

## 2010年中国经济型酒店行业调查及分析报告



2010年8月，水清木华研究中心和第一调查网合作对中国大陆市场600位用户进行了经济型酒店消费特征调查，调查内容包括：行业前十位酒店认知度、酒店信息获取方式、酒店客房价位选择、酒店订房方式、选择酒店首要考虑因素、酒店服务项目等。

关于酒店知名度调查的结果显示，当前中国经济型酒店市场上，7天连锁酒店、如家快捷酒店、锦江之星快捷酒店、假日之星酒店、汉庭连锁酒店和速8酒店等全国性经济酒店在消费者心目中知名度最高，而区域性经济型酒店的知名度比较低。

在酒店信息获取方式的调查结果中，“网上搜索”已成为消费者获取酒店信息的最主要方式，占比超过60%，占据绝对优势。其次“通过朋友介绍”了解酒店信息的方式位居第二，可见利用消费者口碑传播酒店信息仍是比较可靠的方式之一。

图：国内经济型酒店知名度调查结果

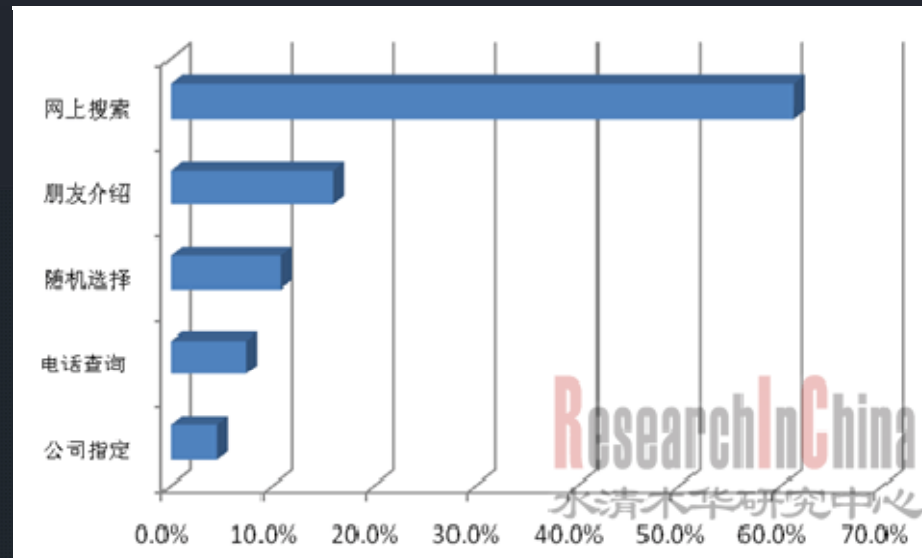


来源：水清木华研究中心，第一调查网

在酒店客房价位选择的调查结果中，价位在100-150元和150-200元的标间客房最受消费者欢迎，这两个价位的消费者数量占比均超过三成，占有绝对优势。其次价位在200-300元的经济型酒店标间客房，消费者数量占比也已超过15%，而其余过高或是过低价位的客房在消费者中的接受度相对较低。

在消费者特征分析的基础上，我们还针对相应结果向国内经济型酒店行业以及不同酒店企业提出了改善和发展建议。

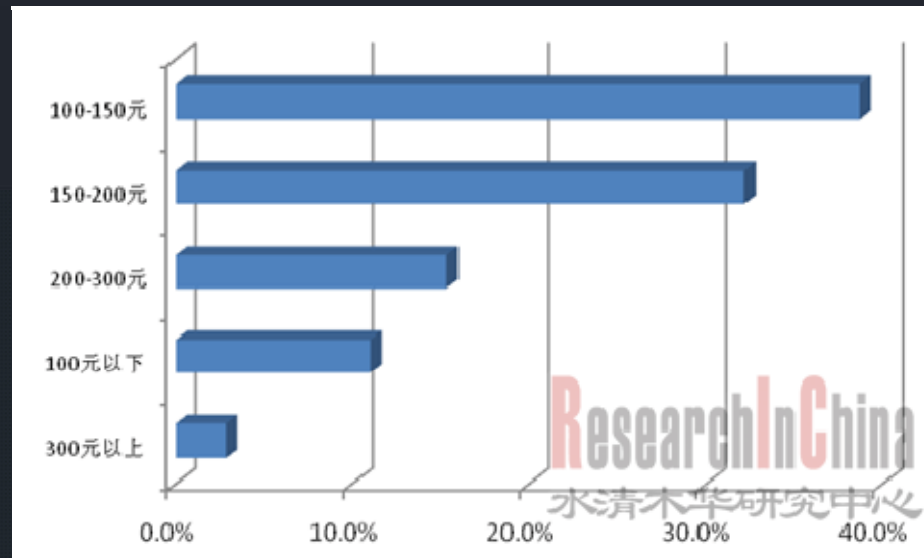
图：酒店信息获取方式的调查结果



来源：水清木华研究中心，第一调查网

比如，在外出住宿目的的调查结果中，我们发现，有六成以上的消费者是旅游外出住宿经济型酒店的，还有近三成的消费者住宿经济型酒店的目的是商务外出，而以探亲访友为目的住宿经济型酒店的消费者较少。为此，我们建议，国内经济型酒店行业应该在以下方面做出努力和改善：一是，增加重要景区所在城市的门店和客房数；二是，加大旅游网站的联合推广；三是，酒店应该更加注重对于旅游人士的配套服务，比如免费提供城市景区地图、导游服务、票务服务等等。

图：酒店客房价位选择的调查结果



来源：水清木华研究中心，第一调查网



# 报告目录

## 第一章 中国经济型酒店发展现状及预测

- 1.1 中国经济型酒店概况
- 1.2 各城市经济型酒店发展概况
- 1.3 中国经济型酒店经营模式
- 1.4 中国经济型酒店行业未来发展预测

## 第二章 中国经济型酒店的消费者调查分析

- 2.1 调研背景资料介绍
  - 2.1.1 年龄结构
  - 2.1.2 学历结构
  - 2.1.3 收入结构
  - 2.1.4 职业结构
  - 2.1.5 城市结构
- 2.2 外出住宿目的的调查结果分析
- 2.3 最近一年入住经济型酒店次数调查结果分析
- 2.4 消费者酒店类型选择调查结果分析
- 2.5 经济型酒店信息获取方式调查结果分析
- 2.6 经济型酒店价位选择调查结果分析
- 2.7 经济型酒店周边环境设施调查结果分析
- 2.8 经济型酒店装修设计调查结果分析
- 2.9 经济型酒店装修风格喜好调查结果分析

- 2.10 经济型酒店客房装修调查结果分析
- 2.11 经济型酒店订房方式调查结果分析
- 2.12 对酒店经济性理解调查结果分析
- 2.13 经济型酒店知名度调查结果分析
- 2.14 选择酒店首要考虑因素调查结果分析
- 2.15 入住酒店时带来何种感觉的调查结果分析
- 2.16 酒店室外形象调查分析
- 2.17 经济型酒店卫生状况重视程度调查分析
- 2.18 经济型酒店硬件环境调查分析
- 2.19 经济型酒店增加服务项目调查分析
- 2.20 经济型酒店行业发展建议

## 第三章 全国经济型连锁酒店

- 3.1 如家酒店集团
  - 3.1.1 公司简介
  - 3.1.2 经营情况
  - 3.1.3 用户特征分析与公司发展建议
- 3.2 锦江之星
  - 3.2.1 公司简介
  - 3.2.2 经营情况
  - 3.2.3 用户特征分析与公司发展建议
- 3.3 莫泰连锁酒店
  - 3.3.1 公司简介
  - 3.3.2 经营情况

3.3.3 用户特征分析与公司发展建议

3.4 7天连锁酒店

3.4.1 公司简介

3.4.2 经营情况

3.4.3 用户特征分析与公司发展建议

3.5 汉庭酒店

3.5.1 公司简介

3.5.2 经营情况

3.5.3 用户特征分析与公司发展建议

3.6 格林豪泰

3.6.1 公司简介

3.6.2 经营情况

3.6.3 用户特征与公司优劣势分析

3.7 速8酒店

3.7.1 公司简介

3.7.2 经营情况

3.8 宜必思

3.8.1 公司简介

3.8.2 经营情况

3.9 维也纳酒店

3.9.1 公司简介

3.9.2 经营情况

3.10 雅悦酒店

3.10.1 公司简介

3.10.2 经营情况

3.11 其他经济型酒店

3.11.1 蓝色快舟酒店

3.11.2 假日之星酒店

3.11.3 e家快捷

## 图表目录

- 图：2000-2009年中国经济型酒店增长规模
- 图：2009年12月全国经济型连锁酒店集团市场占有率
- 表：2009年12月中国经济型酒店市场集中度
- 图：2007-2009年中国经济型酒店前十名市场占有率变化
- 图：2009年中国各省份经济型酒店客房数
- 图：2009年中国主要城市经济型酒店规模
- 图：2005-2009年上海经济型酒店规模
- 图：2005-2009年北京经济型酒店规模
- 图：2005-2009年深圳经济型酒店规模
- 图：2005-2009年杭州经济型酒店规模
- 图：2005-2009年广州经济型酒店规模
- 图：2005-2009年南京经济型酒店规模
- 图：2010-2012年中国经济型酒店开业数量增长预测
- 图：2010-2012年中国经济型酒店客房数量增长预测
- 图：2010-2012年中国经济型酒店前十位市场占有率变化预测
- 图：消费者调研年龄结构占比
- 图：消费者调研学历结构占比
- 图：消费者调研收入结构占比
- 图：消费者调研职业结构占比
- 图：消费者调研城市结构占比
- 图：消费者外出住宿目的构成情况
- 图：不同性别消费者外出住宿目的构成情况
- 图：不同年龄段消费者外出住宿目的构成情况



- 图：消费者最近一年入住过经济型酒店的次数构成情况
- 图：不同性别消费者最近一年入住过经济型酒店的次数构成情况
- 图：不同年龄段消费者最近一年入住过经济型酒店的次数构成情况
- 图：消费者对酒店类型选择的构成情况
- 图：不同性别消费者对酒店类型选择的构成情况
- 图：不同年龄段消费者对酒店类型选择的构成情况
- 图：消费者了解当地酒店信息方式的构成情况
- 图：不同性别消费者了解当地酒店信息方式的构成情况
- 图：不同年龄段消费者了解当地酒店信息方式的构成情况
- 图：消费者对经济型酒店价位选择的构成情况
- 图：不同性别消费者对经济型酒店价位选择的构成情况
- 图：不同年龄段消费者对经济型酒店价位选择的构成情况
- 表：不同职业消费者对经济型酒店价位选择的构成情况
- 图：消费者对酒店周边环境要求的构成情况
- 图：不同性别消费者对酒店周边环境要求的构成情况
- 图：不同年龄段消费者对酒店周边环境要求的构成情况
- 表：不同职业消费者对酒店周边环境要求的构成情况
- 图：消费者对酒店装修设计喜好的构成情况
- 图：不同性别消费者对酒店装修设计喜好的构成情况
- 图：不同年龄段消费者对酒店装修设计喜好的构成情况
- 表：不同职业消费者对酒店装修设计喜好的构成情况
- 图：消费者对各地连锁店装修风格喜好的构成情况
- 图：不同性别消费者对各地连锁店装修风格喜好的构成情况
- 图：消费者对酒店客房装修特点喜好的构成情况
- 图：不同性别消费者对酒店客房装修特点喜好的构成情况



- 图：不同年龄段消费者对酒店客房装修特点喜好的构成情况
- 图：消费者订房选择方式的构成情况
- 图：不同性别消费者订房选择方式的构成情况
- 图：不同年龄段消费者订房选择方式的构成情况
- 表：不同职业消费者订房选择方式的构成情况
- 图：消费者对酒店经济理解的构成情况
- 图：不同性别消费者对酒店经济理解的构成情况
- 图：不同年龄段消费者对酒店经济理解的构成情况
- 图：消费者知道哪些国内经济型酒店的构成情况
- 图：不同性别消费者知道哪些国内经济型酒店的构成情况
- 图：不同年龄段消费者知道哪些国内经济型酒店的构成情况
- 图：中国经济型酒店消费者考虑因素调查分析
- 图：不同性别消费者选择酒店时考虑三要素的构成情况
- 图：不同年龄段消费者选择酒店时考虑三要素的构成情况
- 表：不同职业消费者特征分析
- 图：消费者希望入住时带来何种感觉的构成情况
- 图：不同性别消费者希望入住时带来何种感觉的构成情况
- 图：经济型酒店外在形象消费者调查结果
- 图：不同性别消费者认为室外形象该带来何种感觉的构成情况
- 图：不同年龄段消费者认为室外形象该带来何种感觉的构成情况
- 图：经济型酒店卫生状况调查
- 图：不同性别消费者哪些卫生状况最受重视的构成情况
- 图：不同年龄段消费者哪些卫生状况最受重视的构成情况
- 图：经济型酒店硬件环境调查分析
- 表：不同性别消费者重视哪些酒店硬件环境的构成情况

- 表：不同年龄段消费者重视哪些酒店硬件环境的构成情况
- 图：经济型酒店增加服务项目调查结果分析
- 表：不同性别消费者希望酒店再增加何种服务项目的构成情况
- 表：不同年龄段消费者希望酒店再增加何种服务项目的构成情况
- 表：全国性经济型连锁酒店
- 表：2007-2010年如家快捷开店数及客房数增长情况
- 图：2007-2010年如家市场占有率变化情况
- 图：用户希望入住时带来何种感觉的调查结果分析
- 图：用户认为室外形象风格的调查结果分析
- 图：用户希望增加哪些服务项目的调查结果分析
- 表：2007-2010年锦江之星开店数及客房数增长情况
- 图：2007-2010年锦江之星市场占有率变化情况
- 表：2007-2010年锦江之星经营业绩
- 图：用户最近一年入住次数的调查结果分析
- 图：用户选择何种方式订房的调查结果分析
- 图：用户对酒店经济性理解的调查结果分析
- 表：2007-2010年莫泰168开店数及客房数增长情况
- 图：2007-2010年莫泰市场占有率变化情况
- 图：用户注重何种卫生状况的调查结果分析
- 图：用户注重哪些硬件环境的调查结果分析
- 表：2007-2010年7天开店数及客房数增长情况
- 图：2007-2010年7天市场占有率变化情况
- 图：用户外出住宿目的的调查结果分析
- 图：用户对酒店价位选择的调查结果分析
- 图：用户对客房装饰特点的调查结果分析

- 表：2007-2010年汉庭快捷开店数及客房数增长情况
- 图：2007-2010年汉庭酒店市场占有率变化情况
- 图：用户了解出行地酒店信息方式的调查结果分析
- 图：用户选择酒店考虑三要素的调查结果分析
- 图：用户对周边环境要求的调查结果分析
- 表：2007-2010年格林豪泰开店数及客房数增长情况
- 图：2007-2010年格林豪泰市场占有率变化情况
- 图：酒店用户对全国连锁店装修风格的调查结果分析
- 图：酒店用户对单体店装修设计风格的调查结果分析
- 表：2007-2010年速8开店数及客房数增长情况
- 表：2010年速8酒店中国各省市分布图
- 图：2007-2010年速8酒店市场占有率变化情况
- 表：2007-2010年宜必思开店数及客房数增长情况
- 表：2010年6月宜必思中国主要省市开店分布图
- 表：2008-2010年维也纳酒店开店数及客房数增长情况
- 图：2009-2010年维也纳市场占有率
- 表：2007-2010年雅悦酒店开店数及客房数增长情况
- 表：2010年6月雅悦酒店地区分布



## 购买报告

价 格	电子版： 6500元	电话： 010-8260. 1561/62/63
	纸质版： 6000元	传真： 010-8260. 1570
页数： 116页		邮箱： hanyue@waterwood. com. cn
发布日期： 2010-06		网址： www. pday. com. cn
链接： <a href="http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201009/24511165.html">http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201009/24511165.html</a>		
地址： 北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦A2座1008室		

## 如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》([http://www.pday.com.cn/research/pday\\_report.doc](http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc)), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

## 版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。