

2017-2022年中国主题酒店 行业市场分析与投资机遇研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2017-2022年中国主题酒店行业市场分析与投资机遇研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201708/01-235877.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 主题酒店相关概述1

1.1 酒店的介绍1

1.1.1 酒店的概念1

1.1.2 酒店的分类1

1.1.3 酒店的产品4

1.1.4 酒店业的特点及历史6

1.2 主题酒店概念阐释8

1.2.1 主题酒店的定义8

1.2.2 主题酒店与特色酒店的异同9

1.2.3 主题酒店的灵魂10

1.2.4 主题酒店的一般类型11

1.3 创建主题酒店的意义12

1.3.1 引发注意力12

1.3.2 深化记忆力12

1.3.3 创造文化力13

1.3.4 形成品牌力13

1.3.5 培育竞争力13

第二章 2014-2016年中国酒店业的发展14

2.1 2014-2016年中国酒店业的发展综述14

2.1.1 中国酒店业在国民经济发展中的战略定位14

2.1.2 中国现代酒店业的特点分析20

2.1.3 中国酒店业总体发展状况21

2.1.4 中国酒店业与国际一流酒店业的差距34

2.2 2014年中国酒店业发展分析35

2.2.1 2014年中国星级酒店发展状况35

2.2.2 2014年中国酒店业发展态势分析43

2.2.3 2014年中国酒店业大事盘点46

2.3 2015年中国酒店业发展分析47

- 2.3.1 2015年中国星级酒店发展状况47
- 2.3.2 2015年中国酒店业发展动态53
- 2.3.3 2015年中国酒店业大事盘点57
- 2.4 2016年中国酒店业发展分析60
 - 2.4.1 2016年中国星级酒店开业状况60
 - 2.4.2 2016年中国酒店业运营状况分析64
 - 2.4.3 2016年中国酒店业市场热点分析72
- 2.5 中国酒店业面临的问题74
 - 2.5.1 中国酒店业存在的主要问题74
 - 2.5.2 中国酒店业的“软肋”75
 - 2.5.3 中国酒店业的市场壁垒分析77
 - 2.5.4 中国酒店业面临的挑战81
- 2.6 中国酒店业的发展策略82
 - 2.6.1 中国酒店业发展的政策取向82
 - 2.6.2 中国酒店业质量问题的发展对策86
 - 2.6.3 中国本土酒店的发展建议89
 - 2.6.4 促进中国酒店企业发展的策略96

第三章 2014-2016年国外主题酒店发展概况98

- 3.1 2014-2016年国外主题酒店的发展概述98
 - 3.1.1 国外主题酒店的发展历程98
 - 3.1.2 主题酒店构成世界酒店产业的亮丽风景99
 - 3.1.3 主题酒店在欧洲与美国市场上逐渐兴起100
 - 3.1.4 2013年全球第三家乐高主题酒店正式开业100
- 3.2 2014-2016年国外主题酒店的发展特点102
 - 3.2.1 酒店规模大集团化程度高102
 - 3.2.2 重视环境营造及突出强调水元素102
 - 3.2.3 娱乐及体验性高102
 - 3.2.4 酒店建筑富有特色103
- 3.3 2014-2016年美国主题酒店的发展103
 - 3.3.1 主题酒店最早出现于美国103
 - 3.3.2 美国拉斯维加斯是世界“主题酒店之都”103

3.3.3 拉斯维加斯主题酒店的发展现状103

3.3.4 拉斯维加斯主题酒店的经营特点105

第四章 2014-2016年中国主题酒店的发展分析108

4.1 主题酒店是中国酒店业发展的必然选择108

4.1.1 酒店业标准化向个性化发展108

4.1.2 市场细分是酒店业大势所趋109

4.1.3 酒店市场竞争逐步升级110

4.1.4 主题酒店是中国文化产业发展的需要112

4.2 2014-2016年中国主题酒店发展概述113

4.2.1 主题酒店在中国的兴起113

4.2.2 中国主题酒店的发展阶段114

4.2.3 中国主题酒店的发展现状及特点115

4.2.4 中国主题酒店主题开发建设覆盖面较广118

4.2.5 国家新政策鼓励主题酒店发展119

4.3 2014年中国主题酒店发展动态120

4.3.1 2014年成都“花园主题”酒店开业120

4.3.2 2014年嘉兴首家五星级主题酒店开业122

4.3.3 2014年北京首家艺术主题酒店开业122

4.3.4 2014年广州首家水疗主题酒店开业123

4.3.5 2014年吉林童话主题酒店开业124

4.4 2015年中国主题酒店发展动态125

4.4.1 2015年成都提出打造“中国主题酒店之都”125

4.4.2 2015年中国首个集装箱主题精品酒店开业126

4.4.3 2015年上海迪士尼启动主题酒店项目127

4.4.4 2015年陕西首家道文化温泉主题酒店开业127

4.4.5 2015年郓城开建五星级水浒文化主题酒店128

4.5 2016年中国主题酒店发展动态129

4.5.1 2016年中国推出全球首家熊猫主题酒店129

4.5.2 2016年国内首家驿站主题酒店开业130

4.5.3 2016年五指山首家高星级热带雨林主题酒店开业130

4.5.4 2016年太原首家情侣主题酒店开业131

4.5.5 2016年海南首家西班牙风格主题酒店开业135

4.6 2014-2016年中国主题酒店市场的竞争概况135

4.6.1 主题酒店与经济型酒店竞争升级135

4.6.2 健康主题酒店引导健康生活理念137

4.6.3 主题艺术酒店引领城市新锐生活时尚138

4.6.4 游艇主题酒店打造海洋魅力旅游139

4.7 民族文化与主题酒店140

4.7.1 中国酒店缺乏传统文化元素140

4.7.2 民族文化是主题酒店的最佳选择之一143

4.7.3 民族文化主题酒店发展现状143

4.7.4 民族文化主题酒店问题分析144

4.7.5 民族文化主题酒店设计的建议146

第五章 主题酒店的策划和设计148

5.1 建设主题酒店的三要素148

5.1.1 服务功能148

5.1.2 市场细分148

5.1.3 特色文化150

5.2 主题酒店产品设计与开发的基本思路151

5.2.1 准确独特的主题定位——寻找主题151

5.2.2 和谐的主题环境与氛围——展示主题152

5.2.3 配套的主题设施与产品——传递主题153

5.2.4 诱人的主题活动与服务——深化主题154

5.3 主题酒店设计的关键及要点156

5.3.1 主题确定需满足四个基本条件156

5.3.2 主题酒店的规划设计的步骤156

5.3.3 主题酒店的策划开发的要点157

5.3.4 主题酒店策划设计的策略158

5.4 主题酒店的设计案例简析——广州长隆酒店160

5.4.1 广州长隆酒店简介160

5.4.2 准确的主题定位161

5.4.3 多方位的主题展示162

- 5.4.4 主题的深化与传递163
- 5.5 主题酒店空间设计的趋势163
 - 5.5.1 发掘地域民族文化精髓163
 - 5.5.2 巧妙利用著名景观建筑风格164
 - 5.5.3 回归自然的人本主义164
 - 5.5.4 科技、艺术、文化符号等元素层出不穷164

第六章 2014-2016年主题酒店的投资和经营166

- 6.1 主题酒店的投资166
 - 6.1.1 投资主题酒店是顺应市场发展趋势166
 - 6.1.2 投资主题酒店需要长远眼光167
 - 6.1.3 市场定位是主题酒店投资经营的关键168
 - 6.1.4 投资主题酒店要考虑生命周期169
- 6.2 中国主题酒店的经营特点170
 - 6.2.1 投资规模以高档酒店为主170
 - 6.2.2 酒店行业组织的参与170
 - 6.2.3 环境制约性强171
 - 6.2.4 主题选择以历史文化为主171
- 6.3 中美主题酒店经营特点比较172
 - 6.3.1 酒店的规模和数量172
 - 6.3.2 集团化程度173
 - 6.3.3 行业组织的参与173
 - 6.3.4 酒店主题化程度174
 - 6.3.5 主题文化的选择175
- 6.4 中国主题酒店经营模式的建议176
 - 6.4.1 中国主题酒店经营模式本土化发展处于探索阶段176
 - 6.4.2 经济型的主题酒店176
 - 6.4.3 三星级酒店的转型176
 - 6.4.4 高星级主题酒店177
- 6.5 企业边界扩展与主题酒店经营管理创新177
 - 6.5.1 企业边界理论概述177
 - 6.5.2 企业边界扩展在主题酒店企业的表现180

6.5.3 企业边界扩展对主题酒店企业的影响及对策分析181

第七章 中国主题酒店发展策略研究184

7.1 中国主题酒店发展的优势184

7.1.1 自然资源和文化资源丰富184

7.1.2 主题酒店具有很大的发展空间和市场潜力184

7.1.3 主题酒店建设步入标准化发展进程184

7.2 中国主题酒店存在的问题184

7.2.1 主题酒店与特色酒店混为一谈184

7.2.2 过分西化不考虑所处地域的形象185

7.2.3 一味依赖主题轻视其他185

7.2.4 过于追求大规模大投入185

7.2.5 星级低、宣传欠缺及知名度不高186

7.3 中国主题酒店的发展对策186

7.3.1 中国主题酒店发展需要长时间探索186

7.3.2 主题酒店需要准确的主题定位及市场定位187

7.3.3 中国主题酒店发展的主要对策187

7.3.4 中国主题酒店进一步发展的建议188

7.4 中国主题酒店竞争力提升对策探析189

7.4.1 酒店竞争力的概念189

7.4.2 主题酒店竞争力的影响要素分析190

7.4.3 主题酒店提升竞争力的对策193

7.4.4 营造文化主题差异化避免同质竞争198

第八章 2014-2016年国外精品主题酒店介绍199

8.1 丹麦哥本哈根福士酒店199

8.1.1 酒店概况199

8.1.2 主题特色199

8.2 全球首间海底酒店POSEIDON UNDERSEA RESORTS232

8.2.1 酒店概况232

8.2.2 主题特色232

8.3 迪拜BURJ AL-ARAB234

- 8.3.1 酒店概况234
- 8.3.2 主题特色235
- 8.4 博伊西ANNIVERSARY INN240
- 8.4.1 酒店概况240
- 8.4.2 主题特色240
- 8.5 原始森林WILDWOOD-INN244
- 8.5.1 酒店概况244
- 8.5.2 主题特色244
- 8.6 柏林怪异旅馆PROPELLER ISLAND CITY253
- 8.6.1 酒店概况253
- 8.6.2 主题特色253
- 8.7 金字塔酒店LUXOR HOTEL255
- 8.7.1 酒店概况255
- 8.7.2 主题特色256
- 8.8 纽约图书馆酒店LIBRARY HOTEL258
- 8.8.1 酒店概况258
- 8.8.2 主题特色259
- 8.9 瑞典冰旅馆ICE HOTEL260
- 8.9.1 酒店概况260
- 8.9.2 主题特色261
- 8.10 巴厘岛HARD ROCK HOTEL BALI262
- 8.10.1 酒店概况262
- 8.10.2 主题特色263

第九章 2014-2016年中国重点主题酒店介绍265

- 9.1 深圳威尼斯皇冠假日酒店265
- 9.1.1 酒店概况265
- 9.1.2 主题特色265
- 9.2 深圳山水酒店266
- 9.2.1 酒店概况266
- 9.2.2 主题特色267
- 9.3 深圳丹枫白露酒店268

9.3.1 酒店概况	268
9.3.2 主题特色	270
9.4 香港JIA (JIA BOUTIQUE HOTEL)	271
9.4.1 酒店概况	271
9.4.2 主题特色	272
9.5 长城脚下的公社 (原称：建筑师走廊)	273
9.5.1 酒店概况	273
9.5.2 主题特色	275
9.6 中山真善美大酒店	299
9.6.1 酒店概况	299
9.6.2 主题特色	300
9.7 百丈峡酒店	304
9.7.1 酒店概况	304
9.7.2 主题特色	305
9.8 长沙2599爱情主题酒店	307
9.8.1 酒店概况	307
9.8.2 主题特色	308

第十章 中国主题酒店的前景趋势分析310

10.1 中国酒店业的发展前景及趋势	310
10.1.1 中国酒店业发展前景广阔	310
10.1.2 未来九类酒店需求将扩大	311
10.1.3 中国酒店业未来发展趋势分析	311
10.1.4 中国未来酒店业具体发展方向	316
10.2 中国主题酒店的发展前景展望	320
10.2.1 中国主题酒店具有巨大发展空间	320
10.2.2 中国主题酒店业前景值得期待	321
10.2.3 未来主题酒店或将成为中国酒店业的标志	321
10.2.4 中国主题酒店市场还有待探索	323
10.3 中国主题酒店全面发展的新趋势	324
10.3.1 集团化酒店和经济型酒店的主题化发展趋势	324
10.3.2 主题酒店的“酒店+景点”新型发展模式	325

10.3.3 主题酒店向主题景区的演变326

10.3.4 高科技在主题酒店中的应用成为时尚326

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201708/01-235877.html>