业相关概述、中国精品酒店产业运行环境、分析了中国精品酒店行业的现状、中国精品酒店行业竞争格局、对中国精品酒店行业做了重点企业经营状况分析及中国精品酒店产业发展前景与投资预测。您若想对精品酒店产业有个系统的了解或者想投资精品酒店行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着个性化消费趋势的发展，消费者已经不满足于千篇一律的产品，在快捷连锁酒店跑马圈地格局初定之后，精品酒店正接力成为酒店行业的新军。精品酒店自其诞生来就成为许多投资者和管理者的青睐，而中国市场无疑是行业巨头和新进入者争抢的对象。精品酒店的产生源自稳定成熟的经济基础和长期积淀的文化底蕴，是一种反标准化的产品，代表的是一种与主流酒店的标准化和雷同化相对应的个性化产品。时下精品酒店已经成为中国酒店业时尚的风向标，各地纷纷投资建设精品酒店，特别是在一些经济发展水平较高地区，一些大型饭店管理集团也纷纷进驻这个市场，精品酒店已成为我国饭店业发展的新趋势。

精品酒店研究报告对行业研究的内容和方法进行全面的阐述和论证，对研究过程中所获取的资料进行全面系统的整理和分析，通过图表、统计结果及文献资料，或以纵向的发展过程，或横向类别分析提出论点、分析论据，进行论证。报告如实地反映客观情况，一切叙述、说明、推断、引用恰如其分，文字、用词表达准确，概念表述科学化。报告对行业相关各种因素进行具体调查、研究、分析，洞察行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在，评估行业投资价值、效果效益程度，提出建设性意见建议，为行业投资决策者和企业经营者提供参考依据。

报告目录：

第一章 精品酒店行业研究背景 15

1.1 精品酒店的内涵 15

1.1.1 酒店的主要类型 15

1.1.2 精品酒店的概念 16

1.1.3 精品酒店的特点 16

1.2 精品酒店主要类型分析 17

1.2.1 按设计风格划分 17

(1) 主题型精品酒店 18

(2) 时尚型精品酒店 18

- (3) 地域型精品酒店 19
- (4) 历史文化型精品酒店 19
- (5) 家庭旅馆式精品酒店 20

1.2.2 按经营模式划分 20

- (1) 综合集团的精品酒店 21
- (2) 专业集团的精品酒店 21
- (3) 单体独立的精品酒店 22

第二章 国际精品酒店发展态势与经验借鉴 23

2.1 国际酒店行业运营情况分析 23

2.1.1 国际酒店行业发展现状 23

- (1) 国际酒店行业价格走势 23
- (2) 不同类型酒店市场份额 25
- (3) 国际酒店行业竞争格局 26

2.1.2 国际酒店经营模式分析 28

- (1) 不同经营模式市场份额 28
- (2) 酒店集团体制特点 28

2.1.3 国际酒店行业发展趋势 29

2.2 国际精品酒店发展态势分析 31

2.2.1 国际精品酒店的兴起 31

2.2.2 国际精品酒店发展现状 32

2.2.3 国际精品酒店发展特点 32

- (1) 发展速度快、分布广 32
- (2) 精品酒店类型不断细分 33
- (3) 集团化和连锁化发展 33
- (4) 主体呈现多元化态势 33
- (5) 客房数量两级分化 34

2.2.4 国际精品酒店发展态势 34

- (1) 精品酒店连锁化，连锁酒店精品化 35
- (2) 传统酒店集团进入精品酒店市场 35
- (3) 房地产商进入精品酒店市场 35

2.3 国际典型精品酒店品牌发展分析 35

2.3.1 喜达屋W酒店 35

- (1) 酒店发展简介 35
- (2) 酒店全球布局情况 36
- (3) 酒店经营特色分析 42
- (4) 酒店在华投资布局 42
- (5) 酒店经营情况分析 43
- (6) 酒店成功经验借鉴 44

2.3.2 柏悦酒店 (Park Hyatt) 44

- (1) 酒店发展简介 44
- (2) 酒店市场定位分析 45
- (3) 酒店全球布局情况 45
- (4) 酒店经营特色分析 45
- (5) 酒店在华投资布局 45
- (6) 酒店成功经验借鉴 46

2.3.3 巴黎拉瓦锡酒店 (Le Lavoisier) 46

- (1) 酒店发展简介 46
- (2) 酒店配套设施情况 47
- (3) 酒店服务特色分析 48

2.3.4 伦敦High Road House 48

- (1) 酒店发展简介 49
- (2) 酒店配套设施情况 49
- (3) 酒店服务特色分析 50

2.3.5 新加坡思乐酒店 (The Scarlet Hotel) 50

- (1) 酒店发展简介 50
- (2) 酒店客房价位分析 51
- (3) 酒店经营特色分析 52
- (4) 酒店配套设施分析 52

2.3.6 国际精品酒店发展经验总结 53

第三章 中国精品酒店行业市场环境分析 55

3.1 精品酒店行业政策环境 55

3.1.1 《新版星级饭店评定标准》 55

3.1.2 《旅游饭店星级的划分与评定》	55
3.1.3 《关于规范酒店客房市场价格意见》	56
3.2 精品酒店行业经济环境	57
3.2.1 经济环境与行业相关性分析	57
3.2.2 全球经济运行情况	57
(1) 全球经济现状	58
(2) 2015年预测	59
3.2.3 国内经济走势分析	60
(1) GDP变动分析	60
(2) 物价指数分析	60
(3) 宏观经济预测	61
3.3 精品酒店行业社会环境	62
3.3.1 人口发展环境分析	62
(1) 人口规模变化趋势	62
(2) 对精品酒店的影响	63
3.3.2 居民生活方式转变	63
(1) 休闲消费呈上升趋势	63
(2) 低碳消费的生活方式	64
(3) 对精品酒店的影响	64
3.3.3 假日制度影响分析	65
(1) 节假日制度的变化	65
(2) 对精品酒店的影响	65
3.4 精品酒店行业消费环境	65
3.4.1 居民消费能力分析	65
(1) 我国居民收入水平	65
(2) 居民酒店消费现状	66
3.4.2 消费人群及其特点	68
(1) 行业主要消费人群	69
(2) 消费群体消费特点	69
(3) 消费需求特点分析	70
3.4.3 用户市场监测分析	70
(1) 精品酒店认知情况	70

- (2) 精品酒店入住情况 72
- (3) 精品酒店入住打算 73
- (4) 精品酒店选择因素 73
- (5) 精品酒店价格接受程度 74
- (6) 精品酒店房费支付者 75
- 3.5 精品酒店关联行业分析 75
- 3.5.1 旅游行业发展分析 75
 - (1) 旅游行业对精品酒店发展的影响 75
 - (2) 旅游市场运营现状 76
 - (3) 旅游市场运行预测 81
- 3.5.2 房地产行业发展分析 81
 - (1) 房地产行业运营情况 81
 - (2) 房地产对精品酒店发展的影响 84
- 3.6 中国发展精品酒店发展机遇与威胁分析 84

第四章 中国精品酒店行业发展现状分析 87

- 4.1 中国酒店行业运营情况分析 87
- 4.1.1 酒店行业发展规模 87
 - (1) 酒店数量规模 87
 - (2) 酒店收入规模 87
- 4.1.2 酒店行业品牌格局 88
- 4.1.3 酒店行业发展变化 89
 - (1) 酒店分销渠道变化 89
 - (2) 酒店价格体系变化 91
- 4.1.4 酒店行业发展趋势 92
- 4.2 中国精品酒店发展态势分析 93
- 4.2.1 精品酒店兴起背景分析 93
- 4.2.2 精品酒店行业发展综述 94
- 4.2.3 精品酒店行业发展规模 94
 - (1) 精品酒店数量规模 95
 - (2) 精品酒店客房数量 95
 - (3) 精品酒店客房面积 95

- (4) 精品酒店员工配比 96
- (5) 精品酒店管理模式 96
- (6) 精品酒店建筑类型 97
- 4.2.4 精品酒店行业运营情况 97
 - (1) 精品酒店入住率 98
 - (2) 精品酒店价格分析 98
 - (3) 精品酒店客房收入 99
 - (4) 精品酒店收入构成 99
- 4.2.5 精品酒店行业客源分析 100
 - (1) 精品酒店客源国籍 100
 - (2) 精品酒店客源结构 101
- 4.2.6 精品酒店行业品牌格局 101
- 4.2.7 中外精品酒店发展对比 102
- 4.3 中国精品酒店的竞争力分析 103
 - 4.3.1 精品酒店的核心竞争力 103
 - 4.3.2 星级酒店对精品酒店的威胁 103
 - (1) 星级酒店发展现状 103
 - (2) 星级酒店销售渠道 106
 - (3) 精品酒店与星级酒店的竞争力对比 106
 - 4.3.3 主题酒店对精品酒店的威胁 107
 - (1) 主题酒店的概念 107
 - (2) 主题酒店发展现状 107
 - (3) 精品酒店与主题酒店的竞争力对比 109
 - 4.3.4 商务酒店对精品酒店的威胁 110
 - (1) 商务酒店定义与分类 110
 - (2) 中国商务酒店发展现状 111
 - (3) 精品酒店与商务酒店的竞争力对比 111
- 4.4 中国精品酒店行业竞争强度 112
 - 4.4.1 潜在进入者的威胁 112
 - 4.4.2 买方的议价能力 112
 - 4.4.3 卖方的议价能力 112
 - 4.4.4 替代品的威胁 112

4.4.5 竞争强度总结 113

第五章 中国精品酒店行业典型案例分析 114

5.1 北京颐和安缦酒店 114

5.1.1 酒店基本情况 114

5.1.2 酒店特色分析 114

5.1.3 酒店配套设施 114

5.1.4 酒店价位分析 115

5.1.5 酒店市场定位 116

5.1.6 酒店营销策略 116

5.1.7 酒店经营情况 117

5.2 北京长城脚下的公社 117

5.2.1 酒店基本情况 117

5.2.2 酒店特色分析 117

5.2.3 酒店配套设施 118

5.2.4 酒店价位分析 118

5.2.5 酒店市场定位 119

5.2.6 酒店营销策略 119

5.2.7 酒店经营情况 119

5.3 北京皇家驿栈酒店 120

5.3.1 酒店基本情况 120

5.3.2 酒店特色分析 120

5.3.3 酒店配套设施 120

5.3.4 酒店价位分析 121

5.3.5 酒店市场定位 122

5.3.6 酒店营销策略 122

5.3.7 酒店经营情况 122

5.4 北京柏悦酒店 122

5.4.1 酒店基本情况 122

5.4.2 酒店特色分析 123

5.4.3 酒店配套设施 123

5.4.4 酒店价位分析 123

- 5.4.5 酒店市场定位 124
- 5.4.6 酒店营销策略 124
- 5.5 北京极栈酒店 (Hotel G) 124
 - 5.5.1 酒店基本情况 124
 - 5.5.2 酒店特色分析 125
 - 5.5.3 酒店配套设施 125
 - 5.5.4 酒店价位分析 125
 - 5.5.5 酒店市场定位 126
 - 5.5.6 酒店营销策略 126
 - 5.5.7 酒店经营情况 126

第六章 重点地区精品酒店投资潜力分析 160

- 6.1 北京精品酒店投资潜力分析 160
 - 6.1.1 精品酒店发展条件分析 160
 - (1) 地区经济 160
 - (2) 消费群体 160
 - (3) 自然人文资源 162
 - 6.1.2 精品酒店发展现状分析 163
 - 6.1.3 精品酒店发展机会分析 163
 - (1) 旅游业发展带来的机遇 164
 - (2) 酒店业发展带来的机遇 165
- 6.2 上海精品酒店投资潜力分析 167
 - 6.2.1 精品酒店发展条件分析 167
 - (1) 地区经济 167
 - (2) 消费群体 168
 - (3) 自然人文资源 171
 - 6.2.2 精品酒店发展现状分析 171
 - 6.2.3 精品酒店发展机会分析 172
 - (1) 旅游业发展带来的机遇 172
 - (2) 酒店业发展带来的机遇 173
- 6.3 深圳精品酒店投资潜力分析 175
 - 6.3.1 精品酒店发展条件分析 175

(1) 地区经济	175
(2) 消费群体	175
6.3.2 精品酒店发展现状分析	176
6.3.3 精品酒店发展机会分析	177
(1) 旅游业发展带来的机遇	177
(2) 酒店业发展带来的机遇	178
6.4 苏州精品酒店投资潜力分析	180
6.4.1 精品酒店发展条件分析	180
(1) 地区经济	180
(2) 消费群体	180
6.4.2 精品酒店发展现状分析	181
6.4.3 精品酒店发展机会分析	182
(1) 旅游业发展带来的机遇	182
(2) 酒店业发展带来的机遇	183
6.5 云南精品酒店投资潜力分析	184
6.5.1 精品酒店发展条件分析	184
(1) 地区经济	184
(2) 消费群体	185
(3) 自然人文资源	186
6.5.2 精品酒店发展现状分析	187
6.5.3 精品酒店发展机会分析	188
(1) 旅游业发展带来的机遇	189
(2) 酒店业发展带来的机遇	189

第七章 中国精品酒店行业投资建议分析 241

7.1 精品酒店行业发展方向	241
7.1.1 精品酒店的国际化经营	241
(1) 集团化经营	241
(2) 合作化经营	242
(3) 品牌化经营	242
(4) 个性化服务	243
7.1.2 精品酒店的信息化建设	243

7.1.3 精品酒店的行业标准化	244
7.1.4 精品酒店经营管理模式创新	245
(1) 主题定位创新	245
(2) 销售模式创新	246
(3) 服务模式创新	247
7.2 精品酒店行业投资要素	247
7.2.1 酒店行业投融资分析	247
(1) 酒店业投融资概况	248
(2) 尚客优集团融资情况	248
(3) 酒店业投融资趋势	248
7.2.2 精品酒店投融资分析	248
7.2.3 精品酒店成长性分析	249
7.3 精品酒店行业投资建议	250
7.3.1 精品酒店投资价值	250
7.3.2 精品酒店投资机会	250
(1) 消费群体不断扩大	250
(2) 具备独特的资源优势	251
7.3.3 精品酒店投资建议	251

第八章 中国精品酒店行业经营策略分析 252

8.1 精品酒店的选址与设计	252
8.1.1 精品酒店的选址原则	252
8.1.2 精品酒店的客房规模	252
8.1.3 精品酒店的功能配套	253
8.1.4 精品酒店的客房标准	254
8.1.5 精品酒店的设计案例	254
8.2 精品酒店定位策略分析	255
8.2.1 精品酒店战略定位	255
8.2.2 精品酒店市场定位	256
8.2.3 精品酒店品牌定位	257
8.3 精品酒店管理模式分析	258
8.3.1 资源外包策略	258

8.3.2 管家式服务模式	258
8.3.3 创新的经营理念	259
8.4 精品酒店营销策略分析	260
8.4.1 酒店营销宣传策略	260
8.4.2 酒店营销方式分析	260
8.4.3 酒店网络营销分析	261
8.5 精品酒店客户关系管理	261
8.5.1 客户关系管理特殊性	261
8.5.2 客户关系管理的保障	261
8.5.3 客户关系管理基本思路	262
8.6 精品酒店品牌文化建设	263
8.6.1 历史文化型品牌建设	263
8.6.2 地域文化型品牌建设	264
8.6.3 现代文化型品牌建设	264

图表目录：

图表1 酒店的主要类型	20
图表2 各种类型酒店主要特征概述	20
图表3 精品酒店主要特点简析	21
图表4 主题型精品酒店简析	23
图表5 时尚型精品酒店简析	23
图表6 地域型精品酒店简析	24
图表7 历史文化型精品酒店简析	25
图表8 家庭旅馆式精品酒店简析	25
图表9 综合集团经营管理下的精品酒店简析	26
图表10 专业集团经营管理下的精品酒店简析	26
图表11 单体独立经营管理的精品酒店简析	27
图表12 全球酒店平均房价变动（按区域）（单位:元，%）	28
图表13 酒店平均房价同比增幅最大的国家（地区）（单位:元，%）	29
图表14 酒店平均房价同比降幅最大的国家（地区）（单位:元，%）	30
图表15 全球不同类型酒店市场份额（单位:%）	30
图表16 国际酒店品牌排名TOP20	31

图表17 全球不同经营模式酒店市场份额（单位：%）	33
图表18 国际酒店管理集团经营管理体制特点简析	33
图表19 国际酒店行业发展趋势（一）	34
图表20 国际酒店行业发展趋势（二）	35
图表21 国际精品酒店的兴起	36
图表22 酒店巨头与房地产商投资的精品酒店情况	38
图表23 世界部分著名精品酒店客房数量（单位：间）	39
图表24 喜达屋W酒店基本情况	40
图表25 喜达屋酒店集团基本情况	41
图表26 美国所有的喜达屋W酒店	41
图表27 加拿大所有的喜达屋W酒店	42
图表28 非洲所有的喜达屋W酒店	43
图表29 中南美地区所有的喜达屋W酒店	43
图表30 欧洲地区所有的喜达屋W酒店	43
图表31 中东地区所有的喜达屋W酒店	44
图表32 亚太地区所有的喜达屋W酒店（除中国内地）（一）	45
图表33 亚太地区所有的喜达屋W酒店（除中国内地）（二）	46
图表34 中国内地现有或计划开设的喜达屋W酒店	48
图表35 万豪国际集团经营情况分析（单位：亿美元，%）	48
图表36 柏悦酒店基本情况	49
图表37 柏悦酒店在华布局简析	50
图表38 巴黎拉瓦锡酒店基本情况	51
图表39 巴黎拉瓦锡酒店交通情况	52
图表40 巴黎拉瓦锡酒店主要配套设施	52
图表41 巴黎拉瓦锡酒店可接收的信用卡类型	53
图表42 伦敦High Road House基本情况	54
图表43 伦敦High Road House附近地标及交通情况	54
图表44 伦敦High Road House主要配套设施	54
图表45 伦敦High Road House酒店政策	55
图表46 新加坡思乐酒店（The Scarlet Hotel）基本情况	55
图表47 新加坡思乐酒店附近地标及交通情况	56
图表48 新加坡思乐酒店各房型服务价位简介（单位：元）	56

图表49 新加坡思乐酒店政策 57

图表50 新加坡思乐酒店主要配套设施 58

图表51 国际精品酒店发展经验总结 58

图表52 《新版星级饭店评定标准》主要内容及影响分析 60

图表53 最新版《旅游饭店星级的划分与评定》标准新变化 61

图表54 《关于规范酒店客房市场价格意见》要点列表61

图表55 中国GDP增速与星级酒店营业收入增速对比图（单位：%） 62

图表56 发达经济体增长情况（单位：%） 63

图表57 主要新兴经济体增长情况（单位：%） 63

图表58 世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%） 64

图表59 中国国内生产总值及其增长速度（单位:亿元，%） 65

图表60 中国国内居民消费价格指数走势（单位：%） 66

图表61 中国经济预测（单位：%） 66

图表62 中国总人口及其自然增长率变化趋势（单位:万人，%） 67

图表63 居民选择生活方式的态度（单位：%） 68

图表64 我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位:元，%） 71

图表65 我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位:元，%） 71

图表66 国内酒店综合评分情况（单位:分） 72

图表67 国内各类型酒店综合评分及满意度情况（单位:分） 72

图表68 国内各类型酒店各指标评分对比（单位:分） 73

图表69 精品酒店的目标客户群体 74

图表70 不同类型的精品酒店消费者的消费需求 75

图表71 精品酒店认知情况调研（单位：%） 76

图表72 精品酒店特色认知度（单位：%） 76

图表73 精品酒店入住情况调研（单位：%） 77

图表74 精品酒店入住目的调研（单位：%） 77

图表75 精品酒店入住频次调研（单位：%） 77

图表76 精品酒店未来考虑使用情况调研（单位：%） 78

图表77 精品酒店选择因素调研（单位：%） 78

图表78 精品酒店最高可接受房价调研（单位：%） 79

图表79 精品酒店房费支付者调研（单位：%） 80

图表80 中国国内旅游人数（单位:亿人次，%） 81

图表81 中国国内旅游收入（单位:亿元，%） 81

图表82 中国国内旅游人均花费及增长率（单位:元，%） 82

图表83 中国入境旅游接待人数（单位:万人次，%） 83

图表84 中国入境旅游外汇收入（单位:亿美元，%） 83

图表85 中国出境旅游人数走势图（单位:万人次，%） 84

图表86 春节“黄金周”旅游人数及增长率（单位:万人次，%） 85

图表87 春节“黄金周”旅游收入及增长率（单位:亿元，%） 85

图表88 2011-2013年全国房地产开投资增速（单位:%） 86

图表89 2013年东中西部地区房地产开发投资情况（单位:亿元，%） 87

图表90 2011-2013年全国商品房销售面积及销售额增速（单位:%） 87

图表91 2013年东中西部地区房地产销售情况（单位:万平方米，亿元，%） 88

图表92 2010-2013年全国房地产开发景气指数变化图 88

图表93 中国精品酒店行业发展机遇分析 89

图表94 中国精品酒店行业发展威胁分析 90

图表95 2006-2013年中国星级酒店数及增速（单位:家，%） 92

图表96 2005-2013年中国星级酒店营业收入及增速（单位:亿元，%） 93

图表97 2013年3月国内酒店品牌排名 93

图表98 传统的酒店分销渠道 94

图表99 最具发展价值的酒店线上分销渠道 95

图表100 传统酒店价格体系 96

图表101 新的酒店价格体系 96

图表102 我国酒店行业发展趋势 97

图表103 我国精品酒店兴起背景简析 98

图表104 我国精品酒店发展历程 99

图表105 国内精品酒店客房数量情况（单位:%） 100

图表106 国内精品酒店标准客房面积（单位:平方米） 100

图表107 国内精品酒店员工配比情况（单位:位） 101

图表108 国内精品酒店管理模式情况（单位:%） 102

图表109 国内精品酒店建筑类型（单位:%） 102

图表110 2010-2013年中国精品酒店入住率情况（单位:%） 103

图表111 中国各类型精品酒店价格情况表（单位:元） 103

图表112 2010-2013年中国精品酒店每间可出租客房收入（单位:元） 104

图表113 2010-2013年中国精品酒店收入构成（单位：%） 104

图表114 中国精品酒店客源国籍分配（单位：%） 105

图表115 中国精品酒店客源结构（单位：%） 106

图表116 中国十大最佳精品酒店 106

图表117 中外精品酒店比较 107

图表118 精品酒店的核心竞争力 108

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1502/X51618B7EJ.html>