中国互联网+酒店行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国互联网+酒店行业发展综述
1.1 “互联网+酒店”行业概念界定
1.1.1 “互联网+”的提出及内涵
（1）“互联网+”的提出
（2）“互联网+”的内涵
1.1.2 “互联网+酒店”行业的内涵
1.1.3 本报告的研究范围
1.2 中国互联网+酒店行业发展背景
1.2.1 中国互联网+酒店行业发展的政策背景分析
（1）行业管理体制及监管机构介绍
（2）行业相关执行标准
（3）行业政策动向分析
（4）行业发展规划分析
（5）政策环境对行业发展的影响分析
1.2.2 中国互联网+酒店行业发展的经济背景分析
（1）宏观经济环境分析
（2）关联产业发展背景
1.2.3 中国互联网+酒店行业发展的社会背景分析
（1）中国人口环境分析
（2）中国城镇化水平分析
（3）中国居民收入与支出水平分析
（4）中国居民消费支出结构分析
（5）酒店对当代人的影响分析
（6）社会环境对行业发展的影响总结
1.2.4 中国互联网+酒店行业发展的技术背景分析
（1）中国酒店互联网技术发展分析
（2）酒店数字化技术的发展分析
（3）技术环境对行业发展的影响分析
1.3 行业发展机遇与威胁分析
第2章：中国互联网+酒店行业发展现状及前景
2.1 全球及中国酒店行业发展现状分析
2.1.1 酒店行业的概念界定及分类介绍
（1）酒店的概念
（2）酒店的分类介绍
2.1.2 全球酒店行业发展现状分析
（1）全球酒店产业发展历程及所处阶段
（2）全球酒店产业市场规模分析
（3）全球酒店行业区域市场发展分析
2.1.3 中国酒店行业发展现状分析
（1）中国酒店行业的发展历程
（2）中国酒店行业产业链全景解析
（3）中国酒店行业经营现状分析
（4）中国酒店在酒店产业链的发展地位变化分析
（5）中国酒店行业的发展痛点分析
2.2 互联网给酒店行业带来的冲击和变革分析
2.2.1 互联网时代酒店行业大环境变化分析
（1）互联网带来传统酒店大洗牌
（2）互联网冲击传统酒店商业模式
（3）传统酒店无法适应消费行为改变的80/90后
2.2.2 互联网给酒店行业带来的突破机遇分析
（1）酒店行业涌现出一大批智能化酒店解决方案

（2）微信自销平台改变依赖OTA痛点
2.2.3 互联网给酒店行业带来的挑战分析
（1）预定环节变化大
（2）客户需求朝着更核心化、具体化、高质化方向发展
（3）对酒店行业获客、营销、售后提出更高要求
2.2.4 互联网+酒店行业融合创新机会分析
（1）重构酒店行业产业链
（2）推进营销渠道多元化
2.3 中国互联网+酒店行业市场发展阶段分析
2.3.1 前瞻对互联网+酒店行业发展阶段的研究
2.3.2 中国互联网+酒店行业细分阶段发展特点
（1）探索期（1997-2003年）
（2）市场启动期（2004-2006年）
（3）高速发展期（2007-2017年）
（4）应用成熟期（2018年以后）
2.4 中国互联网+酒店行业市场发展现状分析
2.4.1 中国互联网+酒店行业投资布局分析
（1）中国互联网+酒店行业投资切入方式
（2）中国互联网+酒店行业投资规模分析
（3）中国互联网+酒店行业投资业务布局
2.4.2 中国互联网+酒店行业发展现状分析
（1）建设内容
（2）发展情况
（3）市场规模
2.4.3 中国互联网+酒店行业竞争格局分析
（1）中国互联网+酒店行业参与主体分析
（2）中国互联网+酒店行业竞争格局
2.4.4 中国互联网+酒店行业市场发展瓶颈剖析
（1）盲目跟风炫技，黑科技成“鸡肋”
（2）移动互联网时代对单体酒店经营提出更大的挑战
（3）移动互联网时代，酒店营销面临4大瓶颈
2.5 中国互联网+酒店行业市场发展前景分析
2.5.1 中国互联网+酒店行业市场驱动力分析
（1）利好政策出台，旅游酒店市场深化互联网建设
（2）国民收入水平提高，旅游业促进宏观经济发展
（3）80、90后成主力消费人群，消费模式升级
（4）新兴技术支撑在线酒店预订创新
2.5.2 中国互联网+酒店行业市场发展趋势分析
（1）个性化发展趋势
（2）融合化发展趋势
（3）同业联盟化发展趋势
（4）业务生态化发展趋势
（5）移动化发展趋势
2.5.3 智慧化发展趋势
2.5.4 中国互联网+酒店行业市场增长潜力分析
第3章：全球“互联网”+酒店行业发展对中国发展的启示
3.1 全球主要国家“互联网”+酒店行业的发展现状
3.1.1 日本
（1）酒店行业发展现状
（2）“互联网+”酒店行业的发展情况
3.1.2 韩国
（1）酒店行业发展现状
（2）“互联网+”酒店行业的发展情况
3.1.3 美国
（1）酒店行业发展现状
（2）“互联网+”酒店行业的发展情况
3.2 对中国“互联网”+酒店行业发展的启示
第4章：中国互联网+酒店行业商业模式创新发展策略
4.1 互联网+酒店产业的商业模式研究概述

4.1.1 商业模式的概念
4.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
（1）商业模式的核心构成要素
（2）商业模式的构建流程
4.1.3 酒店产业的商业模式研究概述
4.1.4 “互联网+”对酒店企业商业模式的影响
（1）更加注重开发线上移动市场
（2）挖掘酒店社交功能，改变传统酒店经营思维
（3）人工智能为客户订购个性化服务
4.2 “互联网+”酒店行业商业模式发展现状分析
4.2.1 “互联网+”酒店商业模式总结分析
4.2.2 代表性企业“互联网+”酒店商业模式对比分析
（1）O2O模式
（2）B2B2C模式
（3）共享经济模式
4.3 “互联网+”背景下酒店行业的发展策略解析
4.3.1 从价值主张角度
（1）80/90后成为在线酒店预订行业市场主体
（2）市场下沉，新增用户七成来自三线及以下城市
4.3.2 从价值创造角度
4.3.3 从价值传递角度
4.3.4 从价值实现角度
4.4 “互联网+”环境下酒店企业的商业模式的创新发展策略建议
4.4.1 整合资源，线上线下协同发展
4.4.2 优化企业关系网络，构建“双向化”价值链体系
4.4.3 变革组织形态
4.4.4 创新多元盈利模式
第5章：中国传统酒店企业的互联网+布局案例剖析
5.1 中国传统酒店企业发展概述
5.1.1 中国传统酒店企业类型及数量
（1）酒店数量
（2）酒店类型
5.1.2 中国传统酒店企业竞争格局
5.1.3 中国传统酒店企业的转型发展分析
（1）传统酒店行业转型方向：满足顾客个性化体验
（2）传统酒店转型存在的问题
5.2 中国传统酒店企业的互联网+布局案例解析
5.2.1 如家酒店集团
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+酒店商业模式评价
（7）企业互联网+酒店布局动态及规划
5.2.2 华住酒店集团
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+酒店商业模式评价
（7）企业互联网+酒店布局动态及规划
5.2.3 尚客优连锁酒店管理集团
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析

（6）企业互联网+酒店商业模式评价
（7）企业互联网+酒店布局动态及规划
5.2.4 杭州住友酒店
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+酒店商业模式评价
（7）企业互联网+酒店布局动态及规划
5.2.5 维也纳酒店
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+酒店商业模式评价
（7）企业互联网+酒店布局动态及规划
5.2.6 东呈酒店集团
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+酒店商业模式评价
（7）企业互联网+酒店布局动态及规划
5.2.7 万豪国际酒店集团公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+酒店商业模式评价
（7）企业互联网+酒店布局动态及规划
5.2.8 喜达屋酒店集团
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业销售渠道分析
（6）企业互联网+酒店商业模式评价
（7）企业互联网+酒店布局动态及规划
第6章：中国“互联网+”酒店的成功案例分析
6.1 中国“互联网+”酒店成功的主要代表
6.2 “互联网+”酒店成功代表案例解析
6.2.1 Xbed互联网+酒店发展
（1）酒店简介
（2）主要衍生品类型
（3）衍生品销售现状
（4）成功经验分析
6.2.2 Airbnb互联网+酒店发展
（1）酒店简介
（2）主要衍生品类型
（3）衍生品销售现状
（4）成功经验分析
第7章：中国互联网+酒店行业市场投资机会及建议
7.1 中国互联网+酒店行业投资特性及风险
7.1.1 互联网+酒店行业投资壁垒分析
（1）政策壁垒

（2）技术壁垒
（3）市场壁垒
7.1.2 互联网+酒店行业投资特性分析
7.1.3 互联网+酒店行业投资风险分析
（1）宏观经济风险
（2）成本风险
（3）技术风险
（4）意识风险
7.2 中国互联网+酒店行业投融资现状及趋势
7.2.1 中国互联网+酒店行业投资现状及趋势
（1）投资现状
（2）发展趋势
7.2.2 中国互联网+酒店行业融资现状及趋势
（1）融资现状
（2）融资方向
7.3 中国互联网+酒店行业投资机会与建议
7.3.1 中国互联网+酒店行业投资机会分析
（1）智慧酒店改善客户体验，蕴含招揽加盟商的商机
（2）酒店O2O既可增加收入来源，又可展示品牌形象
7.3.2 前瞻关于互联网+酒店行业的投资建议
（1）存在的问题
（2）对策建议

图表目录

图表1：“互联网+”的提出
图表2：“互联网+”的内涵
图表3：“互联网+酒店”的内涵
图表4：“互联网+酒店”的研究范围
图表5：中国互联网+酒店行业监管体系
图表6：中国酒店住宿行业相关法律法规
图表7：中国酒店住宿行业相关法律法规
图表8：2013-2019年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表9：2019年我国宏观经济指标预测（单位：%）
图表10：2011-2018年中国电子商务交易额及增长情况（单位：万亿元，%）
图表11：2009-2018年中国国内旅游收入（单位：万亿元，%）
图表12：2011-2018年中国人口数量及增长情况（单位：万人，%）
图表13：2013-2018年中国城镇化率变化分析图（单位：%）
图表14：2013-2019年中国城镇居民收入水平及其增长情况（单位：万元，%）
图表15：2013-2019年中国农村居民收入水平及其增长情况（单位：万元，%）
图表16：2014-2018年中国居民人均消费支出情况（单位：元，%）
图表17：2018年中国居民消费支出结构（单位：%）
图表18：酒店客人的消费需求分析
图表19：2013-2018年中国云计算市场规模增长情况（单位：亿元，%）
图表20：2013-2018年中国物联网市场规模及增长情况（单位：亿元）
图表21：互联网相关技术对互联网+酒店行业的研究分析
图表22：中国互联网+酒店行业发展机遇与威胁分析
图表23：星级酒店标准
图表24：酒店按照经营性质划分
图表25：酒店按照客房数量和规模划分
图表26：全球酒店产业发展历程及所处阶段
图表27：2017-2024年全球豪华酒店市场规模增长趋势（单位：亿美元）
图表28：2018年欧洲主要国家连锁酒店数量对比（单位：家）
图表29：2018年欧洲主要国家连锁酒店客服数量对比（单位：万间）
图表30：2018年欧洲主要国家连锁酒店本土连锁品牌数量对比（单位：家）
图表31：2018年全球酒店集团前十强发展对比（单位：间，家）

图表32：中国酒店行业的发展历程
图表33：近年来中国酒店行业较大的收购事件整理（单位：美元，人民币）
图表34：中国酒店行业产业链全景图
图表35：2012-2019年中国星级酒店营业收入增长趋势（单位：亿元，%）
图表36：2019年上半年星级酒店营业收入结构（单位：%）
图表37：2019年上半年星级酒店经营情况统计表（单位：家，亿元，%）
图表38：2019年上半年星级酒店经营情况平均指标统计表（单位：元/间夜，%，元/间）
图表39：传统酒店行业发展的痛点分析
图表40：80/90后作为消费主体的一些固有特点
图表41：快速入住系统图示
图表42：酒店微信自销平台的作用
图表43：互联网对酒店行业链条的渗透
图表44：酒店互联网产业链
图表45：酒店预订移动端销售渠道
图表46：“互联网+酒店”行业发展阶段AMC模型
图表47：产业互联网创业的三个关键点
图表48：2000-2019年中国“酒店预订”行业投资数量与金额走势（单位：起，亿元）
图表49：1999-2019年中国“酒店预订”行业投资情况（单位：人民币，美元）
图表50：2015-2019年中国“酒店管理”行业投资数量与金额（单位：起，亿元）
图表51：2015-2019年中国“酒店管理”行业投资情况（单位：人民币，美元）
图表52：2015-2019年中国“酒店管理系统”行业投资数量与金额（单位：起，亿元）
图表53：2015-2019年中国“酒店管理系统”行业投资情况（单位：起，亿元）
图表54：截至2019年中国“互联网+酒店”投资金额结构（单位：%）
图表55：2018年中国及部分发达国家在线酒店预订用户渗透率（单位：%）
图表56：2014-2018年中国在线住宿预订交易及“互联网+酒店”行业市场规模（单位：亿元）
图表57：中国互联网+酒店行业参与主体
图表58：中国在线预订酒店行业竞争格局
图表59：2018年排名前10的国内酒店管理系统软件
图表60：截至2018年末主要星级酒店会员数量对比
图表61：移动互联网时代酒店营销面临的4大瓶颈
图表62：2014-2018年全国居民人均支配收入增长趋势（单位：元，%）
图表63：2014-2018年旅游业对我国GDP贡献占比（单位：%）
图表64：2014-2018年旅游业就业人口数及占总人口的比重（单位：万人，%）
图表65：“互联网+酒店”个性化趋势
图表66：中国酒店行业同业联盟化
图表67：中国酒店行业业务生态化
图表68：2013-2019年中国在线旅游市场交易规模及增长率（单位：亿元，%）
图表69：2018年1-12月中国移动在线旅游APP月度独立设备数（单位：万台，%）
图表70：2018年1-12月中国在线旅游服务访问次数结构（PC/mobile）（单位：%）
图表71：中国酒店行业智慧化
图表72：2019-2024年中国互联网+酒店行业市场规模预测（单位：亿元）
图表73：2008-2018年日本酒店数量（单位：家）
图表74：2013-2019年韩国接待游客数量（单位：万人）
图表75：2018年美国酒店规模情况（按酒店数量）（单位：%）
图表76：对中国“互联网”+酒店行业发展的启示
图表77：商业模式框架图
图表78：一般行业盈利公式
图表79：商业模式构建流程
图表80：2017-2019年在线酒店预订季度MAU（单位：万）
图表81：2017-2019年在线酒店预订间夜量（单位：百万）
图表82：星级酒店积极打造线上电商消费平台
图表83：雅辰悦居酒店与瓦当瓦舍旅行酒店布局风格
图表84：星级酒店线上社交布局案例
图表85：星级酒店智能化布局案例
图表86：“互联网+”酒店商业模式介绍
图表87：O2O模式下代表性企业“互联网+”酒店对比
图表88：B2B2C模式下代表性企业“互联网+”酒店对比
图表89：共享经济模式下代表性企业“互联网+”酒店对比
图表90：2019年上半年在线酒店预订用户年龄占比及同比增长（单位：%）

图表91：2019年上半年在线酒店预订新增用户城市等级分布（单位：%）
图表92：移动互联网背景下酒店行业价值创造策略变化
图表93：移动互联网背景下酒店行业价值传递渠道变化
图表94：酒店O2O闭环示意简图
图表95：互联网思维下酒店行业商业模式发展路径
图表96：2010-2019年中国星级酒店数量增长趋势（单位：家，%）
图表97：2019年上半年中国星级酒店市场结构（单位：%）
图表98：2019年中国连锁酒店品牌规模TOP30排行榜（单位：间，家）
图表99：2019年中国连锁酒店门店数排行榜（单位：家）
图表100：2019年中国连锁酒店客房数排行榜（单位：间）
图表101：中国经济型酒店目前存在5大问题
图表102：如家酒店集团基本信息情况
图表103：2016-2018年如家酒店集团营业收入增长趋势（单位：亿元）
图表104：2016-2019年如家酒店数量增长趋势（单位：家）
图表105：截至2019年三季度如家酒店结构（单位：家，%）
图表106：2018年如家酒店集团业务收入结构（单位：%）
图表107：如家积分商城网站示意图
图表108：华住集团基本信息情况

……

完整版目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！