

中国非标准住宿市场研究报告简版

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

1

中国非标准住宿市场发展概述

2

中国非标准住宿市场产业链分析

3

中国非标准住宿市场发展现状

4

中国非标准住宿市场在线用户行为研究

5

中国非标准住宿市场业主研究

6

中国非标准住宿市场未来发展趋势

非标准住宿定义

非标准住宿是有别于传统酒店，由个人业主、房源承租者或商业机构为旅游度假、商务出行及其他居住需求消费者提供的除床、卫浴外，更多个性化设施及服务的住宿选择。包括客栈、民宿、公寓、精品酒店、度假别墅、小木屋、帐篷、房车、集装箱等。非标准住宿产品具有房源更分散、单点房源量较少、单个房间产品更个性化、经营主体多元化、提供个性化设施及服务、相对依赖互联网+的特征。

本报告研究对象为中国非标准住宿市场，包含通过互联网、移动互联网及传统渠道向有非标准住宿需求的用户提供产品信息展示、产品预订、交易等服务的平台及个人。



来源：艾瑞咨询。

中国住宿市场产品类型

高端酒店



民宿客栈



酒店式公寓



木屋



集装箱房



经济型酒店



别墅



普通民宅



胶囊房



帐篷



来源：艾瑞咨询。

住宿业市场平台发展背景

住宿行业新需求催生新型细分市场

1997年

以商之行、百德勤、现代运通为代表的提供酒店预订服务企业诞生，为出差频率较高的客户提供商旅服务，订房中心概念应运而生，客房预订方式以电话、传真、邮件为主。

2001年

携程、艺龙等OTA的出现为商旅用户提供在线预订酒店、机票等标准产品的平台；在线旅游垂直搜索平台在满足用户对机票、酒店价格较为敏感的需求，同时也为资源方提供多选择的渠道模式。

2005年

在线旅行社、在线旅游服务运营商大规模出现，以遨游网、芒果网、12580、号百商旅等企业为代表，在线酒店预订服务市场开始进入百家争鸣时代，线下订单资源开始逐步向线上转移，掌握线下直客资源是市场争夺的关键。

2009年

住宿预订需求人群已不局限于商旅人士、休闲度假用户，价格敏感度高的用户群体进一步扩大，用户产品比价需求推动去哪儿网、酷讯网等在线旅游垂直搜索平台的产生及快速发展。

2011年

大众旅游和出行频率的提升产生巨大的住宿需求，住宿需求渗透进一步加深。与此同时，用户的住宿需求开始向更为个性化、经济化的细分市场延伸，促成房间向个性化发展，客栈、民宿等非标准住宿产品成为用户多重住宿选择中的优选之一。在线非标准住宿垂直预订企业出现，线上预订方式也从单一的网站预订向满足碎片化需求的移动端预订发展。

2015年- ?

非标准住宿市场优质服务的用户诉求催生高端及定制化非标准住宿市场，同时结合PMS系统+预订平台+附加服务+品牌推广的综合模式将为非标准住宿资源方提供更为优质的销售渠道。

来源：艾瑞咨询。

非标准住宿市场发展环境分析

非标准住宿市场PEST分析

➤ 多部法律规范及行业指导意见的颁布为旅游产业升级提供良好政策环境

《商务部关于“十二五”期间促进住宿业规范发展的指导意见》、《国民旅游休闲纲要（2013—2020年）》、《中华人民共和国旅游法》相继颁布，为扶持旅游产业发展、拉动旅游消费、规范旅游市场服务进而扩大住宿消费提供良好的政策环境。



➤ 居民可支配收入增长带动大众出游频率上升

中国现阶段经济增长呈稳中有变的态势，根据国家统计局数据显示，2014年全国居民人均可支配收入20167元，比上年增长10.1%，全年国内游客36.1亿人次，同比增长10.7%。中国旅游总收入3.38万亿元人民币，同比增长14.7%。



分享经济快速发展，Airbnb模式涌入中国住宿市场，用户追求的不再是简单解决睡觉问题，对特色、个性化、居家体检住宿诉求高涨。居民对于闲置房产资源快速变现、开发商对旅游地产、商业地产资源盘活的诉求继续深化。



➤ 分享经济发展迅速、住宿行业上游资源变现诉求持续提升

➤ 互联网及无线技术发展加速线下消费者的线上转化

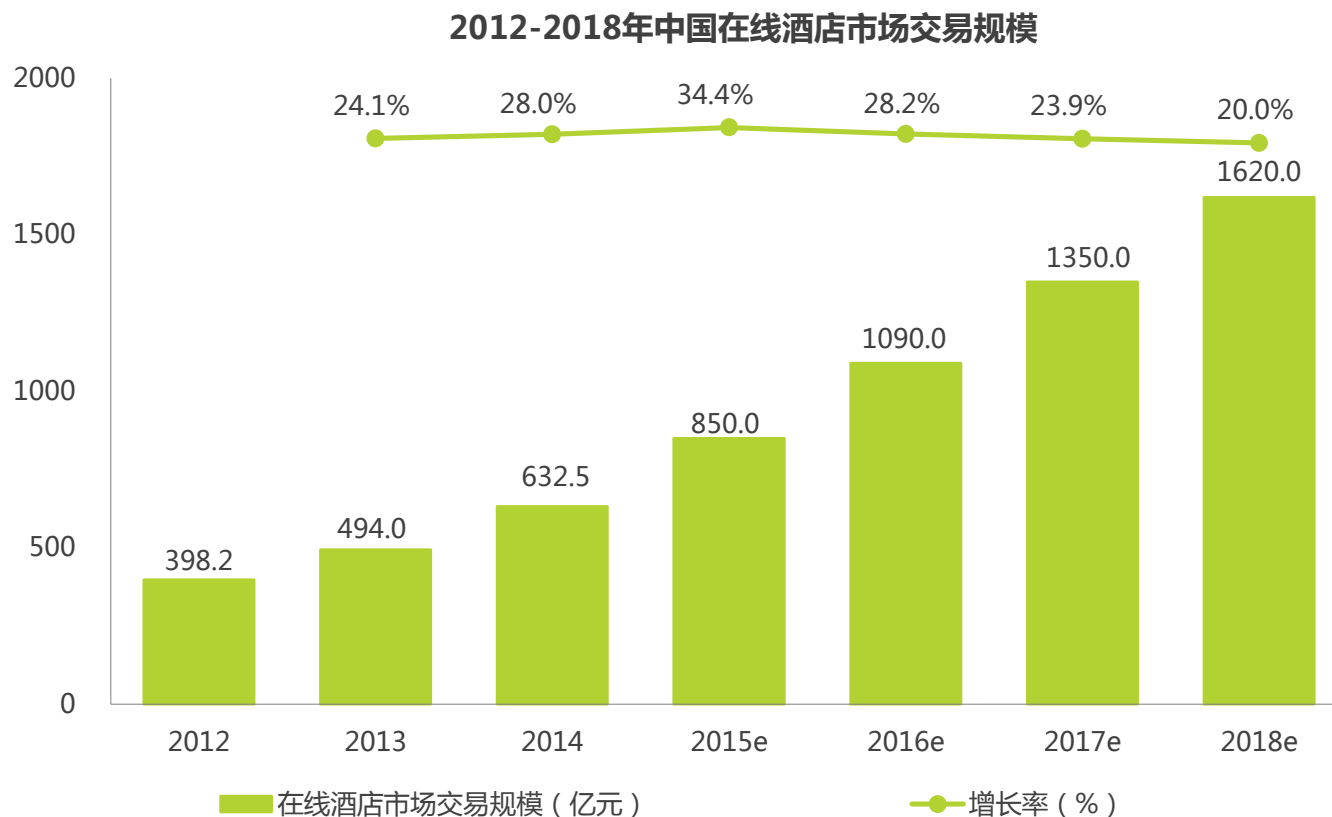
电信运营商加大移动网络建设投入力度，3G/4G信号以及WIFI覆盖能力不断提升；在线预订及交易流程的优化缩短用户旅游的决策周期；便捷、安全的消费体验加速线下用户的线上转化。



非标准住宿市场发展动力分析

在线住宿市场成熟发展为非标准住宿市场发展奠定良好基础

根据艾瑞监测数据，2014年中国在线酒店市场规模达632.5亿元，同上一年相比，增长28.0%。艾瑞咨询认为，在线住宿市场发展已经较为成熟，未来市场增长幅度较为稳定，为未来非标准住宿市场的快速渗透奠定良好市场基础。



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国非标准住宿市场发展面临的问题

面临的问题：认知度低、融合度弱、服务及产品仍需优化

3大问题

消费者对产品 认知程度较低

- 非标准住宿产品概念还未得到大众认知，产品已有一定供应量，但仍未能被广大消费者熟悉、了解、入住。同时经营者自身推广能力有限，非标准住宿产品还需进一步推广宣传

行业规范及服务 水平尚无统一标准

- 目前非标准住宿行业还在行业规范的建立过程中，同时，各环节的服务水平也会直接影响用户体验。行业规范的建立以及服务流程的优化仍然需要一个长期、持续的过程。

相关市场融合 程度低

- 产品模式、功能单一，同旅游

艾瑞咨询认为：

非标准住宿在线平台/网站可运用自身平台影响力以及其他合作宣传推广渠道来加强推广非标准住宿产品，从而提高大众认知率。

艾瑞咨询认为：

通过帮助经营者推进信息化管理流程，解决其运营过程中的难题的同时，优化各服务流程中的用户体验，进而促使完善、统一的行业规范及服务标准的形成。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21749

