2024-2029年中国精品酒店行业发展潜力分析及投资战略规划分析报告

报告简介

精品酒店行业研究报告主要分析了精品酒店行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、精品酒店行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国精品酒店行业的市场发展现状和未来发展趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国精品酒店行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

报告目录

第一章 精品酒店行业研究背景

1.1 精品酒店的内涵

1.1.1 酒店的主要类型

1.1.2 精品酒店的概念

1.1.3 精品酒店的特点

1.2 精品酒店主要类型分析

1.2.1 按设计风格划分

(1)主题型精品酒店

(2)时尚型精品酒店

(3)地域型精品酒店

(4)历史文化型精品酒店

(5)家庭旅馆式精品酒店

1.2.2 按经营模式划分

(1)综合集团的精品酒店

(2)专业集团的精品酒店

(3)单体独立的精品酒店

第二章 国际精品酒店发展态势与经验借鉴

2.1 国际酒店行业运营情况分析

2.1.1 国际酒店行业发展现状

(1)国际酒店行业价格走势

(2)不同类型酒店市场份额

(3)国际酒店行业竞争格局

2.1.2 国际酒店经营模式分析

(1)不同经营模式市场份额

(2)酒店集团体制特点

2.1.3 国际酒店行业发展趋势

2.2 国际精品酒店发展态势分析

2.2.1 国际精品酒店的兴起

2.2.2 国际精品酒店发展现状

2.2.3 国际精品酒店发展特点

(1)发展速度快、分布广

(2)精品酒店类型不断细分

(3)集团化和连锁化发展

(4)主体呈现多元化态势

(5)客房数量两级分化

2.2.4 国际精品酒店发展态势

(1)精品酒店连锁化，连锁酒店精品化

(2)传统酒店集团进入精品酒店市场

(3)房地产商进入精品酒店市场

2.3 国际典型精品酒店品牌发展分析

2.3.1 喜达屋W酒店

(1)酒店发展简介

(2)酒店全球布局情况

(3)酒店经营特色分析

(4)酒店在华投资布局

(5)酒店经营情况分析

(6)酒店成功经验借鉴

2.3.2 柏悦酒店(Park Hyatt)

(1)酒店发展简介

(2)酒店市场定位分析

(3)酒店全球布局情况

(4)酒店经营特色分析

(5)酒店在华投资布局

(6)酒店成功经验借鉴

2.3.3 巴黎拉瓦锡酒店(Le Lavoisier)

(1)酒店发展简介

(2)酒店配套设施情况

(3)酒店服务特色分析

2.3.4 伦敦High Road House

(1)酒店发展简介

(2)酒店配套设施情况

(3)酒店服务特色分析

2.3.5 新加坡思乐酒店(The Scarlet Hotel)

(1)酒店发展简介

(2)酒店客房价位分析

(3)酒店经营特色分析

(4)酒店配套设施分析

2.3.6 国际精品酒店发展经验总结

第三章 中国精品酒店行业市场环境分析

3.1 精品酒店行业政策环境

3.1.1 《新版星级饭店评定标准》

3.1.2 《旅游饭店星级的划分与评定》

3.1.3 《关于规范酒店客房市场价格意见》

3.2 精品酒店行业经济环境

3.2.1 经济环境与行业相关性分析

3.2.2 全球经济运行情况

(1)美国经济整体情况

(2)欧洲经济整体情况

(3)日本经济整体情况

3.2.3 国内经济走势分析

(1)GDP变动分析

(2)物价指数分析

(3)宏观经济预测

3.3 精品酒店行业社会环境

3.3.1 人口发展环境分析

(1)人口规模变化趋势

(2)对精品酒店的影响

3.3.2 居民生活方式转变

(1)休闲消费呈上升趋势

(2)低碳消费的生活方式

(3)对精品酒店的影响

3.3.3 假日制度影响分析

(1)节假日制度的变化

(2)对精品酒店的影响

3.4 精品酒店行业消费环境

3.4.1 居民消费能力分析

(1)我国居民收入水平

(2)居民酒店消费现状

3.4.2 消费人群及其特点

(1)行业主要消费人群

(2)消费群体消费特点

(3)消费需求特点分析

3.4.3 用户深度调研分析

(1)精品酒店认知情况

(2)精品酒店入住情况

(3)精品酒店入住打算

(4)精品酒店选择因素

(5)精品酒店价格接受程度

(6)精品酒店房费支付者

3.5 精品酒店关联行业分析

3.5.1 旅游行业发展分析

(1)旅游行业对精品酒店发展的影响

(2)旅游市场运营现状

(3)旅游市场运行预测

3.5.2 房地产行业发展分析

(1)房地产行业运营情况

(2)房地产对精品酒店发展的影响

3.6 中国发展精品酒店发展机遇与威胁分析

第四章 中国精品酒店行业发展现状分析

4.1 中国酒店行业运营情况分析

4.1.1 酒店行业发展规模

(1)酒店数量规模

(2)酒店结构情况

(3)酒店经营情况

(4)新增星级酒店

4.1.2 精品酒店行业品牌格局

4.1.3 精品酒店行业品牌细化指数

(1)搜索指数

(2)媒体指数

(3)舆情指数

(4)运营指数

4.1.4 酒店行业发展变化

(1)酒店分销渠道变化

(2)酒店价格体系变化

4.1.5 在线酒店价格监测分析

(1)主要在线旅游网站酒店返现占比

(2)主要在线旅游网站酒店价格监测研究结果

4.1.6 酒店行业发展趋势

4.2 中国精品酒店发展态势分析

4.2.1 精品酒店兴起背景分析

4.2.2 精品酒店行业发展前景

(1)酒店行业机遇与挑战并存

(2)度假酒店发展前景广阔

(3)小型酒店发展前景广阔

(4)会展型酒店的发展前景

4.2.3 精品酒店行业发展规模

(1)酒店供给规模

(2)酒店需求规模

(3)精品酒店客房面积

(4)精品酒店员工配比

(5)精品酒店管理模式

(6)精品酒店建筑类型

4.2.4 精品酒店行业运营情况

(1)精品酒店入住率

(2)精品酒店价格分析

(3)精品酒店客房收入

(4)精品酒店收入构成

4.2.5 精品酒店行业客源分析

(1)精品酒店客源国籍

(2)精品酒店客源结构

4.2.6 精品酒店行业品牌格局

4.2.7 中外精品酒店发展对比

4.3 中国精品酒店的竞争力分析

4.3.1 精品酒店的核心竞争力

4.3.2 星级酒店对精品酒店的威胁

(1)星级酒店发展现状

(2)星级酒店出租率

(3)星级酒店平均房价

(4)星级饭店接待住宿者

4.3.3 主题酒店对精品酒店的威胁

(1)主题酒店的概念

(2)主题酒店发展现状

(3)精品酒店与主题酒店的竞争力对比

4.3.4 商务酒店对精品酒店的威胁

(1)商务酒店定义与分类

(2)中国商务酒店发展现状

(3)精品酒店与商务酒店的竞争力对比

4.4 中国精品酒店行业竞争强度

4.4.1 潜在进入者的威胁

4.4.2 买方的议价能力

4.4.3 卖方的议价能力

4.4.4 替代品的威胁

4.4.5 竞争强度总结

第五章 中国精品酒店行业典型案例分析

5.1 北京颐和安缦酒店

5.1.1 酒店基本情况

5.1.2 酒店特色分析

5.1.3 酒店配套设施

5.1.4 酒店价位分析

5.1.5 酒店市场定位

5.1.6 酒店营销策略

5.1.7 酒店经营情况

5.2 北京长城脚下的公社

5.2.1 酒店基本情况

5.2.2 酒店特色分析

5.2.3 酒店配套设施

5.2.4 酒店价位分析

5.2.5 酒店市场定位

5.2.6 酒店营销策略

5.2.7 酒店经营情况

5.3 北京皇家驿栈酒店

5.3.1 酒店基本情况

5.3.2 酒店特色分析

5.3.3 酒店配套设施

5.3.4 酒店价位分析

5.3.5 酒店市场定位

5.3.6 酒店营销策略

5.3.7 酒店经营情况

5.4 北京柏悦酒店

5.4.1 酒店基本情况

5.4.2 酒店特色分析

5.4.3 酒店配套设施

5.4.4 酒店价位分析

5.4.5 酒店市场定位

5.4.6 酒店营销策略

5.5 北京极栈酒店(Hotel G)

5.5.1 酒店基本情况

5.5.2 酒店特色分析

5.5.3 酒店配套设施

5.5.4 酒店价位分析

5.5.5 酒店市场定位

5.5.6 酒店营销策略

5.5.7 酒店经营情况

5.6 上海首席公馆酒店

5.6.1 酒店基本情况

5.6.2 酒店特色分析

5.6.3 酒店配套设施

5.6.4 酒店价位分析

5.6.5 酒店市场定位

5.6.6 酒店营销策略

5.6.7 酒店经营情况

5.7 上海88新天地酒店

5.7.1 酒店基本情况

5.7.2 酒店特色分析

5.7.3 酒店配套设施

5.7.4 酒店价位分析

5.7.5 酒店市场定位

5.7.6 酒店营销策略

5.8 上海璞邸精品酒店

5.8.1 酒店基本情况

5.8.2 酒店特色分析

5.8.3 酒店配套设施

5.8.4 酒店价位分析

5.8.5 酒店市场定位

5.8.6 酒店营销策略

5.9 上海璞丽酒店

5.9.1 酒店基本情况

5.9.2 酒店特色分析

5.9.3 酒店配套设施

5.9.4 酒店价位分析

5.9.5 酒店市场定位

5.10 上海安达仕酒店

5.10.1 酒店基本情况

5.10.2 酒店特色分析

5.10.3 酒店配套设施

5.10.4 酒店价位分析

5.10.5 酒店市场定位

5.11 丽江悦榕庄花园别墅酒店

5.11.1 酒店基本情况

5.11.2 酒店特色分析

5.11.3 酒店配套设施

5.11.4 酒店价位分析

5.11.5 酒店营销策略

5.12 杭州富春山居度假酒店

5.12.1 酒店基本情况

5.12.2 酒店特色分析

5.12.3 酒店配套设施

5.12.4 酒店价位分析

5.12.5 酒店市场定位

5.13 杭州西子湖四季酒店

5.13.1 酒店基本情况

5.13.2 酒店特色分析

5.13.3 酒店配套设施

5.13.4 酒店价位分析

5.13.5 酒店营销策略

5.14 苏州御庭精品酒店

5.14.1 酒店基本情况

5.14.2 酒店配套设施

5.14.3 酒店价位分析

5.14.4 酒店市场定位

5.15 苏州托尼洛•兰博基尼书苑酒店

5.15.1 酒店基本情况

5.15.2 酒店特色分析

5.15.3 酒店配套设施

5.15.4 酒店价位分析

5.15.5 酒店市场定位

5.16 湖州哥伦波太湖城堡

5.16.1 酒店基本情况

5.16.2 酒店配套设施

5.16.3 酒店价位分析

5.16.4 酒店市场定位

5.17 深圳华兴寺菩提宾舍

5.17.1 酒店基本情况

5.17.2 酒店特色分析

5.17.3 酒店配套设施

5.17.4 酒店价位分析

5.17.5 酒店市场定位

5.18 厦门鼓浪屿林氏府公馆酒店

5.18.1 酒店基本情况

5.18.2 酒店特色分析

5.18.3 酒店配套设施

5.18.4 酒店价位分析

5.18.5 酒店市场定位

5.19 SURREAL夏悦精品酒店

5.19.1 酒店基本情况

5.19.2 酒店特色分析

5.19.3 酒店配套设施

5.19.4 酒店价位分析

5.19.5 酒店市场定位

5.20 大理喜林苑客栈

5.20.1 酒店基本情况

5.20.2 酒店配套设施

5.20.3 酒店价位分析

5.20.4 酒店市场定位

第六章 重点地区精品酒店投资潜力分析

6.1 北京精品酒店投资潜力分析

6.1.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

(3)自然人文资源

6.1.2 精品酒店发展现状分析

6.1.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展带来的机遇

(2)酒店业发展带来的机遇

6.2 上海精品酒店投资潜力分析

6.2.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

(3)自然人文资源

6.2.2 精品酒店发展现状分析

6.2.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展带来的机遇

(2)酒店业发展带来的机遇

6.3 深圳精品酒店投资潜力分析

6.3.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.3.2 精品酒店发展现状分析

6.3.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展带来的机遇

(2)酒店业发展带来的机遇

6.4 江苏精品酒店投资潜力分析

6.4.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.4.2 精品酒店发展现状分析

6.4.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展带来的机遇

(2)酒店业发展带来的机遇

6.5 云南精品酒店投资潜力分析

6.5.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

(3)自然人文资源

6.5.2 精品酒店发展现状分析

6.5.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展带来的机遇

(2)酒店业发展带来的机遇

6.6 杭州精品酒店投资潜力分析

6.6.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.6.2 精品酒店发展现状分析

6.6.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展带来的机遇

(2)酒店业发展带来的机遇

6.7 厦门精品酒店投资潜力分析

6.7.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.7.2 精品酒店发展现状分析

6.7.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展情况

(2)酒店业发展情况

6.8 天津精品酒店投资潜力分析

6.8.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.8.2 精品酒店发展现状分析

6.8.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展情况

(2)酒店业发展情况

6.9 南京精品酒店投资潜力分析

6.9.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.9.2 精品酒店发展现状分析

6.9.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展情况

(2)酒店业发展情况

6.10 山东精品酒店投资潜力分析

6.10.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.10.2 精品酒店发展现状分析

6.10.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展情况

(2)酒店业发展情况

6.11 武汉精品酒店投资潜力分析

6.11.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.11.2 精品酒店发展现状分析

6.11.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展情况

(2)酒店业发展情况

6.12 成都精品酒店投资潜力分析

6.12.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.12.2 精品酒店发展现状分析

6.12.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展情况

(2)酒店业发展情况

6.13 广州精品酒店投资潜力分析

6.13.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.13.2 精品酒店发展现状分析

6.13.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展情况

(2)酒店业发展情况

(3)精品酒店发展机会

6.14 西安精品酒店投资潜力分析

6.14.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.14.2 精品酒店发展现状分析

(1)酒店基本情况

(2)酒店配套设施

(3)酒店客房价位

6.14.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展情况

(2)酒店业发展情况

6.15 海南精品酒店投资潜力分析

6.15.1 精品酒店发展条件分析

(1)地区经济情况

(2)消费市场情况

6.15.2 精品酒店发展现状分析

6.15.3 精品酒店发展机会分析

(1)旅游业发展情况

(2)酒店业发展情况

第七章 中国精品酒店行业投资建议分析

7.1 精品酒店行业发展方向

7.1.1 精品酒店的国际化经营

(1)集团化经营

(2)合作化经营

(3)品牌化经营

(4)个性化服务

7.1.2 精品酒店的信息化建设

7.1.3 精品酒店的行业标准化

7.1.4 精品酒店经营管理模式创新

(1)主题定位创新

(2)销售模式创新

(3)服务模式创新

7.2 精品酒店行业投资要素

7.2.1 酒店行业投融资分析

(1)社会融资规模情况

(2)货币供应情况

(3)金融机构存贷款情况

7.2.2 最新品牌酒店发展动向

(1)首旅酒店

(2)锦江酒店

7.2.3 精品酒店投融资分析

7.2.4 精品酒店成长性分析

7.3 精品酒店行业投资建议

7.3.1 精品酒店投资价值

7.3.2 精品酒店投资机会

(1)消费群体不断扩大

(2)具备独特的资源优势

7.3.3 精品酒店投资建议

第八章 中国精品酒店行业经营策略分析

8.1 精品酒店的选址与设计

8.1.1 精品酒店的选址原则

8.1.2 精品酒店的客房规模

8.1.3 精品酒店的功能配套

8.1.4 精品酒店的客房标准

8.1.5 精品酒店的设计案例

8.2 精品酒店定位策略分析

8.2.1 精品酒店战略定位

8.2.2 精品酒店市场定位

8.2.3 精品酒店品牌定位

8.3 精品酒店管理模式分析

8.3.1 资源外包策略

8.3.2 管家式服务模式

8.3.3 创新的经营理念

8.4 精品酒店营销策略分析

8.4.1 酒店营销宣传策略

8.4.2 酒店营销方式分析

8.4.3 酒店网络营销分析

8.5 精品酒店客户关系管理

8.5.1 客户关系管理特殊性

8.5.2 客户关系管理的保障

8.5.3 客户关系管理基本思路

8.6 精品酒店品牌文化建设

8.6.1 历史文化型品牌建设

8.6.2 地域文化型品牌建设

8.6.3 现代文化型品牌建设

图表目录

图表：酒店的主要类型

图表：各种类型酒店主要特征概述(单位：间)

图表：精品酒店主要特点简析

图表：主题型精品酒店简析

图表：时尚型精品酒店简析

图表：地域型精品酒店简析

图表：历史文化型精品酒店简析

图表：家庭旅馆式精品酒店简析

图表：综合集团经营管理下的精品酒店简析

图表：专业集团经营管理下的精品酒店简析

图表：单体独立经营管理的精品酒店简析

图表：2019-2023年全球主要城市酒店平均房价变动(按区域)(单位：人民币/晚，%)

图表：全球不同类型酒店市场份额(单位：%)

图表：2019-2023年全球酒店集团20强(按房间数量)(单位：间，家)

图表：2019-2023年全球酒店集团20强地区分布(按房间数量)(单位：%)

图表：2019-2023年全球酒店集团20强地区分布(按酒店数量)(单位：%)

图表：全球不同经营模式酒店市场份额(单位：%)

图表：国际酒店管理集团经营管理体制特点简析

图表：国际酒店行业发展趋势(一)

图表：国际酒店行业发展趋势(二)

图表：国际精品酒店的兴起

图表：酒店巨头与房地产商投资的精品酒店情况

图表：世界部分著名精品酒店客房数量(单位：间)

图表：喜达屋W酒店基本情况

图表：喜达屋酒店集团基本情况

图表：美国所有的喜达屋W酒店

图表：加拿大所有的喜达屋W酒店

图表：非洲所有的喜达屋W酒店

图表：中南美地区所有的喜达屋W酒店

图表：欧洲地区所有的喜达屋W酒店

图表：中东地区所有的喜达屋W酒店

图表：亚太地区所有的喜达屋W酒店(除中国内地)

图表：中国大陆地区所有的喜达屋W酒店

图表：2019-2023年喜达屋集团主要经济指标(单位：百万美元，%)

图表：柏悦酒店基本情况

图表：柏悦酒店在华布局简析

图表：巴黎拉瓦锡酒店基本情况

图表：巴黎拉瓦锡酒店交通情况

图表：巴黎拉瓦锡酒店主要配套设施

图表：巴黎拉瓦锡酒店可接收的信用卡类型

图表：伦敦High Road House基本情况

图表：伦敦High Road House附近地标及交通情况

图表：伦敦High Road House主要配套设施

图表：伦敦High Road House酒店政策

图表：新加坡思乐酒店(The Scarlet Hotel)基本情况

图表：新加坡思乐酒店附近地标及交通情况

图表：新加坡思乐酒店各房型服务价位简介(单位：元)

图表：新加坡思乐酒店政策

图表：新加坡思乐酒店主要配套设施

图表：国际精品酒店发展经验总结

图表：《新版星级饭店评定标准》主要内容及影响分析

图表：最新版《旅游饭店星级的划分与评定》标准新变化

图表：《关于规范酒店客房市场价格意见》要点列表

图表：近年来中国GDP增速与星级酒店营业收入增速对比图(单位：%)

图表：2017.01-2017.09美国PPI月率走势图(单位：%)

图表：2019-2023.09-2017.10美国密歇根大学消费者信心指数

图表：2008.01-2017.10美国ISM制造业指数

图表：2019-2023.01-2017.11欧元区Sentix投资信心指数变动情况

图表：2019-2023.01-2017.10欧元区制造业PMI指数

图表：2019-2023.03-2017.10欧元区经济景气指数走势图

图表：2019-2023.08-2017.10日本制造业PMI指数

图表：2019-2023年中国国内生产总值及其增长速度(单位：亿元，%)

图表：2019-2023.09-2017.09居民消费价格指数(单位：%)

图表：2019-2023年9月居民消费价格指数分类别同比涨跌幅度(单位：%)

图表：2019-2023年9月居民消费价格指数分类别环比涨跌幅度(单位：%)

图表：2019-2023年中国经济预测(单位：%)

图表：2019-2023年中国总人口及其自然增长率变化趋势(单位：万人，%)

图表：居民选择生活方式的态度(单位：%)

图表：2019-2023年中国城乡居民人均收入增长情况(单位：元)

图表：国内酒店综合评分情况(单位：分)

图表：国内各类型酒店综合评分及满意度情况(单位：分)

图表：酒店用户出行目的分类(单位：分)

图表：精品酒店的目标客户群体

图表：不同类型的精品酒店消费者的消费需求

图表：精品酒店认知情况调研(单位：%)

图表：精品酒店特色认知度(单位：%)

图表：精品酒店入住情况调研(单位：%)

图表：精品酒店入住目的调研(单位：%)

图表：精品酒店入住频次调研(单位：%)

图表：精品酒店未来考虑使用情况调研(单位：%)

图表：精品酒店选择因素调研(单位：%)

图表：精品酒店最高可接受房价调研(单位：%)

图表：精品酒店房费支付者调研(单位：%)

图表：2019-2023年中国国内旅游人数走势图(单位：亿人次，%)

图表：2019-2023年中国国内旅游收入走势图(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年中国国内旅游人均花费及增长率(单位：元，%)

图表：2019-2023年中国入境旅游接待人数(单位：万人次，%)

图表：2019-2023年中国入境旅游外汇收入(单位：亿美元，%)

图表：2019-2023年中国出境旅游人数走势图(单位：万人次，%)

图表：2019-2023年春节“黄金周”旅游人数及增长率(单位：万人次，%)

图表：2019-2023年春节“黄金周”旅游收入及增长率(单位：亿元，%)

图表：2024-2029年国内旅游收入规模预测图(单位：万亿元)

图表：2024-2029年国内旅游人数规模预测图(单位：亿人次)

图表：2019-2023年全国房地产开发投资增速(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年分月全国房地产开发投资增速变化情况(单位：%)

图表：2019-2023年1-9月东中西部地区房地产开发投资情况(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年全国商品房销售面积及销售额增速(单位：%)

图表：2019-2023年1-9月东中西部地区房地产销售情况(单位：万平方米，亿元，%)

图表：2019-2023年国房景气综合指数变化图

图表：中国精品酒店行业发展机遇分析

图表：中国精品酒店行业发展威胁分析

图表：2019-2023年中国星级酒店数及增速(单位：家，%)

图表：截至2019-2023年一季度中国星级酒店结构(单位：%)

图表：2019-2023年中国星级酒店营业收入及增速(单位：亿元，%)

图表：2019-2023年全国不同星级饭店经营情况表(单位：家，万间/套，万张，亿元，%)

图表：2019-2023年全国重点旅游城市星级饭店主要指标排名前十名统计表(单位：元/间夜，千元/间，%)

图表：全国星级酒店区域分布

图表：开业酒店所属集团分布(单位：家)

图表：2019-2023年开业酒店品牌市场定位统计(单位：家)

图表：2019-2023年9月精品酒店品牌指数MBI数据(单位：%)

图表：2019-2023年9月精品酒店品牌搜索指数

图表：2019-2023年9月精品酒店品牌媒体指数

图表：2019-2023年9月精品酒店品牌舆情指数

图表：2019-2023年9月精品酒店品牌运营指数

图表：传统的酒店分销渠道

图表：最具发展价值的酒店线上分销渠道

图表：传统酒店价格体系

图表：新的酒店价格体系

图表：2017.04-2017.08主要在线旅游网站酒店预订返现数量所占比例(单位：%)

图表：2019-2023年8月主要在线旅游网站常规酒店预订价格指数监测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170503/71138.shtml

在线订购：点击这里