



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



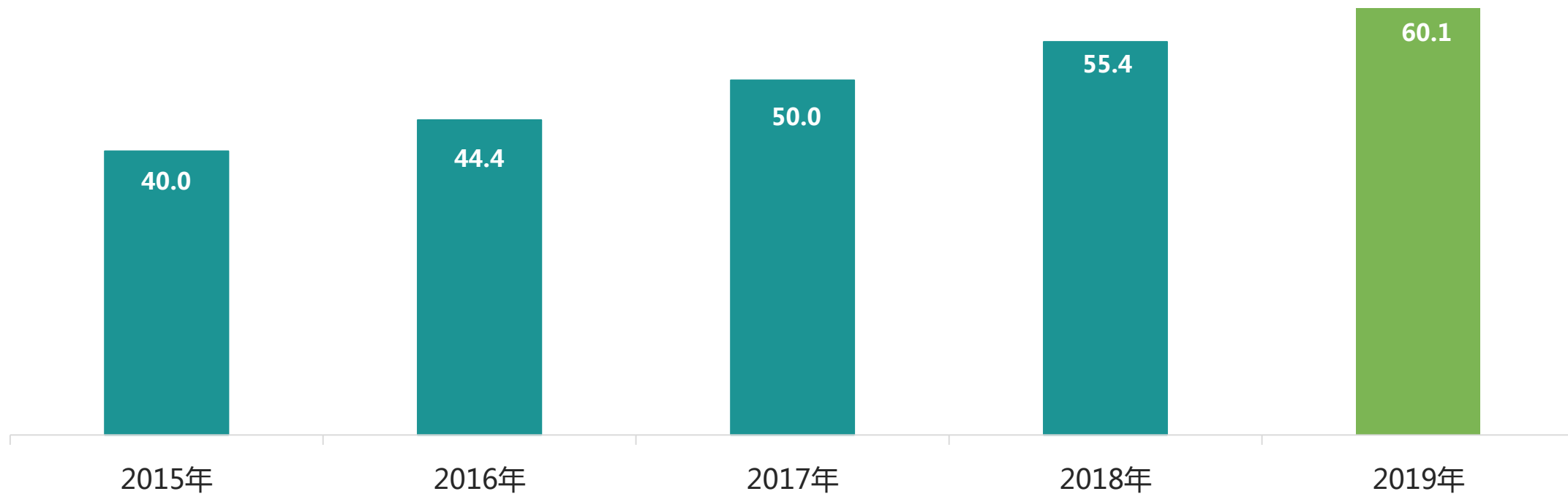
三、2019年中国在线酒店预订用户规模稳中有增，季度用户规模平均增速超过25%



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

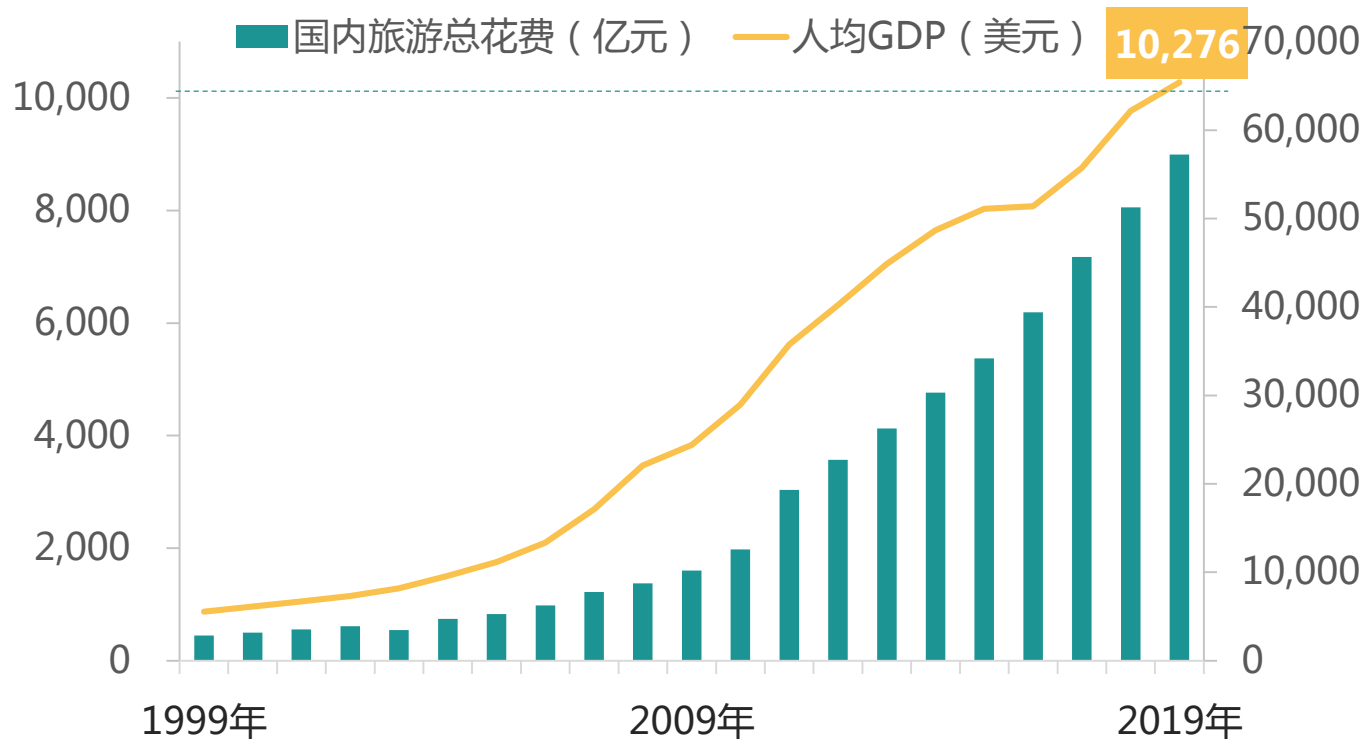
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

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

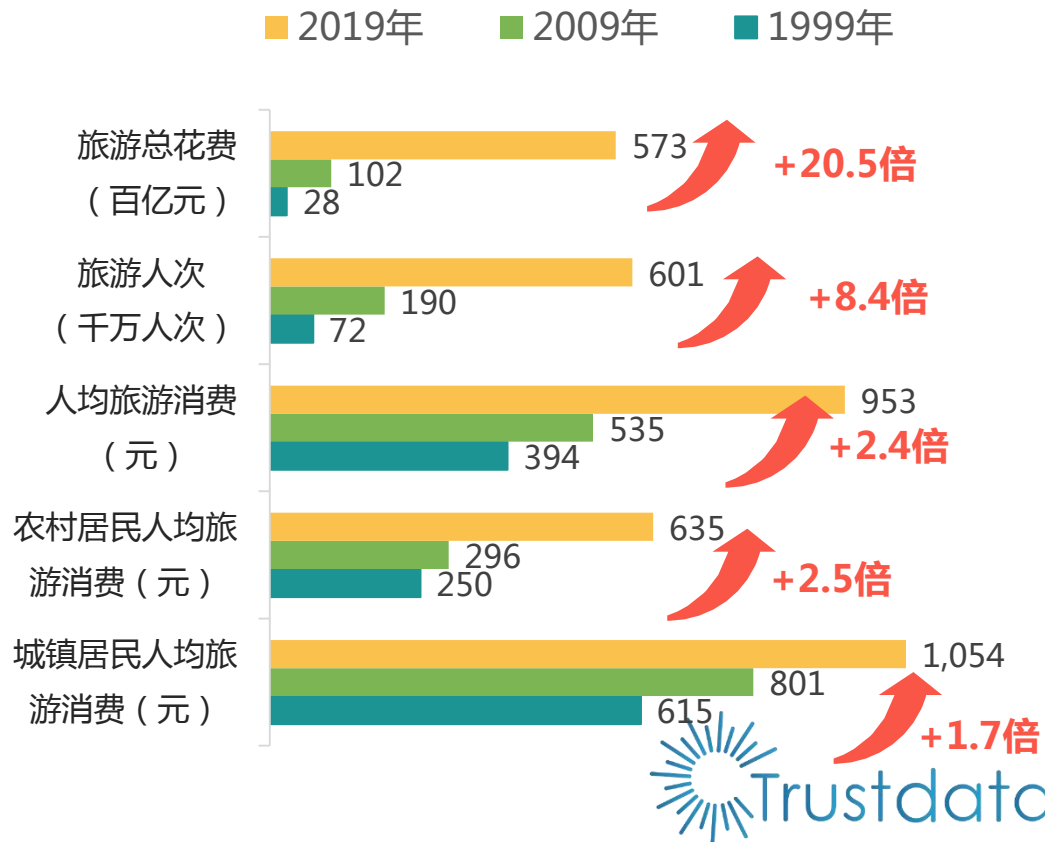
2019年中国人均GDP达10276美元，突破1万美元大关，中国进入大众旅游新时代，多层次、多元化的旅游需求和消费市场格局已经形成。与20年前相比，中国旅游总花费扩大20.5倍，旅游消费已成大众刚需。其中，旅游人次的增长（8.4倍）成为旅游消费市场增长主要驱动因素。农村居民人均旅游消费增长倍数（2.5倍）超过城镇居民（1.7倍），但实际金额仍低于城镇居民，存在进一步增长潜力。

1999年-2019年中国人均GDP及国内旅游总花费年度走势



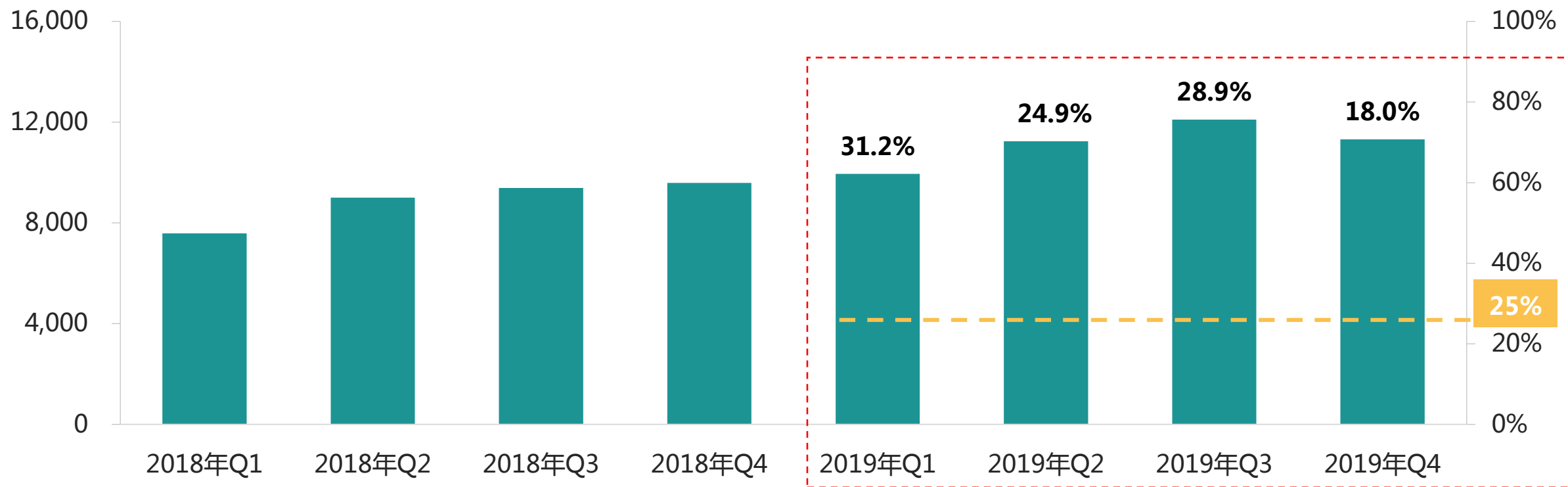
备注：本页数据根据国家统计局等公开资料整理而成
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

1999年、2009年及2019年中国国内旅游总花费相关对比



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）

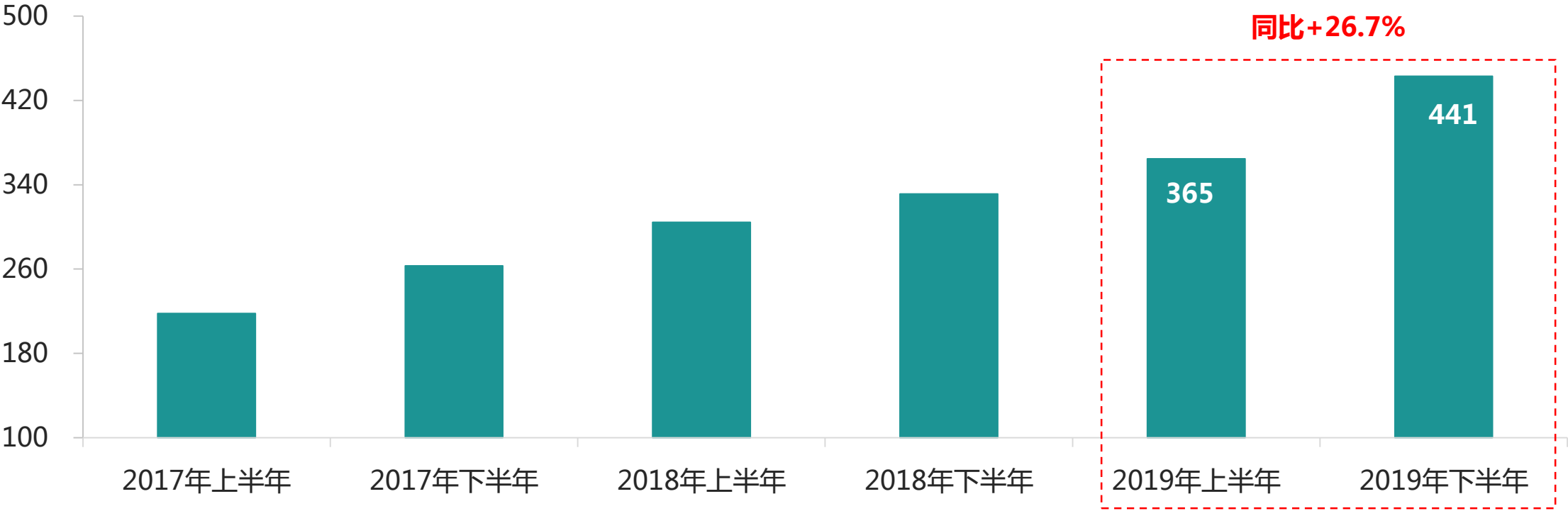


备注：本页数据为平台类APP，不包含酒店集团官网/APP及其他渠道

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



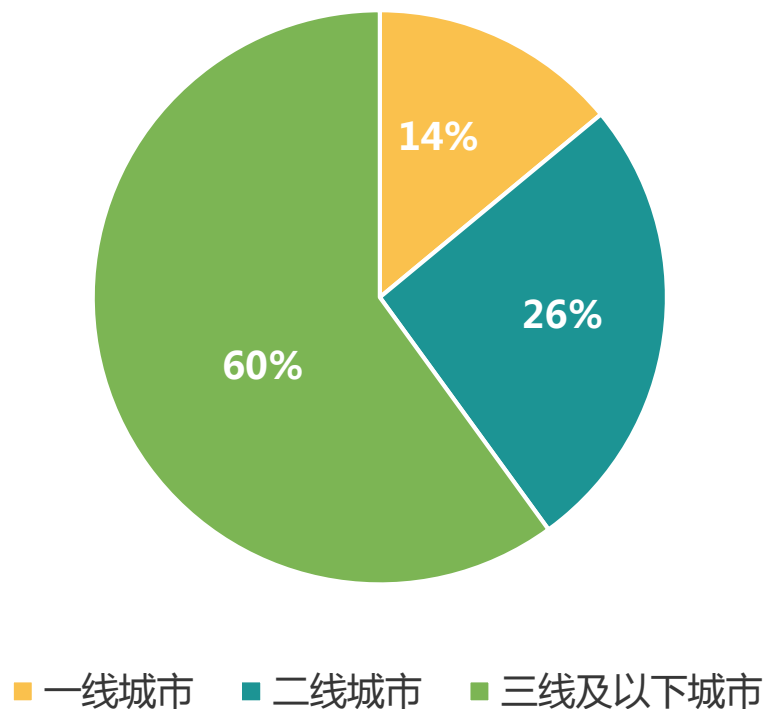
三、在线酒店预订平台用户兴趣爱好略有差异，携程系用户商务特征明显



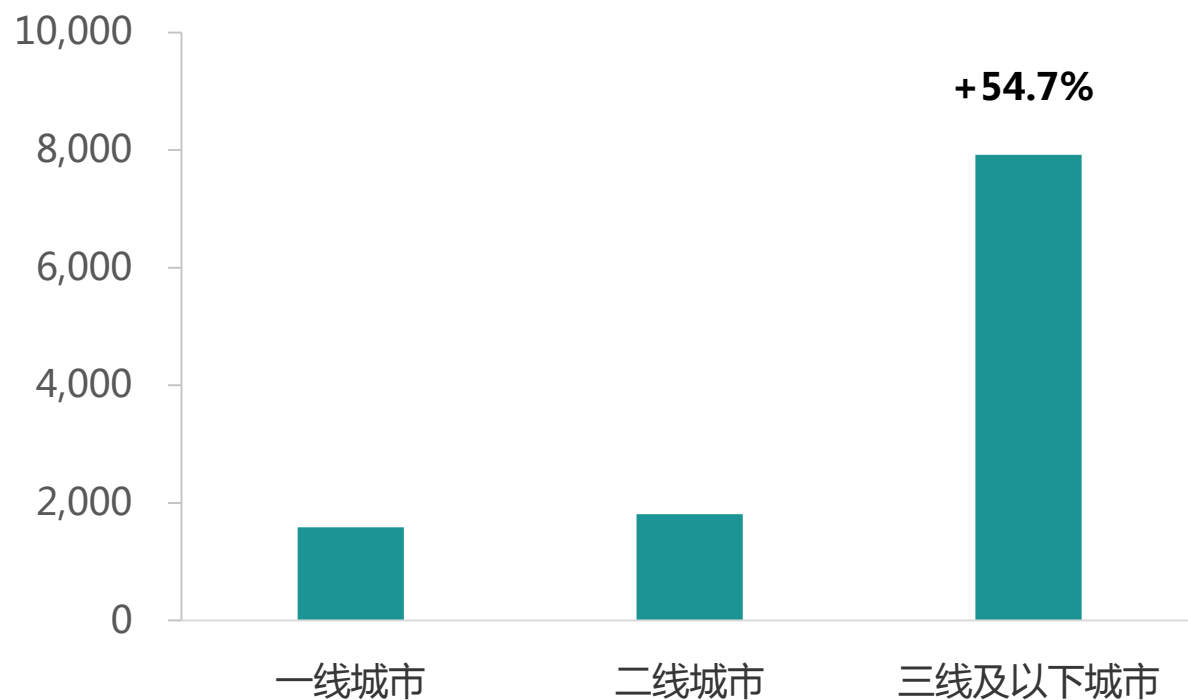
四、美团酒店用户预订高频且住宿类型更多元，携程用户平均预订单价高

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

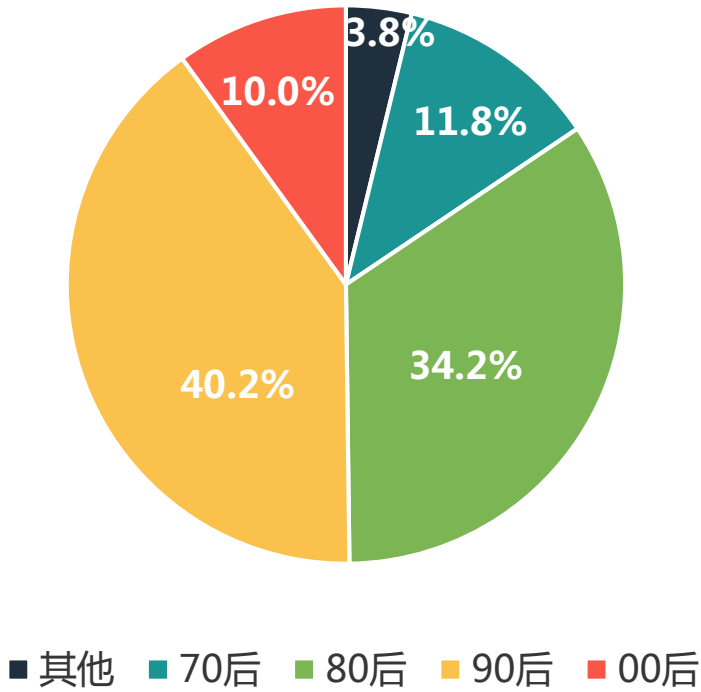


2019年中国在线酒店预订用户MAU及同比增长（分城市等级）

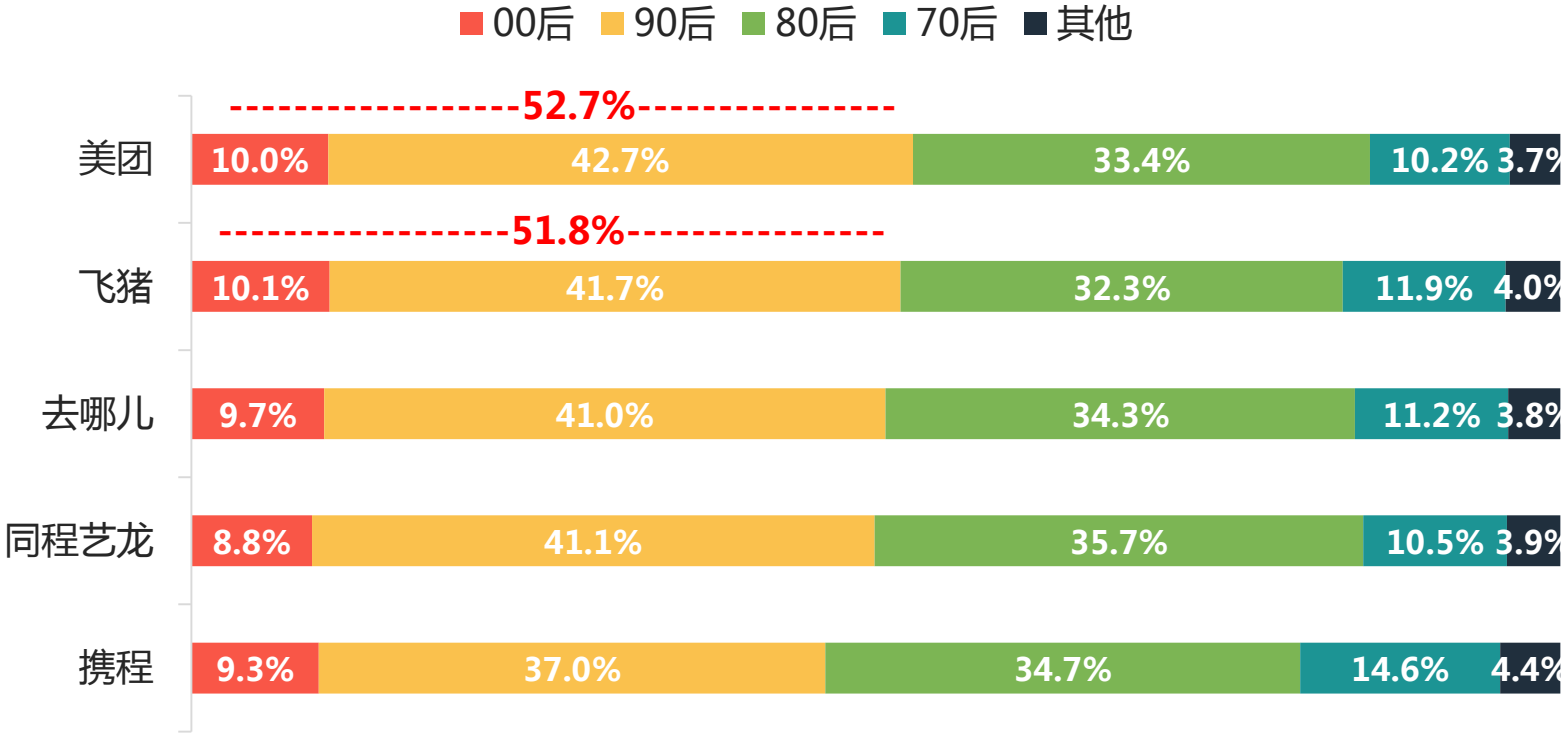


在线酒店预订用户年轻化趋势愈加明显，00后用户占比已达10% 美团酒店、飞猪更受年轻用户青睐

2019年中国在线酒店预订用户年龄分布

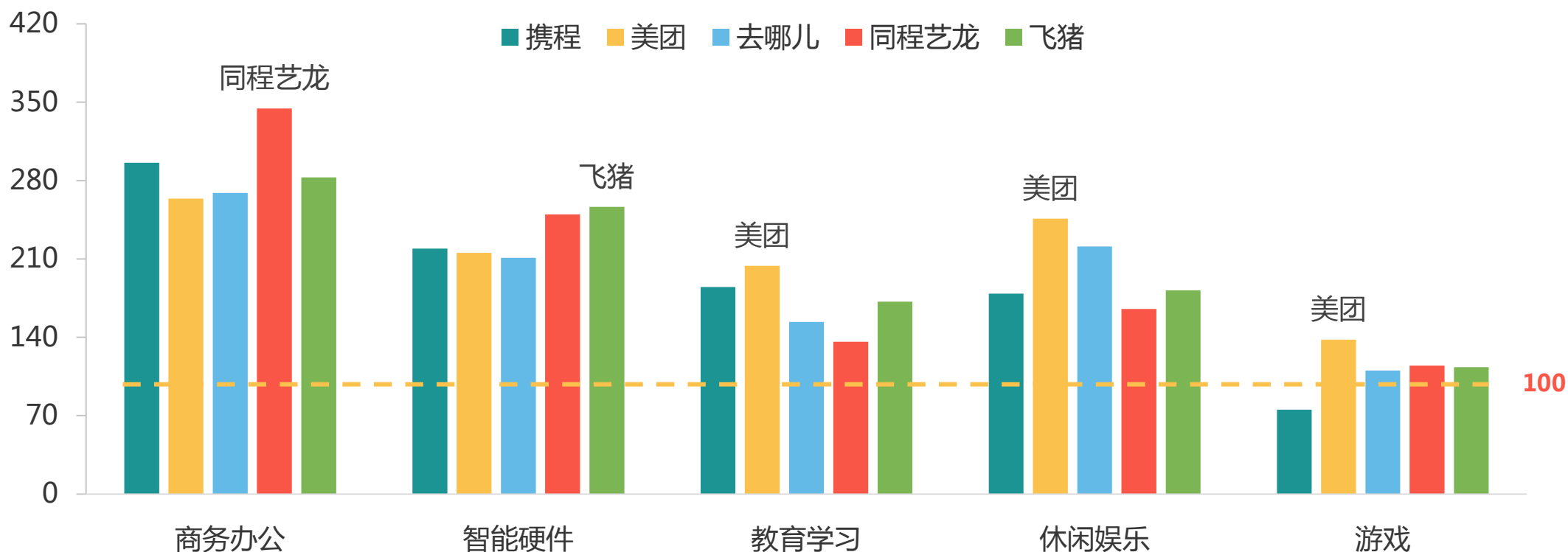


2019年主流在线酒店预订平台用户年龄分布



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
 学生 主题游/周边游/跨境游	年均预订≥6次 日均住宿消费≤ 300元	经济型为主	  
 年轻白领/小镇青年 自驾游/周边游/出差	年均预订≥6次 日均住宿消费300-500元	类型多元	  
 中年商务人士 出差/自驾游/跨境游	年均预订≥4次 日均住宿消费≥ 500元	中高端为主	  

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



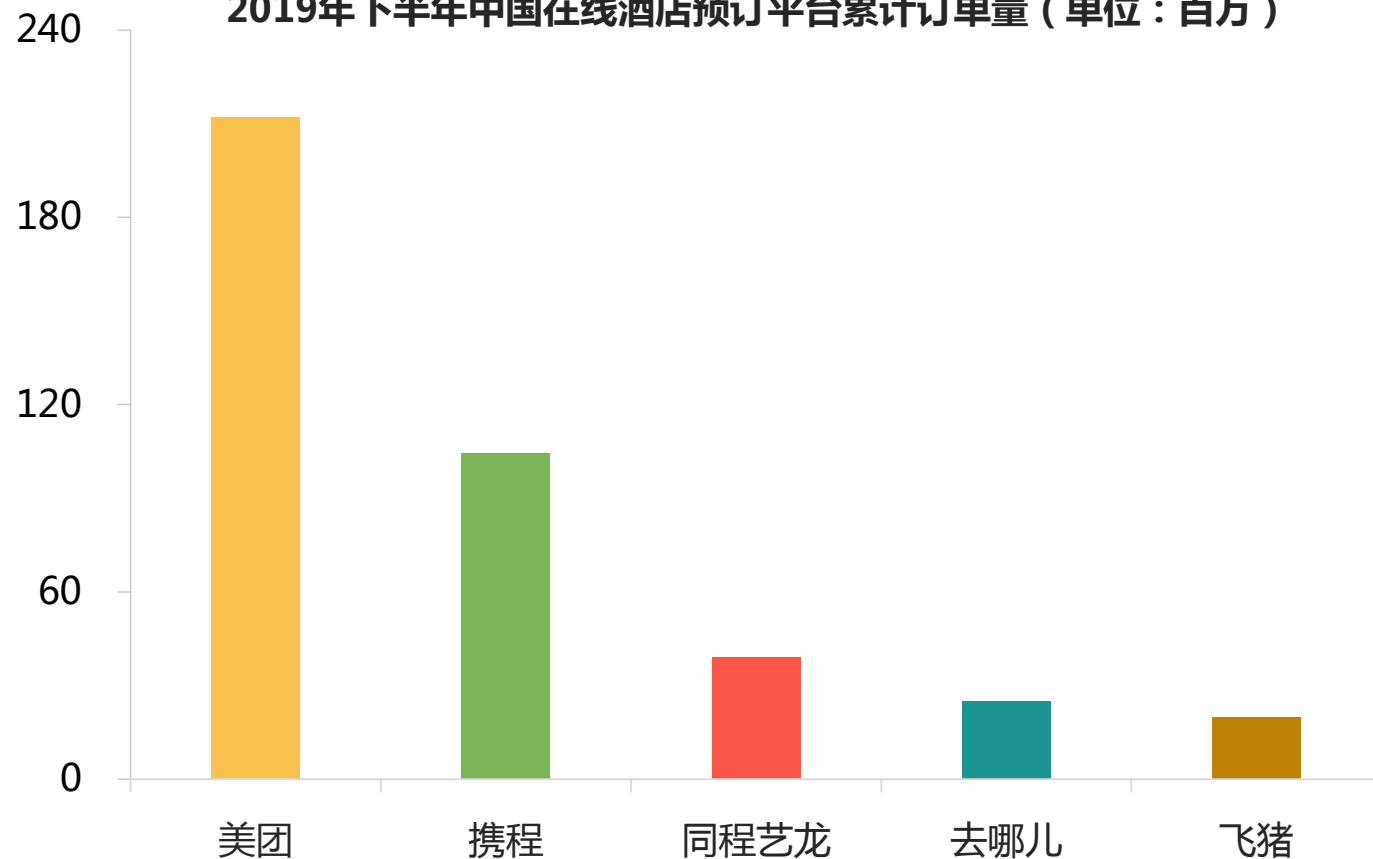
二、在线酒店预订平台两强格局，美团酒店逐渐拉大与携程系酒店间夜量差距



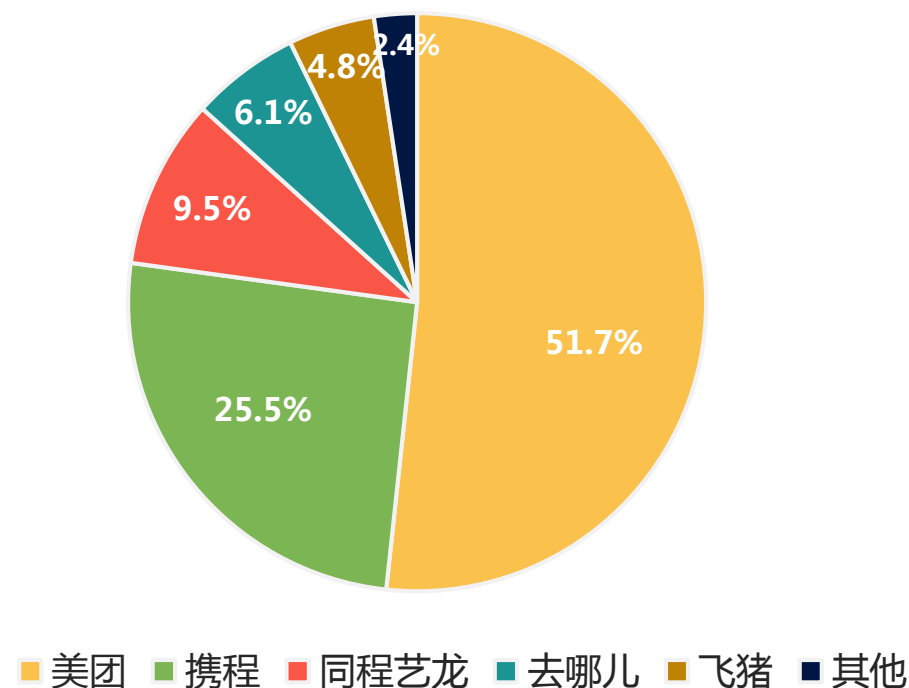
三、携程、同程艺龙用户粘性相对较高，去哪儿用户日均启动次数排名较靠前

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

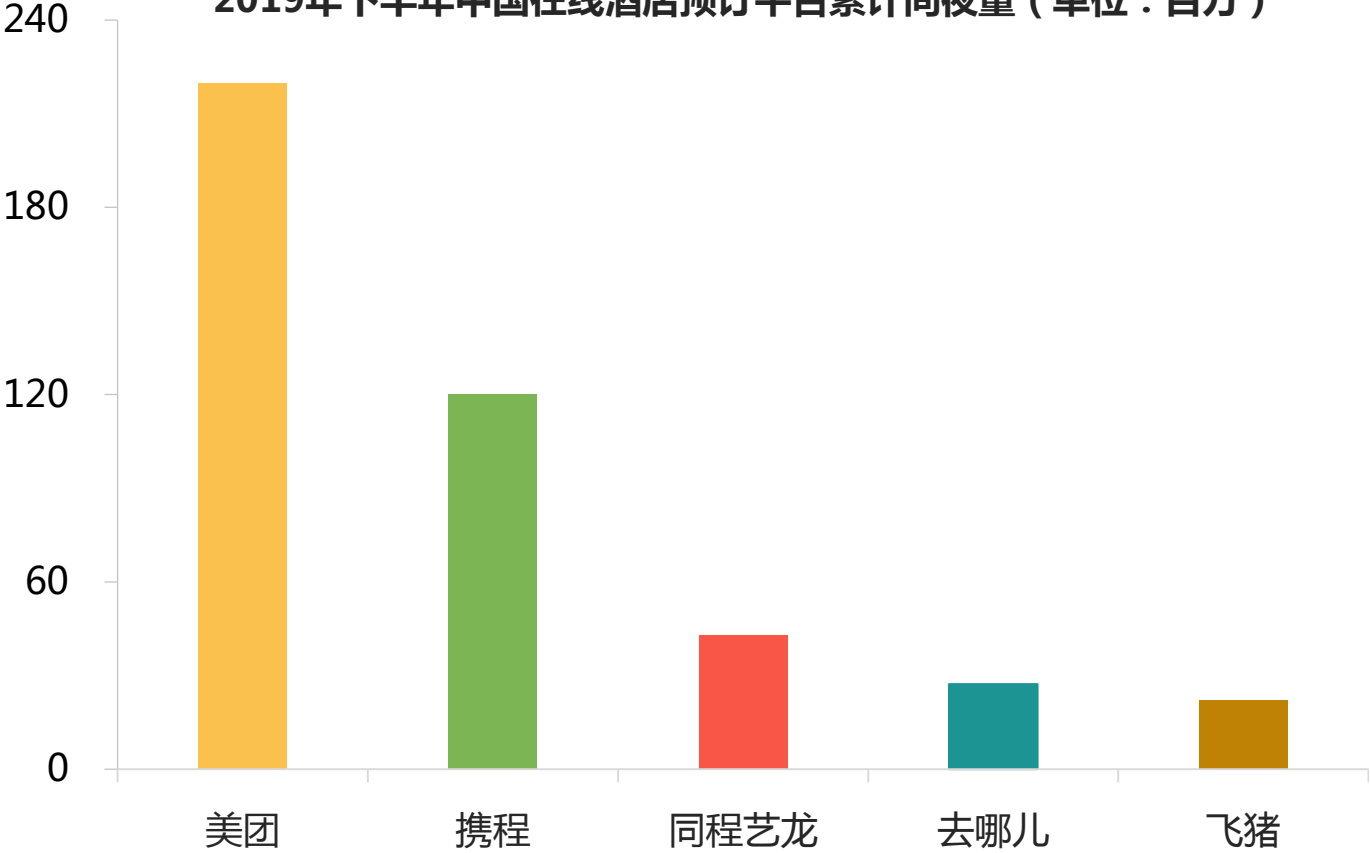


备注：本页为中国大陆用户在境内酒店的预订统计，不包含港澳台及海外。

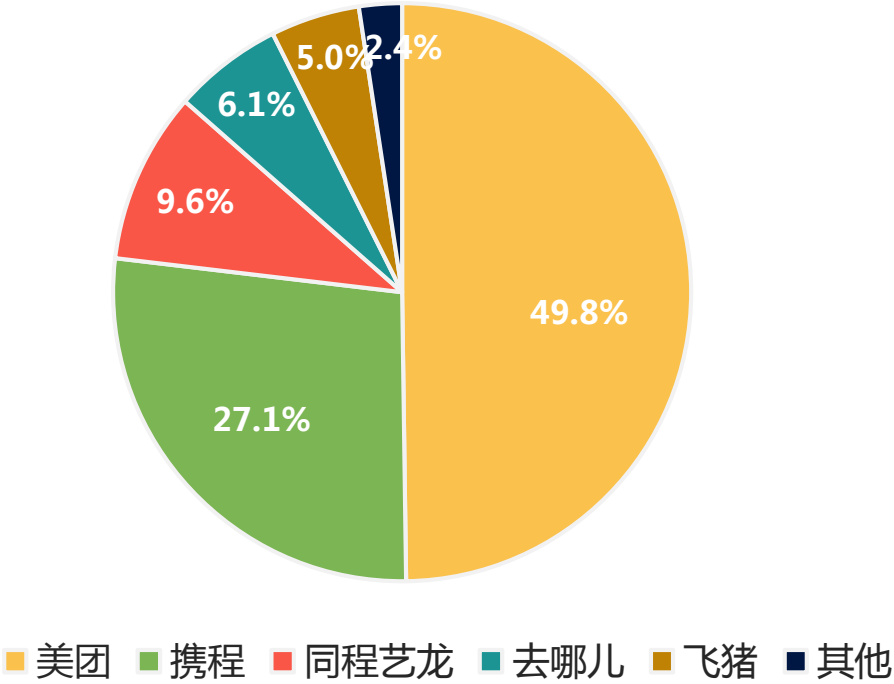
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

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

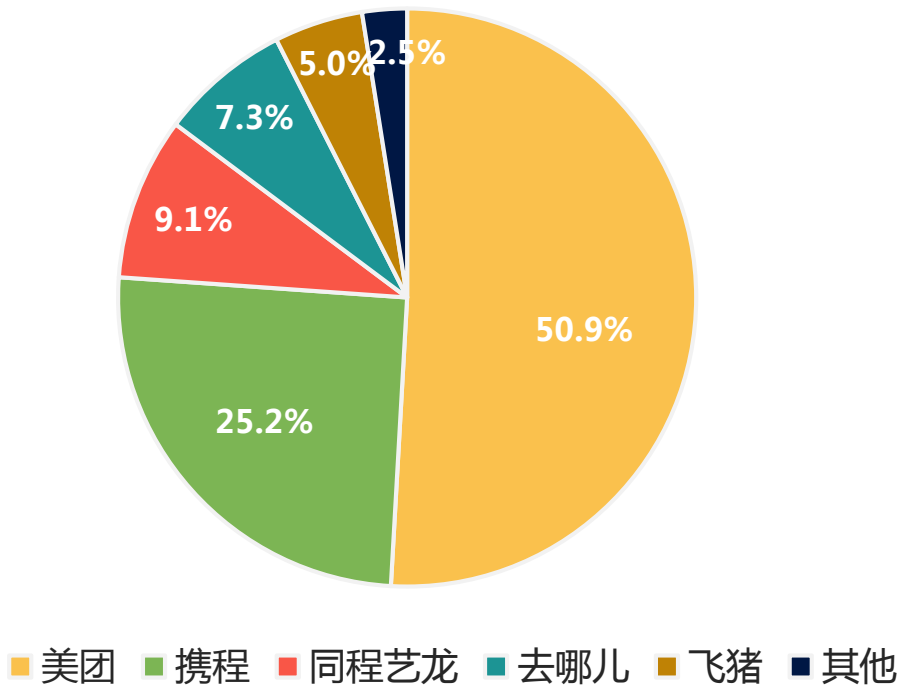


备注：本页为中国境内酒店的预订统计，不包含港澳台及海外。

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

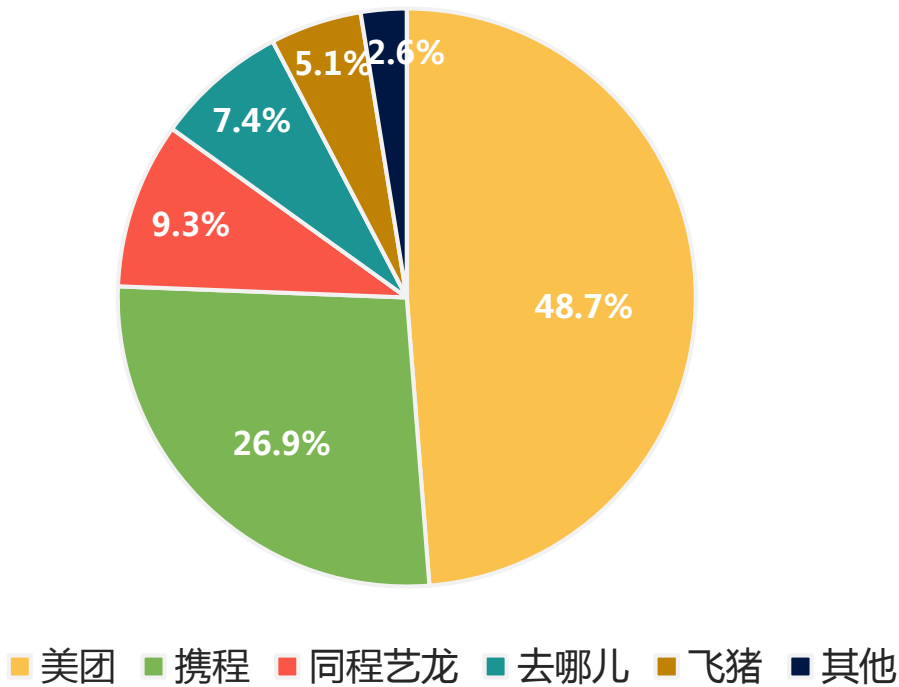
2019年全年中国在线酒店预订行业订单占比



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

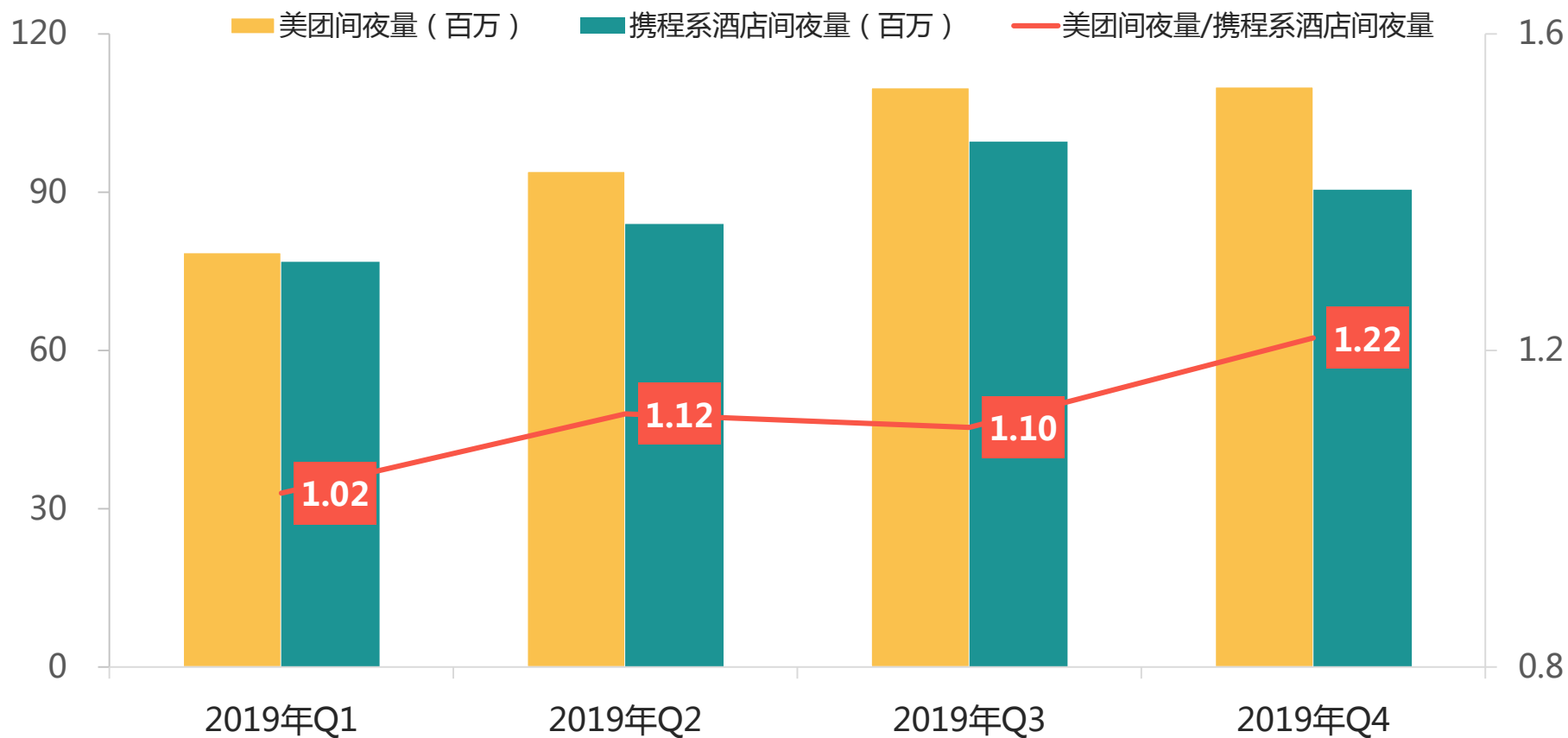
2019年全年中国在线酒店预订行业间夜量占比



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。

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

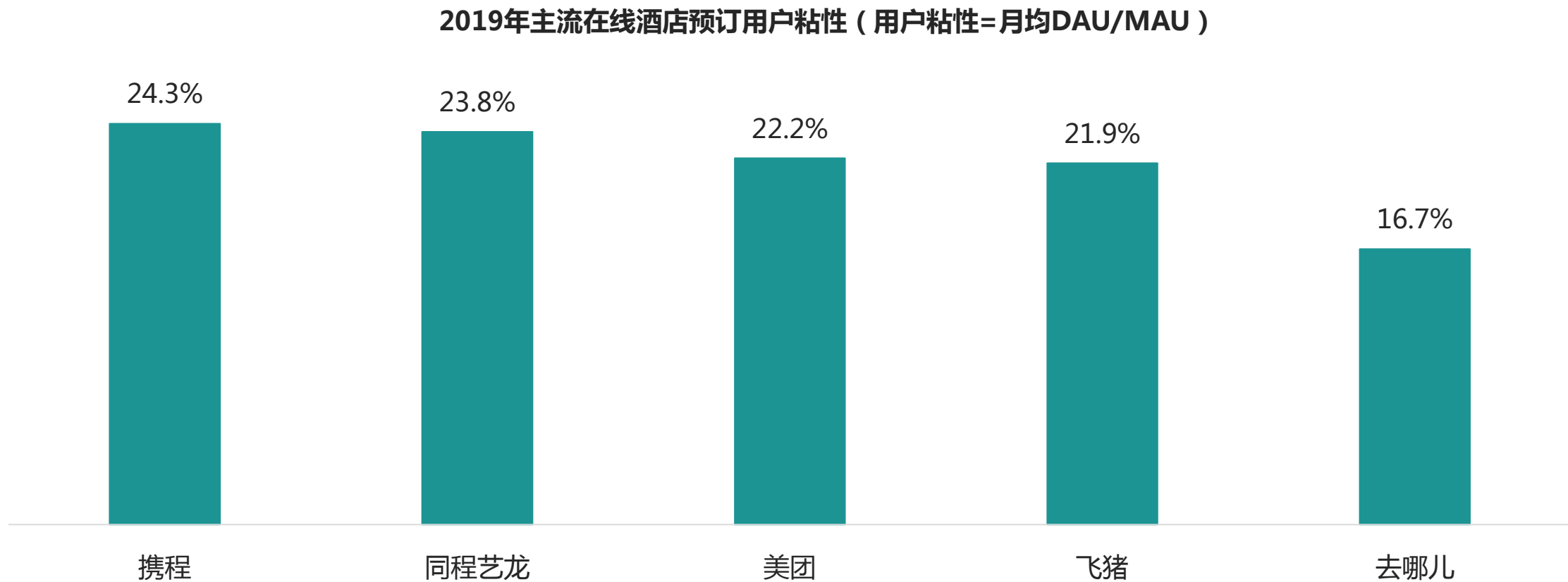
2019年各季度美团与携程系酒店间夜量对比



备注：携程系指携程、去哪儿及同程艺龙等OTA平台

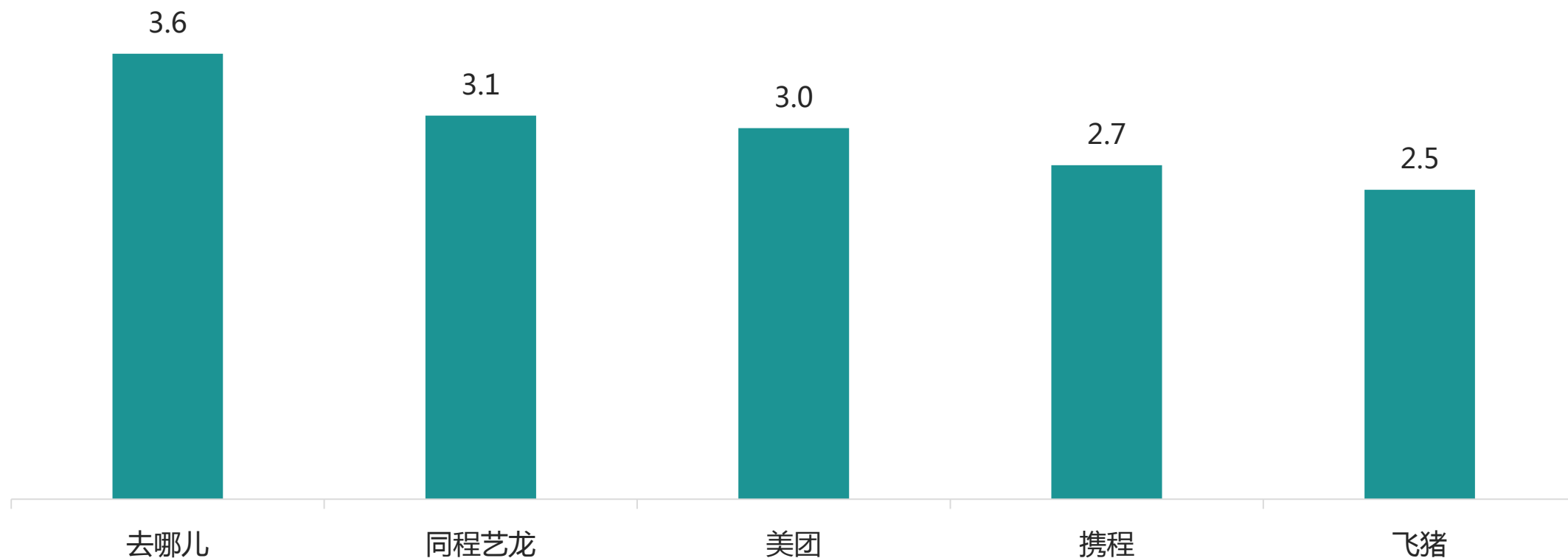
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

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



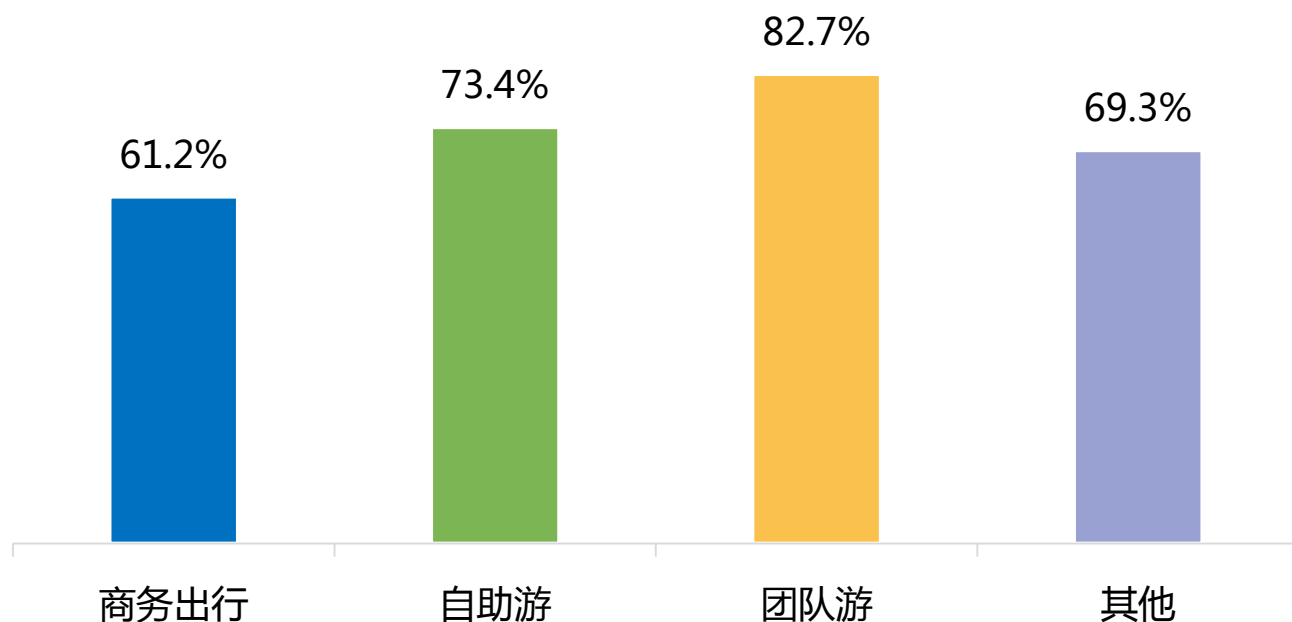
四、新冠疫情之下，安全、防疫成为用户底层需求，倒逼平台及酒店行业升级改变

2020年初疫情突袭，酒旅用户出游及商旅计划受较大影响

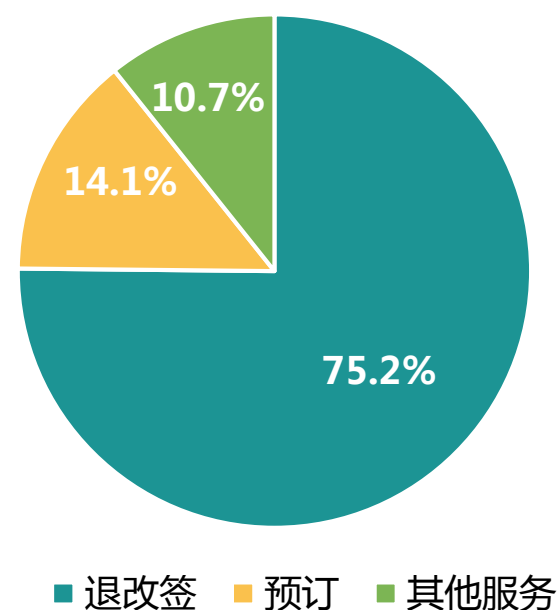
疫情期间，近八成用户线上操作以退改签为主

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



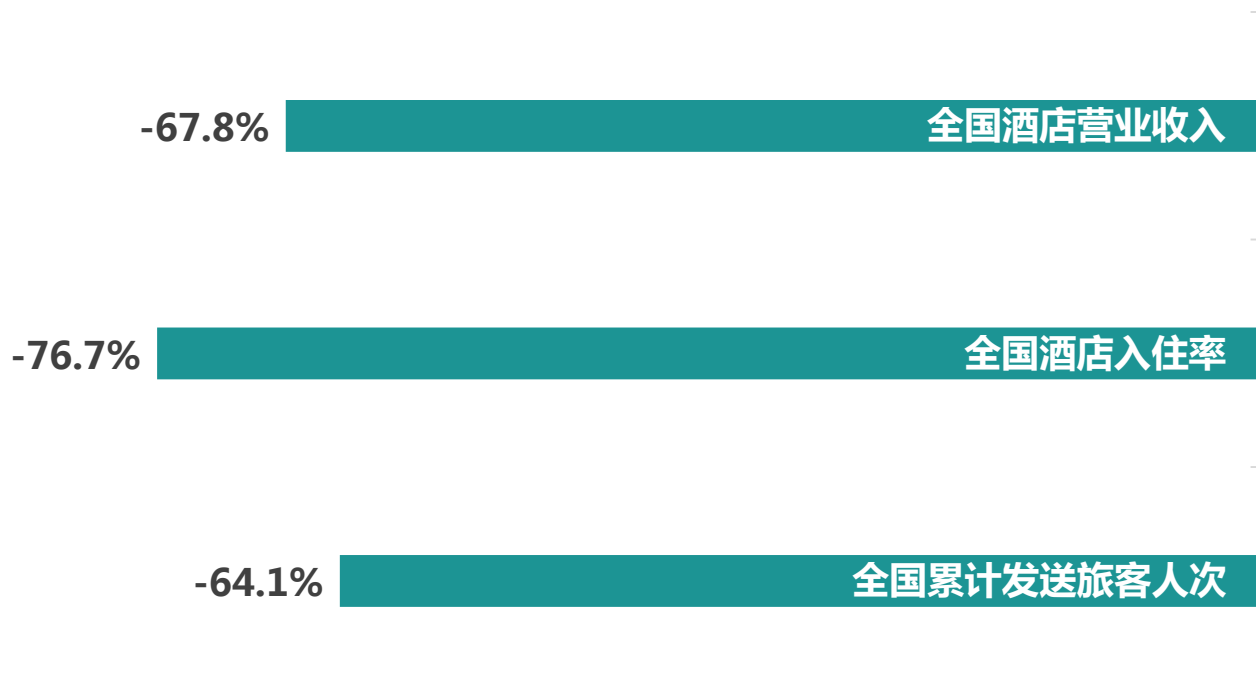
备注：数据周期为2020年1月-2月

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；



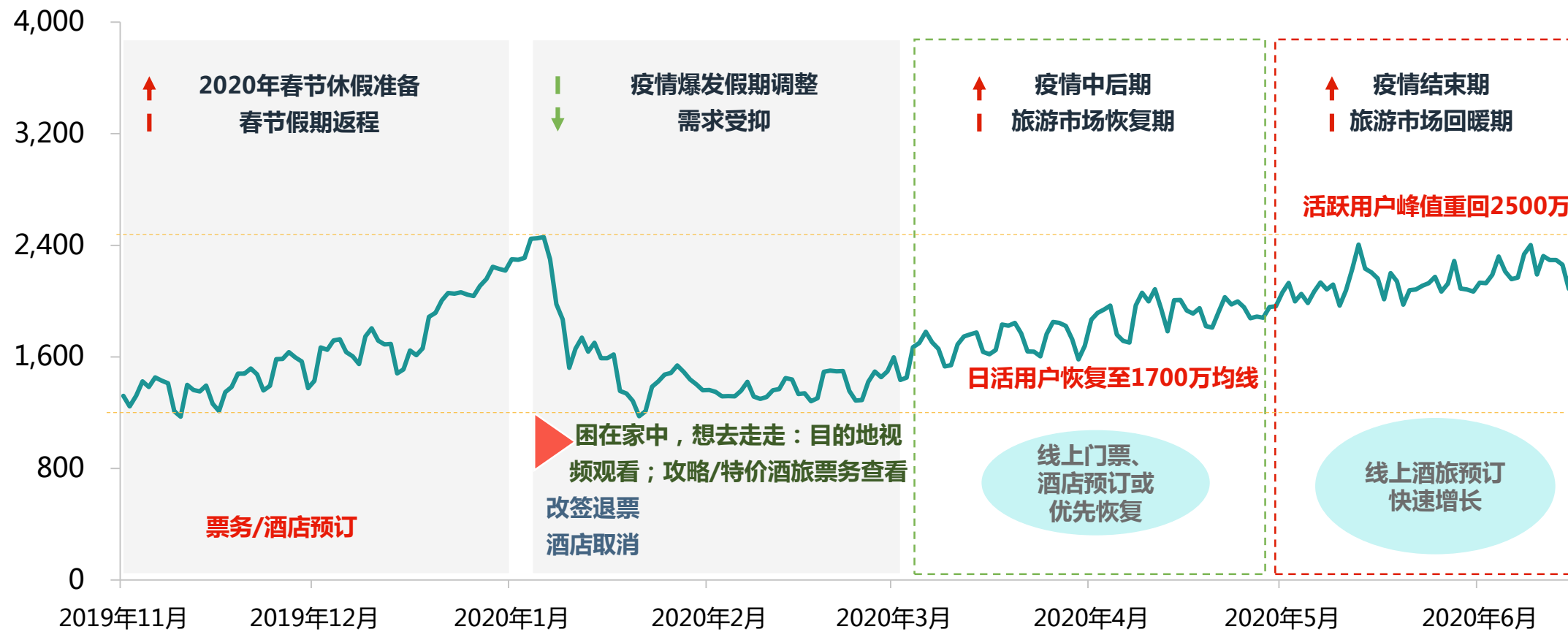
美团启动“春风行动”推出安心餐厅、安心住酒店、安心玩景区等服务，十亿补贴助力酒店旅游业复工复产、增收提效；



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）

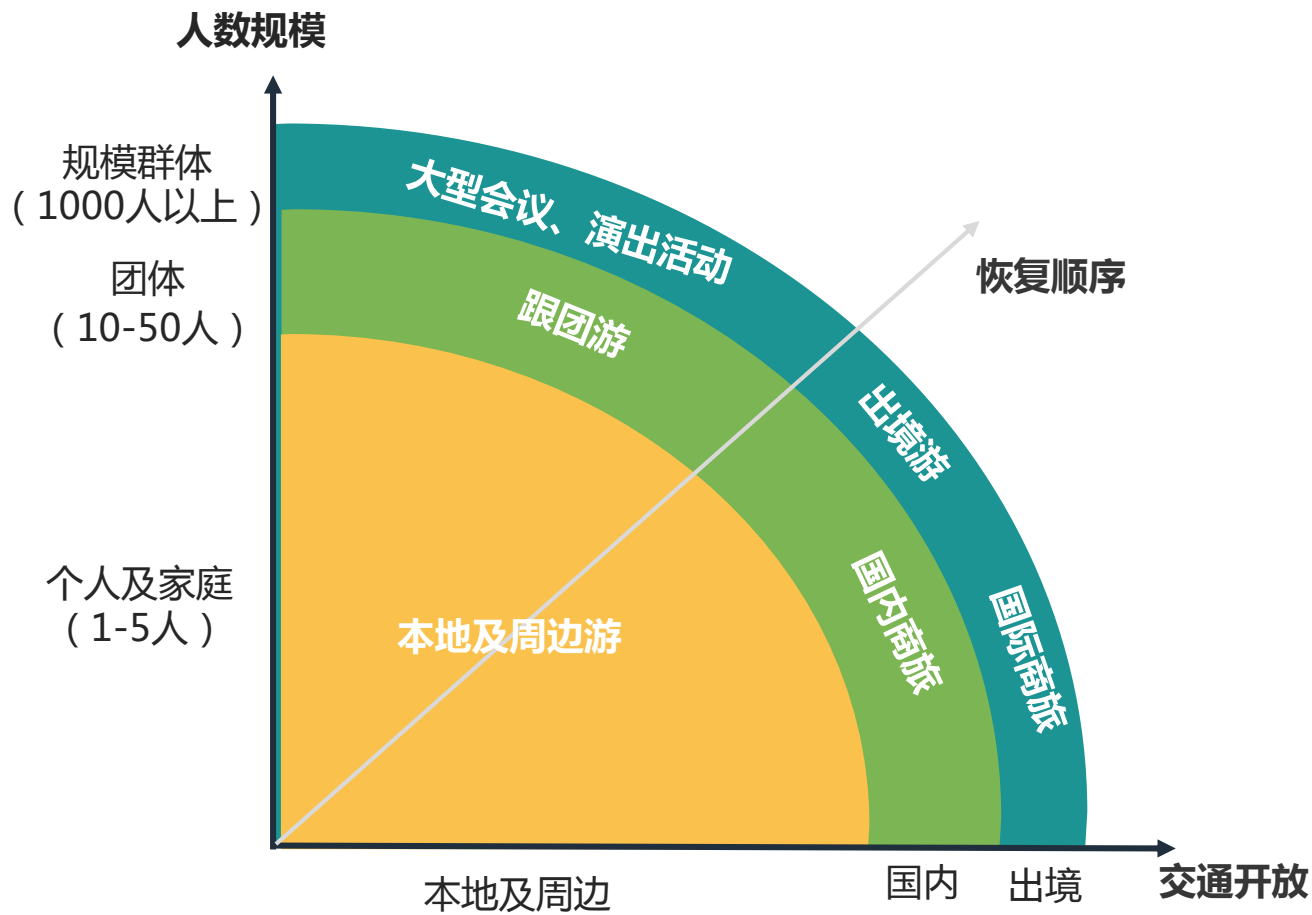


备注：本页数据3月-6月数据为模型预测数据，仅供趋势参考

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

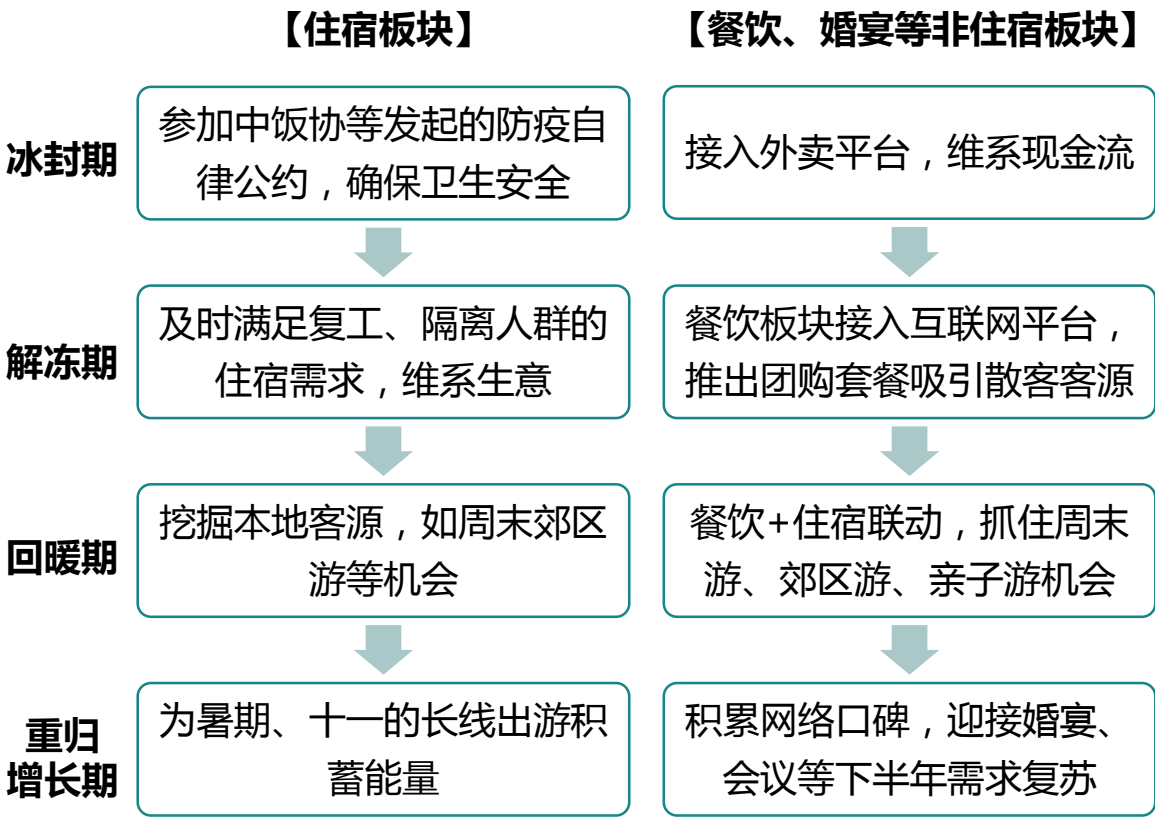
本地及周边游将成为重要市场来源，加强本地客源业务拓新成为酒店当务之急

新冠疫情影响下中国酒店旅游业恢复顺序



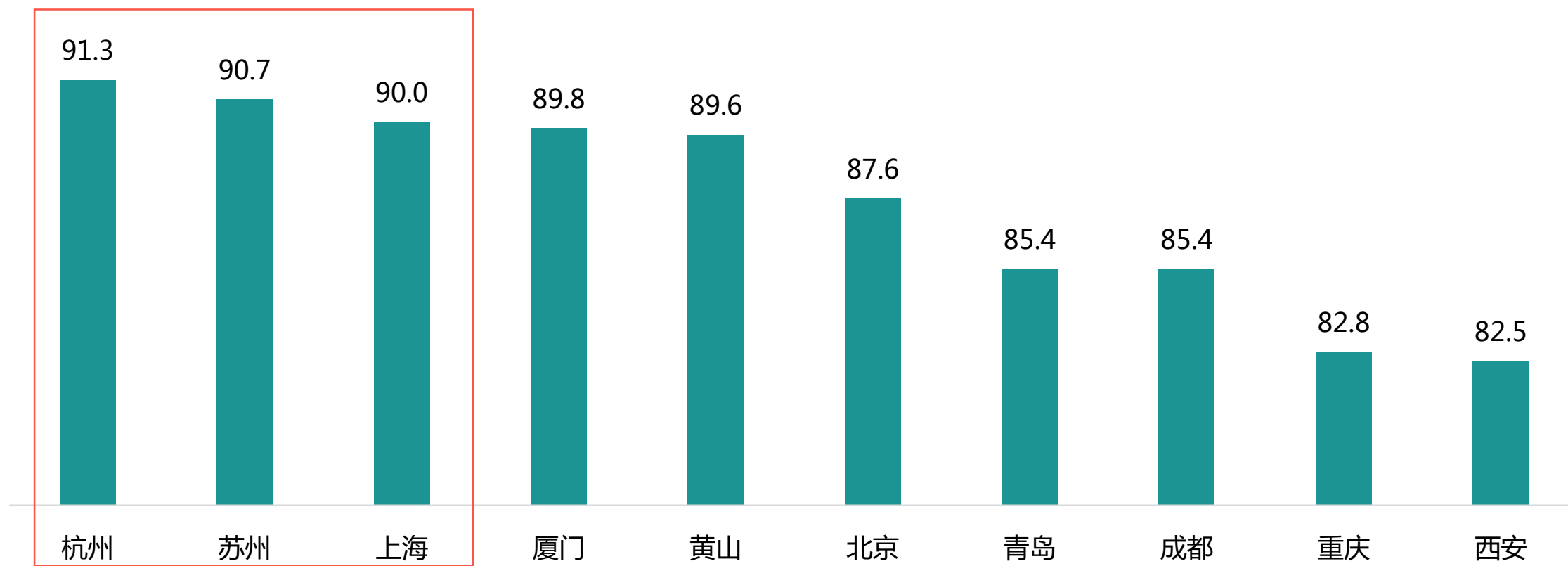
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

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