

2024-2029年中国互联网+酒店行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

大数据突袭酒店领域，携程、阿里巴巴几乎同时宣布打造酒店大数据平台。PMS是酒店最核心的管理系统，目前各大OTA又将爪子伸向了酒店管理系统，这无疑让更多的酒店惴惴不安。携程体系的中软、佳驰，艺龙入主住哲、阿里投资石基都是最好例证。面对这些充满激情的畅想，全国上下的酒店一片哗然，大数据模式到底能给就酒店带来什么呢？

在客户预定环节，OTA返现、竞争的战火也将酒店业推到了竞争的前台，关于直销、分销道路的选择，关于OTA是敌是友的争论不断，对待不一。腰杆硬的大酒店集团可以与OTA谈判取消返现，甚至下架；腰杆不硬的中小酒店们亦敌亦友，不得不让OTA送量，也不得不提防OTA不断上涨的佣金，亦步亦趋的与OTA们谨慎合作。中国酒店企业里面，7天连锁有自己非常独特的一点：它采取的是会员制直销模式。一般的酒店，采取分销+直销是最常见的做法。所谓分销，典型的是将酒店挂靠在各大在线旅游网站上(如携程、艺龙)，此外传统旅行社也算一种分销渠道；而直销则是通过酒店自营的渠道进行销售。两者的区别在于前者需要给分销商超过10%的佣金(携程艺龙一般在15%以上)，这对利润单薄的酒店业来说并不低。

酒店需要理性看待各渠道的同时，加强自身的运营体系，坚守和调整自身的价格体系才是应对之道。无论何时，对于酒店来讲，不要把自身的命运拴到外界，而应该时刻地把握自我的命运，多渠道分销，前者是分流渠道，后者则是酒店的根据地，二者有机结合，才可能保持良性循环和发展。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国互联网+酒店行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国互联网+酒店行业发展状况和特点，以及中国互联网+酒店行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对互联网+酒店行业发展态势作了详细分析，并对互联网+酒店行业进行了趋向研判，是互联网+酒店经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+酒店行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

第一章 电子商务与酒店行业概况

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 互联网+的相关概述

一、互联网+的提出

二、互联网+的内涵

三、互联网+的发展

四、互联网+的评价

五、互联网+的趋势

第三节 我国传统酒店行业发展分析

一、传统酒店行业发展现状

二、传统酒店行业发展弊端

三、互联网趋势下酒店行业面临的转型

四、酒店行业未来发展趋势

第二章 互联网+环境下酒店行业的机会与挑战

第一节 2019-2023年中国互联网环境分析

一、总体网民规模分析

二、分省网民规模分析

三、手机网民规模分析

四、网民属性结构分析

第二节 互联网+环境下酒店行业的机会与挑战

一、互联网思维的发展

二、互联网时代行业大环境的变化

三、互联网直击传统行业消费痛点

四、互联网助力企业开拓市场

五、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网+酒店行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 酒店行业与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

五、酒店企业与互联网合作案例

第二部分 行业深度分析

第三章 2019-2023年酒店行业发展概况分析

第一节 2019-2023年酒店行业发展现状分析

一、2019-2023年酒店行业产业政策分析

二、2019-2023年酒店行业发展现状分析

三、2019-2023年酒店行业主要企业分析

四、2019-2023年酒店行业市场规模分析

第二节 酒店行业市场前景分析

一、酒店行业发展机遇分析

二、酒店行业市场发展预测

三、酒店行业发展前景分析

第四章 2024-2029年酒店行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 互联网+酒店市场规模与渗透率

一、互联网+酒店总体开展情况

二、互联网+酒店交易规模分析

三、互联网+酒店渠道渗透率分析

第二节 互联网+酒店行业盈利能力分析

一、互联网+酒店发展有利因素

二、互联网+酒店发展制约因素

三、互联网+酒店行业经营成本分析

四、互联网+酒店行业盈利模式分析

五、互联网+酒店行业盈利水平分析

第三节 2024-2029年互联网+酒店行业未来前景及趋势预测

一、2024-2029年互联网+酒店行业市场空间测算

二、2024-2029年互联网+酒店市场规模预测分析

三、2024-2029年互联网+酒店发展趋势预测分析

第五章 酒店行业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 酒店行业转型电商构建分析

一、互联网+酒店关键环节分析

1、产品采购与组织

2、平台网站建设

3、网站品牌建设及营销

4、网站增值服务

二、酒店企业电子商务网站构建

1、网站域名申请

2、网站运行模式

3、网站开发规划

4、网站需求规划

第二节 酒店行业转型电商发展途径

一、O2O发展模式

二、与第三方平台合作模式

第三节 酒店行业转型电商平台选择分析

一、酒店行业电商建设模式

二、借助第三方网购平台

1、第三方平台的优劣势

2、第三方平台盈利模式

三、电商服务外包模式分析

1、电商服务外包的优势

2、电商服务外包可行性

3、电商服务外包前景

四、酒店企业电商平台选择策略

第六章 互联网+酒店运营模式分析

第一节 互联网+酒店O2O模式分析

第二节 互联网+酒店O2O市场概况

第三节 互联网+酒店O2O模式

第四节 互联网+酒店O2O发展趋势

第三部分 竞争格局分析

第七章 酒店主流网站订购平台分析

第一节 阿里旅游

一、网站发展基本概述

二、网站对酒店行业的影响

三、与酒店行业合作策略分析

第二节 去哪儿

一、网站发展基本概述

二、网站对酒店行业的影响

三、与酒店行业合作策略分析

第三节 携程网

一、网站发展基本概述

二、网站对酒店行业的影响

三、与酒店行业合作策略分析

第四节 缤客

一、网站发展基本概述

二、网站对酒店行业的影响

三、与酒店行业合作策略分析

第八章 传统酒店企业互联网+发展情况

第一节 华天酒店集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第二节 首旅酒店

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第三节 上海锦江国际酒店发展股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第四节 开元酒店集团

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第五节 维也纳酒店

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第六节 希尔顿酒店

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第七节 万豪酒店

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第八节 粤海酒店

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第九节 香格里拉

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第十节 喜来登

一、企业基本情况

二、企业经营状况

三、互联网+应用情况

四、企业核心竞争力

五、企业发展战略

第九章 国外互联网+酒店发展

第一节 美国

一、互联网+酒店发展历史

二、互联网+酒店发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第二节 欧洲

一、互联网+酒店发展历史

二、互联网+酒店发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第三节 韩国

一、互联网+酒店发展历史

二、互联网+酒店发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第四节 日本

一、互联网+酒店发展历史

二、互联网+酒店发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第四部分 行业投资分析

第十章 酒店行业进入互联网领域投资策略分析

第一节 互联网酒店平台市场投资要素

一、市场发展阶段的认知分析

二、政策走向分析

三、投资策略分析

四、投资前景分析

第二节 互联网酒店投资分析

一、酒店企业电商自建平台分析

1、自建平台的优势分析

2、自建平台的负面影响

二、酒店行业与电商企业合作分析

三、互联网酒店市场策略分析

第十一章 2024-2029年互联网+酒店行业投资机会与风险防范

第一节 互联网+酒店行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、互联网+酒店行业投资现状分析

1、互联网+酒店产业投资经历的阶段

2、2019-2023年互联网+酒店行业投资状况回顾

3、2019-2023年中国互联网+酒店行业风险投资状况

4、2024-2029年我国互联网+酒店行业的投资态势

第二节 2024-2029年互联网+酒店行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、互联网+酒店行业投资机遇

第三节 2024-2029年互联网+酒店行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国互联网+酒店行业投资建议

一、互联网+酒店行业未来发展方向

二、互联网+酒店行业主要投资建议

三、中国互联网+酒店企业融资分析

1、中国互联网+酒店企业IP轮融资分析

2、中国互联网+酒店企业再融资分析

第五部分 发展战略研究

第十二章 2024-2029年互联网+酒店行业发展对策

第一节 2019-2023年互联网+酒店行业面临的困境

一、互联网+发展制约因素

二、传统酒店行业面临困境

第二节 互联网+酒店企业面临的困境

一、互联网+酒店企业面临的困境

二、国内互联网+酒店企业的出路分析

第三节 中国互联网+酒店行业的发展对策

一、中国互联网+发展对策

二、互联网+酒店行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第十三章 互联网+酒店行业发展战略研究

第一节 互联网+酒店行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国互联网+酒店品牌的战略思考

一、互联网+酒店品牌的重要性

二、互联网+酒店实施品牌战略的意义

三、互联网+酒店企业品牌的现状分析

四、我国互联网+酒店企业的品牌战略

五、互联网+酒店品牌战略管理的策略

第三节 互联网+酒店经营策略分析

一、互联网+酒店市场细分策略

二、互联网+酒店市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网+酒店新产品差异化战略

第四节 互联网+酒店行业投资战略研究

一、2019-2023年互联网+酒店行业投资战略

二、2024-2029年互联网+酒店行业投资战略

图表目录

图表：互联网+酒店行业生命周期

图表：互联网+酒店行业产业链结构

图表：2019-2023年中国酒店行业市场增长情况

图表：2019-2023年中国酒店行业市场规模

图表：2019-2023年互联网+酒店行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国互联网+酒店市场占销售比例

图表：2019-2023年酒店行业销售收入

图表：2019-2023年酒店行业利润总额

图表：2019-2023年酒店行业资产总计

图表：2019-2023年酒店行业负债总计

图表：2019-2023年酒店行业竞争力分析

图表：2019-2023年互联网+酒店市场价格走势

图表：2019-2023年我国网民数量及同比增速

图表：2019-2023年我国酒店企业数量及同比增速

图表：2019-2023年我国酒店企业销售网点分析

图表：2019-2023年我国酒店商务规模及同比增速

图表：2019-2023年我国电子商务网民数量增加情况

图表：2019-2023年上海锦江国际酒店发展股份有限公司盈利水平分析

图表：2019-2023年上海锦江国际酒店发展股份有限公司资产负债表分析

图表：2019-2023年华天酒店集团股份有限公司盈利水平分析

图表：2019-2023年华天酒店集团股份有限公司资产负债表分析

图表：2019-2023年互联网+酒店市场规模及同比增速

图表：2019-2023年中国互联网+酒店交易规模及同比增速

图表：2024-2029年国内互联网+酒店市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170106/8898.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)