

2015-2020年中国主题酒店 市场态势分析及前景深度调查报告

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

《2015-2020年中国主题酒店市场态势分析及前景深度调查报告》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/canyin1502/Z75104VYR5.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-05-15

【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

主题酒店是二十世纪后半期引入饭店业的一个概念，随着酒店行业竞争日益激烈，主题酒店的建设已成为一种国际潮流。随着我国酒店行业市场日趋成熟、消费者需求的个性化、文化产业的发展，以及国际知名品牌酒店的进入，我国本土酒店业面临着巨大的压力。主题酒店作为代表酒店市场差异化竞争战略的这一概念由此引入中国。作为一种个性化模式，主题酒店在初步发展阶段便取得了显著成效，因而被认为是促进我国酒店业再发展的有效方法之一。

近年来，我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。我国大陆地区将近50%的主题酒店分布在山东省和四川省，它们是我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，我国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。

国家标准《旅游饭店星级的划分与评定》2011年起实施，新标准的绿色环保化趋势十分明显，并且鼓励酒店特色经营，允许小型豪华精品饭店、主题酒店直接申请评定五星级。此政策无疑将鼓励推动我国主题酒店的发展。

主题酒店的出现为中国酒店业的发展提供了新思路，是中国酒店业未来发展的必然选择。主题酒店在发达国家已是十分成熟的市场，但在中国还处于起步阶段。中国经济的持续发展给国内消费市场带来了强劲的上升空间。主题酒店在中国市场同样具有巨大的发展空间。

博思数据发布的《2015-2020年中国主题酒店产业研究及投资分析报告》共十章。首先介绍了主题酒店的相关概念，接着分析了中国酒店业的发展现状，然后对国际和国内主题酒店的发展分别进行了细致的解析。随后，报告分析了中国主题酒店行业的竞争状况，并具体介绍国内外的著名主题酒店，同时还对主题酒店做了策划和设计分析。报告最后给出了中国主题酒店的投资建议，并指出中国主题酒店行业的未来前景和发展趋势。

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监测数据，企业数据主要来自于国家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。

报告目录：

第一章 主题酒店相关概述

1.1 酒店介绍

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 酒店的特点

1.2 主题酒店介绍

1.2.1 起源分析

1.2.2 特色介绍

1.2.3 文化内涵

1.2.4 意义解析

1.3 主题酒店分类

1.3.1 自然风光主题

1.3.2 历史文化主题

1.3.3 城市特色主题

1.3.4 名人文化主题

1.3.5 艺术特色主题

第二章 2014-2015年中国酒店业发展分析

2.1 2014-2015年中国酒店业发展现状

2.1.1 战略定位

2.1.2 特点分析

2.1.3 市场扩张

2.1.4 发展差距

2.2 2014-2015年中国酒店业运行状况

2.2.1 规模结构分析

2.2.2 财务分析

2.2.3 地区分析

2.2.4 重点旅游城市

2.3 2014-2015年中国酒店业投资分析

- 2.3.1 投资优势
- 2.3.2 投资机遇
- 2.3.3 区域分析
- 2.3.4 资本分析
- 2.4 中国酒店业面临的问题分析
 - 2.4.1 壁垒分析
 - 2.4.2 经营问题
 - 2.4.3 质量问题
 - 2.4.4 面临变革
- 2.5 中国酒店业的投资策略
 - 2.5.1 政策取向
 - 2.5.2 质量控制
 - 2.5.3 本土发展
 - 2.5.4 企业建设

第三章 2014-2015年全球主题酒店发展分析

- 3.1 全球主题酒店发展概述
 - 3.1.1 发展历程
 - 3.1.2 发展现状
 - 3.1.3 发展潜力
 - 3.1.4 新型主题酒店
- 3.2 2014-2015年全球主题酒店发展特点
 - 3.2.1 集团化程度高
 - 3.2.2 重视营造环境
 - 3.2.3 娱乐体验性高
 - 3.2.4 建筑富有特色
- 3.3 2014-2015年美国拉斯维加斯主题酒店发展分析
 - 3.3.1 发展起源
 - 3.3.2 发展历程
 - 3.3.3 发展现状
 - 3.3.4 经营特点

第四章 2014-2015年中国主题酒店发展分析

4.1 2014-2015年中国主题酒店发展概述

4.1.1 发展历程

4.1.2 发展现状

4.1.3 发展特点

4.1.4 主题形式

4.1.5 政策鼓励

4.2 2014-2015年中国主题酒店经营特色分析

4.2.1 高档酒店为主

4.2.2 历史文化主题

4.2.3 环境制约性强

4.2.4 酒店行业组织

4.3 2014-2015年中国民族文化主题酒店分析

4.3.1 儒家文化主题酒店

4.3.2 湘楚文化主题酒店

4.3.3 草原文化主题酒店

4.3.4 云南民族文化主题酒店

4.4 中美主题酒店经营比较分析

4.4.1 规模比较

4.4.2 集团水平

4.4.3 主题选择

4.4.4 行业组织

4.4.5 主题化程度

4.5 中国主题酒店经营模式建议

4.5.1 经济型

4.5.2 三星级

4.5.3 高星级

4.6 中国主题酒店面临的问题和对策分析

4.6.1 定位失准

4.6.2 强调西化

4.6.3 依赖主题

4.6.4 成本过高

4.6.5 宣传欠缺

4.6.6 发展对策

第五章 2014-2015年中国主题酒店竞争分析

5.1 主题酒店竞争力的影响要素分析

5.1.1 战略性资源

5.1.2 竞争市场

5.1.3 知识技能

5.1.4 顾客体验价值

5.1.5 企业有机整合

5.2 中国主题酒店发展优势分析

5.2.1 资源优势

5.2.2 市场优势

5.2.3 经济优势

5.3 中国主题酒店的核心竞争能力分析

5.3.1 资源转化能力

5.3.2 财务能力

5.3.3 创新能力

5.4 中国主题酒店的核心资源分析

5.4.1 文化资源

5.4.2 人力资源

5.4.3 品牌资源

5.5 中国主题酒店的高顾客价值分析

5.5.1 知识价值

5.5.2 体验价值

5.5.3 审美价值

5.6 中国主题酒店竞争差异化战略分析

5.6.1 产品差异

5.6.2 服务差异

5.6.3 营销差异

5.7 中国主题酒店提升竞争力对策分析

5.7.1 准确主题定位

- 5.7.2 提升服务意识
- 5.7.3 打造主题品牌
- 5.7.4 提高文化内涵

第六章 2014-2015年全球精品主题酒店介绍

6.1 丹麦•哥本哈根•福士酒店

6.1.1 酒店概况

6.1.2 主题特色

6.2 全球首间海底酒店POSEIDON UNDERSEA RESORTS

6.2.1 酒店概况

6.2.2 主题特色

6.3 迪拜Burj Al-Arab

6.3.1 酒店概况

6.3.2 主题特色

6.4 博伊西Anniversary Inn

6.4.1 酒店概况

6.4.2 主题特色

6.5 原始森林wildwood-inn

6.5.1 酒店概况

6.5.2 主题特色

6.6 柏林怪异旅馆Propeller Island City

6.6.1 酒店概况

6.6.2 主题特色

6.7 金字塔酒店Luxor hotel

6.7.1 酒店概况

6.7.2 主题特色

6.8 纽约图书馆酒店Library Hotel

6.8.1 酒店概况

6.8.2 主题特色

6.9 瑞典冰旅馆Ice Hotel

6.9.1 酒店概况

6.9.2 主题特色

6.10 巴厘岛Hard Rock Hotel Bali

6.10.1 酒店概况

6.10.2 主题特色

第七章 2014-2015年中国重点主题酒店介绍

7.1 深圳威尼斯皇冠假日酒店

7.1.1 酒店概况

7.1.2 主题特色

7.2 深圳山水酒店

7.2.1 酒店概况

7.2.2 主题特色

7.3 深圳丹枫白露酒店

7.3.1 酒店概况

7.3.2 主题特色

7.4 香港JIA (JIA Boutique Hotel)

7.4.1 酒店概况

7.4.2 主题特色

7.5 长城脚下的公社 (原称：建筑师走廊)

7.5.1 酒店概况

7.5.2 主题特色

7.6 中山真善美大酒店

7.6.1 酒店概况

7.6.2 主题特色

7.7 百丈峡酒店

7.7.1 酒店概况

7.7.2 主题特色

7.8 长沙2599爱情主题酒店

7.8.1 酒店概况

7.8.2 主题特色

第八章 2014-2015年中国主题酒店设计和案例分析

8.1 建设主题酒店的三要素分析

- 8.1.1 服务功能
- 8.1.2 市场细分
- 8.1.3 特色文化
- 8.2 主题酒店产品设计与开发的基本思路
 - 8.2.1 主题定位
 - 8.2.2 主题展示
 - 8.2.3 主题传递
 - 8.2.4 主题深化
- 8.3 主题酒店设计的关键及要点分析
 - 8.3.1 基本条件
 - 8.3.2 规划步骤
 - 8.3.3 开发要点
 - 8.3.4 设计策略
- 8.4 主题酒店空间设计和趋势分析
 - 8.4.1 地域文化
 - 8.4.2 建筑风格
 - 8.4.3 人本主义
 - 8.4.4 多样元素
- 8.5 主题酒店设计案例——广州长隆酒店
 - 8.5.1 酒店简介
 - 8.5.2 精准的定位
 - 8.5.3 多方位展示
 - 8.5.4 主题的渗透

第九章 2015-2020年中国主题酒店投资分析

- 9.1 2015-2020年中国主题酒店投资分析
 - 9.1.1 市场发展趋势
 - 9.1.2 长期投资规划
 - 9.1.3 精准市场定位
 - 9.1.4 产品生命周期
- 9.2 2015-2020年中国主题酒店投资建议
 - 9.2.1 谨慎投资建设

- 9.2.2 避免主题依赖
- 9.2.3 适度市场细分
- 9.2.4 环境协调性

第十章 中国主题酒店的前景趋势分析

10.1 中国酒店业的趋势预测及趋势

- 10.1.1 未来发展特点
- 10.1.2 未来发展需求
- 10.1.3 投资预测
- 10.1.4 未来发展方向

10.2 中国主题酒店的趋势预测展望

- 10.2.1 发展空间
- 10.2.2 趋势预测
- 10.2.3 发展目标
- 10.2.4 未来市场

10.3 中国主题酒店全面发展的新趋势

- 10.3.1 主题化发展
- 10.3.2 新型模式
- 10.3.3 景区主题
- 10.3.4 高科技应用

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》

图表目录：

图表 2014年全国星级饭店规模结构情况（按星级分）

图表 2014年全国星级饭店登记注册类型（按星级分）

图表 2013年全国星级饭店规模结构情况（按星级分）

图表 2013年全国星级饭店登记注册类型（按星级分）

图表 2012年全国星级饭店财务基本指标统计（按星级分）

图表 2012年全国星级饭店财务主要指标统计（按星级分）
图表 2013年全国星级饭店财务基本指标统计（按星级分）
图表 2013年全国星级饭店财务主要指标统计（按星级分）
图表 2014年一季度全国星级饭店经营情况统计（按星级分）
图表 2014年一季度全国星级饭店经营情况平均指标统计（按星级分）
图表 2014年二季度全国星级饭店经营情况统计（按星级分）
图表 2014年二季度全国星级饭店经营情况平均指标统计（按星级分）
图表 2012年全国星级饭店主要指标排名前十
图表 2013年全国星级饭店主要指标排名前十
图表 2012年重点旅游城市星级饭店规模结构（按星级分）
图表 2012年重点旅游城市星级饭店主要指标排名前十
图表 2013年重点旅游城市星级饭店规模结构（按星级分）
图表 2013年重点旅游城市星级饭店主要指标排名前十
图表 2014年一季度重点旅游城市星级饭店平均房价前十名（按星级分）
图表 2014年一季度重点旅游城市星级饭店平均出租率前十名（按星级分）
图表 2014年二季度重点旅游城市星级饭店平均房价前十名（按星级分）
图表 2014年二季度重点旅游城市星级饭店平均出租率前十名（按星级分）
图表 饭店战略性资源的构成
图表 主题酒店与非主题酒店价值比较
图表 主题酒店竞争优势三角模型

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1502/Z75104VYR5.html>