



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年主题酒店市场运行 态势及投资战略咨询报告

一、调研说明

《2013-2017年主题酒店市场运行态势及投资战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/220132.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章、主题酒店相关概述

第一节、酒店的介绍

- 一、酒店的概念
- 二、酒店的分类
- 三、酒店的产品
- 四、酒店业的特点及历史

第二节、主题酒店概念阐释

- 一、主题酒店的定义
- 二、主题酒店与特色酒店的异同
- 三、主题酒店的灵魂
- 四、主题酒店的一般类型

第三节、创建主题酒店的意义

- 一、引发注意力
- 二、深化记忆力
- 三、创造文化力
- 四、形成品牌力
- 五、培育竞争力

第二章、中国酒店业的发展

第一节、中国酒店业的发展综述

- 一、中国酒店业在国民经济发展中的战略定位
- 二、中国现代酒店业的特点分析
- 三、建国60年中国酒店业发展概述
- 四、中国酒店业与国际一流酒店业的差距

第二节、2007-2008年中国酒店业发展回顾

- 一、2007年中国酒店业基本状况
- 二、2007年中国酒店业热点透视
- 三、2008年中国酒店市场发展概况
- 四、2008年中国酒店业的发展特点

第三节、2009年中国酒店业的发展

- 一、2009年中国酒店市场运行特点
- 二、2009年中国酒店业化危机为机遇
- 三、2009年中国酒店业热点分析
- 四、2009年中国酒店市场的竞争态势

第四节、2010年中国酒店业的发展

- 一、2010年中国酒店业逐渐回暖
- 二、2010年中国星级酒店发展状况分析
- 三、2010年部分地区酒店业发展态势
- 四、2010年中国酒店业趋向多元化发展

第五节、2011年1-10月中国酒店业的发展

- 一、2011年上半年中国酒店业市场规模
- 二、2011年第一季度中国星级酒店开业状况
- 三、2011年第二季度中国星级酒店开业状况
- 四、2011年第三季度中国星级酒店开业状况
- 五、2011年10月中国星级酒店开业状况

第六节、中国酒店业面临的问题与挑战

- 一、中国酒店业存在的主要问题
- 二、中国酒店业的"软肋"
- 三、中国酒店业市场的壁垒分析
- 四、中国酒店业的质量问题

第七节、中国酒店业的发展策略

- 一、中国酒店业发展的政策取向
- 二、中国酒店业质量问题的发展对策
- 三、中国本土酒店的发展建议
- 四、促进中国酒店企业发展的策略

第三章、国外主题酒店发展概况

第一节、国外主题酒店的发展概述

- 一、国外主题酒店的发展历程
- 二、主题酒店构成世界酒店产业的亮丽风景
- 三、主题酒店在欧洲与美国市场上逐渐兴起
- 四、国外正兴起科学主题酒店

第二节、国外主题酒店的发展特点

- 一、酒店规模大集团化程度高
- 二、重视环境营造及突出强调水元素
- 三、娱乐及体验性高
- 四、酒店建筑富有特色

第三节、美国主题酒店的发展

- 一、主题酒店最早出现于美国
- 二、美国拉斯维加斯是世界"主题酒店之都"
- 三、拉斯维加斯主题酒店的发展现状
- 四、拉斯维加斯主题酒店的经营特点

第四章、中国主题酒店的发展

第一节、主题酒店是中国酒店业发展的必然选择

- 一、酒店业标准化向个性化发展
- 二、市场细分是酒店业大势所趋
- 三、酒店市场竞争逐步升级
- 四、主题酒店是中国文化产业发展的需要

第二节、中国主题酒店发展概述

- 一、主题酒店在中国的兴起
- 二、中国主题酒店的发展阶段
- 三、中国主题酒店的发展现状及特点
- 四、中国主题酒店主题开发建设覆盖面较广
- 五、国家新政策鼓励主题酒店发展

第三节、2008-2009年中国主题酒店发展动态

- 一、2008年景德镇青花主题酒店开业
- 二、2008年中国首家奥运主题酒店开业
- 三、2009年中国出现首家博物馆式主题酒店
- 四、2009年山东济宁首家太白文化主题酒店开业

第四节、2010年中国主题酒店发展动态

- 一、2010年中国首个主题酒店群在深圳落成
- 二、2010年国内首家五星级珠宝主题酒店开业
- 三、2010年深圳华侨城打造岭南文化主题酒店

四、2010年长沙各种主题酒店频繁开业

第五节、2011年中国主题酒店发展动态

- 一、2011年成都"花园主题"酒店开业
- 二、2011年嘉兴首家五星级主题酒店开业
- 三、2011年北京首家艺术主题酒店开业
- 四、2011年广州首家水疗主题酒店开业
- 五、2011年吉林童话主题酒店开业

第六节、中国主题酒店市场的竞争概况

- 一、主题酒店与经济型酒店竞争升级
- 二、健康主题酒店引导健康生活理念
- 三、主题艺术酒店引领城市新锐生活时尚
- 四、游艇主题酒店打造海洋魅力旅游

第七节、民族文化与主题酒店

- 一、中国酒店缺乏传统文化元素
- 二、民族文化是主题酒店的最佳选择之一
- 三、民族文化主题酒店发展现状
- 四、民族文化主题酒店问题分析
- 五、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

第一节、建设主题酒店的三要素

- 一、服务功能
- 二、市场细分
- 三、特色文化

第二节、主题酒店产品设计与开发的基本思路

- 一、准确独特的主题定位——寻找主题
- 二、和谐的主题环境与氛围——展示主题
- 三、配套的主题设施与产品——传递主题
- 四、诱人的主题活动与服务——深化主题

第三节、主题酒店设计的关键及要点

- 一、主题的确需满足四个基本条件
- 二、主题酒店的规划设计的步骤

三、主题酒店的策划开发的要点

四、主题酒店策划设计的策略

第四节、主题酒店的设计案例简析——广州长隆酒店

一、广州长隆酒店简介

二、准确的主题定位

三、多方位的主题展示

四、主题的深化与传递

第五节、主题酒店空间设计的趋势

一、发掘地域民族文化精髓

二、巧妙利用著名景观建筑风格

三、回归自然的人本主义

四、科技、艺术、文化符号等元素层出不穷

第六章、主题酒店的投资和经营

第一节、主题酒店的投资

一、投资主题酒店是顺应市场发展趋势

二、投资主题酒店需要长远眼光

三、市场定位是主题酒店投资经营的关键

四、投资主题酒店要考虑生命周期

第二节、中国主题酒店的经营特点

一、投资规模以高档酒店为主

二、酒店行业组织的参与

三、环境制约性强

四、主题选择以历史文化为主

第三节、中美主题酒店经营特点比较

一、酒店的规模和数量

二、集团化程度

三、行业组织的参与

四、酒店主题化程度

五、主题文化的选择

第四节、中国主题酒店经营模式的建议

一、中国主题酒店经营模式本土化发展处于探索阶段

二、经济型的主题酒店

三、三星级酒店的转型

四、高星级主题酒店

第五节、企业边界扩展与主题酒店经营管理创新

一、企业边界理论概述

二、企业边界扩展在主题酒店企业的表现

三、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

第一节、中国主题酒店发展的优势

一、自然资源和文化资源丰富

二、主题酒店具有很大的发展空间和市场潜力

三、主题酒店建设步入标准化发展进程

第二节、中国主题酒店存在的问题

一、主题酒店与特色酒店混为一谈

二、过分西化不考虑所处地域的形象

三、一味依赖主题轻视其他

四、过于追求大规模大投入

五、星级低、宣传欠缺及知名度不高

第三节、中国主题酒店的发展对策

一、中国主题酒店发展需要长时间探索

二、主题酒店需要准确的主题定位及市场定位

三、中国主题酒店发展的主要对策

四、中国主题酒店进一步发展的建议

第四节、中国主题酒店竞争力提升对策探析

一、酒店竞争力的概念

二、主题酒店竞争力的影响要素分析

三、主题酒店提升竞争力的对策

四、营造文化主题差异化避免同质竞争

第八章、国外精品主题酒店介绍

第一节、丹麦•哥本哈根•福士酒店

一、酒店概况

二、主题特色

第二节、全球首间海底酒店POSEIDON UNDERSEA RESORTS

一、酒店概况

二、主题特色

第三节、迪拜BURJ AL-ARAB

一、酒店概况

二、主题特色

第四节、博伊西ANNIVERSARY INN

一、酒店概况

二、主题特色

第五节、原始森林WILDWOOD-INN

一、酒店概况

二、主题特色

第六节、柏林怪异旅馆PROPELLER ISLAND CITY

一、酒店概况

二、主题特色

第七节、金字塔酒店LUXOR HOTEL

一、酒店概况

二、主题特色

第八节、纽约图书馆酒店LIBRARY HOTEL

一、酒店概况

二、主题特色

第九节、瑞典冰旅馆ICE HOTEL

一、酒店概况

二、主题特色

第十节、巴厘岛HARD ROCK HOTEL BALI

一、酒店概况

二、主题特色

第九章、中国重点主题酒店介绍

第一节、深圳威尼斯皇冠假日酒店

一、酒店概况

二、主题特色

第二节、深圳山水酒店

一、酒店概况

二、主题特色

第三节、深圳丹枫白露酒店

一、酒店概况

二、主题特色

第四节、香港JIA (JIA BOUTIQUE HOTEL)

一、酒店概况

二、主题特色

第五节、长城脚下的公社（原称：建筑师走廊）

一、酒店概况

二、主题特色

第六节、中山真善美大酒店

一、酒店概况

二、主题特色

第七节、百仗峡酒店

一、酒店概况

二、主题特色

第八节、长沙2599爱情主题酒店

一、酒店概况

二、主题特色

第十章、中国主题酒店的前景趋势分析

第一节、中国酒店业的发展前景及趋势

一、中国酒店业发展前景广阔

二、未来九类酒店需求将扩大

三、中国酒店业未来发展趋势分析

四、中国未来酒店业具体发展方向

第二节、中国主题酒店的发展前景展望

一、中国主题酒店具有巨大发展空间

- 二、中国主题酒店业前景值得期待
- 三、未来主题酒店或将成为中国酒店业的标志
- 四、中国主题酒店市场还有待探索

第三节、中国主题酒店全面发展的新趋势

- 一、集团化酒店和经济型酒店的主题化发展趋势
- 二、主题酒店的"酒店+景点"新型发展模式
- 三、主题酒店向主题景区的演变
- 四、高科技在主题酒店中的应用成为时尚

附录

附录一：《旅游饭店星级的划分及评定》（GB/T14308-2010）

附录二：《旅游饭店星级的划分与评定》（GB/T14308-2010）实施办法

附录三：《中国旅游饭店行业规范》（2009年8月修订）

图表目录：

- 图表1 2010年第一季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）
- 图表2 2010年第一季度全国星级饭店经营情况区域平均值比较
- 图表3 2010年第二季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）
- 图表4 2010年第二季度星级饭店经营情况三大区域平均值比较
- 图表5 2010年第二季度重点旅游城市星级饭店平均房价前六名情况表（按星级）
- 图表6 2010年第二季度重点旅游城市星级饭店平均出租率前六名情况表（按星级）
- 图表7 2010年第三季度全国星级饭店经营情况统计表（按星级分）
- 图表8 2010年第三季度全国星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分）
- 图表9 2010年第三季度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10 2011年上半年中国不同星级酒店营收及客房数占比
- 图表11 2011年1季度全国星级酒店开业统计（按星级，3星以上）
- 图表12 2011年1季度全国星级酒店开业统计（按品牌类别，3星以上）
- 图表13 2010Q2-2011Q1全国星级酒店开业统计（3星以上）
- 图表14 2011年第2季度全国星级酒店开业统计（按区域分布）
- 图表15 2011年第2季度全国星级酒店开业统计（按星级，3星以上）
- 图表16 2011年第2季度全国星级酒店开业统计（分星级及区域）
- 图表17 2011年第二季度全国酒店开业情况汇总
- 图表18 2011年3季度全国星级酒店开业统计（按地区，3星以上）

- 图表19 2011年3季度全国星级酒店开业统计（按星级，3星以上）
- 图表20 2011年3季度全国星级酒店开业统计（按品牌类别，3星以上）
- 图表21 2010年4季度-2011年3季度全国星级酒店开业统计（3星以上）
- 图表22 2011年10月全国星级酒店开业统计（按地区，3星以上）
- 图表23 2011年10月全国星级酒店开业统计（按任命品牌，3星以上）
- 图表24 2011年5月-2011年10月全国星级酒店开业统计（3星以上）
- 图表25 饭店战略性资源的构成

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/220132.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。