

2018-2024年中国分时度假酒店行业市场深度调研 分析及投资前景研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国分时度假酒店行业市场深度调研分析及投资前景研究预测报告》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/344895.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

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 2017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 2017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 2017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 2017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 2018-2024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 2018-2024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、2017年影响分时度假行业运行的有利因素 196

二、2017年影响分时度假行业运行的稳定因素 197

三、2017年影响分时度假行业运行的不利因素 197

四、2017年中国分时度假行业发展面临的挑战 198

五、2017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、分时度假产品研发策略 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：2011-2017年全球分时度假行业市场规模走势 6

图表：2011-2017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：2016年全国酒店式公寓供求统计信息 50

图表：2017年全国酒店式公寓供求统计信息 51

图表：2017年青岛市酒店式公寓出租价位 53

图表：2011-2017年中国GDP增长情况 70

图表：2012-2017年中国固定资源投资情况 71

图表：2012-2017年中国居民人均可支配收入及增长 72

图表：2017年中国居民人均消费支出及其构成 72

图表：2011-2017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
图表：2014-2024年中国分时度假行业市场规模及预测	109
图表：海南华夏之旅分时度假交换有限公司简介	122
图表：易度网交换平台交换系统	126
图表：易度网交换平台产权式酒店交换	127
图表：共享度假模式的优势	129
图表：从消费者的角度共享度假模式的优势	130
图表：从酒店业主及经营方角度共享度假模式的优势	130
图表：2017年国内旅游人数城镇和农村居民占比	155
图表：2017年入境旅游人数外国人和港澳台胞占比	156
图表：2017年入境过夜旅游人数外国人和港澳台胞占比	157
图表：2017年入境游客各大洲占比	158
图表：旅游行业发展阶段及其主要产品	180
图表：国内学者对分时度假的研究概况	205
图表：国内学者对分时度假及相关内容的研究概况	206
图表：分时度假产业运营价值链分析	207
图表：度假房地产的分类	208
图表：关于分时度假的几种定义	208
图表：分时度假产业运营的活动主体	209
图表：分时度假产业的基本运营机制	211
图表：完善的分时度假产业运营系统	213
图表：分时度假产业价值链模型	216
图表：国内分时度假运营企业对比分析表	217
图表：RCI为核心企业的分时度假运营模式	220
图表：万豪国际度假俱乐部运营模式	223
图表：本土化的分时度假产业运营模式	238

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/344895.html>