

# 2024-2030年中国分时度假酒店行业发展监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《2024-2030年中国分时度假酒店行业发展监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/channel/hotel/988144.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

《2024-2030年中国分时度假酒店行业发展监测及投资战略研究报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对分时度假酒店行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合分时度假酒店行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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分析数据，企业数据主要来自于国家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

##### 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

- (1) 深圳大梅沙雅兰酒店
- (2) 杭州黄龙月亮湾产权式酒店
- (3) 三亚卓达产权式酒店项目
- (4) 北京金色假日产权式酒店
- (5) 成都市紫薇?银座酒店
- (6) 三亚海韵度假酒店
- (7) 西安颐和宫大酒店

#### 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

##### 1、中国酒店式公寓市场发展分析

##### 2、一线城市酒店式公寓市场现状

##### 3、二线城市酒店式公寓市场现状

- (1) 酒店式公寓市场供应状况
- (2) 酒店式公寓市场需求结构
- (3) 酒店式公寓市场竞争现状
- (4) 酒店式公寓租赁价格现状

##### 4、二线城市酒店式公寓经营管理现状

- (1) 酒店式公寓经营模式分析
- (2) 酒店式公寓管理模式分析
- (3) 酒店式公寓配套服务分析

##### 5、酒店式公寓发展存在的问题

- (1) 缺乏统一的行业规范和行政监管
- (2) 缺乏整体规划，目标市场不明确
- (3) 服务项目和服务质量欠缺
- (4) 内部管理混乱

##### 6、优秀案例——青岛三度空间?柏悦酒店式公寓

- (1) 酒店式公寓发展现状
- (2) 酒店式公寓经营管理
- (3) 酒店式公寓SWOT分析

#### (4) 酒店式公寓经验借鉴

### 三、中国酒店式公寓发展建议

- 1、目标市场定位战略
- 2、产品规划设计
- 3、配套设施设计战略
- 4、经营管理战略
- 5、营销战略

## 第三章 2023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 行业深度分析

## 第四章 2023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 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、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 大连香洲分时度假服务有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 海南二十一分时度假管理有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 长岛蓬达分时度假大酒店有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 龙岩客都生态温泉分时度假酒店有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三部分 竞争格局分析

第六章 2023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

## 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

## 第四部分 发展前景展望

## 第八章 2024-2030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、分时度假产品发展因素

### 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、采取差异化策略
- 二、突出主题和特色
- 三、创建现代化营销
- 四、加强品牌化经营
- 五、建立好关系营销

## 第十章 2024-2030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

### 第二节 分时度假行业投资风险预警

- 一、市场开发风险
- 二、项目投资融资风险
- 三、市场竞争风险
- 四、其他典型的风险

## 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、分时度假产品研究策略



## 二、国内分时度假企业运营分析

### 第二节 发展策略分析

### 第三节 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

#### 图表目录：

图表：2019-2023年全球分时度假行业市场规模走势

图表：2019-2023年全球分时度假与旅游增长情况对比

图表：2023年全国酒店式公寓供求统计信息

图表：2023年青岛市酒店式公寓出租价位

图表：2019-2023年中国GDP增长情况

图表：2019-2023年中国固定资源投资情况

图表：2019-2023年中国居民人均可支配收入及增长

图表：2023年中国居民人均消费支出及其构成

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/hotel/988144.html>