



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国产权式酒店市场运行态势及投资策略报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国产权式酒店市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/247512.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

### 第一章 产权式酒店相关概述

#### 1.1 酒店业的概念与分类

##### 1.1.1 酒店的概念

##### 1.1.2 酒店的类型

##### 1.1.3 现代酒店的基本性质

##### 1.1.4 现代酒店的基本特点

#### 1.2 产权式酒店概念及分类

##### 1.2.1 产权式酒店的定义

##### 1.2.2 产权式酒店的性质

##### 1.2.3 产权式酒店的分类

#### 1.3 产权式酒店与酒店式公寓

##### 1.3.1 酒店式公寓起源

##### 1.3.2 酒店式公寓的概念

##### 1.3.3 酒店式公寓的特点

##### 1.3.4 酒店式公寓与服务式公寓的区分

##### 1.3.5 产权式酒店与酒店式公寓的比较

### 第二章 中国产权式酒店行业发展环境分析

#### 2.1 政策环境

##### 2.1.1 旅游业政策动态

##### 2.1.2 酒店业"营改增"政策

##### 2.1.3 抑制公务消费的影响分析

##### 2.1.4 新国九条带来融资利好

#### 2.2 经济环境

##### 2.2.1 国内生产总值

##### 2.2.2 固定资产投资

##### 2.2.3 规模以上工业增加值

##### 2.2.4 社会消费品市场规模

#### 2.3 社会环境

##### 2.3.1 人口与就业

##### 2.3.2 城乡居民收入

### 2.3.3 居民消费支出

## 2.4 产业环境

### 2.4.1 土地市场分析

### 2.4.2 房地产投资分析

### 2.4.3 房地产消费分析

### 2.4.4 旅游消费兴起

## 第三章 2012-2014年中国酒店业的发展

### 3.1 中国酒店业的发展综述

#### 3.1.1 酒店业战略地位分析

#### 3.1.2 现代酒店业特征分析

#### 3.1.3 与世界级酒店企业差距分析

### 3.2 2012-2014年中国酒店业市场发展分析

#### 3.2.1 发展策略分析

#### 3.2.2 在线业务分析

#### 3.2.3 发展动态分析

#### 3.2.4 发展趋势分析

#### 3.2.5 部分地区行业动态分析

### 3.3 2012-2014年中国星级酒店市场分析

#### 3.3.1 星级酒店规模分析

#### 3.3.2 星级酒店经营分析

#### 3.3.3 星级酒店入住率分析

#### 3.3.4 星级酒店价格分析

### 3.4 2012-2014年中国酒店业品牌价值分析

#### 3.4.1 国际酒店品牌分析

#### 3.4.2 国内酒店品牌分析

#### 3.4.3 经济酒店品牌分析

#### 3.4.4 中档酒店品牌分析

#### 3.4.5 重点关注品牌分析

### 3.5 中国酒店行业市场壁垒分析

#### 3.5.1 市场壁垒分类

#### 3.5.2 技术性/生产要素壁垒

#### 3.5.3 结构性壁垒

### 3.6 中国酒店业面临的问题

#### 3.6.1 经营观念落后

#### 3.6.2 管理服务质量欠佳

#### 3.6.3 发展瓶颈分析

#### 3.6.4 市场挑战分析

### 3.7 中国酒店业的发展策略

#### 3.7.1 促进行业发展策略

#### 3.7.2 提高产品质量对策

#### 3.7.3 本土酒店发展建议

#### 3.7.4 促进企业发展策略

## 第四章 2012-2014年产权式酒店的发展

### 4.1 2012-2014年国际产权式酒店的发展

#### 4.1.1 产权式酒店的发展起源

#### 4.1.2 假日经济催生产权式酒店

#### 4.1.3 产权式酒店发展条件分析

#### 4.1.4 美国产权式酒店发展概况

#### 4.1.5 济州岛受投资者欢迎

#### 4.1.6 马来西亚投资火热

### 4.2 2012-2014年中国产权式酒店的发展

#### 4.2.1 发展历程分析

#### 4.2.2 市场环境分析

#### 4.2.3 客户属性分析

#### 4.2.4 投资属性分析

#### 4.2.5 物业管理分析

#### 4.2.6 发展前景分析

### 4.3 产权式酒店发展存在的问题

#### 4.3.1 发展障碍分析

#### 4.3.2 制约因素分析

#### 4.3.3 运作过程不当

#### 4.3.4 缺乏规范化经营

#### 4.3.5 存在一定投资风险

### 4.4 产权式酒店的发展对策

4.4.1 加强市场规范程度

4.4.2 酒店经营策略分析

4.4.3 酒店经营注意要点

4.4.4 行业发展思路分析

## 第五章 2012-2014年中国分时度假发展分析

### 5.1 分时度假概述

5.1.1 分时度假的起源

5.1.2 分时度假的定义

5.1.3 分时度假产业组成部分

5.1.4 分时度假产品的运营机制

5.1.5 分时度假的优势分析

5.1.6 分时度假与产权酒店的异同

### 5.2 2012-2014年世界分时度假业分析

5.2.1 分时度假业发展历程

5.2.2 使用权交换制度

5.2.3 分时度假管理制度

5.2.4 欧美国家相关法律介绍

5.2.5 美国分时度假的发展历程

5.2.6 美国分时度假的发展经验

5.2.7 对中国分时度假行业的启示

### 5.3 2012-2014年中国分时度假的发展

5.3.1 发展历程分析

5.3.2 发展条件分析

5.3.3 可行性分析

5.3.4 发展模式分析

5.3.5 发展动态分析

5.3.6 成功案例分析

### 5.4 分时度假发展存在的问题

5.4.1 行业规范程度低

5.4.2 脱离实际国情

5.4.3 市场障碍分析

### 5.5 中国分时度假的发展策略

- 5.5.1 适应国情合理发展
- 5.5.2 保障消费者权益
- 5.5.3 促进行业规范化
- 5.5.4 市场培育措施
- 5.5.5 企业发展策略
- 5.6 分时度假业投资分析
  - 5.6.1 开发投资风险预测
  - 5.6.2 消费者投资风险分析
  - 5.6.3 开发投资建议
  - 5.6.4 消费者应注意投资陷阱
- 5.7 分时度假前景展望
  - 5.7.1 分时度假发展原则
  - 5.7.2 居民消费结构转型
  - 5.7.3 旅游市场前景巨大
  - 5.7.4 未来发展方向分析

## 第六章 2012-2014中国年酒店式公寓发展分析

- 6.1 2012-2014年酒店式公寓国际市场概述
  - 6.1.1 世界酒店公寓的兴起
  - 6.1.2 酒店公寓投资回报分析
  - 6.1.3 经营模式重要性分析
  - 6.1.4 中美酒店公寓差异性分析
- 6.2 2012-2014年中国酒店式公寓的发展
  - 6.2.1 规划原则分析
  - 6.2.2 建筑设计分析
  - 6.2.3 产品品质分析
  - 6.2.4 竞争优势分析
  - 6.2.5 发展因素分析
  - 6.2.6 投资特性分析
- 6.3 2012-2014年主要城市酒店式公寓市场动态
  - 6.3.1 北京
  - 6.3.2 上海
  - 6.3.3 广州

- 6.3.4 深圳
- 6.3.5 成都
- 6.3.6 杭州
- 6.4 酒店式公寓的产品开发
  - 6.4.1 项目选址策略
  - 6.4.2 目标消费群定位
  - 6.4.3 产品设计策略
  - 6.4.4 产品销售策略
  - 6.4.5 销售成本控制策略
  - 6.4.6 经营管理策略
- 6.5 酒店式公寓的投资风险分析
  - 6.5.1 五大隐性成本
  - 6.5.2 非住宅税费
  - 6.5.3 房屋土地性质
  - 6.5.4 投资实力
  - 6.5.5 避免扎堆出租
- 6.6 酒店式公寓投资价值分析
  - 6.6.1 投资回报模式
  - 6.6.2 投资优势分析
  - 6.6.3 投资潜力分析
  - 6.6.4 投资策略分析

## 第七章 2012-2014年产权式酒店区域发展分析

- 7.1 北京
  - 7.1.1 产权式酒店发展综述
  - 7.1.2 产权式酒店初现北京
  - 7.1.3 北京产权式酒店发展机遇
  - 7.1.4 北京产权式酒店出现产品细分
- 7.2 上海
  - 7.2.1 会展、旅游促进产权式酒店发展
  - 7.2.2 产权式商务酒店市场火热
  - 7.2.3 外地产权式酒店瞄准上海市场
- 7.3 深圳

- 7.3.1 深圳产权酒店的形式
- 7.3.2 深圳产权酒店经营状况
- 7.3.3 深圳产权酒店的客户构成
- 7.3.4 深圳产权酒店的购买动机
- 7.3.5 深圳产权酒店的营销手法
- 7.3.6 大梅沙产权式酒店市场分析

## 7.4 海南

- 7.4.1 发展历程分析
- 7.4.2 环境优势分析
- 7.4.3 发展障碍分析
- 7.4.4 发展措施分析
- 7.4.5 三亚产权式酒店市场分析

## 7.5 其他

- 7.5.1 南宁市
- 7.5.2 惠州市
- 7.5.3 贵州省
- 7.5.4 青岛市

## 第八章 2012-2014年中国重点产权式酒店分析

### 8.1 北京主要的产权式酒店

- 8.1.1 北京东环广场酒店式国际公寓
- 8.1.2 北京汇园国际公寓
- 8.1.3 北京丽苑公寓
- 8.1.4 北京香榭舍酒店公寓

### 8.2 上海主要的产权式酒店

- 8.2.1 上海同济佳苑酒店公寓
- 8.2.2 上海协和丽豪酒店公寓
- 8.2.3 上海安亭新镇公寓式酒店
- 8.2.4 上海新世纪大厦酒店公寓

### 8.3 深圳主要的产权式酒店

- 8.3.1 深圳大梅沙海景公寓
- 8.3.2 深圳999丹枫白露酒店
- 8.3.3 深圳东方银座国际公馆

- 8.3.4 深圳金色假日
- 8.4 三亚主要的产权式酒店
  - 8.4.1 海棠湾世知度假酒店
  - 8.4.2 三亚海悦湾度假酒店
  - 8.4.3 亚龙湾红树林度假酒店
  - 8.4.4 三亚天福源度假酒店
- 8.5 其他城市的主要产权式酒店
  - 8.5.1 苏州和乔丽晶公寓
  - 8.5.2 武汉圣淘沙酒店公寓
  - 8.5.3 厦门京闽中心酒店
  - 8.5.4 四川森桦苑出租式商务公寓

## 第九章 2012-2014年产权式酒店相关产业分析

### 9.1 旅游业

- 9.1.1 2013年旅游业运行特征分析
- 9.1.2 2014年旅游业行业规模分析
- 9.1.3 2014年国庆黄金周旅游收入
- 9.1.4 "十二五"规划发展目标
- 9.1.5 对酒店业的促进关系分析

### 9.2 会展产业

- 9.2.1 中国会展行业规模分析
- 9.2.2 中国会展产业全球竞争力
- 9.2.3 中国会展业SWOT分析
- 9.2.4 中国会展业发展策略分析
- 9.2.5 "十二五"规划发展目标
- 9.2.6 会展与酒店业互动发展分析

### 9.3 餐饮业

- 9.3.1 餐饮市场发展规模
- 9.3.2 餐饮行业运行特征
- 9.3.3 "十二五"规划目标
- 9.3.4 餐饮对酒店业的影响

## 第十章 2015-2020年中国产权式酒店需求分析

### 10.1 旅游消费者类型分析

- 10.1.1 观光型旅游者
- 10.1.2 娱乐消遣型旅游者
- 10.1.3 度假保健型旅游者
- 10.1.4 文化教育型旅游者
- 10.1.5 宗教型旅游者
- 10.1.6 寻根、探亲、访友型旅游者
- 10.1.7 购物型旅游者
- 10.1.8 商务/公务型旅游者
- 10.1.9 生态/探险型旅游者
- 10.2 酒店的客源分析
  - 10.2.1 国内游客规模
  - 10.2.2 入境客源规模
  - 10.2.3 入境旅游主要客源市场情况
  - 10.2.4 各省市接待的入境旅游客源
- 10.3 旅游消费结构分析
  - 10.3.1 旅游消费结构影响因素分析
  - 10.3.2 入境游客的消费结构分析
  - 10.3.3 国内游客的消费结构分析
  - 10.3.4 出境游客消费结构转变
- 10.4 消费选择与消费趋势分析
  - 10.4.1 游客对住宿设施的选择
  - 10.4.2 游客的旅行目的
  - 10.4.3 旅游消费发展趋势

## 第十一章 2015-2020年中国产权式酒店销售分析

- 11.1 中国产权式酒店消费特征
  - 11.1.1 地域特征显著
  - 11.1.2 消费群体集中
  - 11.1.3 卖点集中
  - 11.1.4 异地代理销售
- 11.2 影响产权酒店销售的主要因素分析
  - 11.2.1 自然环境
  - 11.2.2 投资环境

- 11.2.3 交通环境
- 11.2.4 金融支持力度
- 11.2.5 价格因素
- 11.3 产权酒店销售中的法律问题
  - 11.3.1 产权多头销售
  - 11.3.2 能否公正经营
  - 11.3.3 合同强迫性
  - 11.3.4 开发失败处理方式

## 第十二章 2015-2020年产权式酒店投资风险及策略分析

- 12.1 投资比较分析
  - 12.1.1 与银行储蓄的比较
  - 12.1.2 与投资人寿保险的比较
  - 12.1.3 与投资股票证券的比较
  - 12.1.4 与投资传统地产品种的比较
  - 12.1.5 与投资酒店公寓的比较
- 12.2 投资风险因素
  - 12.2.1 投资风险的主要体现
  - 12.2.2 制度规范缺失
  - 12.2.3 法律风险分析
  - 12.2.4 交易风险分析
  - 12.2.5 经营风险分析
- 12.3 风险防范措施
  - 12.3.1 风险规避建议
  - 12.3.2 法律风险防范措施
  - 12.3.3 交易风险防范措施
- 12.4 投资策略分析
  - 12.4.1 投资要素
  - 12.4.2 投资建议
  - 12.4.3 把握投资要点
  - 12.4.4 经营管理建议
- 12.5 投资潜力分析
  - 12.5.1 投资热度

## 12.5.2 投资优势

## 12.5.3 投资前景

附录：

附录一：《中国旅游饭店行业规范》

附录二：《旅游涉外饭店星级的划分与评定》

附录三：《中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定》

附录四：中国酒店式公寓100强

图表目录：

图表1 2009-2013年国内生产总值及其增长速度

图表2 2013年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表3 2014年1-8月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表4 2013年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表5 2014年1-8月规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表6 2014年1-8月社会消费品零售总额同比增速

图表7 2013年年末人口及其构成

图表8 2009-2013年城镇新增就业人口

图表9 2009-2013年农村居民人均纯收入

图表10 2009-2013年城镇居民人均可支配收入

图表11 2012年城镇居民人均消费支出结构

图表12 2014年上半年全国300城市土地供求情况

图表13 2012年全国房地产开发投资增速

图表14 2013年全国房地产开发投资增速

图表15 2014年全国房地产开发投资增速

图表16 2012年全国商品房销售面积及金额增速

图表17 2013年全国商品房销售面积及金额增速

图表18 2014年全国商品房销售面积及金额增速

图表19 2011-2014年全球移动互联网发展情况

图表20 2013-2014年中国互联网用户规模

图表21 2013-2014年中国移动互联网用户规模

图表22 OTA行业三大网站用户规模

图表23 2014年上半年携程网营收情况

图表24 2014年上半年去哪儿网营收情况

- 图表25 2014年艺龙网营收情况
- 图表26 2012年全国星级饭店经营情况
- 图表27 2013年全国星级饭店经营情况
- 图表28 2012年星级酒店入住率
- 图表29 2013年星级酒店入住率
- 图表30 2010-2014年全国星级饭店平均出租率
- 图表31 2010-2014年一季度我国五星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表32 2010-2013年二季度我国五星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表33 2010-2013年三季度我国五星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表34 2010-2013年四季度我国五星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表35 2010-2014年第一季度我国四星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表36 2010-2013年第二季度我国四星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表37 2010-2013年第三季度我国四星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表38 2010-2013年第四季度我国四星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表39 2010-2014年第一季度我国三星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表40 2010-2013年第二季度我国三星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表41 2010-2013年第三季度我国三星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表42 2010-2013年第四季度我国三星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表43 2010-2014年第一季度我国二星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表44 2010-2013年第二季度我国二星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表45 2010-2013年第三季度我国二星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表46 2010-2013年第四季度我国二星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表47 2010-2014年第一季度我国一星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表48 2010-2013年第二季度我国一星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表49 2010-2013年第三季度我国一星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表50 2010-2013年第四季度我国一星级酒店平均房价及RevPAR
- 图表51 2013年国际酒店品牌风云榜TOP10
- 图表52 2012年、2013年国际酒店品牌指数对比分析
- 图表53 2013年国内酒店品牌风云榜TOP10
- 图表54 2012年、2013年国内酒店品牌指数对比分析
- 图表55 2013年经济酒店品牌风云榜TOP10
- 图表56 2012年、2013年经济酒店品牌指数对比分析

- 图表57 2013年中档酒店品牌风云榜TOP10
- 图表58 2013年洲际酒店品牌影响力分析
- 图表59 2013年丽思卡尔顿酒店品牌影响力分析
- 图表60 2013年锦江酒店品牌影响力分析
- 图表61 2013年7天酒店品牌影响力分析
- 图表62 2013年维也纳酒店品牌影响力分析
- 图表63 2011-2014年1-10月广州市外围6区供应机构
- 图表64 2011-2014年1-10月广州外围六区成交机构
- 图表65 2013年世界商展100大排行榜国家分布
- 图表66 2008-2014年世界商展100大排行榜国家分布变化
- 图表67 2002-2013年中国餐饮收入及增速
- 图表68 2013年全国餐饮收入月度增幅状况
- 图表69 2013年主要客源国入境旅游情况
- 图表70 分地区国际旅游（外汇）收入与接待入境过夜游客情况
- 图表71 我国国内旅游的消费构成
- 图表72 银行储蓄与投资产权酒店的比较
- 图表73 投资产权酒店与投资人寿保险比较
- 图表74 投资股票与产权酒店比较
- 图表75 投资住宅、商铺和产权酒店的比较
- 图表76 中国酒店式公寓100强

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/247512.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法

## 7、预测研究方法

# 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

# 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。