

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年房地产业企业和全国行业企业景气指数走势比较
- 图表30: 2012年-2011年房地产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!