

2017-2022年中国自然风光类主题酒店行业竞争现状 及投资商机研究报告

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《2017-2022年中国自然风光类主题酒店行业竞争现状及投资商机研究报告》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://baogao.chinabaogao.com/jiudian/288801288801.html>

报告价格：电子版: 7200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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

21世纪的中国酒店业面临着巨大的机遇和挑战。旅游业的迅猛发展极大地拉动了酒店业的发展。但同时,国外酒店集团在中国的日益扩张,顾客观念的改变都促使本土酒店业改变传统的经营模式而转走一条创新之路。现今,文化竞争成为了酒店业竞争的核心,要走出一条成功的经营之路,除了要继续提高服务质量、打造品牌外,开发新产品势在必行。主题酒店就是在这种需求下兴起的。

一、主题酒店的内涵及分类

主题酒店又称主题文化酒店,就是以酒店所在地最有影响力的区域特征、文化特质为素材设计、建造、装饰、经营和提供服务的酒店。设计风格、装饰艺术、文化品位、经营理念和服务方式都围绕同一主题展开。

主题酒店一般分为以下几类:

资料来源:公开资料,中国报告网整理

二、主题酒店在中国本土化发展的有利条件

1.旅游业的飞速发展。进入21世纪以来,我国旅游业继续保持高速发展的势头,接待国际旅游者的数量已经从1990年的世界第12位上升到2001年的第5位。2004年入境总人数达到了10904万人,首次突破了1亿人次大关。同时,自1999年国家增加法定假期后,国内居民的旅游热情被极大调动起来,2004年国内旅游总人数11.02亿人次,首次突破了10亿人次大关。

2.顾客需求的转变。顾客的需求不断变化,不仅重视产品和服务,更渴望精神上的满足。人们到饭店住宿、进餐,追求的就是心理和精神上的感受。主题酒店就是将各种设施服务融入到主题当中,营造出一种特定的文化氛围,使每一个顾客都沉浸于饭店文化环境中,让顾客获得强烈的文化感受。

3.深厚的文化底蕴。中国是有着5000年历史的文明古国,有丰富的文化底蕴做支撑。酒店的文化主题本土化程度越高,就越具备民族特色和时代性,就越有世界性意义和不可模仿比拟的内涵价值。

4.宝贵的国外经验。国外主题酒店已经有500年的发展历史,在产品设计及经营方面都形成了一整套完整的体系,为我国提供了宝贵的经验,对我国主题酒店发展具有重要借鉴意义。

三、主题酒店在中国本土化发展的对策

1.做好市场定位。市场定位正确与否是主题酒店成功的关键。主题酒店投资和运营的费用很大,如果不能保证其市场定位正确,酒店很难盈利。市场定位要以市场需求为导向,在中国,把主题酒店定位于休闲度假市场显然是要冒巨大风险的。目前,我国高档酒店客源主要是商务和会议客人,以上海五星级酒店为例,2002年五星级酒店的商务客人和会议客人占到总数的70%左右。相比较而言,度假客人所占比例很小,由于休闲度假散客以个人可支配收入支付旅游,所以对价格较为敏感。笔者认为在中国目前的情况下,市场定位应适当的向商务会议方向倾斜,适宜做出以商务客人和会议客人为主,以休闲度假散客为补充的客源市场定位,做到旅游淡季商务旺,商务淡季旅游旺的良好态势。

2.强调特色,展现文化。顾客光顾主题酒店,不仅想要得到在一般酒店所得到的享受,还想得到文化和个性的体验。主题酒店一定要做出特色,要从一开始就注重主题文化的营造,从设计、建造、装修到经营管理、服务都尊重酒店独特的主题,突出酒店的文化,树立酒店在行业中鲜明的形象。主题酒店要有标志性的文化品牌。真正的主题酒店和一般酒店的区别就在于其他的酒店缺乏第三类产品——文化产品。

3.考虑区域环境选择主题。主题酒店是一个区域内不可移动的产业,有强烈的区域环境依赖的特点。主题酒店必须与城市景观、城市文化、城市的经济水平发展相协调。主题选择过于另类既不利于城市形象的推广,也不利于酒店形象的推广。例如在杭州和苏州这样闻名世界的江南水乡,如建造西方的古堡或者宫廷之类的豪华主题酒店,两者定位就产生很大矛盾。主题酒店并不是越豪华越好,小而精的主题酒店同样有市场。如果忽视区域的经济环境,盲目建造高档次的主题酒店,酒店会因为没有客源而陷入困境。

4.主题要不断延伸和更新。主题是主题酒店生存和发展的灵魂。和所有的商品一样,主题酒店的产品也有自己的生命周期,会经历从发展到衰落的过程。主题酒店的主题要不断延伸和更新,以使主体酒店的优势得以延续,减缓衰落的时间。延伸就是要对原有的主题内容进行扩充,挖掘新的更具吸引力的优势。更新就是对原有主题进行新的内容调整,甚至改变原有主题。因为主题很容易被模仿,一旦某一主题对顾客的吸引力下降,经营管理者就应该转换思路,寻找新的有优势的主题取代原主题。

5.控制主题酒店数量,避免巨额投资。一个大中型城市有一至两座主题酒店是可以接受的。这样可以充分保证市场,同时又有助于城市形象的塑造。在中国,最需要注意的还是不要一拥而上,盲目建设。主题酒店不一定都要十分豪华,投资巨大。主题酒店吸引顾客的地方不是超豪华,而是它的文化品位,所以有丰富文化内涵的精品酒店是有很大市场的。

国际连锁酒店集团相继进入中国,本土酒店业面临着重大考验,主题酒店却以其鲜明的特色在酒店业的激烈竞争中占有了一席之地。目前我国的大中型城市,各类型的主题酒店相继建立了起来,运营情况都比较喜人,特别是在深圳、上海这样的大都市。但主题酒店的经营是有很高风险的,在酒店选择主题建造前一定要根据客源市场和区域环境做出正确的市场定位,经营过程中要注意酒店硬件和软件的不断更新。

中国报告网发布的《2017-2022年中国自然风光类主题酒店行业竞争现状及投资商机研究报告》内容严谨、数据翔实,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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势,洞悉行业竞争格局,规避经营和投资风险,制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据,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。

目录

第一章中国自然风光类主题酒店行业发展背景

1.1自然风光类主题酒店行业概述

1.1.1自然风光类主题酒店行业界定

1.1.2自然风光类主题酒店行业分类

1.1.3与传统主题酒店行业的区别

1.2自然风光类主题酒店行业发展及运行特点

1.2.1自然风光类主题酒店行业发展综述

1.2.2自然风光类主题酒店行业发展历程

1.2.3自然风光类主题酒店行业运行特点

第二章中国自然风光类主题酒店行业的宏观经济情况

2.1自然风光类主题酒店行业政策环境

2.1.1行业相关政策分析

1、旅游行业支持政策

2、自然风光类主题酒店支持政策

2.2自然风光类主题酒店行业经济环境

2.2.1国际经济环境分析

1、国际宏观经济运行情况

2、国际宏观经济走势预测

3、国际经济环境对国内自然风光类主题酒店行业的影响

2.2.2国内经济运行情况

1、GDP增长情况

2、经济走势预测

3、宏观经济与旅游行业相关性

2.2.3自然风光类主题酒店行业社会环境

1、人口发展环境分析

2、居民生活方式转变

3、假日制度影响分析

2.2.4自然风光类主题酒店行业消费环境

1、居民消费能力分析

2、消费人群及其特点

3、用户深度调研分析

第三章国外自然风光类主题酒店发展透析

3.1国外自然风光类主题酒店的发展综述

3.1.1国外自然风光类主题酒店的发展与演进

3.1.2自然风光类主题酒店构成世界酒店产业的亮丽风景

3.1.3自然风光类主题酒店在欧洲与美国市场上逐渐兴起

3.1.4国外正兴起科学自然风光类主题酒店

3.2国外自然风光类主题酒店发展亮点聚焦

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美国自然风光类主题酒店的发展探析

3.3.1自然风光类主题酒店最早出现于美国

3.3.2美国拉斯维加斯是世界“自然风光类主题酒店之都”

3.3.3拉斯维加斯自然风光类主题酒店的发展现状

3.3.4拉斯维加斯自然风光类主题酒店的经营特点

3.4世界各地自然风光类主题酒店大观

3.4.1自然风光类主题酒店之都——拉斯维加斯

3.4.2雅典卫城酒店

3.4.3维也纳公园酒店

3.4.4巴厘岛摇滚音乐自然风光类主题酒店

3.4.5巴厘岛硬石酒店

3.5国外自然风光类主题酒店经营经验借鉴

第四章自然风光类主题酒店相关行业分析

4.1旅游行业发展分析

4.1.1旅游业发展情况

1、国内游发展情况

2、入境游发展情况

4.1.2旅游市场消费格局

1、旅游市场总体消费格局

2、高端旅游市场分析

3、中端旅游市场分析

4、低端旅游市场分析

4.1.3旅游行业发展趋势分析

4.1.4旅游行业发展前景分析

4.1.5旅游行业对本行业的影响

4.2酒店行业发展分析

4.2.1星级酒店市场总体经营情况

4.2.2不同星级酒店经营指标分析

4.2.3不同地区酒店经营情况分析

4.2.4中国酒店行业品牌排名分析

4.2.5中国酒店行业区域发展状况

4.2.6中国酒店行业发展前景预测

4.2.7酒店行业对本行业的影响

4.3旅游地产行业发展分析

4.3.1旅游地产行业市场调研

1、旅游地产行业发展总体情况

2、旅游地产项目区域分布结构

3、旅游地产项目用地规模结构

4.3.2旅游地产行业发展趋势

4.3.3旅游地产行业发展前景

4.3.4旅游地产典型开发模式

1、华侨城模式

2、中坤模式

4.3.5旅游地产行业对本行业的影响

4.4会展行业发展分析

4.4.1中国会展业发展规模

1、展览会数量

(1) 全国展览会数量

(2) 各省市展览会数量

(3) 各省市展馆数量

2、展出面积

(1) 全国展出面积

(2) 各省市展出面积

3、会展业产值

(1) 会展业直接产值

(2) 会展业拉动其他产业收入

4.4.2中国展会分布情况

1、展会时间分布

2、展会行业分布

3、展期特征分布

4.4.3中国会展行业发展趋势分析

4.4.4会展行业对本行业的影响

第五章自然风光类主题酒店行业经济运行效益分析

5.1中国自然风光类主题酒店行业发展分析

5.1.1中国自然风光类主题酒店行业概述

5.1.2中国自然风光类主题酒店行业市场供给分析

5.1.3中国自然风光类主题酒店行业市场需求分析

5.2中国自然风光类主题酒店行业规模分析

5.2.1自然风光类主题酒店行业企业数量统计

5.2.2自然风光类主题酒店行业资产总额分析

5.2.3自然风光类主题酒店行业销售收入分析

5.2.4自然风光类主题酒店行业利润总额分析

5.3自然风光类主题酒店行业经营效益分析

5.3.1自然风光类主题酒店行业偿债能力分析

5.3.2自然风光类主题酒店行业盈利能力分析

5.3.3自然风光类主题酒店行业的毛利率分析

5.3.4自然风光类主题酒店行业营运能力分析

第六章中国自然风光类主题酒店产业运营新形势分析

6.1自然风光类主题酒店是中国酒店业发展的必然选择

6.1.1酒店业标准化向个性化发展

6.1.2市场细分是酒店业大势所趋

6.1.3酒店市场竞争逐步升级

6.1.4自然风光类主题酒店是中国文化产业发展的需要

6.2中国自然风光类主题酒店产业发展总况

6.2.1自然风光类主题酒店在中国的兴起

6.2.2中国自然风光类主题酒店的发展阶段

6.2.3中国自然风光类主题酒店的发展现状及特点

6.2.4中国自然风光类主题酒店主题开发建设覆盖面较广

6.2.5国家新政策鼓励自然风光类主题酒店发展

6.3中国主题酒店行业存在问题及发展建议

6.3.1中国主题酒店行业存在问题分析

1、重文化表象轻文化实质

2、重硬件轻软件

3、重静态展示轻顾客体验

4、忽视细节对主题展示的作用

5、对开发条件缺乏全面分析

6、资金实力不足影响后续发展

7、品牌建设不牢固

6.3.2中国主题酒店行业发展建议

1、深度挖掘主题文化

2、大力展示主题文化

3、注重主题分为营造中的细节

4、构筑优秀的员工队伍

5、积极开展主题营销

6、确立和强化主导品牌

7、注重发展主题酒店的商业模式

6.4主题酒店行业发展趋势与前景分析

6.4.1主题酒店行业发展趋势分析

- 1、主题酒店与经济型酒店的结合
- 2、主题酒店向主题景区的演变
- 3、主题酒店功能多样化
- 4、主题酒店收益管理趋势

6.4.2主题酒店行业发展前景分析

- 1、主题酒店消费需求展望
- 2、主题酒店发展前景分析
- 3、主题酒店投资前景分析

第七章中国自然风光类主题酒店行业重点区域运行分析

7.1我国主题酒店行业重点区域运行情况

- 7.1.1华东地区主题酒店行业运行情况
- 7.1.2华南地区主题酒店行业运行情况
- 7.1.3华中地区主题酒店行业运行情况
- 7.1.4华北地区主题酒店行业运行情况
- 7.1.5西北地区主题酒店行业运行情况
- 7.1.6西南地区主题酒店行业运行情况

7.2主要省市集中度及竞争力分析

- 7.2.1北京市
- 7.2.2上海市
- 7.2.3山东省
- 7.2.4四川省
- 7.2.5云南省
- 7.2.6广东省
- 7.2.7海南省
- 7.2.8其他省市

第八章自然风光类主题酒店行业产业结构分析

8.1自然风光类主题酒店产业结构分析

- 8.1.1市场细分充分程度分析
- 8.1.2各细分市场领先企业排名
- 8.1.3各细分市场占总市场的结构比例
- 8.1.4领先企业的结构分析（所有制结构）

8.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

8.2.1产业价值链的构成

8.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

8.3产业结构发展预测

8.3.1产业结构调整指导政策分析

8.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

8.3.3中国自然风光类主题酒店行业参与国际竞争的战略市场定位

8.3.4自然风光类主题酒店产业结构调整方向分析

第九章中国自然风光类主题酒店行业市场竞争格局分析

9.1中国自然风光类主题酒店行业竞争格局分析

9.1.1自然风光类主题酒店与经济型酒店竞争升级

9.1.2健康自然风光类主题酒店引导健康生活理念

9.1.3主题艺术酒店引领城市新锐生活时尚

9.1.4游艇自然风光类主题酒店打造海洋魅力旅游

9.2中国自然风光类主题酒店竞争力提升对策探析

9.2.1酒店竞争力的概念

9.2.2自然风光类主题酒店竞争力的影响要素分析

9.2.3自然风光类主题酒店提升竞争力的对策

9.2.4营造文化主题差异化避免同质竞争

9.3中国自然风光类主题酒店行业竞争SWOT分析

9.3.1自然风光类主题酒店行业优势分析（S）

9.3.2自然风光类主题酒店行业劣势分析（W）

9.3.3自然风光类主题酒店行业机会分析（O）

9.3.4自然风光类主题酒店行业威胁分析（T）

第十章中国自然风光类主题酒店行业领先企业竞争力分析

10.1王室养生（罗浮山）主题酒店竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

10.2三亚亚龙湾五号别墅酒店竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.3深圳茵特拉根瀑布酒店竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.4丽江亿邦酒店竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.5桂林现代艺术酒店竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.6广州番禺长隆酒店竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.7南京山水大酒店竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.8鹤翔山庄竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十一章中国自然风光类主题酒店行业行业发展趋势与前景分析

11.1中国自然风光类主题酒店行业市场发展前景

11.1.1自然风光类主题酒店行业市场发展潜力

- 11.1.2自然风光类主题酒店行业市场前景展望
- 11.1.3自然风光类主题酒店行业细分行业发展前景分析
- 11.2中国自然风光类主题酒店行业市场发展趋势预测
 - 11.2.1自然风光类主题酒店行业行业发展趋势
 - 11.2.2自然风光类主题酒店行业市场规模预测
 - 11.2.3细分市场发展趋势预测
- 11.3中国自然风光类主题酒店行业行业供需预测
 - 11.3.1中国自然风光类主题酒店行业行业供给预测
 - 11.3.2中国自然风光类主题酒店行业行业需求预测
 - 11.3.3中国自然风光类主题酒店行业供需平衡预测

第十二章自然风光类主题酒店行业投资价值评估分析

- 12.1自然风光类主题酒店行业投资特性分析
 - 12.1.1自然风光类主题酒店行业进入壁垒分析
 - 12.1.2自然风光类主题酒店行业盈利因素分析
 - 12.1.3自然风光类主题酒店行业盈利模式分析
- 12.2自然风光类主题酒店行业发展的影响因素
 - 12.2.1有利因素
 - 12.2.2不利因素
- 12.3自然风光类主题酒店行业投资价值评估分析
 - 12.3.1行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估
 - 12.3.2行业发展的空白点分析
 - 12.3.3投资回报率比较高的投资方向
 - 12.3.4新进入者应注意的障碍因素

第十三章自然风光类主题酒店的策划和设计

- 13.1建设自然风光类主题酒店的三要素
 - 13.1.1服务功能
 - 13.1.2特色文化
 - 13.1.3以人为本
- 13.2自然风光类主题酒店产品设计与开发的基本思路
 - 13.2.1准确独特的主题定位——寻找主题

13.2.2和谐的主题环境与氛围——展示主题

13.2.3配套的主题设施与产品——传递主题

13.2.4诱人的主题活动与服务——深化主题

13.3自然风光类主题酒店设计的关键及要点

13.3.1主题的确定需满足四个基本条件

13.3.2自然风光类主题酒店的规划设计的步骤

13.3.3自然风光类主题酒店的策划开发的要点

13.3.4自然风光类主题酒店策划设计的策略

13.4自然风光类主题酒店的设计案例简析——王室养生（罗浮山）主题酒店

13.4.1王室养生（罗浮山）主题酒店简介

13.4.2准确的主题定位

13.4.3多方位的主题展示

13.4.4主题的深化与传递

13.5自然风光类主题酒店空间设计的趋势

13.5.1发掘地域民族文化精髓

13.5.2巧妙利用著名景观建筑风格

13.5.3回归自然的人本主义

13.5.4科技、艺术、文化符号等元素层出不穷

第十四章研究结论及建议

14.1研究结论

14.2建议

14.2.1行业发展策略建议

14.2.2行业投资方向建议

14.2.3行业投资方式建议

图表目录

图表：自然风光类主题酒店行业主要政策法规列表

图表：各旅游区的规划及政策研究

图表：“十三五”期间我国旅游信息化建设三大目标

图表：“十三五”期间我国旅游信息化建设主要任务

图表：七国集团GDP增长率

图表：金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表：中国国内生产总值及其增长速度

图表：我国主要宏观经济指标增长率预测

图表：中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图

图表：中国社会消费品零售总额月度同比变化趋势图

图表：中国居民消费价格月度涨跌幅度

图表：中国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：我国人口年龄结构情况

图表：我国城乡人口比重情况

图表：中国目前“金字塔型”社会结构具体表现

图表：我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/jiudian/288801288801.html>