



A酒店集团*新子品牌策划

Chen ZHONG
Xuan LIU
Anqian ZHOU

*A酒店集团为中国中端酒店集团，总部位于浙江省宁波市，旗下目前已有4个子品牌，管理经营共计150余家酒店，该咨询项目旨在打造更加贴合90后偏好的新子品牌，因客户要求该策划案中的部分内容已隐去。



目录

市场研究

现有市场 潜在市场

偏好调查

偏好酒店形象 暂时性/持续性 对酒店选择影响

具体建议

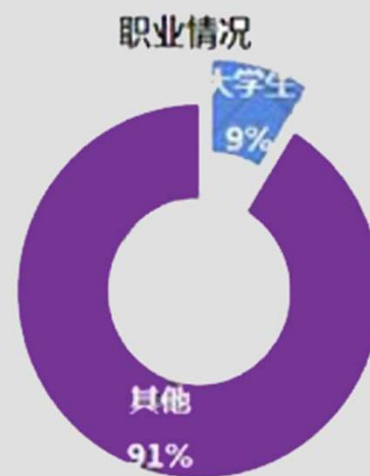
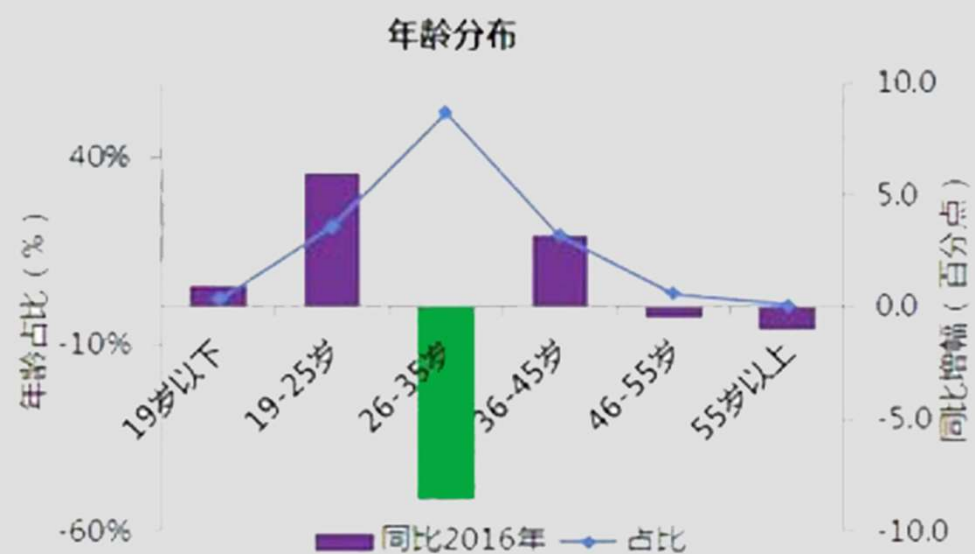
外观设计 客房与服务设计

可行性分析

投资必要性 融资分析 经济可行性

90后市场分析

2017年酒店市场消费人群基本属性分析¹



第二大市场

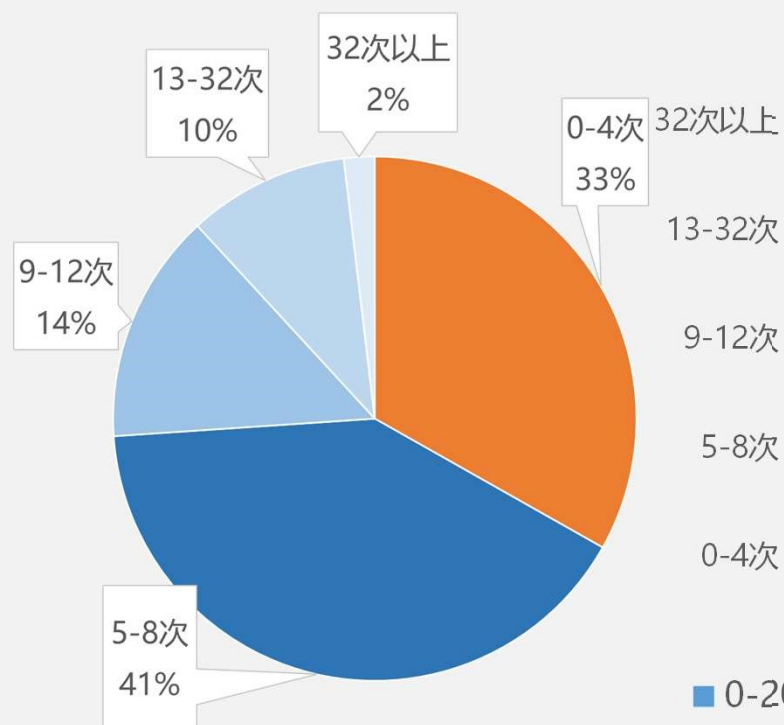
增速最快年龄层

大学生占比显著

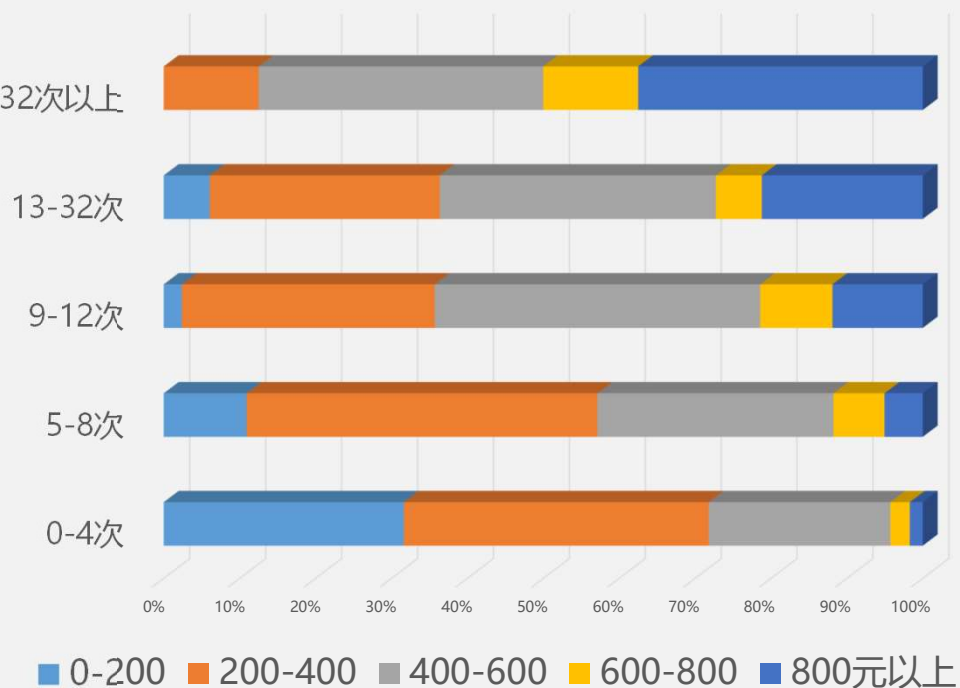
¹ 《2018年酒店市场消费及八大发展趋势分析》，三胜咨询

90后市场分析

90后出行住酒店频率分布图



出行次数与接收酒店价格分布图



67%出行5次以上

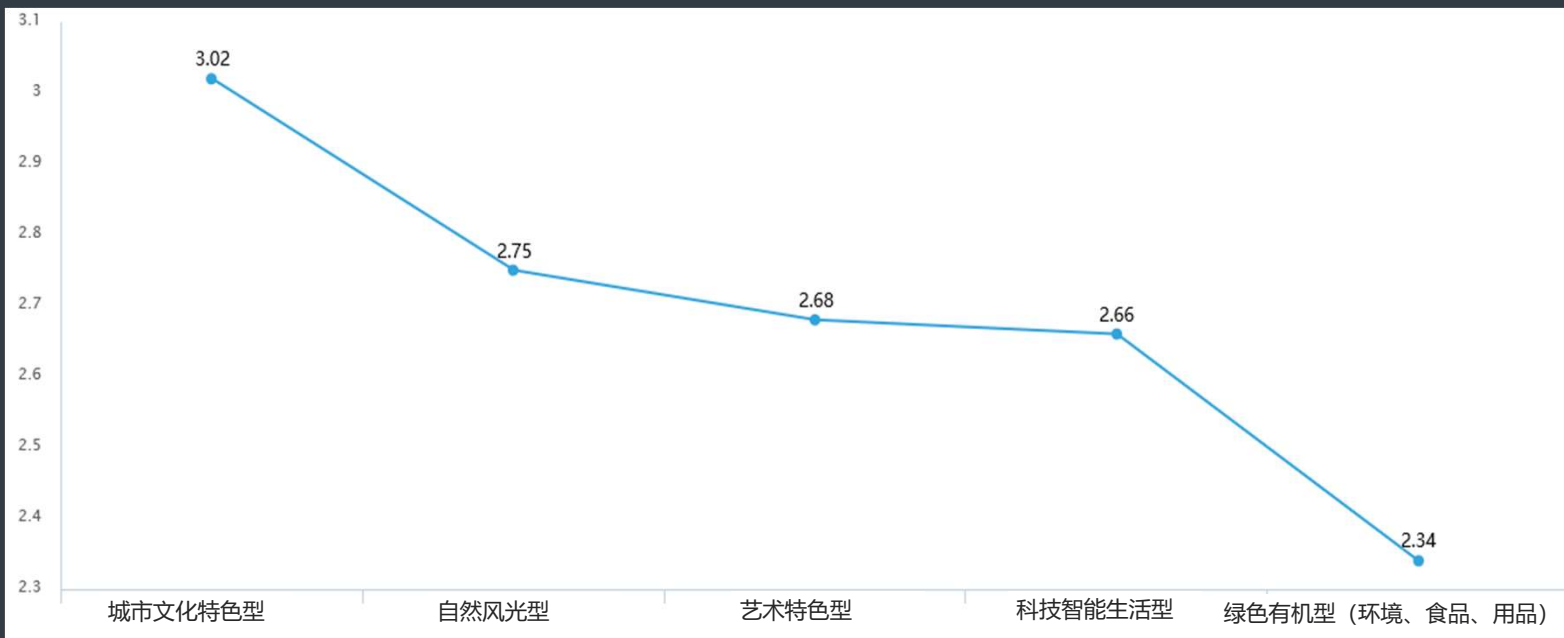
接收酒店价格成阶梯分布

潜在需求很大

但受预算限制明显

90后偏好调查

对特色酒店概念的感兴趣程度^{*}



^{*} 该题为排序题计算方法为：选项平均综合得分 = $(\sum \text{频数} \times \text{权值}) / \text{本题填写人次}$ ，排序第一赋权值5，第二为4，以此类推

Focus Group表明

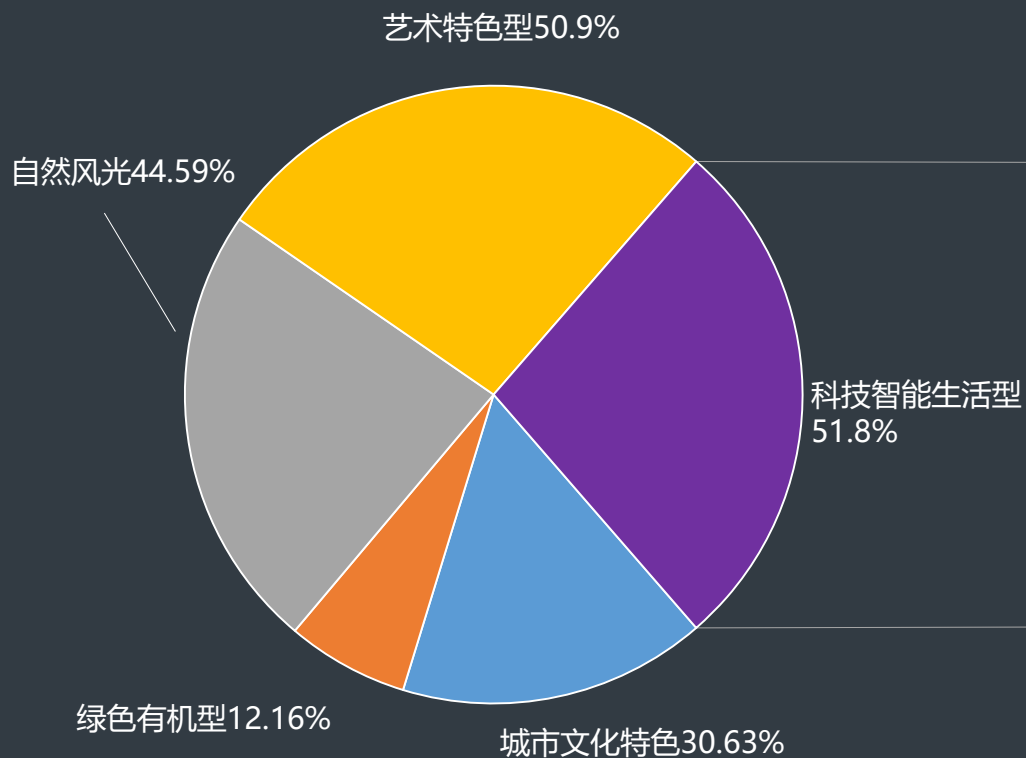
- 对绿色有机概念缺乏了解
- 认为酒店提供绿色有机产品不可靠
- 酒店住几天并不能真正改善健康

并且

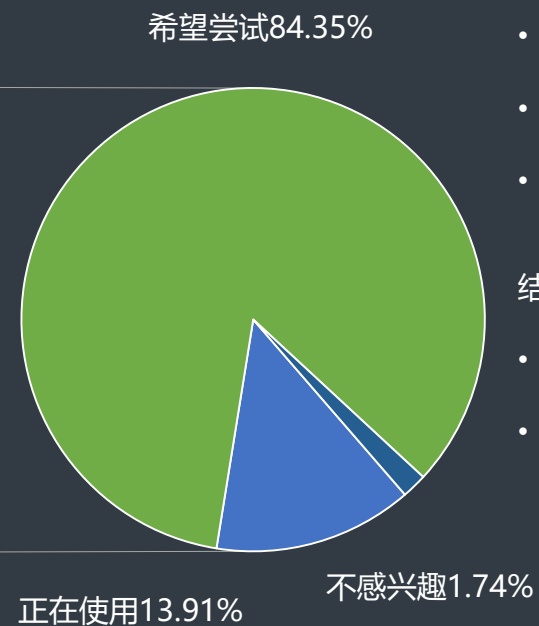
- 受访者也不清楚科技智能型概念
- 了解之后表示对智能型很感兴趣
- 智能型应该基于舒适性
- 城市文化特色特点在于能拍照纪念
- 城市文化基于外观以及社交属性
- 艺术特色也基于外观
- 自然风光是基于自然景色如海景房

90后偏好调查

对特色酒店概念的感兴趣程度 (多选总和200%)



对智能家居的态度

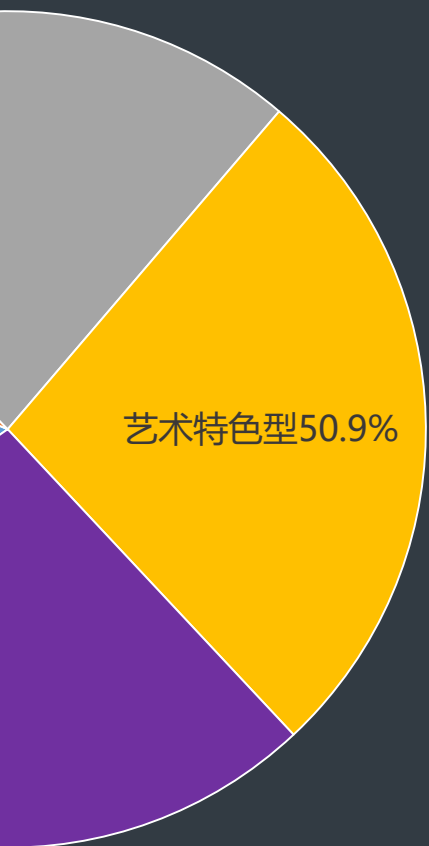


- 科技智能对90后有很大吸引力
- 绝大多数90后都希望尝试智能家居
- 多数90后(59.1%)希望能通过智能提升入住过程以及退房效率

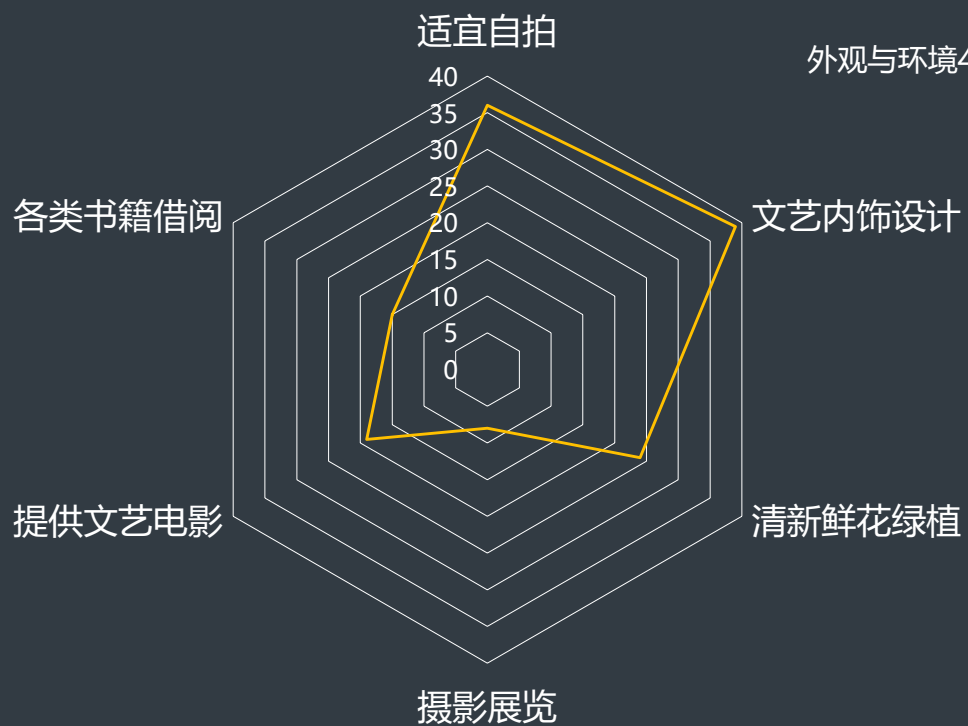
结合Focus Group

- 智能家居应该体现舒适性
- 而非是仅仅外表的炫丽

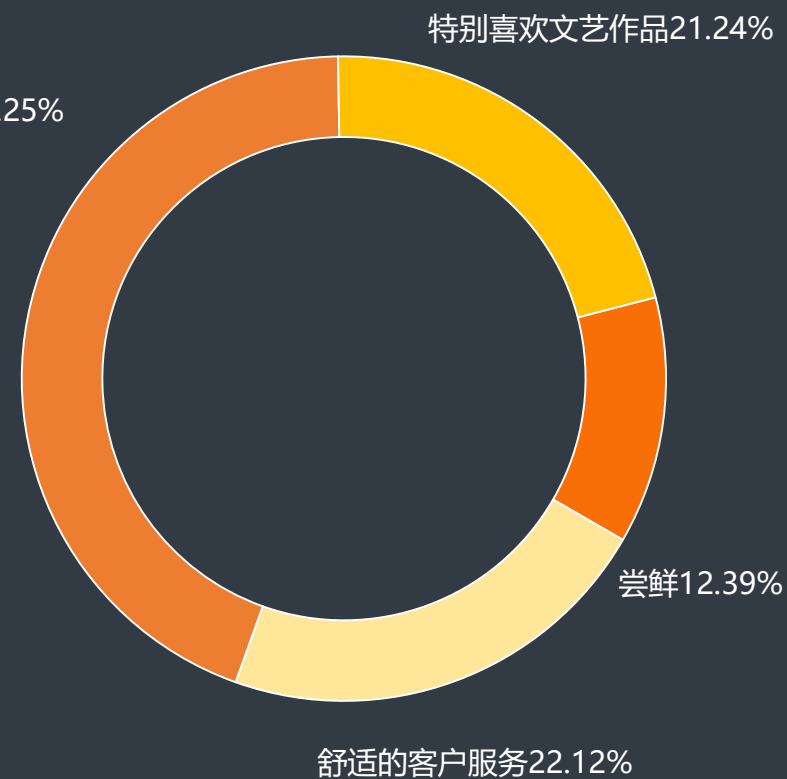
90后偏好调查



偏爱艺术酒店的元素



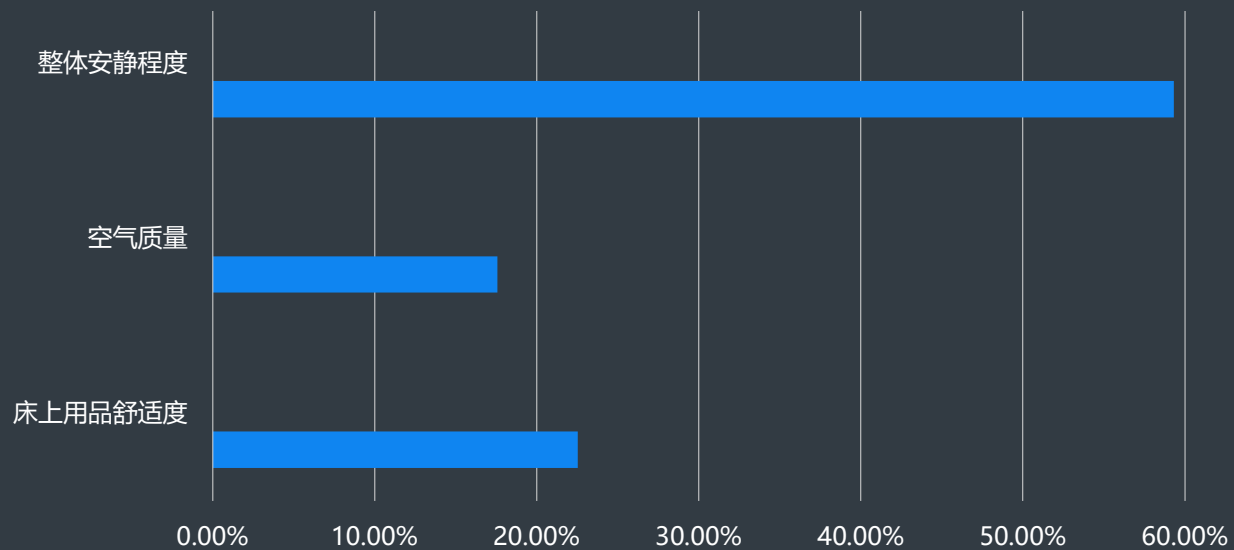
选择艺术酒店的原因



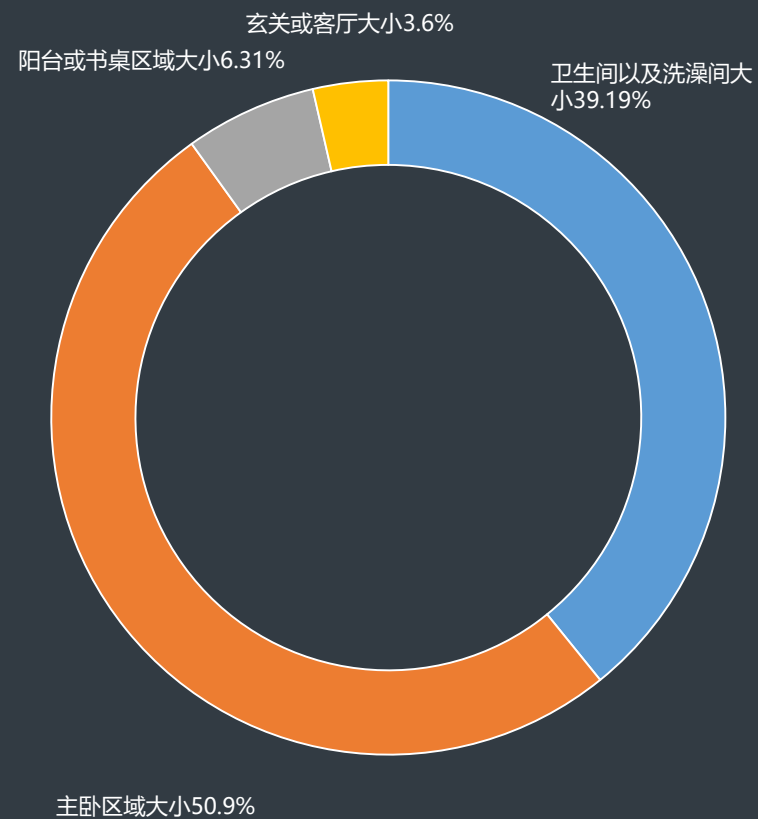
90后偏好调查

非主题偏好

最影响睡眠质量的要素



功能区大小偏好



90后偏好调查

偏好画像

对于科技、互联网、智能概念

- 对90后吸引力很大
- 实质的舒适性要大于概念

对于艺术特色等概念

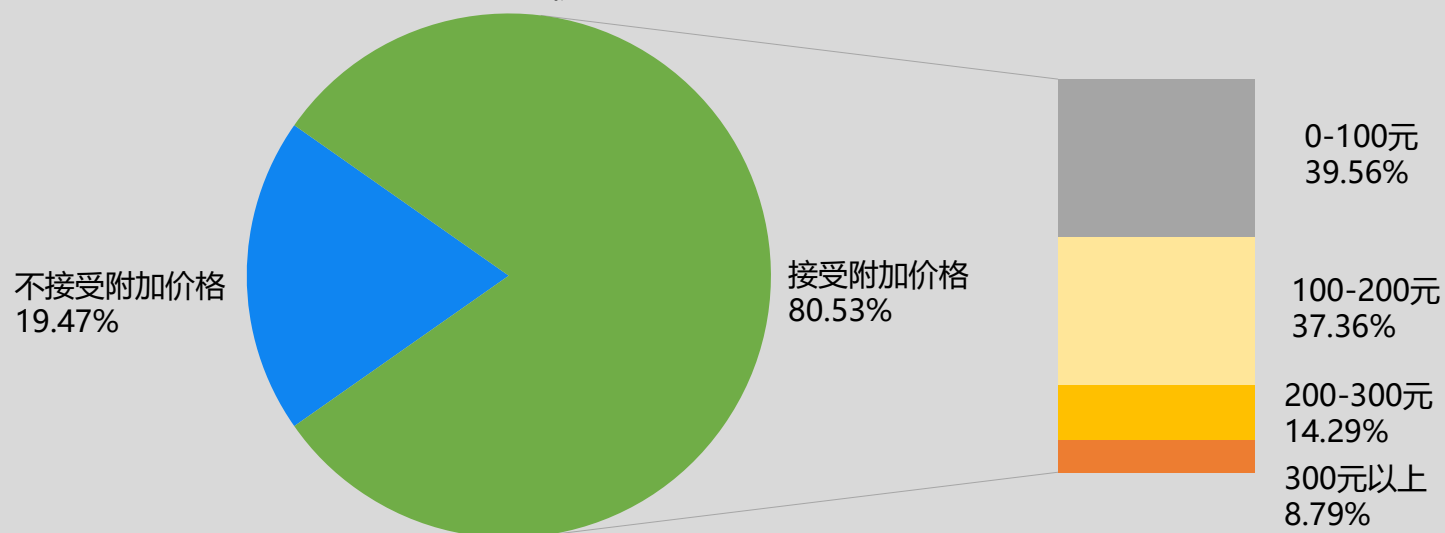
- 社交属性（朋友圈）凸显
- 更关注潜在的外观属性
- 要求酒店提供特色的体验

对一般的酒店服务

- 回归酒店的原始功能
- 附加内容的影响不大

90后偏好调查

偏好影响力 接受的附加价格分布



- 绝大多数90后愿意为符合预期的酒店加价
- 加价超过100元超过60%
- 价格相同情况下，偏好对90后酒店选择有显著影响

具体建议

外观及饰品设计

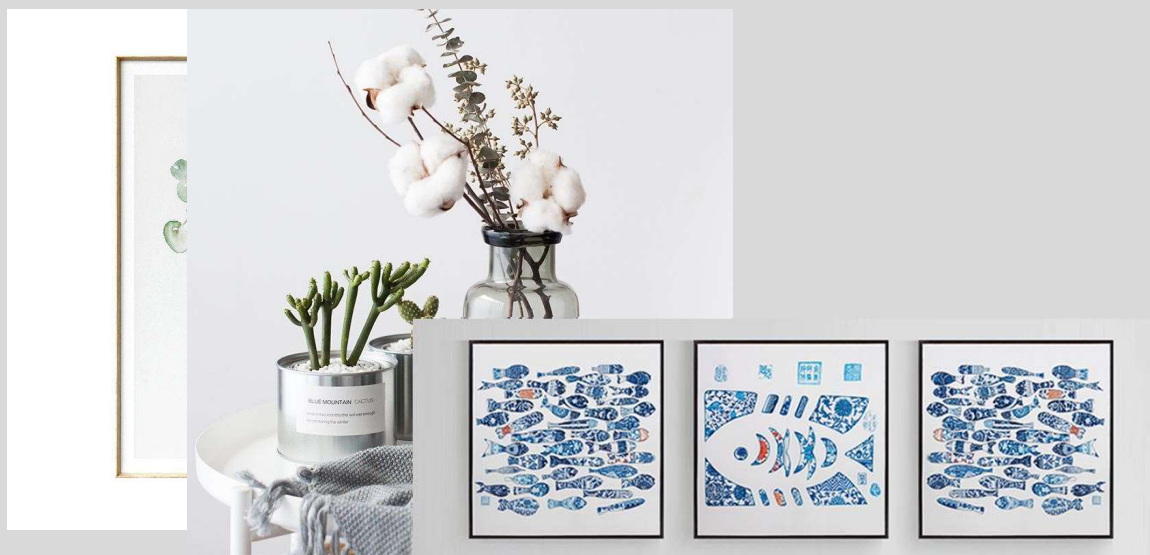
- 外观设计上考虑自拍效果
- 饰品应该考虑时常更换

- 更换成本不高的内饰，挂画
- 与城市风格结合应该注意更换问题
- 可设置照片打印机
- 确保合适光线

预期效果

- 满足90后客户拍照分享需要
- 通过拍照分享推广
- 经常更换满足新鲜感（“打卡效应”）
- 以点带面提高整体感受

例如 成本不高/易更换的大厅摆设



具体建议

客房与服务设计

- 以舒适性为主
- 智能家居
 - 如智能马桶盖，智能窗帘等
 - 智能系统可与会员系统绑定
 - 智能音箱可设置最大音量
- 提供无线充电，不同规格USB接口
 - 转换接头
 - 充电器租赁
- 积分计划换取智能家居

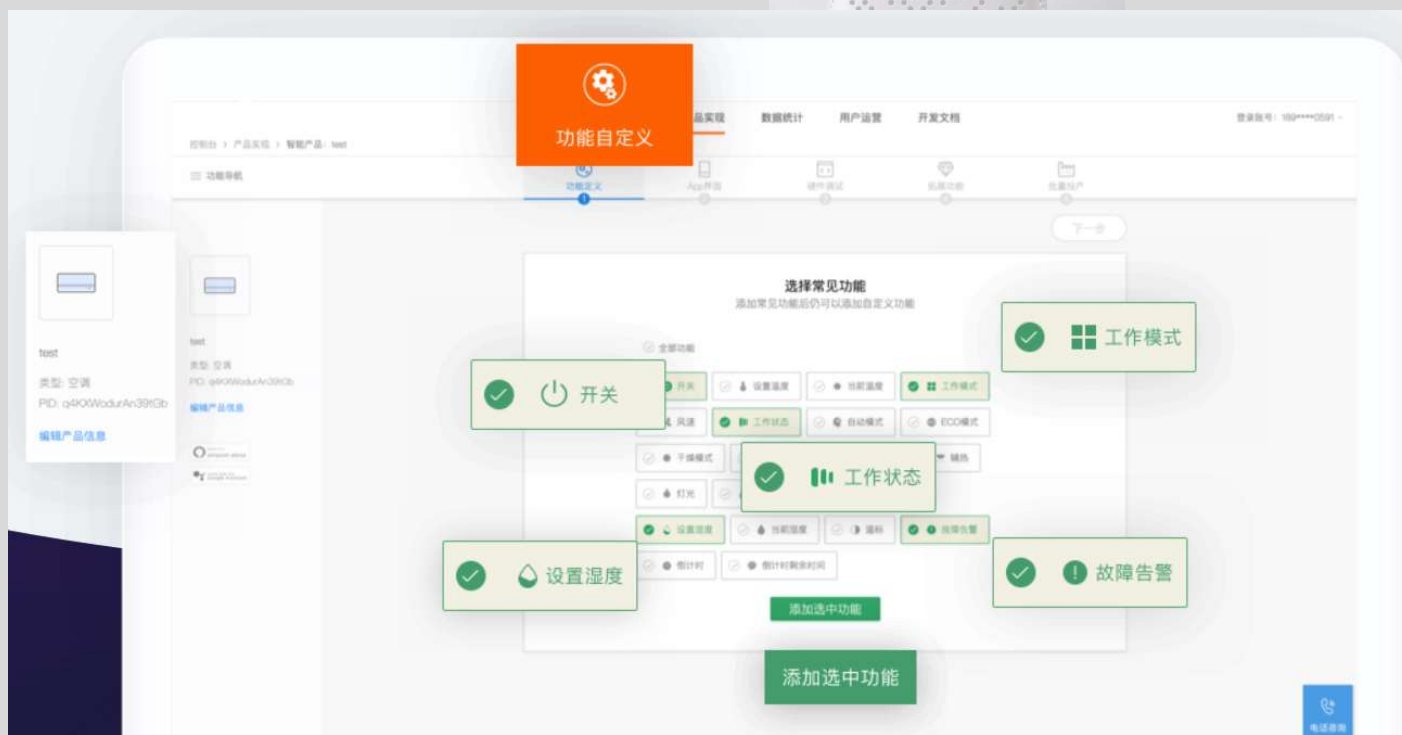
智能马桶盖



智能音箱



智能系统



具体建议

客房与服务设计

- 以舒适性为主
- 提高空气质量
 - 使用显示屏或微信提供PM2.5, 二氧化碳等数值
 - 空气净化器（单个房间或与中央空调结合）
- 利用电子支付提供更便捷服务
 - 电子发票
 - 电子停车券、电子餐券

PM2.5 检测



单个房间空气净化器

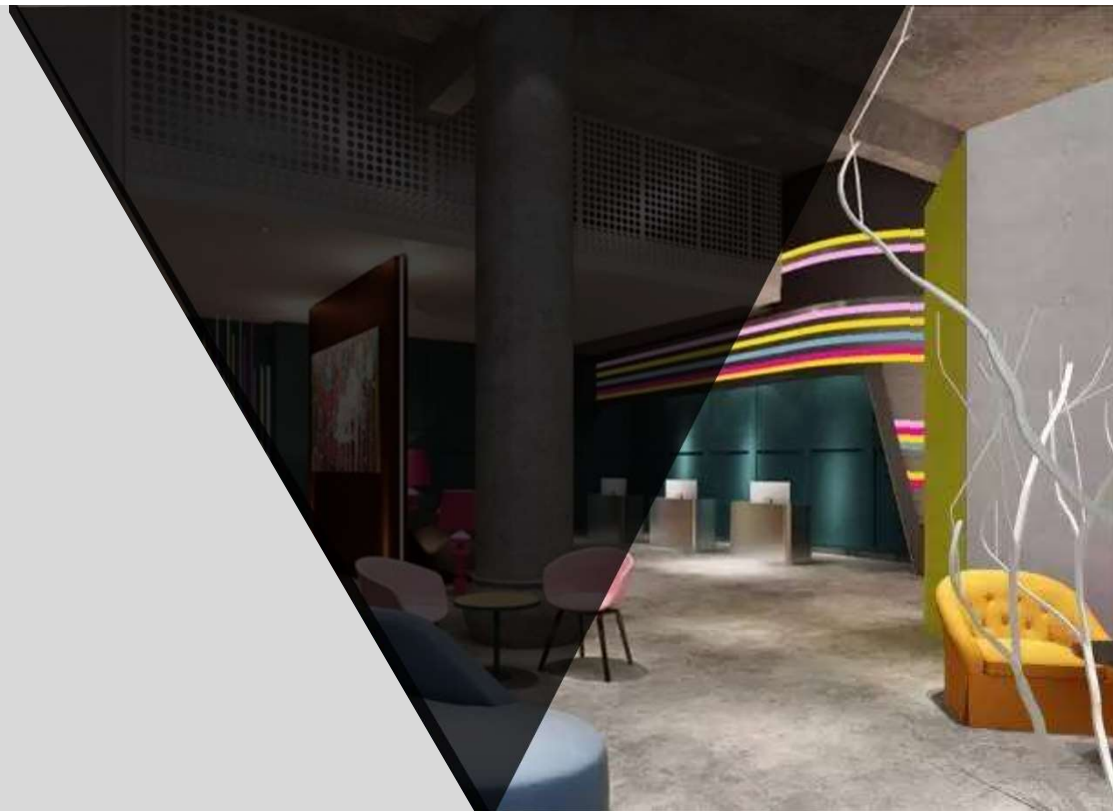


具体建议

客房与服务设计

预期效果

- 提高服务效率
- 提高对90后的吸引力
- 会员计划提高用户忠诚度
- 抢占90后市场以及智能酒店市场
- 丰富A集团品牌
- 成功的智能化经验可以提高其他品牌质量



可行性分析

投资必要性

- 市场上同类酒店较少
- 90后对智能家居普遍接受度比较高
- 竞争对手的主题相对固定
 - 美豪 —— 一家以重视亲情化服务和面向中端消费群体的精致商旅酒店
 - 亚朵 —— 以「阅读」和「摄影」为主题的人文酒店
- A集团较早提出“现代化”概念，较竞争对手有优势

可行性分析

融资分析

- 智能家居发展迅速
- 投资者预期稳定

可行性分析

经济可行性

根据《2018智能家居行业发展现状与前景分析》

- 零售普通住宅智能化在10万以上
- 酒店房间面积小而且无厨房
- 单个房间在可以在3万元以下

前瞻产业研究预测

- 智能化家居整装在112-155元/平方米
- 单个酒店房间可能在4480 (40*112) 到9300 (60*155)

-
- 收益应大于成本

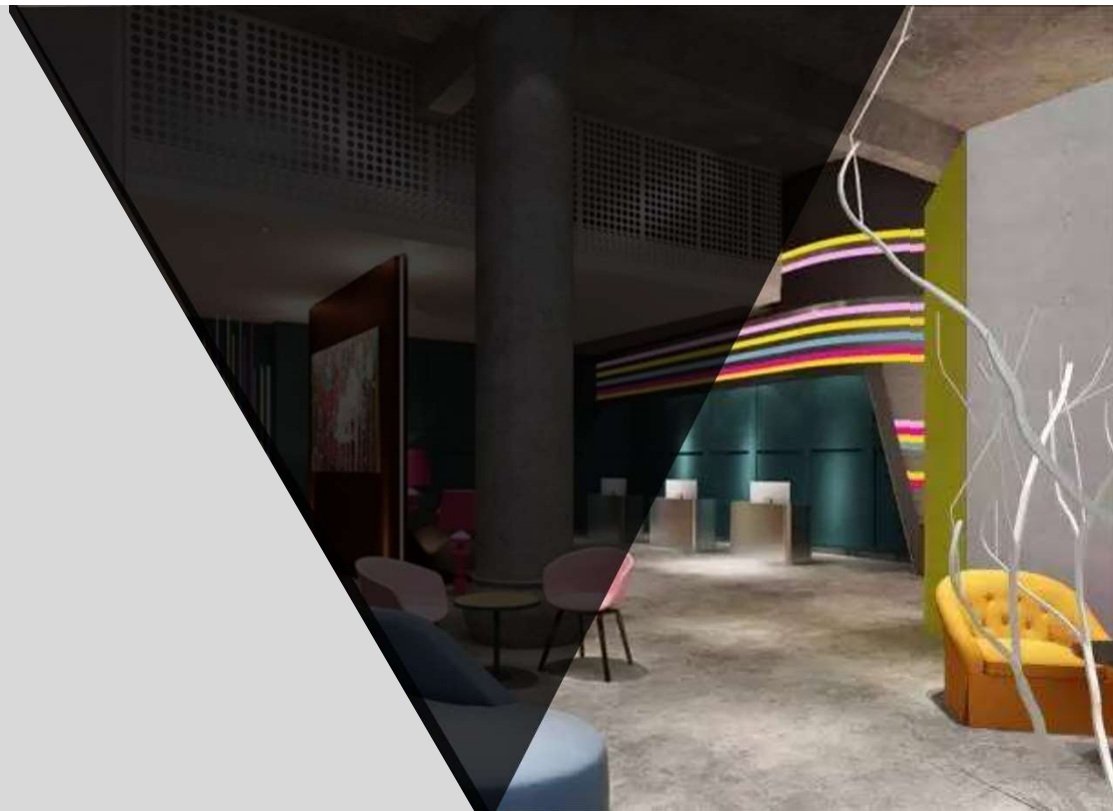
- 问卷结果显示80.53%90后愿意为此付出额外支出
- 平均愿意额外支付的价格为（以中位数估计）

$$50*39.56\%+150*37.36\%+250*14.29\%+300*8.79\%=138$$

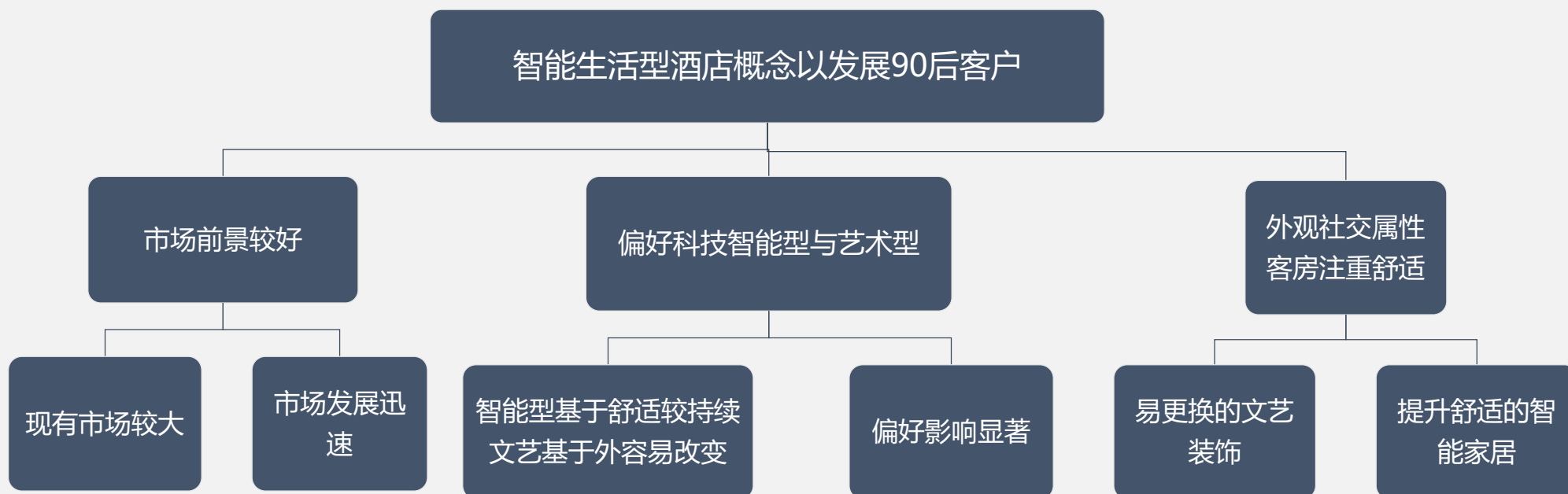
- 同时调查结果此类酒店对90后有较大吸引力
- 90后潜在市场较大

潜在风险

- 运营与维护成本高
- 智能家居市场不成熟
- 缺乏相应人才与经验
- 受到潮流影响



总结



THANKS FOR WATCHING
