



2011 年中国经济型酒店市场研究报告

(简版)

2011 年 4 月

目录

I. 研究背景	3
II. 研究对象	3
III. 研究方法	4
IV. 核心观点	5
观点一：受益休闲旅游和商旅市场的蓬勃发展 经济型酒店行业发展潜力巨大	5
观点二：2010 年中国经济型酒店市场规模达 180 亿元 未来三年增速将超 35%	6
观点三：经济型酒店客房营销模式日益拓展，电子商务水平显著提升	8
观点四：2010 年经济型酒店加盟店占比显著上升，加盟模式不断优化	11
观点五：酒店网络营销进入“微点评时代”，口碑评价助力经济型酒店软性营销 ...	12
V. 附录	14
附录 1 《2011 中国经济型酒店市场研究报告》完整版目录	14
附录 2 法律声明	17

I. 研究背景

随着中国经济的发展，居民出游及中小企业商务活动呈现出蓬勃发展态势。由于该类人群对酒店价格的敏感性较强，促进了经济型酒店市场的发展。根据国家旅游局的不完全统计，国内游客 70-80%属于大众化消费，自由行散客的比重也逐步增加；部分大中型企业的中层管理者由于差旅费用的限制，也开始选择经济型酒店。

从 1997 年开始中国市场第一家真正意义上的经济型酒店品牌——锦江之星诞生至今，已经形成三大阵营。第一大阵营是全国性的本土经济型酒店品牌，例如如家、锦江之星、莫泰、7 天等等。第二大阵营是区域性的特色经济型酒店品牌，山水时尚酒店、桔子酒店、万好万家酒店等。桔子酒店定位于设计师酒店，以北京市场为主，注重房间的设计。第三大阵营是国际酒店管理集团，例如法国雅高的宜必思及美国的速 8。

经过近十多年的发展，中国经济型酒店市场已经初具规模。艺旅咨询预测，未来十年该市场至少还有 10 倍左右的增长空间且二三线城市发展潜力巨大；以并购事件为代表的资本运作和企业重组提速；直销程度及电子商务水平将进一步提升；规模扩张的同时特色酒店细分市场将全面发展，品牌差异悄然显现。

II. 研究对象

行业研究：中国经济型酒店行业

企业研究：

经济型酒店：如家、7天、汉庭、锦江之星、速8、莫泰168、格林豪泰等

酒店点评网站：驴评网、到到网

酒店预订网站：携程网、艺龙网、12580等

III. 研究方法

艺旅进行桌面研究的渠道包括：

- Enhotel酒店决策智库
- 政府及行业协会发布的数据
- 相关的经济数据
- 上市公司财报
- 企业公开信息

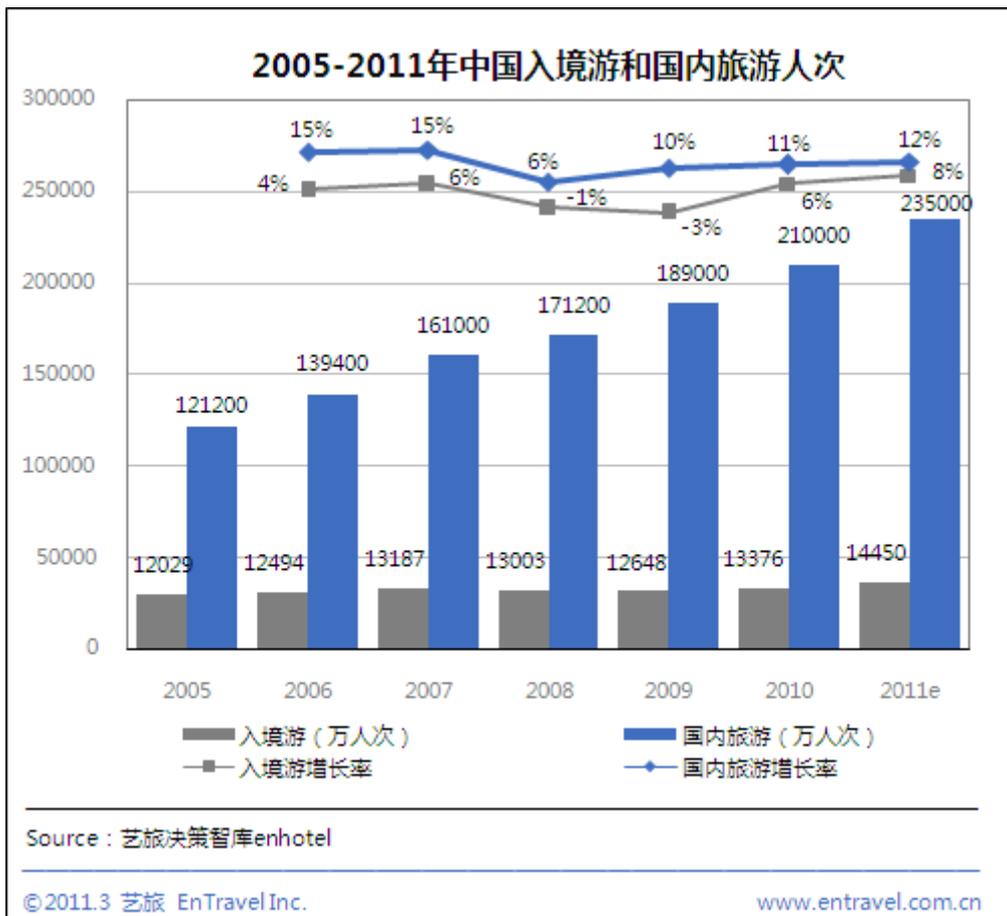
行业深度访谈通过与业界知名企业进行沟通，获取相关信息：

- 通过对行业专家、厂商及典型用户进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 通过对中国旅游局、中国旅游饭店协会等相关非政府机构沟通，了解对该行业的扶持政策及市场。

IV. 核心观点

观点一：受益休闲旅游和商旅市场的蓬勃发展 经济型酒店行业发展潜力巨大

2010年我国国内旅游人次达到21亿人，同比上升11%；国内旅游收入1.25万亿元，同比增长22.5%。持续增长的旅游消费需求将推动酒店行业尤其是经济型酒店的市场空间继续扩大。

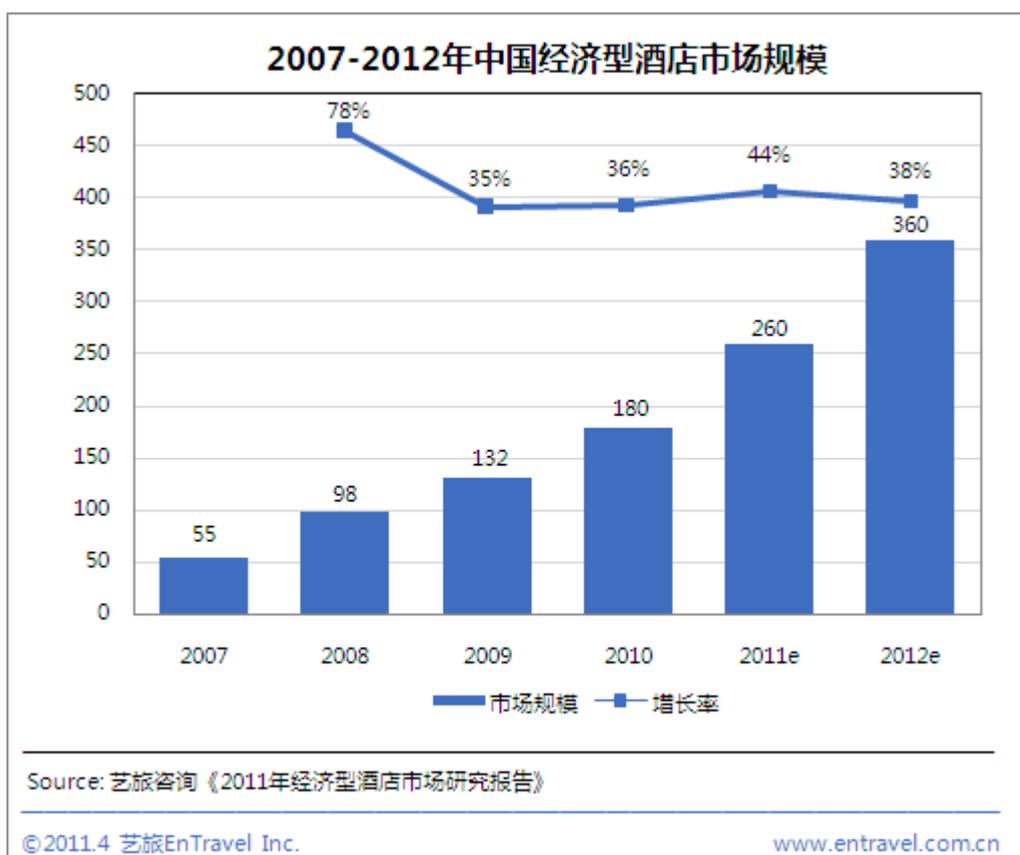


另一方面，2010年在工商部门注册的中小企业已达1023万户，未来中国中小企业的数量增长速度将保持在7%。艺旅咨询预计近5年我国国内商务出行市场规模增速约为20%，服务于中小企业的商务旅游市场呈现快速增长态势。由于中小企业商务人士对出行成本十分关注，经济型酒店的性价比无疑成其出行的必然选择。

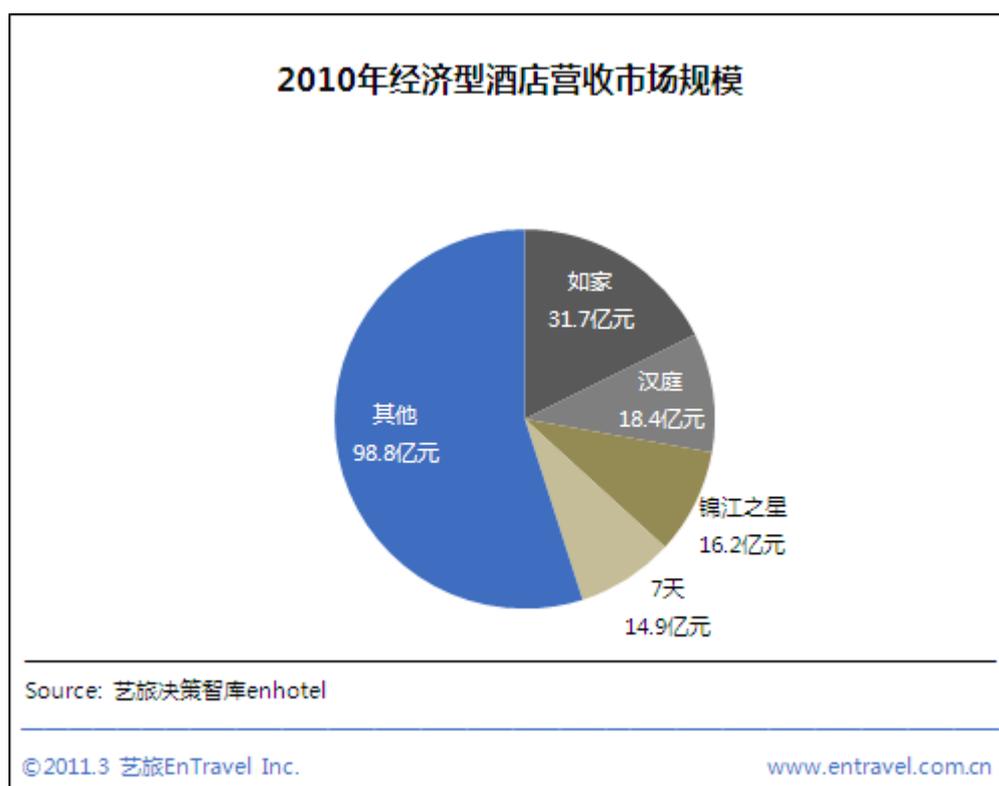
经济型酒店的客源主要是商旅客户和个人游客，这两大客源将获益于中小企业数量的增加，国内游和入境游的蓬勃发展而呈现出快速增长态势。

观点二：2010 年中国经济型酒店市场规模达 180 亿元 未来三年增速将超 35%

2010 年中国经济型酒店市场规模达到 180 亿元，同比 2009 年增长 36%。2010 年中国经济型酒店市场规模仅占中国酒店整体规模的 8.3%。随着全球经济的复苏、地区企业经济交流活动的频繁，国内游及入境游市场成熟，预计 2011 年经济型酒店市场规模将达 260 亿元。



受益中国旅游市场繁荣和为期半年的上海世博会提振，2010 年经济型酒店行业营收规模达到 180 亿元，同比 2009 年增长 30%。行业前四大品牌营收总额达 81.2 亿元，占 45% 的市场份额。2010 年的经济型酒店市场以如家独大，汉庭营收增幅达 46% 引领行业，7 天与锦江之星正在缩小差距。

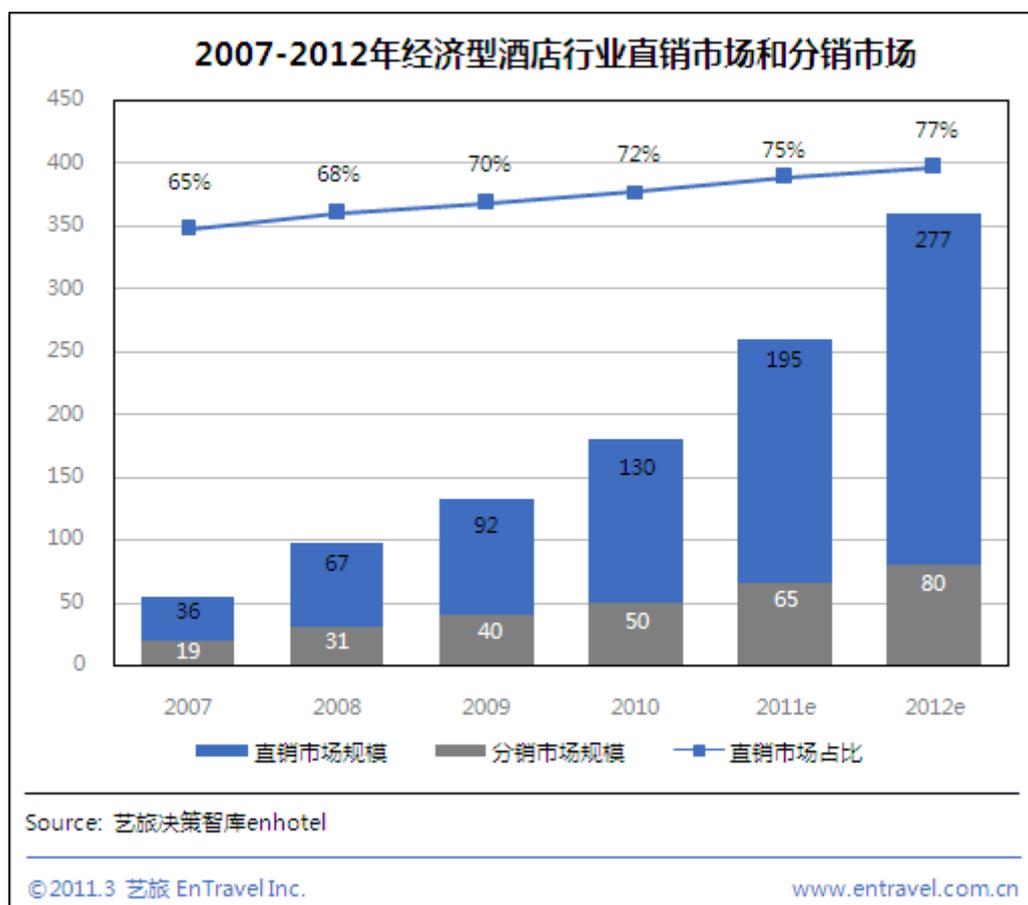


2010 年经济型酒店行业拥有 5120 家酒店，客房数达 56.4 万间。而经济型酒店门店数在整个酒店行业中的比重少于 7%，低于欧美市场 70% 的平均水平。自 2003 年经济型酒店进入快速发展期以来，8 年间增长 66 倍，复合增长率高达 78%，远高于星级酒店同期增长率。随着中小企业数量的迅速增加和国内休闲旅游的发展，未来几年我国经济型酒店要加速扩张才能满足迅猛增长的市场需求。未来十年经济型酒店至少还有 10 倍左右的增长空间。

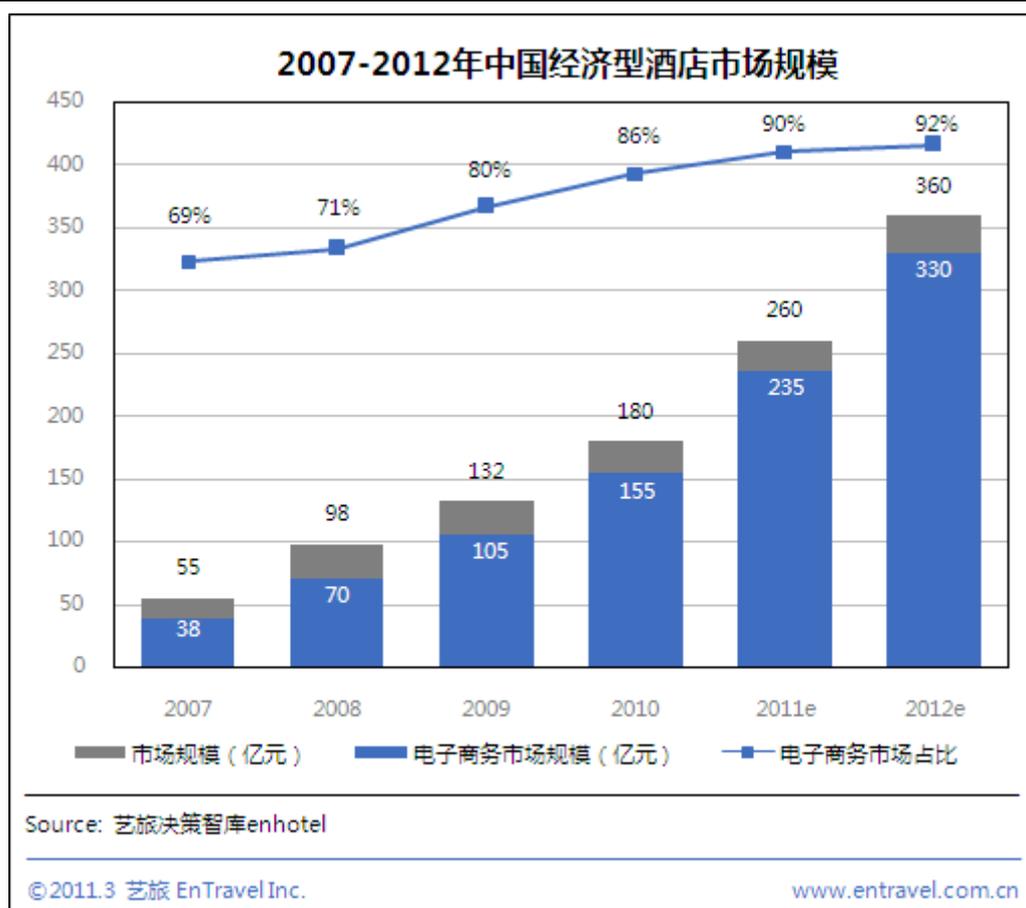


观点三：经济型酒店客房营销模式日益拓展，电子商务水平显著提升

2010 年中国经济型酒店直销市场规模为 130 亿元，占整体规模的比重上升至 72%。预计 2011 年经济型酒店直销市场规模将达到 195 亿元，占比升至 75%。



酒店直销渠道包括散客、公司客户和旅行社客户；通过酒店官网和酒店电话实现预订；分销渠道包括全球 GDS 预定系统、第三方预订网站和各类中小型订房中心。目前第三方预订网站收取客房费用 20%-30%的佣金。酒店方要对直销和分销的比例有明确的控制，分销比例从 20%以上下调至 10%以内，价格也就自然不会受第三方分销渠道的控制。7 天酒店的直销比例高达 99%，在行业中遥遥领先；如家的直销比例在 85%-90%左右。



2010 年经济型酒店电子商务市场规模达 155 亿元，占行业总收入的 86%。预计 2011 年经济型酒店电子商务规模将达 235 亿元，占比行业总收入升至 90%。由于电子商务平台能最大程度优化订房模式，减轻前台及呼叫中心的压力，压缩销售成本，所以越来越受到经济型酒店业青睐。目前酒店电子商务包括：互联网、呼叫中心、短信和手机 WAP。2010 年 7 天连锁 85% 的入住客人来自网站、手机等线上预订渠道，其电子商务程度居中国经济型酒店之首。

观点四：2010 年经济型酒店加盟店占比显著上升，加盟模式不断优化

由于自身资金的限制和寻找当地优秀物业资源需要，经济型酒店通过加盟的方式快速占领市场，欧美等发达国家的酒店品牌加盟比例均已超过 50%。

目前经济型酒店业内的加盟收费构成上，都是“首期加盟 + 特许管理费用”模式。对于加盟者来说，首期加盟费用在 50-70 万左右，需一次性付清。特许管理费用与客房收入挂钩，一般在客房收入的 4%-7%之间，按年度支付。

主要品牌加盟费用和期限

品牌	首次加盟费用（一次性）	特许管理费用（每年）	加盟期限（年）
锦江之星	20万+（2500*客房数）	客房收入*4.5%	8
汉庭	30万+（3000*客房数）	客房收入*6%	8
如家	36万+（3000*客房数）	客房收入*6%	8
7天	30万+（3000*客房数）	客房收入*7%	5

Source：酒店官网公开数据
 ©2011.3 艺旅EnTravel Inc. www.entravel.com.cn

按经济型行业平均水平，即客房数为 110 间，平均房价 180 元和出租率 90%来计算，具体来说，投资一家经济型酒店需要的总投资包括装修费用、加盟费用和启动资金，总计 610 万元。而酒店的年均营收等于平均房价×出租率×客房数×365 天共计 650 万，按 50%利润率计算年均毛利润可达 325 万元。再从其中减去房屋租金和特许管理费用，得到年均现金流约为 135 万元。所以投资一家经济型酒店的投资回报期在 4.5 年左右。

典型经济型酒店投资模拟收益分析

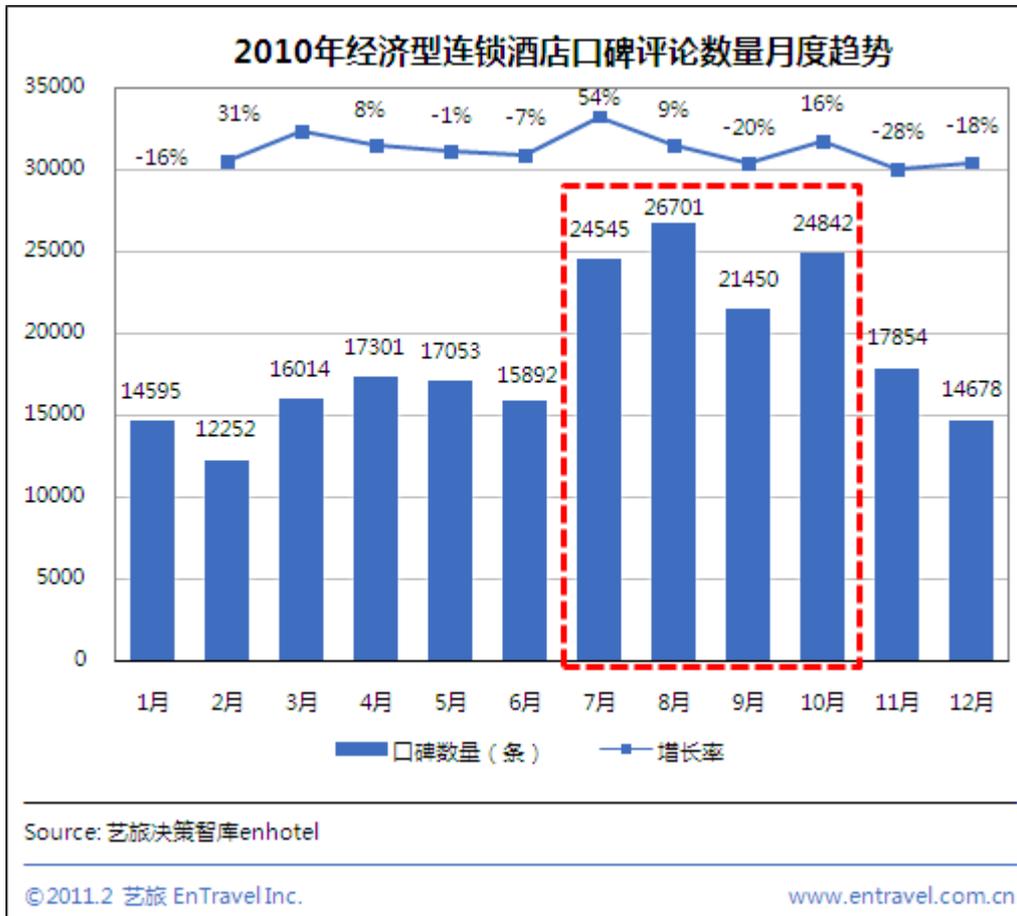
年营收：	平均房价×出租率×客房数×365天	$180 \times 90\% \times 110 \times 365 = 650$ 万元
年利润：	年营收×利润率	$650 \times 50\% = 325$ 万元
总投资：	装修费+加盟费+启动资金	$550 + 30 + 30 = 610$ 万元
现金流：	年利润-租金-特许管理费	$325 - 150 - 40 = 135$ 万元
投资回报期：	总投资/现金流	$610 / 140 = 4.5$ 年

Source：艺旅决策智库enhotel
 ©2011.3 艺旅EnTravel Inc. www.entravel.com.cn

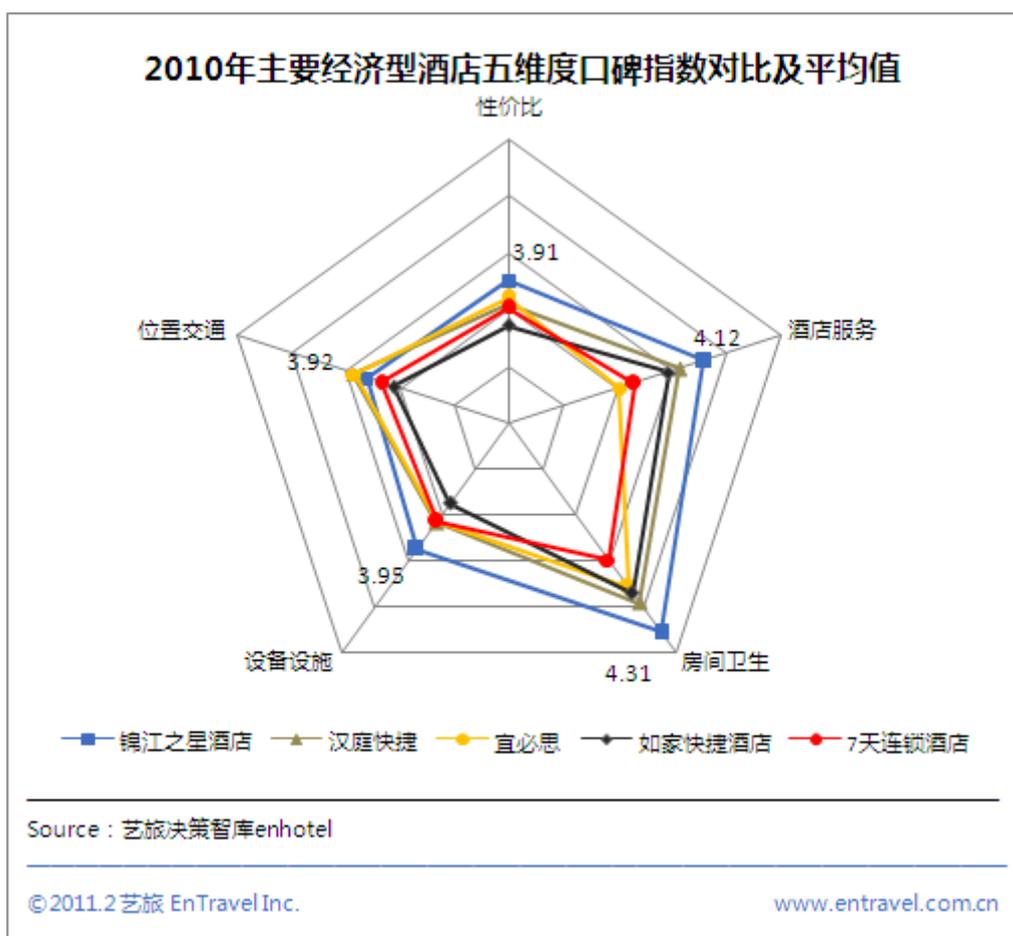
观点五：酒店网络营销进入“微点评时代”，口碑评价助力经济型酒店软性营销

2010 年国内主要旅游网站收录的经济型酒店点评数量达到 22 万条，同比 2009 年的 12 万条攀升 83%。近年来酒店点评市场不断升温，点评数量在几年内迅猛上升，年增长率保持在 80%以上。

数据显示有近八成客人在订酒店前会参考酒店点评，酒店点评已经影响到整个酒店行业。对于酒店而言，点评以其低成本、高覆盖面成为酒店宣传的更好选择，质量高的点评不仅增加酒店的知名度和美誉度，更重要的是作为一种软性广告为酒店带来直接销售收入。



按五维度口碑评级模型分析，基于艺旅决策智库 enhotel 五维度酒店用户意见评级模型，将酒店口碑分为五大维度，即性价比、酒店服务、房间卫生、设备设施和位置交通，进行多维度、综合性分析。图中用面积表示口碑分数，组成面积越大的一组数据表示该品牌口碑得分越高。锦江之星综合得分最高，尤以设备设施、房间卫生和酒店服务为佳。从均衡发展分析，经济型酒店短板在性价比、位置交通和设备设施方面，而卫生和服务评价相对较高。



V . 附录

附录 1 《2011 中国经济型酒店市场研究报告》完整版目录

I. 研究背景

II. 研究对象

III. 研究方法

IV. 报告正文

1 . 经济型酒店市场发展环境

- 1.1 GDP 和城镇居民人均可支配收入的增长
- 1.2 国内旅游收入和旅游人次稳步上升
- 1.3 商旅市场迅猛发展
- 1.4 酒店业营收规模稳步增长

2. 中国经济型酒店市场特征

- 2.1 中国经济型酒店市场规模
- 2.2 中国经济型酒店门店及客房规模
- 2.3 中国经济型酒店门店地域分布
- 2.4 中国经济型酒店市场集中度
- 2.5 中国经济型酒店销售模式
- 2.6 中国经济型酒店电子商务特点

3 . 典型经济型酒店企业竞争力分析

- 3.1 典型企业营业收入及比重
- 3.2 典型企业门店及客房规模
- 3.3 典型企业门店地域分布及差异
- 3.4 典型企业可租客房平均收入（RevPAR）
- 3.5 企业门店加盟模式及变化趋势
- 3.6 典型企业会员制发展及广告投放趋势
- 3.7 典型经济型酒店竞争力评估

4 . 经济型酒店口碑评价

- 4.1 2010 年经济型酒店口碑评价特征
- 4.2 2010 年经济型酒店口碑评价数量
- 4.3 2010 年经济型酒店口碑评价排名

4.4 主要城市典型经济型酒店品牌口碑分析

4.5 典型酒店点评网站运营数据对比分析

5. 法律声明

图目录

图 1-1 2005-2011 年中国 GDP 和城镇居民人均可支配收入

图 1-2 2005-2011 年中国入境游和国内旅游人次

图 1-3 2007-2012 年中国酒店业市场规模

图 2-1 2007-2012 年中国经济型酒店市场规模

图 2-2 2003-2012 年经济型酒店门店数量

图 2-3 2003-2012 年经济型酒店客房数量

图 2-4 2010 年经济型酒店客房数城市分布情况

图 2-5 2010 年经济型酒店客房数城市份额

图 2-6 2010 年主要城市经济型酒店门店数市场占有率

图 2-7 2010 年经济型酒店门店前十名

图 2-8 2010 年经济型酒店客房数前十名

图 2-9 2011 年经济型酒店门店数增量构成

图 2-10 2009-2010 年经济型酒店门店数市场占有率变化

图 2-11 2007-2012 年经济型酒店行业直销市场和分销市场

图 2-12 典型酒店直销渠道和分销渠道构成

图 2-13 2007-2012 年中国经济型酒店电子商务市场规模

图 2-14 2010 年中国网民预订酒店的主要方式

图 3-1 2010 年经济型酒店市场规模

图 3-2 2009-2010 年主要经济型酒店品牌营业收入

图 3-3 2010 年经济型酒店门店数市场份额

图 3-4 2006-2010 年主要经济型酒店门店数增长趋势

图 3-5 2006-2010 年主要经济型酒店平均房价

图 3-6 2006-2010 年主要经济型酒店入住率

图 3-7 2006-2010 年主要经济型酒店可租客房平均收入对比及趋势

图 3-8 2006-2011 年 7 天连锁酒店主营点和加盟店增长趋势

图 3-9 2009-2010 年主要经济型酒店会员数

图 3-10 2007-2012 年经济型酒店网络广告投放市场规模

图 3-11 2010 年经济型酒店网络广告投放份额

图 3-12 2010 年经济型酒店 RevPAR/客房数复合增长率二维图

图 4-1 2010 年经济型连锁酒店口碑评论数量月度趋势

图 4-2 经济型酒店口碑点评来源及占比

图 4-3 2010 年经济型酒店口碑数量排行榜

图 4-4 2010 年经济型酒店口碑评分排行榜

图 4-5 2009Q1-2010Q4 主要经济型酒店口碑得分及趋势

图 4-6 2010 年主要经济型酒店五维度口碑指数对比及平均值

表目录

表 1-1 2010 年中国酒店市场主要数据

表 2-1 2010 年每千人拥有经济型酒店客房数前十城市

表 3-1 2010 年经济型酒店四大品牌概况

表 3-2 2009-2011 年主要经济型酒店门店数市场份额

表 3-3 主要品牌门店分布情况

表 3-4 主要品牌加盟店占比及趋势

表 3-5 主要品牌加盟费用可期限

表 3-6 典型经济型酒店投资模拟收益分析

表 3-7 经济型酒店搜索引擎关键词投放榜 top10

表 3-8 经济型酒店百度关键词投放记录

表 4-1 2010 年北京地区单体经济型酒店口碑排名前十家

表 4-2 2010 年上海地区单体酒店口碑排名前十家

表 4-3 2010 年广州地区单体经济型酒店口碑排名前十家

表 4-4 酒店点评网站介绍

表 4-5 酒店点评网站服务类别对比

附录 2 法律声明

关于艺旅

艺旅咨询是中国领先的旅游产业研究咨询机构，是凯盈咨询联盟成员公司之一。艺旅咨询提供包括市场调查、行业研究咨询、商业评级、客户满意度研究等服务，服务于酒店、航空公司、旅行社、旅游网站及海内外旅游局等行业客户。艺旅同时运营中国旅游门户网站--艺旅网（www.entravel.com.cn）。

法律声明

本报告为艺旅咨询制作，供艺旅网注册用户免费下载参考使用。本公司力求报告内容的准确可靠，但并不对报告内容及引用资料的准确性和完整性做出任何承诺和保证。本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

本报告包含的所有内容（包括但不限于文本、数据、图片、图标、LOGO 等）的所有权归属艺旅，受中国及国际版权法的保护。本报告及其任何组成部分（包括但不限于文本、数据、图片等）在用于再造、复制、传播时，必须保留艺旅 LOGO，并注明出处为“艺旅”。如果用于商业、盈利、广告等目的，需征得艺旅同意并有书面特别授权，同时需注明出处“艺旅”。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

艺旅咨询

地址：北京市朝阳区建国路 88 号 SOHO 现代城 C 座 1509 室

电话：+86-10-85899985

网址：<http://www.entravel.com.cn>

业务合作

郜寿智 Leon Gao

总裁

Tel :+86-10-85899985-813

E-mail : Leon@entravel.com.cn

侯涛 Tiger

副总裁

Tel :+86-10-85899985-810

E-mail : Tiger@entravel.com.cn