

# 平台服务标准化，科技推动线上化

## 中国在线民宿市场四维分析

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
你要的数据分析



# 分析定义与分析方法



## 分析定义及分析范畴

- 本分析内容定义民宿为向用户提供短期住宿场所并提供相应服务的经营活动，但区别于酒店住宿的品类市场。其产品的具体形态包括度假公寓、服务公寓、民宿客栈、度假别墅、房车、游艇等个性化住宿产品。
- 本分析主要针对2017年度中国民宿预订市场以及互联网对民宿预订市场带来的影响进行分析。  
涉及的关键词为：游客、住宿业、民宿预订、在线民宿预订市场。  
分析的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。



## 分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。
- 部分数据根据厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。



## 数据说明

- 易观干帆“A3”算法升级说明：易观干帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观干帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：
  - 1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”；
  - 2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等；
  - 3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。



# 目录

## CONTENTS

- 01  | 中国在线民宿市场发展概览
- 02  | 中国在线民宿平台洞察
- 03  | 中国在线民宿房东洞察
- 04  | 中国在线民宿产品洞察
- 05  | 中国在线民宿房客洞察
- 06  | 中国在线民宿市场发展趋势研判

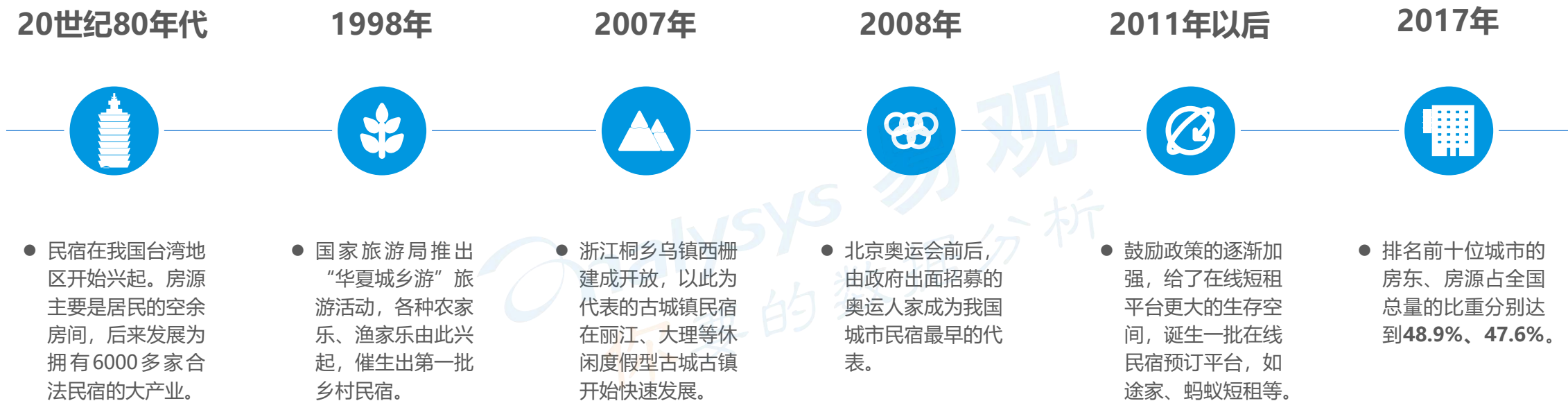
# PART 1

## 中国在线民宿市场发展概览

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 我国民宿业态起源于乡村，蓬勃于城市



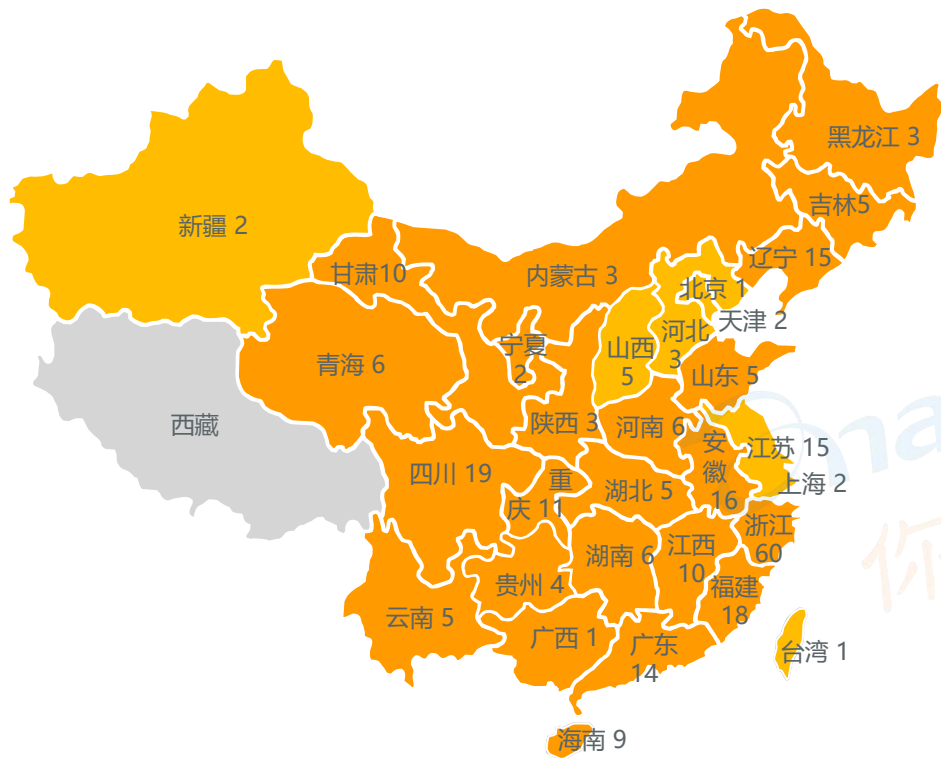
## 乡村民宿将民宿业态引入，城市民宿成为了民宿业态发展的主要动力

我国民宿业态由90年代的乡村民宿开始，经过奥运会对城市民宿的启蒙，在政策对于民宿业态的支持力度逐渐加强的大环境下，城市民宿快速发展，超越乡村民宿成为民宿的主要业态。

截至2017年，据国家信息中心统计，排名前十位城市的房东、房源占全国总量的比重分别达到48.9%、47.6%，城市已经成为了民宿的主阵地。



# 民宿行业政策密集出台，但地方政策的差异化推升了民宿平台的拓展成本



2017-2018年关于民宿发展的国家级相关政策与文件		
2017年2月	中央一号文件	《中共中央、国务院关于深入推进农业供给侧结构性改革加快培育农业农村发展新动能的若干意见》大力发展乡村旅游与休闲农业。
2017年5月	住房和城乡建设部	《住房租赁和销售管理条例(征求意见稿)》
2017年7月	国家发展改革委	《关于促进分享经济发展的指导性意见》
2017年8月	国土资源部	《利用集体建设用地建设租赁住房试点方案》
2017年10月	国家旅游局	《旅游民宿基本要求与评价》(LB/T 065-2017) 成为首个国家级行业标准。
2018年3月	国务院	《关于促进全域旅游发展的指导意见》明确提出城乡居民可以利用自有住宅依法从事民宿等旅游经营。

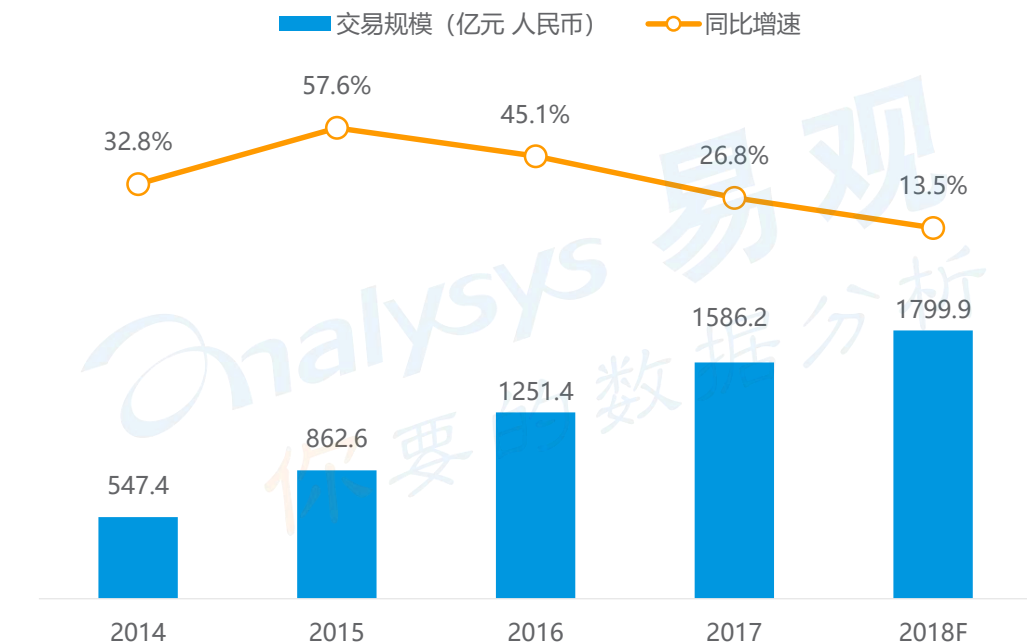
## 民宿行业相关政策与文件密集出台，但地方政策的差异化提高了民宿平台的拓展成本

截至2018年2月1日，全国已有267个关于民宿的规范和标准等文件出台。其中已有23个省、市、自治区出台民宿扶持政策。法规与标准的密集出台表明了对民宿发展的支持态度和行业标准化的引导。

但在国家行业标准基础之上，由地方制定的落地政策却存在差异。这种差异化让民宿平台需要加大各地业务拓展的资源投入，从而推升了民宿平台的拓展成本。现阶段来看，这将成为民宿行业快速发展的主要制约因素之一。

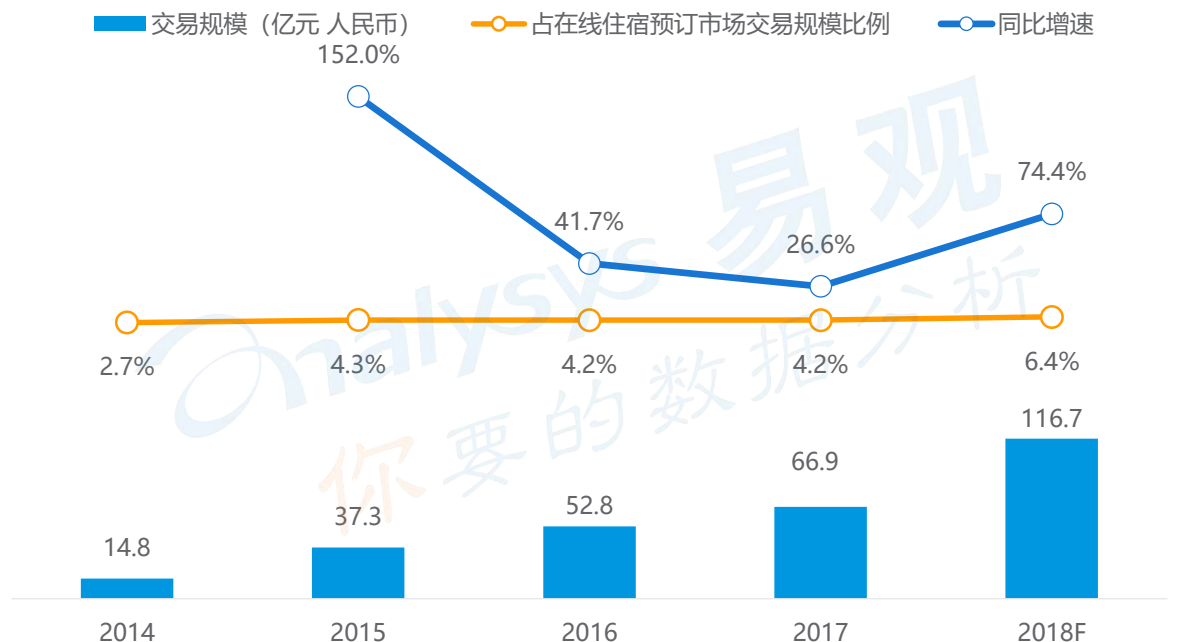
# 在线民宿市场规模持续高速增长，占在线住宿比重逐年提升，已成为越来越重要的住宿业态

## 中国在线住宿市场交易规模及预测



© Analysys 易观

## 中国在线民宿市场交易规模及预测



www.analysys.cn

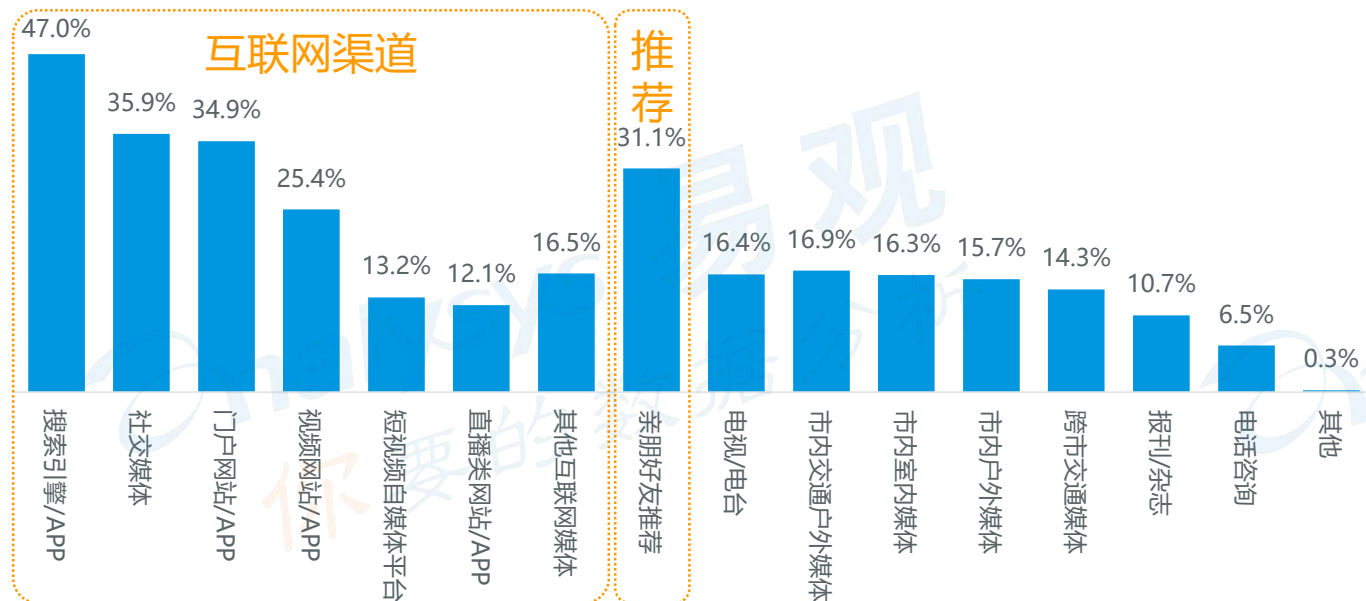
## 在线民宿市场交易规模持续高增长，占在线住宿市场比例不断攀升，成为重要的住宿业态

2017年中国在线住宿市场交易规模达到1586.2亿元人民币，同比增长26.8%，仍然保持了较高的增速，显示出旺盛的住宿需求。

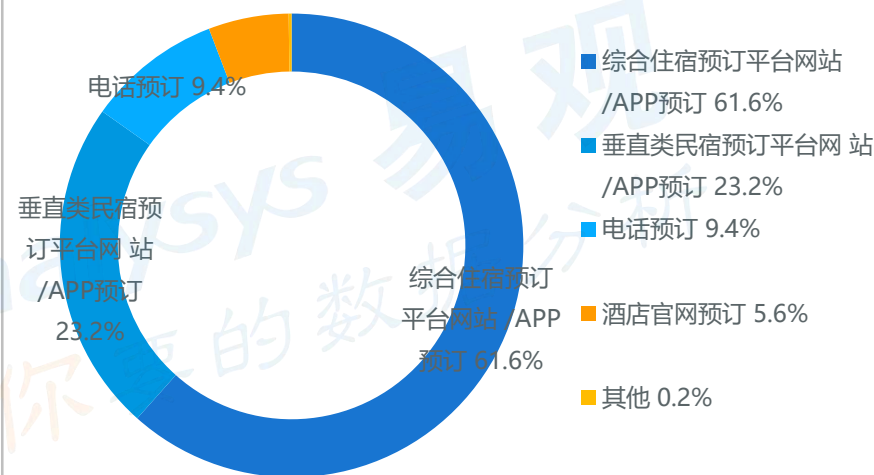
中国在线民宿市场交易规模在2017年达到66.9亿元人民币，同比增长26.6%，占在线住宿市场交易规模的比例也由2014年的2.7%上升到2017年的4.2%。说明了在线民宿已经成为了重要的住宿业态。

# 用户住宿消费行为的线上迁移有利于在线民宿的发展

## 用户了解住宿信息的渠道情况



## 用户预订住宿的渠道情况



© Analysys 易观 · 民宿品牌及消费者U&A调研报告

www.analysys.cn

## 用户主要依靠互联网渠道来获取住宿信息和预订住宿，住宿预订行为的线上迁移有利于民宿的发展

在用户在住宿信息的获取和预订的行为中，用户主要依靠互联网渠道来获取信息。其中通过搜索引擎/App方式获取住宿信息的人群有47%，亲朋好友推荐占31.1%。

在预订住宿的渠道中，通过综合住宿预订平台网站/App和垂直类民宿平台网站App的人数占比分别达到61.6%和23.2%。互联网渠道成为了住宿预订的主要渠道。



# 民宿类慢综艺助力在线民宿市场的参与者初期教育

## 对房客：

- 民宿类慢综艺的热播为短租平台笼络了大批付费能力和忠诚度“双高”的用户。



## 对产品：

- 《亲爱的·客栈》中的刘涛住过的房间，价位已经飙升至每晚近3000元；
- 节目播出后给泸沽湖的环湖客栈带来了超过30%的流量增长。

## 对房东：

- 民宿类慢综艺，不仅对房客进行了短租民宿的教育，同时也吸引了大批转做房东的人群。

## 对平台：

- 途家赞助浙江卫视《漂亮的房子》；
- 小猪短租接连赞助江苏卫视《三个院子》、湖南卫视《向往的生活》和浙江卫视《高能少年团》。

## “民宿”搜索热度情况



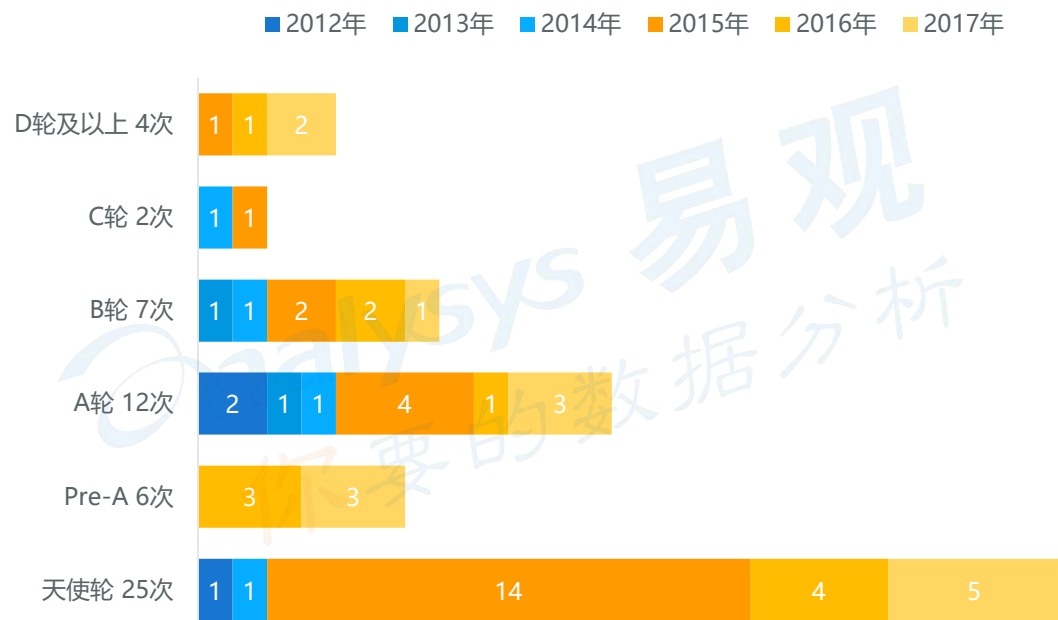
## 民宿类慢综艺的热播，对民宿市场参与者进行了初期教育，提升了民宿的热度

2017年下半年，《青春旅社》《亲爱的·客栈》《漂亮的房子》《三个院子》等民宿类慢综艺从生活方式、社交空间、文化传统、建筑美学等维度诠释了短租民宿的概念，提升观众对民宿的接纳度和好感度。

更重要的是这类节目的热播，从用户、产品和平台厂商方面对民宿市场的种子用户、产品形象和厂商营销发挥了积极作用。比如，积累了想体验的房客和想参与的房东、改变了民宿产品的低端形象、增加了厂商的曝光等。从“民宿”搜索热度来看，从2017年至今，在民宿类慢综艺热播期，“民宿”关键词搜索热度持续升高。

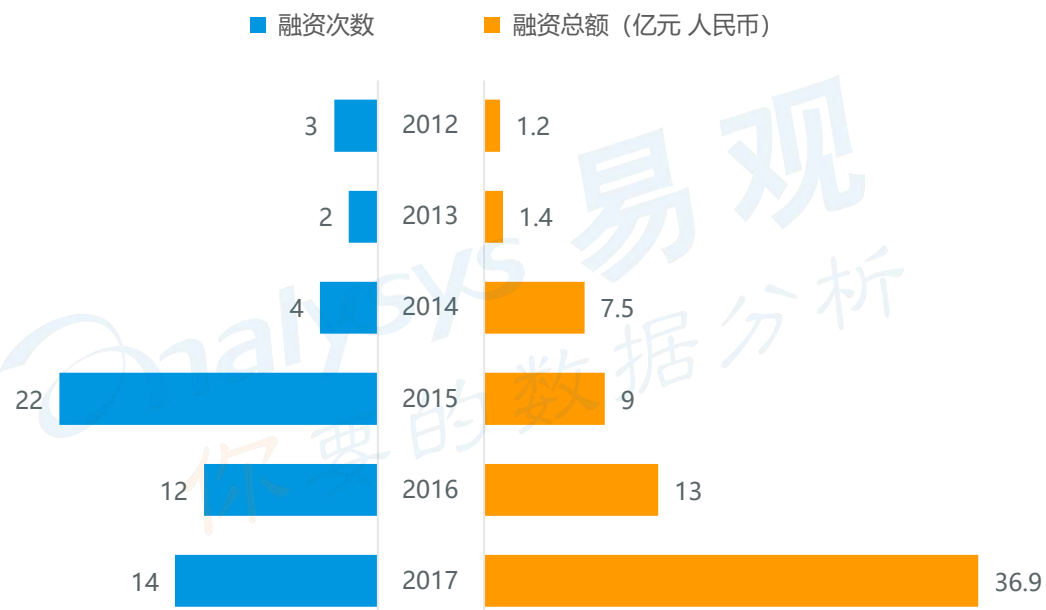
# 资本介入民宿预订行业的热情持续高涨，行业开始出现领跑者

## 2012-2017年在线民宿预订融资轮次情况



© Analysys 易观 · 36Kr

## 在线民宿预订融资总额及次数情况



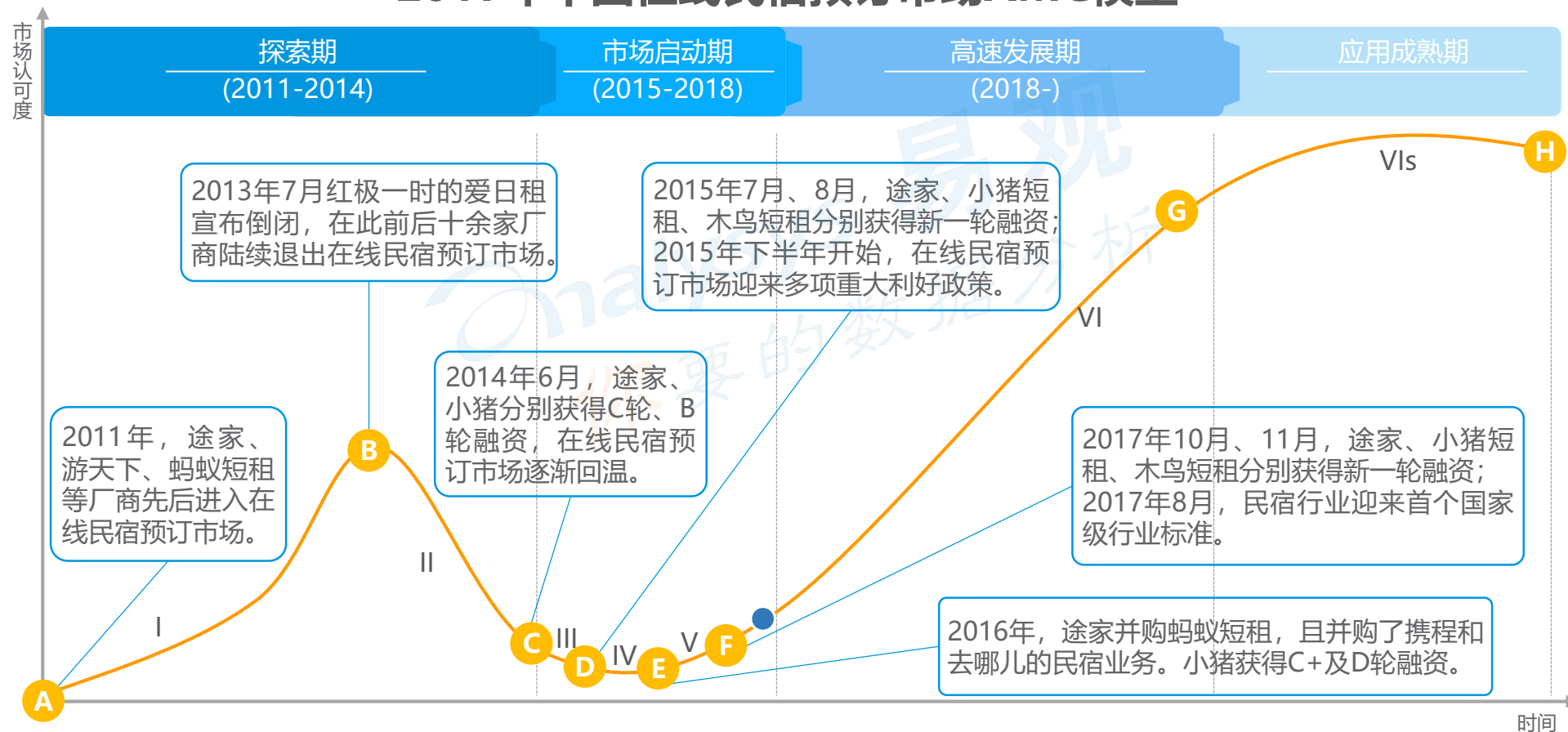
www.analysys.cn

## 民宿预订行业开始出现领跑者，资本介入持续爆发式增长

2015年是民宿行业融资频次高峰，达到22次。之后虽然开始回落但仍维持较高水平，融资总额也呈爆发式增长。2017年融资总额超过前三年之和，达到36.9亿元人民币。这种变化反映出民宿预订经过几年发展，民宿洗牌后开始出现领跑者。而资本的积极介入更是提升了领跑者的竞争资源。其中，两家融资轮次过E轮的企业，途家、小猪估值均超过10亿美元。

# 从发展阶段来看，在线民宿预订市场仍处于高速发展期

## 2017年中国在线民宿预订市场AMC模型





# 从产业链来看，在线民宿预订市场产业链不断完善

## 房源供应



## 分销平台



## 辅助



# 在线民宿预订平台通过服务标准化降低房东经营门槛

- 途家鼓励拥有优质房源的房东参加各类活动，以换取价格补贴和流量推荐，还可免除部分服务费。
- 途家推出途家优选、Airbnb推出“Plus”房源。

优质房源激励

新人房东扶持

- 途家为新房东提供培训和流量扶持，协助安装智能门锁等配套设施，安排专业摄影师为房东拍摄房源照片，24小时客服热线咨询提问；
- Airbnb通过“社区导师计划”为新房东提供手把手的指导。

- 途家、蚂蚁短租、小猪等平台都将人脸识别技术投入运用。其中，途家还将识别结果、身份信息、公安系统信息三方匹配验证。

房客身份验证

在线民宿平台赋能房东运营

房源管理系统

- 途家为房东提供PMS系统，进行多渠道房态、收益管理；
- 蚂蚁短租推出“房东微店”小程序以实现朋友圈直接展示房源，在线沟通和交易。

- 蚂蚁保洁承诺保洁后的房源可达到四星级以上酒店的卫生水平；
- 小猪提供定制的“房间复原”服务。

标准化保洁

房源托管服务

- 途家提供的“一键托管”服务；
- 蚂蚁短租孵化的有家民宿创新经营模式，推出全程托管；
- Airbnb允许房东设置房屋管家，协理打理房源、接待房客。

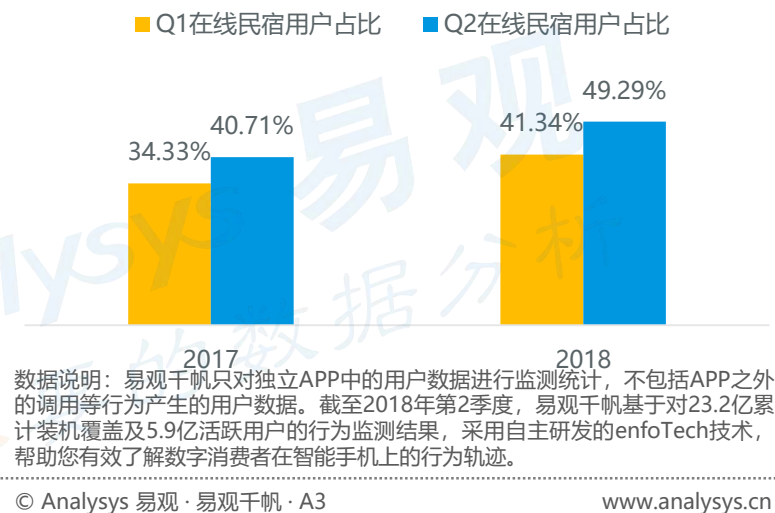
## 在线民宿预订平台全方位赋能房东，服务标准化降低房东经营门槛

在线民宿预订平台推出品类齐全的房东服务，以弥补房东专业性和服务能力的不足，降低了房东经营民宿的门槛。比如，品质较高、服务较好的房源会被打上推荐标签，并得到平台的优先展示；平台要求房客预先提供身份证件来进行身份验证；平台提供标准化的保洁托管服务和布草租赁服务、民宿运营帮扶、多平台房源管理系统等；房东可将自己的房源交由平台及第三方个人或公司托管等。

# 新技术的应用帮助在线民宿预订平台建立起与用户的信任体系



## 第一季度和第二季度在线民宿用户占在线住宿用户比例变化情况



## 技术革新助力在线民宿预订平台解决用户预期和安全问题，建立了与用户的信任体系

在线民宿预订平台通过技术手段管理用户预期与入住安全等问题。比如，VR/AR/短视频看房缩小了房客实际入住和预期的差距，缩短了用户决策时间；以智能门锁为核心的刷脸入住以及电表、水表、烟雾报警器的物联网技术的开发，提升了使用便捷度和安全性；途家推出的百米导航功能解决了民宿选址多位于小区，而现有地图导航不进小区的痛点；此外，区块链技术也积极介入民宿领域，期望解决房东房客之前的信任，降低交易成本。

新技术的应用解决了用户对于民宿产品的顾虑，在平台与用户间建立起了一个信任体系。根据易观千帆监测数据，2018年第一季度和第二季度的在线民宿用户占在线住宿用户的比例分别同比提高了6.38和7.95个百分点，分别达到40.71%、49.29%。



# 民宿经营还处于起步阶段，房东专业化程度较低，房客主要是休闲度假和商旅客群

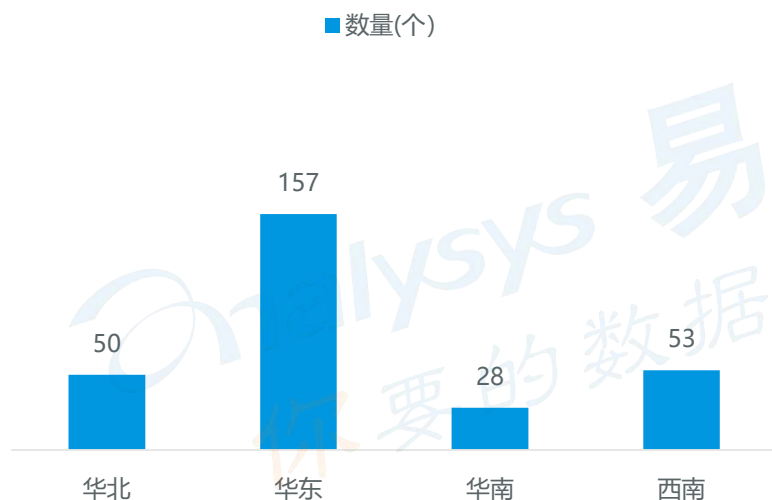


## 民宿房东经营时间短，房东经营经验较少，房客主要是休闲度假和商旅客群

互联网作为民宿房东与房客的主要交易渠道，房东依靠专业民宿预订平台来获客，房客通过互联网平台来获取信息以做交易决策。从房东端看，民宿房东多为兼职房东，带有“高学历”、“女性”、“80/90后”标签的房东居多，获客渠道较单一，主要依赖互联网。因此，从民宿房东专业化程度低、获客渠道单一的角度来看，民宿经营仍然处于起步阶段。从房客端看，休闲度假和商旅人群为主要用户，他们更喜欢品质生活，重视效率、安全和隐私。

# “民宿+”的发展丰富民宿产品维度，打造民宿独特体验

Airbnb体验服务国内分布情况



© Analysys 易观 · Airbnb官网

www.analysys.cn

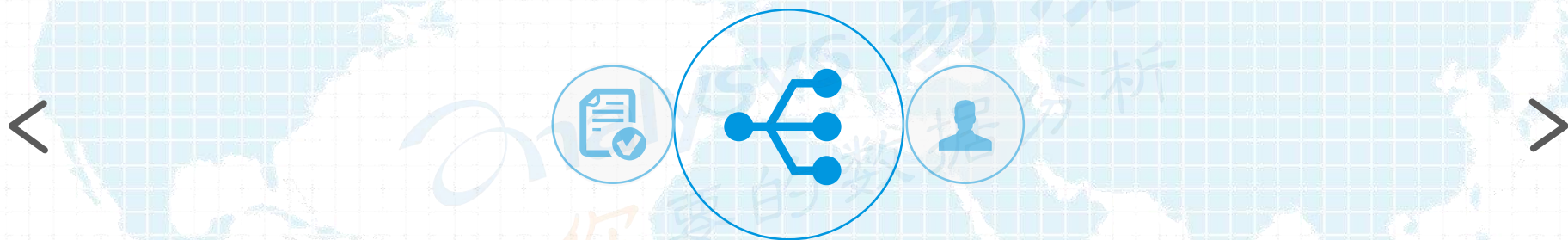


## 民宿产品引入在功能上开始向体验倾斜，引入活动，购物等业态，丰富了民宿的产品维度

民宿产品引入活动、购物等业态而形成了“民宿+”产品体系，在丰富了产品矩阵的同时提升了住宿体验。比如，Airbnb在国内推出的体验服务，目前在华北，华东，华南，西南共推出288个体验点，其中华东最多，有157个；斯维登集团也在开展乡村民宿产业链业务时，也推出农产销售。

这些民宿+产品线的扩充，一方面增加了民宿产品的场景，另一方面也将民宿更加重体验的特点展现出来。

## PART 2



### 中国在线民宿平台洞察

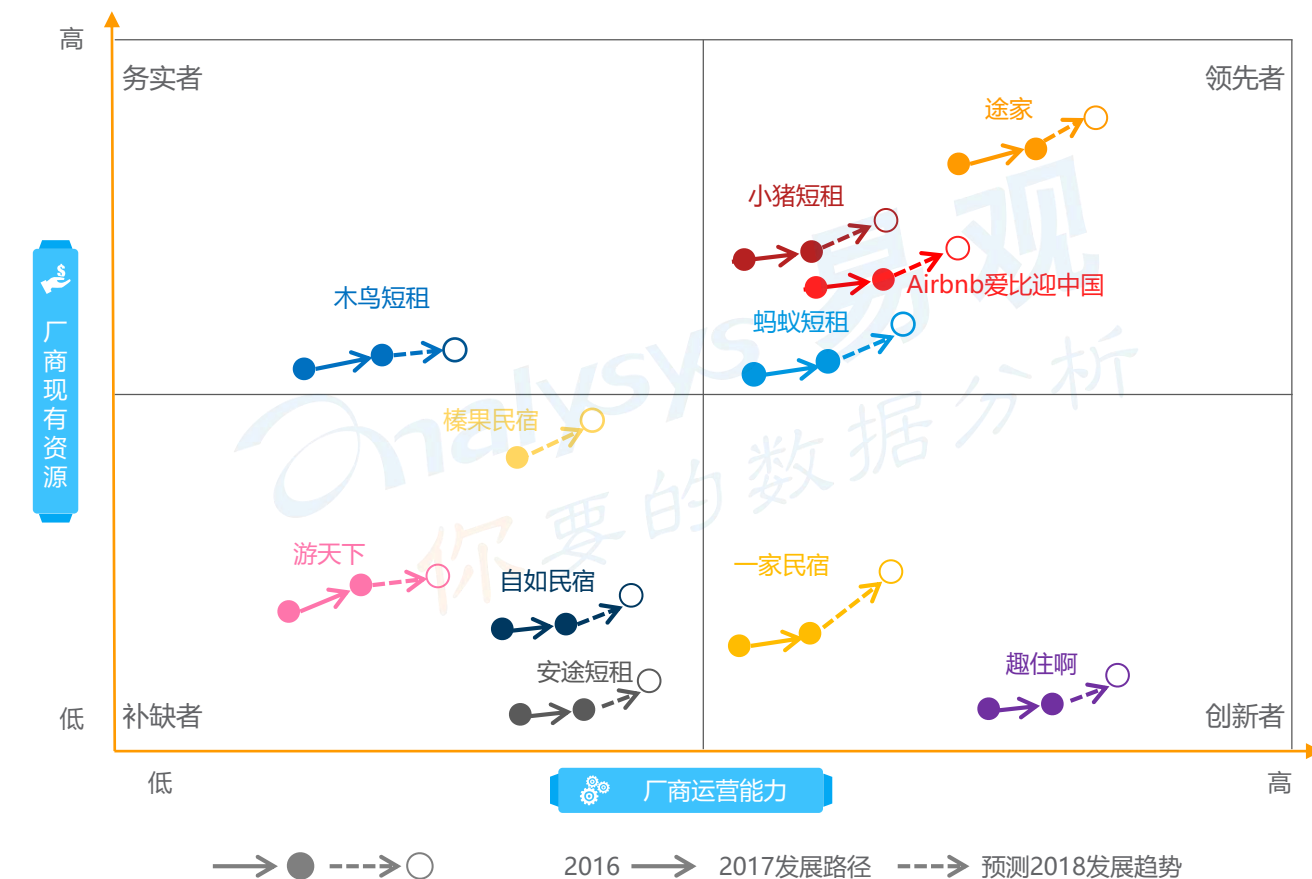
© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



# 中国在线民宿预订市场厂商实力矩阵

## 2017年中国在线民宿预订市场厂商实力矩阵



实力矩阵是从厂商的运营能力和厂商的产品现有资源两个维度来呈现厂商市场表现和市场格局的分析模型。

**纵轴**——厂商现有资源包括收入规模、用户规模等指标。

**横轴**——产品运营能力包括商业模式、产品研发等指标。

**领先者象限：**途家、小猪短租市场现有资源领先，用户数较大，在商业模式和产品研发上具有较强的创新能力，属于领先者厂商；

**创新者象限：**一家民宿等厂商市场份额较小，但商业模式新颖，属于创新者厂商；

**务实者象限：**木鸟短租占有一定市场份额，但在商业模式、产品研发等方面创新能力较弱，属于务实者厂商；

**补缺者象限：**榛果民宿、游天下等市场份额较低，属于补缺者厂商。

# 途家：精细化运营、产品技术创新作为驱动力的电商平台

120万套房源、覆盖国内400个目的地，海外1037个目的地

86%

个人房东  
(专职/兼职)

14%

集团/公司房东  
(分散式房源代理商)

通过多种服务、合作模式来赋能房东，提高房东经营能力和盈利水平

## 房东合作模块

RBO (Run By Owner)

个人房源自主经营

RBA (Run By Agency)

分散式房源代理经营

## 房东服务模块

标准化服务

- 布草洗涤
- 保洁

经营能力提升

- 途掌柜托管
- 线下房东沙龙、培训

一站式管理系统

- 途家、蚂蚁短租、携程、艺龙、去哪儿、58赶集、微信酒店和芝麻信用库存共享
- 商家一键管理，降低获客成本，优化经营

安全保障

- 经营指导
- 商业保险、押金
- 公安系统、智能监控

丰富选择  
稳定供应



tujia 途家

旅途中的家

## 2017第三季度至2018年第二季度 途家App月活跃用户数量变化



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2018年第2季度，易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果，采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观 · 易观千帆 · A3

www.analysys.cn

保障用户权益，提升入住体验

## 房客服务模块

信息获取

- 房屋实拍
- VR看房

决策辅助

- 标准化流程
- 安全门锁
- 途家优选

入住体验

- 安伴智能门锁：实现刷脸入住和身份校验、入住信息与公安系统联网
- 标准化的布草洗涤、用品塑封
- 全方位7\*24人工服务

# Airbnb爱比迎中国：瞄准中国出境旅游市场的全球化在线民宿预订平台

500万+房源，覆盖191个国家/地区

个人房东  
(专职/兼职)

通过房东保障和在线社区，提升房东经营能力和黏性

## 房东服务模块

### 安全保障

- 房东保障金计划
- 房东保障险
- 烟雾和一氧化碳报警器

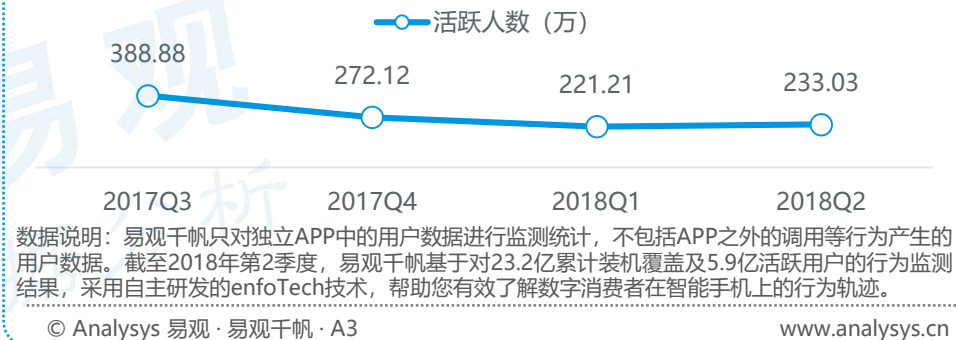
### 经营能力提升

- 待客技巧
- 全天24小时支持
- 由经验丰富的房东组成的在线社区供您提出问题，分享成功之道。

夯实全球化  
在线民宿预订交易基础



## 2017第三季度至2018年第二季度 AirbnbApp月活跃用户数量变化



注重隐私、安全以强化用户体验，建立信任感

## 房客服务模块

### 信息获取

- 安全消息工具

### 决策辅助

- 爱比迎体验活动
- 爱比迎社区

### 入住体验

- 从交流、到预订再到付款，爱比迎全程保障信息与资金安全
- 11种语言的全天候服务

# 小猪短租：专注C2C模式的在线民宿预订平台

42万套房源、覆盖全球650多个城市

个人房东  
(专职/兼职)

- 通过标准化的服务、平台流量赋能房东经营
- 通过保险产品保障房东财产

## 房东服务模块

- 标准化服务**
  - 保洁服务
  - 房东结算统计系统
- 线下管理**
  - 线下营销推广活动
- 房东财产保障**
  - 众安在线家庭财产综合险
- 线上运营**
  - 免费发布房源
  - 免费平台推广
  - “小猪管家”半托管

通过丰富的库存给用户更多的选择



## 2017第三季度至2018年第二季度 小猪App月活跃用户数量变化



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2018年第2季度，易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果，采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

保证房源真实和房客安全，增强用户信任感

## 房客服务模块

- 房源保证**
  - 实拍
  - 实地验真
  - 保证入住
  - 商务发票
- 决策辅助**
  - 地图搜索
  - 评价体系
  - 与房东在线沟通
- 安全保障**
  - 实名认证、平台交易担保
  - 芝麻满600分的用户可享受指定房源免押金入住
  - 无忧入住”房客保障计划
  - 房客保险
  - 智能门锁



# 榛果民宿：赋能民宿主品牌建设，让年轻人住的不一样

## 房东合作模块

### 2017年美团App月活跃用户数量变化

流量赋能



数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2018年第2季度，易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果，采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

## 房东服务模块

榛果管家

- 标准化、专业化的保洁服务
- 保洁人员20岁到30岁的年轻人占比60%以上

星空计划

- 品牌民宿in计划：邀请品牌民宿入驻，同时为民宿房东提供品牌助力
- 营销工具：帮助房东提高及改善营销及运营能力
- 供应链支持：向房东提供榛果管家服务和金融服务
- 房东直销：为房东自营提供平台支持

赋能房东，  
打造民宿特色品牌

6万房东、国内房源24万套，覆盖城市200+

自有或租赁几套至几十套的民宿经营者

提供多样化的、有特色的民宿

女白领、女学生

76%

30岁以下用户

73%

女性用户

保障用户权益，提升入住体验

## 房客服务模块

个性化产品

产品矩阵

- 《荒野行动》、《第五人格》、《请回答1998》等主题房

- 主题IP房
- TOP民宿
- 优选民宿
- 乡村民宿

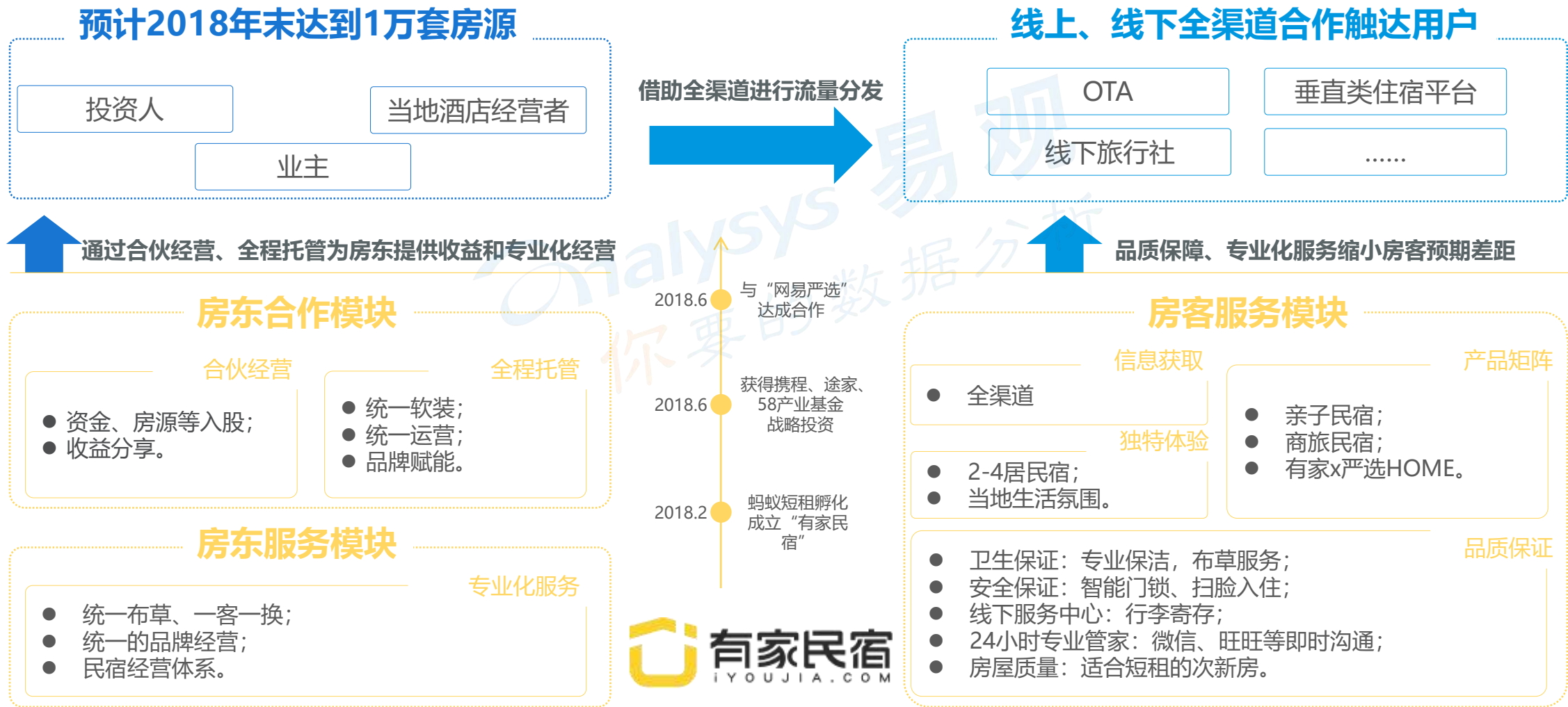
入住保障

- 准入机制，接入公安的追踪犯罪系统
- 标准化保洁保障卫生
- 房客入住保障及房客保险



- 2018.6 间夜量同比增长16倍
- 2017.4 榛果民宿品牌成立 App上线。

# 有家民宿：运用酒店运营思维打造创新的中高端民宿连锁品牌



# PART 3



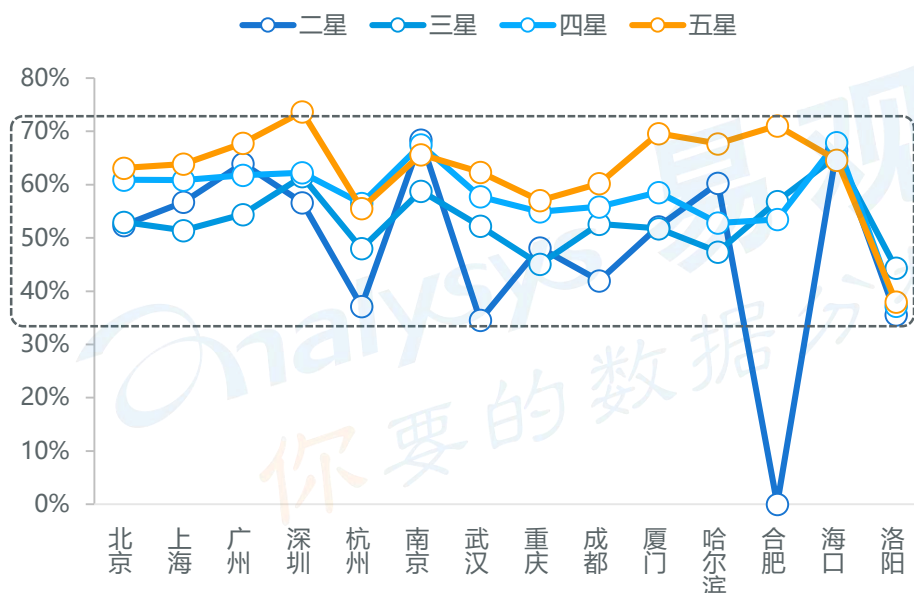
## 中国在线民宿房东洞察

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 民宿比星级酒店更受欢迎，房东收入高

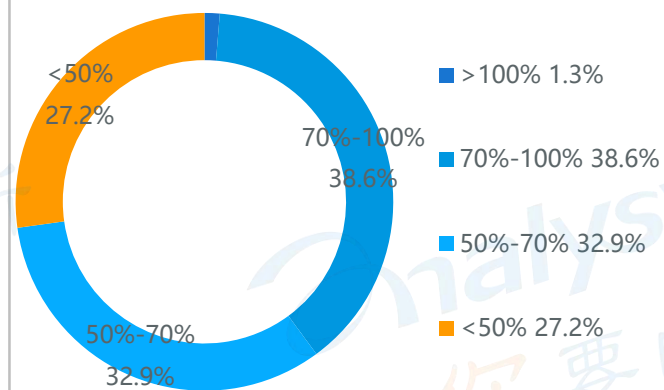
## 2018年第一季度各城市星级酒店平均出租率



© Analysys 易观 · 中华人民共和国文化和旅游部

www.analysys.cn

## 民宿入住率情况



数据说明：数据采取房东访谈的调研方式获得，调研时间为2017年7月，总样本量为544。

© Analysys 易观 · 途家

www.analysys.cn

## 在线民宿房东年收入情况



© Analysys 易观 · 国家信息中心

www.analysys.cn

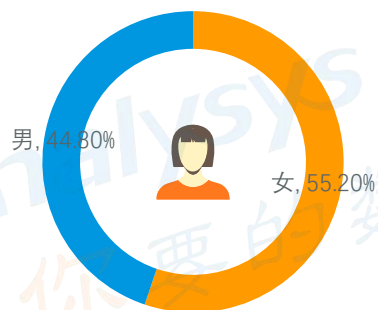
## 民宿入住率高于星级酒店平均水平，帮助房东获得高于社会平均工资的收入

2018年第一季度全国主要城市平均出租率在35%-75%之间。而71.5%的房东的民宿入住率在50%-100%之间。这种高于星级酒店的入住率水平保证了房东能够获得高于全国城镇非私营单位就业人员的平均工资。其中，职业房东平均年收入22万元人民币，兼职房东年收入也有9万元人民，远高于全国城镇非私营单位就业人员7.4万元人民币/年的收入。



# 在线民宿房东以80/90后、高学历女性、兼职居多

## 在线民宿预订房东女性多于男性

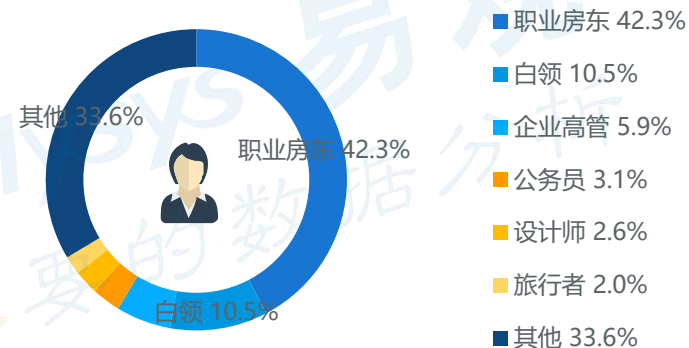


数据说明：数据采取房东访谈的调研方式获得，调研时间为2017年7月，总样本量为544。

© Analysys 易观·途家

www.analysys.cn

## 兼职房东占比57.7%，白领居多

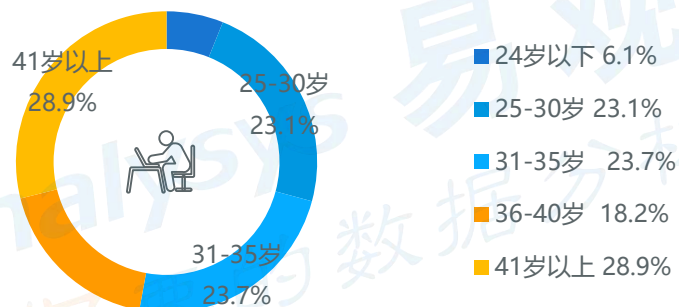


数据说明：数据采取房东访谈的调研方式获得，调研时间为2017年7月，总样本量为544。

© Analysys 易观·途家

www.analysys.cn

## 80/90后为主，合计占比46.8%

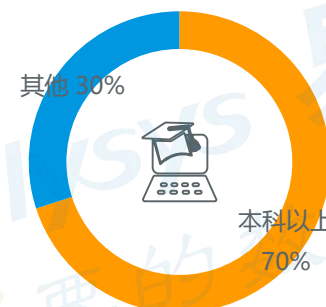


数据说明：数据采取房东访谈的调研方式获得，调研时间为2017年7月，总样本量为544。

© Analysys 易观·途家

www.analysys.cn

## 在线民宿预订房东本科以上占70%

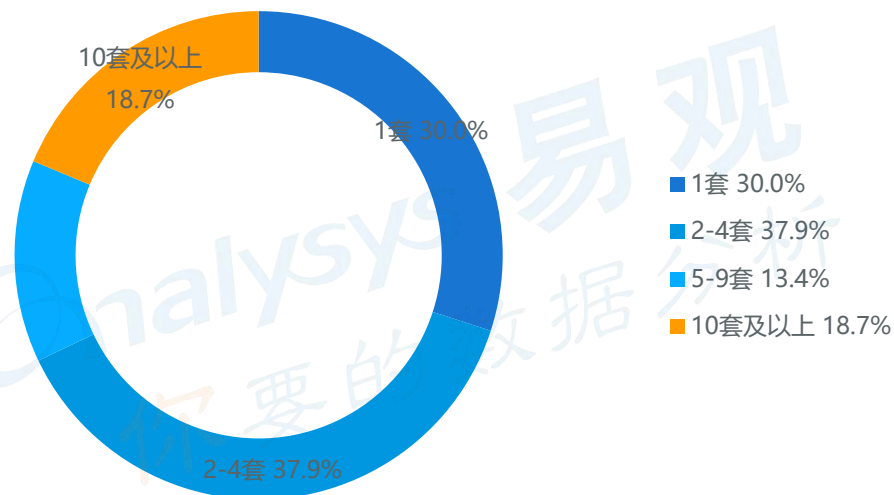


© Analysys 易观·国家信息中心

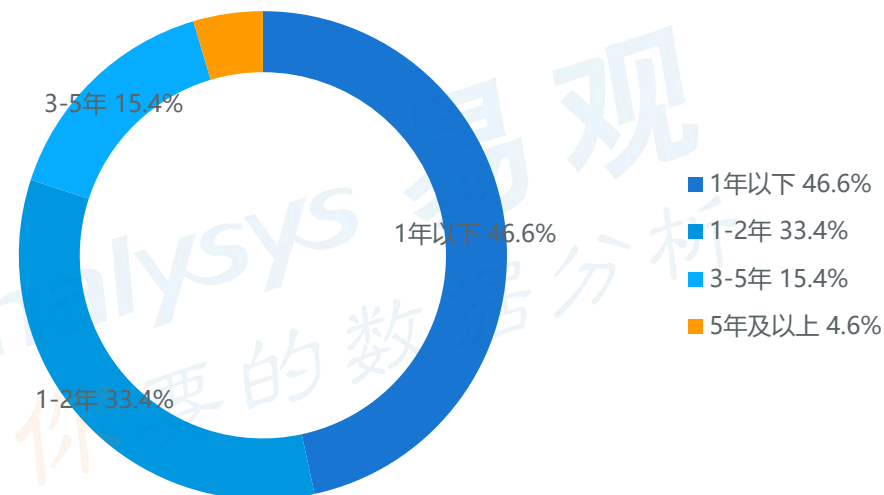
www.analysys.cn

# 房东民宿经营经验尚浅，经营时间多在两年内，房源5套以下

## 在线民宿房东经营房源数量情况



## 在线民宿房东经营时间情况



数据说明：数据采取房东访谈的调研方式获得，调研时间为2017年7月，总样本量为544。

© Analysys 易观 · 途家

www.analysys.cn

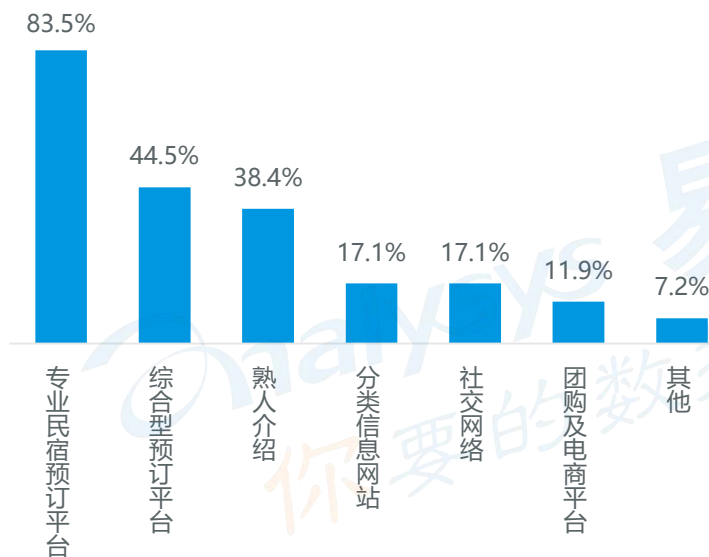
## 民宿房东经营5套以下房源着占比达到67.9%，经营时间在2年以内的占比高达80%

从经营房源数量来看，经营5套以下房源的房东居多，占比可达67.9%。其中2-4套的占比37.9%，1套的占比30.0%。可以看出，目前民宿房东多为小规模经营。

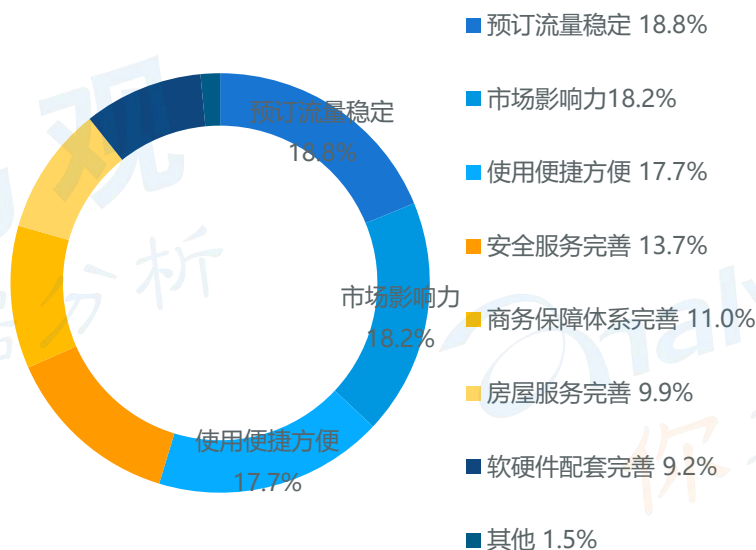
从房东经营时间来看，80%的房东经营时间不超过2年。其中1年以下的占比46.6%。这反映出房东经营民宿的经验尚浅。

# 房东营销手段欠缺，专业民宿预订平台主要获客渠道

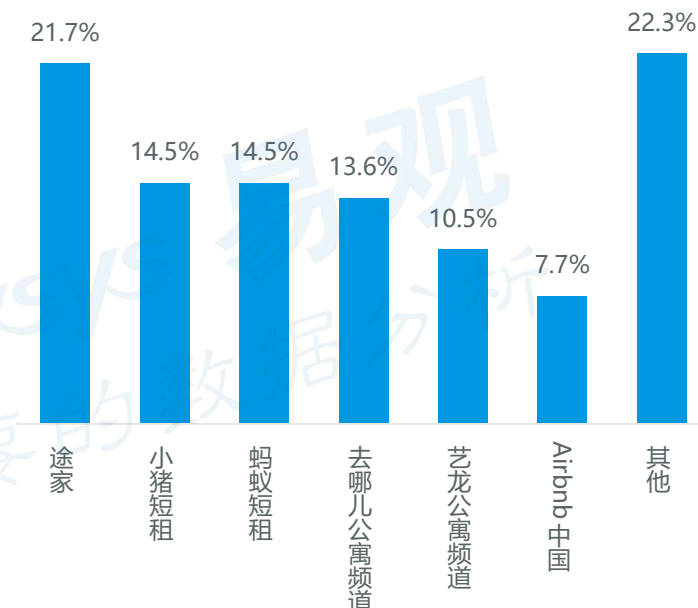
## 在线民宿房东获客渠道



## 在线民宿房东平台选择影响因素



## 在线民宿房东平台选择



数据说明：数据采取房东访谈的调研方式获得，调研时间为2017年7月，总样本量为544。

© Analysys 易观 · 途家

www.analysys.cn

## 专业民宿预订平台是房东主要获客渠道，房东主要依据流量、品牌和使用便捷度来选择平台

专业民宿预订平台获得83.5%的支持度，成为房东最主要的获客渠道，其次是综合预订平台和熟人介绍，分别占比44.5%、38.4%。可以看出，房东在营销方面的手段比较单一。

从平台的选择来看，预订流量稳定、市场影响力、使用便捷度分别以18.8%、18.2%和17.7%的占比成为最主要的影响因子。在目前的平台厂商中，途家以21.7%的支持率登顶，小猪，蚂蚁同样为14.5%并列二、三位。

# PART 4



## 中国在线民宿产品洞察

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



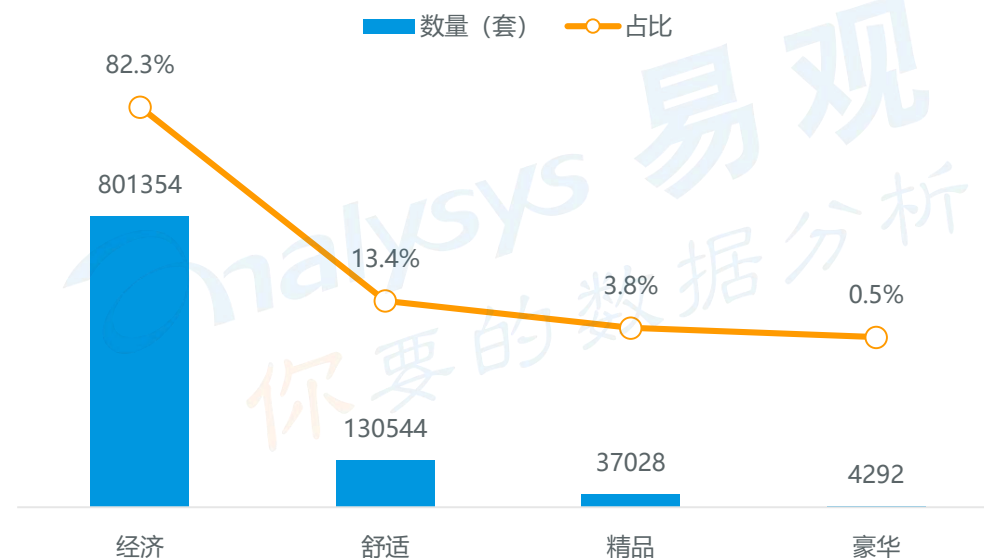
# 民宿产品具有多样性特点，以经济型房源为主



© Analysys 易观 · 途家官网 · 小猪官网 · Airbnb官网

www.analysys.cn

截至2018年8月途家平台国内房源  
按等级分房型数量情况



© Analysys 易观 · 途家

www.analysys.cn

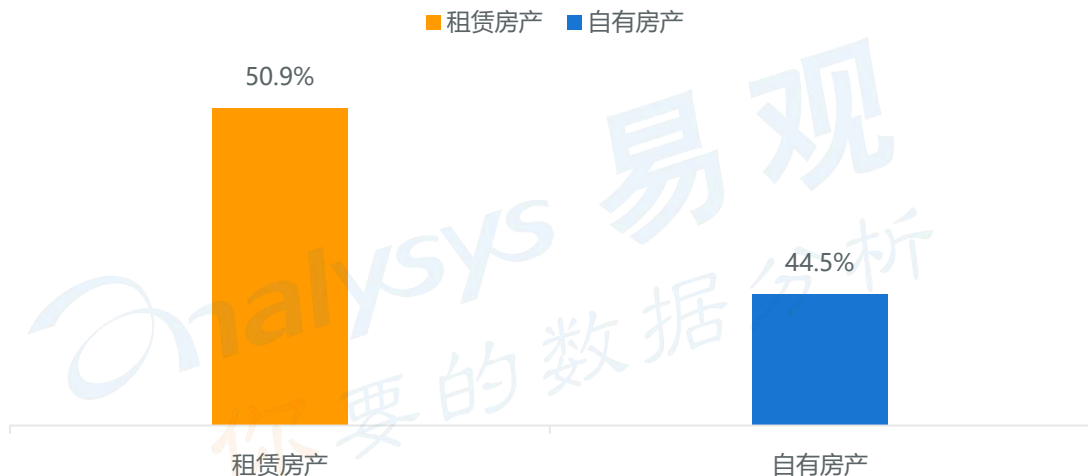
## 民宿房源具有多样性特点，经济型房源占比82.3%

从房源类型来看，根据建筑特点、材质等划分成别墅、公寓、农家乐、复式、客栈等。种类繁多，房源多样性好，有利于用户需求差异化的满足，但由于分类标准不统一，消费者无法辨别产品的综合品质。

根据途家的《民宿分级标准》，其平台上82.3%的产品属于经济房型，综合品质相当于二星及以下酒店。随着等级的升高，房型数量逐渐减少。其中，舒适、精品、豪华房型数量分别占13.4%、3.8%、0.5%。

# 民宿房源多靠租赁获得，通过自营、委托平台托管和合伙经营三种方式进行经营

## 在线民宿房东经营房源性质



数据说明：数据采取房东访谈的调研方式获得，调研时间为2017年7月，总样本量为544。

© Analysys 易观 · 途家

www.analysys.cn

## 在线民宿主要经营模式



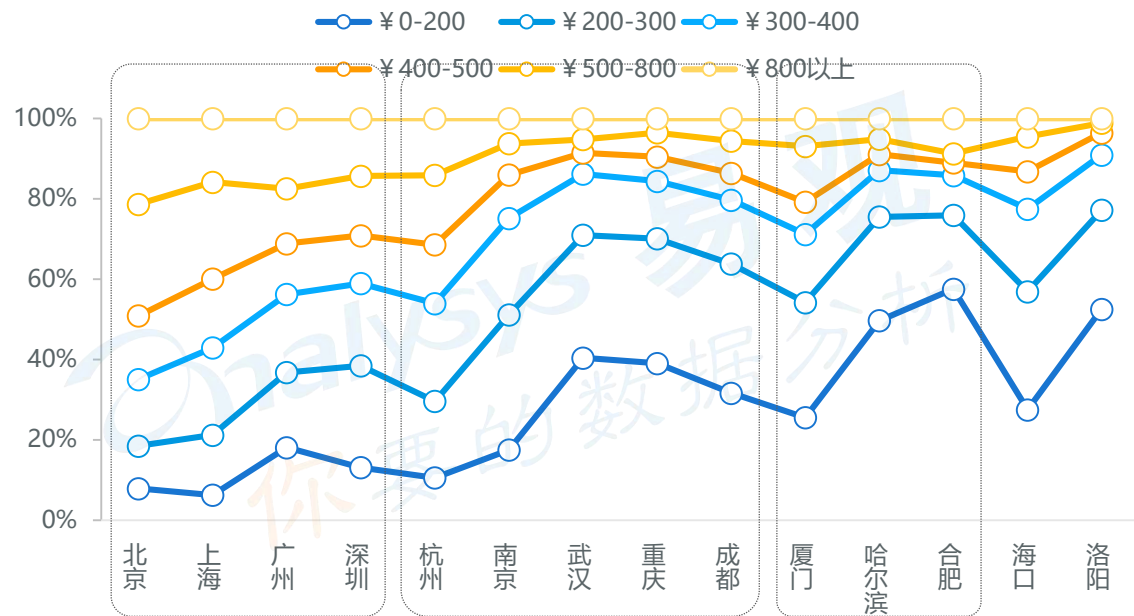
## 民宿房源有50.9%来自租赁房产，经营模式主要有三种：自营、委托平台托管和合伙经营

从房东经营的房源性质来看，有50.9%来自租赁房产，自有房产也达到44.5%。

从经营模式来看，在线平台通过多样化的经营模式来赋能房东：1) 自营分为平台自营和房东自营。平台自营指平台自建团队，从房源到运营全由平台负责。房东自营指房东负责房源和运营，平台可以提供经营支持和流量扶持以及标准化服务。2) 托管，主要指房东委托平台进行房源的管理，平台输出管理，获得管理费用。3) 合伙经营，指平台与房东合伙经营。房东可通过资金或者房源入股，平台提供全程运营管理，最后收益分成。

# 从民宿产品价格来看，与四星级以下酒店存在较强竞争

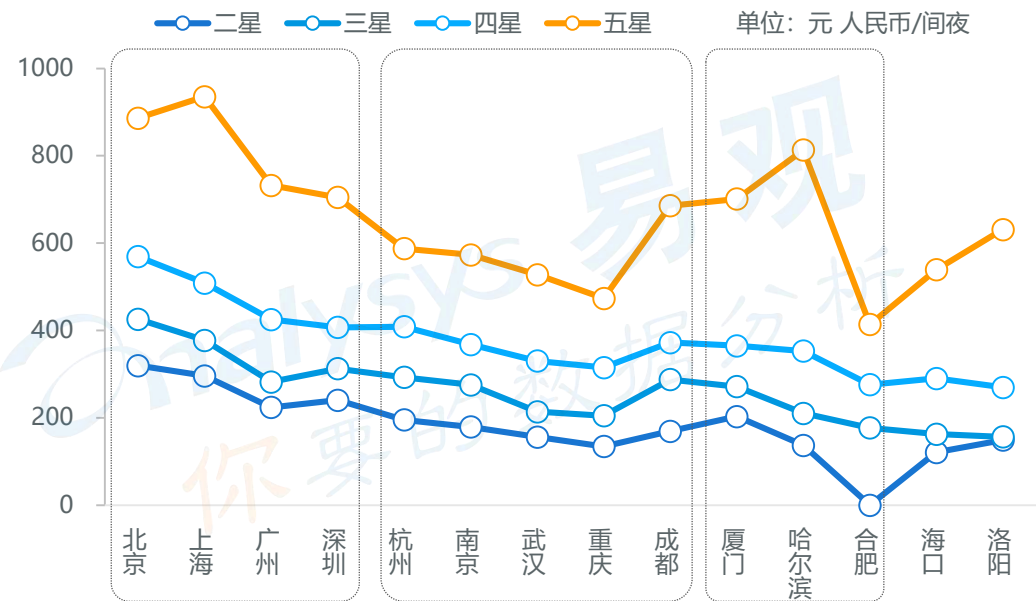
## 国内民宿分城市房价分布



© Analysys 易观·途家官网

www.analysys.cn

## 2018年第一季度各城市星级酒店平均房价



© Analysys 易观·中华人民共和国文化和旅游部

www.analysys.cn

## 从价格角度来看，民宿产品与四星级以下酒店存在较强竞争

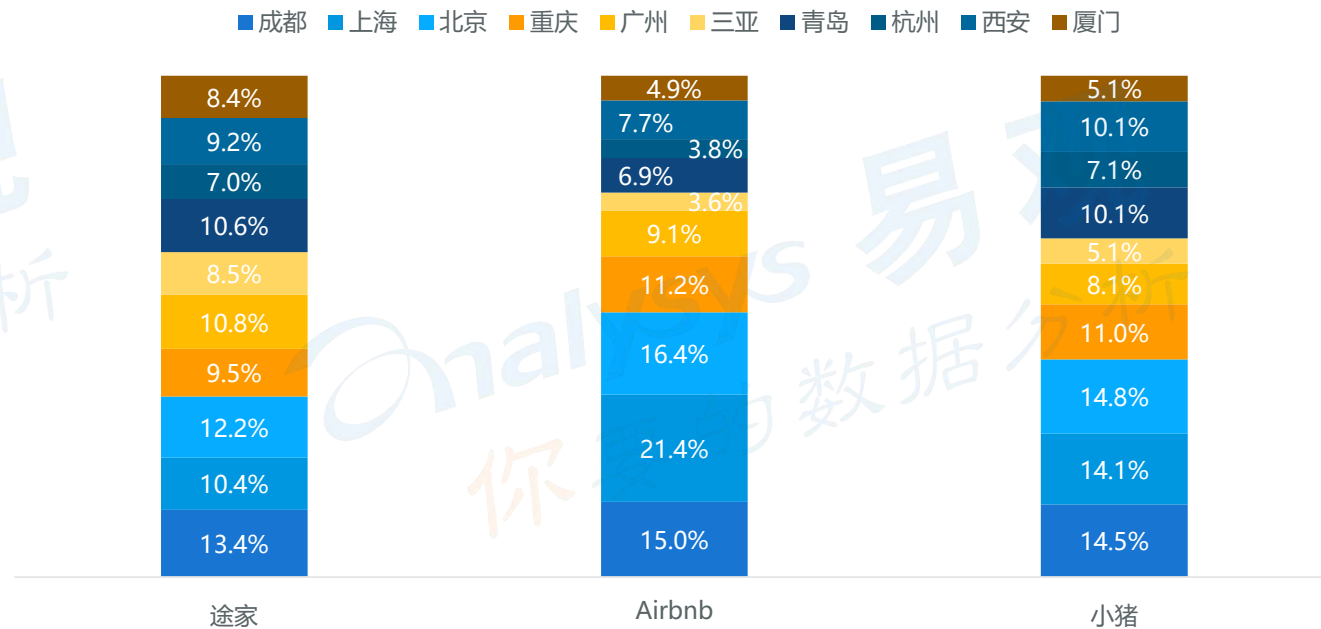
从2018年第一季度各城市星级酒店平均房价可以看出，同一星级酒店在不同城市的价格存在较大差异，高线城市住宿成本相对较高。同属住宿业的民宿也呈现相似趋势，比如北京、上海的民宿房源在¥500-800区间的最多，其他城市大多位于¥400以下区间，且随着线级城市的下沉，主流民宿价格逐渐走低。因此，从价格角度来看，民宿与当地四星级及以下酒店存在较强的竞争。同时也反映出民宿用户对于住宿价格的承受力较强。

# 从国内民宿房源分布与旅游目的地热度趋势一致

## 2017年入住民宿国内目的地TOP10

排名	国内城市
1	成都
2	上海
3	北京
4	重庆
5	广州
6	三亚
7	青岛
8	杭州
9	西安
10	厦门

## 2017年入住民宿国内目的地TOP10城市房源分布情况



© Analysys 易观 · 途家 · 小猪官网 · AirDNA

www.analysys.cn

## 从国内民宿入住目的地来看，旅游目的地热度越高的地方，房源分布越多

从国内民宿入住目的地来看，2017年入住民宿国内目的地TOP10的城市依次为成都、上海、北京、重庆、广州、三亚、青岛、杭州、西安和厦门。而途家，小猪和Airbnb在上述城市的房源分布也是与热度排名显现出一致的趋势。因此，旅游目的地热度和民宿房源的分布正相关，即目的地热度越高，民宿房源分布越多。

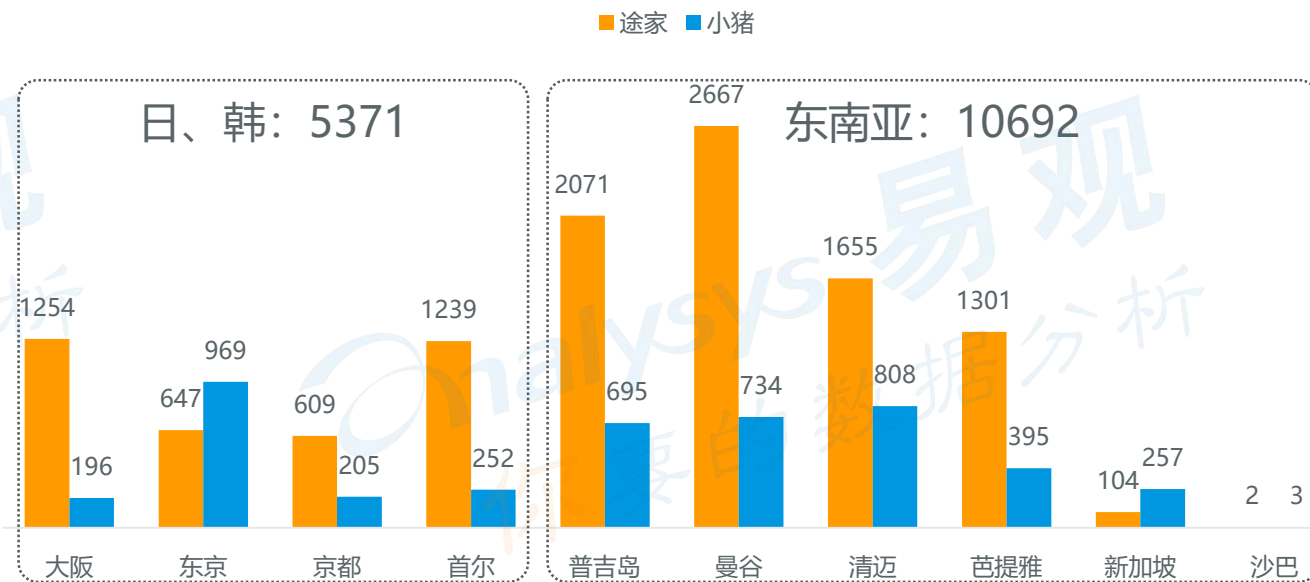


# 海外民宿房源分布与出国旅游目的地热度成正比

## 2017年入住民宿海外目的地TOP10

排名	海外城市
1	大阪
2	东京
3	京都
4	普吉岛
5	曼谷
6	清迈
7	芭提雅
8	首尔
9	新加坡
10	沙巴

## 2017年海外热门旅游城市民宿分布情况



© Analysys 易观·途家

www.analysys.cn

## 海外民宿入住目的地房源分布于出国旅游目的地热度成正比

据中国旅游研究院统计，2017年中国游客前10位目的地为泰国、日本、越南、韩国、美国、马来西亚、新加坡、印度尼西亚、俄罗斯和澳大利亚。2017年出国游的比例持续提升，占到出境游总数的33.3%。

而入住民宿海外目的地TOP10的区域全部位于东南亚、日、韩。与出国旅游目的地的热度完全一致，这与国内情况相似。即目的地旅游热度与民宿房源分布正相关。

# PART 5



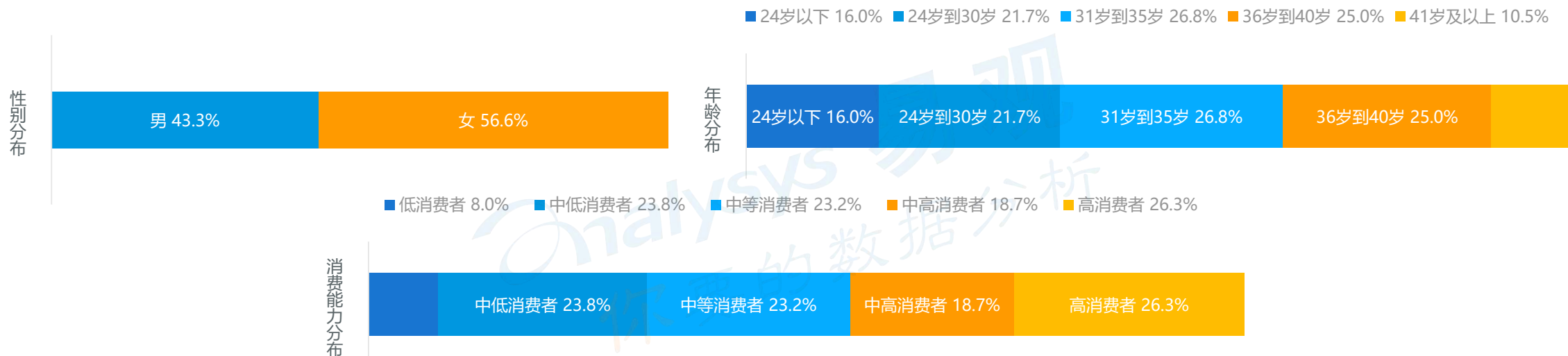
## 中国在线民宿房客洞察

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 在线民宿用户覆盖范围广，有广泛的用户基础

## 在线民宿用户属性



数据说明：数据选取易观千帆监测的6月垂直类在线民宿预订平台用户；易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2018年第2季度，易观千帆基于对23.2亿累计装机覆盖及5.9亿活跃用户的行为监测结果，采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

## 从性别、年龄和消费能力看，在线民宿用户覆盖范围广，具有用户基础广的特点

从性别来看，在线住宿用户女性用户占比56.6%，男性用户43.3%，女性用户稍多。

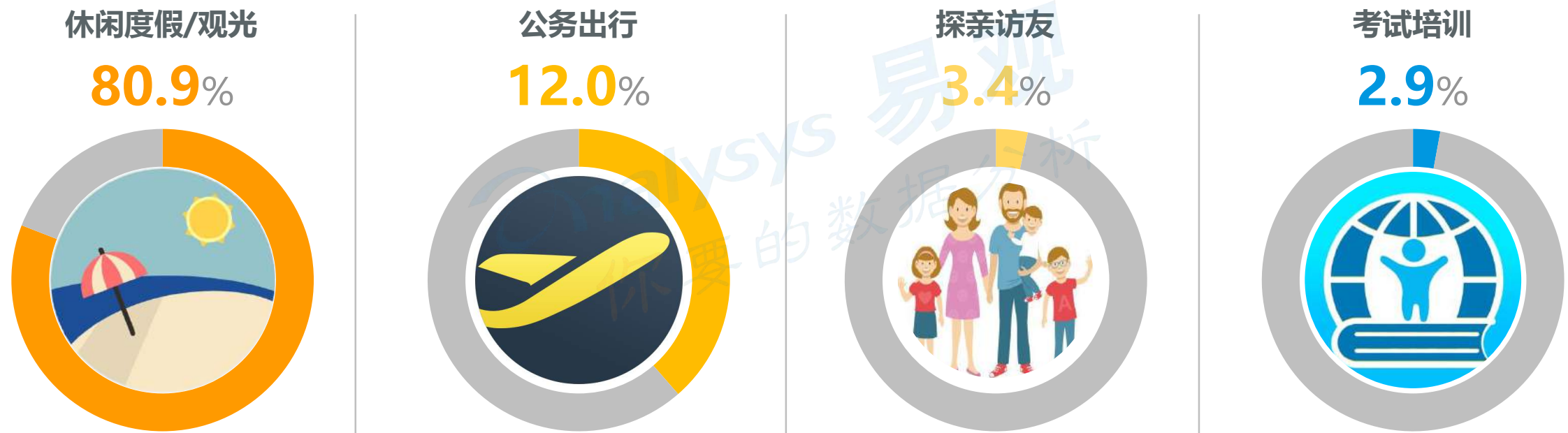
从年龄来看，24岁以下、24-30岁、31-35岁、36-40岁用户分别占比16.0%、21.7%、26.8%和25.0%，年龄层属于80/90后人群。

从消费能力来看，中低、中等、中高和高消费者占比分别为23.8%、23.3%、18.7%和26.3%，主要用户消费能力跨度较大。

可以看出，在线民宿用户覆盖全部80/90后，且性别和消费能力的无明显偏好。因此民宿产品具有普适性，具有广泛的用户基础。

# 在线民宿房客主要目的是休闲度假/观光与商旅

## 2017年游客出行目的调查情况



© Analysys 易观 · 民宿品牌及消费者U&A调研报告

www.analysys.cn

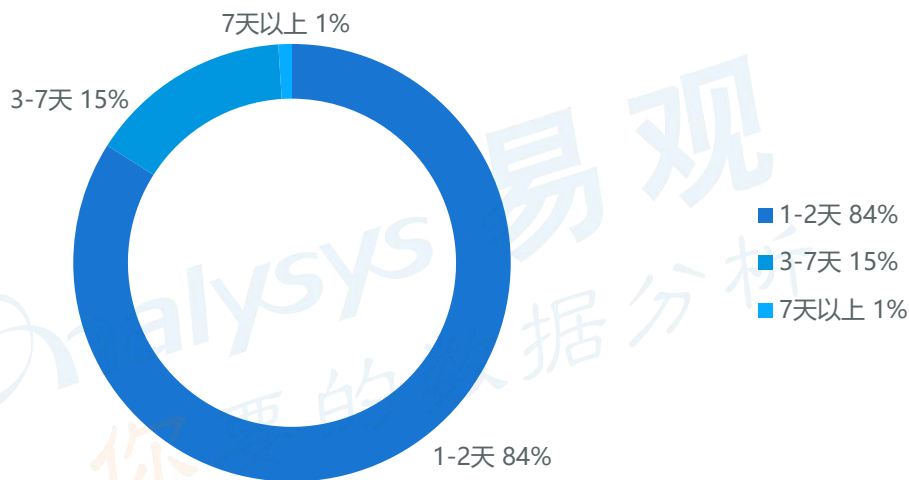
### 游客出行的主要目的仍为休闲度假/观光

2017年，游客出行的主要目的仍然是休闲度假/观光，占比高达80.9%。另外，公务出行也占到12.0%。因此，度假和商旅产品符合在线民宿用户的潜在住宿需求。

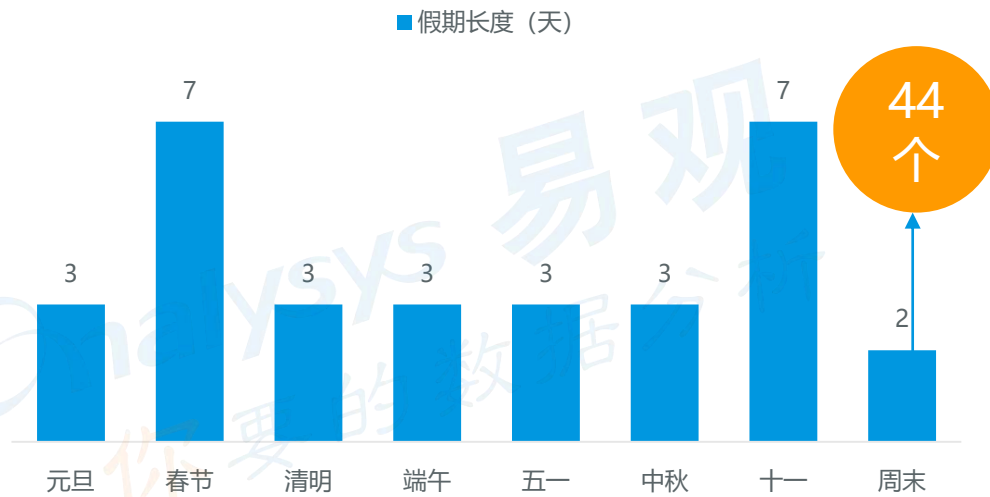


# 从出行天数维度看，周边游用户是在线民宿的重要目标客群

## 2017年在线民宿用户出行天数情况



## 2017年节假日情况



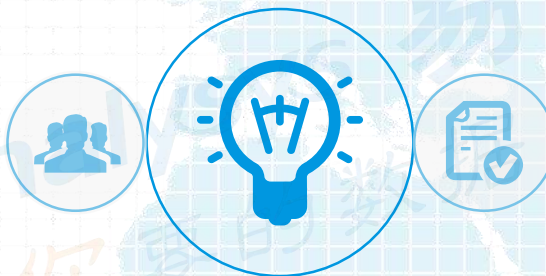
数据说明：统计的周末不包含与七大假日重合的周末。

## 从出行天数维度来看，在线民宿用户多出行1-2天，与周边游用户出行时间重合度高

2017年在线民宿用户出行天数有84%在1-2天。而从旅游方式来看，这与周边游出行的出行天数吻合。

根据我国节假日特点，3天以内的假期最多，周边游成为较高频的旅游方式。因此，周边游用户在出行时间上与在线民宿用户具有高吻合度，是在线民宿用户的目标客群。

# PART 6



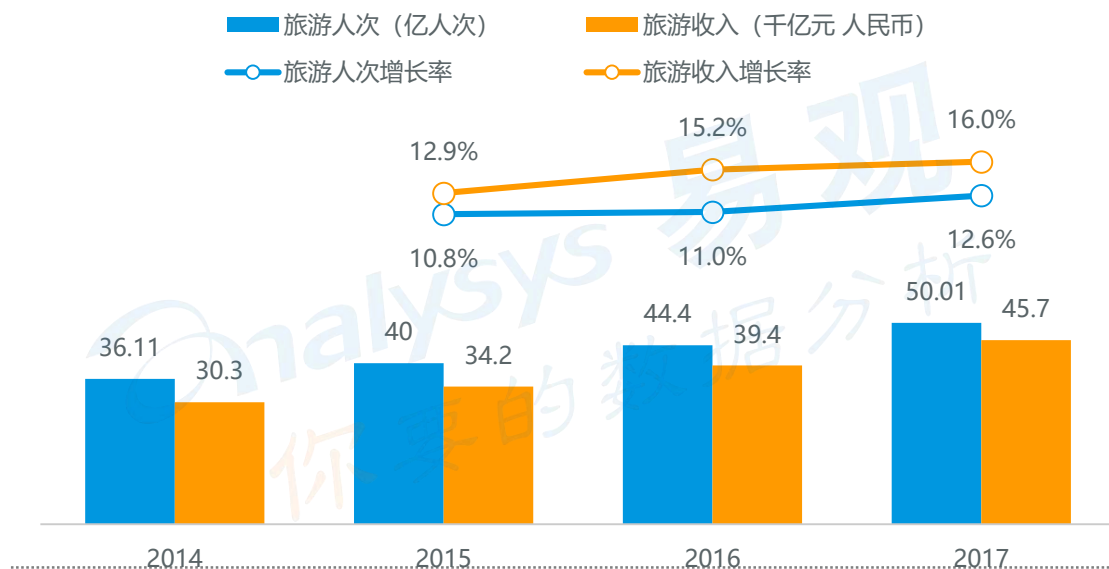
## 中国在线民宿市场发展趋势研判

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

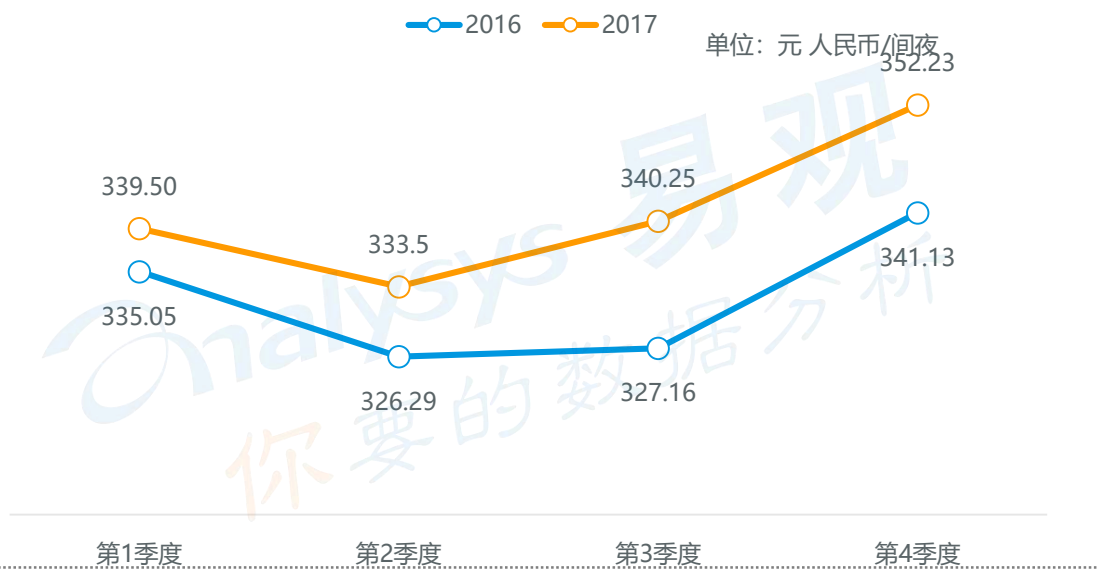
# 国内旅游的快速发展和住宿价格的攀升有利于在线民宿平台的发展

## 国内旅游情况



© Analysys 易观 · 中华人民共和国文化和旅游部

## 全国星级酒店各季度平均房价趋势



www.analysys.cn

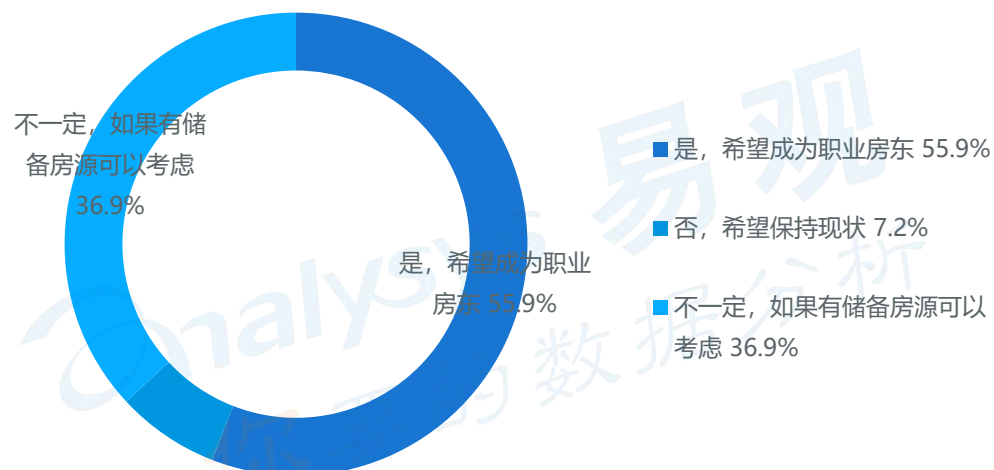
## 国内旅游人次和收入的快速增长、酒店房价的攀升有利于民宿用户规模和交易规模的扩大

由于旅游与民宿的强相关性，国内旅游的快速发展和住宿价格的攀升有利于民宿用户规模的扩大。截至2017年我国国内旅游人次达到50.01亿人次，收入4.57万亿元人民币。同比分别增长12.6%、16.0%。

从住宿价格来看，我国星级酒店2017年各季度酒店均价普遍高于2016年同期价格。住宿价格逐渐攀升的趋势下，民宿产品在相似的价格区间内，拥有比酒店更加生活化的配套和更大的空间，凸显出其性价比优势。这将直接利好民宿市场交易规模的进一步扩大。

# 民宿投资门槛的降低，将刺激民宿房东规模快速增长

## 民宿房东扩大经营范围意愿占比

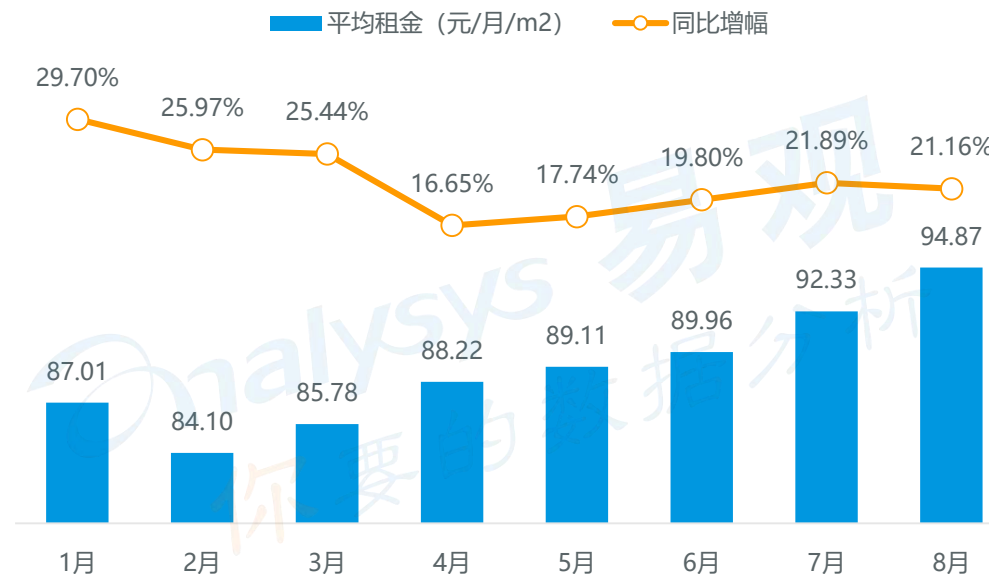


数据说明：数据采取房东访谈的调研方式获得，调研时间为2017年7月，总样本量为544。

© Analysys 易观·途家

www.analysys.cn

## 2018年1-8月北京市平均租金变化趋势



© Analysys 易观·中国房价行情网

www.analysys.cn

## 民宿投资门槛降低，将助推民宿房东规模的增长

从民宿房东扩大经营范围的意愿来看，表示希望成为职业房东的占比高达55.9%，表示不一定，如果有储备房源可以考虑的占比36.9%。因此，有92.8%的民宿房东都是潜在职业房东群体。

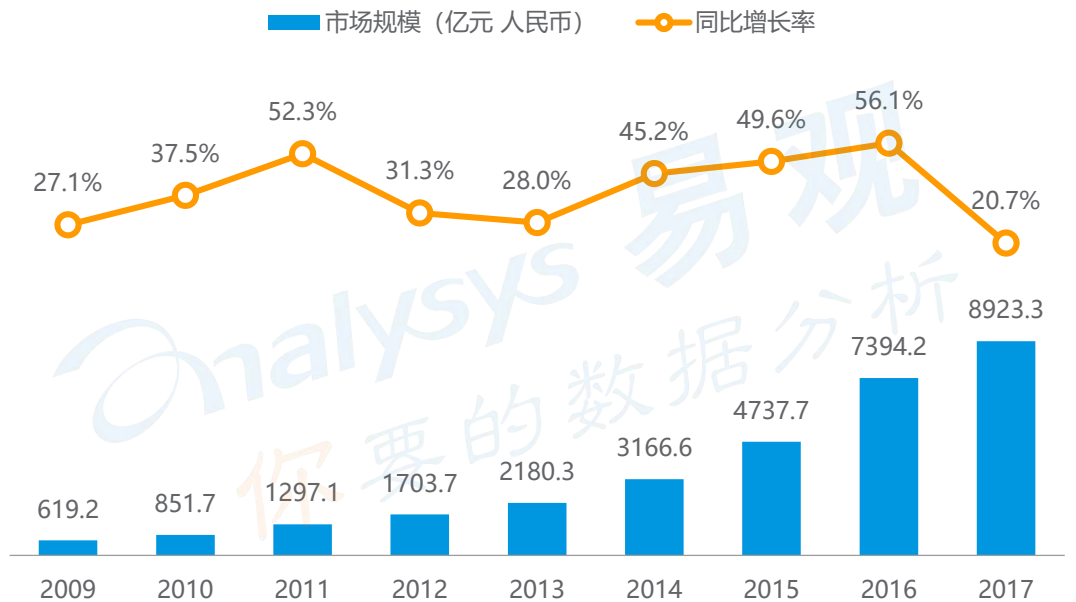
以北京为例，2018年1-8月平均租金呈逐渐上升趋势，以最高的8月为标准，投资一个100m²的房子做民宿，只需要9487元人民币的启动资金。这仅相当于2017年度北京市职工的月平均工资（8467元）的1.12倍。另外平台提供的经营支持和标准化服务，更是降低了经营的门槛。

因此，在高收益，低投入的驱动下，民宿房东，尤其是城市民宿房东，规模将快速增长。



# | 中、西部民宿房源数量将快速增长

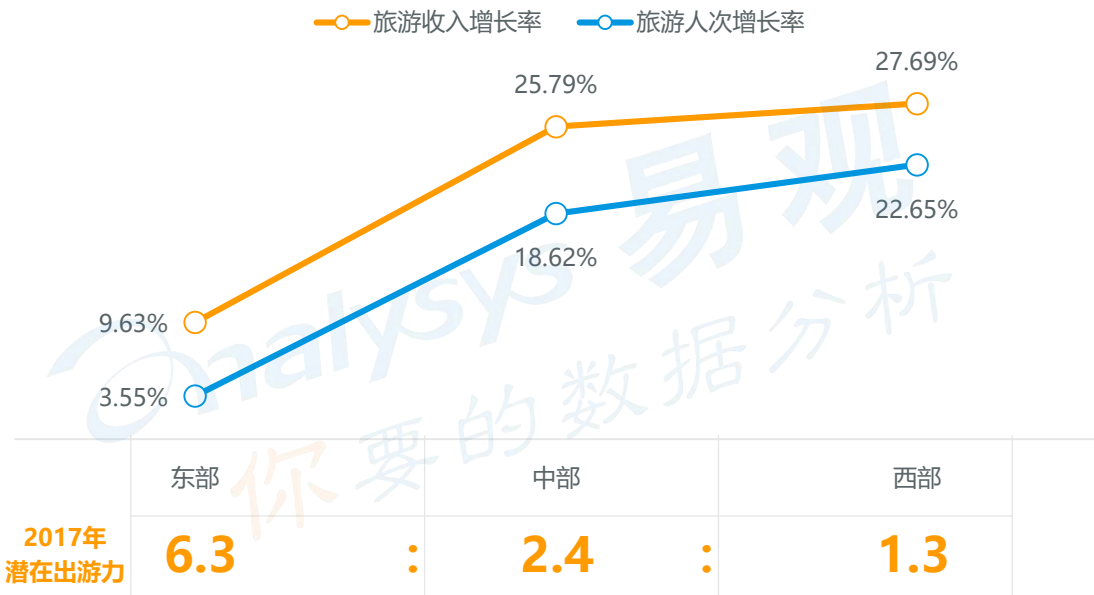
## 2009-2017中国在线旅游市场交易规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2017年区域旅游收入和旅游人次同比增速情况



© Analysys 易观 · 中华人民共和国文化和旅游部

www.analysys.cn

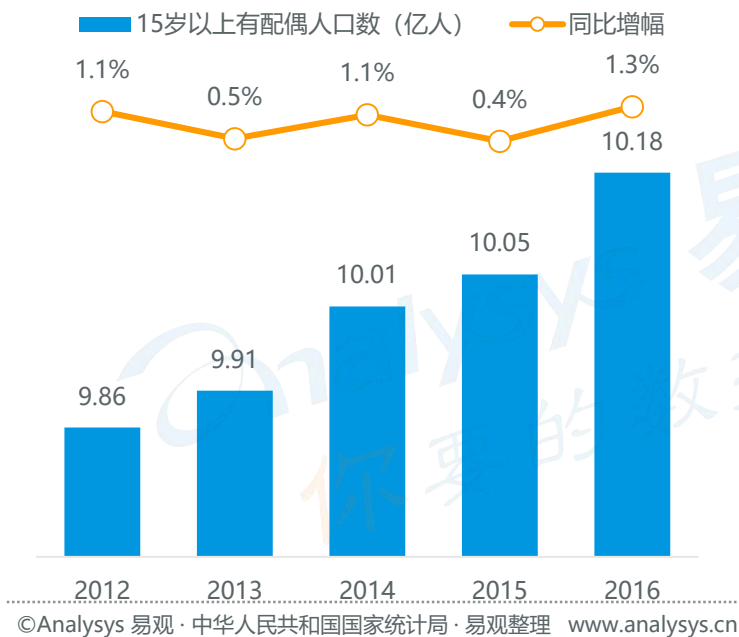
## 中、西部地区旅游业的快速发展将助推该区域的民宿房源规模

2017年中国在线旅游市场交易规模达到8923.3亿元人民币，同比增长20.7%。从区域来看，东、中、西部的潜在出游力在2017年为6.3:2.4:1.3。由于中、西部旅游收入和旅游人次的快速增长，这个比例较之前的7:2:1的分布格局更为均衡。

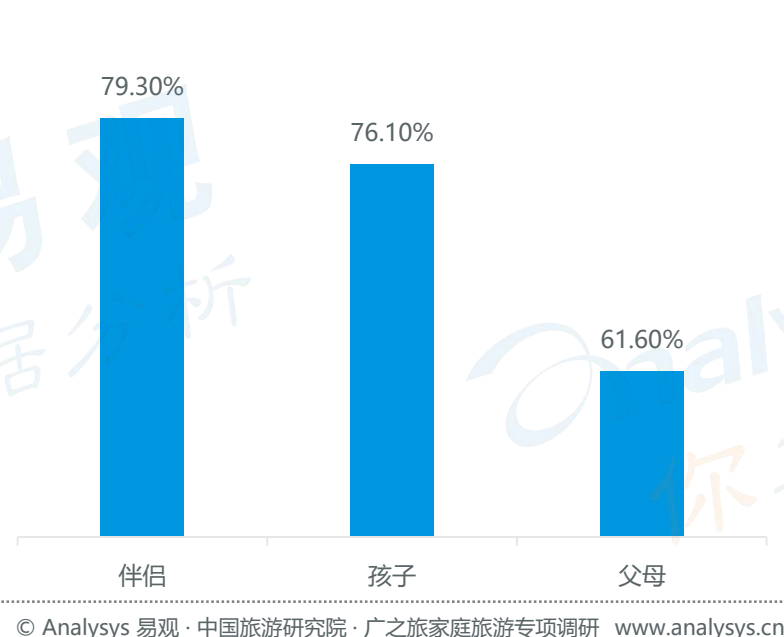
由于民宿与旅游的强相关性，随着中、西部旅游业的快速发展和出游力的逐渐释放，房源数量将在中、西部快速增长。

# 民宿房客中，家庭用户规模将逐渐扩大

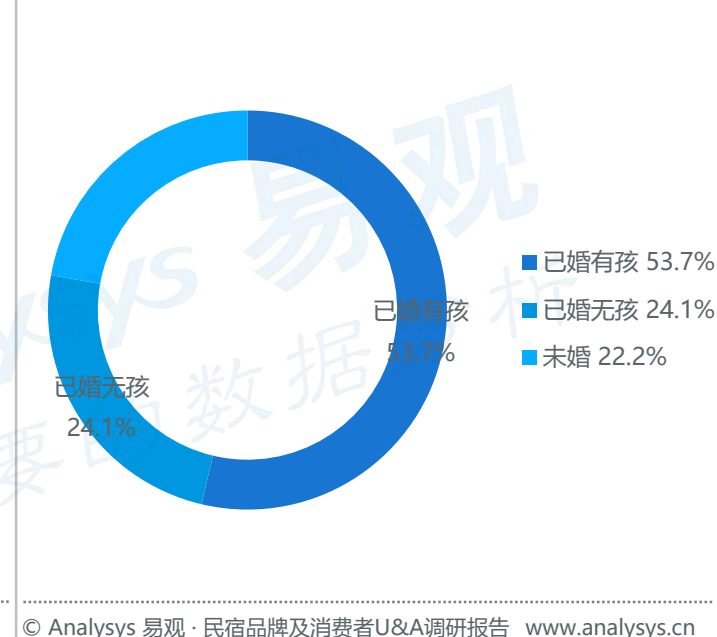
## 中国有配偶人口数量情况



## 旅游陪同人员选择偏好



## 民宿消费者家庭结构



## 民宿房客中，家庭用户规模将逐渐扩大

2012年到2017年中国有配偶人数逐年增多，到2017年末，中国有配偶人口数量达到10.18亿人，同比增长1.3%。说明中国家庭人口数量逐年增多。

从旅游角度来看，用户习惯与选择伴侣，孩子和父母陪伴出游。另外，民宿消费者的家庭结构中，已婚比例高达77.8%。其中，已婚有孩的比例也达到53.7%。因此，随着中国家庭出游数的增加，民宿用户中家庭用户规模将逐渐扩大。

# 数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像
- 易观标签云



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号