

2016-2022年中国快捷酒店 行业分析及发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国快捷酒店行业分析及发展策略咨询报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201604/13-198295.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

快捷酒店是相对于传统的全面服务酒店而存在的一种酒店业态。其最大的特点是房价便宜，服务模式为“b&b”（住宿+早餐）。最早出现在上个世纪50年代的美国，如今在欧美国家已是相当成熟的酒店形式。快捷酒店的目标市场是一般商务人士、工薪阶层、普通自费旅游者和学生群体等。快捷酒店一般以连锁化的加盟或特许经营模式为主，通过连锁经营达到规模经济，提高品牌价值，这也是快捷酒店区别于其他星级酒店和社会旅馆的一个明显特征。

快捷酒店是经济型酒店的一种，经济型酒店的特点是功能简化，把服务功能集中在住宿上，力求在该核心服务上精益求精，而把餐饮、购物、娱乐功能取消，床+早餐是快捷酒店的真实写照，因而快捷酒店投入的运营成本大幅降低。

快捷酒店不等于廉价酒店，连锁的品牌的快捷酒店在市场竞争力，知名度，统一化管理，客源等多方面有着明显的优势。因为具有统一的连锁管理体系和标准化的运作方式，快捷酒店的管理水平较高、管理成本低，有效的降低了管理的投入。但是在酒店房价上，快捷酒店的房价高于一般单体酒店，具有更高的盈利水平。

快捷酒店又称有限服务酒店，最大特点是房价便宜，其服务模式为“住宿和早餐”，以价格低廉、设施简洁、安全、干净和性价比高的酒店模式。在快捷酒店还未兴起时，多数酒店都是以独立经营模式，酒店服务项目多比如餐饮、娱乐、桑拿等，人员配置较多，浪费和占有很多资源，无形中增加了酒店支出成本，使得大部分酒店处在一个长期亏损或收益比较低的情况。而快捷酒店兴起，整合了资源，使得连锁酒店经营具有规模化、组织化、现代化，在总部统一管理下，按照统一的经营方式进行共同的经营活动。

快捷酒店经营模式以控制成本实现竞争优势，采取统一的采购系统、订房系统、批量采购，降低酒店的固定成本投入，具有一定的规模和资金优势，能够更好地控制成本，提高企业知名度，实现竞争优势，达到利润最大化目标。快捷酒店经营模式因设立网点众多而贴近目标市场。统一标识、统一品牌和形象，可以更贴近目标市场，有利于了解宾客需求，制定针对性强的经营战略，最大限度地聚集顾客群。快捷酒店经营模式借助信息资源共享降低运营风险，重要优势是可以通过快捷酒店建设信息、资源共享系统，建立中央预定系统和免费的预定电话，还有网上强大的订房网，各分营店之间可以共享客房数据库和客户信息档案，通过分析客户信息资源了解客户需求，可以有效稳定客源，降低了运营风险。

报告目录：

第一章 中国酒店产业发展现状分析 17

第一节 2015年酒店业概况分析 17

一、星级酒店发展历程 17

二、星级酒店结构分析 19

第二节 中国星级酒店供给情况 19

一、星级酒店数量 19

二、星级酒店供给能力分析 20

第三节 酒店市场的主要需求力量 21

第二章 酒店行业发展重要背景分析 23

第一节 宏观经济同旅游的关系 23

一、2015年中国gdp增长情况分析 23

二、旅游占gdp的比重分析 24

第二节、人均gdp同旅游行业相关性分析 24

二 居民消费现状分析 25

一、人均可支配收入分析 25

二、居民恩格尔系数 26

第三节 旅游行业发展分析 28

一、2015年中国旅游业发展现状 28

二、2015年中国旅游行业收入变化 28

三、2015年国内游市场规模分析 29

四、2015年入境游市场规模分析 30

五、2015年出境游市场规模分析 32

第四节、中国酒店旅游行业政策环境分析 36

一、海南离岛免税促酒店旅游业增长 36

二、<国民休闲纲要>力推休假制度改革 37

三、中国旅游行业区域发展政策分析 38

四、中国旅游业十三五规划 40

第三章 2015年中国星级酒店市场全面分析 43

第一节 中国星级饭店深度数据分析 43

一、2015年全国星级饭店经营性质分析 43

二、2015年全国星级饭店经营规模分析	44
三、2015年全国星级饭店星级特征分析	45
四、2015年各城市星级饭店经济指标分析	46
五、2015年全国星级饭店的地区分布	48
六、2015年各省星级饭店经营状况分析	49
七、2015年各省星级饭店规模特征分析	50
八、2015年各省星级饭店星级特征分析	52
第二节 五星级酒店市场运行分析	53
一、2015年五星级饭店的地区分布	53
二、2015年五星级饭店的客房规模	54
三、2015年五星级饭店的人均收益	55
四、2015年五星级饭店的营业收入构成	56
五、2015年五星级饭店的住宿人数和人天数	58
六、2015年五星级饭店的注册登记类型	59
七、2015年五星级饭店每间客房的收益	60
第三节 四星级酒店市场运行分析	62
一、2015年四星级饭店的地区分布	62
二、2015年四星级饭店的客房规模	63
三、2015年四星级饭店的人均收益	64
四、2015年四星级饭店的营业收入总额	65
五、2015年四星级饭店的住宿人数和人天数	67
六、2015年四星级饭店的注册登记类型	68
七、2015年四星级饭店每间客房的收益	69
第四节 星级酒店市场运行分析	71
一、2015年星级饭店的地区分布	71
二、2015年星级饭店的客房规模	72
三、2015年星级饭店的人均收益	73
四、2015年星级饭店的营业收入分析	74
五、2015年星级饭店的住宿人数和人天数	76
六、2015年星级饭店的注册登记类型	77
七、2015年星级饭店每间客房的收益	78
第五节 二星级酒店市场运行分析	80

- 一、2015年二星级饭店的地区分布 80
- 二、2015年二星级饭店的客房规模 81
- 三、2015年二星级饭店的人均收益 82
- 四、2015年二星级饭店的营业收入分析 83
- 五、2015年二星级饭店的住宿人数和人天数 85
- 六、2015年二星级饭店的注册登记类型 86
- 七、2015年二星级饭店每间客房的收益 87

第六节 星级酒店市场运行分析 89

- 一、2015年星级饭店的地区分布 89
- 二、2015年星级饭店的客房规模 90
- 三、2015年星级饭店的人均收益 91
- 四、2015年星级饭店的营业收入分析 92
- 五、2015年星级饭店的住宿人数和人天数 94
- 六、2015年星级饭店的注册登记类型 95
- 七、2015年星级饭店每间客房的收益 95

第七节 2015年星级酒店市场运行分析 97

- 一、2015年1季度星级饭店市场运行 97
- 二、2015年2季度星级饭店市场运行 100
- 三、2015年3季度星级饭店市场运行 113
- 四、2015年4季度星级饭店市场运行 125

第四章 星级酒店战略城市 - 北京 144

第一节 北京酒店业政策环境分析 144

- 一、北京住宿业相关标准制订计划 144
- 二、北京旅游星级饭店服务质量新标准 147
- 三、北京酒店式公寓禁向个人出售政策 147

第二节 北京星级酒店行业发展分析 148

- 一、北京住宿业经营管理状况 148
- 二、北京酒店业市场发展概况 149
- 三、北京酒店业市场发展特点 150
- 四、北京新增高星级酒店项目 152

第三节 北京星级酒店供应分析 153

- 一、北京星级酒店数量增长分析 153
- 二、星级酒店供应 153
- 三、经济型酒店是主体 154
- 四北京星级酒店市场需求分析 155
 - 一、2015年北京星级酒店平均出租率分析 155
 - 二、2015年北京星级酒店接待住宿者总体情况 156
- 第五节 北京星级酒店市场经营状况 158
 - 一、星级酒店市场价格对比分析 158
 - 二、星级酒店行业营收结构分析 159
- 第六节 北京星级酒店市场展望 161

第五章 星级酒店战略城市 - 上海 163

第一节 2015年行业发展环境情况 163

- 一、2015年上海gdp增长情况 163
- 二、2015年上海旅游业 164

第二节 上海星级酒店供需分析 164

- 一、2015年星级酒店业供给分析 164
- 二、星级酒店需求规模分析 165
- 三、星级酒店区域分析 165

第三节 重要影响因素分析 166

- 一、安阳上海列车投运 166
- 二、2015年上海世博会 167
- 三、迪斯尼落户上海 167

第六章 中国星级酒店管理市场分析 169

第一节 酒店业经营管理概述 169

- 一、酒店经营管理概述 169
- 二、现代酒店的管理特点 170
- 三、现代酒店管理的内容 171
- 四、酒店的管理层次分析 174
- 五、酒店管理到位的有效策略 175

第二节 酒店业经营管理的具体分析 176

- 一、酒店的需求管理分析 176
- 二、酒店的组织管理分析 184
- 三、酒店人力资源管理解析 190
- 四、酒店客户关系管理分析 193
- 五、酒店管理的制度创新解析 197
- 第三节 星级品牌酒店管理市场分析 199
 - 一、酒店管理业务空间巨大 199
 - 二、酒店管理公司核心竞争力分析 200
 - 三、外资酒店管理发展现状 200
 - 四、内资酒店管理发展现状 201
- 第四节 国际酒店管理集团经营管理综述 202
 - 一、国际酒店管理集团经营模式分析 202
 - 二、国际酒店管理运营的主要体制特点 204
 - 三、西方酒店业引入全面质量管理 205
 - 四、国外饭店集团介入的管理形式 207
 - 五、国际流酒店经营管理新趋势 209
- 四节 国际酒店管理集团经营管理综述 202
- 第五节 酒店业经营管理的动向分析 214
 - 一、酒店经营管理发展趋势解析 214
 - 二、健康客房成为酒店营销新趋势 215
 - 三、酒店经营管理模式的两大转变 217
 - 四、互联网营销成为酒店营销新途径 219

- 第七章 2015年星级酒店外资竞争主体分析 221
 - 第一节 洲际酒店集团 221
 - 一、集团简介 221
 - 二、中国投资动态 221
 - 三、企业经营情况分析 223
 - 第二节 万豪国际 223
 - 一、集团简介 223
 - 二、中国投资动态 224
 - 三、企业经营情况分析 225

第三节 凯悦集团 225

一、集团简介 225

二、中国投资动态 226

三、企业经营情况分析 226

第四节 卡尔森 227

一、集团简介 227

二、中国投资动态 227

三、企业发展分析 228

第五节 喜达屋 229

一、集团简介 229

二、中国投资动态 230

三、企业经营情况分析 231

第六节 希尔顿 232

一、集团简介 232

二、中国投资动态 233

三、企业发展分析 234

第七节 雅高 236

一、集团简介 236

二、中国投资动态 237

三、企业经营情况分析 238

第八节 温德姆 239

一、集团简介 239

二、中国投资动态 240

三、企业经营情况分析 240

第八章 2015年星级酒店内资竞争主体分析 243

第一节 锦江国际酒店发展股份有限公司 243

一、企业基本情况 243

二、2015年企业经营情况分析 243

三、2015年企业经济指标分析 244

四、2015年企业盈利能力分析 245

五、2015年企业偿债能力分析 245

六、2015年企业运营能力分析	246
七、2015年企业成长能力分析	246
八、企业发展战略及未来展望	247
第二节 华天酒店集团股份有限公司	247
一、企业基本情况	247
二、2015年企业经营情况分析	248
三、2015年企业经济指标分析	249
四、2015年企业盈利能力分析	250
五、2015年企业偿债能力分析	250
六、2015年企业运营能力分析	251
七、2015年企业成长能力分析	251
八、企业发展战略及未来展望	252
第三节 开元旅业集团	252
一、企业基本情况	252
二、开元酒店集团	253
第二部分 平价连锁酒店行业分析	254

第九章 酒店行业基础分析 254

第一节 酒店定义及分类 254

- 一、酒店的定义 254
- 二、酒店的星级划分 256
- 三、酒店行业的基本特性 256
- 四、酒店行业进入退出壁垒分析 257

第二节 平价连锁酒店定义及发展 258

- 一、平价连锁酒店定义 258
- 二、全球发展阶段分析 259

第三节 2016年行业最新动态 260

- 一、7天连锁酒店“零加盟”政策引发行业震动 260
- 二、24k国际连锁酒店牵手石鼓资本 261
- 三、商务部支持经济型酒店 261
- 四、经济型酒店迎来资本整合时代 262

第十章 2013-2015年中国酒店产业发展现状分析 263

第一节 2015年中国酒店业现状 263

- 一、酒店行业发展概况 263
- 二、酒店行业结构失衡 264
- 三、星级饭店规模继续加速扩大 264
- 四、经济型酒店成为发展热点 265

第二节 酒店行业盈利模式分析 266

- 一、经营增长模式 266
- 二、物业增值模式 267
- 三、资本营运盈利模式 268
- 四、品牌创新盈利模式 269
- 五、集团建设盈利模式 271

第三节 酒店行业竞争情况 271

- 一、理念竞争 271
- 二、管理竞争 272
- 三、人才竞争 272
- 四、品牌竞争 273
- 五、创新竞争 273
- 六、文化竞争 274
- 七、学习竞争 275
- 八、服务竞争 275

第四节 酒店行业变革的驱动因素 276

- 一、影响供应的变革因素 276
- 二、影响酒店行业需求的变革因素 277
- 三、影响企业经营的因素 278

第五节 提升酒店竞争力的主要策略 279

- 一、酒店产品差异性策略 279
- 二、酒店个性化服务策略 279
- 三、酒店的促销宣传策略 280
- 四、酒店信息化与智能化策略 280
- 五、酒店品牌化建设策略 281
- 六、酒店治理策略分析 283

第六节 2016-2022年中国酒店业发展趋势 284

- 一、未来酒店建设发展趋势 284
- 二、未来酒店行业面临的挑战 285

第十一章 中国平价连锁型酒店市场分析 286

第一节 平价连锁型酒店发展历史 286

- 一、中美平价连锁型酒店发展背景比较 286
- 二、经济型酒店为未来酒店业的主力军 287

第二节 2015年平价连锁型酒店特点 288

- 一、利润水平 288
- 二、区域分布情况 289
- 三、酒店服务项目 290
- 四、品牌市场份额 291
- 五、经营模式 292
- 六、盈利模式 293
- 七、客源情况 295
- 八、网络广告投放规模 296

第三节 中国平价连锁酒店供给规模分析 298

- 一、2015年平价连锁酒店营收规模 298
- 二、2015年平价连锁酒店数量规模 299
- 三、2015年平价连锁酒店品牌 299

第四节 2015年平价连锁酒店消费者调研 301

- 一、消费者构成 301
- 二、消费行为分析 301
- 三、消费者评价与选择 302

第五节 平价连锁酒店机遇分析 304

- 一、目标群体扩大 304
- 二、城镇化进程与中西部地区崛起 305
- 三、经济型酒店发展空间大 306

第六节 平价连锁酒店存在的主要风险 307

- 一、平价连锁型酒店行业标准尚缺 307
- 二、平价连锁型酒店营销手段稚嫩 308

- 三、非理性资本的涌入 308
- 四、经济型连锁经营的问题 308
- 五、中小型经济型酒店遭遇发展瓶颈 309

第十二章 2013-2015年平价连锁型酒店竞争主体分析 311

第一节 如家快捷 311

- 一、企业基本情况 311
- 二、企业优势分析 311
- 三、如家发展重点区域 314
- 四、2015年经营情况 315
- 五、2015年如家业绩预期 316

第二节 锦江之星 316

- 一、企业基本情况 316
- 二、2015年锦江之星经营情况 317
- 三、锦江之星合作方式 318
- 四、锦江之星投资收益分析 318

第三节 7天连锁酒店集团 318

- 一、企业基本情况 318
- 二、2015年7天酒店经营情况 319
- 三、2015年7天业绩预期 319
- 四、7天酒店合作方式 320
- 五、7天酒店盈利收益分析 320

第四节 格林豪泰酒店管理集团 321

- 一、企业基本情况 321
- 二、合作方式 321
- 三、格林豪泰酒店投资收益 321

第五节 汉庭连锁酒店集团 322

- 一、企业基本情况 322
- 二、汉庭酒店集团发展历程 323
- 三、2015年汉庭酒店经营情况 323
- 四、汉庭大品牌聚首沈阳 325

第六节 其它发展中经济型酒店 326

- 一、速8中国 326
- 二、莫泰 327
- 三、中州快捷 327
- 四、宜必思 328

第十三章 2016-2022年中国平价连锁型酒店行业兼并重组趋势分析 330

第一节 2015年行业兼并重组动态 330

- 一、经济型酒店掀起圈地热潮 330
- 二、经济型酒店在西安打响“圈地战” 331
- 三、2015年各品牌经济型酒店扩张计划 333

第二节 经济型酒店重组可行性分析 335

- 一、连锁品牌并购可能性加大 335
- 二、品牌特许的优势分析 336
- 三、经济型酒店渠道探索 337
- 四、经济型酒店扩张模式 338
- 五、两条不同的并购之路 339

第三节 经济型酒店重组趋势分析 340

图表目录

图表 1 2012-2015年中国星级酒店数量增长趋势图 19

图表 2 2015年星级酒店供应情况 19

图表 3 2012-2015年中国国内生产总值及增长速度趋势图 22

图表 4 2011-2015年中国旅游总收入占gdp的比重统计 23

图表 5 2011-2015年中国人均gdp与旅游总收入相关性 24

图表 6 2013-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 25

图表 7 2013-2015年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图 25

图表 8 2012-2015年农村居民纯收入及增长情况统计 26

图表 9 2013-2015年农村居民人均消费性支出及增长趋势图 26

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201604/13-198295.html>