



艾凯咨询
ICAN Consulting

2014-2018年中国主题酒店市场 深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2014-2018年中国主题酒店市场深度分析与投资前景预测报告》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/242386.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 主题酒店产业相关概述 1

第一节 酒店的介绍 1

一、酒店业的特点及发展 1

二、酒店的部门设置 4

三、酒店部门的职能 5

四、酒店房间类型的分类 8

第二节 主题酒店概念阐释 9

一、主题酒店特色 9

二、主题酒店与特色酒店的异同 10

三、主题酒店的灵魂 12

第三节 主题酒店的一般类型 16

一、自然风光酒店 16

二、历史文化酒店 16

三、城市特色酒店 16

四、名人文化酒店 16

五、艺术特色酒店 16

第四节 创建主题酒店的意义 17

一、引发注意力 17

二、深化记忆力 18

三、创造文化力 18

四、形成品牌力 19

五、培育竞争力 21

第二章 2011-2012年中国酒店业整体运行态势分析 22

第一节 国际酒店业运营概况 22

一、国际饭店业发展的趋势 22

二、全球连锁酒店发展分析 25

三、影响全球酒店产业因素 28

四、世界酒店业呈现回暖迹象 28

五、世界酒店平均房价走势	29
六、国际宾馆酒店业的管理综述	31
第二节 2011-2012年中国酒店业发展	33
一、中国饭店业与中国经济同步前进	33
二、中国现代酒店业发展	42
三、中国酒店业与国际一流酒店业的差距	44
第三节 2011-2012年中国酒店业运营现状	45
一、中国酒店业热点透视	45
二、中国酒店业逐渐回暖	49
三、中国星级酒店发展状况分析	49
四、中国酒店业趋向多元化发展	59
五、中国酒店业人才状况调查	60
第四节 2011-2012年中国酒店业深度剖析	69
一、我国酒店业用户行为分析	69
二、2012年全国星级酒店开业统计报告	80
三、2011年我国酒店预订价格指数分析	83
第三章 2011-2012年中国主题酒店产业发展环境分析	86
第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析	86
一、中国GDP分析	86
二、中国酒店产业在国民经济中的地位	86
三、消费价格指数分析	87
四、城乡居民收入分析	88
五、社会消费品零售总额	90
六、全社会固定资产投资分析	91
七、进出口总额及增长率分析	92
第二节 2011-2012年中国主题酒店产业发展政策环境分析	94
一、《旅游饭店星级的划分与评定》(2010)	94
二、《中国旅游饭店行业规范》(2009年8月修订)	105
三、中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定	109
四、《旅游涉外饭店星级的划分与评定》	133
第三节 2011-2012年中国主题酒店产业发展社会环境分析	159

- 一、人口环境分析 159
- 二、教育环境分析 160
- 三、文化环境分析 160
- 四、生态环境分析 161

第四章 2011-2012年国外主题酒店发展透析 162

第一节 2011-2012年国外主题酒店的发展综述 162

- 一、国外主题酒店的发展与演进 162
- 二、主题酒店构成世界酒店产业的亮丽风景 164
- 三、主题酒店在欧洲与美国市场上逐渐兴起 165
- 四、国外正兴起科学主题酒店 165

第二节 2011-2012年国外主题酒店发展亮点聚焦 167

- 一、酒店规模大集团化程度高 167
- 二、重视环境营造及突出强调水元素 167
- 三、娱乐及体验性高 168
- 四、酒店建筑富有特色 168

第三节 2011-2012年美国主题酒店的发展探析 168

- 一、主题酒店最早出现于美国 168
- 二、美国拉斯维加斯是世界"主题酒店之都" 168
- 三、拉斯维加斯主题酒店的发展现状 169
- 四、拉斯维加斯主题酒店的经营特点 169

第四节 世界各地主题酒店大观 171

- 一、主题酒店之都——拉斯维加斯 171
- 二、雅典卫城酒店 171
- 三、维也纳公园酒店 172
- 四、巴厘岛摇滚音乐主题酒店 172
- 五、巴厘岛硬石酒店 172

第五章 2011-2012年中国主题酒店产业运营新形势分析 173

第一节 主题酒店是中国酒店业发展的必然选择 173

- 一、酒店业标准化向个性化发展 173
- 二、市场细分是酒店业大势所趋 177

- 三、酒店市场竞争逐步升级 177
- 四、主题酒店是中国文化产业发展的需要 178
- 第二节 2011-2012年中国主题酒店产业发展总况 178
 - 一、主题酒店在中国的兴起 178
 - 二、中国主题酒店的发展阶段 179
 - 三、中国主题酒店的发展现状及特点 179
 - 四、中国主题酒店主题开发建设覆盖面较广 181
 - 五、国家新政策鼓励主题酒店发展 182
- 第三节 近两年中国主题酒店发展热点聚焦 182
 - 一、景德镇青花主题酒店开业 182
 - 二、中国首家奥运主题酒店开业 183
 - 三、中国出现首家博物馆式主题酒店 183
 - 四、山东济宁首家太白文化主题酒店开业 183
- 第四节 2011-2012年中国主题酒店热点透析 184
 - 一、中国首个主题酒店群在深圳落成 184
 - 二、国内首家五星级珠宝主题酒店开业 184
 - 三、深圳华侨城打造岭南文化主题酒店 185
 - 四、长沙各种主题酒店频繁开业 187
- 第五节 民族文化与主题酒店 187
 - 一、中国酒店缺乏传统文化元素 187
 - 二、民族文化是主题酒店的最佳选择之一 188
 - 三、民族文化主题酒店发展现状 188
 - 四、民族文化主题酒店问题分析 189
 - 五、民族文化主题酒店设计的建议 190
- 第六章 主题酒店的策划和设计 192
 - 第一节 建设主题酒店的三要素 192
 - 一、服务功能 192
 - 二、特色文化 192
 - 三、以人为本 193
 - 第二节 主题酒店产品设计与开发的基本思路 193
 - 一、准确独特的主题定位——寻找主题 193

二、和谐的主题环境与氛围——展示主题	194
三、配套的主题设施与产品——传递主题	195
四、诱人的主题活动与服务——深化主题	196
第三节 主题酒店设计的关键及要点	197
一、主题的确需满足四个基本条件	197
二、主题酒店的规划设计的步骤	198
三、主题酒店的策划开发的要点	198
四、主题酒店策划设计的策略	199
第四节 主题酒店的设计案例简析——广州长隆酒店	201
一、广州长隆酒店简介	201
二、准确的主题定位	201
三、多方位的主题展示	202
四、主题的深化与传递	203
第五节 主题酒店空间设计的趋势	203
一、发掘地域民族文化精髓	203
二、巧妙利用著名景观建筑风格	204
三、回归自然的人本主义	204
四、科技、艺术、文化符号等元素层出不穷	204
第七章 2011-2012年中国主题酒店竞争新格局剖析	206
第一节 中国主题酒店市场的竞争概况	206
一、主题酒店与经济型酒店竞争升级	206
二、健康主题酒店引导健康生活理念	207
三、主题艺术酒店引领城市新锐生活时尚	207
四、游艇主题酒店打造海洋魅力旅游	208
第二节 中国主题酒店竞争力提升对策探析	208
一、酒店竞争力的概念	208
二、主题酒店竞争力的影响要素分析	209
三、主题酒店提升竞争力的对策	211
四、营造文化主题差异化避免同质竞争	215
第三节 2013-2018年中国主题酒店竞争趋势分析	216

第八章 国外精品主题酒店分析 217

第一节 丹麦?哥本哈根?福士酒店 217

一、酒店概况 217

二、主题特色 217

第二节 全球首间海底酒店POSEIDON UNDERSEA RESORTS 217

一、酒店概况 217

二、主题特色 218

第三节 迪拜Burj Al-Arab 220

一、酒店概况 220

二、主题特色 220

第四节 博伊西Anniversary Inn 225

一、酒店概况 225

二、主题特色 225

第五节 原始森林wildwood-inn 228

一、酒店概况 228

二、主题特色 228

第六节 柏林怪异旅馆Propeller Island City 235

一、酒店概况 235

二、主题特色 235

第七节 金字塔酒店Luxor hotel 238

一、酒店概况 238

二、主题特色 238

第八节 纽约图书馆酒店Library Hotel 239

一、酒店概况 239

二、主题特色 240

第九节 瑞典冰旅馆Ice Hotel 241

一、酒店概况 241

二、主题特色 241

第十节 巴厘岛Hard Rock Hotel Bali 243

一、酒店概况 243

二、主题特色 243

第九章 主题酒店代表企业点评	245
第一节 深圳威尼斯皇冠假日酒店	245
一、酒店概况	245
二、主题特色	246
第二节 深圳山水酒店	247
一、酒店概况	247
二、主题特色	247
第三节 深圳丹枫白露酒店	249
一、酒店概况	249
二、主题特色	249
第四节 香港JIA (JIA Boutique Hotel)	251
一、酒店概况	251
二、主题特色	251
第五节 长城脚下的公社 (原称：建筑师走廊)	253
一、酒店概况	253
二、主题特色	254
第六节 中山真善美大酒店	279
一、酒店概况	279
二、主题特色	279
第七节 百仗峡酒店	280
一、酒店概况	280
二、主题特色	280
第八节 长沙2599爱情主题酒店	282
一、酒店概况	282
二、主题特色	282
第十章 2013-2018年中国主题酒店的前景趋势分析	283
第一节 2013-2018年中国酒店业的发展前景及趋势	283
一、中国酒店业未来前景广阔	283
二、未来九类酒店需求将扩大	283
三、中国酒店业未来发展趋势分析	283
四、中国未来酒店业具体发展方向	286

第二节 2013-2018年中国主题酒店的发展前景展望 292

- 一、中国主题酒店具有巨大发展空间 292
- 二、中国主题酒店业前景值得期待 293
- 三、未来主题酒店或将成为中国酒店业的标志 294
- 四、中国主题酒店市场还有待探索 294

第三节 2013-2018年中国主题酒店全面发展的新趋势 294

- 一、集团化酒店和经济型酒店的主题化发展趋势 294
- 二、主题酒店的"酒店+景点"新型发展模式 295
- 三、主题酒店向主题景区的演变 296
- 四、高科技在主题酒店中的应用成为时尚 296

第十一章 2011-2012年中国主题酒店的投资和经营研究 297

第一节 2011-2012年中国主题酒店的投资现状 297

- 一、投资主题酒店是顺应市场发展趋势 297
- 二、投资主题酒店需要长远眼光 297
- 三、市场定位是主题酒店投资经营的关键 297
- 四、投资主题酒店要考虑生命周期 298

第二节 2011-2012年中国主题酒店的经营特点 299

- 一、投资规模以高档酒店为主 299
- 二、酒店行业组织的参与 299
- 三、环境制约性强 300
- 四、主题选择以历史文化为主 300

第三节 中美主题酒店经营特点比较 301

- 一、酒店的规模和数量 301
- 二、集团化程度 302
- 三、行业组织的参与 302
- 四、酒店主题化程度 303
- 五、主题文化的选择 303

第四节 2013-2018年中国主题酒店经营模式的建议 304

- 一、中国主题酒店经营模式本土化发展处于探索阶段 304
- 二、经济型的主题酒店 304
- 三、三星级酒店的转型 304

四、高星级主题酒店	305
第五节 企业边界扩展与主题酒店经营管理创新	305
一、企业边界理论概述	305
二、企业边界扩展在主题酒店企业的表现	305
三、企业边界扩展对主题酒店企业的影响及对策分析	306

第十二章 2013-2018年中国主题酒店发展战略研究 308

第一节 2011-2012年中国主题酒店发展的优势 308

- 一、自然资源和文化资源丰富 308
- 二、主题酒店具有很大的发展空间和市场潜力 308
- 三、主题酒店建设步入标准化发展进程 308

第二节 2011-2012年中国主题酒店产业热点问题探讨 308

- 一、主题酒店与特色酒店混为一谈 308
- 二、过分西化不考虑所处地域的形象 309
- 三、一味依赖主题轻视其他 309
- 四、过于追求大规模大投入 309
- 五、星级低、宣传欠缺及知名度不高 309

第三节 2013-2018年中国主题酒店的发展对策 310

- 一、中国主题酒店发展需要长时间探索 310
- 二、主题酒店需要准确的主题定位及市场定位 310
- 三、中国主题酒店发展的主要对策 310
- 四、中国主题酒店进一步发展的建议 311

图表目录

图表：2012年全球饭店集团排名	26
图表：2012年全球饭店特许经营集团排行榜（前五名）	27
图表：2012年全球饭店受托管理集团排行榜（前五名）	27
图表：2012年全球自主拥有饭店集团排行榜（前五名）	28
图表：2012年全国各省区市旅游总收入排行榜	41
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）	50
图表：2012年第四季度全国星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分）	50
图表：2012年第四季度三大区域星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分）	52

图表：2012年第四季度三大区域星级饭店经营情况平均指标统计表（按星级分） 53

图表：2012年第四季度重点旅游城市星级饭店平均房价前十名情况表（按星级分） 54

图表：2012年第四季度重点旅游城市星级饭店平均出租率前十名情况表（按星级分） 54

图表：2012年第四季度与第三季度全国星级饭店经营情况平均值比较（按星级分） 55

图表：2012年星级饭店第四季度与第三季度经营情况三大区域平均值比较（按星级分） 56

图表：重点旅游城市2012年第四季度比第三季度星级饭店平均指标增长前十名（按星级分） 57

图表：重点旅游城市2012年第四季度比第三季度星级饭店平均指标下降前十名 57

图表：Top 5城市单一酒店点评热榜 70

图表：休闲度假与商务出行度假点评关注度变化 71

图表：三大经济圈用户点评关注度变化 72

图表：2012年第四季度目的地区域特征与月份用户点评关注度变化 73

图表：目的地区域特征酒店档次与平均价格关注度变化 74

图表：热门目的地城市与热门地标点评关注度排名 75

图表：酒店档次与基础设施关注度变化 76

图表：出发地区域特征与点评关注维度变化 77

图表：2010北京第四季度主要商业区域4-5星级酒店平均房间销售价格 78

图表：2012年四季度上海主要商业区域4-5星级酒店平均房间平均销售价格 78

图表：2012年四季度杭州主要商业区域4-5星级酒店平均房间销售价格 79

图表：2012年四季度成都主要商业区域4-5星级酒店平均房间销售价格 79

图表：2012年全国星级酒店开业统计 80

图表：2012年4季度全国星级酒店开业统计（1） 81

图表：2012年4季度全国星级酒店开业统计（2） 82

图表：2012年1-4季度全国星级酒店开业统计（2） 82

图表：2011年3-5月份各类型酒店均价对比 83

图表：2011年5月份西安各类型酒店价格增长率 84

图表：2011年5月份城市名经济型酒店均价（元） 85

图表：2006-2012年国内生产总值及其增长速度 86

图表：2012年居民消费价格涨跌幅度 88

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度 88

图表：2006-2012年农村居民人均纯收入及其增长速度 89

图表：2006-2012年城镇居民人均纯收入及其增长速度 89

图表：2012年1-12月社会消费品零售总额增长速度（月度同比） 90

图表：2006-2012年社会消费品零售总额及其增长速度 90

图表：2012年1-12月城镇固定资产投资增长速度（月度同比） 91

图表：2006-2012年全社会固定资产投资及其增长速度 92

图表：2012年货物进出口总额及其增长速度 93

图表：2006-2012年货物进出口总额 93

图表：2006-2012年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 160

图表：主题酒店的一般类型 188

图表：饭店战略性资源的构成 210

图表：主题酒店分类表 295

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/242386.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。