

# 2015-2020年中国产权式酒店 店市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国产权式酒店市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/canyin1411/831984Y99E.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国产权式酒店市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了产权式酒店的相关概念，接着分析了产权式酒店的经济社会环境和酒店业发展现状，并对国际国内产权式酒店的发展进行细致分析，然后具体介绍了分时度假和酒店式公寓。随后，报告对产权式酒店行业做了区域发展分析、重点企业状况分析、关联产业发展分析和消费分析。最后，报告对中国产权式酒店的投资风险、投资策略等方面进行了深入透析。

产权式酒店作为产权式地产项目与商业性酒店的结合，整合了多种资源优势，是房地产和酒店的创新经营模式。早在20世纪70年代欧美等发达国家就出现了这种酒店。在中国内地，产权式酒店起源于海南省三亚市，随后北京、上海、广州、深圳、海南、青岛、北海、桂林、珠海、昆明等地均开始出现各种形式的产权酒店，经过一段时期的发展并呈现出旺盛的势头。

近年来，中国旅游业的蓬勃带来了大量的客源，为酒店业的快速发展提供了广阔的市场。2013年，我国国内旅游人数32.62亿人次，比上年增长10.3%，全年实现旅游业总收入2.95万亿元人民币，比上年增长14.0%。目前我国旅游经济正处于加快发展的战略机遇期，旅游产业对经济社会带动作用进一步加强。我国产权式酒店的市场环境日渐改善，制约我国产权式酒店发展的旅游度假地的软、硬件环境已渐趋成熟，国内旅游度假的市场气候已经形成；近年来国内经济发展迅速，白领阶层急剧扩大，成为都市消费主流群体，同时全新的休闲消费观念为分时度假消费带来了商机。

虽然目前中国的产权式酒店市场存在诸多问题，但未来的投资前景依然可以用乐观来形容。经历了十多年的发展，产权式酒店的价值将被重新认识，产权式酒店有望成为地产投资的热点，前景非常光明。未来中国的宏观经济形势向好、产权式酒店自身逐步正规化的趋势等有利因素将加速推动产权式酒店在中国走向成熟。

## 报告目录

### 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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年产权式酒店的发展

### 4.1 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 博思数据关于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 2013-2014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 2013-2014年城镇新增就业人口
- 图表9 2013-2014年农村居民人均纯收入
- 图表10 2013-2014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 2013-2014年二季度我国五星级酒店平均房价及RevPAR

图表33 2013-2014年三季度我国五星级酒店平均房价及RevPAR

图表34 2013-2014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 2013-2014年第二季度我国四星级酒店平均房价及RevPAR

图表37 2013-2014年第三季度我国四星级酒店平均房价及RevPAR

图表38 2013-2014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 2013-2014年第二季度我国三星级酒店平均房价及RevPAR

图表41 2013-2014年第三季度我国三星级酒店平均房价及RevPAR

图表42 2013-2014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 2013-2014年第二季度我国二星级酒店平均房价及RevPAR

图表45 2013-2014年第三季度我国二星级酒店平均房价及RevPAR

图表46 2013-2014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 2013-2014年第二季度我国一星级酒店平均房价及RevPAR

图表49 2013-2014年第三季度我国一星级酒店平均房价及RevPAR

图表50 2013-2014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1-9月广州市外围6区供应机构

图表64 2011-2014年1-9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

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家旅游局、酒店行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对产权式酒店行业有个系统深入的了解、或者想投资产权式酒店相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。



详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1411/831984Y99E.html>