

中国主题酒店市场竞争态势与未来发展趋势报告 (2013-2017)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国主题酒店市场竞争态势与未来发展趋势报告（2013-2017）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/143176143176.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

近年来，中国主题酒店暗潮涌动，正逐渐成为中国酒店业的第三只重要力量，并对经济型酒店构成威胁。中国大陆地区将近50%的主题酒店分布在山东省和四川省，它们是中国内地最早开始尝试主题酒店的省份，多年来积累的丰富的主题酒店建设经营经验促进了当地主题酒店的发展；北京、陕西以其历史文化方面的优势，兴建了大批以历史文化为主题的酒店；沿海发达地区如广州、深圳以地理和经济方面的优势吸引大量外资，兴建起大批异域文化主题酒店。另外，中国69.4%的主题酒店分布在大城市，一些历史悠久、文化底蕴深厚的二、三线城市利用自身优势推出以陶瓷、京剧、茶为主题的主题酒店。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。

中国报告网发布的《中国主题酒店市场竞争态势与未来发展趋势报告（2013-2017）》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。

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 中国酒店业市场运行分析

2.1 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 建国60年中国酒店业发展概述

2.1.4 中国酒店业与国际一流酒店业的差距

2.2 2007-2008年中国酒店业发展回顾

2.3 2009年中国酒店业的发展

2.4 2010年中国酒店业的发展

2.5 2011年中国酒店业的发展

2.6 中国酒店业面临的问题与挑战

第三章 国外主题酒店发展概况

3.1 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 国外正兴起科学主题酒店

3.2 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 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 中国主题酒店的发展

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 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 2008-2009年中国主题酒店发展动态
 - 4.3.1 2008年景德镇青花主题酒店开业
 - 4.3.2 2008年中国首家奥运主题酒店开业
 - 4.3.3 2009年中国出现首家博物馆式主题酒店
 - 4.3.4 2009年山东济宁首家太白文化主题酒店开业
- 4.4 2010年中国主题酒店发展动态
 - 4.4.1 2010年中国首个主题酒店群在深圳落成
 - 4.4.2 2010年国内首家五星级珠宝主题酒店开业
 - 4.4.3 2010年深圳华侨城打造岭南文化主题酒店
 - 4.4.4 2010年长沙各种主题酒店频繁开业
- 4.5 2011年中国主题酒店发展动态
 - 4.5.1 2011年成都“花园主题”酒店开业
 - 4.5.2 2011年嘉兴首家五星级主题酒店开业
 - 4.5.3 2011年北京首家艺术主题酒店开业
 - 4.5.4 2011年广州首家水疗主题酒店开业
 - 4.5.5 2011年吉林童话主题酒店开业
- 4.6 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 主题的确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 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分析

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 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 中国重点主题酒店企业调研分析

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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/143176143176.html>