

2016-2022年中国住宿服务 行业发展前景分析及投资策略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国住宿服务行业发展前景分析及投资策略咨询报告》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.abaogao.com/b/qita/G35327ZOG5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

前言：

据中国饭店协会依据商务部典型企业数据估算，截止2014年底，全行业经营单位达54.6万家，比上年增长6.69%，从业人数478.4万，同比增长5.9%，总收入4893亿元，同比下降5.3%。住宿业经营单位数和从业人数较上一年度有所增长，主要原因是住宿业业态创新迅速，新业态不断出现，新的经营主体不断进入，行业规模持续增长，行业接待能力持续扩大。但由于总体业绩指标的下行，行业收入走低，产业格局震荡。

从行业体制来看，2014年，内资企业为主体，港澳台资企业、外资企业均衡发展，保持着多种经济成分、多种类型企业并存格局，国有企业占比明显下降，仅为11%，较上年下降5%，是国内市场竞争比较充分的行业。

从业态结构来讲，2014年，个人消费市场成为主体，高端酒店谋求转型，摘星现象涌现，星级不再成为投资和消费的主流标准。在星级评定方面，2013年我国共有88家酒店进行了五星级评定网上公示，而2014年，进行评定公示的五星级酒店数下降到33家，与此同时，据统计，2014年全国范围内共有50多家星级酒店主动降星面对新形势，许多高星级酒店纷纷转型，通过价格调整和产品创新来吸引广大个人消费者。与此同时，消费者对个性化、专业化、差异化产品和服务的需求越发明显，民俗客栈、精品酒店、主题型酒店、短租公寓、中档连锁、度假饭店等业态在2014年得到迅猛发展。行业组织形式从传统高大上改

为小而美。精品化、特色化、小型化、快速反应成为主流。从档次和规模上来看，2014年，市场保持着金字塔形的市场格局，高档饭店占8%，中档饭店和经济型连锁饭店占45%，而包含了民俗客栈等多种业态的其他旅馆比重达到45%。反映了大众住宿消费市场的强大生命力，及其广阔的创新空间和新业态的迅速增长。

新常态下的住宿业，传统发展方式和市场理念将迅速被取代，靠高资本投入、高人力投入、高能源消耗的行业发展方式难以为继。新技术、互联网、平台化、资本力量、品牌创新正在成为行业发展主要驱动力。住宿业将进一步实现结构优化和动力转换，科技创新、质量效益、生态友好、人员配置合理性和服务优化、需求变化和产品特性将成为行业发展主要变革方向，从而促进住宿业在发展中升级，在升级中发展，实现更高质量、更好效益、更加多元、更可持续的行业新局面。

本住宿服务行业研究报告共十四章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。住宿服务行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源

最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，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、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了住宿服务行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国住宿服务行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国住宿服务行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2015年世界住宿服务行业发展态势分析

第一节 2015年世界住宿服务市场发展状况分析

一、世界住宿服务行业特点分析

二、世界住宿服务市场需求分析

第二节 2015年全球住宿服务市场分析

一、2015年全球住宿服务需求分析

二、2015年全球住宿服务产销分析

三、2015年中外住宿服务市场对比

第二章 我国住宿服务行业发展现状

第一节 我国住宿服务行业发展现状

一、住宿服务行业品牌发展现状

二、住宿服务行业消费市场现状

三、住宿服务市场消费层次分析

四、我国住宿服务市场走向分析

第二节 2011-2015年住宿服务行业发展情况分析

一、2015年住宿服务行业发展特点分析

二、2015年住宿服务行业发展情况

第三节 2015年住宿服务行业运行分析

一、2015年住宿服务行业产销运行分析

二、2015年住宿服务行业利润情况分析

- 三、2015年住宿服务行业发展周期分析
- 四、2016-2022年住宿服务行业发展机遇分析
- 五、2016-2022年住宿服务行业利润增速预测
- 第四节 对中国住宿服务市场的分析及思考
 - 一、住宿服务市场特点
 - 二、住宿服务市场分析
 - 三、住宿服务市场变化的方向
 - 四、中国住宿服务产业发展的新思路
 - 五、对中国住宿服务产业发展的思考

第三章 2015年中国住宿服务市场运行态势剖析

第一节 2015年中国住宿服务市场动态分析

- 一、住宿服务行业新动态
- 二、住宿服务主要品牌动态
- 三、住宿服务行业消费者需求新动态

第二节 2015年中国住宿服务市场运营格局分析

- 一、市场供给情况分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、影响市场供需的因素分析

第三节 2015年中国住宿服务市场进出口形式综述

第四节 2015 中国住宿服务市场价格分析

- 一、热销品牌产品价格走势分析
- 二、影响价格的主要因素分析

第四章 住宿服务行业经济运行分析

第一节 2015年住宿服务行业主要经济指标分析

- 一、2015年住宿服务行业主要经济指标分析
- 二、2015年住宿服务行业主要经济指标分析

第二节 2015年我国住宿服务行业绩效分析

- 一、2015年行业产销能力
- 二、2015年行业规模情况
- 三、2015年行业盈利能力

四、2015年行业经营发展能力

五、2015年行业偿债能力分析

第五章 中国住宿服务行业消费市场分析

第一节 住宿服务市场消费需求分析

一、住宿服务市场的消费需求变化

二、住宿服务行业的需求情况分析

三、2015年住宿服务品牌市场消费需求分析

第二节 住宿服务消费市场状况分析

一、住宿服务行业消费特点

二、住宿服务行业消费分析

三、住宿服务行业消费结构分析

四、住宿服务行业消费的市场变化

五、住宿服务市场的消费方向

第三节 住宿服务行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、住宿服务行业品牌忠诚度调查

六、住宿服务行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六章 我国住宿服务行业市场调查分析

第一节 2015年我国住宿服务行业市场宏观分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、整体市场关注度

四、厂商分析

第二节 2015 中国住宿服务行业市场微观分析

一、品牌关注度格局

二、产品关注度调查

三、不同价位关注度

第七章 住宿服务行业上下游产业分析

第一节 上游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、市场现状分析
- 四、行业竞争状况及其对住宿服务行业的意义

第二节 下游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、市场现状分析
- 四、行业最新动态及其对住宿服务行业的影响
- 五、行业竞争状况及其对住宿服务行业的意义

第八章 住宿服务行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力分析
- 五、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国住宿服务行业竞争格局综述

- 一、2015年住宿服务行业集中度
- 二、2015年住宿服务行业竞争程度
- 三、2015年住宿服务企业与企业品牌数量
- 四、2015年住宿服务行业竞争格局分析

第四节 2011-2015年住宿服务行业竞争格局分析

- 一、2011-2015年国内外住宿服务行业竞争分析
- 二、2011-2015年我国住宿服务市场竞争分析

第九章 住宿服务企业竞争策略分析

第一节 住宿服务市场竞争策略分析

- 一、2015年住宿服务市场增长潜力分析
- 二、2015年住宿服务主要潜力品种分析
- 三、现有住宿服务市场竞争策略分析
- 四、潜力住宿服务竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 住宿服务企业竞争策略分析

- 一、2016-2022年我国住宿服务市场竞争趋势
- 二、2016-2022年住宿服务行业竞争格局展望
- 三、2016-2022年住宿服务行业竞争策略分析

第三节 住宿服务行业发展机会分析

第四节 住宿服务行业发展风险分析

第十章 重点住宿服务企业竞争分析

第一节 A公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第二节 B公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略略

第三节 C公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第四节 D公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第五节 E公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第六节 F公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第七节 G公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第八节 H公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十一章 住宿服务行业发展趋势分析

第一节 我国住宿服务行业前景与机遇分析

一、我国住宿服务行业发展前景

二、我国住宿服务发展机遇分析

三、2015年住宿服务行业的发展机遇分析

第二节 2016-2022年中国住宿服务市场趋势分析

- 一、2015年住宿服务市场趋势总结
- 二、2015年住宿服务行业发展趋势分析
- 三、2016-2022年住宿服务市场发展空间
- 四、2016-2022年住宿服务产业政策趋向
- 五、2016-2022年住宿服务行业技术革新趋势
- 六、2016-2022年住宿服务价格走势分析
- 七、2016-2022年国际环境对住宿服务行业的影响

第十二章 住宿服务行业发展趋势与投资战略研究

第一节 住宿服务市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节 住宿服务行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节 住宿服务行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 对我国住宿服务品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、住宿服务实施品牌战略的意义
- 三、住宿服务企业品牌的现状分析
- 四、我国住宿服务企业的品牌战略
- 五、住宿服务品牌战略管理的策略

第十三章 2016-2022年住宿服务行业发展预测

第一节 未来住宿服务需求与消费预测

- 一、2016-2022年住宿服务产品消费预测
- 二、2016-2022年住宿服务市场规模预测
- 三、2016-2022年住宿服务行业总产值预测
- 四、2016-2022年住宿服务行业销售收入预测
- 五、2016-2022年住宿服务行业总资产预测

第二节 2016-2022年中国住宿服务行业供需预测

- 一、2016-2022年中国住宿服务供给预测
- 二、2016-2022年中国住宿服务产量预测
- 三、2016-2022年中国住宿服务需求预测
- 四、2016-2022年中国住宿服务供需平衡预测
- 五、2016-2022年中国住宿服务产品价格预测
- 六、2016-2022年主要住宿服务产品进出口预测

第三节 影响住宿服务行业发展的主要因素

- 一、2016-2022年影响住宿服务行业运行的有利因素分析
- 二、2016-2022年影响住宿服务行业运行的稳定因素分析
- 三、2016-2022年影响住宿服务行业运行的不利因素分析
- 四、2016-2022年我国住宿服务行业发展面临的挑战分析
- 五、2016-2022年我国住宿服务行业发展面临的机遇分析

第四节 住宿服务行业投资风险及控制策略分析

- 一、2016-2022年住宿服务行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年住宿服务行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年住宿服务行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年住宿服务行业技术风险及控制策略
- 五、2016-2022年住宿服务行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2016-2022年住宿服务行业其他风险及控制策略

第十四章 投资建议

第一节 行业研究结论

第二节 行业发展建议 (ZY XZX)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/G35327ZOG5.html>