

# 2018-2024年中国互联网+ 有限服务酒店市场研究与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2018-2024年中国互联网+有限服务酒店市场研究与市场运营趋势报告》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.abaogao.com/b/jiudian/N03827PAQ4.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

在移动互联网的影响下，酒店共享经济、智慧酒店、生活化酒店方式等以创新服务深受用户喜爱。2016年，长三角地区使用移动互联网进行酒店在线预订的用户比例较大，占比62%；在全年产生订单的用户中，男性会员占总数的59%。酒店移动互联网区域用户分布情况数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国互联网+有限服务酒店市场研究与市场运营趋势报告》共九章。首先介绍了互联网+有限服务酒店相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网+有限服务酒店规模及消费需求，然后对中国互联网+有限服务酒店市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网+有限服务酒店面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网+有限服务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 中国电子商务行业发展现状分析

#### 第一节 电子商务基本概况

##### 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

###### （一）电子商务分类

###### （二）电子商务功能

###### （三）电子商务运营模式

#### 第二节 中国电子商务规模分析

##### 一、电子商务交易规模分析

##### 二、电子商务市场结构分析

###### （一）电子商务市场结构

###### （二）电子商务区域结构

三、电子商务从业人员规模

四、电子商务相关融合产业

### 第三节 中国电子商务细分行业分析

一、B2B电子商务发展分析

(一) B2B市场规模分析

(二) B2B企业规模分析

(三) B2B市场营收分析

(四) B2B市场份额分析

(五) B2B用户规模分析

(六) B2B发展趋势分析

二、网络订房市场发展分析

(一) 网络订房交易规模

(二) 网络订房市场占比

(三) 网络订房企业规模

(四) 网络订房市场份额

(五) 网络订房用户规模

(六) 网络订房网店规模

(七) 移动电商市场规模

(八) 移动电商用户规模

(九) 海外互联网订房市场规模

## 第二章 互联网环境下酒店行业的机会与挑战

### 第一节 中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

(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

二、网民互联网应用状况

(一) 信息获取情况分析

(二) 商务交易发展情况

(三) 交流沟通现状分析

#### （四）网络娱乐应用分析

### 第二节 互联网环境下酒店行业的机会与挑战

- 一、互联网时代行业大环境的变化
- 二、互联网直击传统行业消费痛点
- 三、互联网助力企业开拓市场
- 四、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

## 第三章 酒店行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节 酒店行业发展现状分析

- 一、酒店行业产业政策分析
- 二、酒店行业发展现状分析

全年新增移动端会员共计678452人，在所有产生订单的会员中，31-40岁之间的用户比例最大，达到了39.1%，较上半年相比，这一年龄段的会员预订量占比呈上升趋势，该类人群消费能力较强且忠诚度较高，随着移动互联网的普及也成为了酒店更稳定的收益来源;其次是年龄在21-30岁之间的用户，占比为31.3%，这部分年轻会员更看重服务特色和体验，对移动互联网的变化适应能力较强，酒店需加强自身特色化建设才能在未来提高该类客户的忠诚度。支付方式数据来源：公开资料整理

- 三、酒店行业市场规模分析
- 四、酒店行业经营效益分析
- 五、酒店行业竞争格局分析
- 六、酒店行业发展前景预测

### 第二节 互联网+有限服务酒店市场规模与渗透率

- 一、互联网+有限服务酒店总体开展情况
- 二、互联网+有限服务酒店交易规模分析
- 三、互联网+有限服务酒店渠道渗透率分析
- 第三节 互联网+有限服务酒店行业盈利能力分析

- 一、酒店电子商务发展有利因素
- 二、酒店电子商务发展制约因素
- 三、互联网+有限服务酒店行业经营成本分析
- 四、互联网+有限服务酒店行业盈利模式分析
- 五、互联网+有限服务酒店行业盈利水平分析

#### 第四节 互联网+有限服务酒店行业未来前景及趋势预测

- 一、互联网+有限服务酒店行业市场空间测算
- 二、互联网+有限服务酒店市场规模预测分析
- 三、互联网+有限服务酒店发展趋势预测分析

### 第四章 酒店企业转型电子商务战略分析

#### 第一节 酒店企业转型电商优势分析

- 一、前期投入成本优势
- 二、供应链体系建设优势
- 三、渠道管控优势分析
- 四、零售运营经验优势

#### 第二节 酒店企业转型电商流程管理

- 一、网站运营流程管理
- 二、网络订房流程管理
- 三、产品发货流程管理
- 四、采购管理流程管理
- 五、订单销售流程管理
- 六、库房操作流程管理
- 七、订单配送流程管理

#### 第三节 酒店企业电子商务成本分析

- 一、互联网+有限服务酒店成本构成分析
- 二、互联网+有限服务酒店采购成本分析
- 三、互联网+有限服务酒店运营成本分析

四、互联网+有限服务酒店履约成本分析

五、互联网+有限服务酒店交易成本分析

## 第五章 酒店企业转型电商体系构建及平台选择

### 第一节 酒店企业转型电商构建分析

#### 一、酒店电子商务关键环节分析

(一) 产品采购与组织

(二) 电商网站建设

(三) 网站品牌建设及营销

(四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

#### 二、酒店企业电子商务网站构建

(一) 网站域名申请

(二) 网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

### 第二节 酒店企业转型电商发展途径

#### 一、电商B2B发展模式

#### 二、电商B2C发展模式

#### 三、电商C2C发展模式

#### 四、电商O2O发展模式

### 第三节 酒店企业转型电商平台选择分析

#### 一、酒店企业电商建设模式

#### 二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

#### 三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

#### 四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

### (三) 电商服务外包前景

## 五、酒店企业电商平台选择策略

## 第六章 酒店行业电子商务运营模式分析

### 第一节 酒店电子商务B2B模式分析

- 一、酒店电子商务B2B市场概况
- 二、酒店电子商务B2B盈利模式
- 三、酒店电子商务B2B运营模式
- 四、酒店电子商务B2B的供应链

### 第二节 酒店电子商务B2C模式分析

- 一、酒店电子商务B2C市场概况
- 二、酒店电子商务B2C市场规模
- 三、酒店电子商务B2C盈利模式
- 四、酒店电子商务B2C物流模式
- 五、互联网+有限服务酒店B2C物流模式选择

### 第三节 酒店电子商务C2C模式分析

- 一、酒店电子商务C2C市场概况
- 二、酒店电子商务C2C盈利模式
- 三、酒店电子商务C2C信用体系
- 四、酒店电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 酒店电子商务O2O模式分析

- 一、酒店电子商务O2O市场概况
- 二、酒店电子商务O2O优势分析
- 三、酒店电子商务O2O营销模式
- 四、酒店电子商务O2O潜在风险

## 第七章 酒店行业电子商务营销推广模式分析

### 第一节 搜索引擎营销

- 一、搜索引擎营销现状分析
- 二、搜索引擎营销推广模式
- 三、搜索引擎营销收益分析



## 四、搜索引擎营销竞争分析

### 第二节 论坛营销

#### 一、论坛营销概述分析

#### 二、论坛营销优势分析

#### 三、论坛营销策略分析

### 第三节 微博营销

#### 一、微博营销概况分析

#### 二、微博营销的优劣势

#### 三、微博营销模式分析

#### 四、微博营销竞争分析

### 第四节 微信营销

#### 一、微信营销概况分析

#### 二、微信营销的优劣势

#### 三、微信营销模式分析

#### 四、微信营销竞争分析

### 第五节 视频营销

#### 一、视频营销概述分析

#### 二、视频营销优势分析

#### 三、视频营销策略分析

#### 四、视频营销竞争分析

### 第六节 问答营销

#### 一、问答营销概述分析

#### 二、问答营销运营模式

#### 三、问答营销竞争分析

### 第七节 权威百科营销

#### 一、权威百科营销概况

#### 二、权威百科营销优势

#### 三、权威百科营销形式

### 第八节 企业新闻营销

#### 一、企业新闻营销概况

#### 二、企业新闻营销方式

#### 三、企业新闻营销策略

## 四、新闻营销竞争分析

### 第八章 酒店行业电商运营优秀企业竞争力分析

#### 第一节 格林豪泰酒店

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

#### 第二节 锦江之星

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

#### 第三节 华住酒店集团

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

#### 第四节 铂涛酒店集团

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营效益情况

四、企业电商运营模式

五、企业电商经营成效

六、企业电商战略分析

## 第五节 如家酒店集团

### 一、企业发展基本情况

### 二、企业主要产品分析

### 三、企业经营效益情况

### 四、企业电商运营模式

### 五、企业电商经营成效

### 六、企业电商战略分析

&hellip;&hellip;

## 第九章（ZY ZF）酒店企业进入电子商务领域投资策略分析

### 第一节 酒店企业电子商务市场投资要素

#### 一、企业自身发展阶段的认知分析

#### 二、企业开展电子商务目标的确定

#### 三、企业电子商务发展的认知确定

#### 四、企业转型电子商务的困境分析

### 第二节 酒店企业电商市场策略分析（ZY ZF）

图表目录：

图表：2010-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表：2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2013-2017年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2012-2017年我国网络零售市场交易规模

图表：2010-2017年我国移动网民规模及增长速度

图表：移动端网购增长仍处爆发阶段

图表：移动端网购占比大幅提升

图表：传统酒店存在的“痛点”

图表：酒店电子商务重构供应链流程

图表：中国电商相关政策汇总

图表：中国酒店B2C市场AMC模型

图表：2012-2017年中国互联网+有限服务酒店交易规模趋势图

图表：2012-2017年中国互联网+有限服务酒店市场渗透率趋势图

图表：2018-2024年中国互联网+有限服务酒店交易规模预测趋势图

图表：2018-2024年中国互联网+有限服务酒店市场渗透率预测趋势图  
略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiudian/N03827PAQ4.html>