

## 2024-2029年中国酒店直销行业深度分析与投资发展趋势预测报告

## 报告简介

近几年，中国酒店业呈爆发式增长态势，随之而来的是酒店管理人才的紧缺、酒店价格竞争的激烈及酒店对OTA的依赖程度日益上升，最终导致全行业利润水平低下，甚至连续多年亏损。中国酒店业几乎沦为了OTA的赚钱工具。

近几年，国内越来越多的酒店也注册了官方微信公众号，也开通了简单的微信订房功能，都希望借助微信来获得用户和流量，提升直销比例。酒店推动直销不仅仅是为了降低分销成本，更是为了提高顾客体验。当顾客通过酒店官方渠道预订的时候，酒店就拥有了用户的相关数据。通过这些数据，能够更好地收集用户需求，从而可以提供更有针对性和个性化的服务。最终能够产生更多的忠诚会员并带来更多预订。

小程序市场规模正呈现高速扩张趋势。随着微信在电商领域的功能开发，小程序的功能还会不断的完善和优化。伴随微信平台的技术化和服务化的功能发展，这给酒店业带来了前所未有的发展机会，促使酒店更多的关注微信平台的使用和维护，不但可以有效节省开发运营成本，还会极大地降低其获客成本。

近年来，国内酒店行业快速发展的同时，酒店经营也面临前所未有的考验，缺乏有效直销渠道、对OTA依赖过度、会员管理不够完善、客户沉淀缺乏数据支撑等问题逐渐暴露出来。在竞争日益白热化的今天，智慧化升级成为酒店业转型的必经之路，建立行之有效的直销渠道，以低成本高效获客，摆脱对OTA平台的过度依赖是酒店行业需要重点思考的问题。

在全球范围内，OTA由于在抢占红利、获客能力、IT投入、数字营销、产品整合、并购等方面已经具备了优势，在预订交易量上继续保持对酒店直销明显的领先优势，且还有不断拉大的趋势。智慧酒店解决方案利用物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术，通过酒店内各类旅游信息的自动感知、及时传送和数据挖掘分析实现旅游六要素的电子化、信息化和智能化，满足客人个性化需求，并帮助酒店达成开源、节流、增效酒店直销的目的，有针对性的解决近年来酒店运营的痛点，给现代酒店运营注入创新活力。

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、国家市场监督管理总局、国务院发展研究中心、中国酒店直销行业协会、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，对我国酒店直销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，并重点分析了我国酒店直销行业发展状况和特点，以及中国酒店直销行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的酒店直销行业发展态势作了详细分析，并对酒店直销行业进行了趋向研判，是酒店直销经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前酒店直销业发展动态，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 直销与酒店直销行业发展综述

## 第一节 直销的定义

### 一、直销行业的定义

### 二、直销商品的分类

### 三、直销运作的考量

### 四、直销消费群特征

### 五、直销商群体特征

## 第二节 直销的特征及优势

### 一、直销的基本特征

### 二、直销独特优势分析

### 三、直销与传统市场营销的区别

## 第三节 直销与非法传销的区别分析

### 一、直销与传销的概念区别

### 二、直销和传销的运营区别

### 三、金字塔式销售定义

### 四、合法直销事业与非法金字塔式销售区别

## 第四节 直销的商德守则

### 一、概念

### 二、行为

### 三、公司

### 四、原则

### 五、责任

## 第五节 酒店直销行业定义及分类

### 一、酒店直销的定义

### 二、酒店直销的分类及特点

## 第二章 酒店直销行业市场环境及影响分析 ( pest )

## 第一节 酒店直销行业政治法律环境(p)

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、行业主要政策动向
- 四、酒店直销行业标准
- 五、行业相关发展规划
- 六、政策环境对行业的影响

## 第二节 行业经济环境分析(e)

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

## 第三节 行业社会环境分析(s)

- 一、酒店直销产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、酒店直销产业发展对社会发展的影响

## 第四节 行业技术环境分析(t)

- 一、互联网技术发展分析
- 二、大数据技术发展分析
- 三、人工智能技术发展分析
- 四、技术环境对行业的影响

## 第三章 国际酒店直销业发展状况

### 第一节 国际酒店直销业发展状况分析

- 一、国际酒店直销业发展情况分析
- 二、国际酒店直销业建设模式分析
  - 1、面向产品建设模式分析

2、面向服务建设模式分析

三、国际酒店直销业建设运营成本分析

1、面向产品建设模式成本分析

2、面向服务建设模式成本分析

3、两种模式成本对比分析

四、国际酒店直销业市场发展趋势分析

五、国际酒店直销业领先企业分析

1、希尔顿酒店——英国

2、喜来登酒店——美国

3、戴斯酒店——美国

第二节 全球主要国家酒店直销行业发展分析

一、美国酒店直销行业发展分析

1、美国酒店直销行业发展概况

2、美国酒店直销主要渠道

3、美国酒店直销行业发展模式及特点

二、新加坡酒店直销行业发展分析

1、新加坡酒店直销行业发展概况

2、新加坡酒店直销主要渠道

3、新加坡酒店直销行业发展模式及特点

三、欧洲酒店直销行业发展分析

1、欧洲酒店直销行业发展概况

2、欧洲酒店直销主要渠道

3、欧洲酒店直销行业发展模式及特点

一、酒店直销渠道及方式

二、酒店直销行业发展模式异同

三、酒店直销行业侧重点异同

第二部分 行业深度分析

第四章 中国酒店行业运行现状分析

第一节 中国酒店行业发展状况分析

一、中国酒店行业发展阶段

二、中国酒店行业发展总体概况

三、中国酒店行业发展特点分析

四、中国酒店行业商业模式分析

第二节 中国酒店行业市场数据分析

一、2019-2023年中国酒店数量分析

二、中国酒店企业结构

三、中国酒店营收分析

1、住房收入分析

2、餐饮收入分析

3、其他收入分析

四、中国酒店平均房价分析

五、中国酒店平均租住率分析

第三节 中国酒店选址偏好分析

一、交通枢纽城市

二、商业中心

三、商务中心

四、旅游区

五、其他

#### 第四节 酒店线上品牌推广分析

- 一、酒店官网建设及app开发运营
- 二、酒店主要广告投放媒体分析
- 三、ota口碑效应分析

#### 第五节 酒店消费者预定途径分析

- 一、在线旅游
- 二、酒店app
- 三、现场预定
- 四、官网预定
- 五、电话预定

### 第五章 中国酒店直销行业运行现状分析

#### 第一节 中国酒店直销发展行业分析

- 一、中国酒店直销业发展历程分析
- 二、中国酒店直销企业践行低碳经济
- 三、中国酒店直销行业发展形势分析

#### 第二节 中国酒店直销业市场分析

- 一、中国酒店直销市场规模分析
- 二、中国酒店直销订单数量分析
- 三、中国酒店直销线上线下占比分析
- 四、中国酒店直销占酒店行业总收入比重

#### 第三节 酒店经营面临的问题

- 一、缺乏有效直销渠道
- 二、对ota依赖过度
- 三、会员管理不够完善

#### 四、客户沉淀缺乏数据支撑

### 第四节 中国酒店直销行业发展前景分析

#### 一、中国酒店直销行业面临的问题

#### 二、中国酒店直销行业解决方案分析

#### 三、中国酒店直销行业运作方式分析

#### 四、中国酒店直销行业发展前景分析

### 第三部分 行业发展模式分析

## 第六章 中国直销行业电子商务发展模式分析

### 第一节 中国网购市场发展概况

#### 一、中国互联网发展规模分析

#### 二、中国网购形态特征分析

#### 三、中国网购市场发展现状

### 第二节 直销e化经营管理分析

#### 一、电子商务直销模式分析

#### 二、e化直销作业体系分析

#### 三、e化直销行业建构分析

#### 四、直销电子商务导入分析

#### 五、电子商务社群建立分析

### 第三节 直销电子商务模式分析

#### 一、ERP整合

#### 二、crm管理

#### 三、SCM管理

#### 四、安全付款交易机制

#### 五、知识管理

#### 第四节 直销行业电子商务发展前景分析

##### 一、发展规划分析

##### 二、发展规模分析

##### 三、发展方向分析

#### 第七章 中国酒店直销行业线上线下发展分析

##### 第一节 中国酒店直销线上发展分析

###### 一、酒店直销线上布局方式

###### 二、酒店直销线上订单数量

###### 三、酒店直销线上订单金额

###### 四、酒店直销线上订单套餐设定

###### 五、酒店直销线上消费者满意度

###### 六、酒店直销线上投资及发展新趋势

##### 第二节 中国酒店直销线下发展分析

###### 一、酒店直销线下布局方式

###### 二、酒店直销线下订单数量

###### 三、酒店直销线下订单金额

###### 四、酒店直销线下订单套餐设定

###### 五、酒店直销线下消费者满意度

###### 六、酒店直销线下投资及发展新趋势

#### 第四部分 行业竞争分析

#### 第八章 中国酒店直销平台及代表企业发展分析

##### 第一节 中国酒店直销平台发展分析

###### 一、商旅部落

###### 1、平台简介

- 2、平台特点及优势
- 3、平台资源整合现状
- 4、平台运营模式
- 5、平台发展意义

## 二、hworld “万家联盟”

- 1、平台简介
- 2、平台特点及优势
- 3、平台资源整合现状
- 4、平台运营模式
- 5、平台发展意义

## 三、直客通

- 1、平台简介
- 2、平台特点及优势
- 3、平台资源整合现状
- 4、平台运营模式
- 5、平台发展意义

## 四、好易订旅行网

- 1、平台简介
- 2、平台特点及优势
- 3、平台资源整合现状
- 4、平台运营模式
- 5、平台发展意义

## 五、智慧酒店

- 1、平台简介

- 2、平台特点及优势
- 3、平台资源整合现状
- 4、平台运营模式
- 5、平台发展意义

## 第二节 中国酒店直销代表企业发展分析

### 一、7天连锁酒店

- 1、酒店简介
- 2、酒店发展规模
- 3、酒店营销模式
- 4、酒店经营特色
- 5、酒店区域布局
- 6、酒店客户群定位

### 二、华住酒店

- 1、酒店简介
- 2、酒店发展规模
- 3、酒店营销模式
- 4、酒店经营特色
- 5、酒店区域布局
- 6、酒店客户群定位

### 三、锦江集团

- 1、酒店简介
- 2、酒店发展规模
- 3、酒店营销模式
- 4、酒店经营特色

5、酒店区域布局

6、酒店客户群定位

#### 四、首旅如家酒店

1、酒店简介

2、酒店发展规模

3、酒店营销模式

4、酒店经营特色

5、酒店区域布局

6、酒店客户群定位

#### 五、华住酒店

1、酒店简介

2、酒店发展规模

3、酒店营销模式

4、酒店经营特色

5、酒店区域布局

6、酒店客户群定位

#### 六、亚朵酒店

1、酒店简介

2、酒店发展规模

3、酒店营销模式

4、酒店经营特色

5、酒店区域布局

6、酒店客户群定位

#### 七、朗豪酒店

- 1、酒店简介
- 2、酒店发展规模
- 3、酒店营销模式
- 4、酒店经营特色
- 5、酒店区域布局
- 6、酒店客户群定位

#### 八、碧桂园酒店

- 1、酒店简介
- 2、酒店发展规模
- 3、酒店营销模式
- 4、酒店经营特色
- 5、酒店区域布局
- 6、酒店客户群定位

#### 九、五悦景区连锁酒店

- 1、酒店简介
- 2、酒店发展规模
- 3、酒店营销模式
- 4、酒店经营特色
- 5、酒店区域布局
- 6、酒店客户群定位

#### 十、香格里拉酒店

- 1、酒店简介
- 2、酒店发展规模
- 3、酒店营销模式

4、酒店经营特色

5、酒店区域布局

6、酒店客户群定位

第五部分 行业发展前景

第九章 2024-2029年酒店直销行业前景及投资价值

第一节 2024-2029年酒店直销市场发展前景

一、2024-2029年酒店直销市场发展潜力

二、2024-2029年酒店直销市场发展前景展望

第二节 2024-2029年酒店直销市场发展趋势预测

一、2024-2029年酒店直销行业发展趋势

二、2024-2029年酒店直销市场规模预测

三、2024-2029年酒店直销模式发展趋势预测

第三节 酒店直销行业投资特性分析

一、酒店直销行业进入壁垒分析

二、酒店直销行业盈利因素分析

三、酒店直销行业盈利模式分析

四、酒店直销牌照申请及下发分析

第十章 2024-2029年酒店直销行业投资机会与风险防范

第一节 酒店直销行业投融资情况

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、酒店直销行业投资现状分析

第二节 2024-2029年酒店直销行业投资机会

一、产业链投资机会

二、重点区域投资机会

三、酒店直销行业投资机遇

第三节 2024-2029年酒店直销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、其他风险及防范

第四节 中国酒店直销行业投资建议

一、酒店直销行业未来发展方向

二、酒店直销行业主要投资建议

三、中国酒店直销企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十一章 2024-2029年中国酒店行业经营战略分析

第一节 中国酒店经营策略分析

一、服务策略

1、针对会议团队的产品服务策略

2、针对商务客人的产品服务策略

3、酒店针对婚宴的产品服务策略

二、价格策略

1、酒店客房价格的制定

2、酒店餐饮价格的制定

3、酒店价格的调整

三、渠道策略

1、网络联合营销渠道

2、加入分时度假交换系统

四、促销策略

1、酒店广告策略

2、酒店人员销售策略

3、酒店营业推广策略

4、酒店公共关系策略

五、品牌策略

1、服务吸引人

2、口碑带新人

3、网络留住人

第二节 对中国酒店直销品牌的战略思考

一、酒店直销品牌的重要性

二、酒店直销实施品牌战略的意义

三、酒店直销企业品牌的现状分析

四、中国酒店直销企业的品牌战略

五、酒店直销品牌战略管理的策略

第三节 酒店直销经营策略分析

一、酒店直销市场细分策略

二、酒店直销市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、酒店直销新产品差异化战略

第四节 酒店直销行业投资战略研究

一、2024-2029年酒店直销企业投资战略

二、2024-2029年酒店直销行业投资战略

### 三、2024-2029年产品行业投资战略

## 第十二章 研究结论及发展建议

### 第一节 酒店直销行业研究结论及建议

### 第二节 酒店直销子行业研究结论及建议

### 第三节 酒店直销行业发展建议

#### 一、行业发展策略建议

#### 二、行业投资方向建议

#### 三、行业投资方式建议

### 图表目录

图表：2019-2023年中国宏观经济形势分析

图表：2019-2023年中国高净值人群数量分析

图表：2019-2023年全球高端酒店市场结构

图表：2019-2023年全球高端酒店市场区域分布

图表：2019-2023年中国高端酒店数量分析

图表：2019-2023年中国高端酒店住房收入分析

图表：2019-2023年中国高端酒店餐饮收入分析

图表：2019-2023年中国高端酒店其他收入分析

图表：2019-2023年中国酒店直销市场规模分析

图表：2019-2023年中国酒店直销订单数量分析

图表：2019-2023年中国酒店直销线上线下占比分析

图表：2019-2023年中国酒店直销占酒店行业总收入比重

图表：2019-2023年酒店直销线上订单数量

图表：2019-2023年酒店直销线上订单金额

图表：2019-2023年酒店直销线下订单数量

图表：2019-2023年酒店直销线下订单金额

图表：2024-2029年酒店直销市场规模预测

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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20190426/117587.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)