



《2016年四川省酒店行业网络口碑分析报告》

《2016年四川省酒店行业品牌力分析报告》

主 编 机 构：四川省旅游发展委员会
协 助 编 制 单 位：四川省七维文化旅游股份有限公司
北京众荟信息技术有限公司

2017年4月



研究背景

- 全国旅游业繁荣发展，高速步入大众旅游时代。
- 旅游与互联网的深度融合发展已经成为不可阻挡的时代潮流，在线预订、在线反馈和线上分享的消费模式已经成为消费者的消费习惯。
- 酒店行业的发展愈显多元化和融合性。
- 市场的不断细分，产品的类型的多样化发展，竞争激烈程度也在不断加剧。

旅游
+
酒店



互联网
+
大数据



新趋势
新机遇

2016

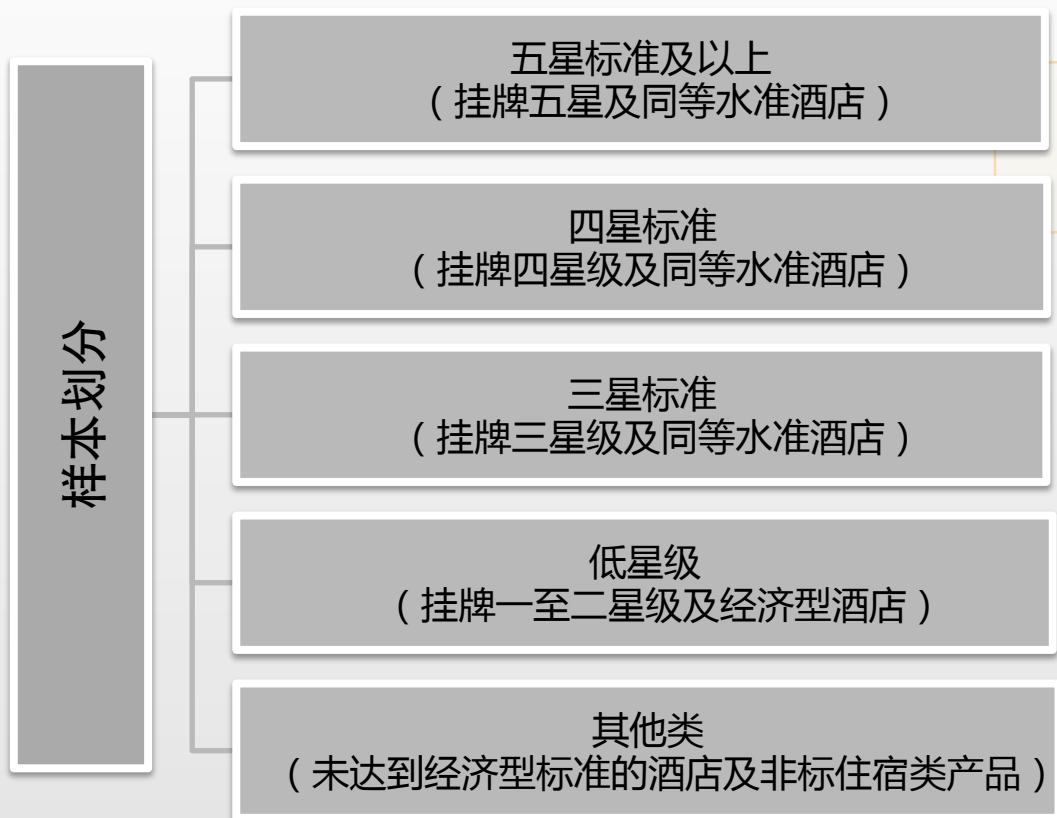
四川省酒店业 网络口碑分析报告



Sichuan, more than pandas

□ 报告研究对象说明

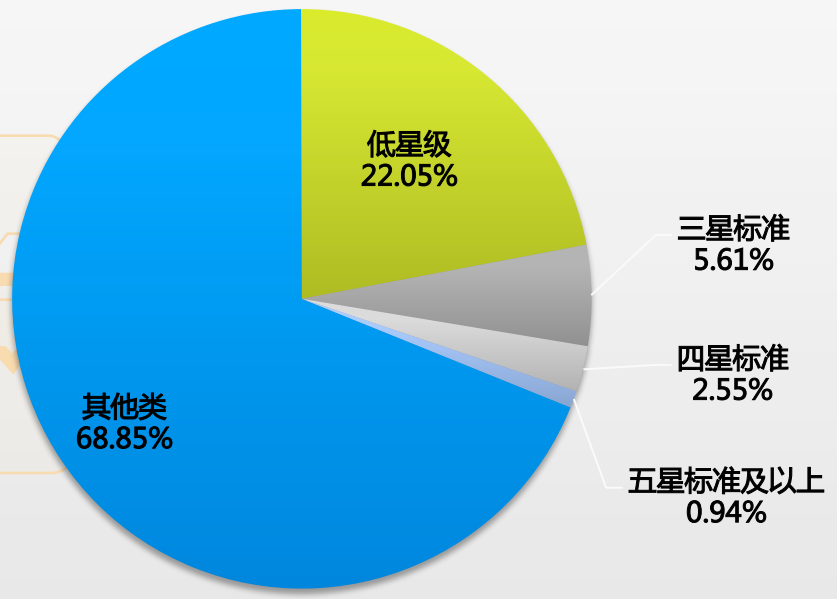
图1：网络口碑酒店划分说明



- **数据采集时间**：2014年1月1日至2016年12月31日
- **数据采集渠道**：基于国内外18大主流点评网站（包括携程、艺龙等OTA、去哪儿等元搜索网站及大众点评等点评网站）

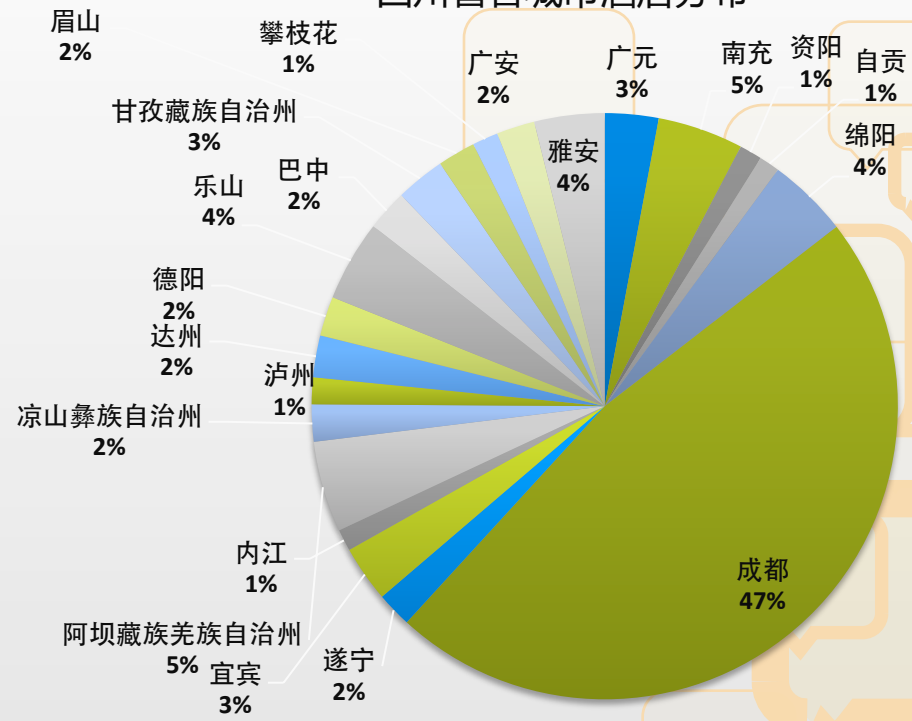
报告研究对象说明

各等级酒店样本数量占比情况



■ 其他类 ■ 低星级 ■ 三星标准 ■ 四星标准 ■ 五星标准及以上

四川省各城市酒店分布



样本采集范围及数量：

四川省内**20235**家样本酒店，搜集网络点评数**5,191,512**条，消费者点评观点数**15,996,632**个。

□ 报告名词说明

顾客观点数

对每条点评进行语义分析，分析多个观点片段，得出的顾客对酒店或酒店某方面的观点数，如“交通方便”、“网要收费”、“没有吹风机”等。

好评率

对顾客点评的语义分析，一条点评中表扬观点大于批评观点，定义为好评。
好评率=好评数/总点评数。

表扬率

对每条点评进行多个观点片段的语义分析得出的顾客表达赞扬情感的，为正面观点，如“交通方便”、“比较干净”等，称之为表扬，
表扬率= 表扬数/ 顾客观点数。

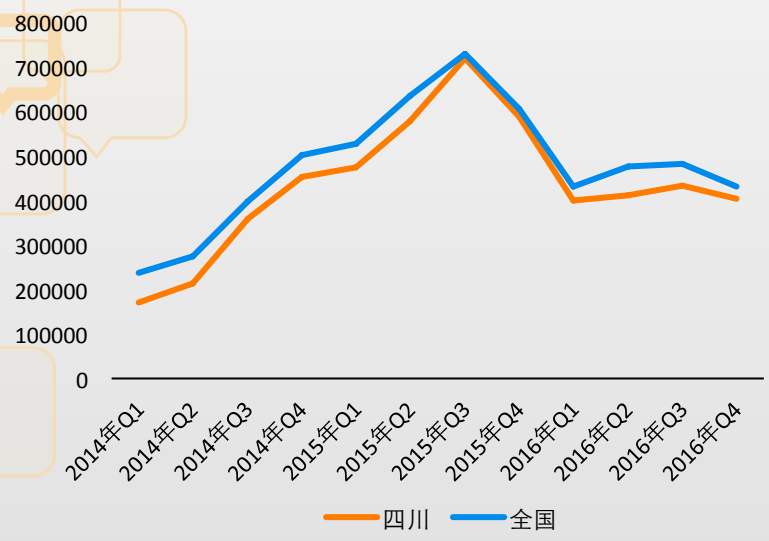
慧评得分

众荟信息酒店大数据平台综合酒店的全网点评信息，通过统计模型计算得出的、综合反映一家酒店基于在线点评反映的顾客满意度。

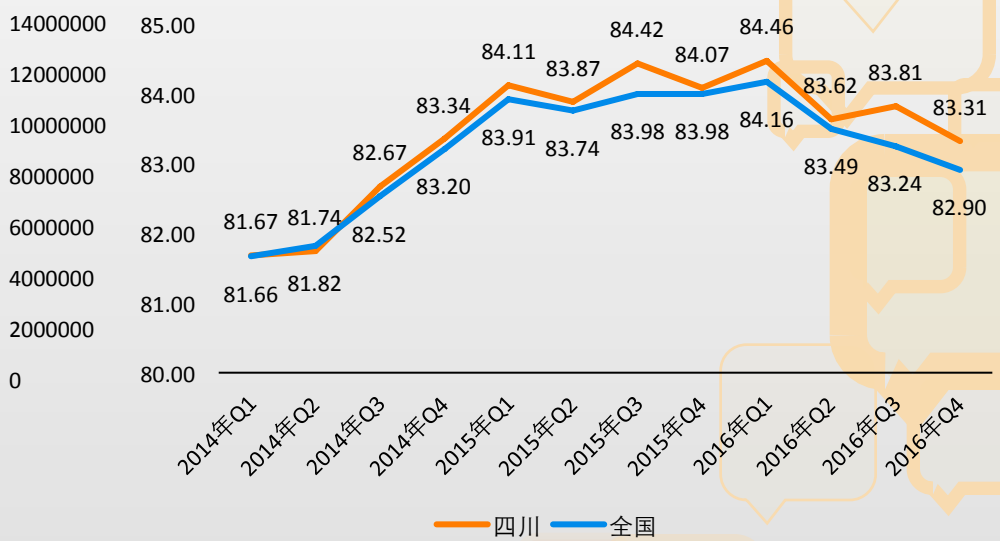
全国及四川省网络口碑整体概述

- 全国各省份的酒店网络点评数均呈下降趋势，四川省总点评量位于北京、上海之后，居全国第七位。
- 四川省与全国整体点评量和慧评得分变化趋势趋同，四川省点评量整体下降幅度稍高于全国。

四川省及全国点评量趋势图



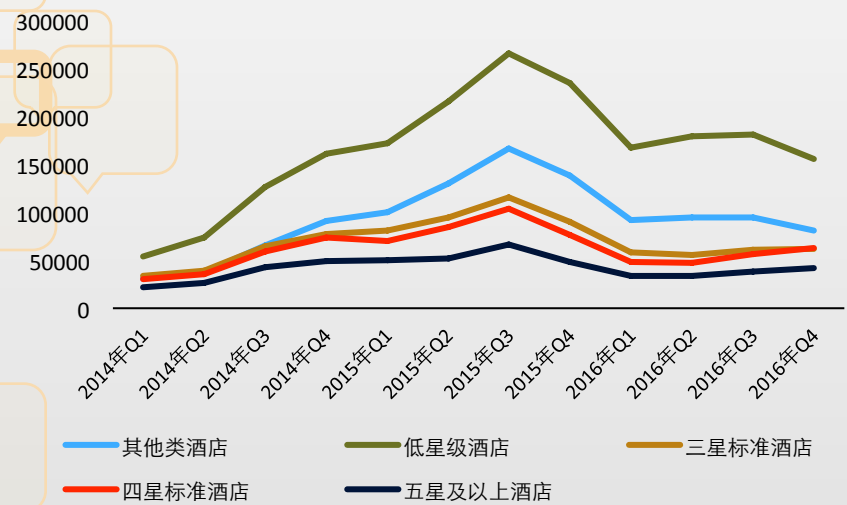
四川省及全国慧评得分趋势



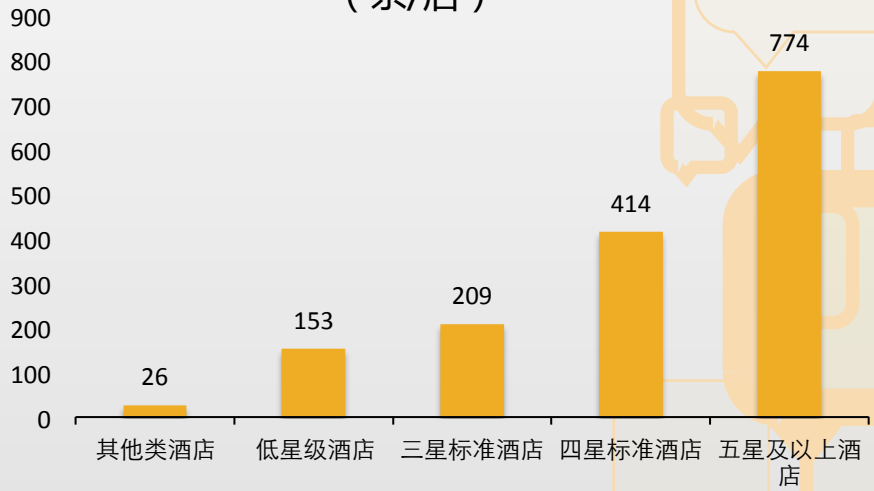
省内各等级酒店网络口碑分析

- 四川省各等级酒店点评量整体走势趋于一致，自2015年第三季度达到峰值后开始逐渐趋于稳定的水平。
- 酒店等级越高，单店点评数量也越高，说明入住高等级酒店的客人关注酒店的服务、设施及配套等诸多细节感受并更愿意给予点评和反馈。

四川省各等级酒店点评量趋势图



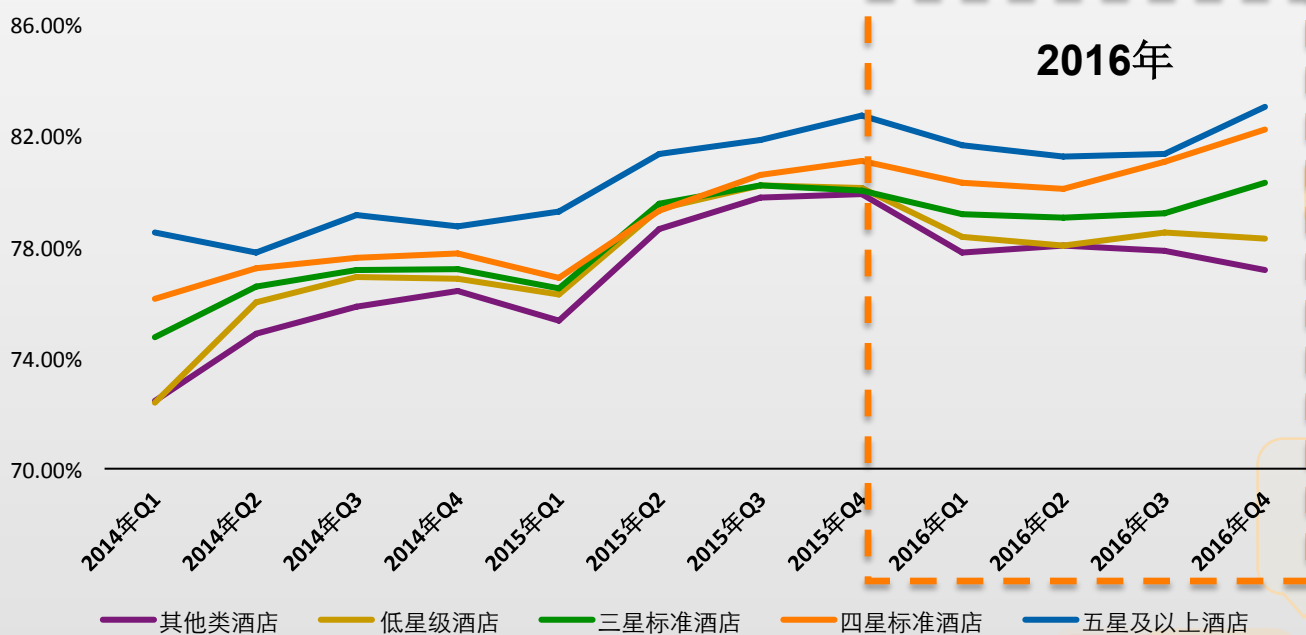
2016年四川省单店顾客平均点评量 (条/店)



省内各等级酒店网络口碑分析

- 2016年第4季度以来，五星标准及以上酒店、四星标准酒店、三星标准酒店好评率均呈现上升趋势，低星级及以下的酒店略有下降趋势。
- 从2016年度口碑趋势来看，省内四星标准酒店好评率有很大提升，这也说明四星标准酒店逐渐开始重视顾客网络口碑并在提升消费者入住体验方面做出了大量卓有成效的改善措施。

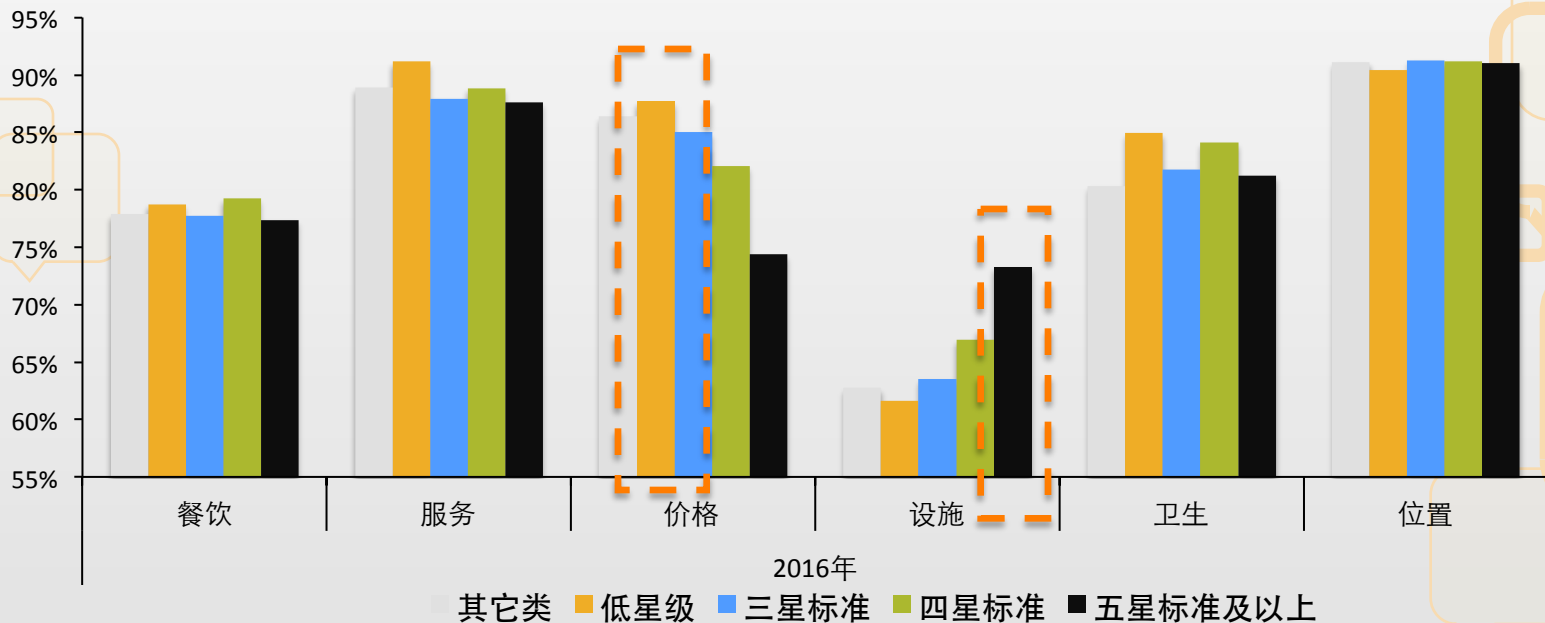
四川省各等级酒店好评率趋势图



□ 省内各等级酒店六大细分维度分析

- 省内各等级酒店在价格、设施维度上有一定差异，其中差距最小的是餐饮、位置两个维度，而价格、设施维度差异最大。
- 低星级酒店在“价格”维度上满意度最高，而五星标准及以上酒店最低。
- 五星标准及以上酒店在“设施”维度上的满意度最高，而低星级酒店满意度相对偏低。

各等级酒店六大维度满意度分析



□ 报告结论

整体而言：2016年，四川省网络口碑整体呈现良好的发展态势，各个城市的各等级酒店在不同维度上表现各有优劣。甘孜藏族自治州、乐山、内江、阿坝藏族羌族自治州、巴中顾客满意度数据相对较高，自贡、宜宾、达州、广安、资阳的口碑在点评数量、好评率及整体满意度上需要进行大幅提升。

网络口碑

- 利用网络口碑提高在点评网站上的评分和排名

客人点评

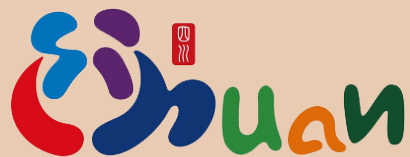
- 重视点评，关注客人提出的问题，尤其需要关注较长点评

大数据

- 充分利用多渠道来源数据，实现数据化运营

2016

四川省酒店业
品牌力指数分析报告

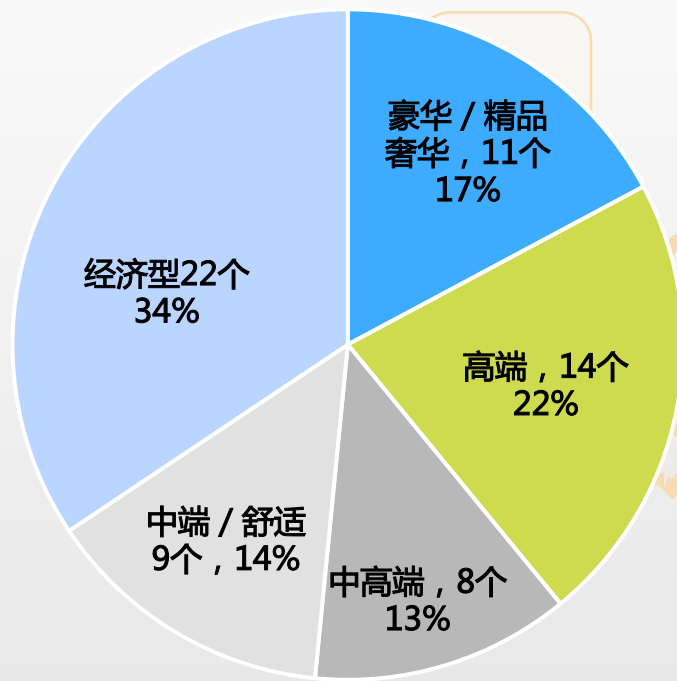


Sichuan, more than pandas

■ 研究样本划分标准



四川省酒店品牌样本占比



样本数量：四川省内知名酒店品牌**64个**
数据采集时间：**2016年1月1日至12月31日**
消费者观点总数**1,564,897条**。

■ 研究方法

酒店品牌力指数：特定时间段内某酒店品牌在知名度、满意度、性价比及忠诚度这四大类维度的综合表现力，这四大类维度又分别由各项细分指标根据实际数据及统计模型估算而得。



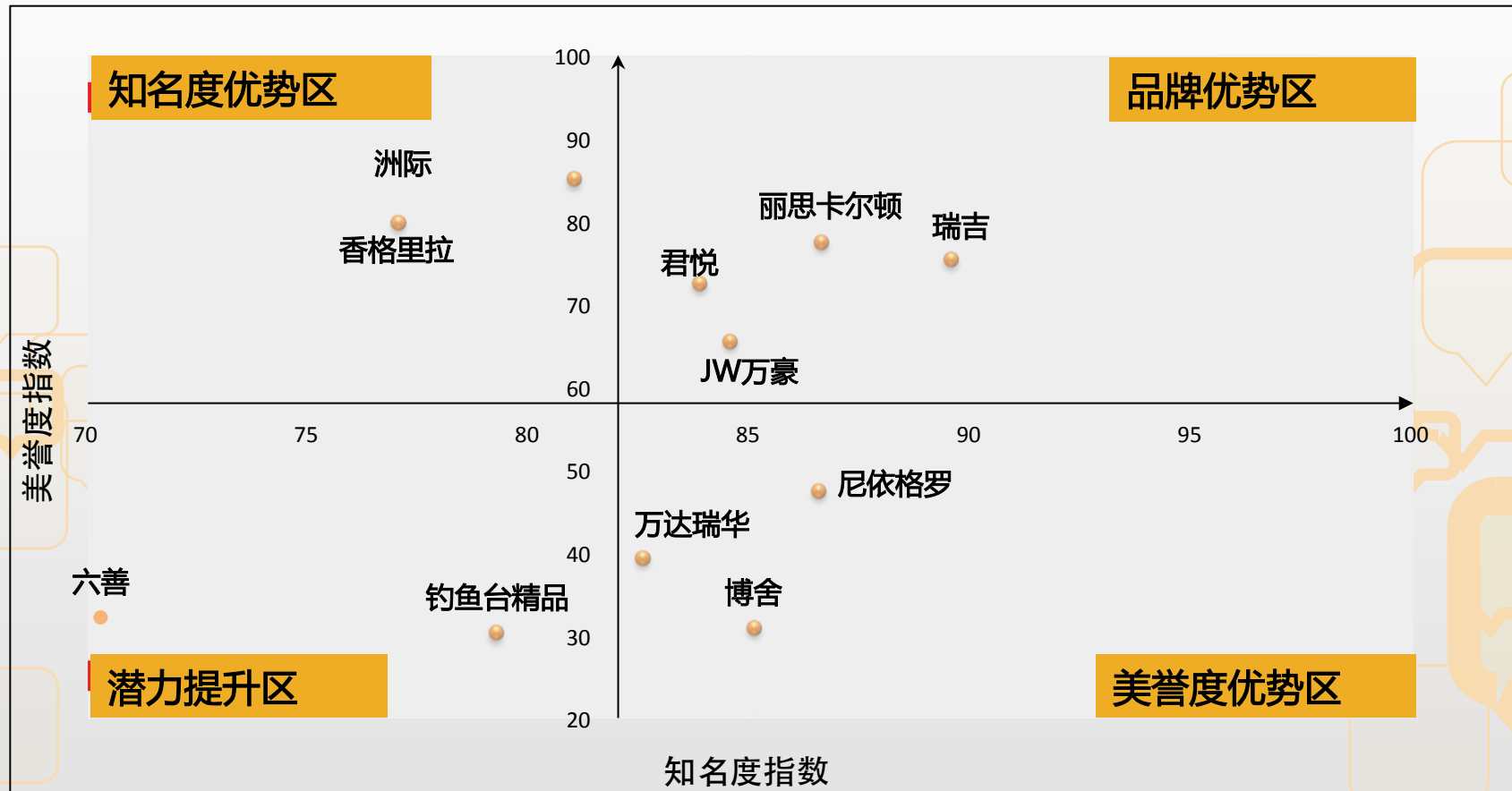
知名度指数：泛指该酒店品牌在公开渠道、网络媒体的曝光率。

美誉度指数：泛指消费者对该酒店品牌的体验评价以及对该品牌的粘性。

■ 豪华/精品奢华酒店品牌-品牌力指数排名

排名	品牌名称	隶属集团	知名度指数	美誉度指数	品牌力指数
1	瑞吉	喜达屋集团	75.3	89.5	86.0
2	丽思卡尔顿	万豪国际酒店集团	77.4	86.6	84.3
3	洲际	洲际酒店集团	84.6	80.6	81.6
4	君悦	凯悦酒店集团	72.3	83.9	81.0
5	JW万豪	万豪国际酒店集团	65.4	84.5	79.8
6	香格里拉	香格里拉酒店集团	79.7	77.0	77.7
7	尼依格罗	马哥孛罗酒店集团	47.4	86.5	76.8
8	万达瑞华	万达酒店及度假村	39.3	82.6	71.7
9	博舍	太古酒店集团	30.8	85.1	71.5
10	钓鱼台精品	美高梅酒店集团	30.2	79.2	67.0
11	六善	六善养生及酒店集团	32.1	70.3	60.7

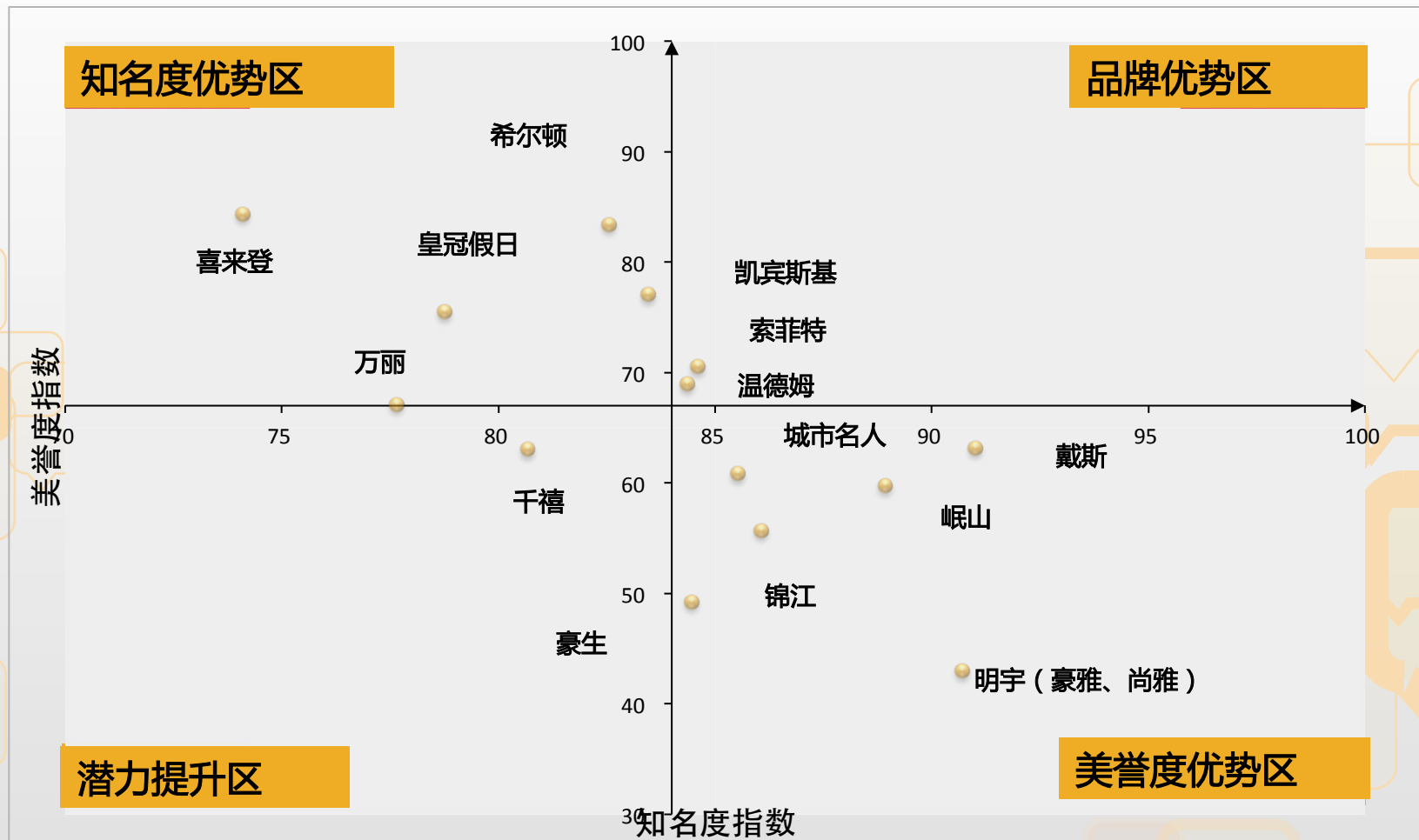
■ 豪华/精品奢华酒店品牌“知名度-美誉度”四象限图



■ 高端酒店品牌-品牌力指数排名

排名	品牌名称	隶属集团	知名度指数	美誉度指数	品牌力指数
1	希尔顿	希尔顿国际酒店集团	83.4	82.5	82.8
2	凯宾斯基	凯宾斯基国际酒店集团	77.1	83.5	81.9
3	戴斯	温德姆酒店集团	63.2	88.0	81.8
4	岷山	四川岷山集团有限公司	59.8	88.9	81.6
5	索菲特	索菲特酒店	70.5	84.6	81.1
6	温德姆	温德姆酒店集团	69.0	84.4	80.5
7	城市名人	城市名人酒店集团	60.9	85.5	79.4
8	明宇 (豪雅、尚雅)	明宇酒店集团	43.0	90.7	78.8
9	锦江	四川锦江旅游饭店管理 有限责任公司	55.7	86.1	78.4
10	皇冠假日	洲际酒店集团	75.5	78.8	77.9
11	喜来登	喜达屋集团	84.4	74.1	76.7
12	千禧	千禧国敦酒店集团	63.0	80.7	76.3
13	豪生	豪生国际酒店集团	49.3	84.5	75.7
14	万丽	万豪国际酒店集团	67.1	77.7	75.0

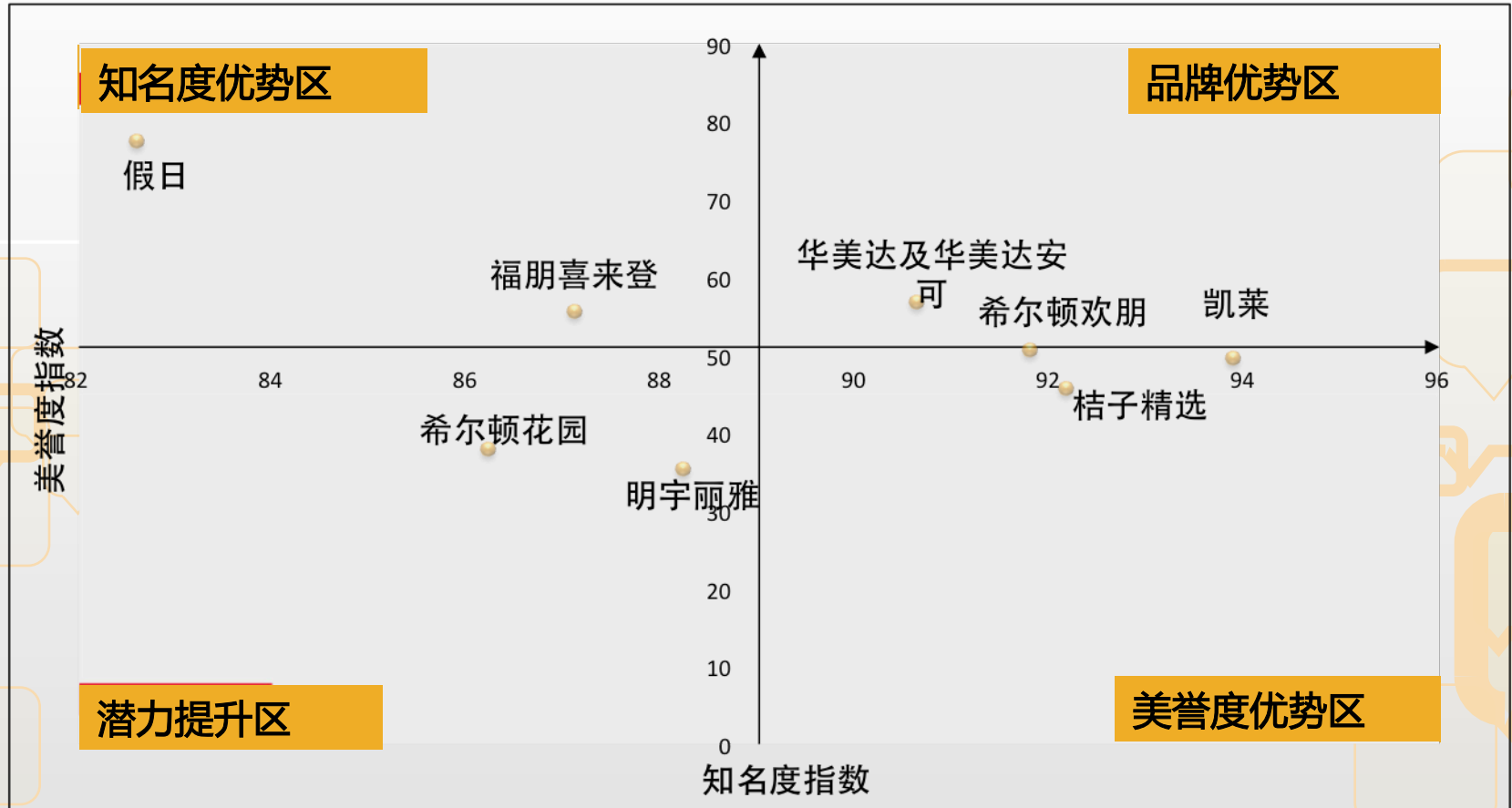
■ 高端酒店品牌 “知名度-美誉度” 四象限图



■ 中高端酒店品牌-品牌力指数排名

排名	品牌名称	隶属集团	知名度指数	美誉度指数	品牌力指数	所在象限区域
1	凯莱	凯莱酒店集团	49.7	93.9	82.8	美誉度优势区
2	华美达及华美达安可	温德姆酒店集团	56.8	90.6	82.2	品牌优势区
3	希尔顿欢朋	铂涛酒店集团 / 希尔顿国际酒店集团	50.7	91.8	81.5	美誉度优势区
4	假日	洲际酒店集团	77.6	82.6	81.3	知名度优势区
5	桔子精选	桔子酒店集团	45.8	92.2	80.6	美誉度优势区
6	福朋喜来登	喜达屋集团	55.6	87.1	79.2	知名度优势区
7	明宇丽雅	明宇酒店集团	35.4	88.2	75.0	潜力提升区
8	希尔顿花园	希尔顿国际酒店集团	38.0	86.2	74.1	潜力提升区

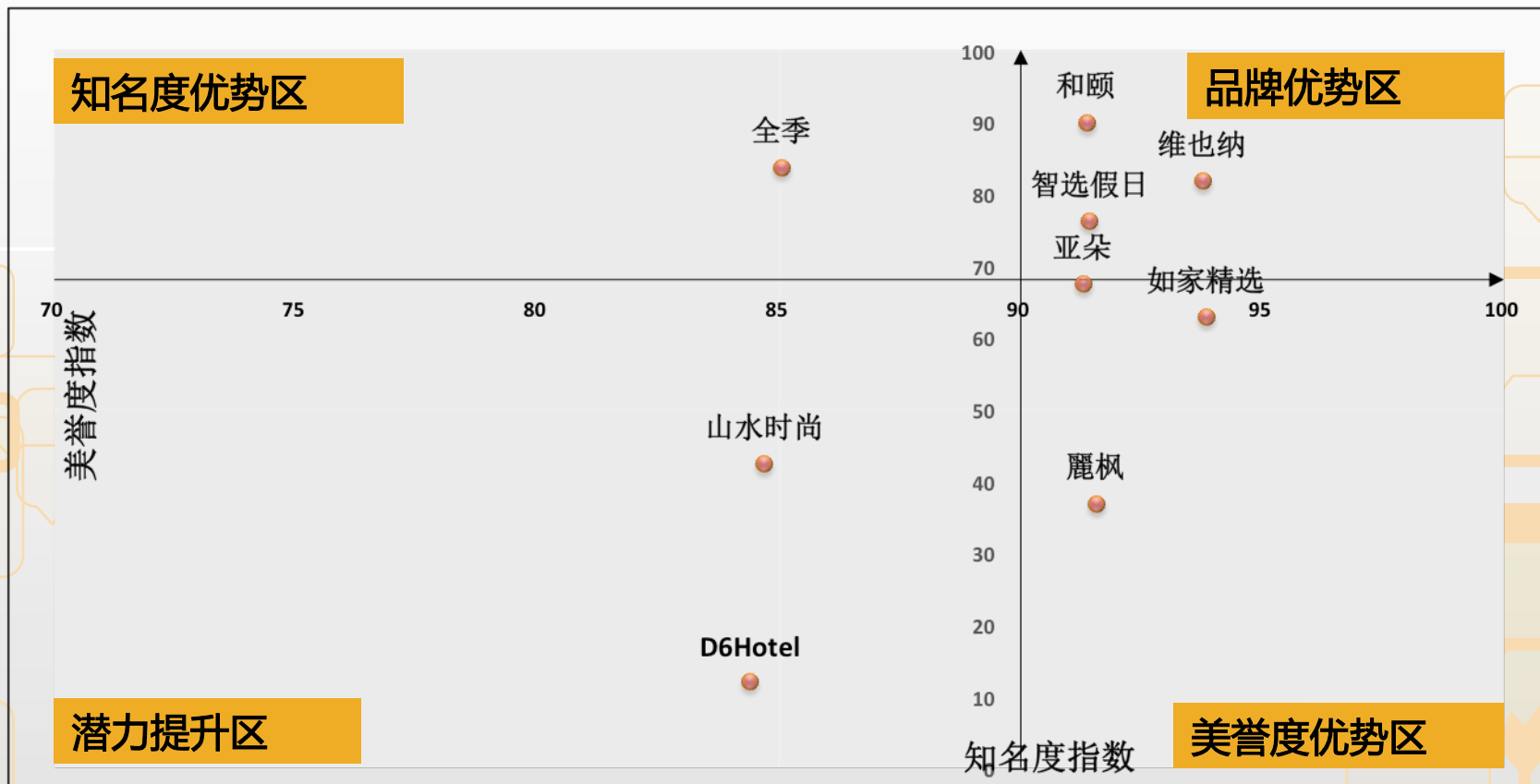
■ 中高端酒店品牌“知名度-美誉度”四象限图



■ 中端 / 舒适型酒店品牌-品牌力指数排名

排名	品牌名称	隶属集团	知名度指数	美誉度指数	品牌力指数	所在象限区域
1	和颐	如家酒店集团	89.9	91.4	91.0	品牌优势区
2	维也纳	维也纳酒店	81.7	93.8	90.7	品牌优势区
3	智选假日	洲际酒店集团	76.1	91.4	87.6	品牌优势区
4	如家精选	如家酒店集团	62.7	93.9	86.1	美誉度优势区
5	亚朵	亚朵(上海)酒店管理有限公司	67.3	91.3	85.3	美誉度优势区
6	全季	华住酒店集团	83.6	85.1	84.7	知名度优势区
7	麗枫	铂涛酒店集团	36.8	91.6	77.9	美誉度优势区
8	山水时尚	中青旅山水酒店投资管理有限公司	42.3	84.7	74.1	潜力提升区
9	D6Hotel	四川君颐酒店管理集团有限公司	11.9	84.4	66.3	潜力提升区

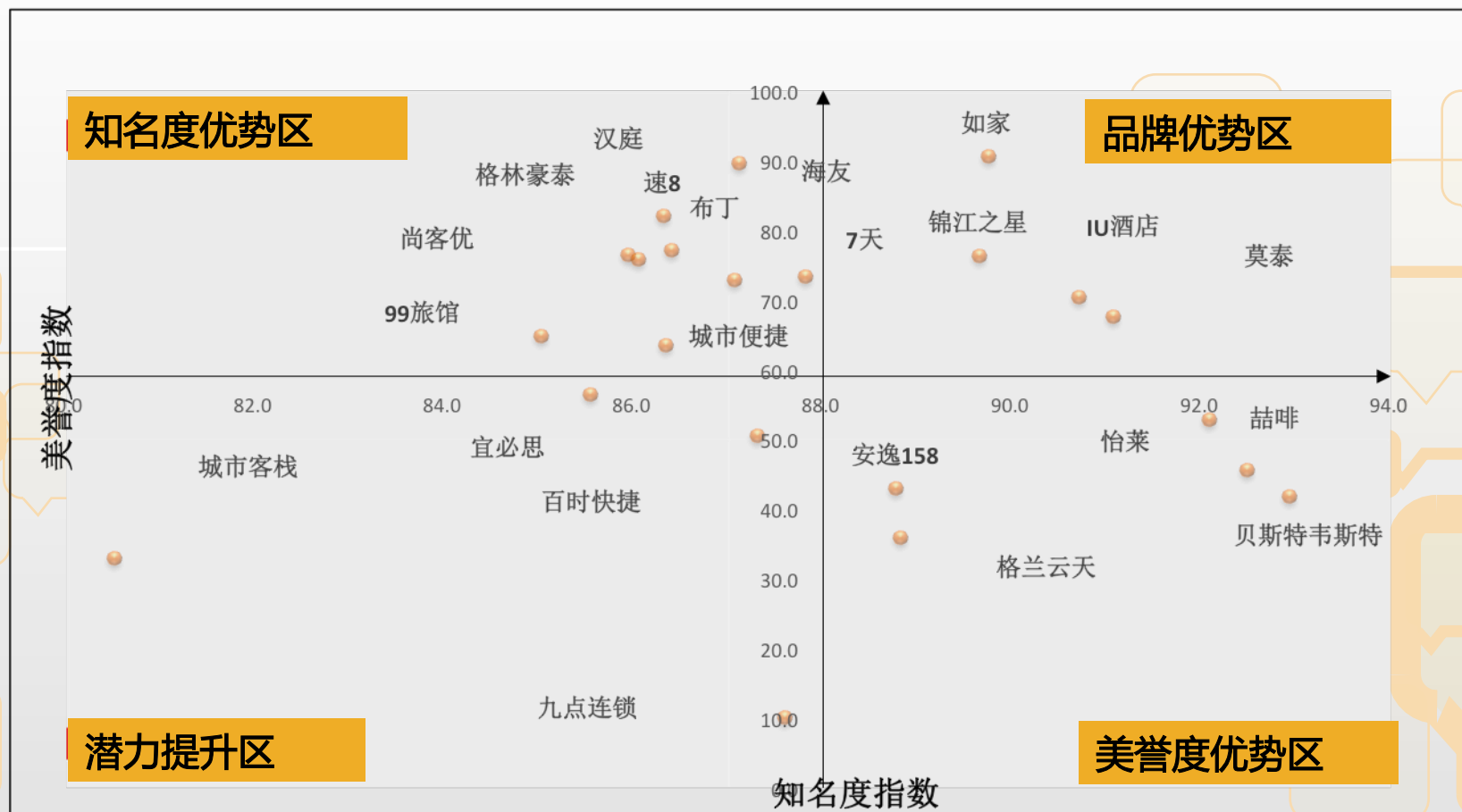
■ 中端 / 舒适型酒店品牌 “知名度-美誉度” 四象限图



■ 经济型酒店品牌品牌力指数排名

排名	品牌名称	隶属集团	知名度指数	美誉度指数	品牌力指数	所在象限区域
1	如家	如家酒店集团	90.5	89.7	89.9	品牌优势区
2	汉庭	华住酒店集团	89.6	87.1	87.7	知名度优势区
3	锦江之星	锦江国际集团	76.2	89.7	86.3	品牌优势区
4	IU酒店	铂涛酒店集团	70.4	90.7	85.6	品牌优势区
5	速8	温德姆酒店集团	82.0	86.3	85.2	知名度优势区
6	莫泰	莫泰168连锁酒店	67.6	91.1	85.2	品牌优势区
7	7天	7天连锁酒店集团/铂涛酒店集团	73.3	87.8	84.2	品牌优势区
8	布丁	住友酒店集团	77.0	86.4	84.1	知名度优势区
9	格林豪泰	格林豪泰连锁酒店	76.4	85.9	83.6	知名度优势区
10	海友	华住酒店集团	72.8	87.1	83.5	知名度优势区
11	尚客优	香港尚客优酒店连锁管理集团	75.8	86.0	83.5	知名度优势区
12	怡莱	华住酒店集团	52.9	92.1	82.3	美誉度优势区
13	喆啡	铂涛酒店集团	45.6	92.5	80.8	美誉度优势区
14	城市便捷	东呈酒店集团	63.5	86.3	80.6	知名度优势区
15	贝斯特韦斯特	最佳西方国际集团	41.8	92.9	80.2	美誉度优势区
16	99旅馆	上海恭胜酒店管理有限公司	64.8	85.0	80.0	知名度优势区
17	宜必思	雅高 / 华住酒店集团	56.4	85.5	78.3	潜力提升区
18	百时快捷	锦江国际集团	50.5	87.3	78.1	潜力提升区
19	安逸158	四川岷山集团有限公司	42.9	88.8	77.3	美誉度优势区
20	格兰云天	格兰云天酒店管理有限公司	35.8	88.8	75.6	美誉度优势区
21	城市客栈	华侨城国际酒店管理公司	32.9	80.5	68.6	潜力提升区
22	九点连锁	九点连锁酒店有限公司	10.1	87.6	68.2	潜力提升区

■ 经济型酒店品牌“美誉度-知名度”四象限图



■ 报告结论

国际酒店品牌知名度指数普遍高于国内本土酒店品牌，建议本土酒店品牌加强知名度的建设和维护。

中端及经济型酒店品牌美誉度指数普遍高于高端品牌，部分本土单体酒店美誉度优于国际品牌单个酒店。

对比2016年上半年品牌力指数，全年高端及以上酒店品牌品牌力排名相对稳定，浮动相对较小。

省内除大成都以外的其他地区酒店的知名度指数普遍偏低，建议酒店通过互联网等平台来提升自身的对外知名度及品牌力指数。

汇报结束 谢谢倾听