

2014-2020年中国主题酒店 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国主题酒店市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/canyin1406/T128536440.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-06-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明: 博思数据发布的《2014-2020年中国主题酒店市场现状分析及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了主题酒店相关概述、中国主题酒店市场运行环境等,接着分析了中国主题酒店市场发展的现状,然后介绍了中国主题酒店重点区域市场运行形势。随后,报告对中国主题酒店重点企业经营状况分析,最后分析了中国主题酒店行业发展趋势与投资预测。您若想对主题酒店产业有个系统的了解或者想投资主题酒店行业,本报告是您不可或缺的重要工具。 资料来源:博思数据研究中心整理 资料来源:博思数据研究中心整理

资料来源:博思数据研究中心整理

随着主题酒店在中国的成功经营和发展,酒店的经营者们掀起投资主题酒店业的热潮,其投资额度也逐年的提升。相对于中档酒店或经济型酒店,投资者往往会由于投入资金的数额和经营回报等问题,更倾向于建造五星级的豪华型酒店,主题酒店的规模也随之扩大。

主题酒店的出现为中国酒店业的发展提供了新思路,是中国酒店业未来发展的必然选择。主题酒店在发达国家已是十分成熟的市场,但在中国还处于起步阶段。中国经济的持续发展给国内消费市场带来了强劲的上升空间。主题酒店在中国市场同样具有巨大的发展空间。

第一章 主题酒店相关概述

1.1 酒店的介绍

1.1.1 酒店的概念

1.1.2 酒店的分类

1.1.3 酒店的产品

1.1.4 酒店业的特点及历史

1.2 主题酒店概念阐释

1.2.1 主题酒店的定义

1.2.2 主题酒店与特色酒店的异同

1.2.3 主题酒店的灵魂

1.2.4 主题酒店的一般类型

1.3 创建主题酒店的意义

1.3.1 引发注意力

1.3.2 深化记忆力

1.3.3 创造文化力

1.3.4 形成品牌力

1.3.5 培育竞争力

第二章 2011-2013年中国酒店业的发展

2.1 2011-2013年中国酒店业的发展综述

2.1.1 中国酒店业在国民经济发展中的战略定位

2.1.2 中国现代酒店业的特点分析

2.1.3 中国酒店业总体发展状况

2.1.4 中国酒店业与国际一流酒店业的差距

2.2 2011年中国酒店业发展分析

2.2.1 2011年中国星级酒店发展状况

2.2.2 2011年中国酒店业发展态势分析

2.2.3 2011年中国酒店业大事盘点

2.3 2012年中国酒店业发展分析

2.3.1 2012年中国星级酒店发展状况

2.3.2 2012年中国酒店业发展动态

2.3.3 2012年中国酒店业大事盘点

2.4 2013年中国酒店业的发展

2.5 中国酒店业面临的问题

2.5.1 中国酒店业存在的主要问题

2.5.2 中国酒店业的“软肋”

2.5.3 中国酒店业的市场壁垒分析

2.5.4 中国酒店业面临的挑战

2.6 中国酒店业的发展策略

2.6.1 中国酒店业发展的政策取向

2.6.2 中国酒店业质量问题的对策

2.6.3 中国本土酒店的发展建议

2.6.4 促进中国酒店企业发展的策略

第三章 2011-2013年国外主题酒店发展概况

3.1 2011-2013年国外主题酒店的发展概述

3.1.1 国外主题酒店的发展历程

3.1.2 主题酒店构成世界酒店产业的亮丽风景

3.1.3 主题酒店在欧洲与美国市场上逐渐兴起

3.1.4 2013年全球第三家乐高主题酒店正式开业

3.2 2011-2013年国外主题酒店的发展特点

3.2.1 酒店规模大集团化程度高

3.2.2 重视环境营造及突出强调水元素

3.2.3 娱乐及体验性高

3.2.4 酒店建筑富有特色

3.3 2011-2013年美国主题酒店的发展

3.3.1 主题酒店最早出现于美国

3.3.2 美国拉斯维加斯是世界“主题酒店之都”

3.3.3 拉斯维加斯主题酒店的发展现状

3.3.4 拉斯维加斯主题酒店的经营特点

第四章 2011-2013年中国主题酒店的发展分析

4.1 主题酒店是中国酒店业发展的必然选择

4.1.1 酒店业标准化向个性化发展

4.1.2 市场细分是酒店业大势所趋

4.1.3 酒店市场竞争逐步升级

4.1.4 主题酒店是中国文化产业发展的需要

4.2 2011-2013年中国主题酒店发展概述

4.2.1 主题酒店在中国的兴起

4.2.2 中国主题酒店的发展阶段

4.2.3 中国主题酒店的发展现状及特点

4.2.4 中国主题酒店主题开发建设覆盖面较广

4.2.5 国家新政策鼓励主题酒店发展

4.3 2011年中国主题酒店发展动态

4.3.1 2011年成都“花园主题”酒店开业

4.3.2 2011年嘉兴首家五星级主题酒店开业

4.3.3 2011年北京首家艺术主题酒店开业

4.3.4 2011年广州首家水疗主题酒店开业

4.3.5 2011年吉林童话主题酒店开业

4.4 2012年中国主题酒店发展动态

4.4.1 2012年成都提出打造“中国主题酒店之都”

4.4.2 2012年中国首个集装箱主题精品酒店开业

- 4.4.3 2012年上海迪士尼启动主题酒店项目
- 4.4.4 2012年陕西首家道文化温泉主题酒店开业
- 4.4.5 2012年郢城开建五星级水浒文化主题酒店
- 4.5 2013年中国主题酒店发展动态
 - 4.5.1 2013年中国推出全球首家熊猫主题酒店
 - 4.5.2 2013年国内首家驿站主题酒店开业
 - 4.5.3 2013年五指山首家高星级热带雨林主题酒店开业
 - 4.5.4 2013年太原首家情侣主题酒店开业
 - 4.5.5 2013年海南首家西班牙风格主题酒店开业
- 4.6 2011-2013年中国主题酒店市场的竞争概况
 - 4.6.1 主题酒店与经济型酒店竞争升级
 - 4.6.2 健康主题酒店引导健康生活理念
 - 4.6.3 主题艺术酒店引领城市新锐生活时尚
 - 4.6.4 游艇主题酒店打造海洋魅力旅游
- 4.7 民族文化与主题酒店
 - 4.7.1 中国酒店缺乏传统文化元素
 - 4.7.2 民族文化是主题酒店的最佳选择之一
 - 4.7.3 民族文化主题酒店发展现状
 - 4.7.4 民族文化主题酒店问题分析
 - 4.7.5 民族文化主题酒店设计的建议

第五章 主题酒店的策划和设计

- 5.1 建设主题酒店的三要素
 - 5.1.1 服务功能
 - 5.1.2 市场细分
 - 5.1.3 特色文化
- 5.2 主题酒店产品设计与开发的基本思路
 - 5.2.1 准确独特的主题定位——寻找主题
 - 5.2.2 和谐的主题环境与氛围——展示主题
 - 5.2.3 配套的主题设施与产品——传递主题
 - 5.2.4 诱人的主题活动与服务——深化主题
- 5.3 主题酒店设计的关键及要点

- 5.3.1 主题确定需满足四个基本条件
- 5.3.2 主题酒店的规划设计的步骤
- 5.3.3 主题酒店的策划开发的要点
- 5.3.4 主题酒店策划设计的策略
- 5.4 主题酒店的设计案例简析——广州长隆酒店
 - 5.4.1 广州长隆酒店简介
 - 5.4.2 准确的主题定位
 - 5.4.3 多方位的主题展示
 - 5.4.4 主题的深化与传递
- 5.5 主题酒店空间设计的趋势
 - 5.5.1 发掘地域民族文化精髓
 - 5.5.2 巧妙利用著名景观建筑风格
 - 5.5.3 回归自然的人本主义
 - 5.5.4 科技、艺术、文化符号等元素层出不穷

第六章 2011-2013年主题酒店的投资和经营

- 6.1 主题酒店的投资
 - 6.1.1 投资主题酒店是顺应市场发展趋势
 - 6.1.2 投资主题酒店需要长远眼光
 - 6.1.3 市场定位是主题酒店投资经营的关键
 - 6.1.4 投资主题酒店要考虑生命周期
- 6.2 中国主题酒店的经营特点
 - 6.2.1 投资规模以高档酒店为主
 - 6.2.2 酒店行业组织的参与
 - 6.2.3 环境制约性强
 - 6.2.4 主题选择以历史文化为主
- 6.3 中美主题酒店经营特点比较
 - 6.3.1 酒店的规模和数量
 - 6.3.2 集团化程度
 - 6.3.3 行业组织的参与
 - 6.3.4 酒店主题化程度
 - 6.3.5 主题文化的选择

6.4 中国主题酒店经营模式的建议

6.4.1 中国主题酒店经营模式本土化发展处于探索阶段

6.4.2 经济型的主题酒店

6.4.3 三星级酒店的转型

6.4.4 高星级主题酒店

6.5 企业边界扩展与主题酒店经营管理创新

6.5.1 企业边界理论概述

6.5.2 企业边界扩展在主题酒店企业的表现

6.5.3 企业边界扩展对主题酒店企业的影响及对策分析

第七章 中国主题酒店发展策略研究

7.1 中国主题酒店发展的优势

7.1.1 自然资源和文化资源丰富

7.1.2 主题酒店具有很大的发展空间和市场潜力

7.1.3 主题酒店建设步入标准化发展进程

7.2 中国主题酒店存在的问题

7.2.1 主题酒店与特色酒店混为一谈

7.2.2 过分西化不考虑所处地域的形象

7.2.3 一味依赖主题轻视其他

7.2.4 过于追求大规模大投入

7.2.5 星级低、宣传欠缺及知名度不高

7.3 中国主题酒店的发展对策

7.3.1 中国主题酒店发展需要长时间探索

7.3.2 主题酒店需要准确的主题定位及市场定位

7.3.3 中国主题酒店发展的主要对策

7.3.4 中国主题酒店进一步发展的建议

7.4 中国主题酒店竞争力提升对策探析

7.4.1 酒店竞争力的概念

7.4.2 主题酒店竞争力的影响要素分析

7.4.3 主题酒店提升竞争力的对策

7.4.4 营造文化主题差异化避免同质竞争

第八章 2011-2013年国外精品主题酒店介绍

8.1 丹麦•哥本哈根•福士酒店

8.1.1 酒店概况

8.1.2 主题特色

8.2 全球首间海底酒店POSEIDON UNDERSEA RESORTS

8.2.1 酒店概况

8.2.2 主题特色

8.3 迪拜BURJ AL-ARAB

8.3.1 酒店概况

8.3.2 主题特色

8.4 博伊西ANNIVERSARY INN

8.4.1 酒店概况

8.4.2 主题特色

8.5 原始森林WILDWOOD-INN

8.5.1 酒店概况

8.5.2 主题特色

8.6 柏林怪异旅馆PROPELLER ISLAND CITY

8.6.1 酒店概况

8.6.2 主题特色

8.7 金字塔酒店LUXOR HOTEL

8.7.1 酒店概况

8.7.2 主题特色

8.8 纽约图书馆酒店LIBRARY HOTEL

8.8.1 酒店概况

8.8.2 主题特色

8.9 瑞典冰旅馆ICE HOTEL

8.9.1 酒店概况

8.9.2 主题特色

8.10 巴厘岛HARD ROCK HOTEL BALI

8.10.1 酒店概况

8.10.2 主题特色

第九章 2011-2013年中国重点主题酒店介绍

9.1 深圳威尼斯皇冠假日酒店

9.1.1 酒店概况

9.1.2 主题特色

9.2 深圳山水酒店

9.2.1 酒店概况

9.2.2 主题特色

9.3 深圳丹枫白露酒店

9.3.1 酒店概况

9.3.2 主题特色

9.4 香港JIA (JIA BOUTIQUE HOTEL)

9.4.1 酒店概况

9.4.2 主题特色

9.5 长城脚下的公社 (原称：建筑师走廊)

9.5.1 酒店概况

9.5.2 主题特色

9.6 中山真善美大酒店

9.6.1 酒店概况

9.6.2 主题特色

9.7 百丈峡酒店

9.7.1 酒店概况

9.7.2 主题特色

9.8 长沙2599爱情主题酒店

9.8.1 酒店概况

9.8.2 主题特色

第十章 中国主题酒店的前景趋势分析

10.1 中国酒店业的发展前景及趋势

10.1.1 中国酒店业发展前景广阔

10.1.2 未来九类酒店需求将扩大

10.1.3 中国酒店业未来发展趋势分析

10.1.4 中国未来酒店业具体发展方向

10.2 中国主题酒店的发展前景展望

10.2.1 中国主题酒店具有巨大发展空间

10.2.2 中国主题酒店业前景值得期待

10.2.3 未来主题酒店或将成为中国酒店业的标志

10.2.4 中国主题酒店市场还有待探索

10.3 中国主题酒店全面发展的新趋势

10.3.1 集团化酒店和经济型酒店的主题化发展趋势

10.3.2 主题酒店的“酒店+景点”新型发展模式

10.3.3 主题酒店向主题景区的演变

10.3.4 高科技在主题酒店中的应用成为时尚

图表目录：

图表 2011年第一季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2011年第二季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2011年第三季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2011年第四季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2012年第一季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2012年第二季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2012年第三季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2012年第四季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2013年全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2013年全国星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分）

图表 2013年三大区域星级饭店经营情况统计表（按星级分）

图表 2013年重点旅游城市星级饭店平均房价前10名情况表（按星级分）

图表 饭店战略性资源的构成 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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1406/T128536440.html>