

2021-2027年中国星级酒店 运营及酒店管理行业深度研究与未来发展趋势报告

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

《2021-2027年中国星级酒店运营及酒店管理行业深度研究与未来发展趋势报告》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/R03/R0303/202105/25-408816.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

我国酒店需求向中高端加速集中，需求结构变化驱动产业结构升级。现阶段，我国酒店供给主要集中在经济型酒店，其中，三星级酒店占比近几个季度均保持在48%的比重。在中产阶层快速崛起、理性消费不断升级的驱动下，经济型酒店需求向上迁移；中高端服务的酒店需求有望进一步释放。

从文旅部公布的2017年第四季度与2018年前两个季度我国通过省级审批的星级酒店变化情况看，有如下特征：第一，除五星级酒店外，各星级酒店数量整体均呈下降趋势；五星级酒店从2017年第四季度的822家增加至2018年第二季度的825家，二星级和三星级酒店数量减少的最多，分别减少191家和224家。虽然酒店数量呈减少趋势，但从中高端酒店（三星级及以上）的占比情况看，中高端占比持续升高，2018年第二季度，中高端比例增加至82.39%，中高端布局加速。

2018年中国各星级酒店数量变化情况

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国星级酒店运营及酒店管理行业深度研究与未来发展趋势报告》共十七章。首先介绍了中国星级酒店运营及酒店管理行业市场发展环境、星级酒店运营及酒店管理整体运行态势等，接着分析了中国星级酒店运营及酒店管理行业市场运行的现状，然后介绍了星级酒店运营及酒店管理市场竞争格局。随后，报告对星级酒店运营及酒店管理做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国星级酒店运营及酒店管理行业发展趋势与投资预测。您若想对星级酒店运营及酒店管理产业有个系统的了解或者想投资中国星级酒店运营及酒店管理行业，本报告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市场监测数据库。

报告目录：

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

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

1、星级的申请

2、星级的评定规程

3、星级评定办法

4、星级的评定原则

5、星级的复核及处理

6、星级的标志和证书

第二章 2019年世界酒店业运行格局分析

第一节 2019年世界酒店业的市场概况分析

一、全球连锁酒店总体发展概况

二、2019年全球酒店销售额分析（美元）

第二节 2019年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 2021-2027年世界酒店趋势探析

1、酒店集团化趋势更加明显

2、品牌酒店加速全球化

3、“数据库一族”亮相

- 4、跨产业合作成为新景象
- 5、个性化服务不再是虚言
- 6、市场细分新概念层出不穷
- 7、酒店内部越来越像家

第三章 2019年世界星级酒店发展形势分析

第一节 2019年世界星级酒店发展概况分析

第二节 2019年世界主要国家星级酒店发展动态分析

第三节 2021-2027年世界星级酒店发展趋势分析

- 1、实行多品牌战略
- 2、酒店业日益向联号经营方向发展
- 3、国际化经营的程度越来越高
- 4、经济型酒店发展迅速
- 5、收购兼并成为酒店业发展的基本手段

第四章 2019年中国星级酒店运行环境解析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、经济发展现状分析
- 二、当前经济运行中的主要问题
- 三、未来经济运行分析与政策展望

第二节 2019年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 2019年中国星级酒店运营社会环境分析

- 一、技术条件影响分析
- 二、文化环境分析
- 三、经济因素影响分析

第五章 2019年中国酒店所属行业发展局势分析

第一节 2019年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

第三节 2019年中国酒店产业的发展

尽管当前酒店行业进入萧条期，但龙头企业通过规模扩张和内生优化实现业绩的稳步提升，首旅和锦江Q3扣非后业绩分别增长1.5%、22.1%，超出市场预期。

酒店业首旅、锦江、华住2019年三季度入住率对比

酒店业首旅、锦江、华住2019年三季度平均房价及增长情况对比

酒店业首旅、锦江、华住2019年三季度 RevPAR及增长情况对比

一、2019年我国星级酒店的开业统计分析

二、2019年我国酒店预订价格指数分析

第四节 2019年中国酒店业面临的问题分析

一、专业人才短缺现象严重

二、缺乏成熟的管理模式，经营较为分散

三、忽视企业文化建设

第五节 促进中国酒店业发展的对策分析

一、加强人才的培养、提升服务品质

二、产品服务创新及营销创新：

三、管理体制创新

四、企业文化创新

第六章 2019年中国星级酒店所属行业营运运行形势透析

第一节 2019年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、自然条件对中国星级酒店的影响

第二节 2019年中国星级酒店业运行分析

一、2019年中国星级酒店开业统计

二、各省星级酒店业结构分析

第七章 2019年中国星级酒店运营状况剖析

第一节 2019年度假酒店行业投资情况分析

一、开业酒店区域分布

二、开业酒店品牌分布

三、开业酒店星级标准分布

四、2019年部分开业酒店名单

第二节 2019年中国星级酒店数量

一、按照管理方式

二、按照饭店类型

三、按照饭店星级

四、按管理方式划分

第三节 2019年度假酒店行业运行情况分析

第八章 2019年中国星级酒店所属行业运行状况分析

第一节 2019年中国星级酒店所属行业动态分析

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

第二节 2019年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 2019年中国星级酒店所属行业市场运行存在的问题分析

第九章 2019年中国星级酒店业竞争格局分析

第一节 2019年中国星级酒店业竞争现状分析

一、高星级酒店服务业现状

二、我国高星级酒店业的差距和问题

- 1、“重硬件、轻软件”倾向
- 2、服务质量管理效率低下
- 3、高星级酒店从业人员素质落后
- 4、工作满意度低，员工流动率高
- 5、高星级酒店部门协调性差
- 6、恶性价竞争影响高星级酒店服务质量稳定性

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

一、竞争优势

二、竞争弱势

三、发展机会

四、威胁因素

第三节 2019年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 2021-2027年中国星级酒店业竞争趋势分析

第十章 2019年中国北京星级酒店业市场竞争分析

第一节 2019年中国北京星级酒店供应分析

一、酒店纷纷主打亲民牌

二、打包服务抢夺市场

三、维持价格以保市场

第二节 2019年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 2019年中国北京星级酒店市场经营状况

一、收入规模及结构

二、平均房价及出租率

第十一章 2019年上海星级酒店市场地运行分析

第一节 2019年行业运行情况分析

一、2019年上海gdp

二、2019年上海旅游业

第二节 上海星级酒店供需分析

第三节 2019年酒店经营状况分析

第四节 2019年上海星级酒店影响因素分析

一、国内旅游增幅放缓

二、旅游产业经济总量下降

第十二章 2019年重点城市酒店统计

第一节 2019年年全国酒店开业分析

第二节 2019年年广州酒店业分析

第三节 2019年各区域酒店情况分析

第十三章 中国酒店上市企业运营财务状况分析

第一节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第二节 华天酒店集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第三节 金陵饭店集团公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第四节 北京首都旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第五节 深圳新都酒店股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第六节 广州市东方宾馆股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第七节 西安旅游集团有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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

第四节 凯悦集团

一、集团概括

二、中国投资动态

第五节 卡尔森

一、集团简介

二、中国投资动态

第六节 喜达屋

一、集团简介

二、中国投资动态

第七节 希尔顿

一、集团简介

二、中国投资动态

第八节 雅高

一、集团简介

二、中国投资动态

第十五章 2021-2027年中国星级酒店发展趋势预测分析

第一节 2021-2027年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 2021-2027年中国星级酒店发展趋势预测分析

- 1、集团化的趋势进一步凸显
- 2、在线预订尤其是移动渠道预订将快速普及
- 3、收益管理的应用日益普及
- 4、个性化酒店的发展将加快
- 5、环保技术的应用逐步推广
- 6、国内外品牌的房价差距将缩小
- 7、品牌重视程度将提高
- 8、市场营销手段的多样化

第十六章 2021-2027年中国星级酒店业投资潜力研究

第一节 2019年中国星级酒店投资环境概况

- 一、政治环境是影响最大、作用最直接的因素
- 二、社会文化环境是酒店投资的双刃剑
- 三、经济环境是影响酒店投资成功与否的主要驱动力
- 四、技术环境是酒店业可持续发展的重要支撑
- 五、自然环境是酒店投资的先天必要条件

第二节 我国酒店投资的市场需求分析

- 一、市场需求评价指标体系
- 二、针对目标客源的酒店类型选择

第三节 酒店投资的选址分析

- 一、酒店选址考虑因素
- 二、酒店选址的宏观环境
 - 1、城市类型
 - 2、人口与交通
 - 3、地段和区域
- 三、酒店选址中的地段和区域评价

第四节 酒店业投资的经济因素分析

- 一、经济发展状况
- 二、收入状况
- 三、产业结构状况
- 四、金融、资本运转状况
- 五、经济基础设施

第五节 2021-2027年中国星级酒店投资风险预警

- 一、市场竞争的加剧
- 二、管理合约的陷阱
- 三、人才风险

第六节 酒店业投资的盈利模式分析

- 一、经营增长盈利模式
- 二、物业增值盈利模式
- 三、资本营运盈利模式
- 四、品牌创新盈利模式
- 五、集团建设盈利模式

第七节 2021-2027年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 2021-2027年中国星级酒店业经营战略分析

第一节 2021-2027年中国星级酒店经营策略分析

一、酒店人员管理结构不合理的对策

- 1、改变传统的人才观和行业偏见
- 2、企业联合办学
- 3、建立酒店管理人才加速储备库
- 4、采用各种刺激机制，激励员工不断地“自我充电”，增加“造血”功能
- 5、重视女性职业潜能的发挥

二、酒店财务管理专业化水平低的对策

- 1、搭建经营平台突出经营重点
- 2、从结构上控制成本，将部分保障和辅助项目社会化
- 3、用绩效考评手段实施预算控制目标
- 4、要开阔思路，用新理念开展营销工作
- 5、认真做好经营和财务分析工作

三、酒店服务质量存在问题的对策

- 1、注重细节的优化，提高软件服务质量
- 2、完善高星级酒店服务质量管理体系
- 3、强化培训教育，提高员工整体素质水平
- 4、提高高星级酒店内部协调性
- 5、酒店要致力于创造品牌，而不热衷于价格竞争

第二节 2021-2027年中国星级酒店品牌化战略分析

一、进行准确的品牌定位

二、塑造高质量的品牌形象

三、注意酒店品牌推广

四、注重品牌形象的维护

第三节 2021-2027年中国五星级酒店营销策略

一、力求“婚宴”服务的专业化

二、拓展“婚宴”产品外延

三、加强与“婚庆”公司的合作

四、做好客户关系管理

五、借助婚宴产品体现“人本管理”

图表目录：

图表 1 2015-2019年我国季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表 2 2015-2019年我国分产业季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表 3 2015-2019年我国工业增加值走势分析图 单位：%

图表 4 2015-2019年我国固定资产投资走势分析图 单位：%

图表 7 2015-2019年我国社会消费品零售总额构成走势分析图 单位：%

图表 9 2015-2019年我国企业商品价格指数走势分析图 单位：%

图表 10 2015-2019年我国月度进出口走势分析图 单位：%

图表 11 2015-2019年我国货币供应量走势分析图 单位：亿元

图表 12 2015-2019年我国存贷款同比增速走势图 单位：亿元，%

图表 15 2019年国内开业的酒店（三星级标准以上）

图表 16 2019年中国各地酒店平均每晚房价及变动比较（以人民币计算）

图表 17 2019年国内开业的酒店（三星级标准以上）

图表 18 2019年国内开业的酒店开业地区top10

图表 19 2019年全国酒店开业统计（按地区，3星标准以上）

图表 20 2019年全国酒店开业统计（按品牌，3星标准以上）

图表 21 2019年全国酒店开业数统计（按3星标准以上）

图表 22 2019年北京市星级饭店平均房价及出租率

图表 23 2019年国内开业的酒店（三星级标准以上）

图表 24 2019年国内开业的酒店开业地区top10

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0303/202105/25-408816.html>