

# 2022-2028年中国互联网+ 有限服务酒店行业研究与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国互联网+有限服务酒店行业研究与投资战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202203/05-461763.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国互联网+有限服务酒店行业研究与投资战略咨询报告》共九章。首先介绍了互联网+有限服务酒店行业市场发展环境、互联网+有限服务酒店整体运行态势等，接着分析了互联网+有限服务酒店行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+有限服务酒店市场竞争格局。随后，报告对互联网+有限服务酒店做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+有限服务酒店行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+有限服务酒店产业有个系统的了解或者想投资互联网+有限服务酒店行业，本报告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

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+有限服务酒店所属行业盈利能力分析

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+有限服务酒店所属行业经营成本分析

四、互联网+有限服务酒店所属行业盈利模式分析

## 五、互联网+有限服务酒店所属行业盈利水平分析

### 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

## 第九章 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

### 部分图表目录：

图表：2016-2020年我国网民规模及互联网普及率

图表：2016-2020年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2016-2020年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2016-2020年我国网络零售市场交易规模

图表：2016-2020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：2016-2020年中国互联网+有限服务酒店交易规模趋势图

图表：2016-2020年中国互联网+有限服务酒店市场渗透率趋势图

图表：2022-2028年中国互联网+有限服务酒店交易规模预测趋势图

图表：2022-2028年中国互联网+有限服务酒店市场渗透率预测趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202203/05-461763.html>