

2016-2022年中国分时度假 酒店行业深度调研与市场前景预测报告

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年中国分时度假酒店行业深度调研与市场前景预测报告》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/jiudian/L850436RW7.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

分时度假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。智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国分时度假酒店行业深度调研与市场前景预测报告》共十章。首先介绍了分时度假酒店相关概念及发展环境，接着分析了中国分时度假酒店规模及消费需求，然后对中国分时度假酒店市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国分时度假酒店面临的机遇及发展前景。您若想对中国分时度假酒店有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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2014-2016年分时度假产业概述 10

第一节 分时度假的起源 10

第二节 分时度假发展意义 11

第三节 分时度假与分时度假交换 13

一、分时度假 13

二、分时度假交换 15

三、分时度假种类 16

第四节 全球分时度假的产生及发展 18

第五节 全球分时度假发展现状 19

一、全球分时度假市场整体状况 19

二、全球分时度假市场主要企业 20

第二章2014-2016年分时度假相关产品分析--产权式酒店、酒店公寓 30

第一节 产权式酒店 30

一、产权式酒店定义及类别 30

二、分时度假与产权式酒店的联系与区别	31
(一) 共同点分析	31
(二) 区别分析	32
三、产权式酒店与分时度假酒店的区别	32
四、我国产权式酒店的发展分析	34
(一) 发展环境分析	34
(二) 主要特征分析	34
(三) 发展空间分析	36
(四) 主要代表企业分析	37
(五) 商业模式分析	37
(六) 投资价值分析	39
(七) 未来发展趋势分析	40
第二节 酒店式公寓	42
一、酒店式公寓定义	42
二、中国酒店式公寓概况	47
三、酒店式公寓的消费群体	48
四、酒店式公寓的发展优势	49
五、酒店式公寓的发展劣势	50
六、中国酒店式公寓发展前景	51
第三章2016年中国分时度假酒店运行环境分析	54
第一节中国宏观经济环境分析	54
一、中国GDP增长情况分析	54
二、社会固定资产投资分析	55
三、城乡居民收入增长分析	62
四、居民消费价格变化分析	63
第二节 中国分时度假酒店行业政策环境分析	65
一、国内旅游业管理体制	65
二、《加快发展旅游业意见》	75
三、行业政策法规创新情况	84
四、国民旅游休闲纲要(2016-2022)	87
五、法定节假日带薪假期实施	93

第四章2014-2016年中国分时度假产业现状分析 95

第一节 中国分时度假发展历程 95

一、初步尝试阶段(1987年-1997年) 95

二、探索发展阶段(1997年-2003年) 96

三、本土化发展阶段(2003年-至今) 97

第二节中国分时度假产业发展现状分析 98

一、分时度假企业主要类别 98

二、分时度假酒店经营模式 103

三、分时度假发展本土化 106

四、分时度假发展的困境 107

五、分时度假产业亟待规范化 108

第三节 中国分时度假市场发展分析 109

第四节中国分时度假目前存在的问题 111

一、在短期内无法自由选择国内的各类度假地 111

二、运作不够灵活，时空选择有局限性 112

三、无法保证出境旅游的实现 112

四、费用不一定足够低廉 112

五、欺诈性销售与强制性销售 113

六、经营操作不规范 113

第五节国外分时度假发展借鉴 114

一、国外分时度假产品发展的成功经验 114

二、国外分时度假发展经验对我国的启示 118

第五章2012-2016年中国分时度假企业现状分析 120

第一节 天津泰达度假交换有限公司 120

一、企业基本情况 120

二、企业营销网络分布 121

三、企业主营业务分析 124

第二节 中安达公司 125

一、企业基本情况 125

二、市场策略分析 125

三、企业销售渠道分析	126
四、企业主营业务分析	127
五、企业发展规划分析	127
第三节北京五洲环球酒店管理有限公司	129
一、企业基本情况	129
二、企业主营业务分析	129
三、企业产品分析	130
第四节天伦度假发展有限公司	132
一、企业基本情况	132
二、企业组织架构分析	132
三、企业资质分析	132
四、企业营销网络分析	133
五、企业发展目标	134
第五节达安国际度假交换公司	135
一、企业基本情况	135
二、企业主营业务分析	135
三、企业竞争优势分析	135
第六节 三亚红树林度假酒店	136
一、企业基本情况	136
二、企业业务体系分析	136
第七节重庆环美度假咨询服务有限公司	140
一、企业基本情况	140
二、企业营销网络分析	140
第六章2014-2016年中国分时度假酒店的运营分析	141
第一节 分时度假酒店概述	141
第二节 分时度假产品的运营体系	141
一、分时度假体系的基本主体	141
二、分时度假体系内的基本关系	143
三、分时度假产品谱系将	144
第三节 分时度假产品的销售分析	147
一、分时度假消费特征分析	147

二、分时度假目标客户分析	150
三、分时度假消费者保障机制分析	151
四、分时度假产品销售方式分析	152
五、分时度假产品意义分析	153
六、分时度假产品的开发与销售重点	158
七、销售建议	159
第四节分时度假酒店发展的制约因素分析	161
一、缺乏相应的法律保护	161
二、度假时间得不到保证	162
三、国际化交换没有较好实现	163
四、缺乏城市品牌效应	163
五、国内可供交换的分时度假资源有限	163
第五节 分时度假对我国度假酒店的影响	164
第六节 度假酒店的淡季管理分析	166
一、提供不同的度假产品，吸引更多的客人	166
二、推出价格折扣、各种优惠，刺激人们的需求	167
三、采取网络促销手段，增加人气	168
四、举办各种专题活动，吸引客人前往	169
第七章2014-2016年中国分时度假酒店相关产业分析	171
第一节中国旅游业发展分析	171
一、中国旅游业发展情况	171
二、旅游业进入互联网时代	174
三、中国旅游业对酒店影响	177
第二节中国会展业发展分析	178
一、中国会展行业发展态势	178
二、会展业与酒店互动模式	179
三、会展行业发展趋势前景	187
第三节中国餐饮业发展分析	189
一、餐饮业发展情况分析	189
二、旅游餐饮消费市场特征	190
三、国内餐饮行业发展趋势	191

第八章2016-2022年中国分时度假酒店市场前景趋势预测分析 195

第一节中国分时度假酒店市场前景分析 195

一、分时度假酒店市场前景分析 195

二、度假酒店市场前景分析 196

第二节中国分时度假酒店发展预测分析 197

一、分时度假酒店发展预测 197

二、旅游度假酒店发展预测 197

第九章中国分时度假产业发展战略研究分析 206

第一节分时度假产品的总体概述 206

一、分时度假产品概述 206

二、分时度假产品的保健和激励因素 208

第二节分时度假产品发展策略 211

一、提供优良的旅游度假服务 211

二、制定大众化产品价格 211

三、建立分时度假交换网络 213

四、大力推广“点数制”产品 215

五、增强产品信用，降低购买风险 216

第三节国内分时度假酒店发展战略研究 218

一、锁定目标市场，提升营销效率 218

二、强化网络技术，扩大交换网络 219

三、拓展度假业务，增加住宿附加值 219

第四节分时度假企业营销策略分析 220

一、差异化定位策略---按消费者需要设计产品 220

二、人性化接触策略---按消费者需要展开促销 220

三、传统加现代策略---按消费者需要设置渠道 221

四、低成本竞争策略---按消费者需要制定价格 221

第十章中国分时度假酒店投资风险分析 223(ZY WZY)

第一节分时度假酒店投资机会分析 223

第二节分时度假酒店投资风险分析 223

一、分时度假投资风险分析	223
(一) 宏观经济风险	223
(二) 政策风险	226
(三) 社会文化风险	227
二、分时度假酒店风险防范策略	228
第三节 分时度假酒店投资价值分析	230
一、分时度假产品对旅游产业贡献大	230
二、分时度假可以盘活闲置地产，增加资产性收益	231
三、分时度假更经济、更舒适、更灵活	232
第四节 中国分时度假酒店投资建议	232

图表目录：

图表 1 分时度假发展历程	12
图表 2 分时度假的基本概念	15
图表 3 典型分时度假的主要运营机制	17
图表 4 国外分时度假市场特征及发展趋势	21
图表 5 RCI分时度假的价值体系及控制体系	23
图表 6 分时度假与产权酒店的本质	33
图表 7 产权式酒店与分时度假酒店的区别	34
图表 8 2016年中国产权式酒店行业主要生产企业	39
图表 9 分时度假中国发展趋势	42
图表 10 2014-2016年工业产值数据统计表	57
图表 11 2014-2016年3月中国城镇固定资产投资表	58
图表 12 2014-2016年3月中国房地产开发投资表	59
图表 13 2014-2016年3月中国城镇固定资产投资表	60
图表 14 2014-2016年3月中国房地产开发投资表	61
图表 15 2016年3月固定资产投资继续回落2.3%至13.3%	62
图表 16 2016年地产、基建以及制造业投资均出现下滑	63
图表 17 2016年3月基建+地产投资大幅下滑3.8%至13.3%	63
图表 18 2012-2016年中国CPI\PPI价格指数变动趋势图	65
图表 19 2014-2016年中国居民消费价格涨跌幅	66
图表 20 旅游业对GDP、就业和投资的贡献	87

图表 21 旅游业规划指标体系（2011-2015） 88

图表 22 各地旅游业发展规划 89

图表 23 分时度假中国发展阶段 98

图表 24 分时度假的集中模式对比表 106

图表 25 中国交换式产权酒店未来发展思路 107

图表 26 分时度假中国发展的问题 109

图表 27 分时度假成功关键点 113

图表 28 美国分时度假行业的发展变化 118

图表 29 天津泰达度假交换有限公司权益人分布城市 123

图表 30 天津泰达度假交换有限公司TRAC交换酒店分布城市 124

图表 31 天津泰达度假的发展历程 125

图表 32 泰达度假交换公司（加盟RCI）度假交换网络分析图 125

图表 33 红树林中国分布 138

图表 34 青岛灵山湾产品及价格体系 140

图表 35 三亚湾产品及价格体系 140

图表 36 分时度假业相关运行主体 144

图表 37 典型的分时度假运营机制 145

图表 38 分时度假交换系统相关主体及基本运作模式 148

图表 39 国内目标市场对分时度假的认知度 149

图表 40 消费者对分时度假产品年限选择 150

图表 41 消费者对促销手段偏好 151

图表 42 分时度假项目客户特点 152

图表 43 分时度假项目客户购买共性问题 153

图表 44 几种销售通路对比 154

图表 45 分时度假几种模式对比 161

图表 46 分时度假与酒店集团合作优势分析 167

图表 47 2016-2022年中国旅游业总收入变化及预测 173

图表 48 国内居民旅游情况 175

图表 49 国内游与入境游接待情况 175

图表 50 1999-2016年中国旅游业互联网发展阶段 176

图表 51 2016-2022年中国在线旅游交易规模及预测 177

图表 52 中国在线旅游渗透率及发展潜力 177

图表 53 2016年发达国家在线旅游渗透率对比 178

图表 54 分时度假要素构成图 208

图表 55 赫茨伯格双因素理论 210

图表 56 不同年限产品价格比较 215

图表 57 分时度假产品类型细分表 224

图表 58 各家庭收入等级在城市家庭占比情况 227

图表 59 消费的增长主要由富裕阶层和中产阶级推动 228

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiudian/L850436RW7.html>