

中国高端酒店在线用户调研报告2015

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



数据来源及调研项目说明

数据来源

- ✓ 截止2015年第3季度易观千帆基于对4.3亿累计装机覆盖、9600+万移动终端嵌入及8500+万活跃用户的行为监测结果。
- ✓ 《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目调研反馈结果

项目说明

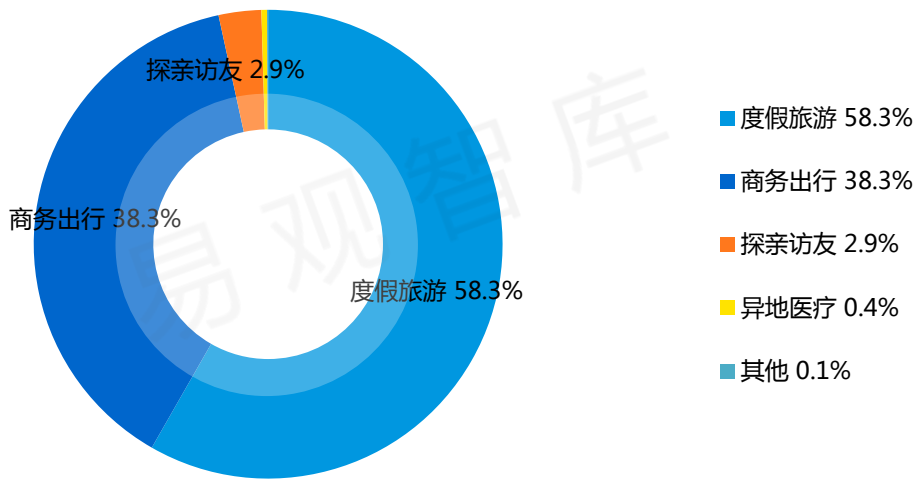
2015年11月易观智库发起《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，该项目是针对中国高端酒店在线用户酒店消费习惯的线上调研项目。

- ✓ 项目执行时间：2015年11月11日至2015年11月19日
- ✓ 项目执行方式：线上调研
- ✓ 项目访问对象：近三个月内通过互联网渠道预订过高端酒店的用户
- ✓ 有效样本数：1294份



线上预订环节

2015年中国高端酒店在线用户的主要出行理由



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294

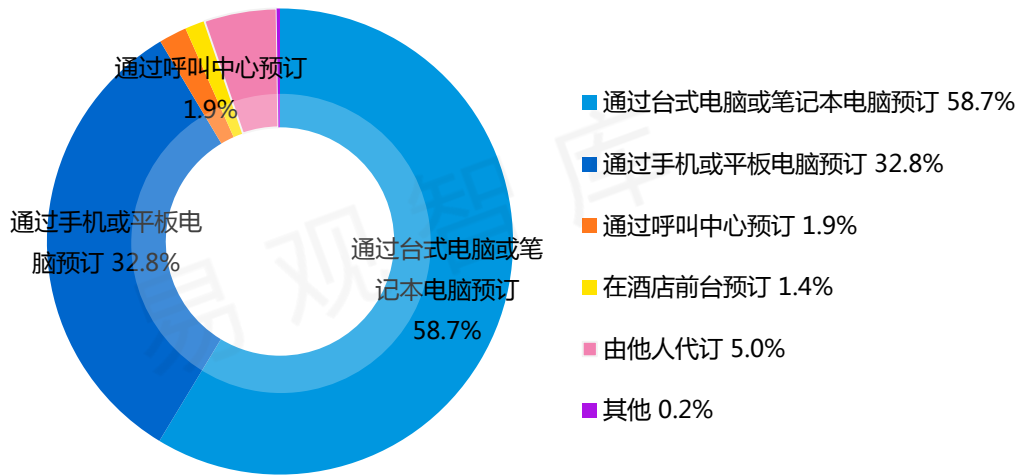
www.analysys.cn

✓ 度假旅游需求对高端酒店消费的驱动效应明显。

- 调研数据显示，度假旅游是高端酒店在线用户的主要出行理由，58.3%的用户是基于度假旅游需求在线预订高端酒店的；
- 其次，商务出行也是高端酒店用户出行的主要理由之一，占比达到38.3%。

用户对高端酒店的预订已充分实现在线化

2015年中国高端酒店在线用户使用的主要预订方式



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目, N=1294

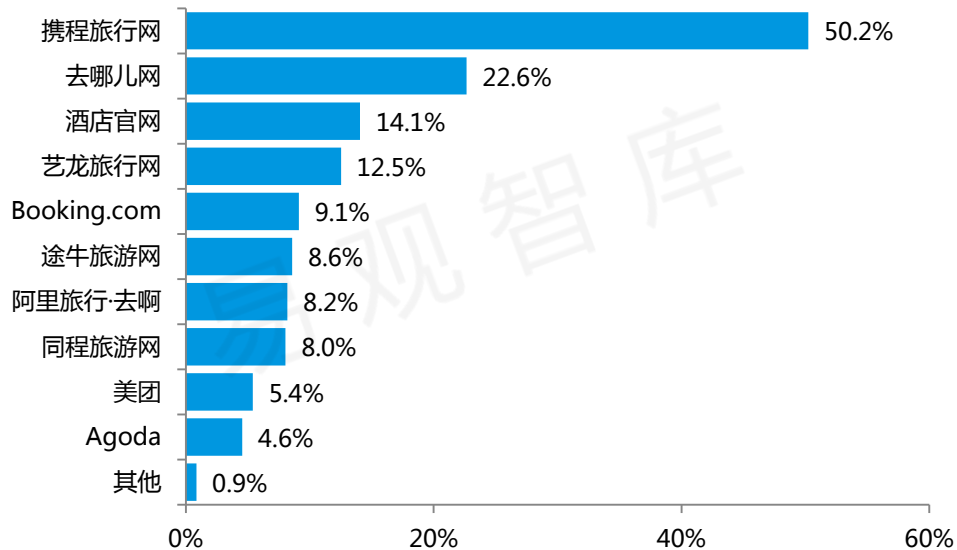
www.analysys.cn

✓ 通过互联网预订高端酒店已成为用户的主流选择。

■ 调研数据显示，超过90%的用户通过互联网预订高端酒店，其中，通过移动端预订高端酒店的用户占比达32.8%，移动端成为用户预订高端酒店的又一主要渠道。

携程旅行网、去哪儿网成为用户使用最高频的预订网站

2015年中国高端酒店在线用户使用的主要预订网站



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294

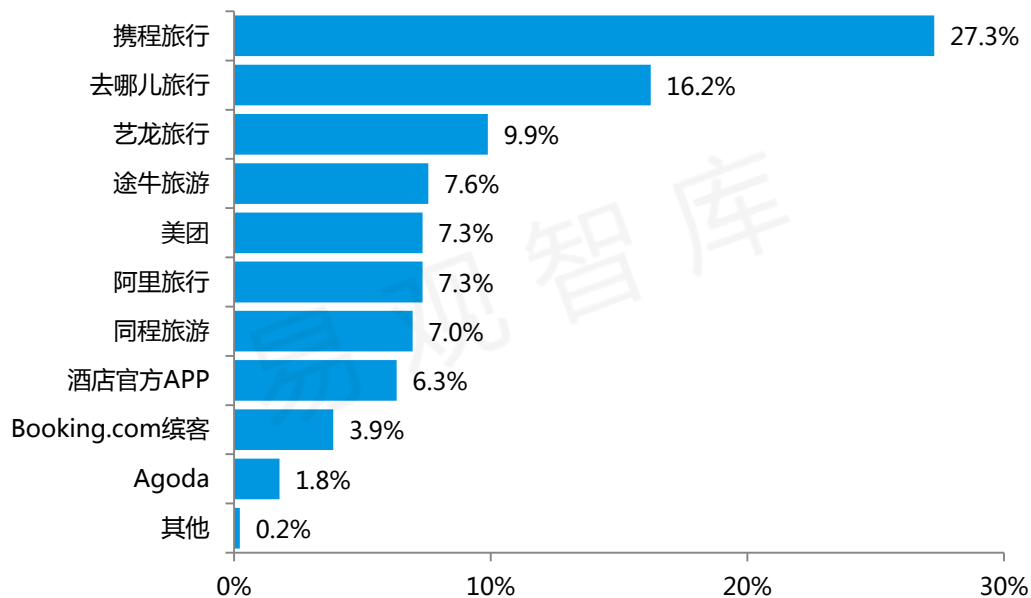
www.analysys.cn

✓ 携程旅行网、去哪儿网用户最经常使用的预订网站。

■ 携程旅行网、去哪儿网是中国高端酒店在线用户最经常使用的预订网站，占比分别达到50.2%、22.6%，携程旅行网、去哪儿网在高端酒店预订领域的优势明显。

携程旅行、去哪儿旅行是用户使用最高频的移动客户端

2015年中国高端酒店在线用户使用的主要移动客户端



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294

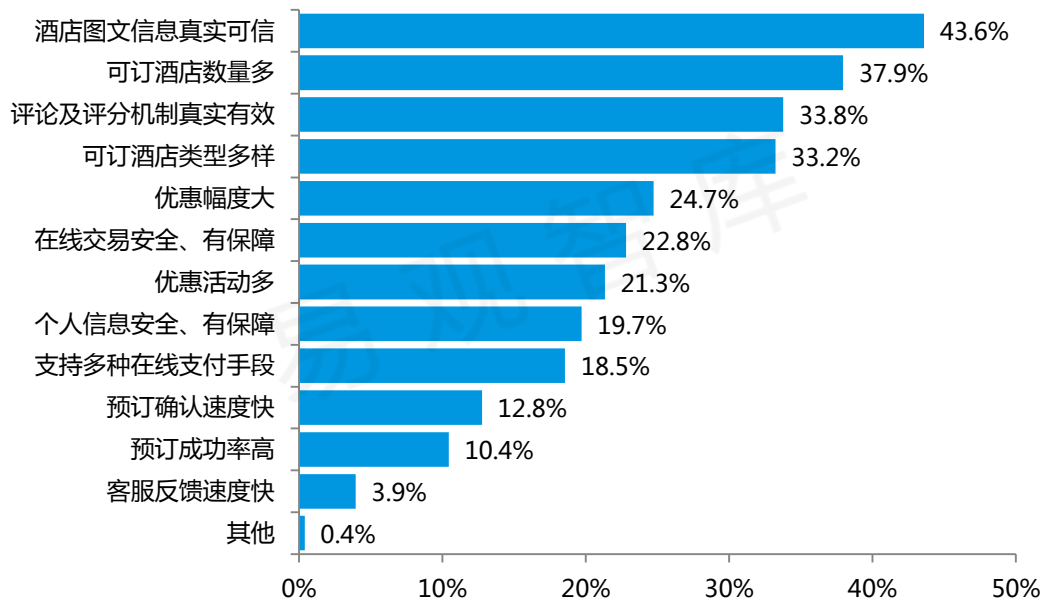
www.analysys.cn

✓ 携程旅行、去哪儿旅行是用户最常使用的移动客户端。

■ 在移动端：使用携程旅行预订高端酒店的用户占比为27.3%；使用去哪儿旅行预订高端酒店的用户占比为16.2%，携程旅行、去哪儿旅行在高端酒店移动端预订领域的优势明显。

用户在选择预订平台时更看重信息真实性和产品丰富度

2015年中国高端酒店在线用户选择预订平台时看重的因素



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294

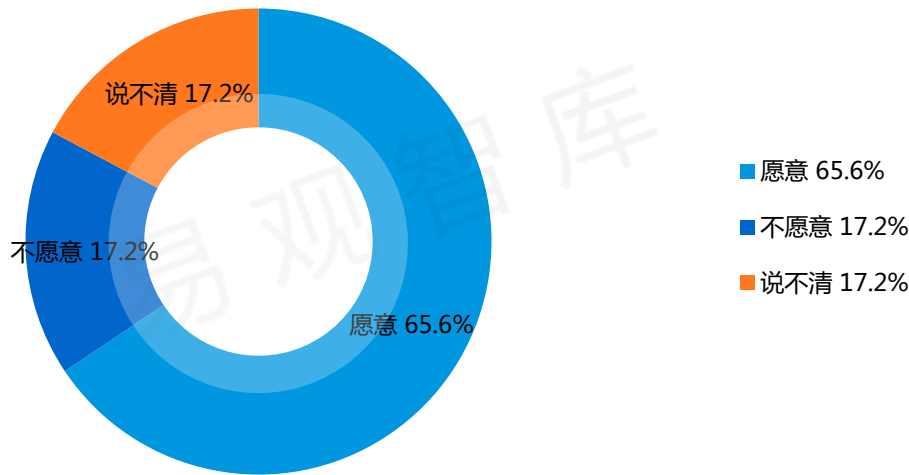
www.analysys.cn

✓ 主要决策因素：产品信息是否真实可信、可选品类是否丰富

■ 在选择高端酒店预订平台时，用户对酒店信息的真实性以及可选酒店的数量和类型更为重视；此外，预订平台上的评论及评分机制是否真实有效，也是用户在选择高端酒店预订平台时的重要考量因素。

用户对预订后的自动推送服务接受意愿也较高

2015年中国高端酒店在线用户对自动推送服务的接受意愿



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294

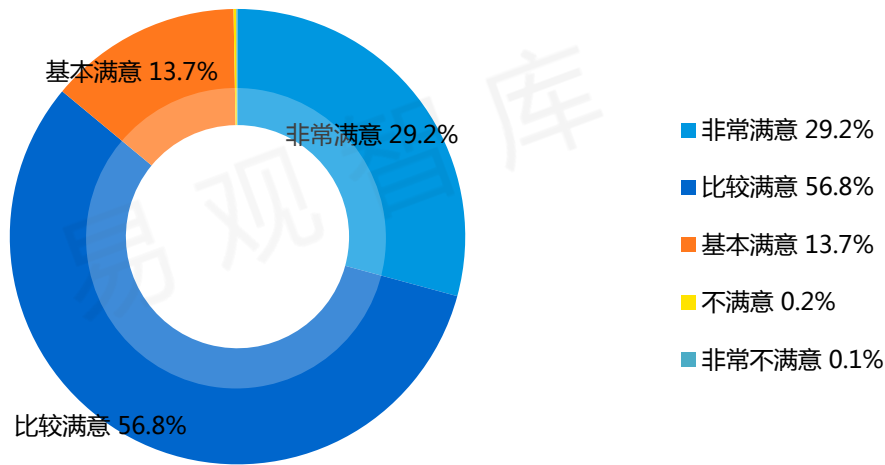
www.analysys.cn

✓ 一半以上的中国高端酒店在线用户对预订平台在预订成功后的自动推送服务表示愿意接受。

■ 高达65.6%的中国高端酒店在线用户对预订平台在预订成功后的自动推送服务表示愿意接受，高端酒店业务和度假旅游、大交通等业务之间的相互引流符合市场的需求。

用户对在线预订平台的服务表示满意的占比超过90%

2015年中国高端酒店在线用户对在线预订平台的满意度



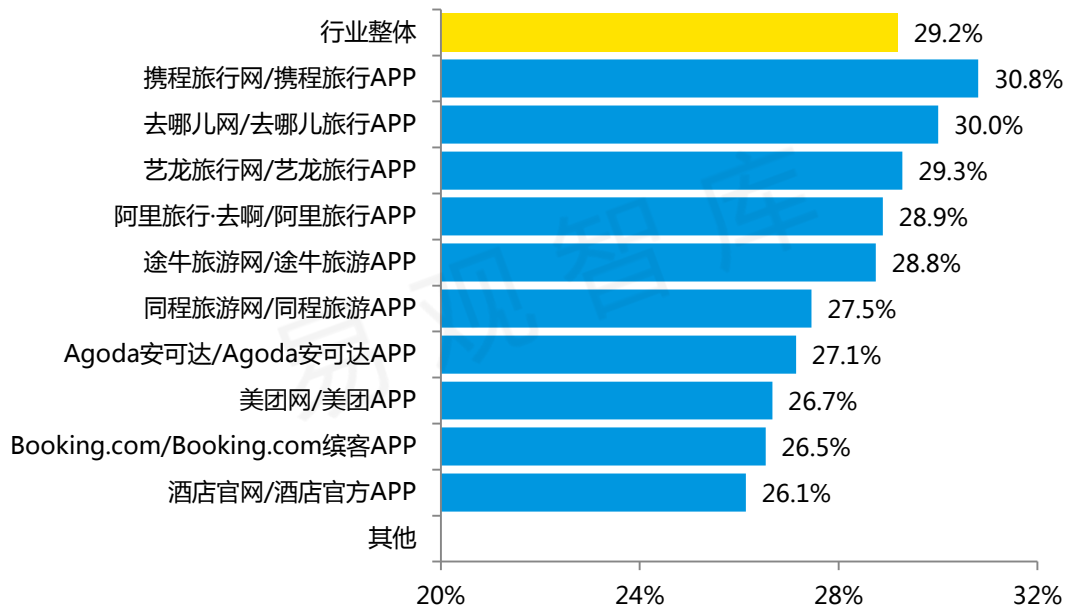
© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294 www.analysys.cn

✓ 高端酒店在线预订平台的用户满意度较高。

■ 调研数据显示，对高端酒店在线预订平台的服务表示“非常满意”的用户占比达到29.2%；表示“比较满意”和“基本满意”的用户占比也分别达到56.8%和13.7%。

其中，携程和去哪儿两大预订平台的用户满意度更佳

中国高端酒店在线用户对在线预订平台表示非常满意的比例



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294

www.analysys.cn

✓ 携程、去哪儿、艺龙的用户满意度超过行业平均值。

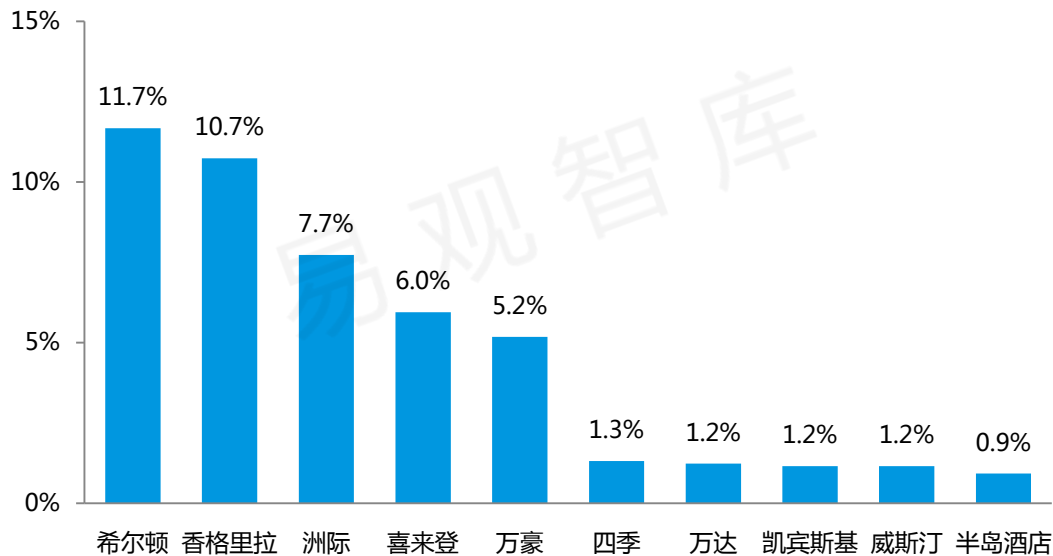
■ 有29.2%的中国高端酒店在线用户对预订平台的服务表示“非常满意”，其中，30.8%的用户对携程旅行网或携程旅行客户端的服务表示非常满意；30.0%的用户对去哪儿网或去哪儿旅行客户端的服务表示非常满意。



线下入住环节

知名跨国酒店品牌继续保持着较强的影响力和号召力

2015年中国高端酒店在线用户入住的高端酒店品牌TOP10



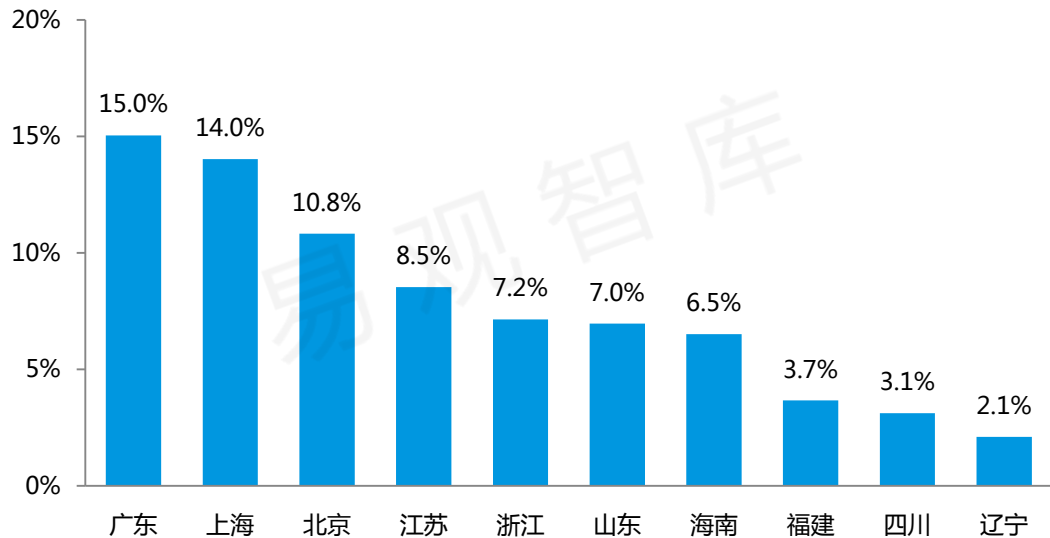
© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294 www.analysys.cn

✓ 入住希尔顿、香格里拉、洲际、喜来登的用户占比较高。

■ 在中国高端酒店市场，知名跨国品牌一直拥有较大的优势。2015年中国高端酒店在线用户入住的酒店主要是希尔顿、香格里拉、洲际、喜来登、万豪等国际知名酒店品牌。

2015年中国高端酒店在线用户入住的酒店主要位于京、沪、粤等经济发达地区

2015年中国高端酒店在线用户入住高端酒店的所在地区（国内）TOP10



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1090

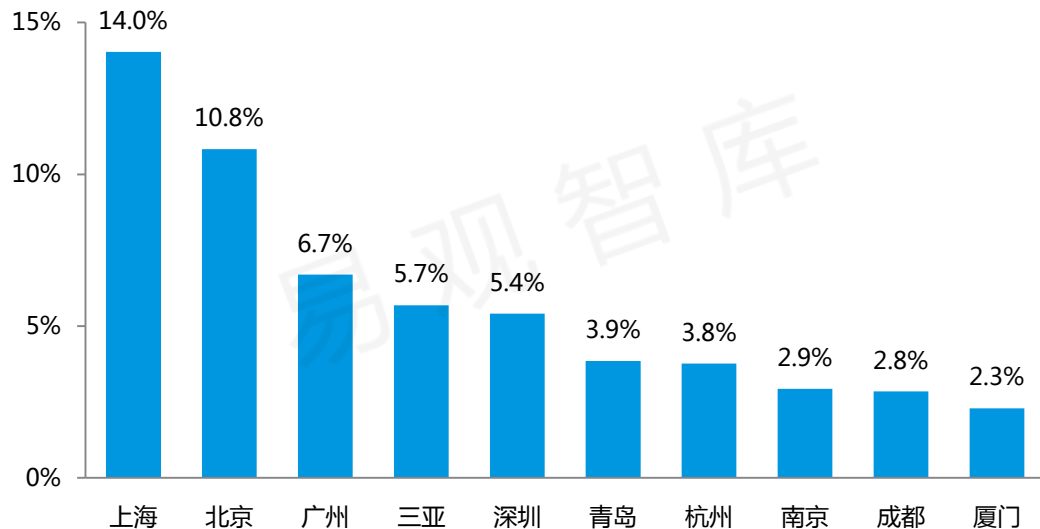
www.analysys.cn

✓ 用户入住的酒店主要位于国内经济发达地区。

■ 调研数据显示，2015年入住的高端酒店位于广东省的用户占比最高，达到15.0%；其次是上海和北京，用户占比分别达到14.0%和10.8%。

上海、北京、广州、三亚成用户入住高端酒店的热门城市

2015年中国高端酒店在线用户入住高端酒店的所在城市（国内）TOP10



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1090

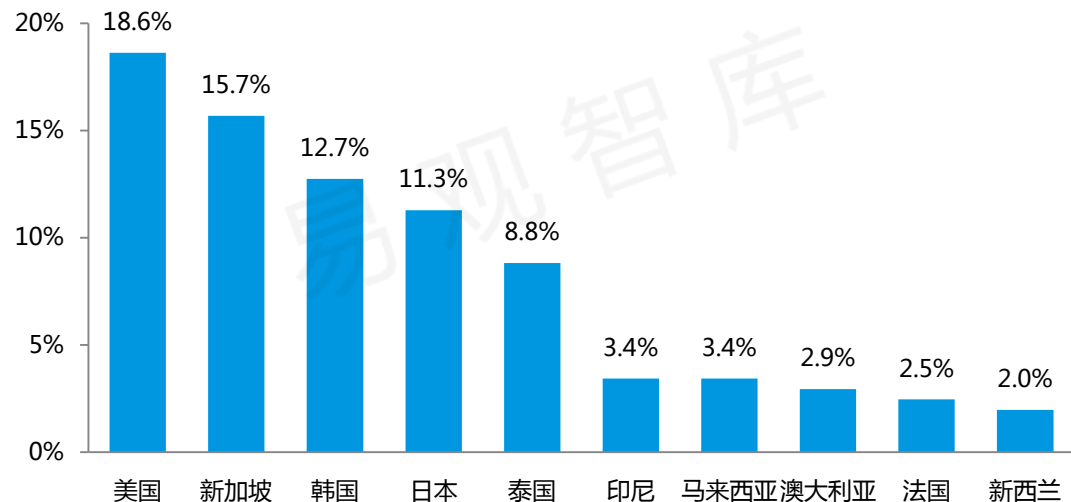
www.analysys.cn

✓ 上海、北京、广州、三亚是用户入住酒店所在的主要城市。

■ 14.0%的高端酒店在线用户入住的酒店位于上海；10.8%的高端酒店在线用户入住的酒店位于北京；分别有6.7%和5.7%的高端酒店在线用户入住的酒店位于广州和三亚。

美国、新加坡及日韩等国是用户入住高端酒店的热门国家

2015年中国高端酒店在线用户入住高端酒店的所在国家（海外）TOP10



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=204

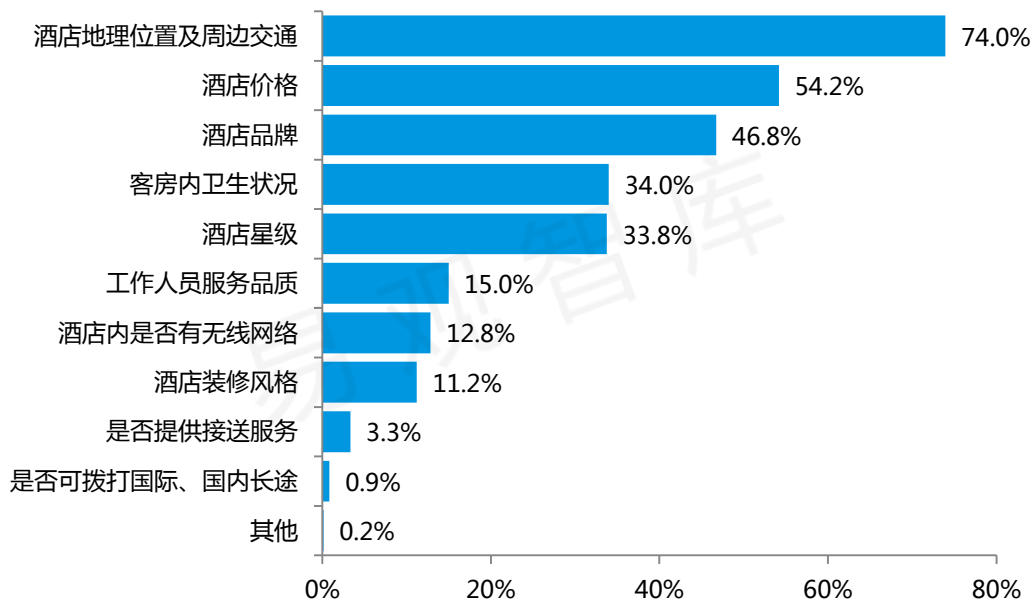
www.analysys.cn

✓ 用户在海外入住的高端酒店以美国、新加坡及日韩等国居多。

■ 调研数据显示，18.6%的用户入住了美国境内的高端酒店；15.7%的用户入住了新加坡境内的高端酒店；另外，分别有12.7%和11.3%的用户入住的酒店位于韩国和日本。

用户在选择酒店时更看重酒店地理位置和酒店价格

2015年中国高端酒店在线用户选择酒店时看重的因素



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294

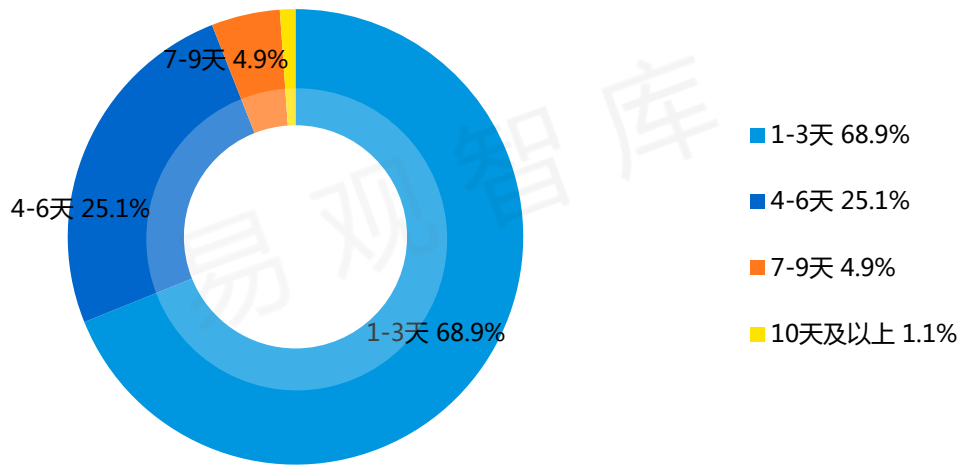
www.analysys.cn

✓ 主要决策因素：酒店地理位置及周边交通、酒店价格

■ 在选择入住某家高端酒店时，用户对酒店地理位置和酒店的价格更为重视；此外，酒店品牌也是用户在选择入住某家高端酒店时的重要考量因素。

接近70%的用户入住高端酒店的时长在1-3天之间

2015年中国高端酒店在线用户入住高端酒店的平均天数



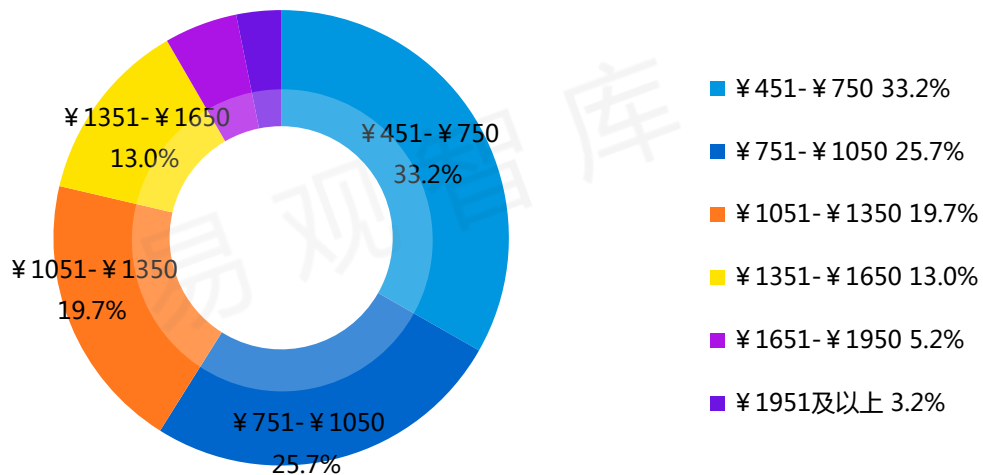
© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294 www.analysys.cn

✓ 大部分用户入住高端酒店的时长在1-3之间。

■ 调研数据显示，入住高端酒店的时长在1-3天之间的用户占比为68.9%；其次，入住高端酒店的时长在4-6天之间的用户占比为25.1%，超过90%的用户入住时长在一周以内。

近60%的用户入住的酒店平均房价在1050元以内

2015年中国高端酒店在线用户入住高端酒店的平均房价



✓ 高端酒店在线用户入住的酒店平均房价大多在1050元以内。

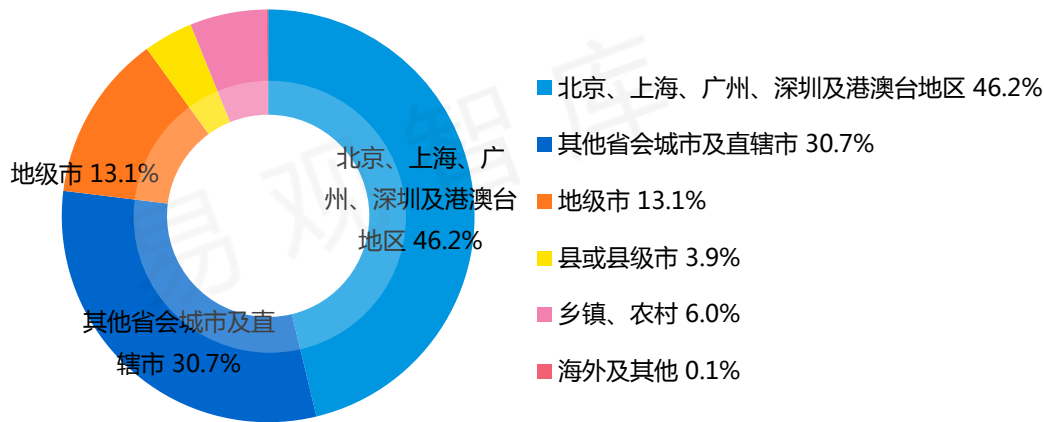
■ 调研数据显示，33.2%的用户入住的酒店平均房价在451-750元人民币之间；其次，25.7%的用户入住的酒店平均房价在751-1050元人民币之间，19.7%的用户入住的酒店平均房价在1051-1350元人民币之间。



高端酒店在线用户

中国高端酒店在线用户接近一半来自一线城市或港澳台地区

2015年中国高端酒店在线用户地域分布情况

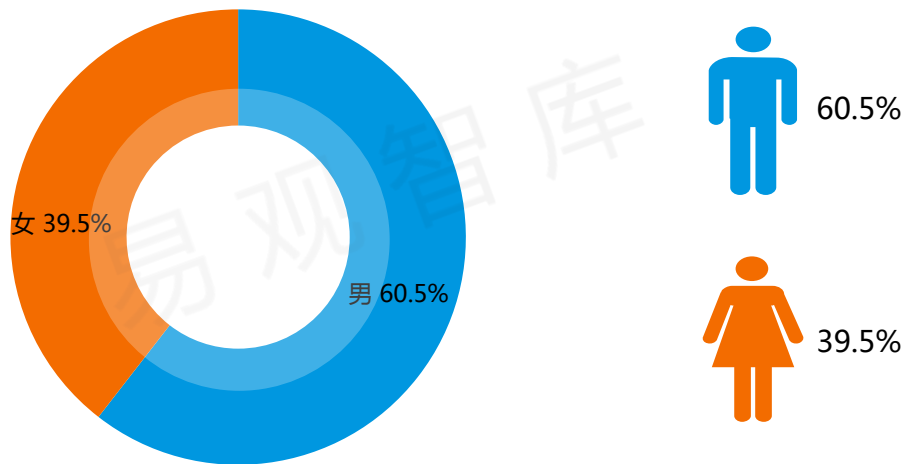


✓ 接近一半的用户来自北、上、广、深等消费能力较强地区。

■ 中国高端酒店在线用户主要来自北京、上海、广州、深圳及港澳台地区，占比达到46.2%；来自其他省会城市及直辖市的用户占比达到30.7%。

中国高端酒店在线用户中绝大多数是男性用户

2015年中国高端酒店在线用户性别分布情况



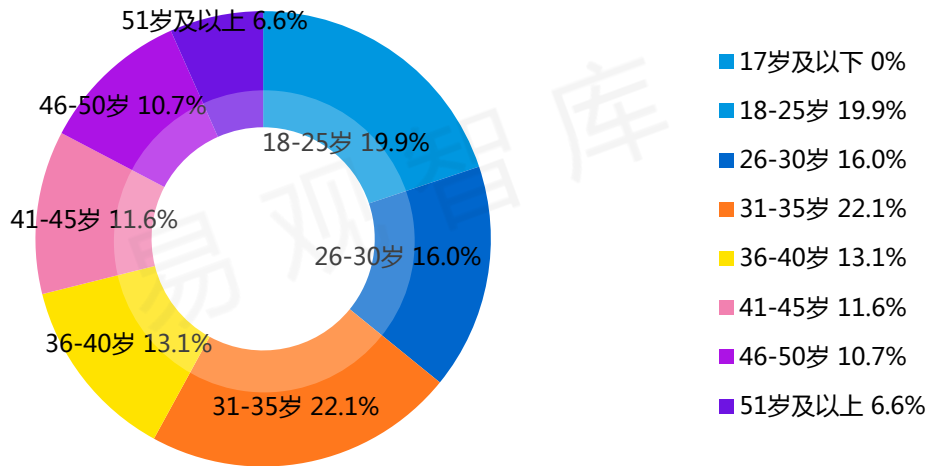
© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294 www.analysys.cn

✓ 男性用户是2015年中国高端酒店在线消费的主体人群。

■ 中国高端酒店在线用户的主体构成是男性，占比达到60.5%，女性占比达到39.5%，男性用户仍旧是高端酒店在线预订的重要消费群体。

中国高端酒店在线用户中35岁以下者占比超过一半

2015年中国高端酒店在线用户年龄分布情况



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294

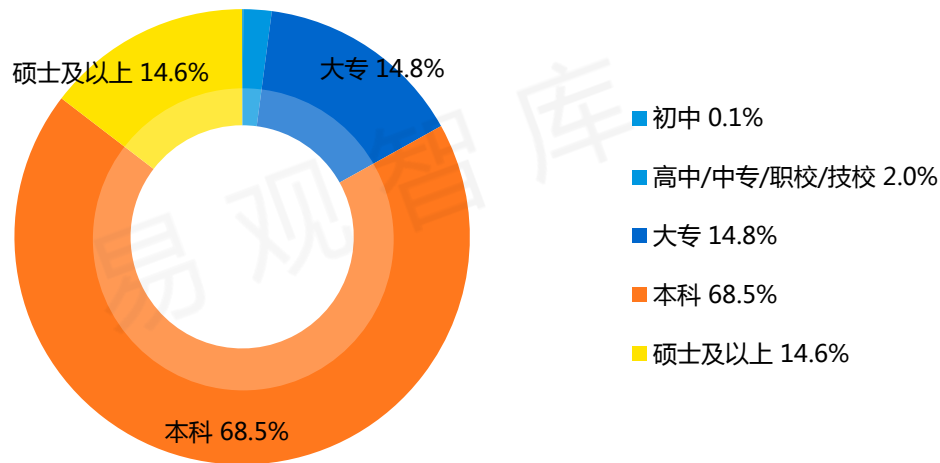
www.analysys.cn

✓ 80、90后用户成为中国高端酒店在线预订的重要消费力量

■ 31至35岁的用户是中国高端酒店在线用户的主体，占比达22.1%，其次是18至25岁的用户，占比达19.9%，26-30岁的用户占比达16.0%，80后、90后用户成为中国高端酒店在线用户的重要消费人群。

中国高端酒店在线用户中受过高等教育者超过90%

2015年中国高端酒店在线用户学历分布情况

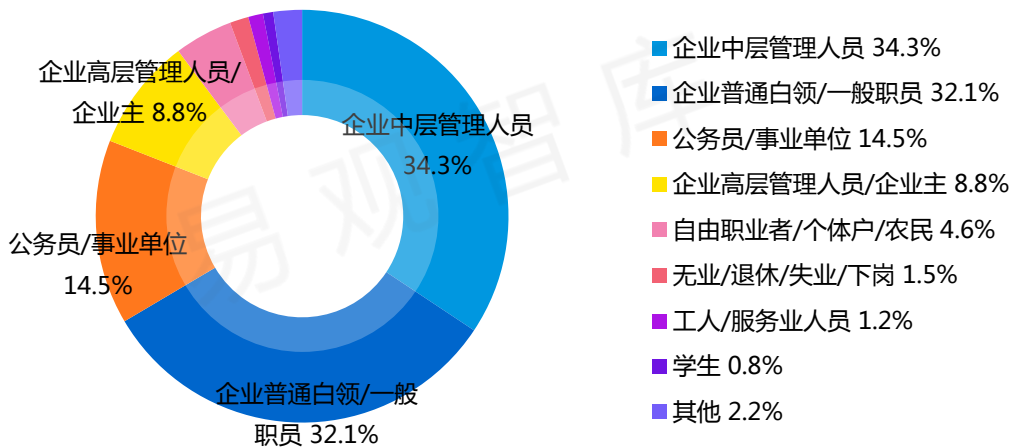


✓ 中国高端酒店在线用户普遍接受过高等教育。

■ 在高端酒店在线用户中，接受过本科教育的用户占比最高，达到68.5%，大专和硕士及以上教育程度的用户占比也较高，分别达到14.8%和14.6%。

中国高端酒店在线用户四成以上是企业中高层管理人员

2015年中国高端酒店在线用户职业分布情况



© Analysys 易观智库《中国高端酒店在线用户消费行为习惯调研》项目，N=1294

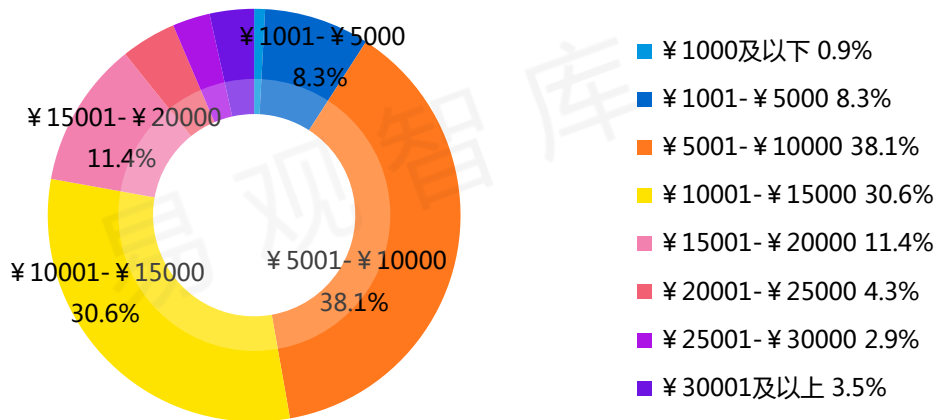
www.analysys.cn

✓ 企业中高层管理人员是中国高端酒店在线消费的主要人群。

■ 中国高端酒店在线用户中企业中、高层管理人员占比分别达34.3%和8.8%；其次，企业普通白领及一般职员的占比也较高，占比达到32.1%。

中国高端酒店在线用户一半以上月收入超过1万元

2015年中国高端酒店在线用户收入分布情况



✓ 月收入1万元以上人士是高端酒店在线用户的主要构成部分。

■ 中国高端酒店在线用户中52.7%的用户月收入在人民币10000元以上；此外，月收入在5000-10000元的用户占比也较高，达到38.1%。

附录一：研究范畴

娱乐行业	传媒行业	金融行业	旅游行业	生活服务			医疗健康	教育行业	房地产行业	汽车行业	流通行业	消费电子
音乐	纸质媒体	银行	旅游工具/社区	信息服务			医疗/保健品	母婴教育	新房	新车	商品零售	家庭影音
	电视媒体	保险		家政							线上零售	
影视	互联网媒体	基金	酒店	美业				K12		二手车	百货店	家电
		证券		洗衣							购物中心	
阅读	搜索引擎	消费金融	机票	社区			医疗服务	学科教育	二手房	超市	办公设备	
	社区	供应链金融		婚恋/婚庆						便利店		
动漫	视频网站	互联网金融	旅游产品	招聘				职业交易		后服务	品类杀手/专业店	通讯产品
		P2P		票务	餐饮	出行					专卖店	
游戏	移动媒体	虚拟货币	商旅	演艺	团购	租车	健康服务	兴趣教育	地产-园区基地	Telematics	批发服务/B2B	
		积分		电影	预订	打车					跨境	
	户外电子屏	个人理财		外卖	代驾							

互联网中间件

网络	虚拟运营商 4G/LTE Wifi
入口	操作系统 安全 浏览器 地图 导航 输入法
信息技术	大数据 云计算 物联网 企业应用
终端	智能设备

大数据 大价值



- 易观干帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅
- 易观司南