

2024-2030年中国连锁酒店 行业前景展望与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国连锁酒店行业前景展望与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202310/418108.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

连锁酒店是指以加盟经营模式运营的酒店，连锁酒店一般都具有全国统一的品牌形象识别系统、全国统一的会员体系和营销体系、价格相比较很有优势符合大众化消费。

连锁酒店业发展的主要态势，从星级酒店到经济型酒店再到青年旅社、主题酒店、精品酒店，连锁酒店的发展模式和认知度已经深入人心。

连锁酒店与单体酒店相比，无论在装修、服务还是信誉上都有较大的竞争优势，处处挤压着单体酒店的生存和发展空间。预订方便快捷、价格透明、不需要前台议价、干净卫生、服务和安全有保障，性价比较高，所以连锁酒店是出差、旅游住宿的好选择。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国连锁酒店行业前景展望与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了连锁酒店行业市场发展环境、连锁酒店整体运行态势等，接着分析了连锁酒店行业市场运行的现状，然后介绍了连锁酒店市场竞争格局。随后，报告对连锁酒店做了重点企业经营状况分析，最后分析了连锁酒店行业发展趋势与投资预测。您若想对连锁酒店产业有个系统的了解或者想投资连锁酒店行业，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类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 酒店相关概述

第一节 酒店研究背景

一、中国酒店行业的管理政策

二、酒店连锁行业背景

三、经济型酒店连锁的发展背景

四、中国四星级以下酒店的发展背景

第二节 酒店阐述

一、客源导向

二、产品导向

三、价格定位

四、地理位置

五、品牌

六、人力资源标准

第二章 酒店连锁定位及特征

第一节 酒店连锁定位

一、行业定义

二、经营模式定位

三、消费市场定位

四、服务档次定位

五、目标客户定位

第二节 酒店连锁行业特征

一、行业发展历程

二、行业规模经济特性

三、行业经营模式特性

四、行业壁垒特性

第三节 酒店连锁经营模式

一、直营

二、加盟

三、混合

第三章 2020年中国酒店连锁运行环境解析

第一节 2020年中国酒店连锁政策环境研究

一、政策环境综述

二、中国酒店业管理体制现状

三、中国存在两套基本隔离的酒店管理体制

四、中国酒店业的星级管理体制

五、条例的出台将深刻影响经济型连锁酒店业

六、政府放开并鼓励民间及外来资本进入酒店业

七、商务部等部门提出绿色酒店标准

八、观点：政策环境对酒店连锁行业的影响

第二节 2020年中国酒店连锁经济环境研究

第三节 2020年中国酒店连锁社会环境研究

第四节 2020年中国经济型酒店资本市场环境研究

第四章 2020年中国酒店业所属行业整体运行形势透析

第一节 2020年中国酒店产业运行概况

- 一、 特许业新规带动酒店业连锁洗牌
- 二、 “限外政策”对酒店业的影响分析
- 三、 星级酒店规模和效益分析

第二节 2020年中国酒店产业绿色营销分析

- 一、 中国酒店绿色营销的现状
- 二、 中国酒店营销绿色化的弊端
- 三、 中国酒店实施绿色营销的任务和策略

第三节 2020年中国酒店信息化建设发展分析

- 一、 酒店信息化建设只有开放才能发展
- 二、 酒店信息化管理须从制度和产品入手
- 三、 酒店业信息化选择的要素

第四节 2020年中国酒店市场消费状况分析

- 一、 中国主要客源市场情况
- 二、 入境游客的消费结构
- 三、 不同地区间酒店星级消费结构的比较
- 四、 游客对住宿设施的选择

第五节 金融风暴影响中国酒店业透析

- 一、 贸易战波及中国酒店业
- 二、 扩大内需商务部将大力发展酒店餐饮业

第六节 2020年中国酒店业面临的问题与挑战

第七节 2020年促进中国酒店业发展的对策

- 一、 消费需求不足状况下酒店的经营策略
- 二、 中国酒店业应拥有自己的国际品牌
- 三、 酒店业的个性化服务
- 四、 酒店业应对贸易战的策略

第五章 2020年中国商务酒店业所属产业运行态势分析

第一节 2020年中国商务酒店市场概况

- 一、 商务酒店步入黄金时代

- 二、中国商务酒店发展逐渐成熟
- 三、商务酒店试图走出“草根经济”
- 四、商务酒店宽带接入成发展趋势
- 五、商务酒店在线销售模式风行

第二节 2020年中国商务酒店动态分析

- 一、国际商务型酒店纷纷进驻广东
- 二、商务酒店蜂拥济南
- 三、全球投资机构看好中国商务酒店市场

第三节 2024-2030年商务酒店发展对策及前景分析

- 一、商务酒店的市场竞争核心在于品牌建设
- 二、中国商务酒店发展道路探讨
- 三、21世纪商务酒店的功能改造方案
- 四、商务酒店面临美好发展前景

第六章 2020年中国酒店连锁所属市场运行格局透析

第一节 2020年中国酒店连锁运行综述

- 一、酒店连锁处于初级发展阶段
- 二、消费群体逐步壮大，然与经济酒店和普通星级酒店存在定位重复
- 三、融资能力成为制约行业与企业发展的关键瓶颈
- 四、业内酒店纷纷跨行业合作拓展市场
- 五、连锁门店多集中于发达城市

第二节 2020年中国酒店连锁市场规模分析

- 一、2017-2022年中国酒店业市场规模
- 二、2017-2022年中国四星级及以上星级酒店市场规模
- 三、2017-2022年中国酒店市场规模
- 四、2017-2022年中国经济型酒店市场规模

第三节 2017-2022年中国酒店连锁的五大成功因素

- 一、连锁化的规模优势
- 二、准确的市场定位
- 三、强大的融资及扩张能力
- 四、便利的地段
- 五、优质的增值服务

六、有效的市场营销组合

第四节 2020年中国酒店连锁行业热点问题探讨

- 一、缺乏明确的市场及品牌定位
- 二、产品线开发单一
- 三、缺乏酒店经营管理专业人才
- 四、缺乏有效的管理知识和方法
- 五、体制的困扰
- 六、资金和品牌的缺乏
- 七、设备设施陈旧

第七章 2020年中国酒店连锁竞争透析

第一节 2020年中国酒店连锁市场竞争格局分析

- 一、国际酒店进入中国市场
- 二、主要酒店连锁企业数量及门店数量
- 三、主要商务酒店连锁品牌及发展现状
- 四、整个酒店行业迅速走向市场细分化
- 五、商务酒店联盟的签约规模已达到千家
- 六、酒店数量和价格竞争过度
- 七、单体酒店居多，竞争力弱

第二节 2020年中国商务酒店竞争分析

- 一、商务酒店竞争激烈
- 二、商务型酒店竞争格局
- 三、电子商务成为经济型酒店新竞争力

第三节 2020年中国商务酒店竞争策略分析

- 一、构建和提升中国商务酒店竞争体系分析
- 二、商务酒店市场竞争与品牌培育分析

第八章 2020年中国重点城市酒店连锁市场竞争研究

第一节 北京

第二节 上海

第三节 天津

第四节 广州

第五节 深圳

第六节 重点城市酒店连锁市场对比分析

- 一、市场规模对比
- 二、市场消费价格对比
- 三、酒店经营状况对比

第九章 2020年中国酒店行业投融资与并购分析

第一节 2020年中国酒店行业投融资与并购动因

- 一、引进先进的酒店连锁经营管理体系
- 二、通过投融资与并购拓展更大的市场份额
- 三、扩大规模
- 四、区域性扩张
- 五、外资抢占市场

第二节 2020年中国酒店行业投融资与并购方式

- 一、酒店集团
- 二、松散联盟
- 三、连锁经营
- 四、特许加盟

第三节 2020年中国酒店行业投融资与并购案例

- 一、汉庭酒店连锁获万美元风投融资
- 二、维也纳酒店获亿元风险投资
- 三、维也纳酒店再融资万美元

第十章 2020年中国酒店连锁行业重点企业主体竞争力分析

第一节 维也纳酒店连锁

- 一、公司简介
- 二、营业规模
- 三、经营模式及定位
- 四、市场运作4P分析
- 五、连锁品牌化运作
- 六、发展战略
- 七、竞争力SWOT分析

八、战略研究成果

第二节 南苑E家

第三节 法国雅高

第四节 希尔顿酒店连锁

第五节 假日酒店连锁

第六节 福朋喜来登酒店

第十一章 2020年中国酒店连锁市场消费者需求特征及趋势分析

第一节 2020年中国酒店连锁市场消费者需求变量分析

一、人口统计变量分析

二、地理变量分析

三、心理变量分析

四、行为变量分析

第二节 2020年中国酒店连锁市场消费者需求特征分析

一、消费产品偏好

二、消费品牌偏好

三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第十二章 2024-2030年中国酒店连锁业投资战略研究

第一节 2020年中国酒店连锁投资概况

一、酒店投资特性

二、酒店投资优劣分析

第二节 2024-2030年中国酒店连锁投资机会分析

一、中档酒店品牌成新一轮投资热点

二、2020年连锁酒店成投资热点

三、区域投资潜力分析

第三节 2024-2030年中国酒店连锁行业投资风险分析

一、资金财务风险

二、选址风险

三、市场定位风险

四、管理风险

五、市场风险

第十三章 2024-2030年中国酒店连锁行业投融资战略决策建议

第一节 中国酒店连锁行业战略研究成果

第二节 中国酒店连锁行业投融资战略建议

第十四章 2024-2030年中国商务酒店运行态势分析及展望

第一节 商务酒店相关概述

一、商务旅游阐述

二、商务酒店特性分析

第二节 2020年中国商务酒店运行概况

一、商务酒店试图走出“草根经济”

二、商务酒店低价抢市场

三、商务酒店休闲蔚为风尚

四、商务酒店紧随客人的需求变化分析

五、商务酒店在线销售模式风行

第三节 未来中国商务酒店发展策略及前景分析

一、商务酒店品牌建设的策略分析

二、中国商务酒店发展道路探讨

三、商务酒店经营策略分析

四、商务酒店面临美好发展前景

第四节 2024-2030年中国经济型酒店发展前景与趋势探析

一、经济型酒店业的发展潜力巨大

二、中档经济型酒店发展面临新契机

三、差异化经营成经济型酒店的必然趋势

四、经济型酒店产业集中是必然趋势

五、未来中国经济型酒店的发展趋势

第五节 2024-2030年中国酒店行业竞争的八大趋向

一、理念竞争是先导

二、管理竞争是基础

三、人才竞争是关键

四、品牌竞争是战略

五、创新竞争是潮流

六、文化竞争是方向

七、学习竞争是动力

八、服务竞争是目标

第六节 2024-2030年中国酒店业新趋势分析

一、中国酒店业前景光明

二、未来九类酒店需求将扩大

三、中国酒店业未来发展趋势分析

第七节 2024-2030年中国未来酒店业具体发展方向

一、集团化与品牌化发展

二、绿色健康化发展

三、智能化发展

四、数字化发展

五、服务的个性化

第十五章 2024-2030年中国酒店业投资趋势与方向

第一节 酒店投资的观念分析

第二节 中国连锁酒店投资走向差异化

第三节 二三线城市酒店开发开始“升温”

第十六章 2017-2022年的中国酒店企业经营管理策略

第一节 酒店业经营管理基本理论

一、酒店管理的特点

二、酒店的管理层次

三、酒店管理技能

第二节 酒店业经营管理概述

一、酒店经营与管理的关系

二、酒店的需求管理分析

三、酒店的组织管理分析

四、酒店人力资源管理解析

五、酒店客户关系管理分析

六、酒店管理的制度创新解析

第三节 酒店市场定位

- 一、酒店产品定位概念
- 二、酒店产品定位的方法
- 三、酒店产品定位的步骤
- 四、酒店产品的定位策略

第四节 酒店业营销策略分析

- 一、酒店营销的要素介绍
- 二、不同市场需求下酒店的营销对策
- 三、新经济时代下酒店业八大营销技巧
- 四、酒店蜂鸣营销分析
- 五、中国酒店节日营销手段分析

第五节 酒店绿色营销分析

- 一、绿色营销及其产生基础
- 二、中国酒店绿色营销的推广应用
- 三、中国酒店营销绿色化的弊端
- 四、中国酒店实施绿色营销的任务和策略
- 五、中国酒店绿色营销的发展趋势分析

第六节 酒店业经营管理的动向分析

- 一、酒店经营与管理发展趋势解析
- 二、健康客房成为酒店营销新趋势
- 三、互联网营销成为酒店营销新途径

第十七章 2024-2030年中国酒店信息化的发展趋势探析()

第一节 酒店信息化的三种趋势

第二节 酒店信息化应用将迎来高峰

第三节 数字化主导未来酒店信息化发展方向

第四节 酒店业电子分销的发展走向

图表目录：

图表 2020年全国星级饭店经营情况统计表

图表 2020年全国星级饭店经营情况平均指标表

图表 2020年全国各地星级饭店统计完成情况表

图表 2020年中国经济型连锁酒店门店数量及客房前十排名

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418108.html>