

2021-2027年中国在线住宿 行业发展态势与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国在线住宿行业发展态势与未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202101/203405.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

2017年，网上预订火车票、机票、酒店和旅行行程的网民分别占比39.3%、23.0%、25.1%和11.5%。酒店网上预订比例上升最快，较2013年提升了14.9个百分点，成为整体在线旅行预订用户规模增长的主要贡献力量。2013-2017年主要领域旅行预订使用率对比（单位：%）

从渗透率来看，2017年的在线旅游渗透率达13.4%，较2016年增长了1.3个百分点。随着在线旅游市场用户流量增长的稳定，在线渗透率的提高将会逐年缩小幅度。2009-2017年中国在线旅游渗透率变化情况（单位：%） 中企顾问网发布的《2021-2027年中国在线住宿行业发展态势与未来前景预测报告》共六章。首先介绍了中国在线住宿行业市场发展环境、在线住宿整体运行态势等，接着分析了中国在线住宿行业市场运行的现状，然后介绍了在线住宿市场竞争格局。随后，报告对在线住宿做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线住宿行业发展趋势与投资预测。您若想对在线住宿产业有个系统的了解或者想投资中国在线住宿行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第.1部分 报告摘要

1.12019年中国住宿市场交易规模及在线渗透率

1.22019年中国在线住宿市场交易规模及在线非标住宿市场交易规模

1.32019年中国在线住宿市场交易规模

2016年中国在线住宿市场规模已达1190.2亿，同比增长32.5%，占整体在线旅游市场份额的20.1%，但是比去年降低了0.2个百分点。原因可能在于线上成本逐步提高，于是企业瞄准了线下战略，导致在线住宿市场整体规模增长趋缓。但是，在共享经济格局下，最近火了一把的“共享睡眠”也表明，细分领域的在线非标准住宿市场在逐步兴起，所以增速较快。2010-2019年中国在线住宿交易规模走势

第2部分 中国在线住宿市场发展态势总论

2.1 中国在线住宿市场发展态势 - No.1

2.2 中国在线住宿市场发展态势 - No.2

2.3 中国在线住宿市场发展态势 - No.3

2.4 中国在线住宿市场发展态势 - No.4

第3部分 中国在线住宿市场发展现状分析

3.1 中国在线住宿市场产业链图

3.2 中国在线住宿市场规模及趋势 - 按交易额统计

3.3 中国住宿市场规模及在线渗透率 - 按交易额统计

3.4 中国在线住宿市场企业集中度 - 按交易额统计

3.5 中国在线非标准住宿市场规模及趋势 - 按交易额统计

3.6 中国在线非标准住宿市场企业集中度 - 按交易额统计

第4部分 中国住宿市场企业案例分析

4.1 花间堂

4.1.1 花间堂概况

4.1.2 花间堂发展历程

4.1.3 花间堂竞争优势

4.2 悦榕庄

4.2.1 悦榕庄概况

4.2.2 悦榕庄运营模式

4.2.3 悦榕庄竞争优势

4.3 蚂蚁短租

4.3.1 蚂蚁短租概况

4.3.2 蚂蚁短租业务模式

4.3.3 蚂蚁短租竞争优势

4.4 雅诗阁

4.4.1 雅诗阁概况

4.4.2 雅诗阁运营模式

4.4.3 雅诗阁竞争优势

4.5 游多多客栈

4.5.1 游多多客栈概况

4.5.2 游多多客栈业务模式

4.5.3 游多多客栈竞争优势

第5部分 中国住宿市场用户研究

5.1 中国住宿市场用户研究 – 研究说明

5.1.1 中国住宿市场用户研究 – 研究说明

5.2 中国住宿市场用户研究 – 用户属性

5.2.1 用户属性 – 性别&家庭状况

5.2.2 用户属性 – 学历&个人月收入

5.2.3 用户属性 – 年龄段&人群分类

5.3 中国住宿市场用户研究 – 研究分析

5.3.1 2018 用户过往预订住宿情况分析

5.3.2 2018 用户标准住宿类型预订情况分析

5.3.3 2018 用户非标住宿类型预订情况分析

5.3.4 2018 用户预订标准/非标住宿目的分析

5.3.5 2018 用户预订标准/非标住宿选择陪伴分析

5.3.6 2018 用户预订标准/非标住宿方式分析

5.3.7 2018 用户预订标准/非标住宿选择支付方式分析

5.3.8 2018 标准住宿用户在线预订平台认知使用分析

5.3.9 2018 非标住宿用户在线预订平台认知使用分析

5.3.10 2018 用户对非标住宿优势评价分析

5.3.11 2018 用户未来预订标准住宿情况分析

5.3.12 2018 用户未来预订非标住宿情况分析

5.3.13 2018 标准住宿行业存在问题分析

第6部分 2016-2019年度住宿市场重要新闻事件盘点()

6.1 2016-2019年度住宿市场重要新闻事件盘点 - NO. 1

6.2 2016-2019年度住宿市场重要新闻事件盘点 - NO. 2

6.3 2016-2019年度住宿市场重要新闻事件盘点 - NO. 3

6.4 2016-2019年度住宿市场重要新闻事件盘点 - NO. 4

6.5 2016-2019年度住宿市场重要新闻事件盘点 - NO. 5

6.6 2016-2019年度住宿市场重要新闻事件盘点 - NO. 6()

图表目录

图1 2018 标准住宿用户预订标准住宿方式分析 - 按年龄段

图2 2018 非标住宿用户预订非标住宿方式分析 - 按年龄段

图3 2012-2018中国出境游人数分析

图4 2018 用户最近一次住宿预订情况分析 - 按年龄段/按家庭结构

图5 2018 用户对非标住宿优势评价分析 - 按年龄段

图6 2018 用户对非标住宿劣势评价分析

图7 2018 用户未来不考虑非标住宿原因分析

图8 2018 非标住宿行业存在问题分析

图9 中国在线住宿市场产业链图

图10 2014-2019年中国在线住宿市场规模及趋势 - 按交易额统计

图11 2015-2018中国住宿市场规模及在线渗透率 - 按交易额统计

图12 2018中国在线住宿市场企业集中度 - 按交易额统计

图13 2012-2019年中国在线非标准住宿市场交易规模及趋势 - 按交易额统计

图14 2018中国在线非标准住宿市场企业集中度 - 按交易额统计

图15 用户属性 - 性别&家庭状

图16 用户属性 - 学历&个人收入

图17 用户属性 - 年龄段&人群分类

图18 2018 用户过往预订住宿情况分析

图19 2018 用户标准住宿类型预订情况分析

图20 2018 用户非标住宿类型预订情况分析

图21 2018 用户预订标准/非标住宿目的分析

图22 2018 用户预订标准/非标住宿选择陪伴分析

图23 2018 用户预订标准/非标住宿方式分析

图24 2018 用户预订标准/非标住宿选择支付方式分析

图25 2018 标准住宿用户在线预订平台认知使用分析

图26 2018 非标住宿用户在线预订平台认知使用分析

图27 2018 用户对非标住宿优势评价分析

图28 2018 用户未来预订标准住宿情况分析

图29 2018 用户未来预订非标住宿情况分析

图30 2018 标准住宿行业存在问题分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/203405.html>