

2019-2025年中国分时度假酒店行业发展前景预测 及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国分时度假酒店行业发展前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/393177.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 分时度假产业概述1

第一节 分时度假的起源1

第二节 分时度假发展意义2

第三节 分时度假与分时度假交换3

一、分时度假3

二、分时度假交换3

第四节 全球分时度假的发展历程4

第五节 全球分时度假发展现状5

一、全球分时度假市场整体状况5

二、全球分时度假市场主要企业7

第二章 分时度假相关产品分析--产权式酒店、酒店公寓9

第一节 产权式酒店9

一、产权式酒店定义及类别9

二、分时度假与产权式酒店的联系与区别10

1、共同点分析10

2、区别分析10

三、我国产权式酒店的发展分析12

1、发展环境分析12

2、主要特征分析15

3、市场现状分析18

4、主要代表企业分析18

（1）深圳大梅沙雅兰酒店18

（2）杭州黄龙月亮湾产权式酒店20

（3）三亚卓达产权式酒店项目22

（4）北京金色假日产权式酒店27

（5）成都市紫薇?银座酒店28

（6）三亚海韵度假酒店32

- (7) 西安颐和宫大酒店35
- 5、销售的影响因素分析38
- 6、投资价值分析42
- 7、未来发展趋势分析44
- 第二节 酒店式公寓45
 - 一、酒店式公寓定义45
 - 二、中国酒店式公寓现状47
 - 1、中国酒店式公寓市场发展分析47
 - 2、一线城市酒店式公寓市场现状48
 - 3、二线城市酒店式公寓市场现状50
 - (1) 酒店式公寓市场供应状况50
 - (2) 酒店式公寓市场需求结构51
 - (3) 酒店式公寓市场竞争现状52
 - (4) 酒店式公寓租赁价格现状52
 - 4、二线城市酒店式公寓经营管理现状53
 - (1) 酒店式公寓经营模式分析53
 - (2) 酒店式公寓管理模式分析54
 - (3) 酒店式公寓配套服务分析54
 - 5、酒店式公寓发展存在的问题55
 - (1) 缺乏统一的行业规范和行政监管55
 - (2) 缺乏整体规划，目标市场不明确56
 - (3) 服务项目和服务质量欠缺56
 - (4) 内部管理混乱56
 - 6、优秀案例——青岛三度空间·柏悦酒店式公寓57
 - (1) 酒店式公寓发展现状57
 - (2) 酒店式公寓经营管理58
 - (3) 酒店式公寓SWOT分析58
 - (4) 酒店式公寓经验借鉴61
 - 三、中国酒店式公寓发展建议62
 - 1、目标市场定位战略62
 - 2、产品规划设计64
 - 3、配套设施设计战略66
 - 4、经营管理战略67
 - 5、营销战略68
- 第三章 2018年中国分时度假产业发展环境分析70

第一节 国内分时度假经济环境分析70

一、中国GDP增长情况分析70

二、社会固定资产投资分析70

三、城乡居民收入增长分析71

四、居民消费价格变化分析73

第二节 中国分时度假行业政策环境分析73

一、国内旅游行业管理体制73

二、《加快发展旅游业意见》74

三、行业政策法规创新情况77

四、国民旅游休闲纲要80

五、法定节假日带薪假期实施83

第二部分 行业深度分析

第四章 2018年中国分时度假产业现状分析85

第一节 中国分时度假发展历程85

第二节 中国分时度假产业发展现状分析87

一、分时度假与酒店集团的合作87

二、中国分时度假酒店经营模式89

三、中国分时度假发展现状94

四、中国分时度假发展的困境100

五、中国分时度假市场矛盾及趋势108

六、中国分时度假市场规模分析109

第三节 中国分时度假市场区域发展分析110

第四节 中国分时度假目前存在的问题110

一、运作不够灵活，时空选择有局限性110

二、时间跨度大，客户承当风险大110

三、无法保证出境旅游的实现110

四、费用不一定足够低廉111

五、欺诈性销售与强制性销售111

六、经营操作不规范111

第五节 国外分时度假发展借鉴111

一、国外分时度假产品发展的成功经验111

二、国外分时度假发展经验对我国的启示113

第五章 2018年中国分时度假重点企业现状分析116

第一节 泰达度假交换有限公司116

一、企业简介116

二、企业经营情况116

三、企业竞争优势分析117

四、企业发展战略分析118

第二节 中安达公司118

一、企业简介118

二、企业经营情况118

三、企业竞争优势分析118

四、企业发展战略分析119

第三节 中房集团分时度假联盟119

一、企业简介119

二、企业经营情况119

三、企业竞争优势分析120

四、企业发展战略分析120

第四节 天伦度假发展有限公司121

一、企业简介121

二、企业经营情况121

三、企业发展战略分析121

第五节 海南华夏之旅分时度假交换有限公司简介122

第六节 中华分时度假机构123

一、企业简介123

二、企业经营情况123

三、企业竞争优势分析123

四、企业发展战略分析124

第七节 北京金陆翔度假发展有限公司简介124

一、企业简介124

二、企业经营情况124

三、企业竞争优势分析125

四、企业发展战略分析125

第八节 北海易度网络科技有限公司125

一、企业简介125

二、企业经营情况125

三、企业竞争优势分析126

第九节 三亚太阳度假会馆131

一、企业简介131

二、企业经营情况131

三、企业竞争优势分析132

四、企业发展战略分析132

第十节 达安国际度假交换公司132

一、企业简介132

三、企业经营分析132

三、企业发展战略分析133

第三部分 竞争格局分析

第六章 2018年中国分时度假酒店的运营分析134

第一节 分时度假产品的运营体系134

一、分时度假体系的基本主体134

二、分时度假体系内的基本关系135

第二节 分时度假产品的销售分析137

一、分时度假消费特征分析137

二、分时度假目标客户分析137

三、分时度假消费者保障机制分析138

四、分时度假产品销售行为分析141

五、分时度假产品销售模式分析142

六、分时度假产品的开发与销售重点146

第三节 分时度假产品的淡旺季管理分析152

第四节 分时度假酒店发展的制约因素分析153

一、度假时间得不到保证153

二、缺乏相应的法律保护153

三、国际化交换没有较好实现153

四、缺乏城市品牌效应154

五、国内可供交换的分时度假资源有限154

第七章 中国分时度假酒店相关产业分析155

第一节 中国旅游业发展分析155

一、中国旅游行业发展情况155

二、旅游业发展对酒店影响158

三、中国旅游业的发展策略159

第二节 中国会展业发展分析162

一、中国会展行业发展态势162

二、会展业与酒店互动模式163

三、会展行业发展趋势前景168

第三节 中国餐饮业发展分析172

一、餐饮业发展情况分析172

二、旅游餐饮消费市场特征173

三、国内餐饮行业发展趋势173

第四部分 发展前景展望

第八章 2019-2025年中国分时度假酒店市场前景及趋势预测分析176

第一节 中国分时度假酒店市场前景分析176

一、分时度假酒店市场前景分析176

二、度假酒店市场前景分析177

第二节 中国分时度假酒店发展预测分析179

一、分时度假酒店发展预测179

二、旅游度假酒店发展预测182

第九章 中国分时度假产业发展战略研究分析184

第一节 分时度假产品的总体概述184

一、分时度假产品概述184

二、分时度假产品发展因素184

第二节 分时度假产品发展策略186

一、提供优良的旅游度假服务186

二、制定大众化产品价格186

三、建立健分时度假交换网络187

四、大力推广“点数制”产品189

五、增强产品信用，降低购买风险190

第三节 国内分时度假酒店发展战略研究191

一、锁定目标市场，提升营销效率191

二、强化网络技术，扩大交换网络192

三、拓展度假业务，增加住宿附加值192

第四节 分时度假企业营销策略分析193

一、采取差异化策略193

二、突出主题和特色193

三、创建现代化营销194

四、加强品牌化经营194

五、建立好关系营销194

第十章 2019-2025年中国分时度假行业投资风险预警196

第一节 影响分时度假行业发展的主要因素196

一、2018年影响分时度假行业运行的有利因素196

二、2018年影响分时度假行业运行的稳定因素197

三、2018年影响分时度假行业运行的不利因素197

四、2018年中国分时度假行业发展面临的挑战198

五、2018年中国分时度假行业发展面临的机遇199

第二节 分时度假行业投资风险预警200

一、市场开发风险200

二、项目投资融资风险200

三、市场竞争风险202

四、其他典型的风险202

第十一章 分时度假企业管理策略建议204

第一节 市场策略分析204

一、分时度假产品研究策略204

二、国内分时度假企业运营分析216

第二节 发展策略分析219

一、以RCI交换公司为核心企业的运营模式分析219

二、以饭店管理集团为核心的运营模式分析——以万豪集团为例221

三、美国分时度假产业运营对我国的启示221

第三节 提高分时度假企业竞争力的策略224

一、提高中国分时度假企业核心竞争力的对策224

二、影响分时度假企业核心竞争力的因素及提升途径226

三、提高分时度假企业竞争力的策略228

第四节 对中国分时度假品牌的战略思考233

一、国内分时度假产业运营模式创新的建议233

二、地方政府的建议238

三、企业建议对策239

四、结论总结建议241

图表目录：

图表：2011-2018年全球分时度假所属行业市场规模走势6

图表：2011-2018年全球分时度假与旅游增长情况对比6

图表：全球分时度假交换平台8

图表：三亚卓达产权式酒店客房类型25

图表：三亚海韵度假酒店配套表格33

图表：2017年全国酒店式公寓供求统计信息50

图表：2018年全国酒店式公寓供求统计信息51

图表：2018年青岛市酒店式公寓出租价位53

图表：2011-2018年中国GDP增长情况70

图表：2012-2018年中国固定资源投资情况71

图表：2012-2018年中国居民人均可支配收入及增长72

图表：2018年中国居民人均消费支出及其构成72

图表：2011-2018年中国居民消费者信心指数情况73

图表：中国分时度假发展历程87

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/393177.html>