



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国宾馆酒店市场研究预测报告

一、调研说明

《2007年中国宾馆酒店市场研究预测报告》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/46273.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

第一部分 投资环境 1

第一章 酒店业的概念及投资特性 2

1.1 酒店业的概念与分类 2

1.1.1 酒店的定义 2

1.1.2 酒店的分类 2

1.1.3 现代酒店的基本特点 5

1.2 酒店业的投资特性 6

1.2.1 赢利性与成长性 6

1.2.2 酒店的周期性 7

1.2.3 要素的密集性 8

1.3 酒店业行业壁垒分析 9

1.3.1 技术与市场壁垒 9

1.3.2 结构性壁垒 10

1.3.3 制度性壁垒 11

1.3.4 文化性壁垒 12

1.3.5 市场壁垒趋势 13

第二章 国际酒店业的发展现状 15

2.1 2005-2006国际酒店业市场 15

2.1.1 全球酒店业的发展历程 15

2.1.2 世界酒店业成交额 19

2.1.3 国际著名跨国酒店集团发展现状 20

2.1.4 全球顶级豪华酒店蜂拥入中国 23

2.2 国际宾馆酒店业的管理现状 25

2.2.1 国际宾馆酒店业管理的主要特点 28

2.2.2 酒店业引入全面质量管理 30

2.2.3 国外饭店集团介入的管理形式 31

第三章 2006年宾馆酒店业的投资环境变化 42

3.1 外部经济环境分析 42

3.2 加入WTO对行业的影响 44

第四章 影响酒店业投资及发展的因素 54

4.1 旅游业持续高速增长 54

4.1.1 中国旅游业在国民经济中的地位 57

4.1.2 2006年国内旅游发展情况 65

4.1.3 2006年旅游业最新统计 69

4.1.4 2006年旅游业发展趋势分析 76

4.1.5 可能存在的突发事件对宾馆酒店业的影响 78

4.2 会展类新兴产业推进城市经济发展 82

4.2.1 中国会展类新兴产业发展现状 86

4.2.2 中国会展经济产业带 98

4.2.3 会展类新兴产业对宾馆酒店业的推动力分析 105

4.3 奥运经济为宾馆酒店业带来了新的动力 108

第二部分 行业现状 109

第五章 中国酒店业的发展现状 110

5.1 中国酒店业的发展演变历程 110

5.1.1 中国古代酒店的形成 110

5.1.2 中国近代酒店的兴起 112

5.1.3 中国现代酒店的发展概况 116

5.2 中国酒店业发展现状 120

5.2.1 我国酒店行业整体景气复苏 120

5.2.2 我国宾馆酒店业集团化、连锁化的现状 124

5.2.3 中国五大城市高星级酒店的发展状况 127

5.2.4 中国酒店的信息化管理分析 130

5.2.5 酒店业的个性化服务 133

5.2.6 我国酒店业走向世界的途径 137

5.3 中国酒店业面临的问题与对策 142

5.3.1 中国酒店业外资赚了九成利润 142

5.3.2	我国每年有大量酒店资产闲置	146
5.3.3	中国酒店业建设和管理的十大误区	147
5.3.4	中国酒店业应拥有自己的国际品牌	154

第六章 相关产业对酒店业的促进 156

6.1	旅游业	156
6.1.1	全球旅游经济总体状况	156
6.1.2	中国旅游业的发展概况	157
6.1.3	2005年我国旅游业各项统计分析	158
6.1.4	“十一五”我国旅游业发展的战略调整期	163
6.1.5	旅游业复苏促进酒店业发展	172
6.1.6	旅游业高增长带动酒店业收入规模提升	173
6.2	会展产业	175
6.2.1	中国会展经济现状	175
6.2.2	会展产业的特征及作用	178
6.2.3	会展业与酒店业的互动发展	180
6.2.4	我国会展业的发展趋势	186
6.3	餐饮业	199
6.3.1	2006年中国餐饮业零售额增幅大	199
6.3.2	2006年餐饮市场运行情况	204
6.3.3	2006年1-2月全国住宿和餐饮业零售额大幅增长	204
6.3.4	我国餐饮业的发展特点	205
6.3.5	餐饮业对酒店业的影响	214
6.3.6	2006年餐饮市场趋势展望	216
6.3.7	餐饮业的六大发展趋势	217

第七章 2005-2006年国内宾馆酒店业经营状况 222

7.1	2005-2006年宾馆酒店业经营浅析	222
7.1.1	酒店经营管理失败之重要原因	222
7.1.2	2005-2006国内宾馆酒店业经营简况	226
7.1.3	国内宾馆酒店业经营中的问题	231
7.2	宾馆酒店业的集团化管理	233

7.2.1 集团化管理在中国的发展 234

7.2.2 新世纪酒店业的发展趋势 235

第八章 中国宾馆酒店业统计指标与运行状况 238

8.1 2005-2006年中国宾馆酒店业总体概况 238

8.1.1 2005-2006年中国宾馆酒店拥有客房数量的变化分析 238

8.1.2 2005-2006年中国宾馆酒店平均房价与住宿率统计 238

8.2 2005-2006年中国星级宾馆酒店按管理类别分析 239

8.2.1 按管理类别分类的五星级宾馆酒店 240

8.2.2 按管理类别分类的四星级宾馆酒店 241

8.2.3 按管理类别分不同星级宾馆酒店客房出租率 242

8.2.4 按管理类型不同星级饭店主要业务构成营业收益统计 244

第三部分 市场细分 254

第九章 商务酒店 255

9.1.商务酒店概念及介绍 255

9.1.1商务酒店的定义 258

9.1.2 全球十佳新开业商务酒店介绍 259

9.1.3十二届金枕头奖受欢迎商务酒店介绍 263

9.2.2 我国商务酒店的现状 275

9.2.3 商务版酒店倍受欢迎 275

9.2.4 商务酒店掀起投资狂潮 280

9.3 商务酒店投资动态 282

9.3.1 外来酒店抢占我国商务市场 282

9.3.2 国际商务型酒店纷纷进驻广东 283

9.3.3 上海出现全产权商务酒店 284

9.3.4 中国大酒店拟斥资4亿朝商务酒店发展 285

9.4 商务酒店发展前景与趋势 286

9.4.1 商务酒店的发展前景 286

9.4.2 商务酒店宽带接入成发展趋势 288

9.4.3 品牌将提升中国商务酒店的竞争力 289

第十章 旅游度假酒店	294
10.1 假日经济与酒店业	294
10.1.1 广州假日经济越来越旺	296
10.1.2 深圳出游活动频繁带动了假日经济	297
10.1.3 假日经济增长生态酒店风行珠三角	299
10.1.4 “假日经济”魅力下酒店的营销管理	300
10.2 旅游度假酒店概况	303
10.2.1 度假酒店的类型介绍	303
10.2.2 中国度假酒店发展前沿态势与问题	306
10.2.3 气候对度假酒店的重要性	309
10.2.4 海南是中国度假酒店的佼佼者	309
10.2.5 度假酒店的发展前景广阔	310
10.3 分时度假酒店在中国的发展	311
10.3.1 “分时度假”进入中国	311
10.3.2 分时度假潜力大 规范发展是关键	313
10.3.3 中国分时度假市场存在的问题	315
10.3.4 中国开展的分时度假网络本土化实践的特点	319
10.4 旅游度假酒店的经营与风险	323
10.4.1 从实例看城郊度假酒店的经营思路	323
10.4.2 我国度假酒店市场营销的特点	325
10.4.3 休闲度假型酒店的散客销售	327
10.4.4 酒店发展分时度假应注意风险	329
10.5 我国旅游度假酒店的发展趋势与问题	331
10.5.1 我国度假酒店群体特色与个性色彩	331
10.5.2 度假酒店的发展前景广阔	332
10.5.3 国内度假酒店的发展趋势	333
10.5.4 度假酒店存在的问题	336
10.5.5 发展度假酒店的对策分析	337

第十一章 经济型酒店 341

11.1 经济型酒店的定义及特征	341
11.1.1 经济型酒店概念	341

11.1.2 经济型酒店的分类	342
11.1.3 经济型酒店的特征	342
11.2 中国经济型酒店发展现状	343
11.2.1 经济型酒店的发展形式及现状	343
11.2.2 经济型酒店在我国迅速崛起	345
11.2.3 国内经济型酒店品牌的连锁扩张增速	346
11.2.4 中国经济型酒店处快速上升期	347
11.3 经济型酒店的经营与管理	349
11.3.1 中国经济型酒店经营管理中的创新思维	349
11.3.2 现代经济型酒店经营利润高	351
11.3.3 我国经济型酒店存在供给断层	351
11.3.4 中国经济型酒店先行者的管理模式分析	352
11.5 经济型酒店的效益	353
11.5.1 投入产出分析	353
11.5.2 经济型酒店的投资回报分析	356
11.5.3 经济型酒店与资本市场结合的路径	358
11.5.4 经济型酒店的土地使用权存在隐患	359
11.6 经济型酒店的运作模式分析	360
11.6.1 开发模式	361
11.6.2 选址要求	361
11.6.3 注册成立酒店管理公司	367
11.7 经济型酒店面临的问题分析	370
11.7.1 中国经济型酒店发展中的主要问题	370
11.7.2 中国经济型酒店未来发展趋势预测	372
11.7.3 中国经济型酒店市场需求分析	376
11.7.4 我国经济型酒店面临的挑战	377
11.8 中国经济型酒店竞争分析	381
11.8.1 经济型连锁酒店竞争激烈	381
11.8.2 经济型酒店争夺我国酒店业中端市场	382
11.8.3 跨国酒店巨头锁定国内经济型酒店	384
11.9 中国经济型酒店的发展策略	385
11.9.1 经济型酒店在发展中应注意的问题	385

11.9.2 经济型酒店应注意回避的误区	388
11.9.3 我国经济型酒店的发展策略	390
11.9.4 经济型酒店发展前景与趋势	393
11.9.5 经济型酒店成酒店业的金矿	396
11.9.6 经济型酒店业将成发展主流	398
11.9.7 经济型连锁酒店前景巨大	399

第十二章 产权式酒店 401

12.1 产权式酒店概念及分类	401
12.1.1 产权式酒店的缘由	401
12.1.2 产权式酒店的性质	401
12.1.3 产权式酒店的分类	401
12.2 产权式酒店发展现状	402
12.2.1 国外产权式酒店的现状	402
12.2.2 产权式酒店在我国的兴起与发展	402
12.2.3 我国城市出现“产权式酒店”	403
12.2.4 产权式酒店在中国成消费热点	404
12.3 产权式酒店在各城市的发展动态	407
12.3.1 产权式酒店在珠三角闪亮登场	407
12.3.2 产权式酒店走红西安投资市场	408
12.3.3 苏州产权式酒店公寓热销	410
12.4 影响产权酒店销售的主要因素	411
12.4.1 自然环境	411
12.4.2 投资环境	411
12.4.3 交通环境	412
12.4.4 是否有金融支持	412
12.4.5 价格因素	412
12.5 产权式酒店的投资方法	412
12.5.1 投资产权式酒店的要素	413
12.5.2 把握好产权式酒店投资的要点	415
12.5.3 产权式酒店投资价值的评估	416
12.5.4 产权式酒店经营及发展秘笈	417

12.6 投资风险	417
12.6.1 产权酒店投资的“虚火”现象	417
12.6.2 产权式酒店投资风险大	419
12.6.3 产权式酒店高回报背后的风险	422
12.6.4 投资产权式酒店的问题分析	425
12.7 产权式酒店发展前景及趋势	428
12.7.1 产权式酒店租赁市场发展空间大	428
12.7.2 产权式酒店的发展趋势	429

第十三章 主题酒店 430

13.1.主题酒店的缘起与兴起	430
13.1.1 主题酒店的概念	430
13.1.2 主题酒店的一般类型	431
13.1.3 世界各地主题酒店大观	431
13.1.4 主题酒店在中国的兴起	432
13.2 主题酒店的发展概况	433
13.2.2 奥运旅游与主题酒店的创新开发	434
13.2.3 威尼斯成为中国首座主题酒店	435
13.3 我国各城市主题酒店发展动态	437
13.3.1 我国第一家茶文化主题酒店落户雅安	437
13.3.2 杭州首家艺术主题酒店现身机场路	437
13.3.3 爱情主题酒店在杭州悄然出现	438
13.4中国主题酒店的投资分析	439
13.4.1 对主题的认识	439
13.4.2 主题酒店的特色	439
13.4.3 主题酒店的数量	440
13.4.4 主题酒店的市场定位	440
13.4.5 主题的延伸和更新	441
13.4.6 主题酒店的发展与前景	441
13.4.7 主题酒店颠覆酒店传统经营模式理念	442

第十四章 绿色酒店 14.1绿色酒店定义及由来 443

14.1.1 绿色酒店的涵义	443
14.1.2 绿色酒店的特征	443
14.1.3 绿色酒店的由来	444
14.2绿色酒店概况	446
14.2.1 “绿色酒店”可大量的节约成本	446
14.2.2 环保时代需要绿色酒店	446
14.2.3 绿色酒店认证将与国际接轨	447
14.3绿色酒店发展的问题及思路	448
14.3.1 观念方面	448
14.3.2 政策和管理方面	449
14.3.3 绿色酒店发展思路	450
14.3.4 建设绿色酒店实施要求	452

第十五章 我国酒店业的消费现状 456

15.1消费结构分析	456
15.1.1 入境游客的消费结构	456
15.1.2 国内游客的消费结构	456
15.2消费选择与消费趋势分析	458
15.2.1 游客对住宿设施的选择	458
15.2.2 游客的停留时间及变化	459
15.2.3 游客的旅行目的	460
15.2.4 入境游客感兴趣的商品	461
15.2.5 消费者的消费评价	461

第十六章 北京酒店业 468

16.1酒店发展与奥运	468
16.1.1 北京酒店业向“奥运”开战	468
16.1.2 国际酒店管理巨头抢占北京奥运市场	473
16.1.3 北京市2008年奥运会酒店业定位经济型	475
16.1.4 北京奥运会酒店客房缺口大	477
16.1.5 北京奥运官方标间限定最高价	478
16.2北京酒店业概况	479

16.2.1 京城酒店国际化管理程度不足2%	479
16.2.2 北京高星级酒店房价增长速度快	481
16.2.3 北京2005年12月份及全年接待游客人数	483
16.2.4 北京星级宾馆将取消“一次性用品”	485
16.2.5 北京经济型酒店应在存量上调整	486
16.3北京酒店业竞争分析	486
16.3.1 北京酒店业市场竞争态势分析	486
16.3.2 盲目竞争使得北京酒店业房价低于国际水平	493
16.3.3 上海经济型酒店抢占北京“奥运饭”	494
16.4北京酒店业前景与趋势	495
16.4.1 北京酒店业的发展任重道远	495
16.4.2 北京酒店业投资如日中天 2008年或成一道“坎”	497
16.4.3 经济酒店建设成北京酒店业发展重点	500

第十七章 上海酒店业 501

17.1世博会带来新机遇	501
17.1.1 2010年世博会带来上海新一轮发展	501
17.1.2 世博会促进了三大经济圈竞争	508
17.1.3 2010年世博会的十大商机	512
17.1.4 世博会引发经济型酒店缺口	513
17.2 上海酒店业概况	514
17.2.1 连锁酒店抢夺上海世博商机	514
17.2.2 民资看好上海酒店业	515
17.2.3 双重因素带动了上海酒店业	516
17.3 上海酒店业问题及对策分析	519
17.3.1 上海酒店业遭遇人才“瓶颈”	519
17.3.2 上海经济型酒店不再经济	522
17.3.3 上海五星级酒店房费居亚洲首位	523
17.3.4 合理调控带动上海酒店业健康发展	524
17.4 上海酒店业前景与投资	527
17.4.1 上海高档酒店业市场看好	527
17.4.2 上海高档酒店业“钱景”诱人	529

17.4.3 上海酒店业前景可观 531

第十八章 广州酒店业 533

18.1 广州旅游业发展概况 533

18.1.1 2005年1--9月广州旅游业统计 533

18.1.2 2006年广州五一”黄金周收入情况 547

18.1.3 广州市旅游业的特点分析 548

18.2 广州酒店业概况 553

18.2.1 2005-2006年广州建设星级酒店热 553

18.2.2 广州地产商掀起酒店业开发热潮 555

18.2.3 中国大酒店正式"回归"广州市政府 557

18.2.4 广州酒店业要建“航母” 558

18.3 广州酒店业竞争格局 558

18.3.1 广州酒店业变革拉开序幕 558

18.3.2 广州酒店业竞争激烈 560

18.3.3 著名酒店管理集团抢占广州天河 563

18.3.4 2006年广州酒店业面临国际资本进入 565

18.4 广州酒店业问题与对策分析 566

18.4.1 广州酒店业面临洗牌 566

18.4.2 广州酒店业发展明显落后于北京上海 569

18.4.3 广州酒店业亟待国际化 570

18.4.4 发展广州酒店业的建议 570

18.5 广州酒店业发展趋势 573

18.5.1 广州投资酒店业成为发展趋势 573

18.5.2 广州星级酒店6年内再添百家 575

18.5.3 2010广州星级酒店将超300家 576

第十九章 深圳酒店业 580

19.1 深圳酒店业概况 580

19.1.1 深圳酒店业的兴起 580

19.1.2 深圳酒店业面临结构调整 580

19.1.3 深圳个性化酒店火爆 582

19.2 深圳酒店业的竞争分析	583
19.2.1 锦江国际携深航进军深圳酒店业	583
19.2.2 欧洲酒店巨头抢占深圳市场	583
19.2.3 深圳酒店业抢抓新商机	584
19.2.4 中航酒店业整合资源加速发展	588
19.3 深圳酒店业发展趋势	591
19.3.1 国际管理集团将抢占深圳酒店市场	591
19.3.2 个人游港大热将为深圳酒店业带来商机	592
19.3.3 深圳酒店业将推广节能技术	595

第四部分 市场竞争 596

第二十章 酒店业主要企业分析 597

20.1 国际酒店集团分析	597
20.1.1 六洲集团(即巴斯集团)	597
20.1.2 希尔顿	599
20.1.3 万豪集团	600
20.1.4 香格里拉	602
20.2 主要内资酒店	603
20.2.1 华天大酒店	603
20.2.2 锦江集团	604
20.2.3 东方宾馆	609
20.2.4 金陵饭店	611
20.2.5 新都酒店	613

第二十一章 酒店业竞争分析 616

21.1 国内星级宾馆酒店的客源竞争构成概况	616
21.1.1 2005-2006财年三星级市场客源构成及房价贡献	616
21.1.2 2005-2006财年四星级市场客源构成及房价贡献	618
21.1.3 2005-2006财年五星级市场客源构成及房价贡献	618
21.2 中美酒店实力差距评估	621
21.2.1 中美酒店差距分析	621
21.2.2 中美两国饭店业市场情况	627

21.2.3 洋品牌抢滩中国市场	634
21.2.4 新兴竞争元素--产权式酒店投资	636
21.2.5 信息化程度是酒店竞争利器	637
21.3 酒店业竞争概况	638
21.3.1 新标准搅动中国酒店业竞争	638
21.3.2 我国豪华酒店业进入新竞争时代	640
21.3.3 个性化服务成为酒店业竞争的焦点	641
21.4 中外酒店业的比较分析及对策	644
21.4.1 中国酒店的比较优势	644
21.4.2 外方酒店的优势	645
21.4.3 中外酒店的主要差距比较	649
21.4.4 我国酒店行业的竞争格局	651
21.4.5 中国酒店应对国际竞争的对策分析	658
21.5 酒店业竞争力分析	665
21.5.1 现代酒店业的市场竞争力	665
21.5.2 酒店文化有利于增强酒店竞争力	670
21.5.3 我国酒店业的核心竞争力	674
21.5.4 小型精品酒店的核心竞争力	681
21.5.5 以人为本来构建酒店业核心竞争力	685
21.6.1 提升竞争力的主要策略	688
21.6 管理的专业化与创新策略	694
21.6.1 人力资源开发策略	694
21.6.2 特许经营与连锁经营区别	699
21.6.3 开发新市场，新产品的策略	701
21.6.4 2006中国饭店业国际品牌10强	705
21.6.5 2006中国饭店业民族品牌20强	706
21.6.6 2006中国经济型酒店品牌先锋	707

第二十二章 酒店的信息化 708

22.1 酒店信息化的概况	708
22.1.1 国际酒店业信息化的产生与发展	708
22.1.2 酒店管理进入信息时代	712

22.1.3	酒店的信息化和管理标准化	715
22.1.4	我国酒店业电子商务的现状	717
22.2	酒店信息化的建设	718
22.2.1	酒店信息化建设只有开放才能发展	719
22.2.2	酒店信息化管理须从制度和产品入手	720
22.2.3	酒店行业信息化水平现状	723
22.2.4	酒店行业信息化的方向与建议	724
22.3	酒店行业信息化问题分析	726
22.3.1	酒店信息化的四大问题	726
22.3.2	信息化选择的要素	728
22.3.3	国内酒店信息化的差距及建议	729
22.3.4	酒店业信息化选择的误区	731
22.4	酒店信息化的发展趋势	735
22.4.1	酒店业信息化将升级	735
22.4.2	酒店信息化的三种趋势	736
22.4.3	三五年内酒店信息化应用将达高峰	737
22.4.4	酒店业电子分销的发展走向	739

第二十三章 酒店业发展的主要趋势分析及预测 743

23.1	世界酒店业发展预测	743
23.1.1	全球酒店格局预测	743
23.1.2	我国酒店业的经营与管理趋势	743
23.2	2006年中国酒店业的趋势分析	744
23.2.1	我国酒店业在国民经济发展中的战略定位	746
23.2.2	我国酒店业发展的主流模式	747
23.2.3	2006年中国酒店市场展望	750
23.3	新形势下的香港旅游业发展	751
23.3.1	2005年访港旅客超2300万人次打破历年纪录	753
23.3.2	香港酒店业加薪3%至5%挽留人才	754
23.3.3	新形势下香港旅游业表现	754
23.3.4	新形势下的香港旅游业发展策略	761
23.3.5	香港旅游业竞争力的发展状况	764

23.3.6新形势下的香港旅游发展趋势	767
23.3.7新形势下的香港旅游发展建议	770
23.4 西部地区的旅游开发与发展	773
23.4.1 深入全面地认识西部旅游的特性和优势	773
23.4.2 充分认识西部地区旅游发展的资源、环境和条件优势	777
23.4.3 西部地区旅游发展的道路、战略和市场开发方式	780
23.4.4 西部地区的旅游开发与发展其他几个具体问题	787

附录 789

附录一：中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定	789
--------------------------	-----

附录二：中国旅游饭店行业规范	793
----------------	-----

附录三：《旅游涉外饭店星级的划分与评定》	798
----------------------	-----

附录四：关于北京地区实行旅游餐馆星级评定的通知	834
-------------------------	-----

图表目录

图表1-1 酒店的分类情况	2
图表 1-2 美国各等级酒店的投资成本平均水平（单位：美元/百平米）	9
图表2-1 2006全球酒店市场的成交额	19
图表2-2 2005全球酒店业的总成交额	19
图表2-3 2005洲际集团酒店/房间数量统计	20
图表2-4 2005洲际集团经营构成	20
图表2-5 2005圣达特（美）集团酒店/房间数量统计	20
图表2-6 2005万豪国际（美）有酒店酒店/房间数量统计	21
图表2-7 2005万豪国际（美）有酒店经营构成	21
图表2-8 雅高（法）有酒店酒店/房间数量统计	21
图表2-9 雅高（法）有酒店经营构成	21
图表2-10 精品国际（美）有酒店酒店/房间数量统计	22
图表2-11 希尔顿（美）有酒店酒店/房间数量统计	22
图表2-12 希尔顿（美）有酒店经营构成	22
图表2-13 最佳西方（美）有酒店酒店/房间数量统计	22
图表2-14 喜达屋（美）有酒店酒店/房间数量统计	23
图表2-15 喜达屋（美）有酒店经营构成	23

图表2-16 香格里拉（港）有酒店酒店/房间数量统计	23
图表2-17 凯悦（美）有酒店酒店/房间数量统计	23
图表2-18 万豪经营管理以及涉及的国家地区情况	24
图表2-19 2005年中日国民生产总值	25
图表3-1 我国将在短期内大幅度降低关税情况	45
图表3-2 全国10481座旅游饭店中按注册登记划分	50
图表3-3 国有企业比重较高的省份情况	50
图表3-4 假日酒店集团在全球管理情况	51
图表4-1 2006年1-7月主要旅游接待情况（1）	54
图表4-2 2006年1-7月主要城市接待情况（2）	56
图表4-3 江西旅游业基础设施投资规模发展情况	58
图表4-4 预计2006年我国旅游比2005年增长情况	65
图表4-5 2006年7月海南旅游统计	66
图表4-6 2006年7月海南旅游统计	67
图表4-7 2006年我国旅游业最新统计	69
图表4-8 2006年黄金周旅游业最新统计	69
图表4-9 北京2006年7月份接待接待入境过夜旅游者与星级饭店接待国内游客人数	70
图表4-10 北京2006年6月份接待接待入境过夜旅游者与星级饭店接待国内游客人数	71
图表4-11 北京2006年6月份接待接待入境过夜旅游者与星级饭店接待国内游客人数	72
图表4-12 2006年1月上海接待过夜入境旅游者人数	74
图表4-13 2006年1月上海外来客源统计	74
图表4-14 2006年8月份北京接待接待入境过夜旅游者与星级饭店接待国内游客人数	75
图表4-15 2006年桂林上半年旅游统计	76
图表4-16 SARS重创的深圳酒店业统计情况	79
图表4-17 北京2005年宾馆饭店实现会展、会议、展览收入比例	86
图表4-18 北京2005年宾馆饭店实现会展、会议、展览收入比例	87
图表4-19 京主体行业会展收入构成统计	88
图表1-20 北京宾馆饭店、场馆共承接会议情况	88
图表4-21 北京宾馆饭店、场馆共承接会议比较	89
图表4-22 北京会议构成形式比例	89
图表4-23 会展收入构成图	91
图表4-24 中国会展经济产业带分布情况	104

图表4-25 2000年全美参展情况	106
图表4-26 国际会展主要专业划分比例	107
图表5-1 2006年1-6月 北京高档酒店市场关键统计数据	120
图表5-2 (2006年与2005年) 上半年锦江酒店17家酒店收入情况	123
图表5-3 2005年中国酒店市场及平均房间收入情况	127
图表5-4 2005年北京星级饭店数量	127
图表5-5 2006年北京拥有星级宾馆酒店星级分类构成示意图	128
图表5-4 2006年北京“五一”黄金周旅游住宿消费指标统计	128
图表5-5 主要酒店集团国际化指数情况如下。	138
图表5-6 2002年内地出境游情况	139
图表6-1 2005-2006全球国际旅游情况	156
图表6-2 2006年8月亚太和中东地区及美国接待的国际旅游者情况	156
图表6-3 2005年1月-10月我国出境、入境旅游统计	158
图表6-4 2005年我国入境旅游统计情况	158
图表6-5 2005年全国国内旅游统计情况	159
图表6-6 2005年全国国内旅游收入统计情况	159
图表6-7 2005年全国国内旅游人均出游花费统计	159
图表6-8 中国公民出境统计	160
图表6-9 2006年5月份北京接待入境过夜旅游者与星级饭店接待国内游客人数情况	160
图表6-10 2006年7月上海接待过夜入境旅游者人数	161
图表6-11 2006年7月上海外国人按主要客源国	162
图表6-12 2006年7月上海旅游饭店客房平均出租率和平均房价	163
图表6-13 2004-2006年我国“十一五”时期入境过夜旅游者人数比较	164
图表6-14 2004-2006年“十一五”时期国内旅游人数	164
图表6-15 2004-2006全年我国“十一五”时期国内旅游收入比较	165
图表6-16 2004-2006年我国“十一五”时期旅游总收入比较	165
图表6-17 2010年“十一五”时期我国国内国外及总收入情况旅游收入	165
图表6-18 2004年我国旅游情况	168
图表6-19 2004—2006旅游行业收入统计	173
图表6-20 2006年1月-7月贵州省旅游情况	174
图表6-21 2006年上半年贵阳市住宿和餐饮业零售统计	175
图表6-22 北京市目前拥有大型展览场馆情况	177

图表6-23 目前每年全国举办的各类展会统计	178
图表6-24 目前广州市三大市场经营情况	187
图表6-25 2006广州会展情况	188
图表6-26 2006年5月北京会展情况	190
图表6-27 2006年上海会展情况	192
图表6-28 2006年1-4月全国住宿与餐饮业零售情况	199
图表6-29 2005年全年餐饮业零售统计情况	200
图表6-30 2005年内有3次创下历年月度餐饮业零售额新高记录	200
图表6-31 2005年12月份餐饮业零售额统计	200
图表6-32 2005年全国三大区域餐饮业发展情况比较	201
图表6-33 2005年全国各省市餐饮业发展排序	202
图表6-34 2006年上半年餐饮市场运行情况	204
图表6-35 2006年1月-2月全国住宿和餐饮业零售统计情况	205
图表6-36 2005年与2004年限额以上连锁零售集团数比较	206
图表6-37 2005年与2004年限额以上连锁零售集团销售额比较	206
图表6-38 2005年与2004年限额以上连锁零售集团零售额比较	207
图表6-39 2005年港澳台商投资和外商投内资连锁餐饮集团比较	208
图表6-40 2005年内资与港澳台商、外商企业连锁零售企业平均门店年销售额比较	208
图表6-41 2003年我国拥有限额以上连锁餐饮业	210
图表6-42 2003年全国大部分地区连锁餐饮业情况	210
图表6-43 2003年连锁正餐业和快餐业营业收入统计	212
图表6-44 2003年快餐业统计情况	212
图表6-45 全国及地区连锁餐饮业营业收入统计	214
图表6-46 2006年我国人均餐饮消费支出增长情况	216
图表7-1 万豪旅客赞成网上销售情况	226
图表7-2 中美酒店网上销售比例	229
图表7-3 万豪、希尔顿网站的直接销售与中介的间接销售比较	230
图表8-1 国际管理五星级饭店的平均房价情况	239
图表8-2 上海和北京酒店市场的平均房价情况	239
图表8-3 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店客房可供出租客房数比较	240
图表8-4 2003-2006年度参与统计客房平均房价ADR分类(星级/管理类)比较	240
图表8-5 2003-2006年度参与统计客房平均房价OCC分类(星级/管理类)比较	241

图表8-6 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店可供出租客房数比较	242
图表8-7 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店实际入住客房数比较	242
图表8-8 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店平均入住率比较	243
图表 8-11 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店客房利润比较（按每实际入住客房计）	245
图表8-12 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店食品收入（按每实际入住客房计）	245
图表8-13 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店饮料收入（按每实际入住客房计）	246
图表8-14 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店餐饮部门支出比较（按每实际入住客房计）	246
图表8-15 2003-2006年不同管理类型星级宾馆酒店餐饮部门支出（按每实际入住客房计）	247
图表8-16 2003-2006年不同管理类型星级宾馆酒店其它餐饮收入（按每实际入住客房计）	247
图表8-17 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店通讯收入比较（按每实际入住客房计）	248
图表8-18 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店通讯部门支出比较（按每实际入住客房计）	248
图表8-19 2003--2006年度不同管理类型星级宾馆酒店通讯部门利润比较（按每实际入住客房计）	248
图表8-20 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店水疗及健身收入比较（按每实际入住客房计）	249
图表8-21 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店水疗及健身支出比较（按每实际入住客房计）	249
图表8-22 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店水疗及健身利润比较（按每实际入住客房计）	250
图表8-23 2002-2005年度不同管理类型星级宾馆酒店小型营运部门收入比较（按每实际入住客房计）	251
图表8-24 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店小型营运部门支出比较（按每实际入住客房计）	251
图表8-25 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店小型营运部门利润比较（按每实际入住客房计）	252
图表8-26 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店租金及其他部门收入比较（按每实际入住客房计）	252
图表8-27 2003-2006年度不同管理类型星级宾馆酒店租金及其他部门支出比较（按每实际入住	

客房计) 253

图表8-28 2002-2005年度不同管理类型星级宾馆酒店租金及其他部门利润比较(按每实际入住客房计) 253

图表9-1 2002年重新装修的商务酒店白天鹅宾馆情况 255

图表9-2 北京金融街洲际酒店大概情况 256

图表9-3 上海波特曼丽嘉酒店大概情况统计 256

图表9-4 北京金域万豪酒店大概情况统计 257

图表9-5 上海威斯汀大饭店大概情况统计 257

图表9-6 上海瑞吉红塔大酒店客源比例 258

图表10-1 我国星级酒店与度假村比例为7:12 311

图表10-2 百万名会员的分时度假及交换系统促进经济增长情况 314

图表11-1 2006-2010年各酒店连锁集团在华的酒店数 346

图表11-2 上海经济型酒店床位价格情况 357

图表11-3 上海经济型酒店各项开支所占营业额的百分比 357

图表11-4 中国与欧美发达国家经济型连锁酒店的差距 362

图表11-5 人员配备图表 368

图表11-6 我国的五星、四星级酒店和三星、二星级酒店的数量占整个行业 377

图表12-1 2006年北京各星级饭店数量比较 405

图表12-2 2006与2020年我国接待境外游客数量比较 406

图表12-3 目前我国产权式酒店项目与上海产权式酒店公寓比例 426

图表15-1 国内游客男性人均花费女性人均花费差距 456

图表15-2 我国游客不同年龄段人均花费情况 457

图表15-3 我国游客不同文化程度消费情况 457

图表15-4 2006年国内旅游者在住宿设施的选择情况比较 458

图表15-5 2006年国内旅游者选择住宿的人数比较 459

图表15-6 2006年我国游客按“在外停留时间”分组花费情况 460

图表15-7 2006年我国游客按“旅游目的”分组花费情况 460

图表15-8 2006旅游消费者总体评价比较 462

图表15-9 2006年我国游客对住宿评价比较 462

图表15-10 2006年我国游客对交通的评价比较 463

图表15-11 2006年我国游客对餐饮的评价比较 464

图表15-12 2006年我国游客对娱乐的评价比较 464

图表15-13 2006年我国游客对购物的评价比较	465
图表15-14 2006年我国游客对景区/点的评价比较	466
图表5-15 2006年我国游客对对导游的评价比较	466
图表16-1 2006年与2008年北京星级饭店数目比较	468
图表16-2 2006年与2008年北京星级饭店客房数目比较	469
图表16-3 2006年北京星级酒店与非星级比较	470
图表16-4 2008年国内游客与国外游客比例	472
图表16-5 2007年雅高、索菲特、宜必思酒店在中国新增酒店数目情况	473
图表16-6 2006年北京星级酒店与管理不足的星级酒店比例	480
图表16-7 2006年北京星级酒店和未评星级的酒店比例	480
图表16-8 北京酒店国际化管理与未国际化管理比例	481
图表16-9 2005年12月份及全年主要客源国（地区）来京人数情况	483
图表17-1 上海交通量增长情况	502
图表17-2 2002-2007年上海上海的机动车拥有量	503
图表17-3 2006年和2008年接待海外游客情况	509
图表17-4 2006年上海各类酒店的总床位数与世博园所需床位数差距	513
图表17-5 2002-2004年上海五星级酒店的入住情况	523
图表17-6 2002年上海酒店的四星和五星级情况	528
图表17-7 上海2002、2005年上海接待入境旅游人数情况	528
图表17-8 上海2004年五星级酒店的入住情况	529
图表17-9 2004年上海涉外旅游业情况	529
图表17-10 上海的三大旅游客源情况	530
图表17-11 2004年上海总共接待情况	530
图表17-12 上海酒店市场在未来3年将新增客房情况	531
图表17-13 上海将拥有四星和五星级酒店和客房情况	531
图表18-1 2005年广州市1、2、3季度城市接待游客情况	533
图表18-2 1--9月来穗外国游客（人次数）排序表	535
图表18-3 广州入境游客客源结构对比	536
图表18-4 广州7、8、9月接待欧洲、美洲主要国家游客统计	537
图表18-5 广州市7、8、9月接待亚洲主要国家游客统计	539
图表18-6 1--9月广州星级旅馆接待人天数统计	540
图表18-7 2005年1--9月广州市旅行社接待游客结构变化	541

图表18-8 广州主要景区景点接待游客增长情况 542

图表18-9 广州市2005年1--9主要宾馆客房情况 543

图表18-10 2005年1--9月广州市住宿设施及收益情况 544

图表18-11 广州旅行社主要线路价格全面下降情况 544

图表18-12 广州78家有门票销售的旅游景区（点）统计 546

图表21-1 2005年三星级饭店与经济型酒店平均房价比 616

图表21-2 2005年三星级饭店与经济型酒店平均每房间收益比 616

图表21-3 2005年五星、四星、三星级酒店的平均房价比 619

图表21-4 2005年上海和北京酒店住宿率比较 620

图表21-5 2005年上海和北京酒店收益比较 620

图表21-6 中美酒店数量对比 626

图表21-7 中美酒店客房数量对比 626

图表21-8 中美酒店信息化应用总体水平评分 626

图表21-9 目前美国最大的宾馆酒店集团市场占有率市场比较 627

图表21-10 美国1997年到2000年期间饭店收入统计 628

图表21-11 美国前五名最大的饭店集团市场占有率 630

图表21-12 圣达特公司客房统计 630

图表21-13 六洲公司客房统计 631

图表21-14 六洲2000年---2001年收入及利润 631

图表21-15 马里奥特国际客房统计 632

图表21-16 马里奥特国际2001年收入及利润 632

图表21-17 最佳选择国际客房统计 633

图表21-18 最佳选择国际2001年收入及利润 633

图表21-19 仕达屋客房统计 633

图表21-30 仕达屋2001年收入及利润 633

图表21-31 美国格林豪泰酒店集团未来在中国的开设酒店计划 634

图表21-32 网上订房与一般订房比较 637

图表23-1 近几年全球酒店年利润总额 745

图表23-2 2004-2006年RevPAR增减率 745

图表23-3 2004-2006每间可售利润几增长情况 745

图表23-4 2005年中国旅游住宿设施的固定资产情况 747

图表23-5 2006年与2005年访港旅客比较 754

图表23-6 2006年与2005年访港人数比较	755
图表23-7 2006年与2005年内地访港人数比较	755
图表23-8 2006年与2005年欧美访港人数比较	756
图表23-9 2006年 1 至 4 香港星级酒店升情况	757
图表23-10 2005与2004年以香港作为地区总部的企业数目比较	765
图表23-11 2005与2004年在港设立地区办事处的公司比较	765
图表23-12 2006与2005年香港新增酒店数比较	768
图表23-13 2006与2005年香港新增房间数比较	769
图表23-14 预计2010与2004年邮轮旅客比例	771
图表23-15 珠江三角洲区与全国国家重点风景名胜区比较	771
图表23-16 珠江三角洲区与全国国家级自然保护区比较	772
图表23-17 珠江三角洲区与全国重点文物保护单位比较	773

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46273.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）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专业提供投资咨询报告、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。