

2013-2017年中国主题酒店 市场分析与投资前景研究报告

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

《2013-2017年中国主题酒店市场分析与投资前景研究报告》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/canyin1301/728029A6FO.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-01-25

【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《2013-2017年中国主题酒店市场分析与投资前景研究报告》共十章。介绍了主题酒店行业相关概述、中国主题酒店产业运行环境、分析了中国主题酒店行业的现状、中国主题酒店行业竞争格局、对中国主题酒店行业做了重点企业经营状况分析及中国主题酒店产业发展前景与投资预测。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。

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

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/canyin1301/728029A6FO.html>