

2020-2026年中国长江三角 洲地区主题酒店市场深度分析与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国长江三角洲地区主题酒店市场深度分析与战略咨询报告》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.cction.com/report/202005/161443.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

主题酒店是以某一特定的主题，来体现酒店的建筑风格和装饰艺术，以及特定的文化氛围，让顾客获得富有个性的文化感受；同时将服务项目融入主题，以个性化的服务取代一般化的服务，让顾客获得欢乐、知识和刺激。历史、文化、城市、自然、神话童话故事等都可成为酒店借以发挥的主题。

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。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国长江三角洲地区主题酒店市场深度分析与战略咨询报告》共五章。首先介绍了长江三角洲地区主题酒店相关概念及发展环境，接着分析了中国长江三角洲地区主题酒店规模及消费需求，然后对中国长江三角洲地区主题酒店市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国长江三角洲地区主题酒店面临的机遇及发展前景。您若想对中国长江三角洲地区主题酒店有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一章 中国主题酒店行业发展综述

第一节 主题酒店行业定义与分类

一、主题酒店定义

二、主题酒店与特色酒店的关系

（1）同质性

（2）差异性

三、主题酒店本质

四、主题酒店分类

五、主题酒店特征

六、发展主题酒店的意义

第二节 主题酒店行业模式分析

一、运营模式分析

二、盈利模式分析

(1) 现代酒店的运营模式

(2) 主题酒店的商业模式

(3) 主题酒店的盈利模式

第三节 主题酒店行业壁垒分析

一、金壁垒分析

二、品牌壁垒分析

三、资源壁垒分析

四、人才壁垒分析

第二章 中国主题酒店行业发展状况

第一节 国外主题酒店发展及成功经验

一、国外主题酒店发展概况

二、国外典型主题酒店案例分析

(1) 全球首家海底酒店--Poseidon Undersea Resorts

(2) 全球第一家冰旅馆--瑞典冰旅馆Ice Hotel

(3) 亚洲第一摇滚主题--巴厘岛Hard Rock Hotel Bali

(4) 金字塔主题酒店--金字塔酒店Luxor Hotel

(5) 像鸟儿一样住在树上--美国树屋旅馆

三、国外主题酒店行业发展经验与启示

(1) 国内外主题酒店主题选择比较分析

(2) 国内外主题酒店经营情况比较分析

(3) 国外主题酒店行业发展经验与启示探讨

第二节 中国主题酒店行业发展分析

一、发展阶段

二、发展现状

三、影响因素分析

(1) 市场因素

(2) 文化因素

(3) 区域经济因素

(4) 社会因素

(5) 区域政府行为因素

第三节 中国主题酒店行业经营分析

一、主题酒店行业数量规模分析

二、主题酒店行业价格分析

(1) 价格形成机制

(2) 价格现状分析

(3) 价格发展趋势

三、主题酒店行业市场规模分析

四、主题酒店行业成本控制分析

(1) 成本管理中存在的主要问题

(2) 成本管理存在问题的原因分析

(3) 改进主题酒店成本管理的建议

五、主题酒店行业效益分析

(1) 星级酒店经济效益分析

(1) 基本情况

(2) 财务经营状况

(3) 分地区统计

(4) 全国50个重点旅游城市情况

(5) 2018年上半年数据

(2) 主题酒店经济效益分析

(3) 主题酒店社会效益分析

第三章 中国主题酒店创建体系分析

第一节 普通酒店的创建过程分析

第二节 主题酒店创建的基本内容

一、准确的主题定位

二、多方位的主题展示

三、主题的深化与传递

四、主题酒店产品分类

第三节 主题酒店感官层次主体构建

一、酒店感观层次的主题构建

- (1) 建筑风格与主题景观
- (2) 空间设计与装饰
- (3) 主题文化氛围

二、酒店产品层次的主题构建

- (1) 主题客房
- (2) 主题餐厅
- (3) 主题会议室
- (4) 主题娱乐康体设施
- (5) 主题展示空间

第四节 主题酒店创建的成功因素

一、正确选择主题是主题酒店成功的前提

- (1) 主题选择以市场为导向
- (2) 选择酒店所在地最有代表性的文化及资源

二、酒店对主题的适应性和主题的成功物化

- (1) 酒店的环境和设施主题化
- (2) 酒店的产品和服务主题化
- (3) 酒店的餐厅和饮食主体化
- (4) 酒店的内核

三、将文化资源转换为文化资本

四、重视文化管理

- (1) 完善个性化服务
- (2) 以理念的形式渗透主题文化
- (3) 树立独特的主题酒店文化品牌

五、主题酒店特色文化品牌的塑造

第五节 主题酒店建设误区--杭州“梦幻城堡”项目流产分析

一、“杭州”“梦幻城堡”项目流产分析

- (1) 项目简介
- (2) 项目流产原因分析

二、主题酒店建设误区分析

- (1) 投资的误区
- (2) 主题定位的误区
- (3) 氛围营造的误区

第六节 主题酒店策划思路

一、主题酒店前期调研

- (1) 文化背景研究
- (2) 文化载体分析
- (3) 主题的市场价值挖掘
- (4) 酒店选址确定
- (5) 消费者分析
- (6) 酒店定位明确

二、主题酒店设计

- (1) 酒店氛围与环境设计
- (2) 酒店产品与设施设计
- (3) 酒店主题服务设计

三、酒店的运营模式设计

第四章 长江三角洲地区主题酒店行业市场现状与趋势分析

第一节 主题酒店行业区域分布

第二节 上海市主题酒店行业发展分析

一、发展现状

二、市场需求分析

三、发展资源分析

- (1) 以自然风光为主题的资源分析
- (2) 以历史文化为主题的资源分析
- (3) 以城市特色为主题的资源分析

四、竞争分析

五、发展趋势

六、投资规划

第三节 浙江省主题酒店行业发展分析

一、发展现状

二、市场需求分析

三、发展资源分析

- (1) 以自然风光为主题的资源分析
- (2) 以历史文化为主题的资源分析

(3) 以城市特色为主题的资源分析

四、竞争分析

五、发展趋势

六、投资规划

第五章 长江三角洲地区主题酒店行业领先个案经营分析

第一节 主题酒店总体状况

第二节 长江三角洲地区主题酒店领先个案经营分析

一、南京山水大酒店

(1) 酒店概况

(2) 酒店主题建设情况

(3) 酒店主题定位

(4) 酒店设施及环境

(5) 酒店服务情况

(6) 消费者对酒店点评

(7) 酒店运营情况

二、吴地人家红楼梦主题店

(1) 酒店概况

(2) 酒店主题建设情况

(3) 酒店主题定位

(4) 酒店设施及环境

(5) 酒店服务情况

(6) 消费者对酒店点评

(7) 酒店运营情况

三、上海天禧嘉福璞缇客酒店

(1) 酒店概况

(2) 酒店主题建设情况

(3) 酒店主题定位

(4) 酒店设施及环境

(5) 酒店服务情况

(6) 消费者对酒店点评

(7) 酒店运营情况

四、酷漫居动漫主题酒店

- (1) 酒店概况
- (2) 酒店主题建设情况
- (3) 酒店主题定位
- (4) 酒店设施及环境
- (5) 酒店服务情况
- (6) 消费者对酒店点评
- (7) 酒店运营情况

五、浙江西子宾馆

- (1) 酒店概况
- (2) 酒店主题建设情况
- (3) 酒店主题定位
- (4) 酒店设施及环境
- (5) 酒店服务情况
- (6) 消费者对酒店点评
- (7) 酒店运营情况

图表目录：

图表 1：主题酒店的本质

图表 2：主题酒店的主题选择

图表 3：主题酒店按运作深度划分

图表 4：主题酒店根据文化根源分类情况

图表 5：主题酒店营造主题文化的载体

图表 6：现代酒店的运营要素

图表 7：现代酒店的运营模式分析

图表 8：主题酒店的盈利性分析

图表 9：部分国外代表性主题酒店

图表 10：国内主题酒店主题选择的案例

图表 11：国外主题酒店主题选择的案例

图表 12：国内外主题酒店的主题选择差异性

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/161443.html>