



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国主题酒店市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国主题酒店市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/278672.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

主题酒店是指以酒店所在地最有影响力的地域特征、文化特质为素材，设计、建造、装饰、生产和提供服务的酒店，其最大特点是赋予酒店某种主题，并围绕这种主题建设具有全方位差异性的酒店氛围和经营体系，从而营造出一种无法模仿和复制的独特魅力与个性特征，实现提升酒店产品质量和品位的目的。

在国外，主题酒店仅仅是独特概念酒店（Unique Concept Hotels）中的一种。独特概念酒店主要包括主题酒店（Themed Hotel）、设计酒店（Design Hotel）、生活方式酒店（Lifestyle Hotel）、精品酒店（Boutique Hotel）、联合品牌酒店（Co-Branded Hotel）、优质服务酒店（Service Quality Hotel）。

主题酒店的推出在国外已有50多年的历史。

世界上最早的主题酒店兴起于1958年加利福尼亚的Madonna Inn，首先推出12间主题客房，随后发展到109间，成为当时最早、最具代表性的主题酒店。发展在美国拉斯维加斯，统计，世界最大的16家主题酒店中，拉斯维加斯就有15家，主题酒店是拉斯维加斯酒店业的灵魂和生命。

2014年酒店开业最多的品牌是洲际品牌。除了洲际以外，开业数量较多的前5个品牌还有喜达屋、温德姆、希尔顿、万达。2014年全国星级酒店开业统计（按品牌）

当前中国酒店市场的行业壁垒总体情况是：生产要素市场发育不完善、相关法律缺乏与地方保护主义等因素所导致的市场壁垒居主导地位，整体市场上的低产业集中度、过度竞争与部分区域市场、细分市场的高度垄断并存，民族与地域文化差异产生的市场壁垒尚处在萌芽之中。

1.技术壁垒

按照传统的看法，酒店业是一个劳动密集型产业，但是随着商务旅游者对酒店消费需求越来越多和酒店联号、酒店集团的发展，这一看法正在改变。随着商务、度假等高消费旅游者的更加成熟，他们对饭菜的需求越来越趋于个性化，消费需求层次也越来越高，加上更多的信息、保安、虚拟技术的介入，使得酒店客房传统的“舒适”、“安全”等标准正在被更新，而那些没有能力运用现代高科技手段的酒店将会被迫退出高星级酒店的市场范围。对于那些大量存在的中小型酒店企业来说也正在面对着越来越多的旅游者通过各种网络进行酒店客房预订的现实。

2.在位优势企业的体制优势造成的酒店业的市场壁垒

体制优势主要体现在以下几个方面：生产经营一体化优势（包括垂直、水平和混合一体化）、企业规模优势、经营产品与经营活动的多样化优势、企业总体经营的规模优势、酒店或酒店集团的资金筹措优势等等。在位酒店企业一旦拥有了这些体制优势，就可以在竞争中设置强大的进入壁垒。压制新竞争者的生成与发育，客观上造成竞争的困难与垄断的趋势。

3.结构性壁垒

从全国酒店市场的总体情况来看，酒店市场的产业集中度还远远低于垄断竞争的标准。尚处于较为充分的竞争态势，或者说市场静态壁垒较弱。但是从一些细分市场如高星级酒店市场来看，产业集中度已经开始构成了壁垒。在高星级酒店市场上，从1982年香港半岛集团接管北京建国酒店开始，一批国际酒店集团就相继进入中国市场，并逐步向全国拓展。在中国管理酒店较多的国际酒店集团还有万豪，香格里拉、仁达屋、希尔顿、凯悦等，这些酒店集团所管理的企业遍布全球各地，他们拥有成熟的市场运作经验，有忠诚的客源，有良好的形象和高知名度的品牌，有世界性的酒店经营网络和服务网络，有强大资金实力和市场开拓实力，有高品质的硬件设施，他们凭借这些优势输出管理，开展特许经营，建立起庞大的酒店网络集团，形成了巨大的市场结构壁垒。

4．制度性壁垒

相关法律法规的在位和缺位都有可能形成市场壁垒。法律缺位所导致的壁垒比较容易辨识。比如北京市曾出台地方性法规，要求包括酒店在内的企业在招聘操作层面的人力资源时原则上不得使用外地人。这就使得酒店市场上的在位企业和潜在进入企业获取人力资源的选择面变窄了，或者说企业的经营成本增加了。法律缺位所导致的市场壁垒即"法律缺乏综合症"，致使酒店企业的财产权利和经营过程中的契约权力得不到有效的保证，以至于世界银行对中国的最新研究《2020年的中国》中把"制定支持市场机制和保护财产权的法律规则"摆在中国市场经济制度建设四项任务的首位。相对于旅行社业的法律缺位来说，酒店业的情况更为严重。这种法律缺位所造成的壁垒一方面极大地阻碍了潜在进入主体，特别是民营经济对酒店市场的介入；另一方面也不利于在位企业通过并购、特许、联号、管理合同等方式进行规模扩张，从而使得对酒店市场的资产存量难以得到有效调整。

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。 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 2011-2013年中国酒店业的发展14

- 2.1 2011-2013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 2011年中国酒店业发展分析35
 - 2.2.1 2011年中国星级酒店发展状况35
 - 2.2.2 2011年中国酒店业发展态势分析43
 - 2.2.3 2011年中国酒店业大事盘点46
- 2.3 2012年中国酒店业发展分析47
 - 2.3.1 2012年中国星级酒店发展状况47
 - 2.3.2 2012年中国酒店业发展动态53
 - 2.3.3 2012年中国酒店业大事盘点57
- 2.4 2013年中国酒店业发展分析60
 - 2.4.1 2013年中国星级酒店开业状况60

2.4.2 2013年中国酒店业运营状况分析	64
2.4.3 2013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 2011-2013年国外主题酒店发展概况98

3.1 2011-2013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 2011-2013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 2011-2013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 2011-2013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 2011-2013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 2011年中国主题酒店发展动态	120
4.3.1 2011年成都"花园主题"酒店开业	120
4.3.2 2011年嘉兴首家五星级主题酒店开业	122
4.3.3 2011年北京首家艺术主题酒店开业	122
4.3.4 2011年广州首家水疗主题酒店开业	123
4.3.5 2011年吉林童话主题酒店开业	124
4.4 2012年中国主题酒店发展动态	125
4.4.1 2012年成都提出打造"中国主题酒店之都"	125
4.4.2 2012年中国首个集装箱主题精品酒店开业	126
4.4.3 2012年上海迪士尼启动主题酒店项目	127
4.4.4 2012年陕西首家道文化温泉主题酒店开业	127
4.4.5 2012年郾城开建五星级水浒文化主题酒店	128
4.5 2013年中国主题酒店发展动态	129
4.5.1 2013年中国推出全球首家熊猫主题酒店	129
4.5.2 2013年国内首家驿站主题酒店开业	130
4.5.3 2013年五指山首家高星级热带雨林主题酒店开业	130
4.5.4 2013年太原首家情侣主题酒店开业	131
4.5.5 2013年海南首家西班牙风格主题酒店开业	135
4.6 2011-2013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主题的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 2011-2013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 2011-2013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 RESORTS	232
8.2.1酒店概况	232
8.2.2主题特色	232
8.3 迪拜BURJ AL-ARAB	234
8.3.1酒店概况	234
8.3.2主题特色	235
8.4 博伊西ANNIVERSARY INN	240
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 2011-2013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

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：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：主题酒店行业产业链

图表：2011-2015年我国主题酒店行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国主题酒店行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国主题酒店行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国主题酒店行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国主题酒店行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国主题酒店行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国主题酒店行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国主题酒店行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国主题酒店行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国主题酒店行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年主题酒店行业市场供给
图表：2011-2015年主题酒店行业市场需求
图表：2011-2015年主题酒店行业市场规模
图表：主题酒店所属行业生命周期判断
图表：主题酒店所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国主题酒店行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国主题酒店行业供给预测
图表：2016-2022年中国主题酒店行业需求预测
图表：2016-2022年中国主题酒店行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278672.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。