



2019-2020年中国在线酒店预订行业发展分析报告

2020年3月

本报告为Trustdata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。
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。

研究综述

- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：基于Trustdata自建的日活跃用户超过1亿（月活跃用户超过3.2亿）的安卓用户样本集，并根据中国移动网民人口结构、地域分布、各移动应用iOS与Android比例关系等多方面因素搭建模型计算所得
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2018年至2020年

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 月度覆盖率---应用的月活跃用户量占移动互联网用户总数的比例
- 月新增---每月新增用户数
- 月度留存率---新增用户在接下来的一个月重复使用过1天及以上的概率
- TGI指数---用户指标/目标群体用户特征指标

报告目录

- 一、2019中国在线酒店预订行业发展现状
- 二、2019中国在线酒店预订行业用户研究
- 三、2019中国在线酒店预订行业竞争格局
- 四、2020新冠疫情影响以及行业趋势预测





2019中国在线酒店预订行业发展现状



一、中国国内旅游人次逐年增长，2019年中国国内旅游人次首次突破60亿大关



二、2019年中国人均GDP突破1万美元，开启大众旅游新时代，旅游人次的增长成为旅游消费市场主要驱动因素



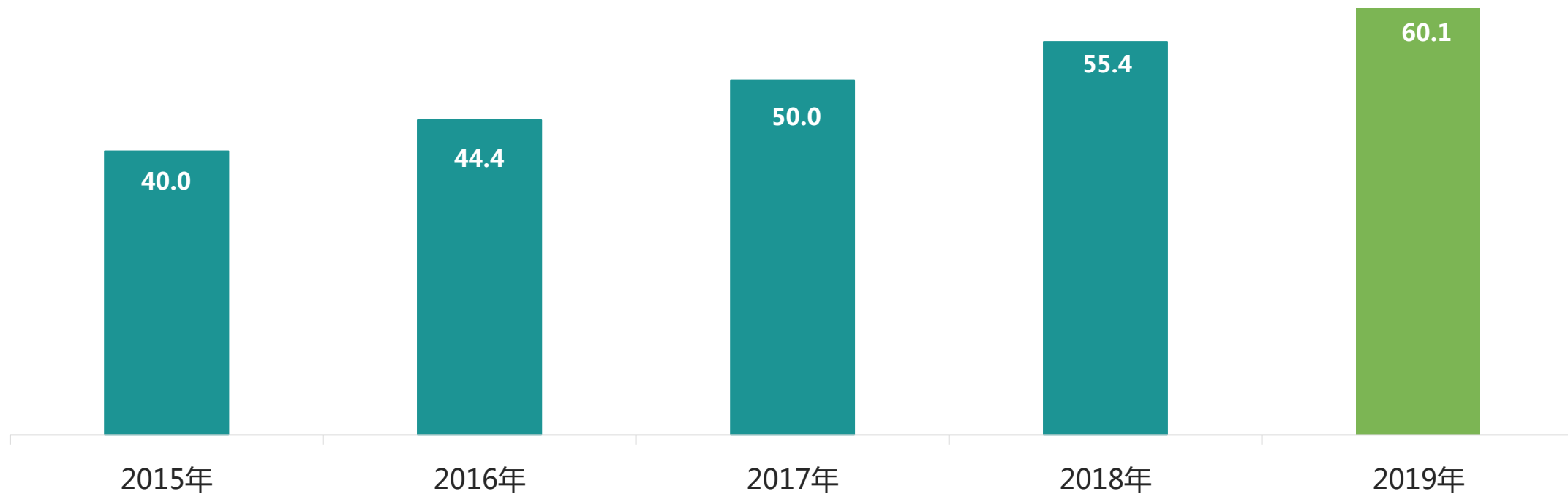
三、2019年中国在线酒店预订用户规模稳中有增，季度用户规模平均增速超过25%



四、2019年中国在线酒店预订间夜量同比增长26.7%，全年酒店间夜量规模超8亿

中国国内旅游人次逐年增长，2019年首次突破60亿人次

2015年-2019年中国国内旅游人次（单位：亿人次）



备注：本页数据根据国家统计局等公开资料整理而成

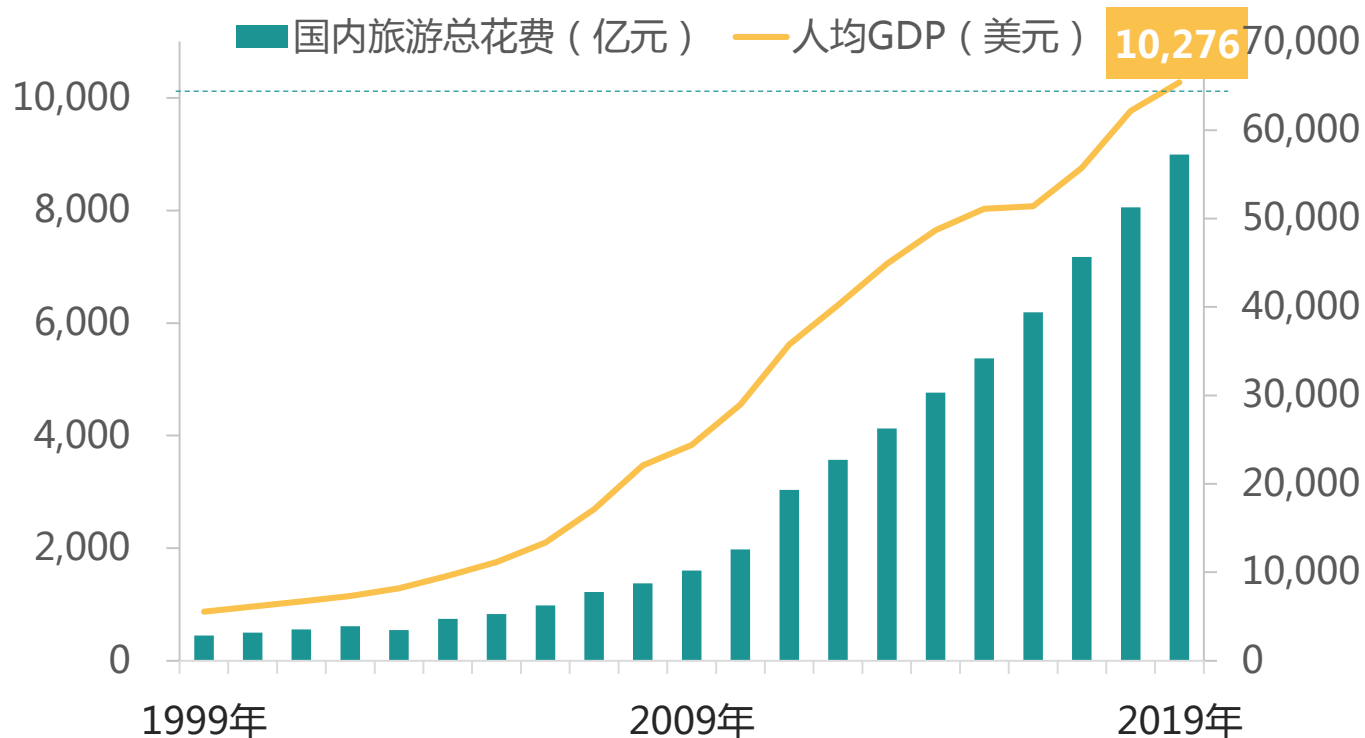
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

2019年中国人均GDP突破1万美元，旅游消费已成大众刚需

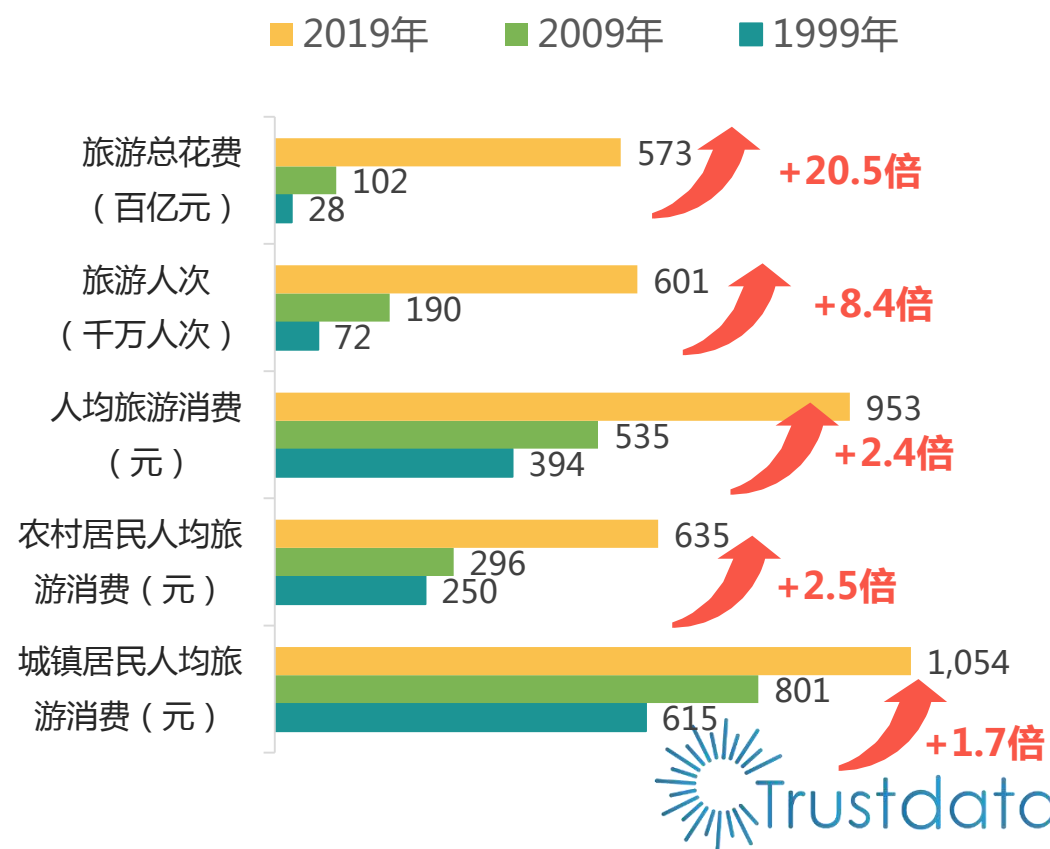
相比20年前，旅游人次增长8.4倍，成为旅游市场增长的主要驱动因素

2019年中国人均GDP达10276美元，突破1万美元大关，中国进入大众旅游新时代，多层次、多元化的旅游需求和消费市场格局已经形成。与20年前相比，中国旅游总花费扩大20.5倍，旅游消费已成大众刚需。其中，旅游人次的增长（8.4倍）成为旅游消费市场增长主要驱动因素。农村居民人均旅游消费增长倍数（2.5倍）超过城镇居民（1.7倍），但实际金额仍低于城镇居民，存在进一步增长潜力。

1999年-2019年中国人均GDP及国内旅游总花费年度走势



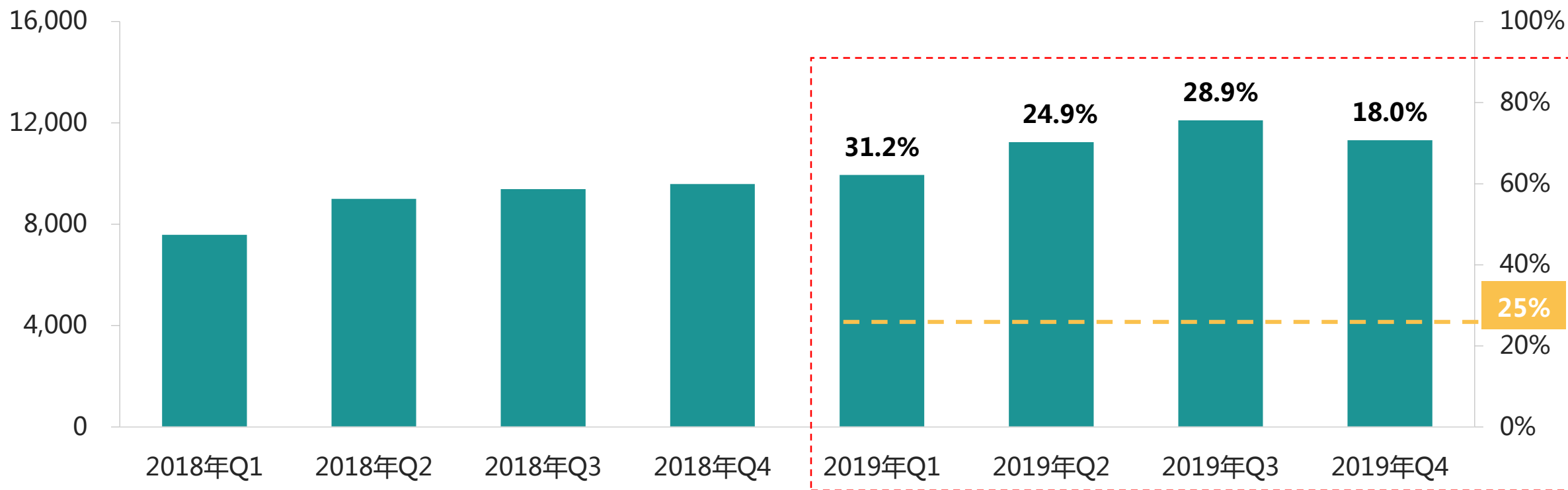
1999年、2009年及2019年中国国内旅游总花费相关对比



备注：本页数据根据国家统计局等公开资料整理而成
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

2019年中国在线酒店预订用户规模稳中有增，季度平均增速超过25%

2018年-2019年中国在线酒店预订季度MAU及同比（单位：万）

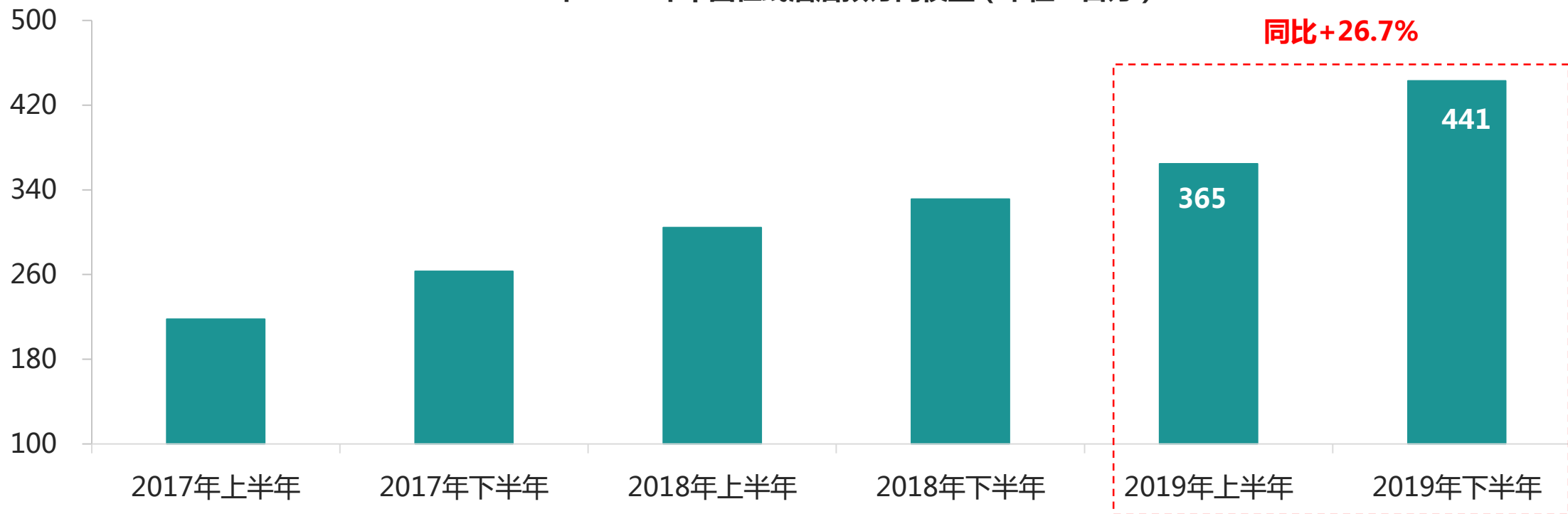


备注：本页数据为平台类APP，不包含酒店集团官网/APP及其他渠道

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

2019年在线酒店预订间夜量同比增长26.7%，全年酒店间夜量规模超8亿

2017年-2019年中国在线酒店预订间夜量（单位：百万）





2019中国在线酒店预订用户研究分析



一、中国三线及以下城市酒店消费需求持续增长升级，下沉市场仍有空间



二、中国在线酒店预订用户年轻化趋势愈加明显，00后用户占比已达一成



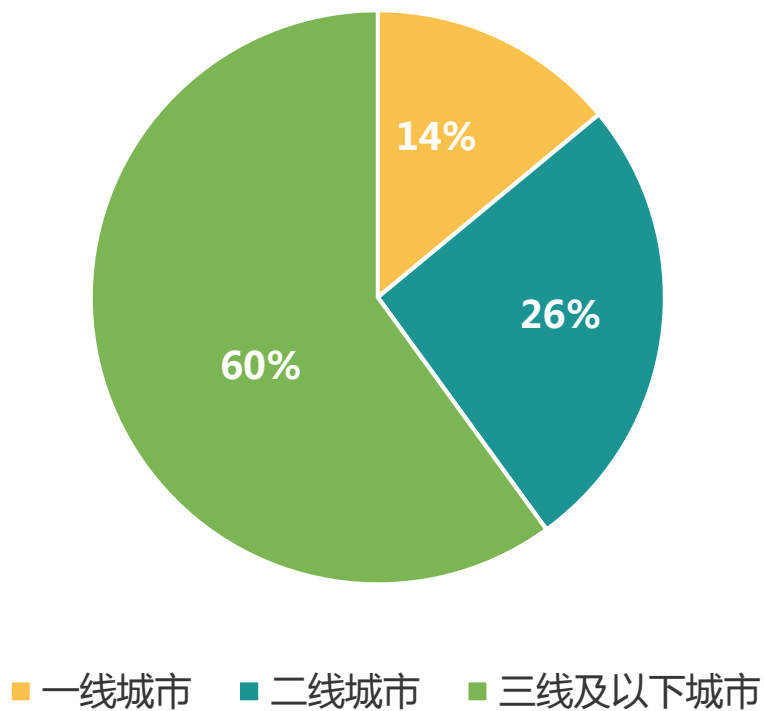
三、在线酒店预订平台用户兴趣爱好略有差异，携程系用户商务特征明显



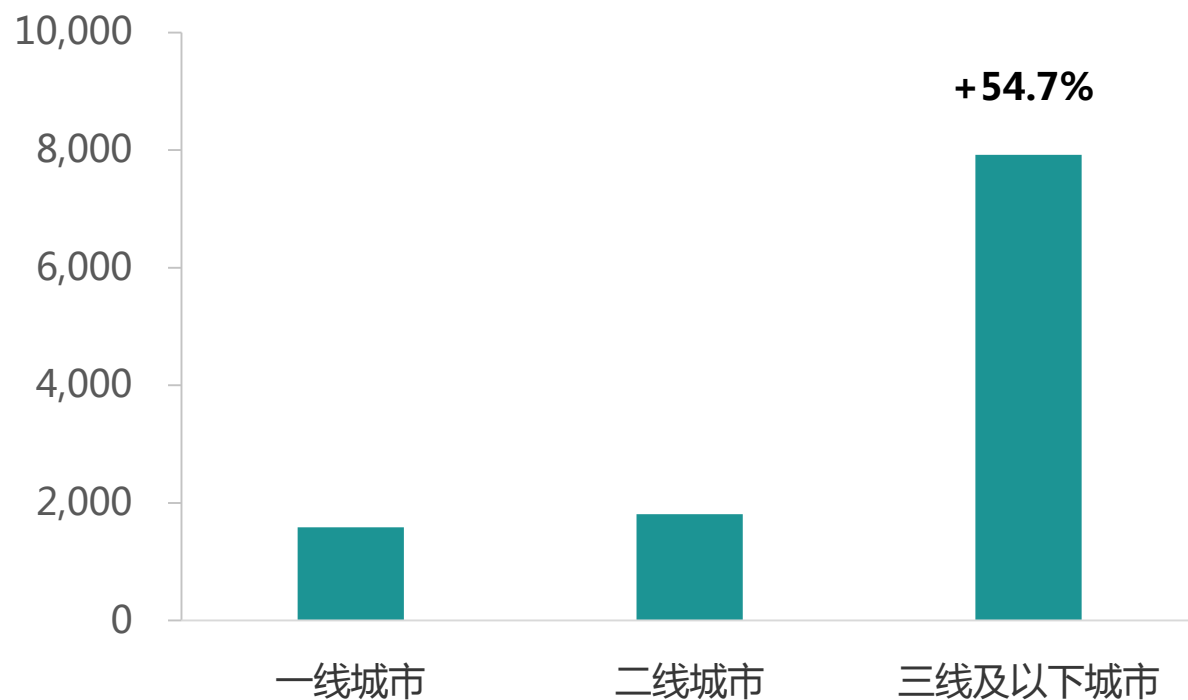
四、美团酒店用户预订高频且住宿类型更多元，携程用户平均预订单价高

三线及以下城市的在线酒店预订用户占比增至六成，同比增长达54.7%

2019年中国在线酒店预订用户城市等级分布



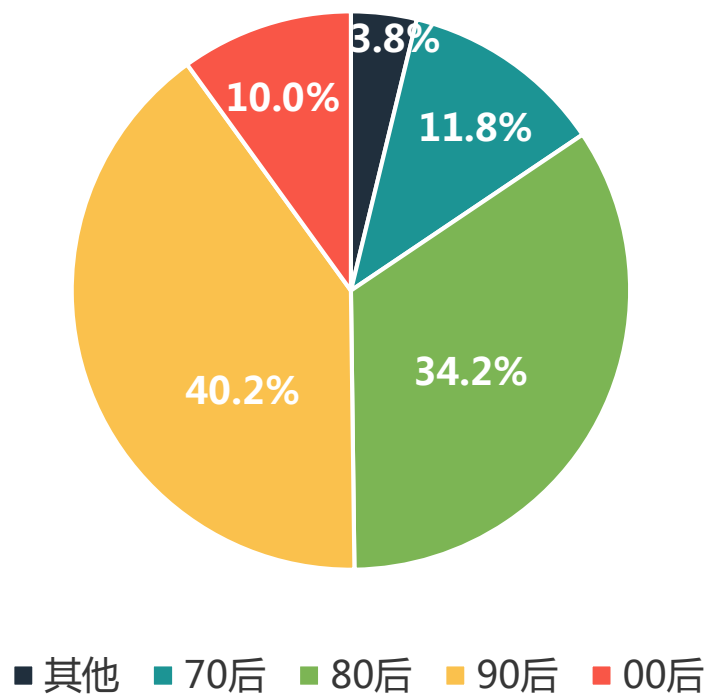
2019年中国在线酒店预订用户MAU及同比增长（分城市等级）



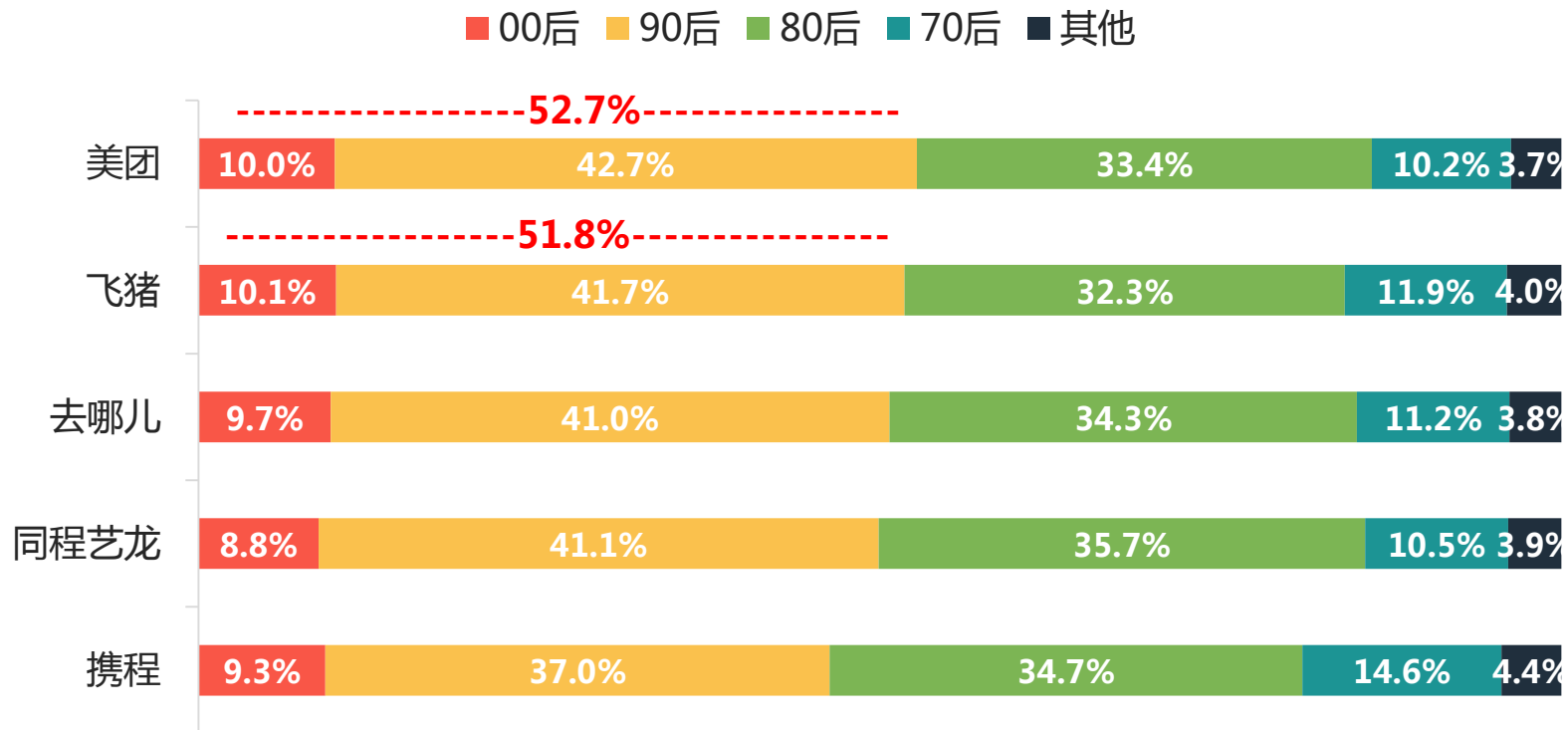
在线酒店预订用户年轻化趋势愈加明显，00后用户占比已达10%

美团酒店、飞猪更受年轻用户青睐

2019年中国在线酒店预订用户年龄分布

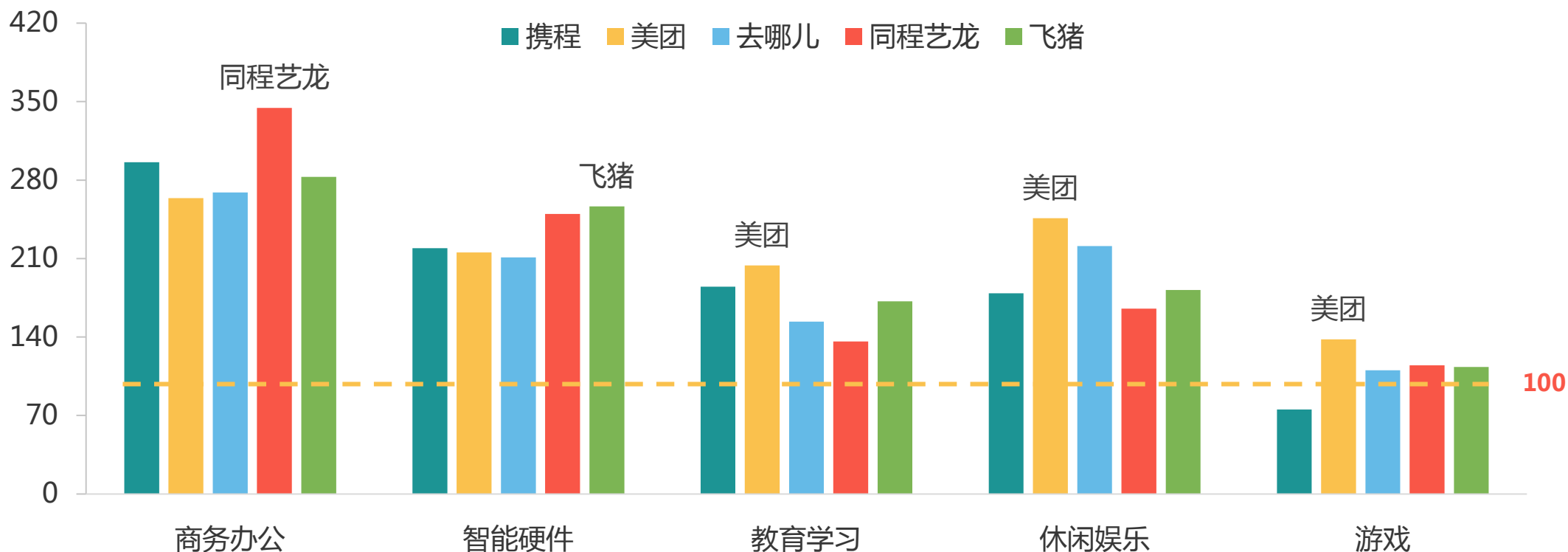


2019年主流在线酒店预订平台用户年龄分布



同程艺龙、携程用户的商务办公特征明显，飞猪用户喜用智能硬件 美团酒店用户的特征为偏好教育学习、休闲娱乐及游戏

2019年主流在线酒店预订平台TGI指数



TGI指数---用户指标/目标群体用户相同指标，反映目标群体在特定研究范围的强弱程度，大于100即为特性突出

在线酒店预订高频及住宿类型多元用户偏好使用美团酒店 中年商务人士多使用携程及同程艺龙，消费单价较高

| 身份特征/预订场景 | 消费频次/金额 | 预订偏好 | APP使用偏好 |
|--|--|--------------|---|
|  <p>学生 主题游/周边游/跨境游</p> | <p>年均预订 ≥ 6 次 日均住宿消费 ≤ 300 元</p> | <p>经济型为主</p> |  |
|  <p>年轻白领/小镇青年 自驾游/周边游/出差</p> | <p>年均预订 ≥ 6 次 日均住宿消费 $300-500$ 元</p> | <p>类型多元</p> |  |
|  <p>中年商务人士 出差/自驾游/跨境游</p> | <p>年均预订 ≥ 4 次 日均住宿消费 ≥ 500 元</p> | <p>中高端为主</p> |  |

备注：本页用户特征及行为数据，以2019年定向人群订单数据为基础，以众数方法计，以上用户行为特征代表大多数但不排除群体里个性化的存在



中国在线酒店预订行业竞争格局



一、2019年美团酒店保持高速增长，订单及间夜量持续领跑在线酒店预订行业



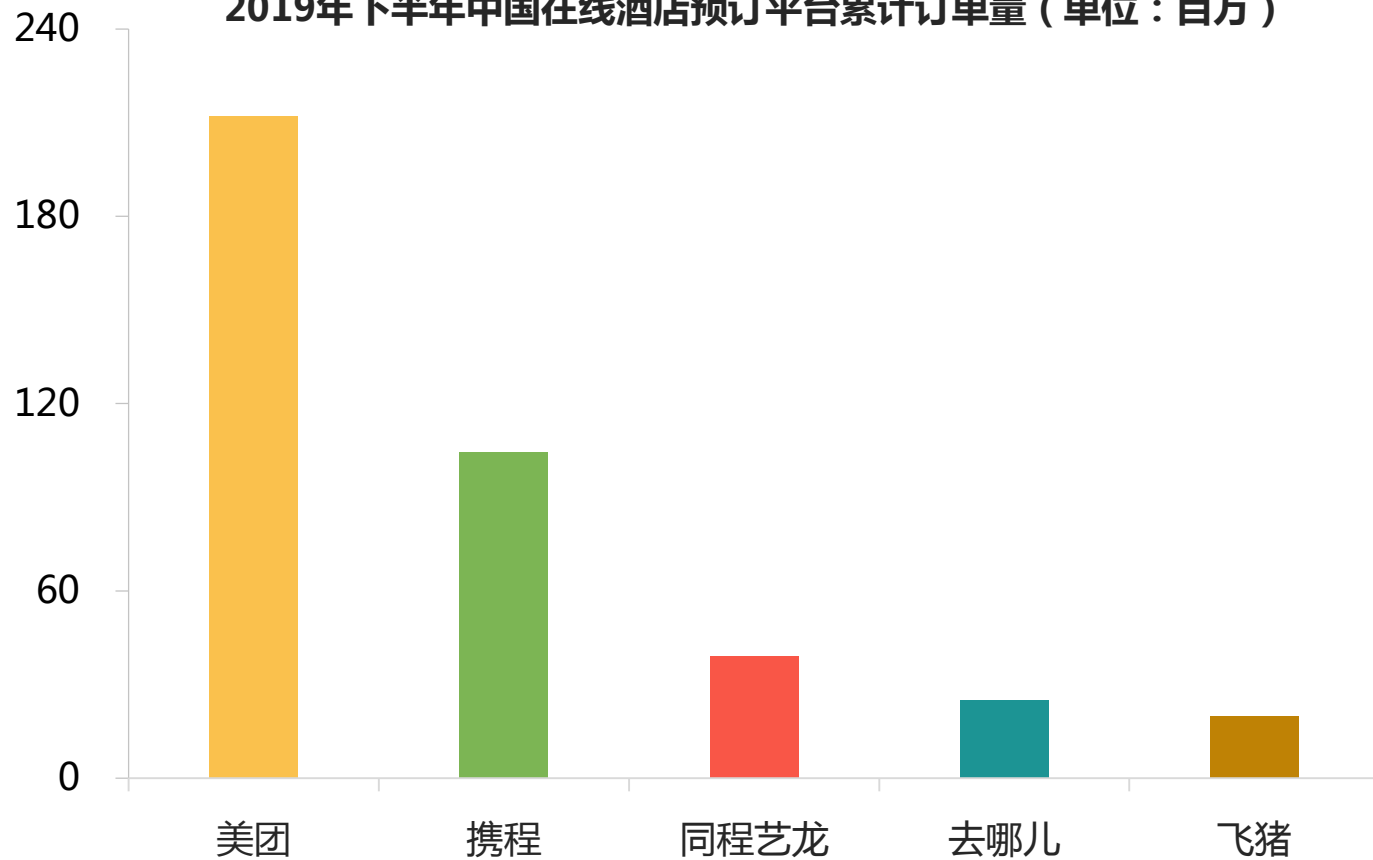
二、在线酒店预订平台两强格局，美团酒店逐渐拉大与携程系酒店间夜量差距



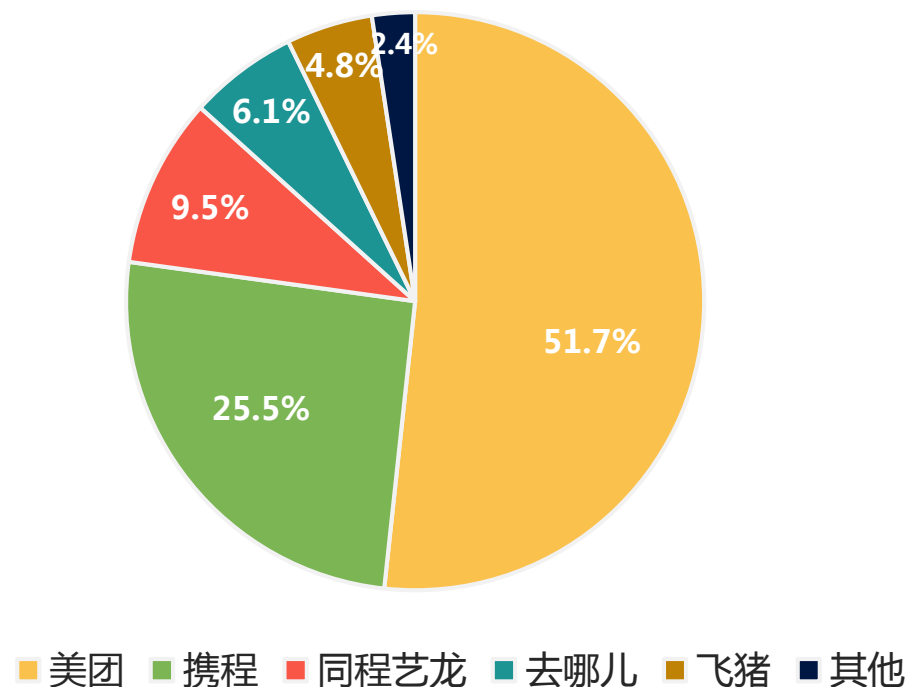
三、携程、同程艺龙用户粘性相对较高，去哪儿用户日均启动次数排名较靠前

2019年下半年，在线酒店预订行业保持“手机订酒店，5成上美团App”格局

2019年下半年中国在线酒店预订平台累计订单量（单位：百万）



2019年下半年中国在线酒店预订行业订单占比

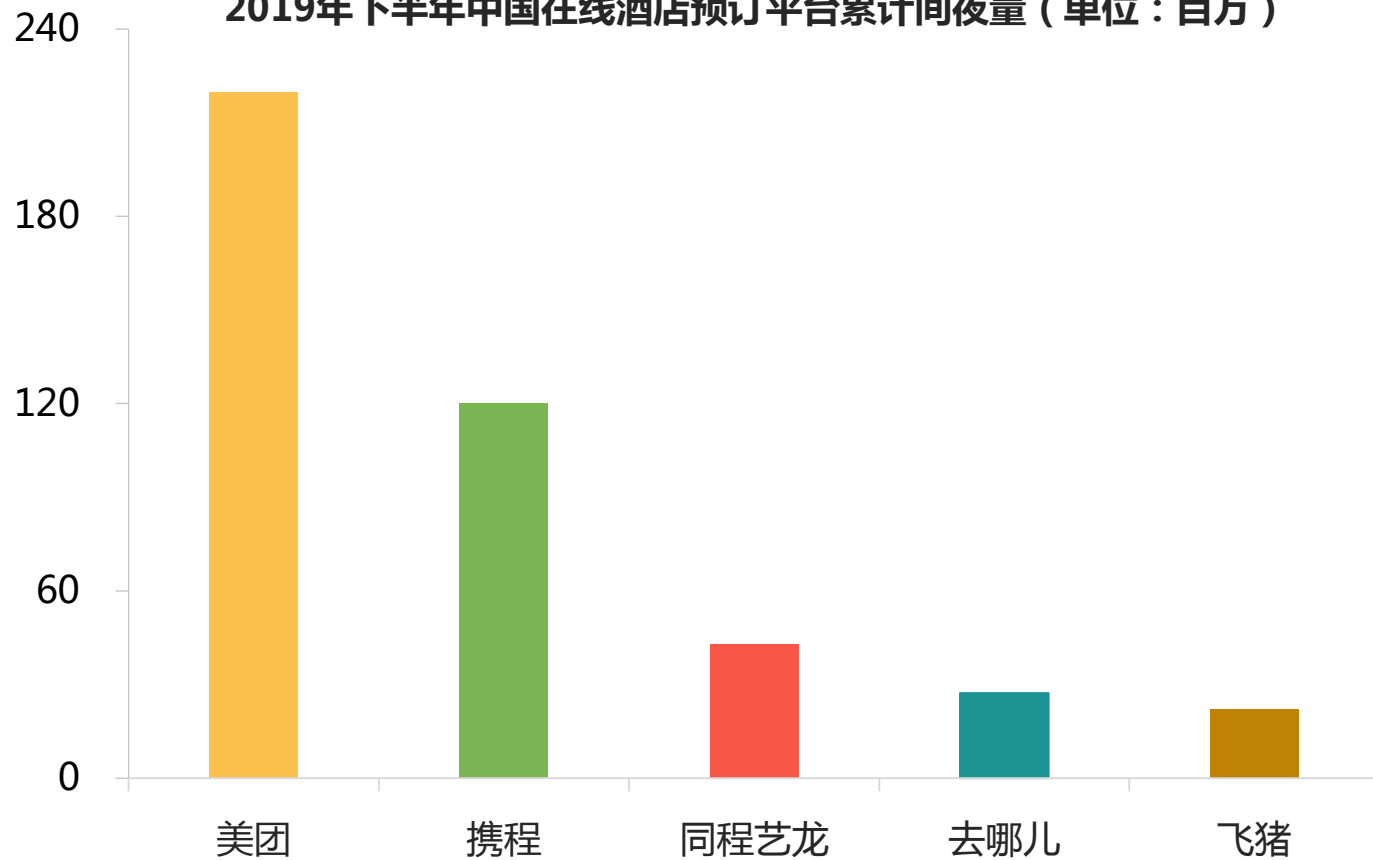


备注：本页为中国大陆用户在境内酒店的预订统计，不包含港澳台及海外。

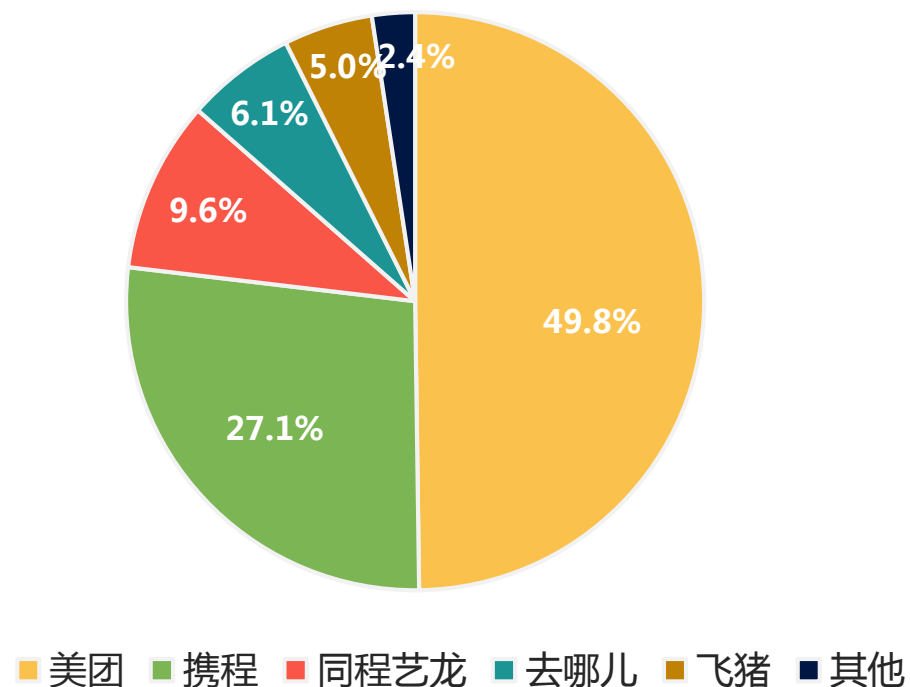
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

2019年下半年，美团酒店间夜量占比继续扩大，占比已近五成

2019年下半年中国在线酒店预订平台累计间夜量（单位：百万）



2019年下半年中国在线酒店预订行业间夜量占比

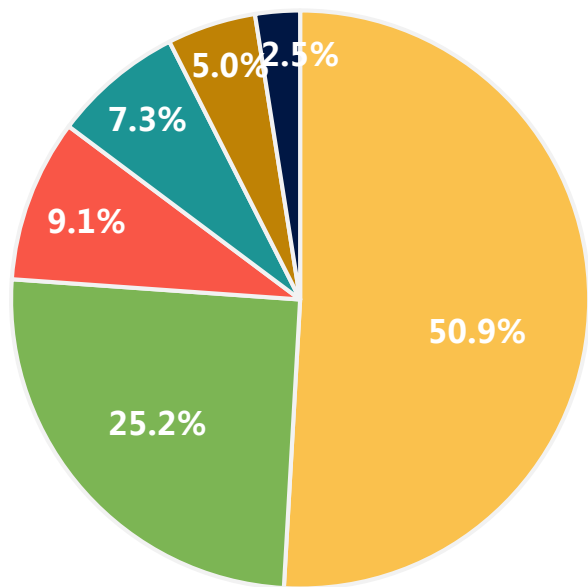


备注：本页为中国境内酒店的预订统计，不包含港澳台及海外。

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

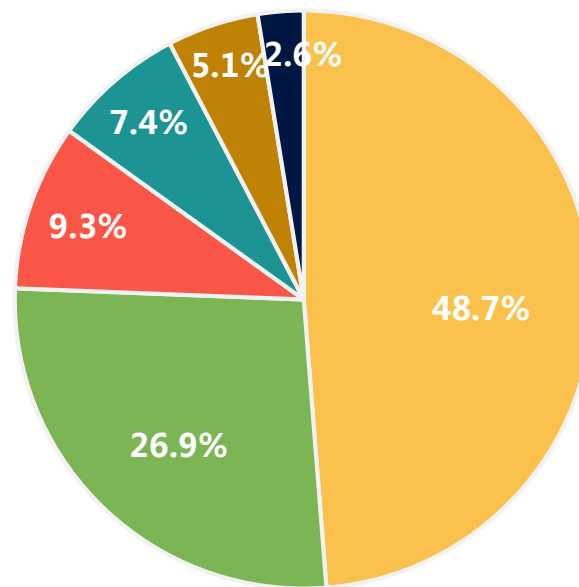
2019年全年美团酒店订单占比过半，累计间夜量近4亿

2019年全年中国在线酒店预订行业订单占比



■ 美团 ■ 携程 ■ 同程艺龙 ■ 去哪儿 ■ 飞猪 ■ 其他

2019年全年中国在线酒店预订行业间夜量占比



■ 美团 ■ 携程 ■ 同程艺龙 ■ 去哪儿 ■ 飞猪 ■ 其他

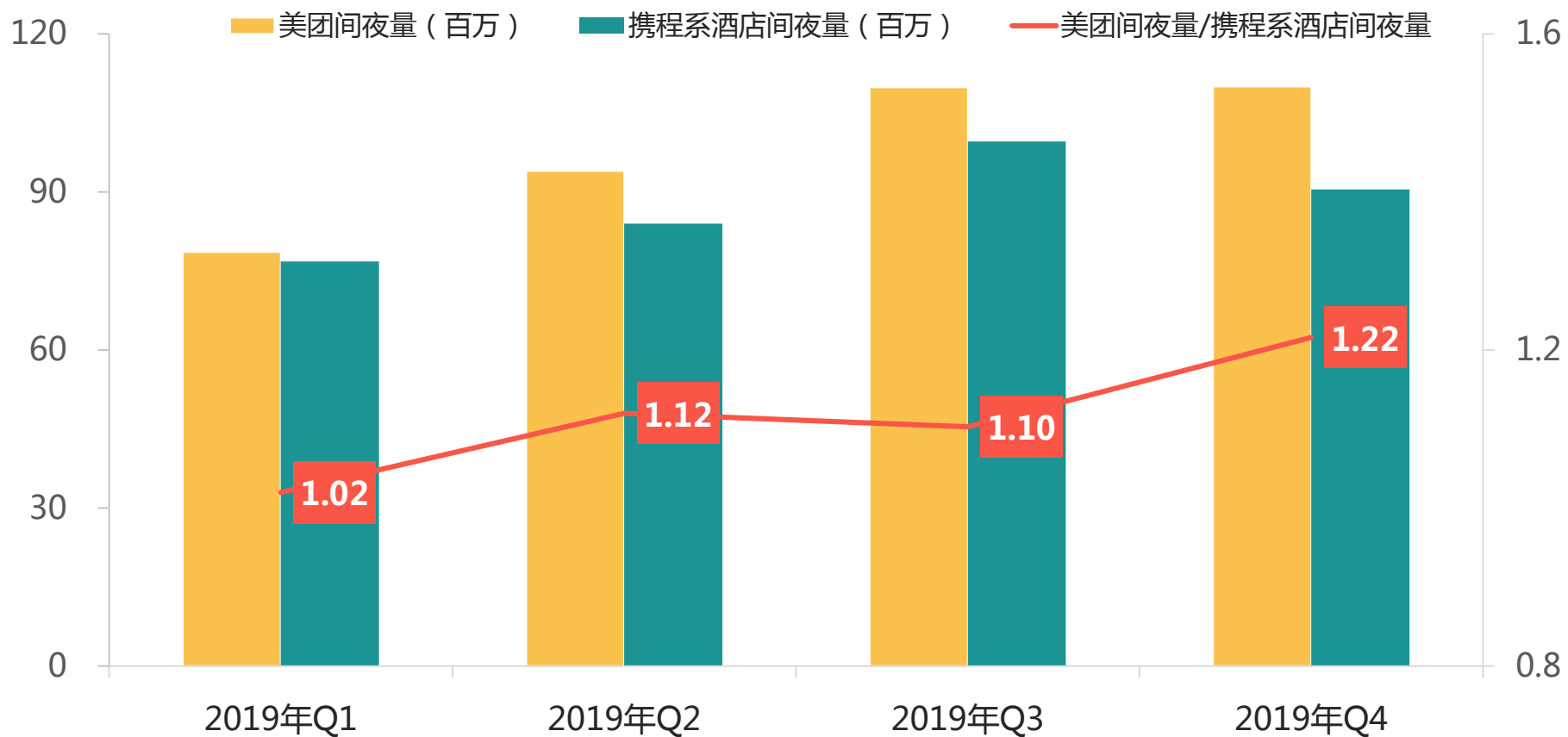
备注：本页为中国境内酒店的预订统计，不包含港澳台及海外。

备注：美团财报最新数据显示，2019年美团国内酒店间夜量为3.92亿。

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

2019年美团酒店间夜量首次全年持续超过携程系总和，Q4已拉大差距至1.22倍

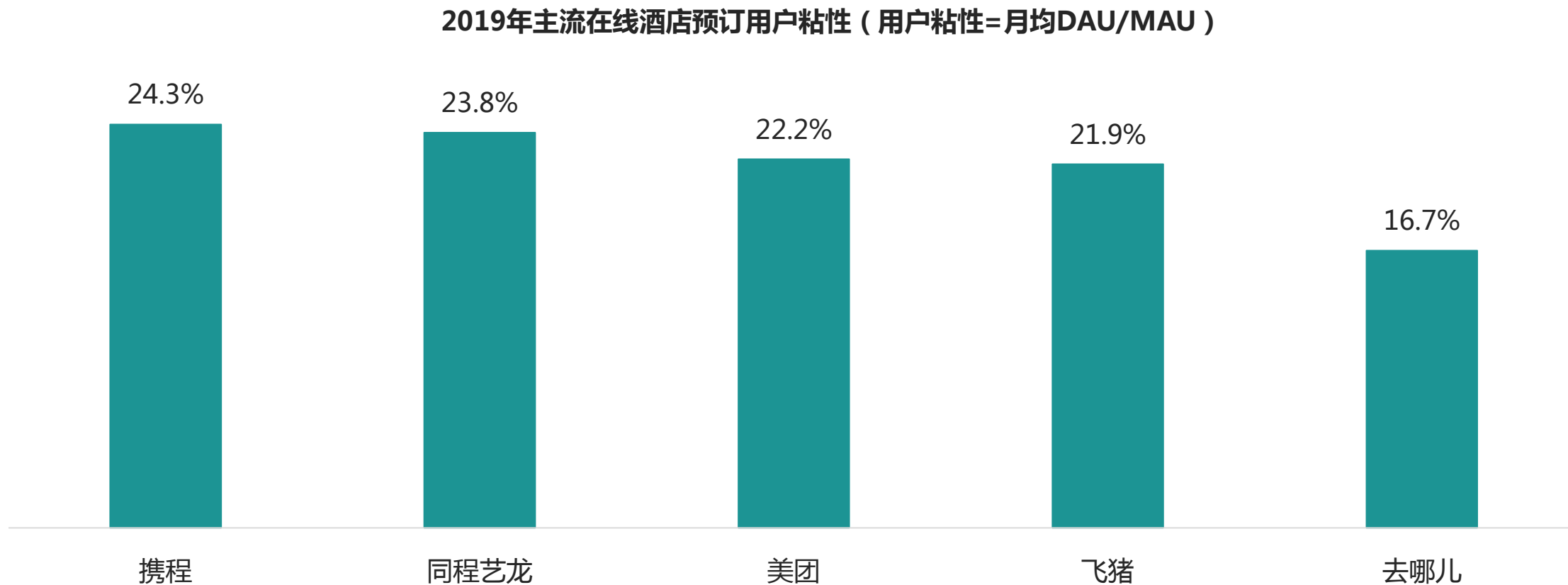
2019年各季度美团与携程系酒店间夜量对比



备注：携程系指携程、去哪儿及同程艺龙等OTA平台

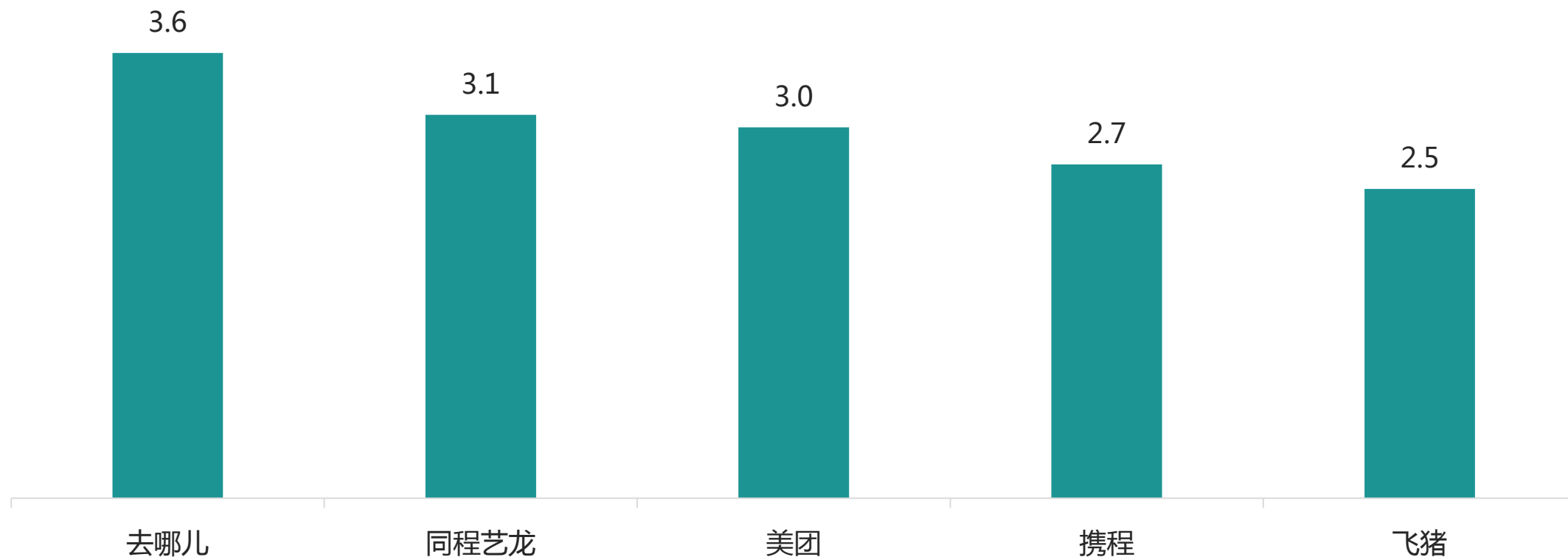
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

主流在线酒店预订用户粘性较为接近，携程、同程艺龙及美团酒店排名TOP3



去哪儿、同程艺龙及美团酒店用户日均启动次数排名前三

2019年在线酒店预订用户日均启动次数（次）





2020年疫情对在线酒店预订行业影响及发展趋势预测



一、受新冠疫情影响，中国旅游及酒店行业供需两端遭遇较大冲击，酒旅产业链多要素面临考验



二、面对疫情对酒旅行业的重大打击，政府部门提供政策保障，平台积极应对，行业复苏指日可待



三、用户休闲旅游需求强烈，预计疫情后本地及周边游率先恢复，依赖商旅、跟团、会议等酒店恢复较慢，4月行业有望逐步恢复



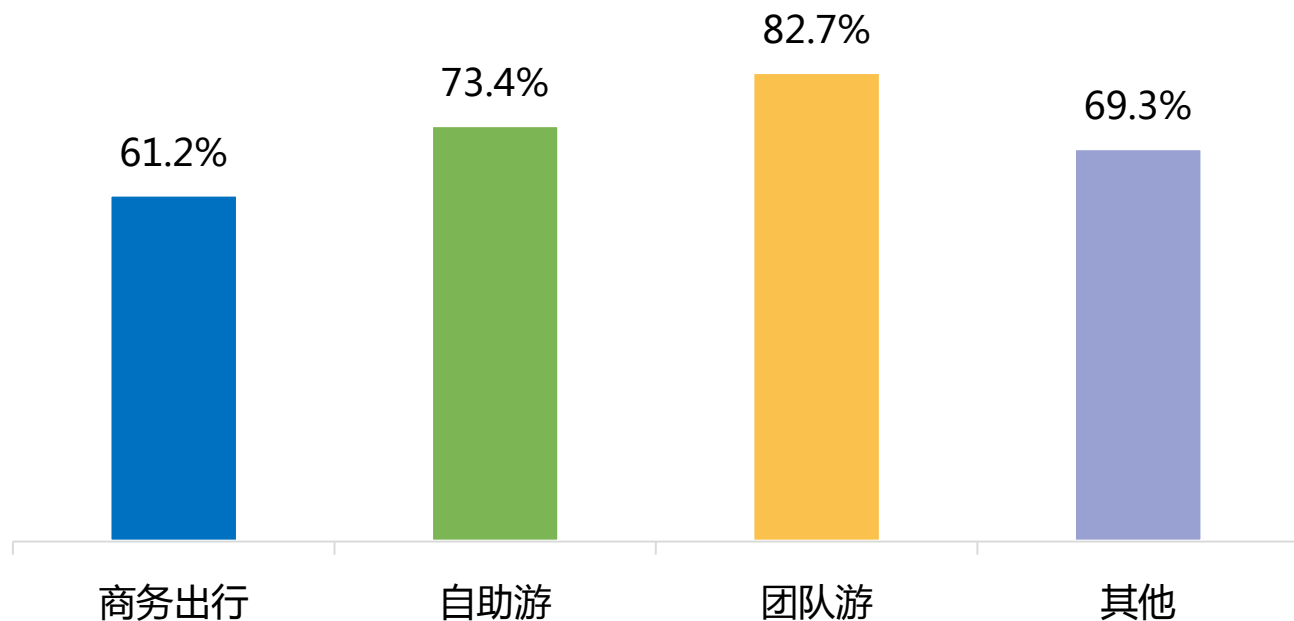
四、新冠疫情之下，安全、防疫成为用户底层需求，倒逼平台及酒店行业升级改变

2020年初疫情突袭，酒旅用户出游及商旅计划受较大影响

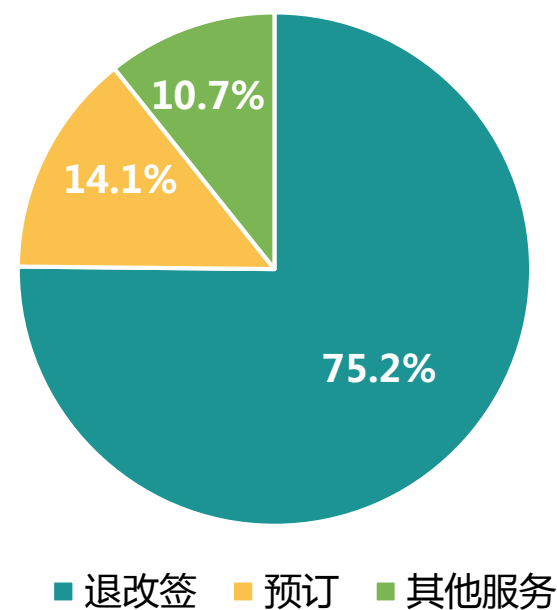
疫情期间，近八成用户线上操作以退改签为主

据Trustdata数据统计显示，2020年1月新冠疫情爆发后，酒旅用户出游受到较大影响，包括原有计划取消，已出行用户行程缩减等。其中团队旅游及自助出游受影响最大，被影响用户超七成，有六成商务出行用户计划调整。2019年1-2月用户线上操作以退改签为主。

2020年1月-2月在线旅行计划影响占比-按出游类型



2020年1月-2月用户酒旅平台线上行为占比分布



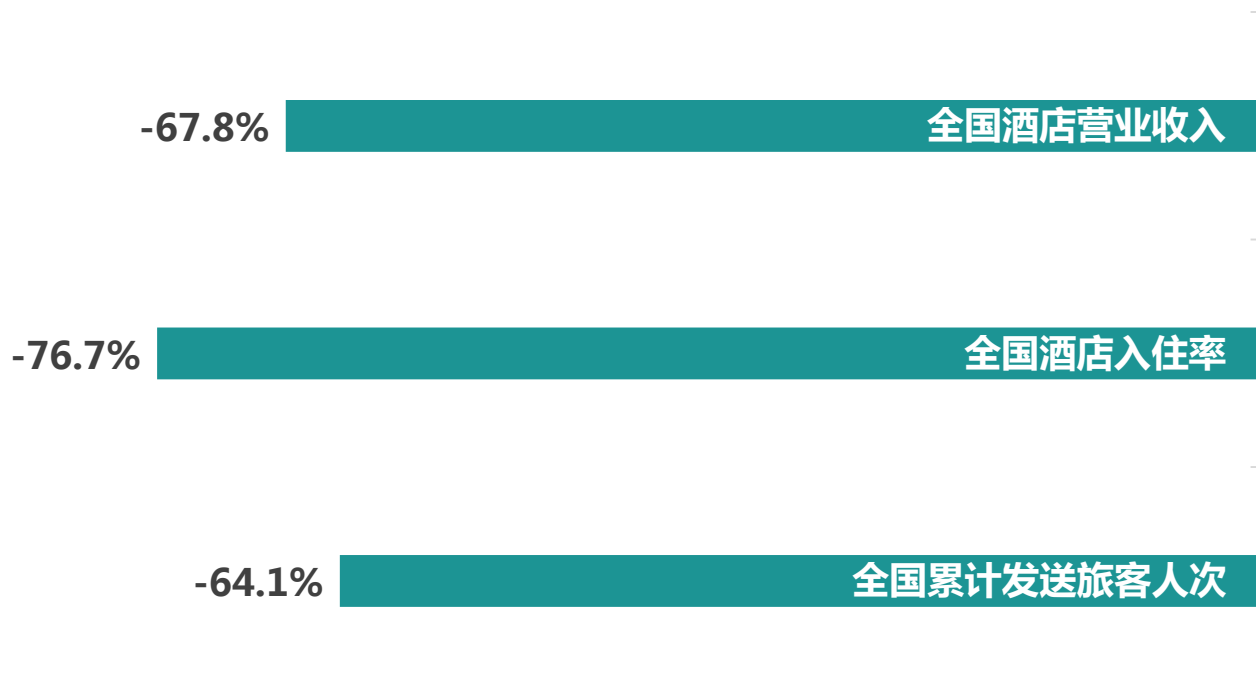
备注：数据周期为2020年1月-2月

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

疫情对中国旅游及酒店行业造成较大冲击

酒旅产业链多要素面临考验

2019年与2020年春节黄金周酒旅行业核心指标对比（单位：%）



疫情冲击，酒旅产业链多要素受严重影响

疫情影响，旅游行业按下暂停键，全国多家景区关闭，用户酒旅需求受抑，旅游出行计划取消；

在线酒旅预订平台受到较大冲击，百程旅游网宣布破产，携程高管降薪自救；

酒店、民宿经营者困难重重，成本不降，收入骤减，为求生存，寻找资金支持迫在眉睫。

面对疫情对酒旅行业的重大打击

政府部门提供政策保障，平台积极应对，行业复苏指日可待



政府



文化和旅游部发布《关于暂退部分旅游服务质量保证金支持旅行社应对经营困难的通知》**向旅行社暂退部分旅游服务质量保证金**；



财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》**延长旅游、住宿等困难行业结转年限**；



中国人民银行、财政部等五部委发布的《关于进一步强化金融支持防控新型冠状病毒感染的肺炎疫情的通知》**明确要求对住宿餐饮等困难行业不得盲目抽贷、断贷、压贷。**



OTA



携程启动“旅游复兴V计划”，联合百余目的地、万家品牌共同投入10亿元复苏基金，促进旅游消费，振兴疫后旅游经济；



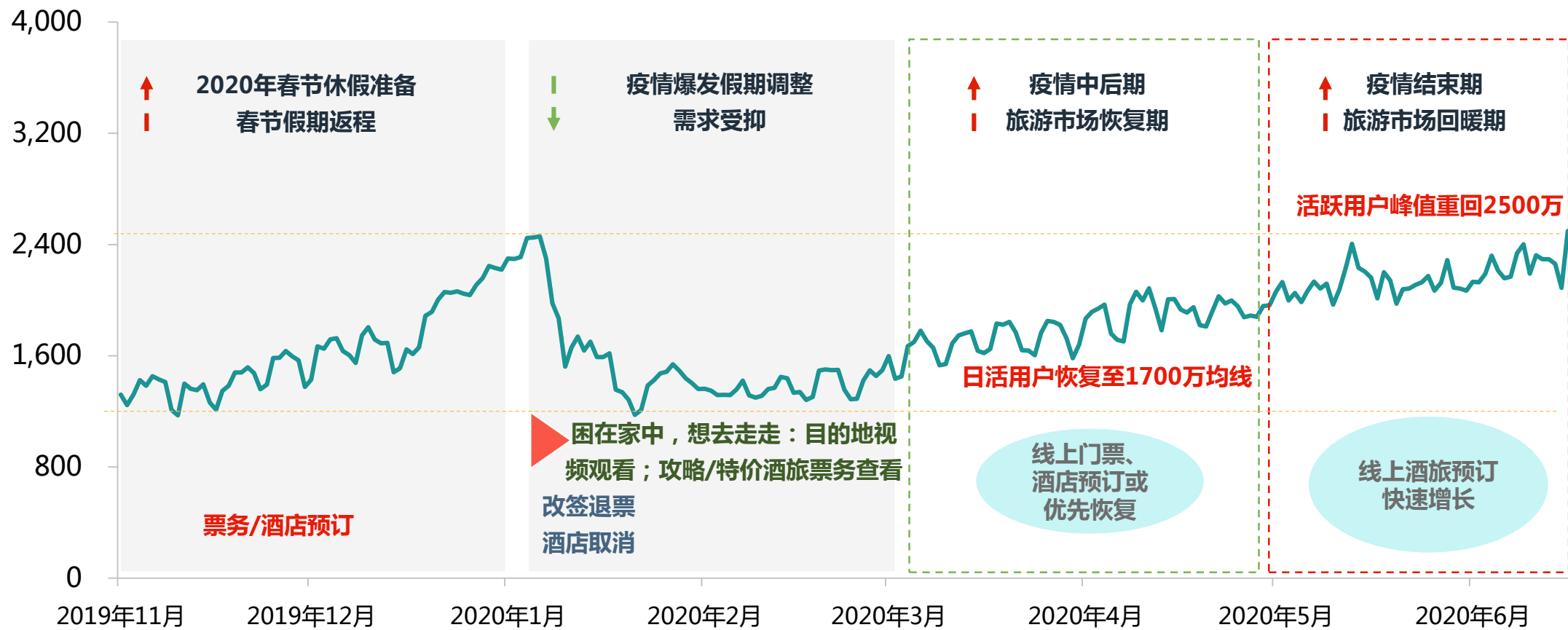
美团启动“春风行动”推出安心餐厅、安心住酒店、安心玩景区等服务，十亿补贴助力酒店旅游业复工复产、增收提效；



同程艺龙“方舟联盟”、利用VR技术开启“云旅行”向所有加入“方舟联盟”的旅游目的地免费提供旅游推广服务。

3月中旬以后旅游及票务关注热度略有回暖，4月行业有望逐步恢复

2019年11月-2020年6月中国泛酒旅行业日活跃用户走势（单位：万）

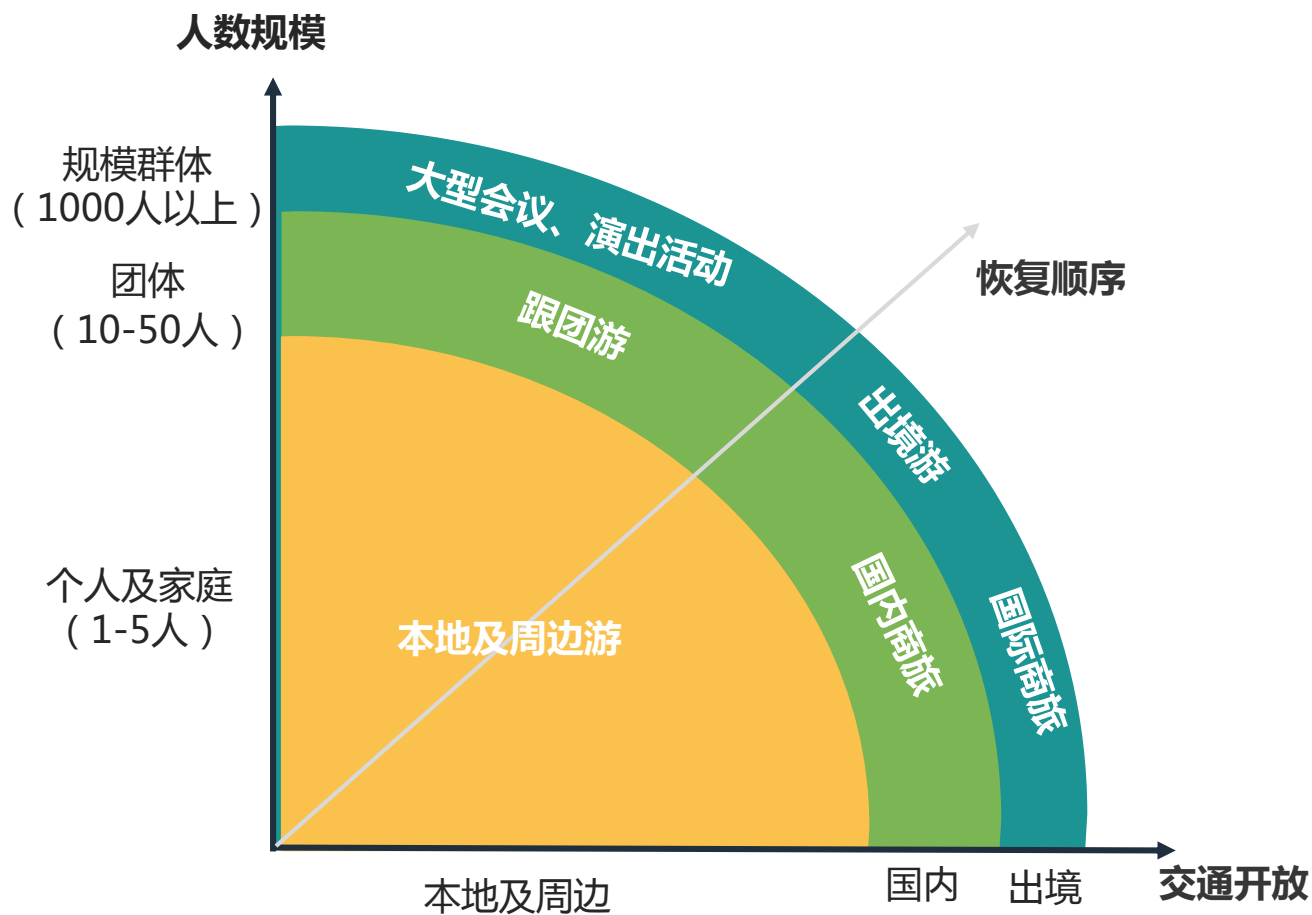


备注：本页数据3月-6月数据为模型预测数据，仅供趋势参考

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

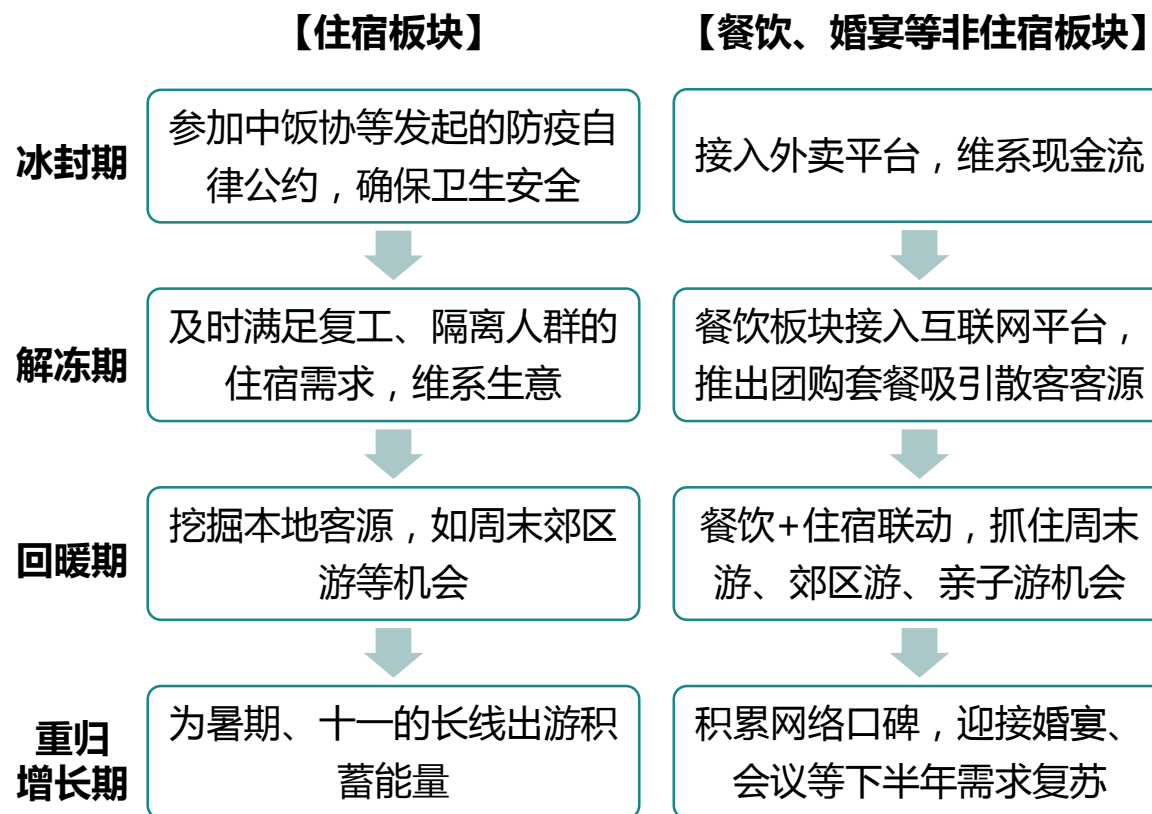
本地及周边游将成为重要市场来源，加强本地客源业务拓新成为酒店当务之急

新冠疫情影响下中国酒店旅游业恢复顺序



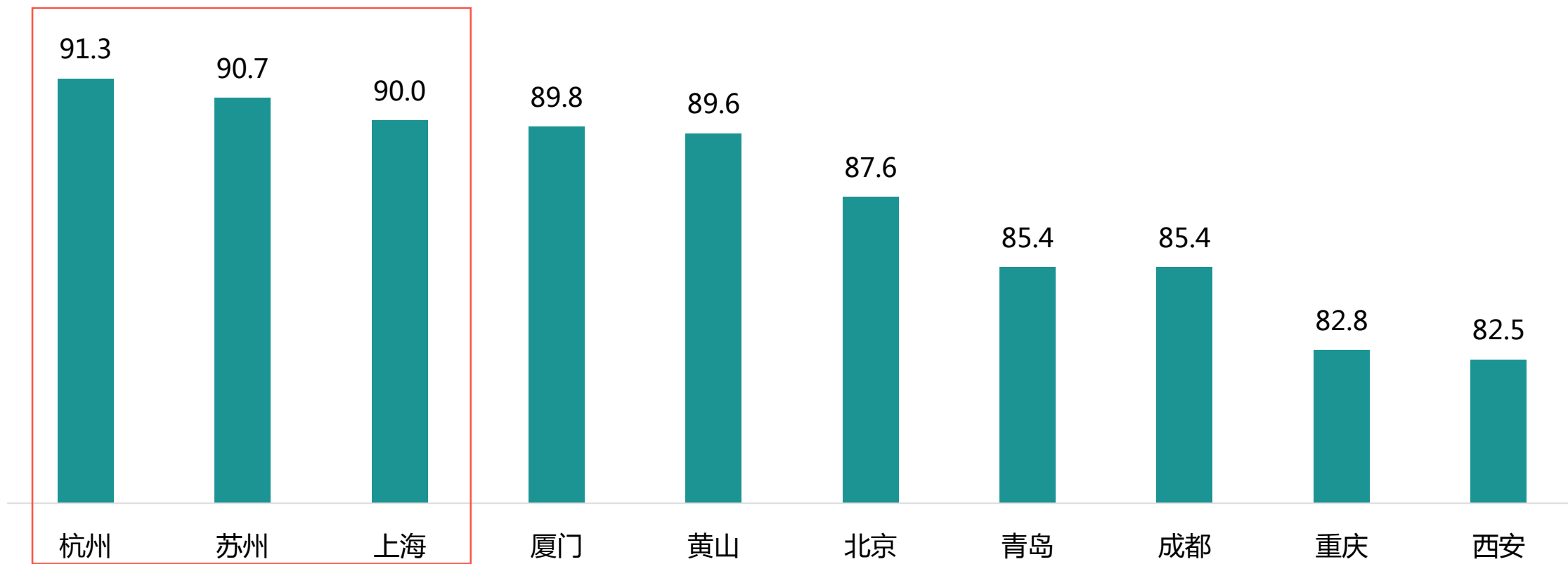
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

新冠疫情影响下中国酒店业复苏建议



本地搜索行为突出，居民旅游意愿关注热度指数杭州排名第一 江浙沪经济圈或率先恢复

2020年1月-3月中国在线旅游用户城市关注热度指数-TOP10



新冠疫情之下，安全、防疫成为用户底层需求，倒逼平台及酒店升级改变



平台携手酒店升级应对

受疫情影响，用户健康防护意识增强，更愿预订安全放心的酒店，酒店的防疫服务对预订下单起到重要影响。美团、锦江、华住等平台或酒店集团纷纷上线“安心”系列措施，加速开展防疫服务，及时更新酒店每日消毒、清洁及测温等防疫工作，以应对疫情影响下用户入住酒店的防疫安全问题。



典型案例

美团酒店联合中国饭店协会、全国绿色饭店工作委员会推出《中国酒店客房防疫自律公约》，通过美酒学院线上培训督促商家掌握防疫能力，定期上传防疫照片，美团平台添加“安心住”“净安心房”等标识，用户能够在线上查看各酒店防疫细节。根据美团数据显示，93%用户认为“安心住”防疫图片对他们预订决策起到作用，上传防疫照片的酒店相比其他酒店疫情期间间夜量增长99%。



Trust Us, Trust Data

