



2017年度武汉酒店市场数据报告

通过分析武汉地区酒店市场供给、消费者行为数据等多个维度的真实数据，客观反映武汉地区过去一年的市场情况，为酒店高效经营提供指导与参考

数据说明

数据类别	名词解释	时间范围
市场供需关系	<p>主流OTA上的间夜量、平均房价、房间数的去年同比数据，它在一定程度上反映了所选区域酒店群的市场供需关系。</p> <ul style="list-style-type: none">• 间夜量同比：近一年间夜量与去年同期相比的增长率。• 平均房价同比：近一年平均房价与去年同期相比的增长率。• 供给量同比：近一年供给量与去年同期相比的增长率。	2016-01-01~2017-12-31
市场需求变化	<p>主流OTA上的间夜量、平均房价数据，它在一定程度上反映了所选区域酒店群的市场需求情况。</p> <ul style="list-style-type: none">• 间夜量指数：指数化的间夜量。• 近一年平均房价：酒店在某时间段内，已售客房的平均收入，反映某段时间内每间客房的平均售卖价格，平均房价=客房收入/实际售出客房数量。	2016-01-01~2017-12-31
市场供给变化	<p>从主流OTA上统计的酒店的房间数，它在一定程度上反映了所选区域酒店群的市场供给情况。</p> <ul style="list-style-type: none">• 供给量指数：指数化的酒店的房间数。	2016-01-01~2017-12-31

*本报告数据均取自武汉地区所有商圈所有酒店的数据；

数据说明

数据类别	名词解释	时间范围
用户基本属性	根据主流OTA上的用户数据加工分析得出的用户基本属性数据，包括用户的年龄	2017-01-01~2017-12-31
用户消费行为	根据主流OTA上的用户订单、点评数据加工分析得出的用户消费行为数据，包括出行目的、提前预订天数、入住天数等，一定程度上反映了细分市场用户群的消费特征和行为习惯。	2017-01-01~2017-12-31
用户酒店偏好	根据主流OTA上的用户订单数据加工分析得出的用户酒店偏好数据，包括酒店偏好、房型偏好等，一定程度上反映了细分市场用户群入住酒店的偏好。	2017-01-01~2017-12-31

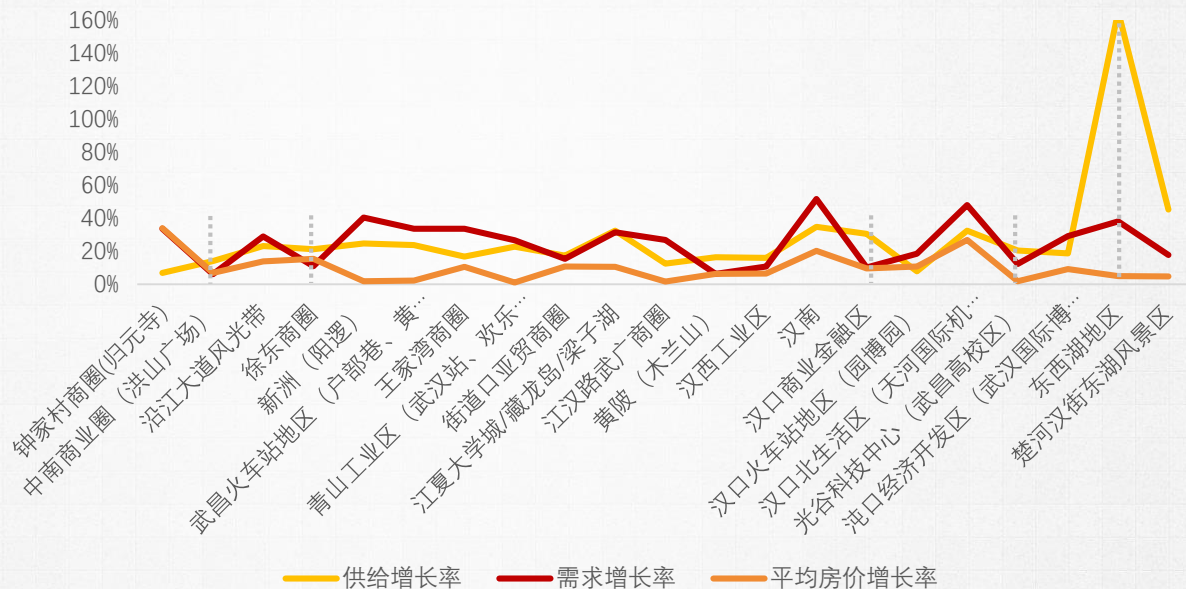
*本报告数据均取自武汉地区所有商圈所有酒店的数据；

2017武汉酒店市场供给需求分析

- 武汉地区酒店市场供需关系
- 武汉地区酒店供给变化
- 武汉地区酒店市场需求变化
- 武汉地区酒店平均房价变化

武汉地区酒店市场供需关系

市场供需基本平衡，平均房价小幅度增长

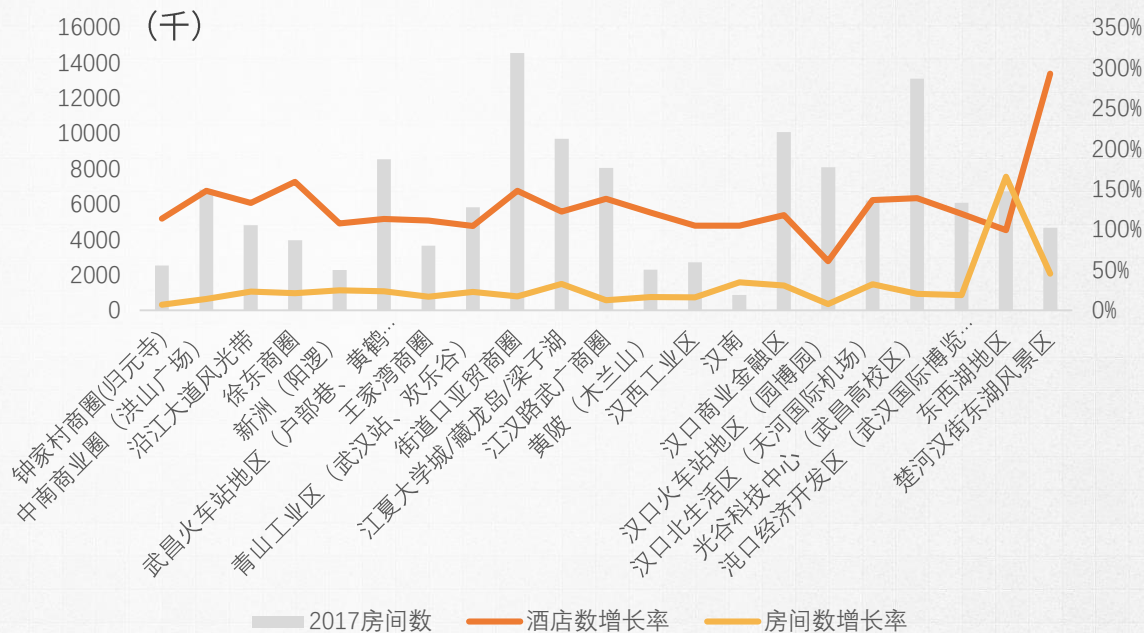


2017年武汉市场供给量增幅达到**24.6%**，同期市场需求的增长不足以支撑供给增长带来的压力。在竞争加剧的情况下武汉市场平均房价增幅较小。

武汉地区酒店供给变化

城市建设带动区域供给迅猛增长

星级	2017房间数	增长率
三星及以下	107,363,655	26%
四星	12,804,200	13%
五星	11,405,155	23%
TOTAL	131,573,010	20%

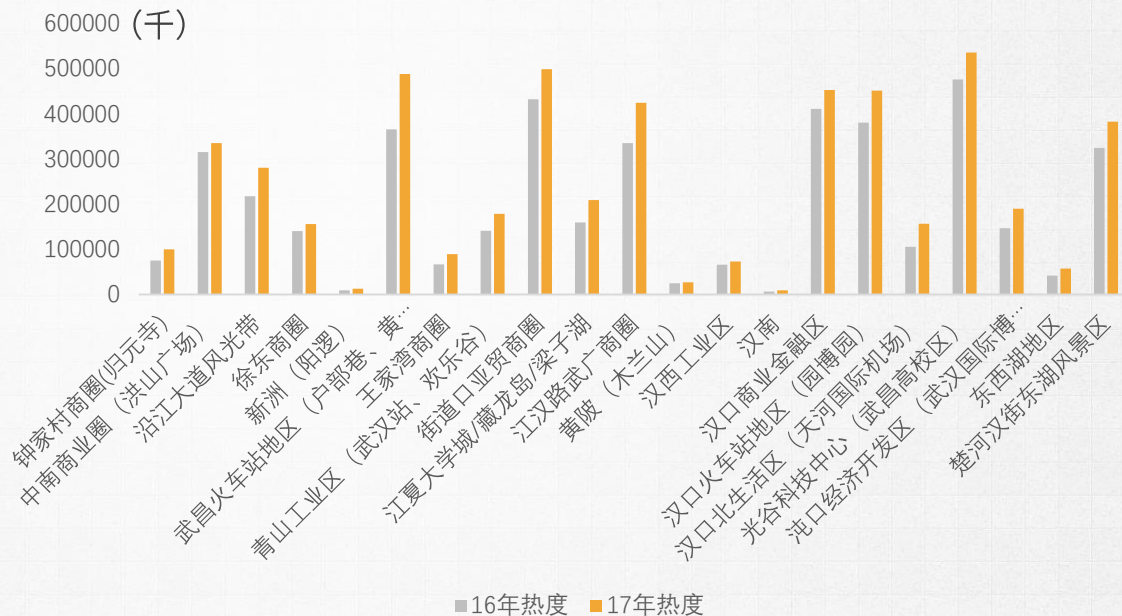


各区域酒店数量迅猛增涨，酒店房间量增长幅度较弱，说明**中小规模酒店更受投资者重视**，投资相对趋于理性，东西湖地区酒店供给量增长迅猛，主要由于2017招商**5793.8亿元**，随着基础设施的逐步建立与政府政策的引导，越来越多的酒店入驻，供给增幅超过**160%**

武汉地区酒店市场需求变化

各商圈市场热度需求均呈小幅度增长

星级	2017需求热度指数	增长率
三星及以下	2,890,102	19.86%
四星	1,174,610	26.59%
五星	1047641	16.33%
TOTAL	5,112,354	20.58%



酒店在线需求量与酒店供给区域分布基本匹配，增长动力除了来源于**旅游度假**，**商务会展**需求也在同步发展。与此同时，武汉地区的经济增长迅猛，2017GDP高达**1.34万亿元**左右，增长**8%**左右，跃居全国**第8**，**江汉、江岸以及武昌区**突破千亿生产总值，为武汉最富有的三大区域，从市场热度方面看有明显优势。

武汉地区酒店平均房价变化

收入与间夜量的双向增长，各区域平均房价均有所提升



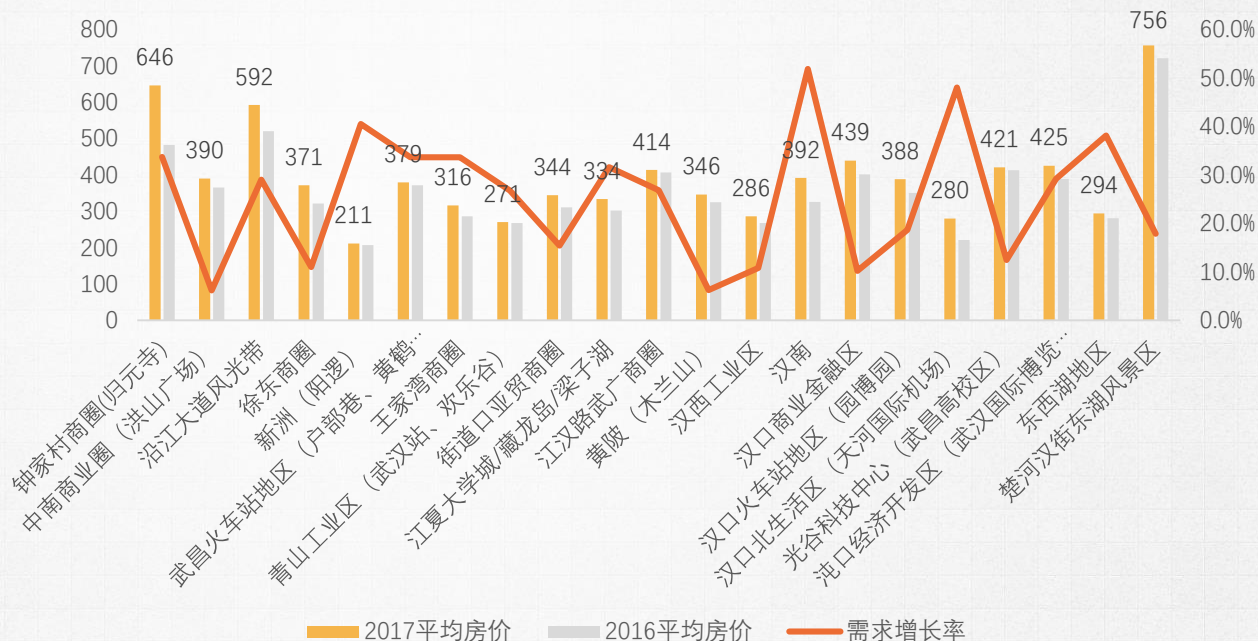
30.0%

收入增长率



21.5%

间夜量增长率



供给与需求博弈处于势均力敌的状态，武汉地区各商圈均呈小幅度增长，钟家村需求呈现强劲增长，而区域供给量较小，因此平均房价增幅明显。

2017武汉酒店市场消费者行为分析

- 武汉地区酒店消费者年龄分布
- 武汉地区酒店消费者出行目的
- 武汉地区酒店消费者提前预定天数
- 武汉地区酒店消费者预定决策前的浏览行为
- 武汉地区酒店消费者入住时长

武汉地区酒店消费者年龄分布

70、80后是消费主力军，经济型酒店更受青睐



80后 70后 60后 90后 50及以上 00后

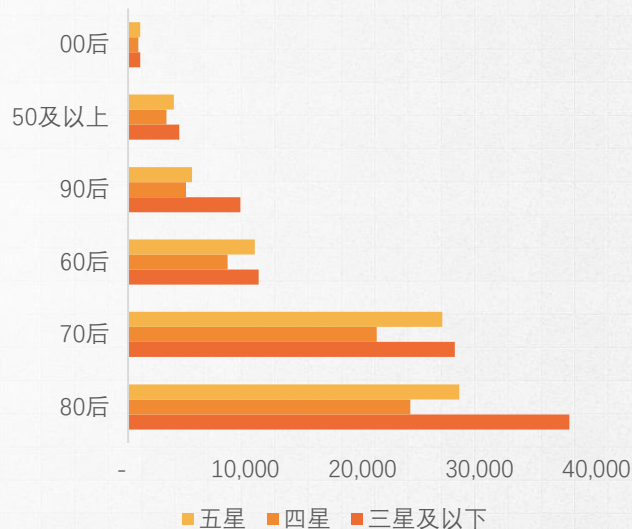
三星及以下 39.7%



四星级 27.2%



五星级 33.0%

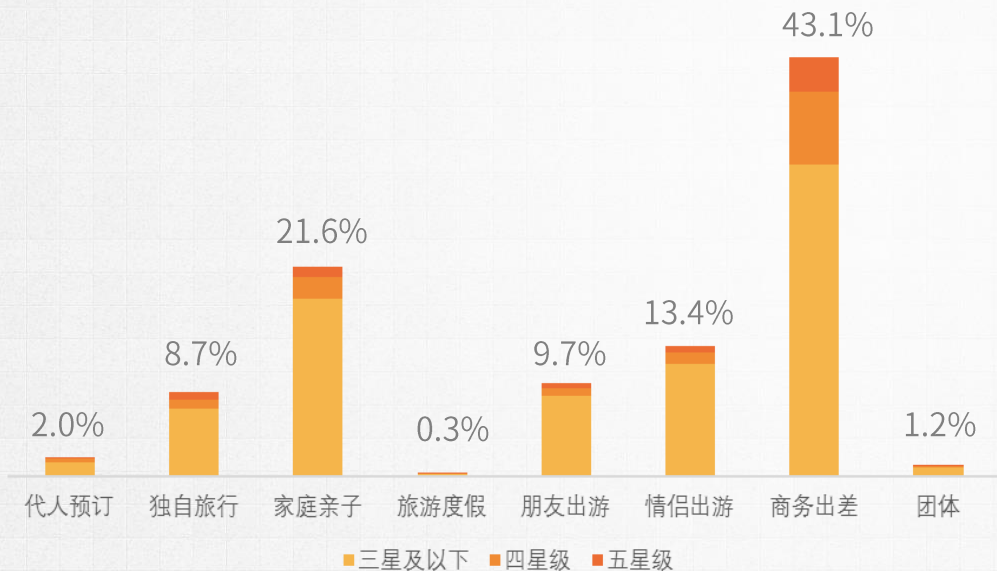


70、80用户群占比**超过70%**，成为绝对的消费主力，但随着90后等年轻用户群体的年龄及收入增长，这部分人群具有巨大的消费深挖潜力，提供**便捷、独特、有趣**的酒店预订入住体验将成为酒店新的发展趋势。

从酒店类型偏好方面，**价格**仍是大多用户的**关注重点**，从各年龄层五星级酒店预订占比上来看，人们越来越愿意为**轻奢住宿**花费更多，适当调整策略，推出轻奢的酒店品牌/产品，将会带来发展新的机遇。

武汉地区酒店消费者出行目的

商旅客户为武汉消费群体的主要构成



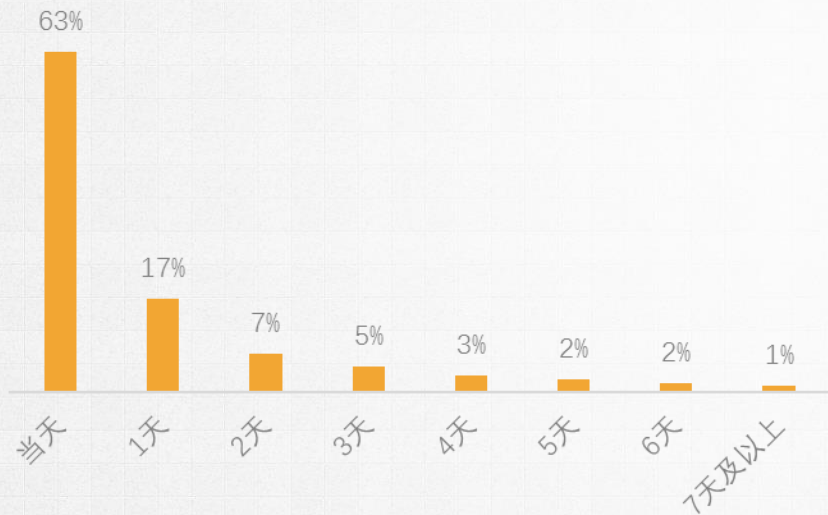
数据洞察

从数据占比上来看，**商旅顾客为主要消费群体**，随着二胎政策的开放，**家庭亲子占比也较为突出**。

可投入更多精力到这一细分市场，强化家庭消费群体的营销计划

武汉地区酒店消费者提前预定天数

当日预定超60%，消费者偏爱“说走就走的旅行”



数据洞察

无线技术的发展，手机预订变得更加便捷，消费者提前预订的时间越来越短，**超过60%**的用户选择**当天预定**，说走就走的特性愈加明显。

武汉地区酒店消费者预定决策前的浏览行为

消费者需要多少次浏览才可以做出决定？



📍 武汉

平均每**19.68**次浏览，产生1个预定

📍 全国

平均每**28.38**次浏览，产生1个预定

武汉地区酒店消费者入住时长

消费者在酒店停留多久？



81.1%

入住1天



6.2%

入住3天及以上

RMS+大数据收益管理

收益管理行业痛点

小数据分析洞察

不全面



人工Excel方式分析和收集数据
操作复杂，缺乏功能强大操作
简单的数据工具

大数据挖掘应用

不深入



酒店历史数据缺失，市场及
竞争对手数据获取难度大，
市场预测准确度低

收益管理方法实践

不落地



收益管理人才匮乏，收益策
略落地实施难度大

大数据挖掘应用

不实时



收益管理各环节无法做到实
时监控，措施价格调整的最
佳时机，损失收益

量身定制 收益管理解决方案

零部署、无对接、快速上手



导入数据一键生成

可视化展示数据导入历史，快速定位有误数据



多数据源轻松整合

多来源数据自动汇总，支持根据不同维度穿透分析



经营数据全面透析

关键指标变化情况一眼明晰，准确找寻收益提升机会点



经营数据全面透析

一键切换幻灯片大屏演示，多种可视化效果自由切换

RMS+大数据收益管理

一站式解决方案

实时获取**竞争对手**情报
掌握变价先机



准确预测**市场需求**波动
抓住流量变现机会



科学挖掘**客源流失**真相
挽回流失收益

RMS+大数据收益管理

RMS+收益决策系统



其他

法律声明

版权声明

本报告为众荟信息制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中数据主要为携程在内的主流OTA数据，包括用户的搜索、浏览、预定、点评数据，其中，点评借助众荟语义分析挖掘技术，得出分析结果；由于研究方法和数据来源的限制，该数据仅代表统计时间和范围的基本状况，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



联系我们

发现您酒店的全新潜能



北京众荟信息技术股份有限公司

电话：010-57842888

传真：010-57842889

地址：北京市海淀区马甸东路17号金澳国际大厦18层

www.jointwisdom.cn