中国非标准住宿市场研究报告简版

2015年

www.iresearch.com.cn

iResearch
艾 瑞 咨 询

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**



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。

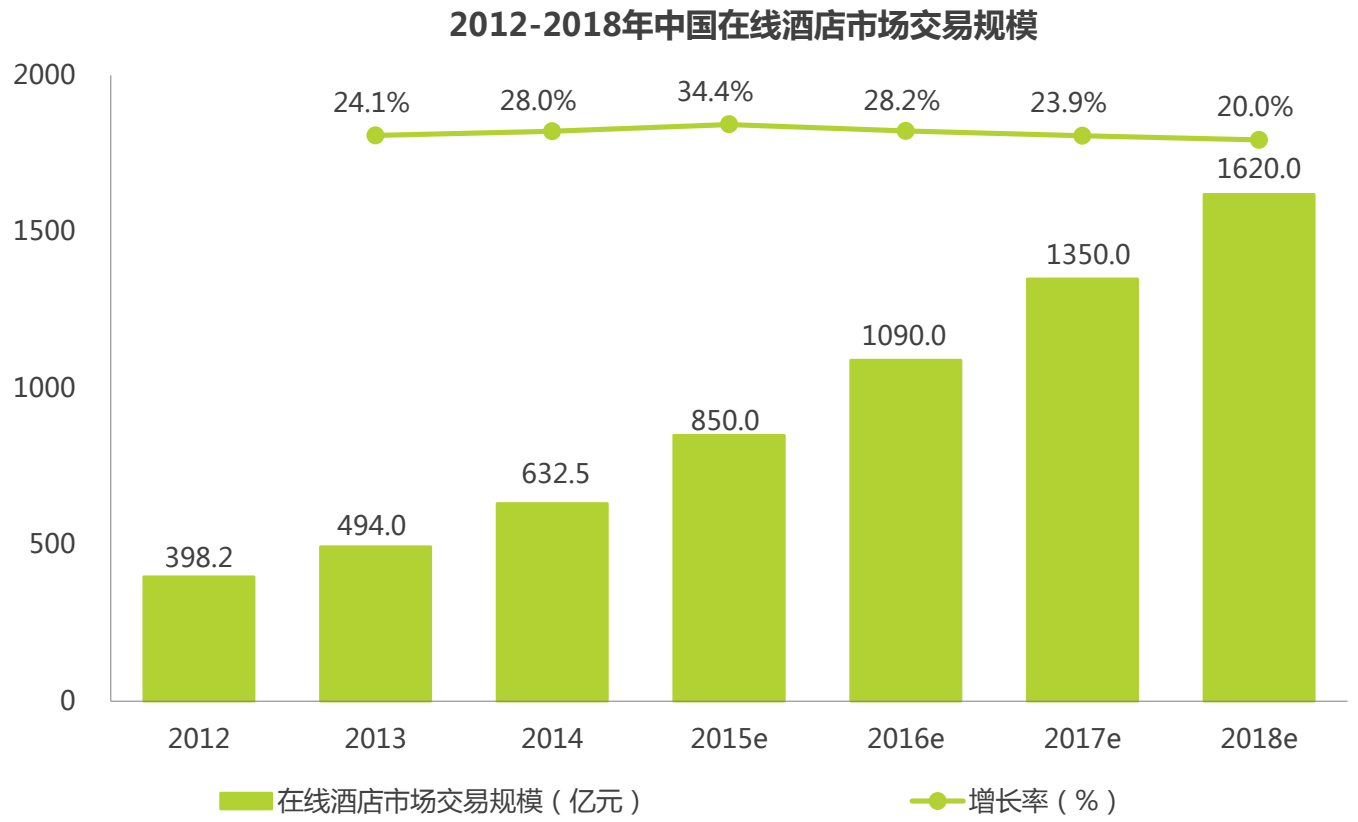
➢ **互联网及无线技术发展加速线下消费者的线上转化**

来源：艾瑞咨询。

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问题

面临问题：认知度低、融合度弱、服务及产品仍需优化



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。

艾瑞咨询认为：

企业应**拓展相关行业的融合**，提升非标准住宿市场的多元化水平，促使市场的良性发展，使得供需结合更加完善。

来源：艾瑞咨询。

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

非标准住宿行业产业链图



来源：艾瑞咨询。

非标准住宿特点

多种业态、分散式分布、经营方式灵活

相比传统酒店



房屋类型多样



分散式分布



个性化、性价比高

相比传统租赁



租期灵活多样



信息展示丰富



降低交易风险

来源：艾瑞咨询。

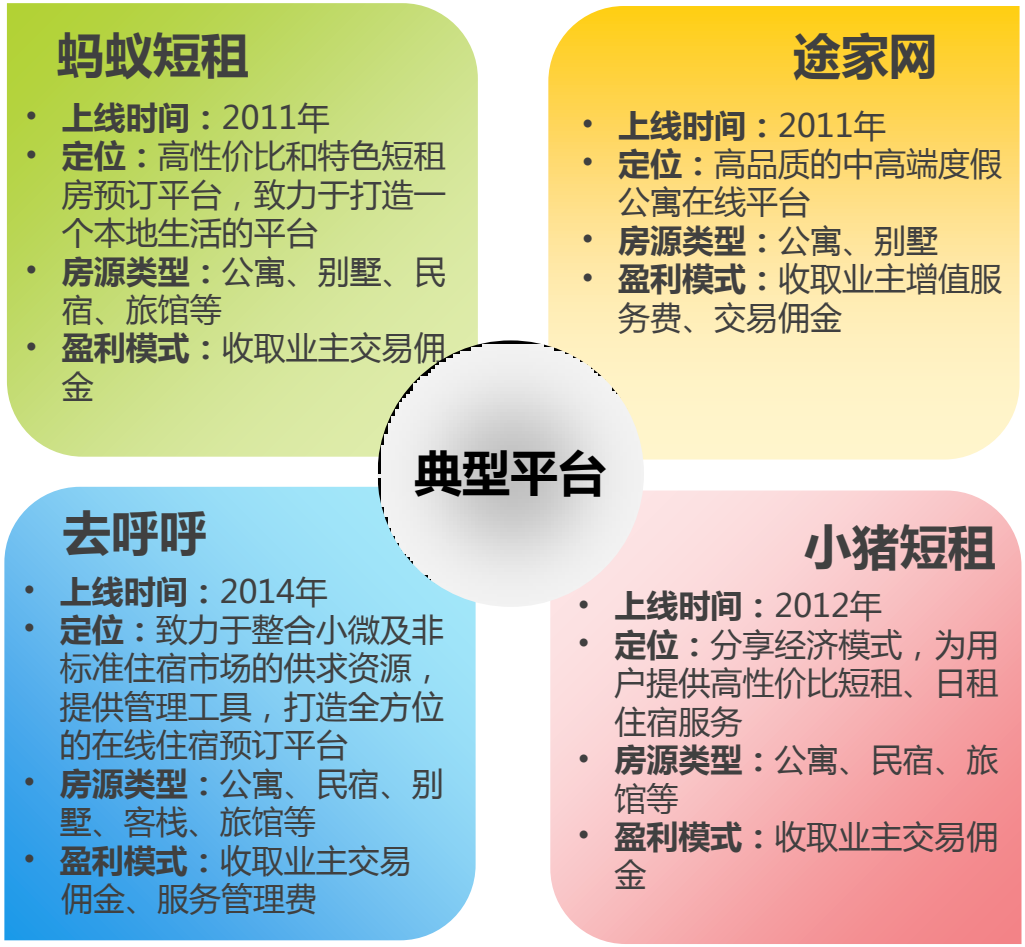
中国非标准住宿市场平台主要参与者

iResearch 艾瑞咨询

2014年中国非标准住宿市场主要参与者介绍

参与者类型	主要代表企业	优势	劣势
在线非标准住宿垂直网站/平台	途家、游天下、蚂蚁短租、去呼呼、小猪短租、木鸟短租等	• 沟通渠道方便多样 • 平台运营机制，保障交易双方利益 • 公立的信用评价体系 • 经营者定价灵活，合作门槛低 • 支付结算方式多样 • 订单量及订单转化率较高	• 市场进入较晚 • 市场接受度不高 • 市场识别度低 • 用户规模相对较小
分类信息网站	赶集网、58同城	• 发布信息操作简易 • 用户覆盖程度较高 • 区域信息量大	• 信息不对称 • 时效性差 • 交易双方沟通成本高 • 预订转化率低
OTA	携程、艺龙	• 运营规范 • 订单量及转化率较高 • 房源动态信息丰富	• 合作门槛高 • 经营者议价能力低 • 信息搜索展示率低
在线旅游平台类网站	去哪儿、阿里旅行·去啊	• 库存大 • 覆盖区域广 • 信息搜索展示率较高 • 点评信息全面	• 房态的把控性弱 • 房间信息真实、准确性较低 • 推广成本较高
团购网站	美团、大众点评团购	• 价格优势较明显	• 房型种类较少，以基础房型为主 • 区域覆盖城市较少 • 用户选择多样性弱
运营商自建网站	优帕克、私享家、雅诗阁	• 对房态、房型展示、价格的控制力强 • 直销毛利高 • 目标用户群体定位精准	• 线上推广及网站维护费用较高 • 产品选择的丰富性欠缺 • OTA、平台类企业的竞争压力较大

国内典型非标准住宿在线平台/网站介绍



来源：企业深访及公开资料整理。

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

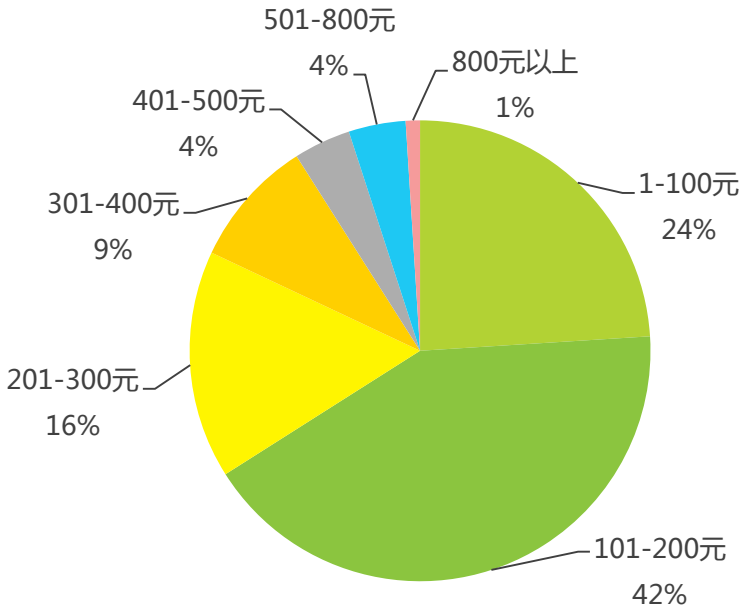
6 中国非标准住宿市场未来发展趋势

中国非标准住宿市场价格分布

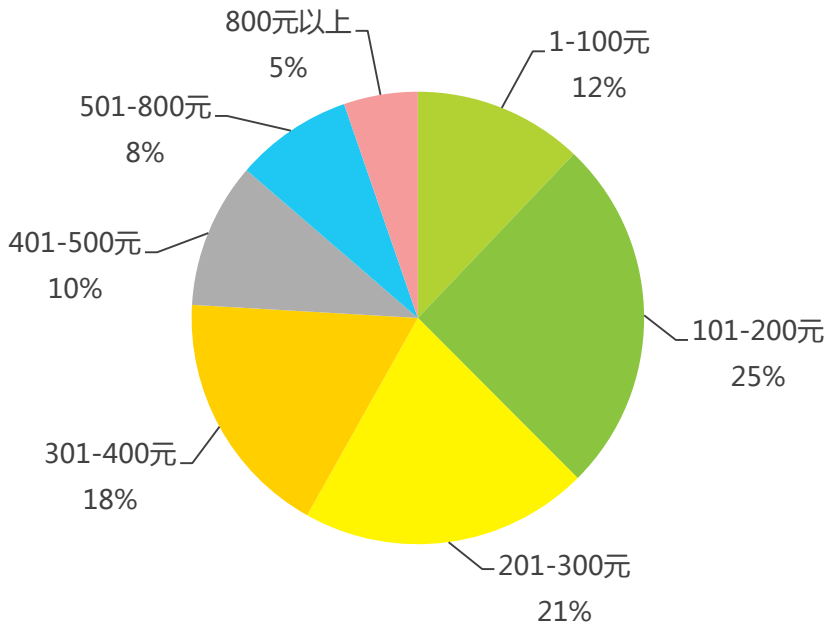
非标准住宿产品价位更具多样性，分布相对较分散

根据艾瑞监测数据，中国酒店产品价格80%集中在300元以下，其中1-100元占比24%，101-200元占比42%，201-300元占比16%；相比之下，中国非标准住宿产品供应价格较为分散，一半以上（58.1%）产品价格集中在300元以下；其中101-200元价格段产品占25%，201-300元价格段产品占21%，同时，301-400元占18%，800元以上产品占5%。说明大部分非标准住宿供应商更着重提供经济、性价比高产品，同时高品质非标准住宿产品同样占据市场。

2015年中国酒店产品价格分布



2015年中国非标准住宿产品价格分布



来源：艾瑞数据监测模型，数据截取时间2015年3月-4月；去掉了团购，直减等价格的基准价，取的是最低价。

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

中国非标准住宿市场在线用户行为研究

2014年中国非标准住宿市场在线用户行为概览

需求偏好

- **考虑因素：**价格、房间卫生、安全及配套设施为用户核心考虑因素
- **选择原因：**特色化服、选择多、更具私密性是用户选择非标准住宿产品的主要原因
- **信息渠道：**用户主要通过旅游预订类网站及专业客栈公寓等预订平台了解产品信息
- **预订平台：**旅游预订类网站为多数用户预订非标准住宿产品的平台
- **预订方式：**移动端与PC端预订情况差距不大

入住特征

- **入住频率：**最近一年用户入住非标准住宿场所的平均次数以1-3次居多
- **日均价格：**非标准住宿产品日均价格集中在100-200元区间，可接受价位为100-300元
- **入住时段：**用户入住时段集中在工作日和年假期间
- **入住原因：**用户出行多为商务出差和休闲度假
- **地理位置：**景区周边及住宅区为核心居住位置
- **同行对象：**用户入住非标准住宿场所时大都与家人或者同事同行

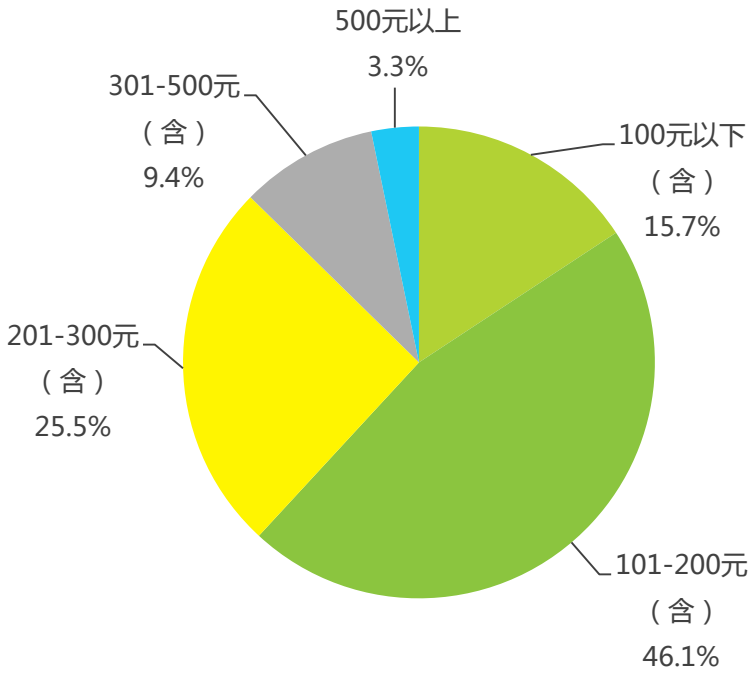
样本：N=1201；于2015年4月通过艾瑞iClick社区在线调查获得。

中国非标准住宿市场在线用户行为研究

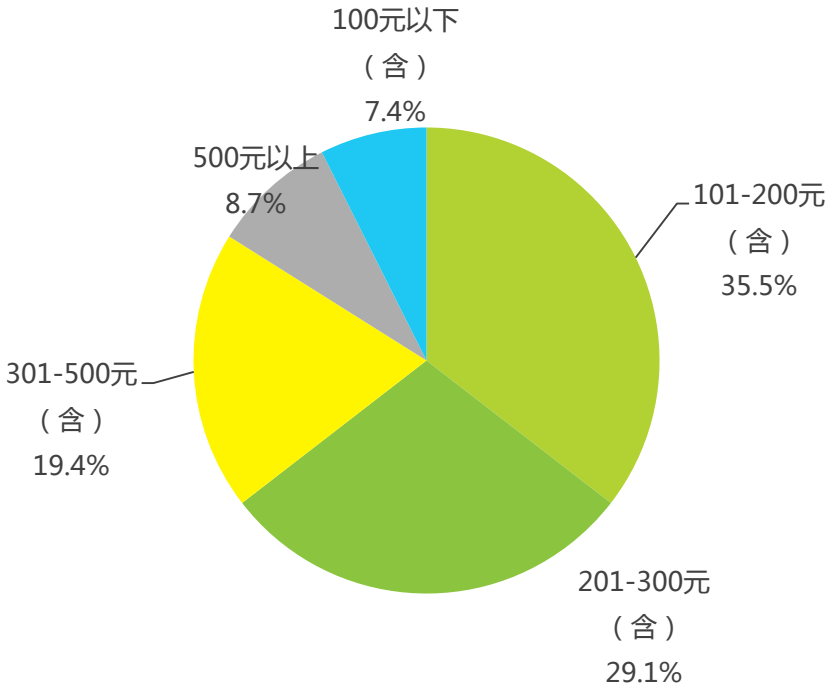
非标准住宿行业用户预订的产品价位以100-200元为主

根据艾瑞iClick调研数据显示，用户通常预订的非标准住宿产品价位以101-200元居多，达46.1%。
用户可接受的产品价位以101-300居多，同时一半以上（57.2%）用户可接受200元以上的非标准住宿产品，说明用户对非标准住宿产品价位方面有一定的接受能力，产品的丰富性及满足用户住宿需求的能力或更能吸引用户。

2014年中国非标准住宿用户预订非标准住宿产品的价格分布



2014年中国非标准住宿用户可接受的非标准住宿产品最高价格分布



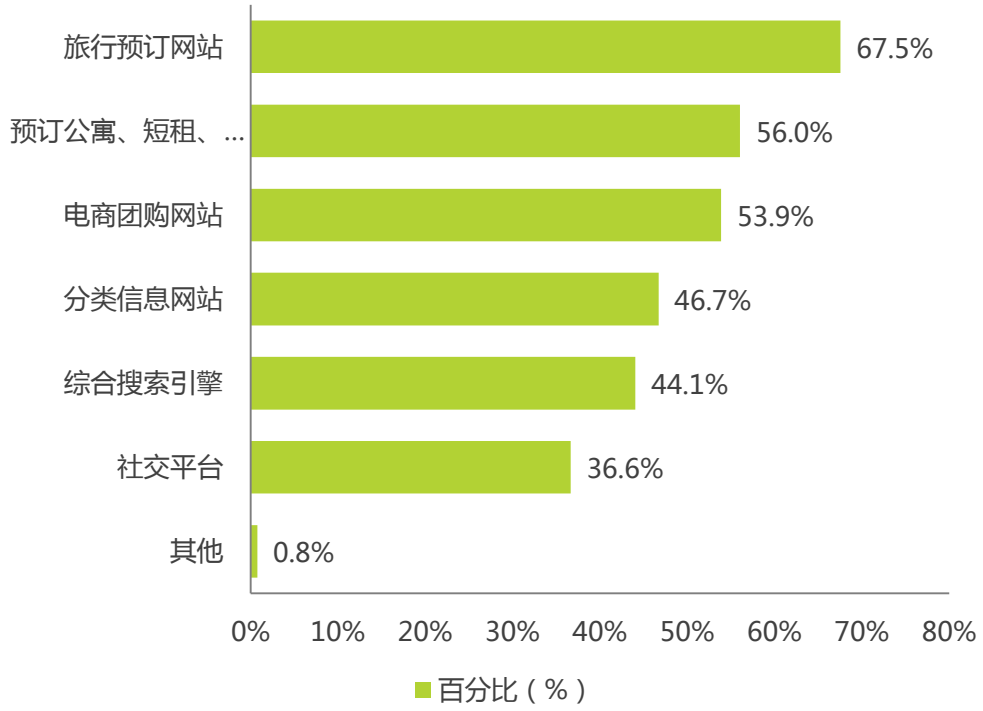
样本：N=1201；于2015年4月通过艾瑞iClick社区在线调查获得。

中国非标准住宿市场在线用户行为研究

旅行预订网站为多数用户了解非标准住宿产品的信息渠道

各类信息渠道中，用户大多通过旅行预订类网站了解非标准住宿产品，其次为预订公寓、客栈等的专业网站（如途家、小猪短租等）及电商团购网站（如美团、阿里旅行•去啊）。

2014年中国非标准住宿用户网上了解非标准住宿产品信息渠道分布



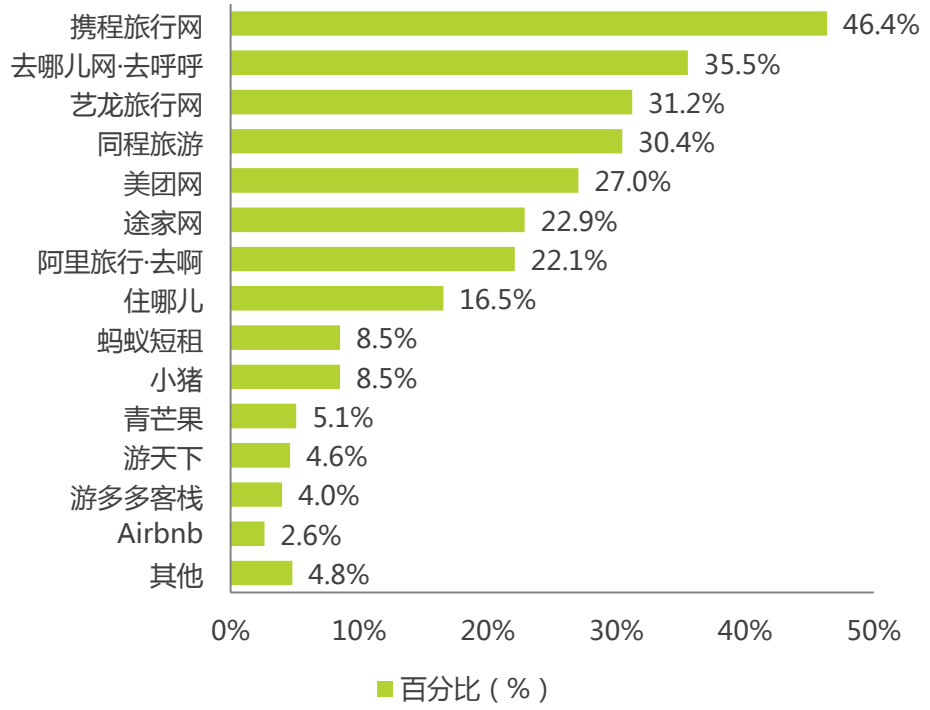
样本：N=1201；于2015年4月通过艾瑞iClick社区在线调查获得。

中国非标准住宿市场在线用户行为研究

旅游类预订网站为目前非标准住宿用户选择较多的预订平台

调研数据显示，旅游类平台为非标准住宿行业用户主要预订平台，其中通过携程旅行网预订的用户占46.4%，其次为去哪儿网·去呼呼（占35.5%）及艺龙旅行网（占31.2%）。

2014年中国非标准住宿在线用户预订非标准住宿产品网站分布



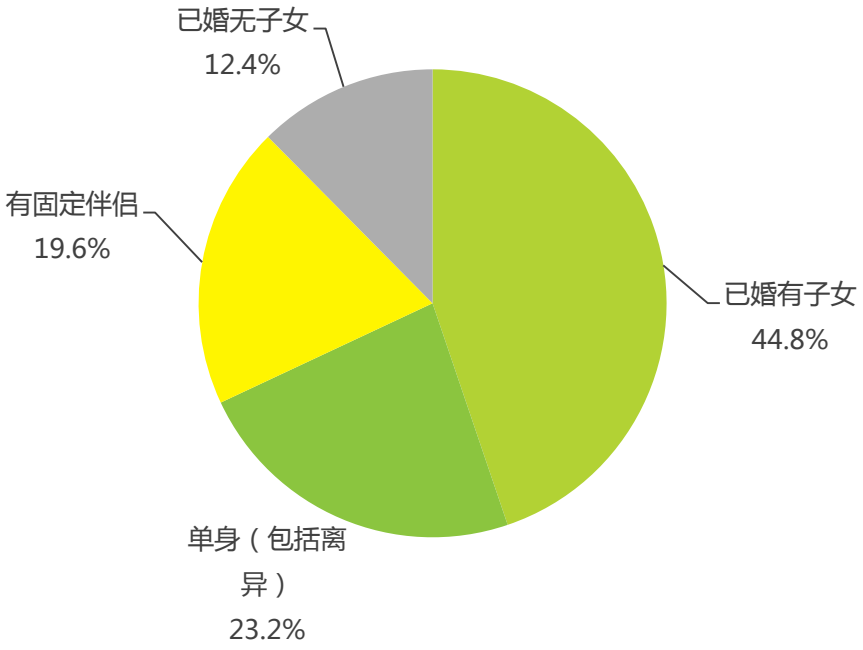
样本：N=1201；于2015年4月通过艾瑞iClick社区在线调查获得。

中国非标准住宿市场在线用户基本属性

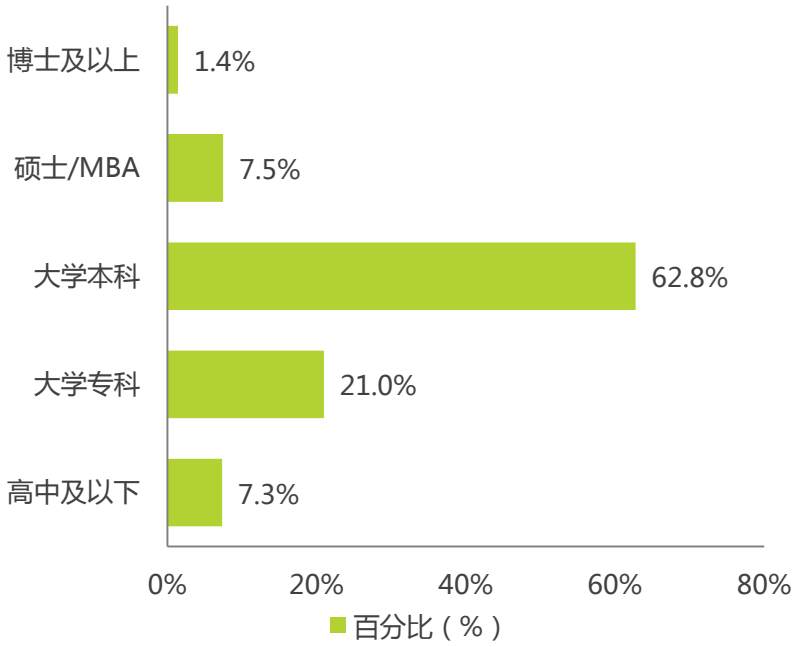
用户以高学历，已婚有子女人群居多

更有居家体验的非标准住宿产品备受已婚且有子女用户青睐，调查显示，44.8%用户为已婚有子女人群；同时，大学本科学历的用户占比高达62.8%。

2014年中国非标准住宿市场在线用户婚姻状况分布



2014年中国非标准住宿市场在线用户学历分布



样本：N=1201；于2015年4月通过艾瑞iClick社区在线调查获得。

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

非标准住宿市场业主在经营中所遇问题

平台管理

- 多渠道销售模式导致同时使用多个管理工具，房态管理及更新易出现问题
- 多平台订单数据需自行整合统计，给业主带来不便

入住问题

- 入住验证及押金管理问题
- 门锁问题：1. 智能门锁升级或网络问题会影响开门;2. 传统门锁用户将钥匙遗忘或带走

产品推广

- 非标准住宿产品概念还未得到大众认知，自身推广过程中极力为非标准住宿产品打造（包含提供个性化服务及设置配置），但能力有限，期望各平台用自身影响力来宣传非标准住宿产品

打扫问题

- 清洁打扫方面存在一定问题，部分业主选择雇佣阿姨来解决打扫及清洗工作。清洗打扫成本也无形中转由消费者承担

成本问题

- 部分业主为“二房东”“三房东”，房屋成本略高，无形中将成本压力转至消费者
- 佣金率略高，溢出价格转至消费者

其他

- 消费者素质问题，希望平台系统可以设置评价机制进行识别筛选

来源：业主访谈。

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

中国非标准住宿市场发展趋势及挑战

高增长、多元化、高端化是中国非标准住宿市场未来发展的主要趋势



高增长

非标准住宿作为有别于传统酒店及传统线下租赁的新型住宿形态，近几年发展势头迅猛，但订单量相比于传统酒店，仍有较大差距，用户教育和市场培养仍需要一定时间。艾瑞咨询认为，大众旅行频率的增长促使外出住宿需求的增加，进一步推动在线非标准住宿的市场渗透，从而带动非标准住宿市场的快速增长。

多元化



目前中国非标准住宿市场依旧立足于功能单一的住宿要素，同旅游其他环节的结合程度比较低，同时，由于房源的分散性，房间清洁工作、钥匙的交接工作依旧是难题。艾瑞咨询认为，未来，非标准住宿市场将会同旅游的其他领域进行深度整合，满足用户包括住宿在内的全旅程服务体验。此外，智能门锁的普及、“分散式集中管理”服务供应商的大规模出现，为非标准住宿市场的多元化发展带来更多可能。



高端化

丰富的非标准住宿产品一方面满足用户对于外出住宿的个性化需求，另一方面加强了用户对更加优质的产品、服务的消费意愿。艾瑞咨询认为，未来非标准住宿市场向高端化，定制化的方向发展的趋势愈加明显，消费者对于优质及个性化产品、服务的消费意愿逐步提升。

来源：艾瑞咨询。

中国非标准住宿市场发展趋势及挑战

市场教育和用户转化是非标准住宿市场发展的最大挑战



同传统酒店相比，非标准住宿凭借空间更私密，服务、设施更具个性化等特点，被住宿需求市场中的少部分人所接受。艾瑞咨询认为，由于用户对于传统“酒店”概念接受较早，对于酒店的产品模式以及服务标准已经形成一定固有认知。因而，非标准住宿市场在教育用户，特别是主力消费人群住宿观念的转变仍面临较大挑战。

于此同时，标准住宿市场已经形成了一定的品牌效应，部分用户的品牌依赖及依恋程度较深，加之经济型酒店集团中高端市场的品牌拓展及业务延伸，对非标准住宿市场形成一定的冲击，如何吸引酒店品牌的重度依赖用户，也是未来非标准住宿市场继续发展需要面对的巨大挑战之一。

来源：艾瑞咨询。

关键词、概念和定义

概念	定义描述
非标准住宿	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。
交易规模	指在线旅游服务提供商通过在线或者Call Center预订并交易成功的机票、酒店、度假等所有旅游产品的价值总额。包括上游供应商的网络直销和第三方在线代理商的网络分销。
房源展示量	指可在网站页面上直观看到的房源数量

法律声明

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。
本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍：
艾瑞咨询集团：http://www.iresearch.com.cn
公司产品介绍：
艾瑞客户解决方案：http://www.iresearch.com.cn/solution
艾瑞连续数据研究产品：http://www.iresearch.com.cn/product
艾瑞专项研究咨询服务：http://www.iresearch.com.cn/consulting
艾瑞研究观点报告：http://www.iresearch.com.cn/report
艾瑞学院培训业务：http://www.iresearch.com.cn/institute
艾瑞媒体会议服务：http://www.iresearch.com.cn/meeting
公司资讯网站：
艾瑞网：http://www.iresearch.cn
艾瑞广告先锋：http://www.iresearchad.com
艾瑞网络媒体精品推荐：http://www.iwebchoice.com
联系方式
北京：86-010-51283899
上海：86-021-51082699
广州：86-020-38010229

洞察互联网的力量

UNLOCK THE POWER OF INTERNET

iResearch

艾 瑞 咨 询