



2018年Q2中国在线酒店预订行业发展分析报告

2018年8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

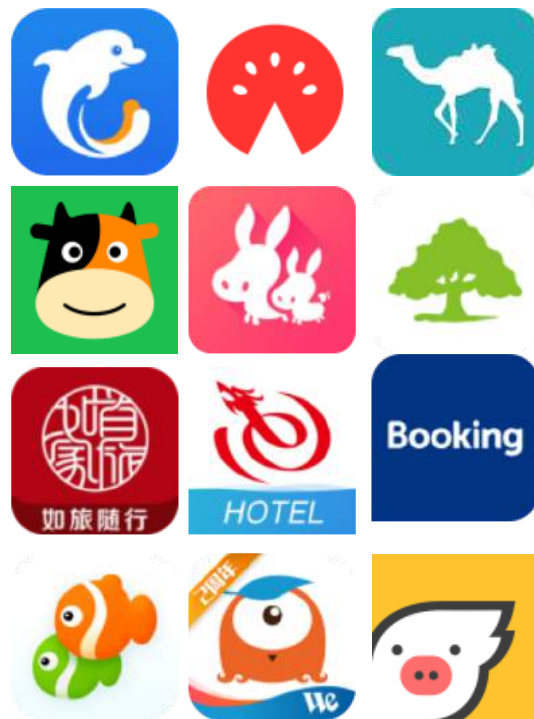
- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：基于Trustdata自建的日活跃用户超过7000万（月活跃用户超过2亿）的安卓用户样本集，并根据中国移动网民人口结构、地域分布、各移动应用iOS与Android比例关系等多方面因素搭建模型计算所得
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2015年1月至2018年6月
- 研究范围：本报告研究范围为独立个人消费酒店预订APP，不包括CallCenter及PC端数据

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 用户粘性---月均DAU/MAU
- 使用时长占比---月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例
- 月新增---每月新增用户数

Contents

- 1 在线酒店预订行业发展概况及用户研究
- 2 在线酒店预订行业竞争格局
- 3 在线酒店预订行业趋势预测

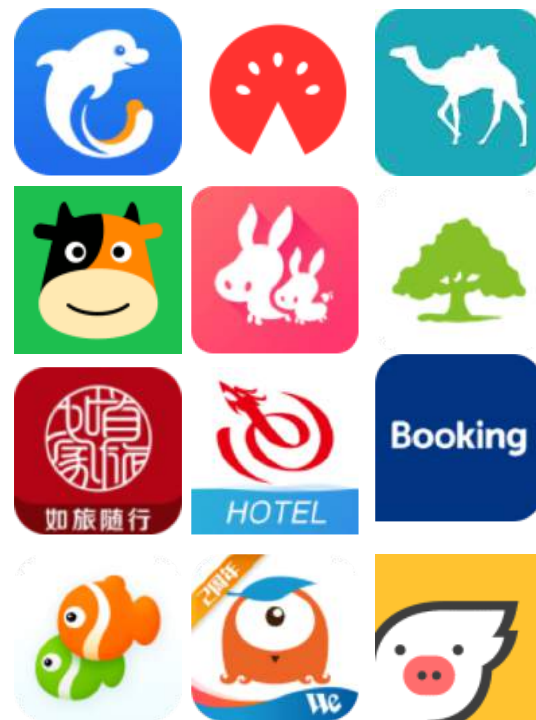


► Part One 2018年Q2在线酒店预订行业发展概况

► 在线酒店预订入口加速向移动端迁移，2018年Q2月均MAU超九千万

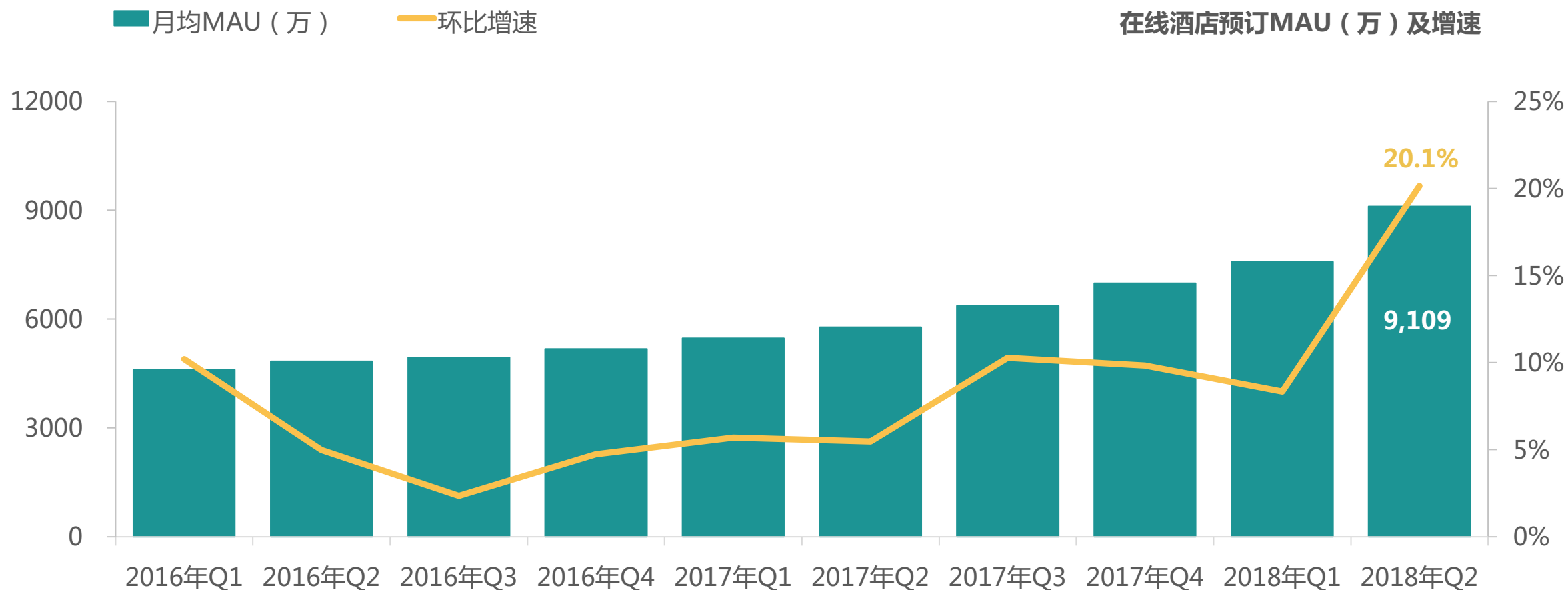
► 新用户主要来自三线及以下城市，一线城市用户渗透趋于饱和

► 80及90后依然是在线酒店预订的主力人群，00后开始萌生酒店消费需求



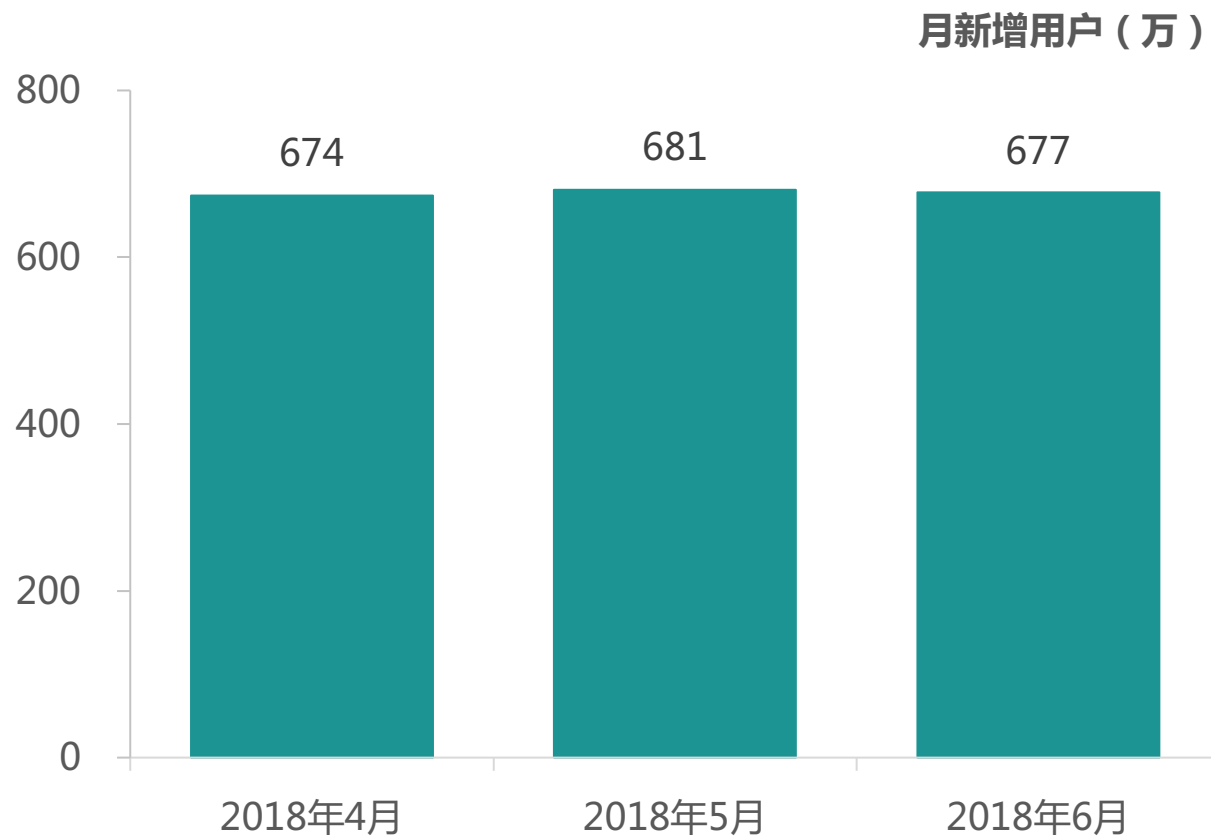
在线酒店预订入口加速向移动端迁移

2018年Q2月均MAU超九千万，季度环比增长20.1%，创2016年以来新高

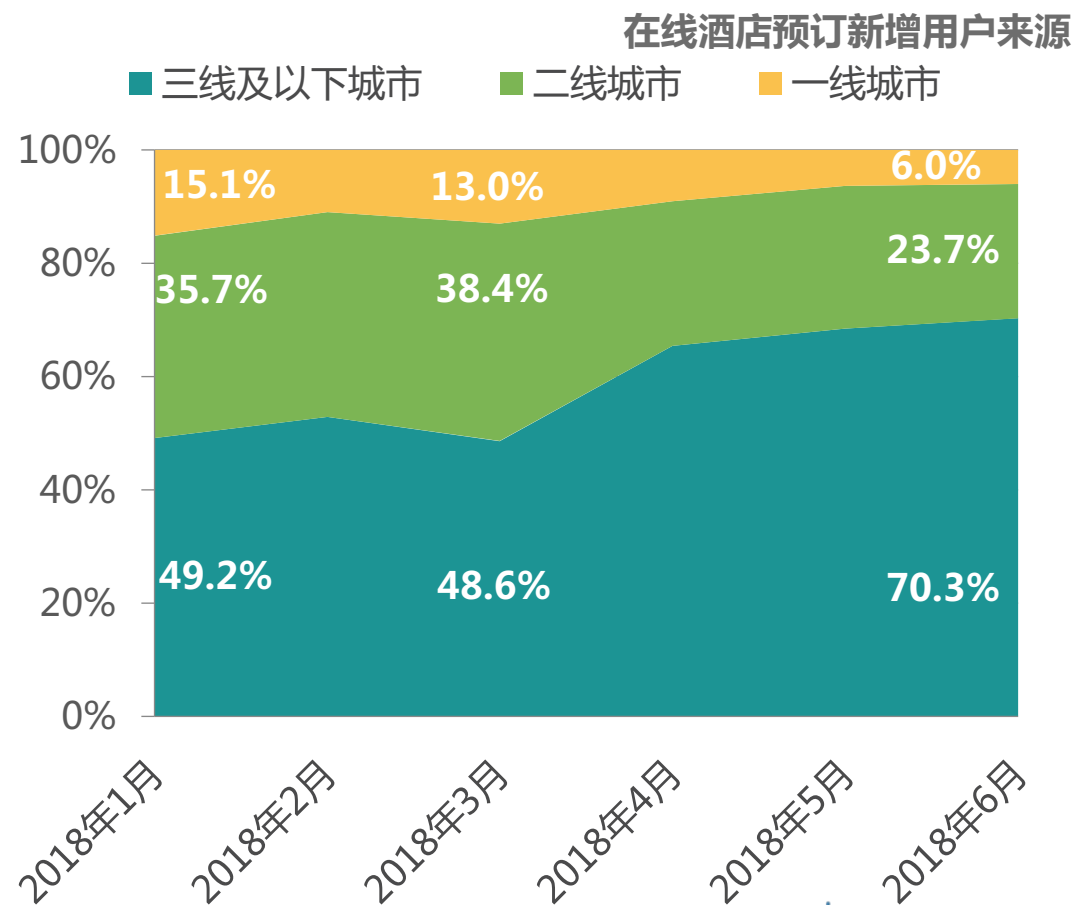


2018年Q2，在线酒店预订市场新增用户规模稳定

季度新增用户约2000万，三线及以下城市成为主要增长点，占比七成

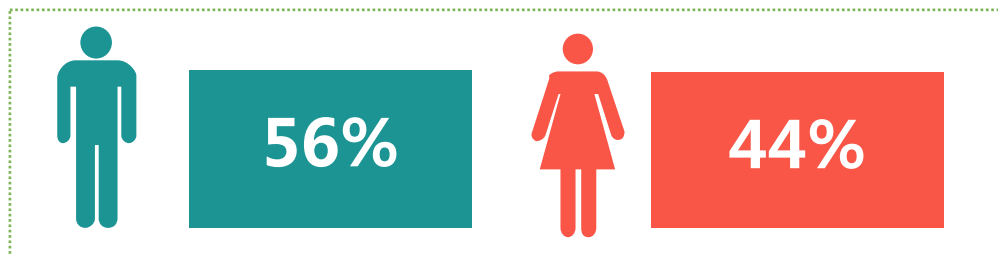


• 此处新增用户为各APP新增用户相加所得，为非去重数据

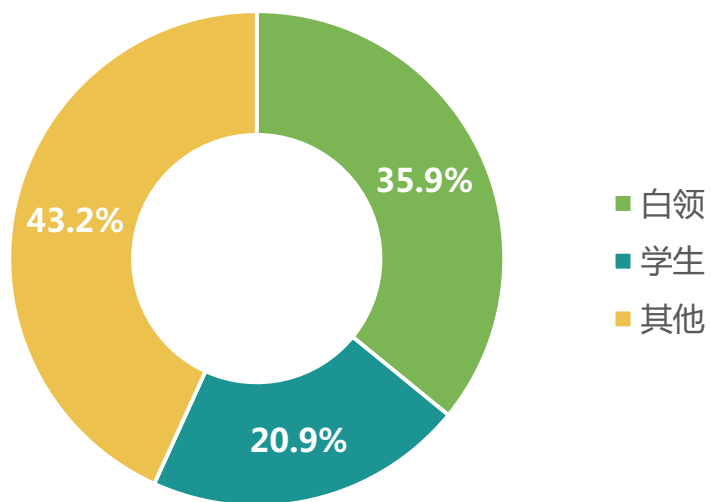


80及90后为在线酒店预订的主力人群，年轻化特征显著 00后开始萌生酒店消费需求

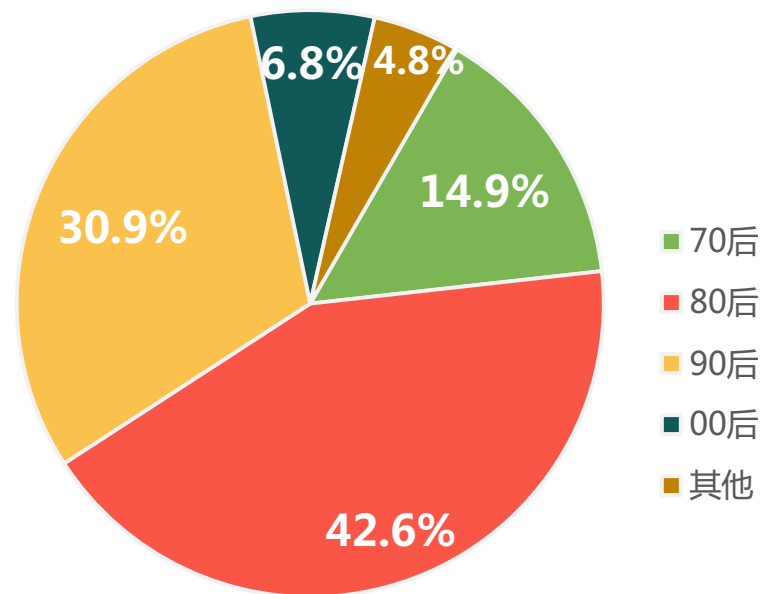
2018年Q2在线酒店预订用户性别分析



在线酒店预订用户职业属性分析

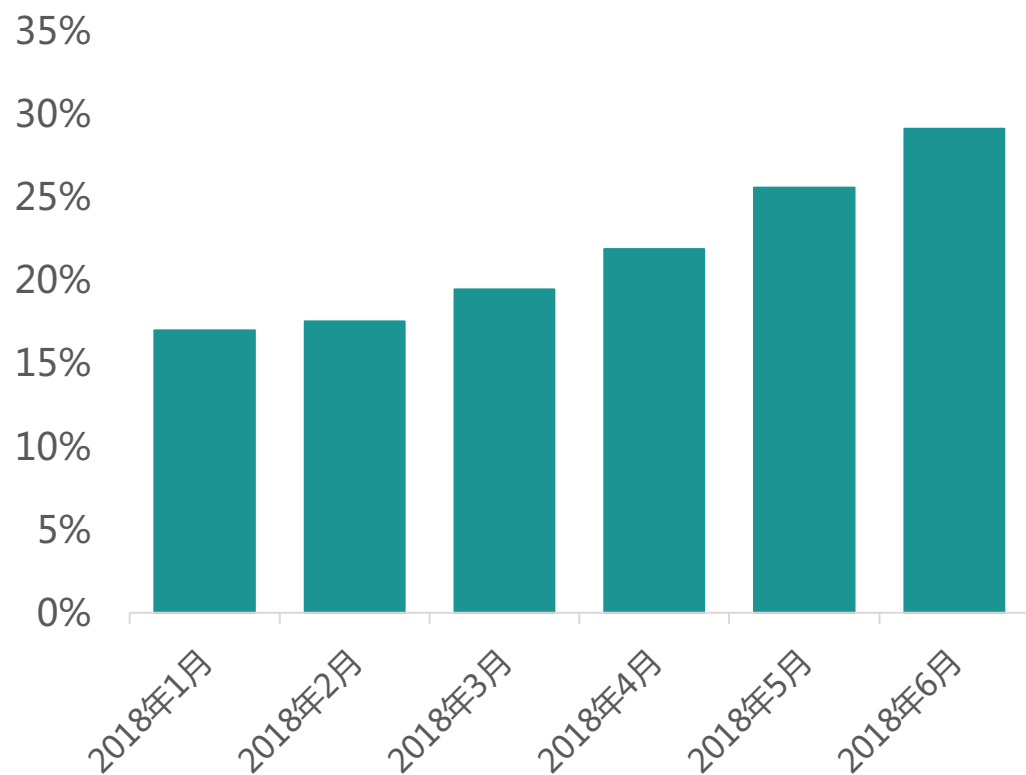


2018年Q2中国在线酒店预订用户年龄分析

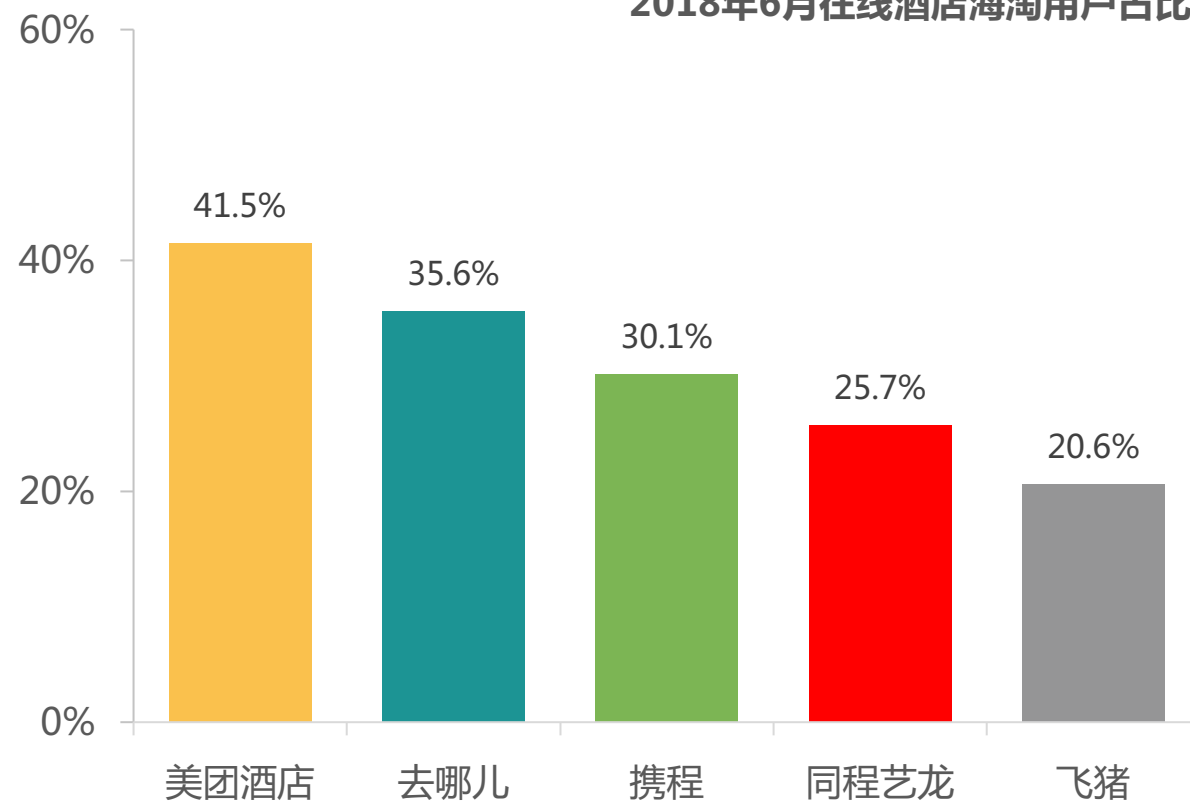


在线酒店用户正在向高价值消费靠拢，海淘消费占比稳步快速提升 美团用户海淘消费渗透率领先其他平台，潜在高价值用户占比更高

在线酒店预订用户海淘比例



2018年6月在线酒店海淘用户占比

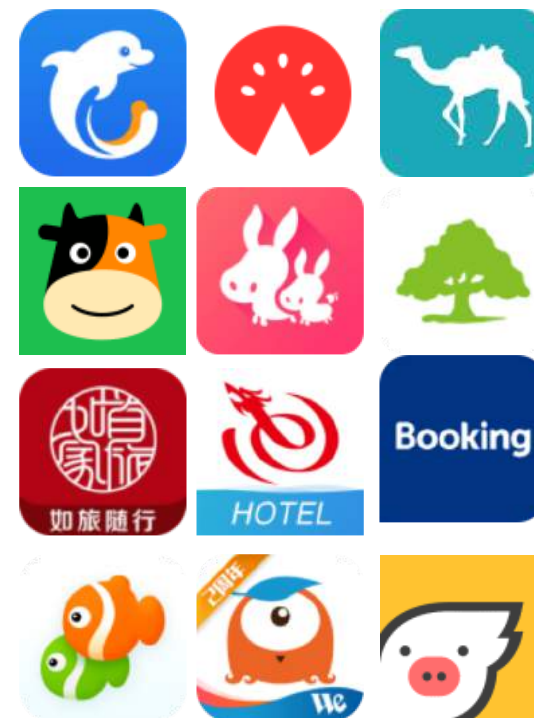


Part Two 在线酒店预订行业竞争格局

2018年Q2，美团酒店在线预订订单量近七千万，排名第一

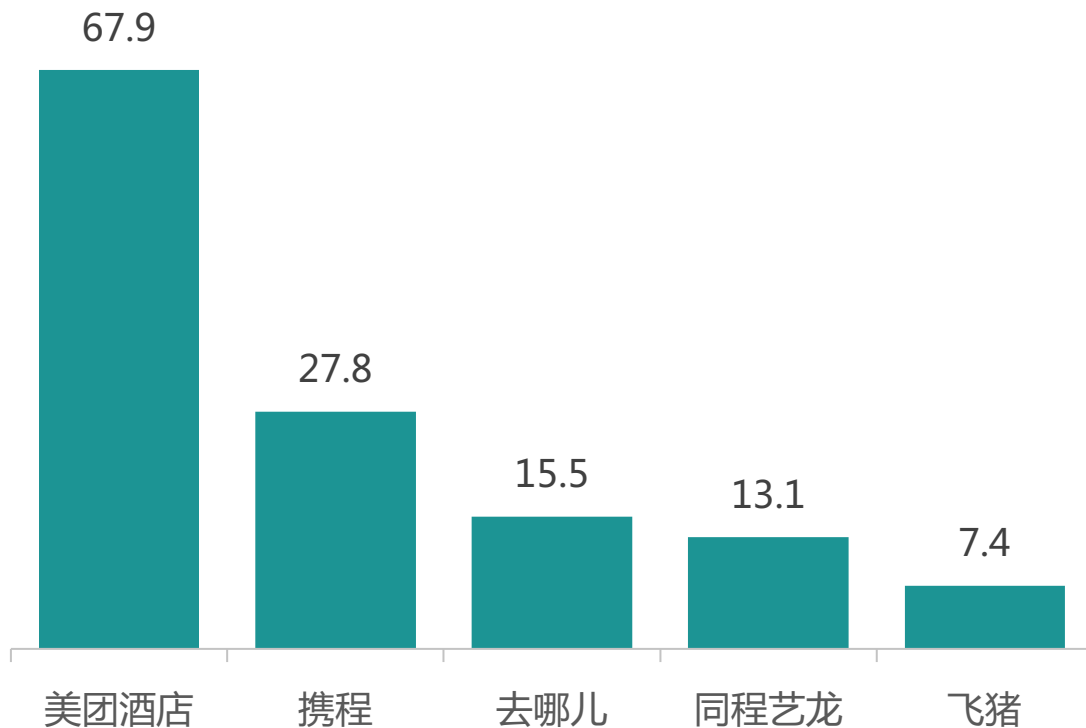
2018年Q2，美团酒店在线酒店总间夜量超携程系之和

2018年Q2，相较携程，美团酒店用户忠诚度更高

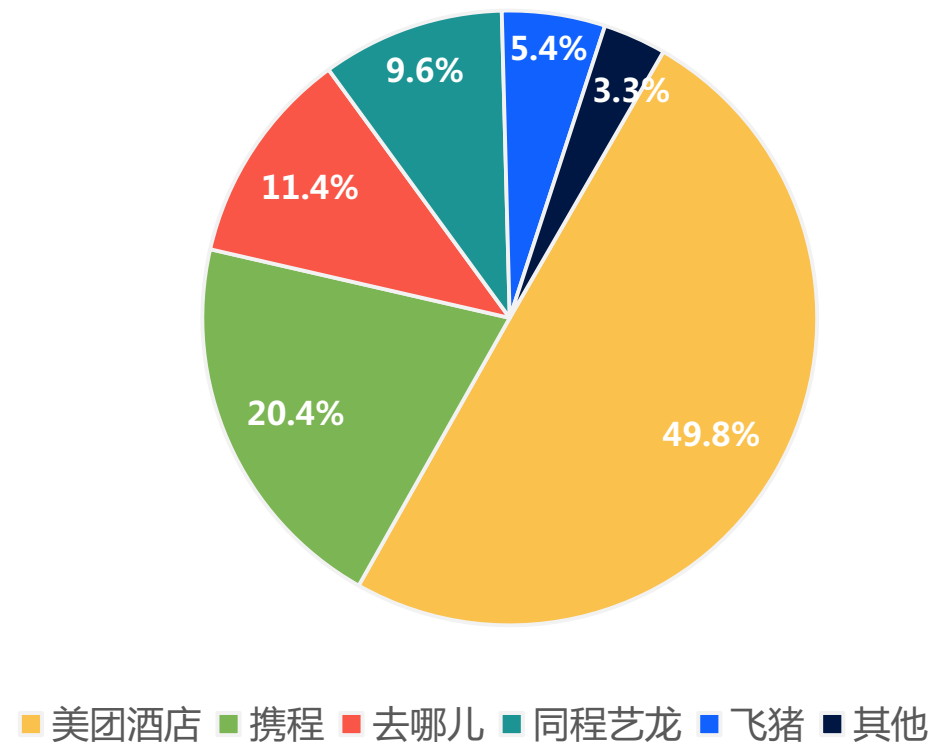


2018年Q2，美团酒店在线酒店预订订单量排名第一

2018年Q2在线酒店预订平台累计订单量（百万）



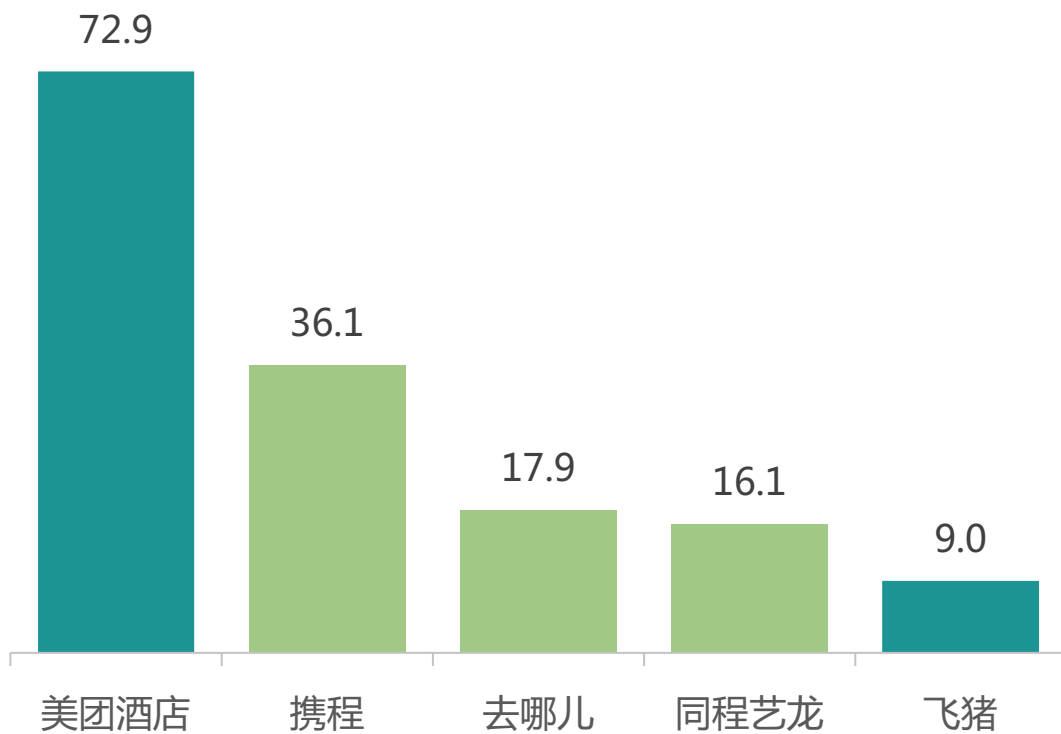
2018年Q2中国在线酒店预订市场份额（订单量）



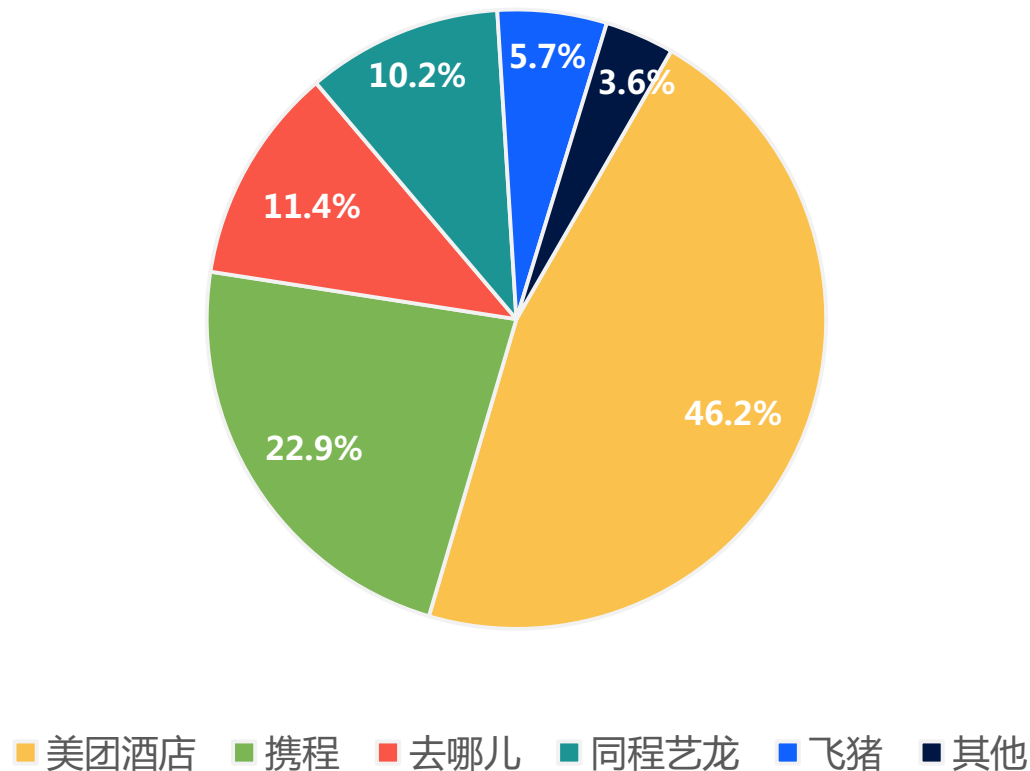
• 本页数据为中国大陆用户在境内的酒店预订统计，不包括港澳台及海外，此处订单量指支付订单量

2018年Q2，美团酒店在线酒店预订间夜量排名第一，超携程系之和

2018年Q2在线酒店预订平台累计间夜量（百万）



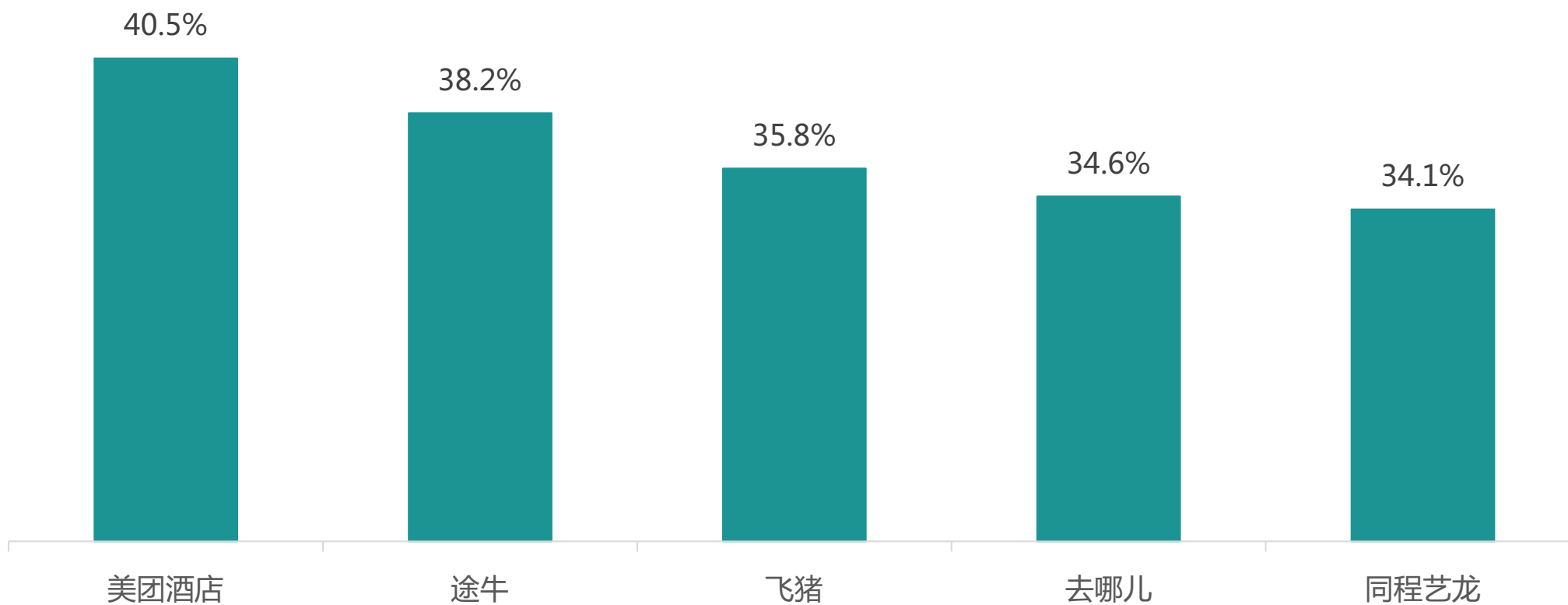
2018年Q2中国在线酒店预订市场份额（间夜量）



• 本页数据为中国大陆用户在境内的酒店预订统计，不包括港澳台及海外

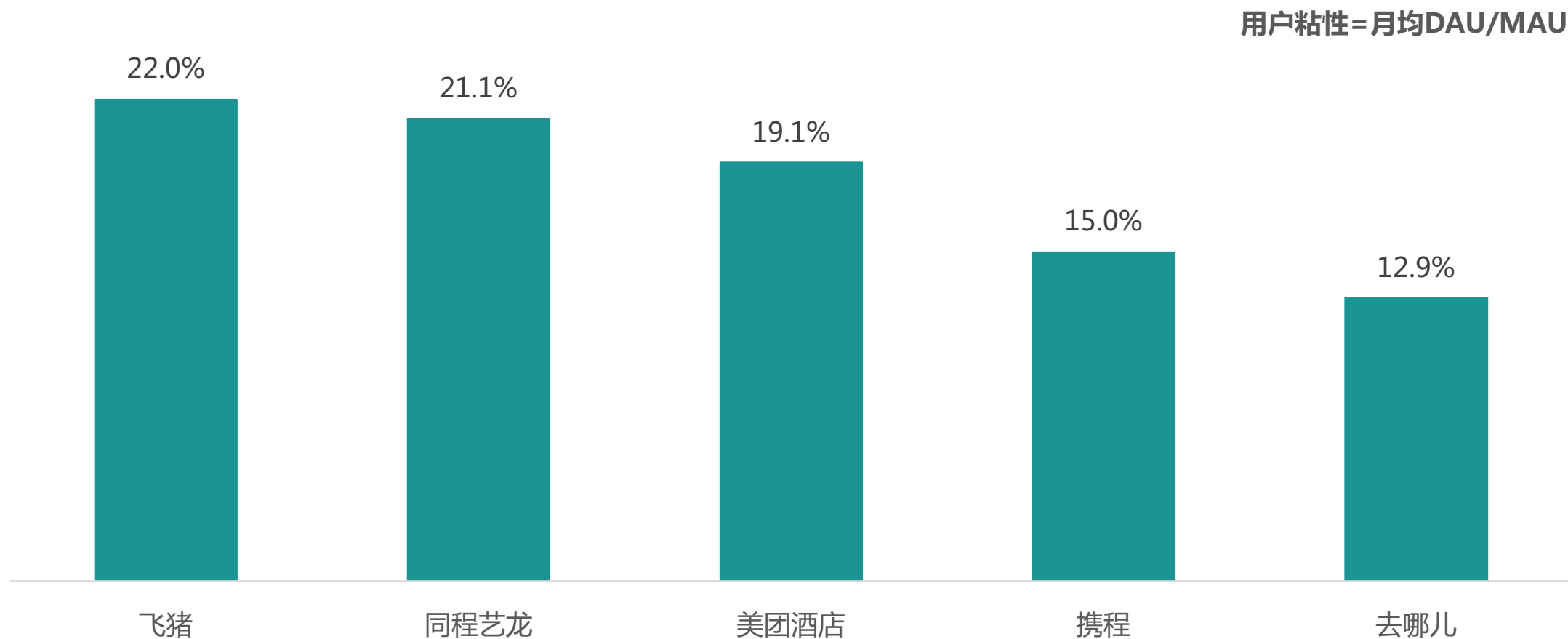
美团酒店的年轻女性用户占比超四成，名列榜首 途牛及飞猪排名紧随其后

年轻女性用户占比



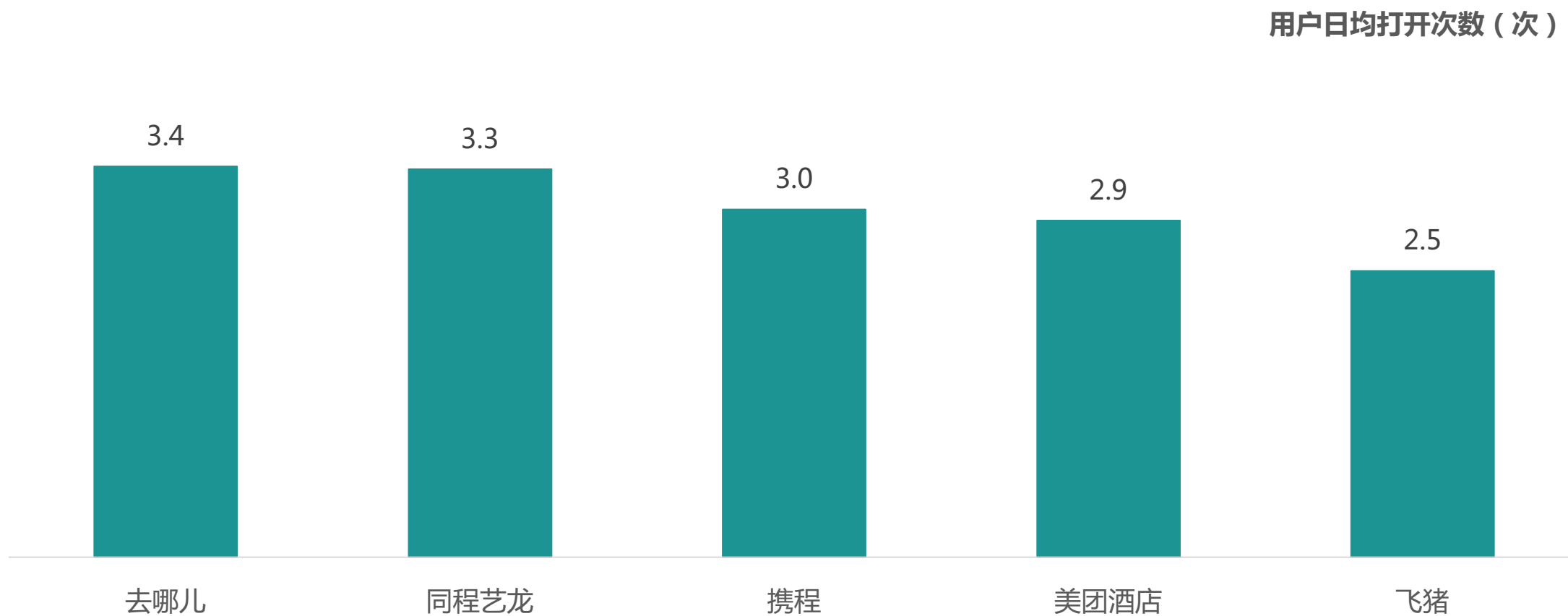
- 本页研究对象仅包含在线酒店预订行业Top5服务商

飞猪用户粘性排名第一，同程艺龙及美团酒店紧随其后



- 本页研究对象仅包含在线酒店预订行业Top5服务商

去哪儿用户日均打开次数最高，其次为同程艺龙及携程

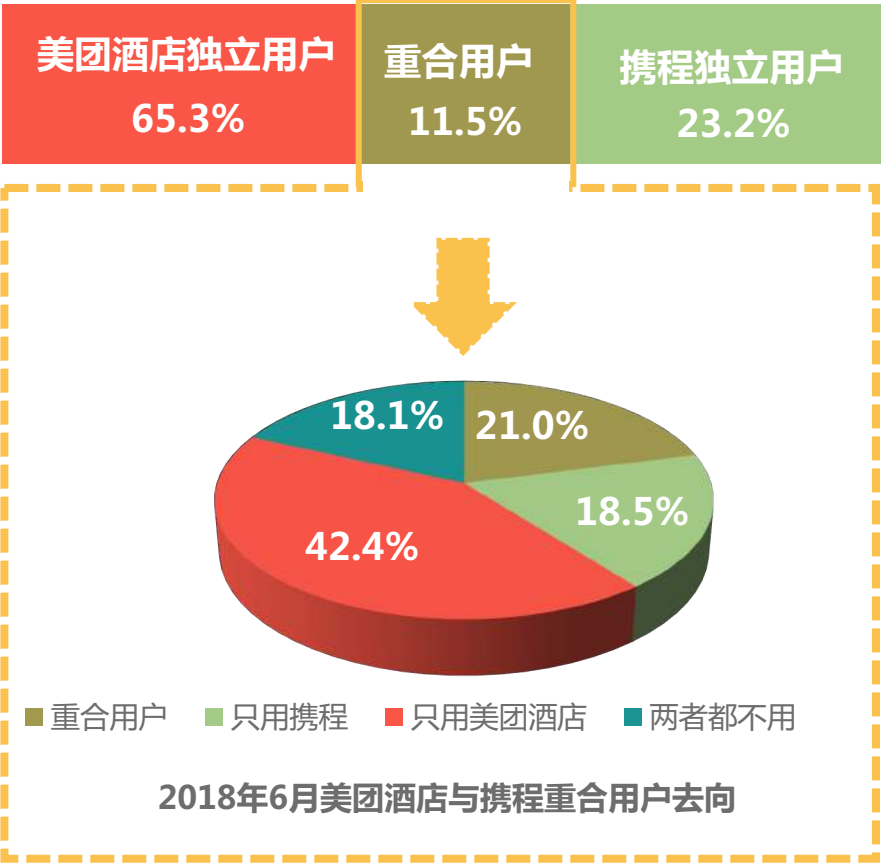


- 本页研究对象仅包含在线酒店预订行业Top5服务商

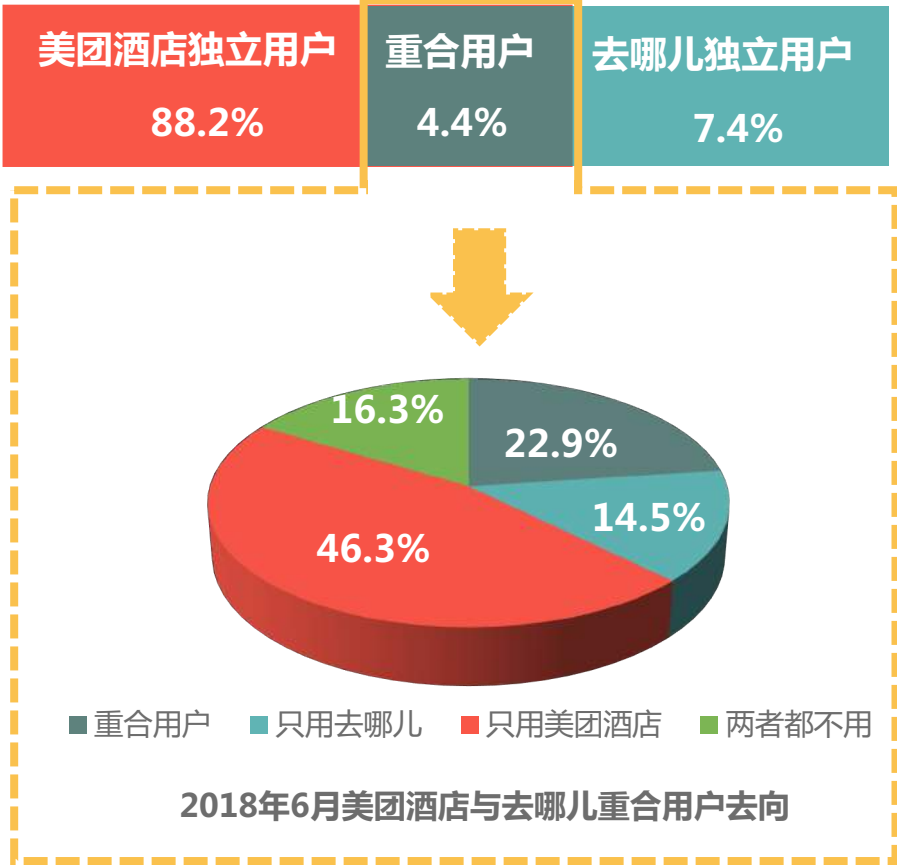
美团酒店用户吸引度明显优于携程及去哪儿

2018年5月美团酒店与携程的重合用户中，次月42.4%转化为美团酒店独有用户

2018年5月美团酒店与携程重合用户



2018年5月美团酒店与去哪儿重合用户

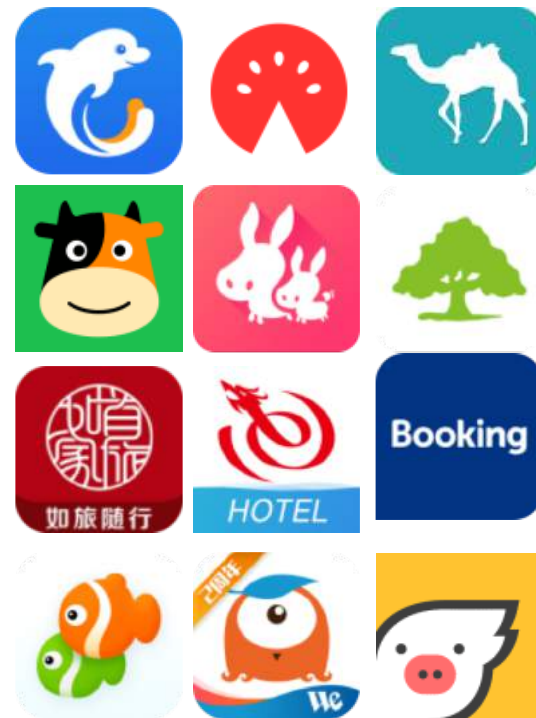


• 美团酒店、携程及去哪儿在线酒店预订平台订单量占比超过八成，通过分析三者的用户转化关系，分析三者的竞争力

Part Three 在线酒店预订行业趋势预测

同程艺龙正在由传统OTA向超级平台转化，在线酒店预订行业竞争格局逐渐清晰

四大竞争关键：低线市场、新一代用户、本异地综合场景、多样化住宿需求



传统OTA与超级平台两大模式相持不下，同程艺龙正在由前者向后者转化

在线酒店预订行业竞争格局逐渐清晰

传统OTA：向上拓展至旅行全服务



由酒店、机票、跟团游等单品出发，
积累客源和酒店、航司及旅行社资源，
向上拓展至旅行相关全服务



微信钱包入口及微信生态

超级平台：服务领域下沉至旅行领域



背靠美团、淘宝等超级平台，
从既有生活服务、购物等高频服务出发，
下沉进入旅行等低频、垂直领域

在线酒店预订用户的消费选择和典型行为出现趋势变化，或成未来竞争关键

三线及以下城市

- 在线酒店行业快速向三线及以下城市渗透，三线及以下市场将会成为行业竞争的关键市场。

新一代年轻用户

- 既要满足60后、70后等商旅顾客需求，还需要抓住80后、90后乃至00后等消费力快速成长的顾客；
- 满足年轻、新一代用户的需求，争取其成为忠诚用户，成为各大酒店预订平台持续获胜的关键。

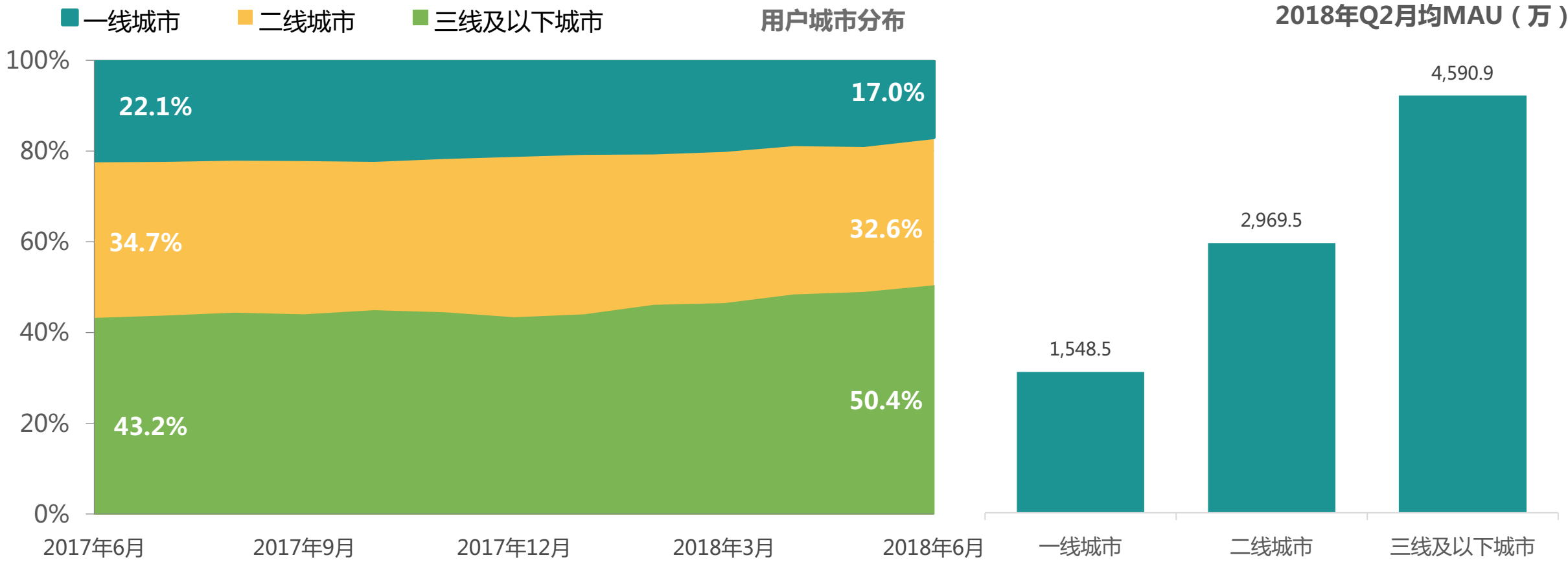
本异地综合场景

- 酒店预订从异地预订为主逐步转向本异地消费并举，需考虑同时满足本地和异地两种预订需求。

消费形态多样化

- 消费升级趋势下，高星酒店、海景房及度假型酒店等需求走强；
- 共享住宿已成为一种典型生活方式和住宿领域的有益补充，或将成为各大酒店预订平台的未来战场。

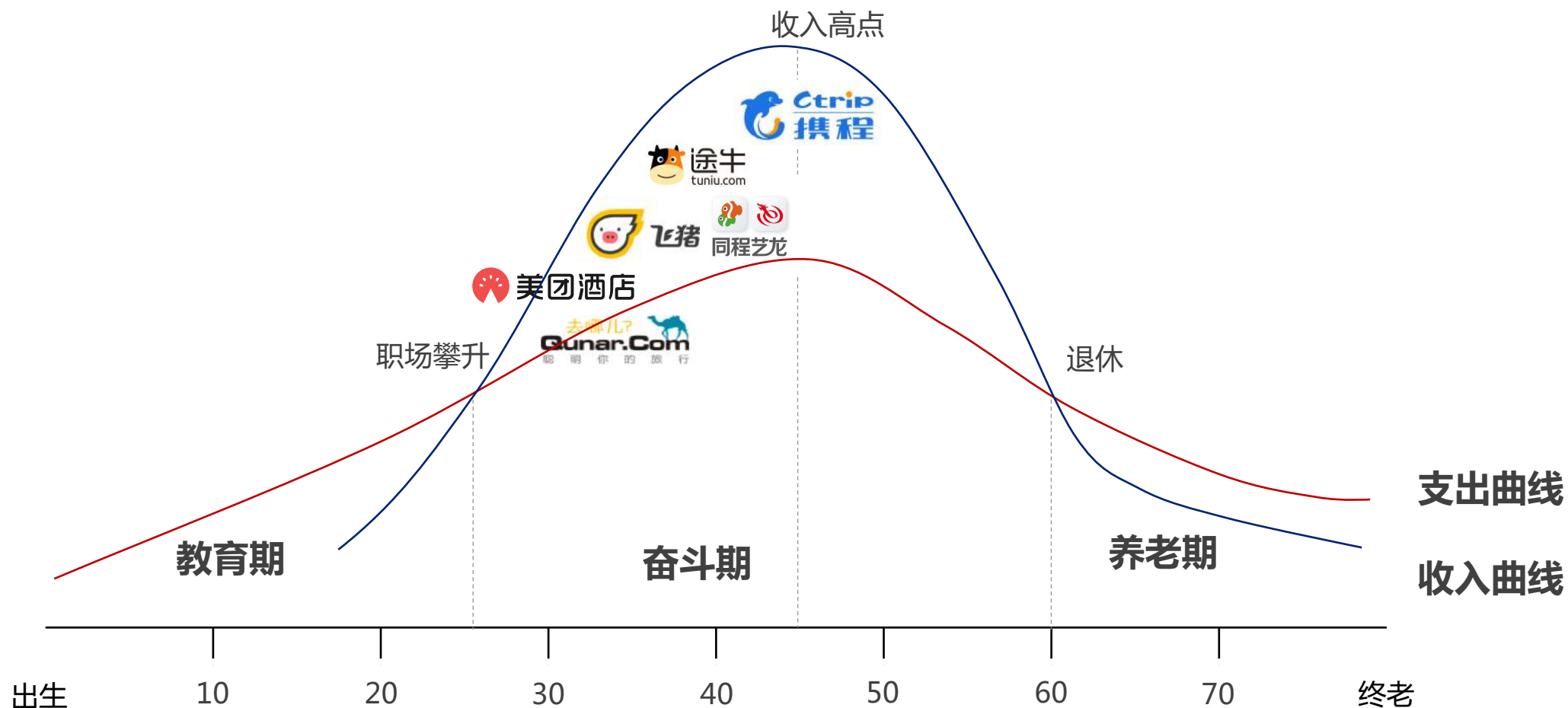
三线及以下城市已占在线酒店预订用户五成以上 已成为在线酒店预订行业下半场之争的关键战场



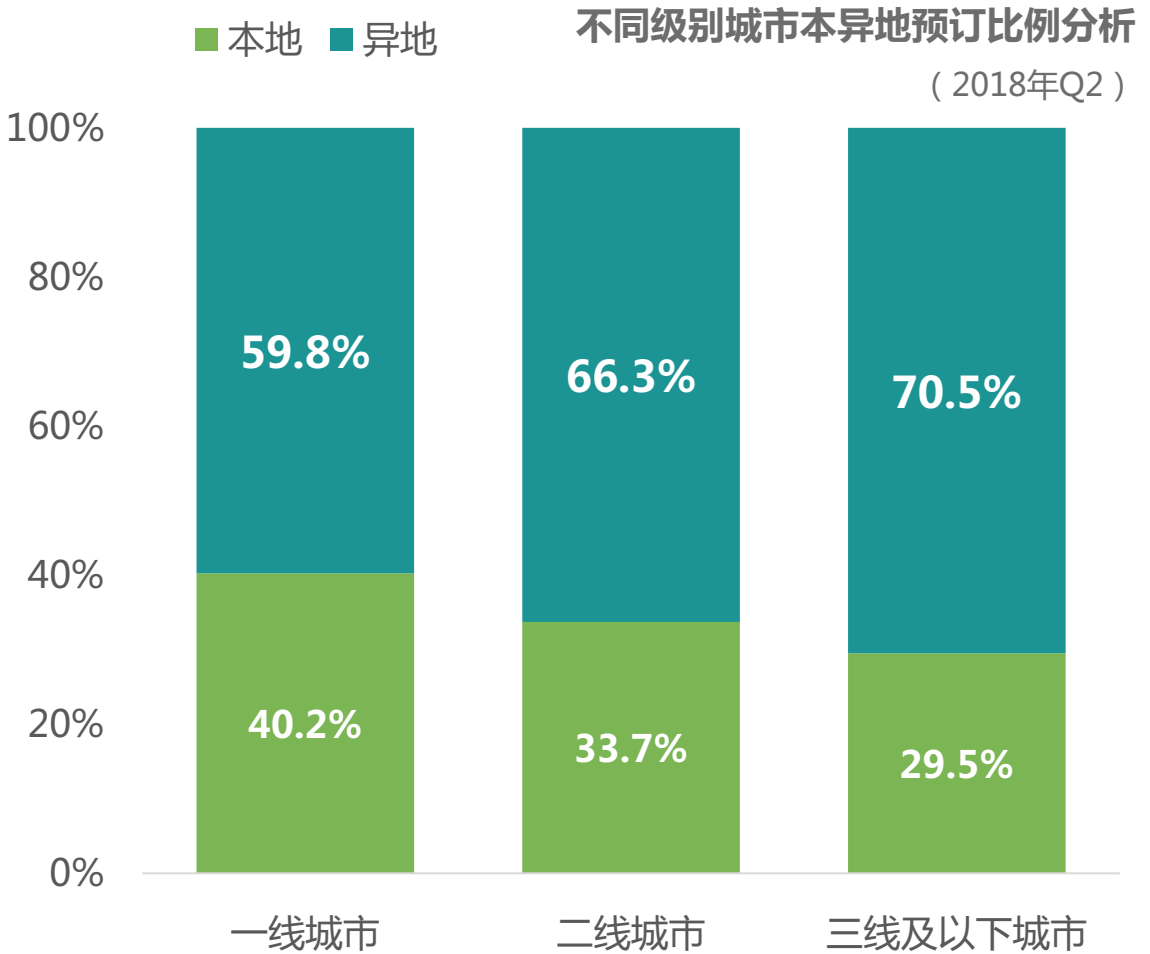
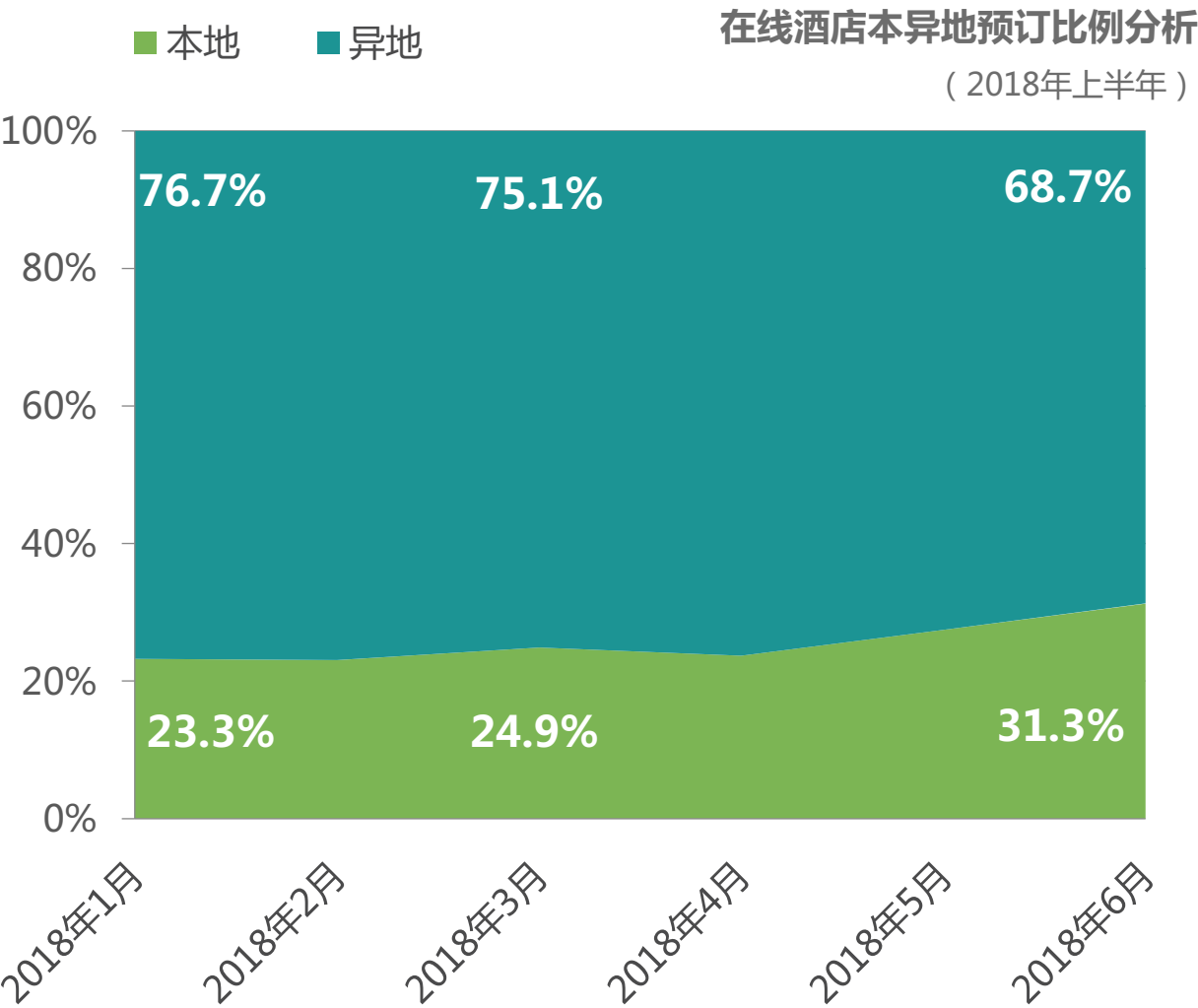
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



从人生收支曲线来看，携程主力用户偏中年群体，当前消费能力较强
而美团酒店、飞猪主力用户偏年轻，消费力未来增长可期



在线酒店预订行业从异地预订为主逐步转向本异地场景并举，本地预订占比已超三成 一线城市本地预订已突破40%



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



消费升级之下，在线酒店预订需求更加多样化

高星、海景及度假型酒店需求强劲的同时，共享住宿成为重要补充



高星酒店竞争烈度上升

消费升级趋势明显，高星及中端酒店取代经济连锁成为酒店预订最核心的品类需求。携程在高星酒店的竞争优势明显，但也在被美团酒店、飞猪凭借用户规模等优势挑战。



度假型酒店需求释放

周末游、亲子游、出境自由行等强劲需求之下，海景房、度假型酒店的预订量上升趋势明显。“酒店即旅行”成为新一代旅行趋势下的广泛共识，酒店本身即可成为旅行目的地。



共享住宿成重要补充

共享住宿概念已被广泛接受，Airbnb、途家、小猪短租、榛果民宿等不断发力；携程、美团酒店、飞猪亦纷纷与前述共享住宿平台联合，为用户提供共享住宿房源。



Trust Us, Trust Data