

2026-2031年中国分时度假酒店行业全景调研及投资风险预测报告

报告简介

分时度假是介于旅游和房地产之间的产业，就是把酒店或度假村的一间客房或一套旅游公寓，将其使用权分成若干个周次，按10至40年甚至更长的期限，以会员制的方式一次性出售给客户，会员获得每年到酒店或度假村住宿7天的一种休闲度假方式。并且通过交换服务系统，会员把自己的客房使用权与其他会员异地客房使用权进行交换，以此实现低成本的到各地旅游度假的目的。

世界上已有60多家“分时度假”集团，4500多个采用分时制度的度假村，来自124个国家的400多万户家庭购买了度假权。

目前快速的经济发展和个人财富的增长改变了中国消费者心态，旅游已开始被视为日常需求而非奢侈品。分时度假作为一个度假旅游产品更容易被大家所接受。加之多个国家对华个人游客签证的利好不断，更是频频刺激大量中产家庭出国度假的神经。

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，主要依据国家统计局、国家商务部、国土资源部、国家发改委、国家信息中心信息资源开发部、国家住房和城乡建设部、北京市统计局、上海市统计局、深圳市统计局、中国指数研究院、全国商业信息中心、中国房地产行业协会、北京房地产学会、国民经济景气监测中心、《中国房地产年鉴》、国内外相关刊物的基础信息以及分时度假酒店行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界分时度假酒店行业整体发展大势，对中国分时度假酒店行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、区域市场、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来分时度假酒店行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了分时度假酒店行业今后的发展与投资策略。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 分时度假产业概述

第一节 分时度假的起源

第二节 分时度假发展意义

第三节 分时度假与分时度假交换

一、分时度假

二、分时度假交换

第四节 全球分时度假的发展历程

第五节 全球分时度假发展现状

一、全球分时度假市场整体状况

二、全球分时度假市场主要企业

第二章 分时度假相关产品分析--产权式酒店、酒店公寓

第一节 产权式酒店

一、产权式酒店定义及类别

二、分时度假与产权式酒店的联系与区别

1、共同点分析

2、区别分析

三、我国产权式酒店的发展分析

1、发展环境分析

2、主要特征分析

3、市场现状分析

4、主要代表企业分析

5、销售的影响因素分析

6、投资价值分析

7、未来发展趋势分析

第二节 酒店式公寓

一、酒店式公寓定义

二、中国酒店式公寓现状

三、中国酒店式公寓发展建议

第三章 2021-2026年中国分时度假产业发展环境分析

第一节 国内分时度假经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、社会固定资产投资分析

三、城乡居民收入增长分析

四、居民消费价格变化分析

第二节 中国分时度假行业政策环境分析

一、国内旅游行业管理体制

二、《加快发展旅游业意见》

三、行业政策法规创新情况

四、国民旅游休闲纲要

五、法定节假日带薪假期实施

第二部分 行业竞争格局分析

第四章 2021-2026年中国分时度假产业现状分析

第一节 中国分时度假发展历程

第二节 中国分时度假产业发展现状分析

- 一、分时度假与酒店集团的合作
- 二、中国分时度假酒店经营模式
- 三、中国分时度假发展现状
- 四、中国分时度假发展的困境
- 五、中国分时度假市场矛盾及趋势
- 六、中国分时度假市场规模分析

第三节 中国分时度假市场区域发展分析

第四节 中国分时度假目前存在的问题

- 一、运作不够灵活，时空选择有局限性
- 二、时间跨度大，客户承当风险大
- 三、无法保证出境旅游的实现
- 四、费用不一定足够低廉
- 五、欺诈性销售与强制性销售
- 六、经营操作不规范

第五节 国外分时度假发展借鉴

- 一、国外分时度假产品发展的成功经验
- 二、国外分时度假发展经验对我国的启示

第五章 2021-2026年中国分时度假重点企业现状分析

第一节 泰达度假交换有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营情况

1、经营模式分析

2、发展规模

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第二节 中安达公司

一、企业简介

二、企业经营情况

1、经营模式分析

2、发展规模

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第三节 中房集团分时度假联盟

一、企业简介

二、企业经营情况

1、经营模式分析

2、发展规模

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第四节 天伦度假发展有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况

1、经营模式分析

2、发展规模

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第五节 海南华夏之旅分时度假交换有限公司简介

一、企业简介

二、企业经营情况

1、经营模式分析

2、发展规模

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第六节 中华分时度假机构

一、企业简介

二、企业经营情况

1、经营模式分析

2、发展规模

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第七节 北京金陆翔度假发展有限公司简介

一、企业简介

二、企业经营情况

1、经营模式分析

2、发展规模

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第八节 北京五洲环球酒店管理有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况

1、经营模式分析

2、发展规模

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第九节 三亚太阳度假会馆

一、企业简介

二、企业经营情况

1、经营模式分析

2、发展规模

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十节 达安国际度假交换公司

一、企业简介

1、经营模式分析

2、发展规模

二、企业经营情况

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第六章 2021-2026年中国分时度假酒店的运营分析

第一节 分时度假产品的运营体系

一、分时度假体系的基本主体

二、分时度假体系内的基本关系

第二节 分时度假产品的销售分析

一、分时度假消费特征分析

二、分时度假目标客户分析

三、分时度假消费者保障机制分析

四、分时度假产品销售行为分析

五、分时度假产品销售模式分析

六、分时度假产品的开发与销售重点

第三节 分时度假产品的淡旺季管理分析

一、提供不同的度假产品，吸引更多的客人

二、推出价格折扣、各种优惠，刺激人们的需求

三、争取会议客、旅游团队，以优惠的报价吸引组织者

四、举办各种专题活动，吸引客人前往

第四节 分时度假酒店发展的制约因素分析

一、度假时间得不到保证

二、缺乏相应的法律保护

三、国际化交换没有较好实现

四、缺乏城市品牌效应

五、国内可供交换的分时度假资源有限

第七章 中国分时度假酒店相关产业分析

第一节 中国旅游业发展分析

一、中国旅游行业发展情况

二、旅游业发展对酒店影响

三、中国旅游业的发展策略

第二节 中国会展业发展分析

一、中国会展行业发展态势

二、会展业与酒店互动模式

三、会展行业发展趋势前景

第三节 中国餐饮业发展分析

一、餐饮业发展情况分析

二、旅游餐饮消费市场特征

三、国内餐饮行业发展趋势

第三部分 行业发展预测与发展战略研究

第八章 2026-2031年中国分时度假酒店市场前景及趋势预测分析

第一节 中国分时度假酒店市场前景分析

一、分时度假酒店市场前景分析

二、度假酒店市场前景分析

第二节 中国分时度假酒店发展预测分析

一、分时度假酒店发展预测

二、旅游度假酒店发展预测

第九章 中国分时度假产业发展战略研究分析

第一节 分时度假产品的总体概述

- 一、分时度假产品概述
- 二、分时度假产品的保健和激励因素

第二节 分时度假产品发展策略

- 一、提供优良的旅游度假服务
- 二、制定大众化产品价格
- 三、建立健分时度假交换网络
- 四、大力推广“点数制”产品
- 五、增强产品信用，降低购买风险

第三节 国内分时度假酒店发展战略研究

- 一、锁定目标市场，提升营销效率
- 二、强化网络技术，扩大交换网络
- 三、拓展度假业务，增加住宿附加值

第四节 分时度假企业营销策略分析

- 一、差异化定位策略——按消费者需要设计产品
- 二、人性化接触策略——按消费者需要展开促销
- 三、传统加现代策略——按消费者需要设置渠道
- 四、低成本竞争策略——按消费者需要制定价格

第十章 2026-2031年中国分时度假行业投资风险预警

第一节 影响分时度假行业发展的主要因素

- 一、分时度假行业运行的有利因素

二、分时度假行业运行的稳定因素

三、分时度假行业运行的不利因素

四、分时度假行业发展面临的挑战

五、分时度假行业发展面临的机遇

第二节 分时度假行业投资风险预警

一、2026-2031年分时度假行业市场风险预测

二、2026-2031年分时度假行业投资风险预测

三、2026-2031年分时度假行业竞争风险预测

四、2026-2031年分时度假行业管理风险分析

五、2026-2031年分时度假行业其他风险预测

第十一章 分时度假企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、分时度假价格策略分析

二、分时度假渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高分时度假企业竞争力的策略

一、提高中国分时度假企业核心竞争力的对策

二、影响分时度假企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高分时度假企业竞争力的策略

第四节 对中国分时度假品牌的战略思考

一、分时度假品牌的特性和作用

二、分时度假品牌价值战略研究

三、中国分时度假品牌竞争趋势

四、分时度假企业品牌发展战略

图表目录

图表：全球分时度假市场主要企业

图表：中国主要产权式酒店

图表：开发商、投资者、商业管理公司、担保公司、酒店管理公司的关系

图表：投资产权式酒店与传统投资品种的投资回报与风险比较分析

图表：2021-2026年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表：2021-2026年国内生产总值构成及增长速度统计

图表：2021-2026年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表：2021-2026年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表：2021-2026年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表：2021-2026年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表：泰达度假交换有限公司全国权益人分布图

图表：泰达度假交换有限公司交换酒店分布图

图表：泰达度假交换有限公司主要合作酒店名录

图表：中安达销售渠道示意图

图表：中安达连锁度假村规划图

图表：中安达首期销售度假村名录

图表：北京五洲环球酒店管理有限公司部分产品概况及价格汇总表

图表：重庆环美全国分公司分布图

图表：分时度假产品的销售流程图

图表：2021-2026年我国外国入境游各区域人数规模统计

图表：中国住宿餐饮主要经济指标统计

图表：2021-2026年中国餐饮业零售额增长趋势图

图表：分时度假、房地产、产权式酒店产品对比

图表：分时度假酒店产品的保健和激励因素

把握投资 决策经营！

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

报告编号：83568

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170614/83568.shtml>

在线订购：[点击这里](#)