2013-2017年中国主题酒店网络营销模式洞察分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国主题酒店行业发展综述

1.1 主题酒店行业定义与分类

1.1.1 主题酒店定义

1.1.2 主题酒店与特色酒店的关系

（1）同质性

（2）差异性

1.1.3 主题酒店本质

1.1.4 主题酒店分类

1.1.5 主题酒店特征

1.1.6 发展主题酒店的意义

1.2 主题酒店行业模式分析

1.2.1 运营模式分析

1.2.2 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

1.3 主题酒店行业壁垒分析

1.3.1 资金壁垒分析

1.3.2 品牌壁垒分析

1.3.3 资源壁垒分析

1.3.4 人才壁垒分析

第2章：中国主题酒店行业发展环境分析

2.1 主题酒店行业政策环境分析

2.1.1 行业管理体制

2.1.2 行业相关政策

（1）《旅游饭店星级的划分与评定》——主题酒店可申报五星级

（2）《旅游饭店星级的划分与评定》（GB/T14308-2010）实施办法

（3）《外国政府旅游部门在中国设立常驻代表机构管理暂行办法》

（4）四川省主题旅游饭店的划分与评定

（5）《中外合资经营旅行社试点经营出境旅游业务监管暂行办法》

（6）《关于促进旅游饭店业持续健康发展的意见》

（7）旅游酒店行业“十二五”规划分析

2.2 主题酒店行业经济环境分析

2.2.1 宏观经济环境分析

（1）行业与经济发展的相关性分析

（2）国际经济形势分析

1）国际经济现状

2）国际经济展望

（3）国内经济形势分析

1）国内经济现状

2）国内经济展望

2.2.2 旅游行业的发展现状

（1）旅游行业发展现状分析

（2）旅游行业收入规模分析

（3）旅游行业发展趋势分析

（4）旅游行业发展前景分析

（5）旅游行业对本行业的影响

2.2.3 酒店行业的发展现状

（1）酒店行业发展现状分析

（2）酒店行业收入规模分析

（3）酒店行业发展前景分析

（4）酒店行业对本行业的影响
2.2.4 房地产行业的发展现状
（1）房地产行业发展现状分析
（2）房地产行业收入规模分析
（3）房地产行业发展前景分析
（4）房地产行业对本行业的影响
2.3 主题酒店行业消费环境分析
2.3.1 居民收入水平分析
2.3.2 居民消费水平分析
2.3.3 居民酒店消费现状
（1）中国居民酒店消费情况
（2）用户对酒店消费的点评分析
2.3.4 居民主题酒店消费现状
2.3.5 酒店行业客源分布情况
2.3.6 消费环境的转变及对主题酒店行业的影响
（1）居民生活方式的转变对主题酒店行业的影响
（2）节假日制度对主题酒店行业的影响
（3）婚宴市场对主题酒店行业的影响
第3章：中国主题酒店行业发展状况
3.1 中国主题酒店行业发展分析
3.1.1 中国主题酒店行业发展阶段
3.1.2 中国主题酒店行业发展现状
3.1.3 主题酒店行业影响因素分析
（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
3.2 中国主题酒店行业经营分析
3.2.1 主题酒店行业数量规模分析
3.2.2 主题酒店行业价格分析
（1）主题酒店价格形成机制
（2）主题酒店价格现状分析
（3）主题酒店价格发展趋势
3.2.3 主题酒店行业市场规模分析
3.2.4 主题酒店行业成本控制分析
（1）主题酒店成本管理中存在的主要问题
（2）主题酒店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
3.2.5 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）2012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
3.3 中国主题酒店行业竞争分析
3.3.1 主题酒店竞争因素分析
（1）主题因素分析
（2）品牌因素分析
（3）创新因素分析
（4）高新技术应用因素分析
（5）选址因素分析
3.3.2 主题酒店竞争状况
（1）酒店行业竞争分析
（2）主题酒店行业竞争分析
（3）主题酒店集群优势和竞争力分析

（4）集群案例——成都打造主题酒店之都
3.3.3 主题酒店竞争制胜策略分析
（1）创新取胜
（2）优质服务取胜
（3）快速取胜
（4）优势取胜
（5）联营取胜
3.4 中国主题酒店行业存在问题及发展建议
3.4.1 中国主题酒店行业存在问题分析
（1）重文化表象轻文化实质
（2）重硬件轻软件
（3）重静态展示轻顾客体验
（4）忽视细节对主题展示的作用
（5）对开发条件缺乏全面分析
（6）资金实力不足影响后续发展
（7）品牌建设不牢固
3.4.2 前瞻中国主题酒店行业发展建议
（1）深度挖掘主题文化
（2）大力展示主题文化
（3）注重主题分为营造中的细节
（4）构筑优秀的员工队伍
（5）积极开展主题营销
（6）确立和强化主导品牌
（7）注重发展主题酒店的商业模式
第4章：中国主题酒店行业网络营销分析
4.1 酒店网络营销模式分析
4.1.1 自建门户（网站）
4.1.2 利用网络和系统平台
4.1.3 成立酒店网络联盟
4.1.4 关联性营销
4.1.5 网络整合营销
4.2 网络直销在酒店营销中的应用
4.2.1 酒店网络直销现状分析
4.2.2 酒店网络直销存在的问题
（1）互联网络客观环境的限制
（2）消费者传统的消费习惯的影响
（3）互联网的安全措施还有待完善
（4）酒店网络营销在实践过程中面临着许多问题
4.2.3 酒店网络直销解决策略及发展建议
（1）优化酒店网站
（2）用价格吸引顾客
（3）增加预定功能
（4）用搜索引擎提升企业网站的核心竞争力
4.3 网络团购在酒店营销中的应用
4.3.1 酒店网络团购现状分析
4.3.2 酒店业引入网络团购模式的积极意义
4.3.3 国内酒店业发展网络团购模式的路径
（1）与有诚信资质的品牌团购网站建立合作关系
（2）发挥团购市场推广作用以吸引更多客户
（3）提高团购消费满意度以发挥网络团购模式价值
（4）灵活运用组合包价等合理设计酒店团购产品
（5）上海酒店团购模式分析
4.3.4 酒店网络团购中存在的问题
4.3.5 酒店网络团购解决策略及发展建议
（1）理清参与网络团购的目的和时机
（2）选择好团购网站的合作伙伴
（3）降价不降质
4.4 主题酒店行业网络营销的建议
4.4.1 建立面向顾客的服务体系

4.4.2 充分利用因特网的优势

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：中国旅游饭店行业管理体制示意图
图表10：2008-2012年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）
图表11：2005-2012年各项全球PMI指数变动情况
图表12：2012年1-2季度欧盟经济增长速度（单位：%）
图表13：2012年1-2季度主要新兴市场经济体货币升、贬值情况（单位：%）
图表14：2010-2012年全球大宗商品价格和石油价格指数走势图
图表15：2010-2014年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）
图表16：2010-2012年中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）
图表17：2008-2012年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）
图表18：2008-2012年全国固定资产月度投资额及同比增长情况（单位：亿元，%）
图表19：2008-2012年中国社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）
图表20：2008-2012年中国新增信贷月度情况（单位：亿元）
图表21：2008-2012年中国新增信贷月度增长情况（单位：%）
图表22：2012年来自境外的旅游收入结构（单位：亿美元）
图表23：2010-2012年出境旅游满意度
图表24：2012年部分地区国内旅游情况（单位：万人次，亿元，%）
图表25：2007-2012年中国旅游行业总收入及增速（单位：万亿元，%）
图表26：2006-2012年中国星级酒店数及增速（单位：家，%）
图表27：2012年中国五星级酒店分布（单位：家，%）
图表28：2005-2012年中国星级酒店营业收入（单位：亿元，%）
图表29：2012年-2011年房地业企业和全国行业企业景气指数走势比较
图表30：2012年-2011年房地业企业和全国行业企业信心指数走势比较
图表31：2007-2012年中国房地产开发投资规模（单位：亿元，%）
图表32：2012年累计不同用途房地产开发投资占比情况（单位：%）
图表33：2012年东、中、西部地区房地产开发投资及占比情况（单位：%）
图表34：2007-2012年全国房地产开发企业资金来源增长率变动趋势（单位：%）
图表35：2007-2012年累计全国商品房施、竣工面积及同比增长趋势（单位：万平方米，%）
图表36：2007-2012年中国商品房销售额及增速（单位：亿元，%）
图表37：2004-2012年中国城镇居民人均总收入及增长情况（单位：元，%）
图表38：2004-2012年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）
图表39：2012年国内酒店综合评分情况
图表40：2012年国内各类型酒店综合评分及满意度情况
图表41：2012年国内各类型酒店各指标评分对比
图表42：2012年入境游客构成（单位：%）
图表43：2012年入境游客区域构成（单位：%）
图表44：2012年入境游客区域构成（单位：%）
图表45：居民选择生活方式的态度
图表46：中国部分主题酒店统计
图表47：中国主题酒店主要地区数量分布（单位：家）
图表48：中国主题酒店的价格构成
图表49：中国主题酒店的价格现状分析
图表50：2006-2012年中国主题酒店行业市场规模增速与预测（单位：亿元，%）
图表51：2012年全国星级饭店规模与结构（按星级分）（单位：家，万间/套，万张）
图表52：2012年全国星级饭店登记注册类型情况（单位：家，%）

图表53：2012年全国星级饭店基本经营指标统计（单位：亿元，%，万人）
图表54：2010-2012年全国星级饭店基本经营指标对比分析（单位：%）
图表55：2012年全国星级饭店主要经营指标统计（单位：千元/人，元，%等）
图表56：2010-2012年全国星级饭店主要经营指标对比分析（单位：%）
图表57：2012年全国星级饭店主要指标排名前十的地区（单位：元/间夜，%等）
图表58：2012年全国星级饭店主要指标排名后十的地区（单位：元/间夜，%等）
图表59：2012年重点旅游城市星级饭店规模与结构（单位：家，%）
图表60：2012年重点旅游城市星级饭店主要指标排名前十的地区（单位：元/间夜，%等）
图表61：2012年重点旅游城市星级饭店主要指标排名后十的地区（单位：元/间夜，%等）
图表62：中国主题酒店盈利情况（单位：%）
图表63：世界前300强中客户总数占比（单位：%）
图表64：宾馆酒店行业价值链分析
图表65：行业生产周期特征
图表66：我国酒店业网络营销的发展阶段
图表67：酒店网络团购中存在的问题

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！