

2013-2018年中国主题酒店（特色酒店） 市场监测 及发展趋势预测分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国主题酒店（特色酒店）市场监测及发展趋势预测分析报告》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/detail/137737.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

主题化、特色化是二十一世纪酒店发展的潮流，2001年10月，以意大利水城威尼斯文化与民俗为载体的深圳威尼斯皇冠假日酒店的试营业，标志着在中国酒店业正式开始引入主题酒店或特色酒店的概念。主题化、特色化一时成为中国酒店业普遍关注的热点。

艾凯集团报告网发布的《2013-2018年中国主题酒店（特色酒店）市场监测及发展趋势预测分析报告》共十二章。首先介绍了中国主题酒店（特色酒店）行业的概念，接着分析了中国主题酒店（特色酒店）行业发展环境，然后对中国主题酒店（特色酒店）行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国主题酒店（特色酒店）行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国主题酒店（特色酒店）行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 主题酒店产业相关概述

第一节 酒店的介绍

一、酒店业的特点及发展

二、酒店的部门设置

三、酒店部门的职能

四、酒店房间类型的分类

第二节 主题酒店概念阐释

一、主题酒店特色

二、主题酒店与特色酒店的异同

三、主题酒店的灵魂

第三节 主题酒店的一般类型

一、自然风光酒店

二、历史文化酒店

三、城市特色酒店

四、名人文化酒店

五、艺术特色酒店

第四节 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 2012-2013年中国酒店业整体运行态势分析

第一节 国际酒店业运营概况

一、国际酒店业发展呈现三大新趋势

二、全球连锁酒店发展分析

三、经济景气度对全球酒店业影响

四、世界酒店业呈现回暖迹象

五、世界酒店平均房价走势

六、国际宾馆酒店业的管理综述

第二节 2012-2013年中国酒店业发展

一、中国酒店业在国民经济发展中的战略定位

二、中国现代酒店业发展

三、中国酒店业与国际一流酒店业的差距

第三节 2012-2013年中国酒店业运营现状

一、中国酒店业热点透视

二、中国酒店业逐渐回暖

三、中国星级酒店发展状况分析

四、中国酒店业趋向多元化发展

五、中国酒店业人才状况调查

第四节 2012-2013年中国酒店业深度剖析

一、我国酒店业用户行为分析

二、我国星级酒店的开业统计分析

三、我国酒店预订价格指数分析

第三章 2012-2013年中国主题酒店产业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012-2013年中国宏观经济发展预测分析

四、中国酒店产业在国民经济中的地位

第二节 2012-2013年中国主题酒店产业发展政策环境分析

一、《旅游饭店星级的划分与评定》（2010）

二、《中国旅游饭店行业规范》（2009年8月修订）

三、中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定

四、中国旅游饭店行业规范

五、《旅游涉外饭店星级的划分与评定》

第三节 2012-2013年中国主题酒店产业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第二部分 主题酒店产业动态聚焦

第四章 2012-2013年国外主题酒店发展透析

第一节 2012-2013年国外主题酒店的发展综述

一、国外主题酒店的发展与演进

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 2012-2013年国外主题酒店发展亮点聚焦

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 2012-2013年美国主题酒店的发展探析

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

第四节 世界各地主题酒店大观

一、主题酒店之都——拉斯维加斯

二、雅典卫城酒店

三、维也纳公园酒店

四、巴厘岛摇滚音乐主题酒店

五、巴厘岛硬石酒店

第五章 2012-2013年中国主题酒店产业运营新形势分析

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 2012-2013年中国主题酒店产业发展总况

- 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 近两年中国主题酒店发展热点聚焦

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

第四节 2012-2013年中国主题酒店热点透析

- 一、中国首个主题酒店群在深圳落成
- 二、国内首家五星级珠宝主题酒店开业
- 三、深圳华侨城打造岭南文化主题酒店
- 四、长沙各种主题酒店频繁开业

第五节 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

第六章 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、主题的确立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

第七章 2012-2013年中国主题酒店竞争新格局剖析

第一节 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

第二节 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

第三节 2013-2018年中国主题酒店竞争趋势分析

第八章 国外精品主题酒店分析

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 2012-2013年中国主题酒店代表企业点评

第一节 深圳威尼斯皇冠假日酒店

一、酒店概况

二、主题特色

三、发展战略分析

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 2013-2018年中国主题酒店的前景趋势分析

第一节 2013-2018年中国酒店业的发展前景及趋势

一、中国酒店业未来前景广阔

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 2013-2018年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 2013-2018年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

第十一章 2012-2013年中国主题酒店的投资和经营研究

第一节 2012-2013年中国主题酒店的投资现状

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 2012-2013年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 2013-2018年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

第十二章 2013-2018年中国主题酒店发展战略研究

第一节 2012-2013年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 2012-2013年中国主题酒店产业热点问题探讨

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 2013-2018年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

图表目录：（部分）

图表：2006-2010年国内生产总值

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2010年年末国家外汇储备

图表：2006-2010年财政收入

图表：2006-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：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：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：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：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：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：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：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：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：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：饭店战略性资源的构成

图表：略……

更多图表见报告正文

通过《2013-2018年中国主题酒店（特色酒店）市场监测及发展趋势预测分析报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/137737.html>