

# 饭店网络营销的发展现状、 趋势与解决方案

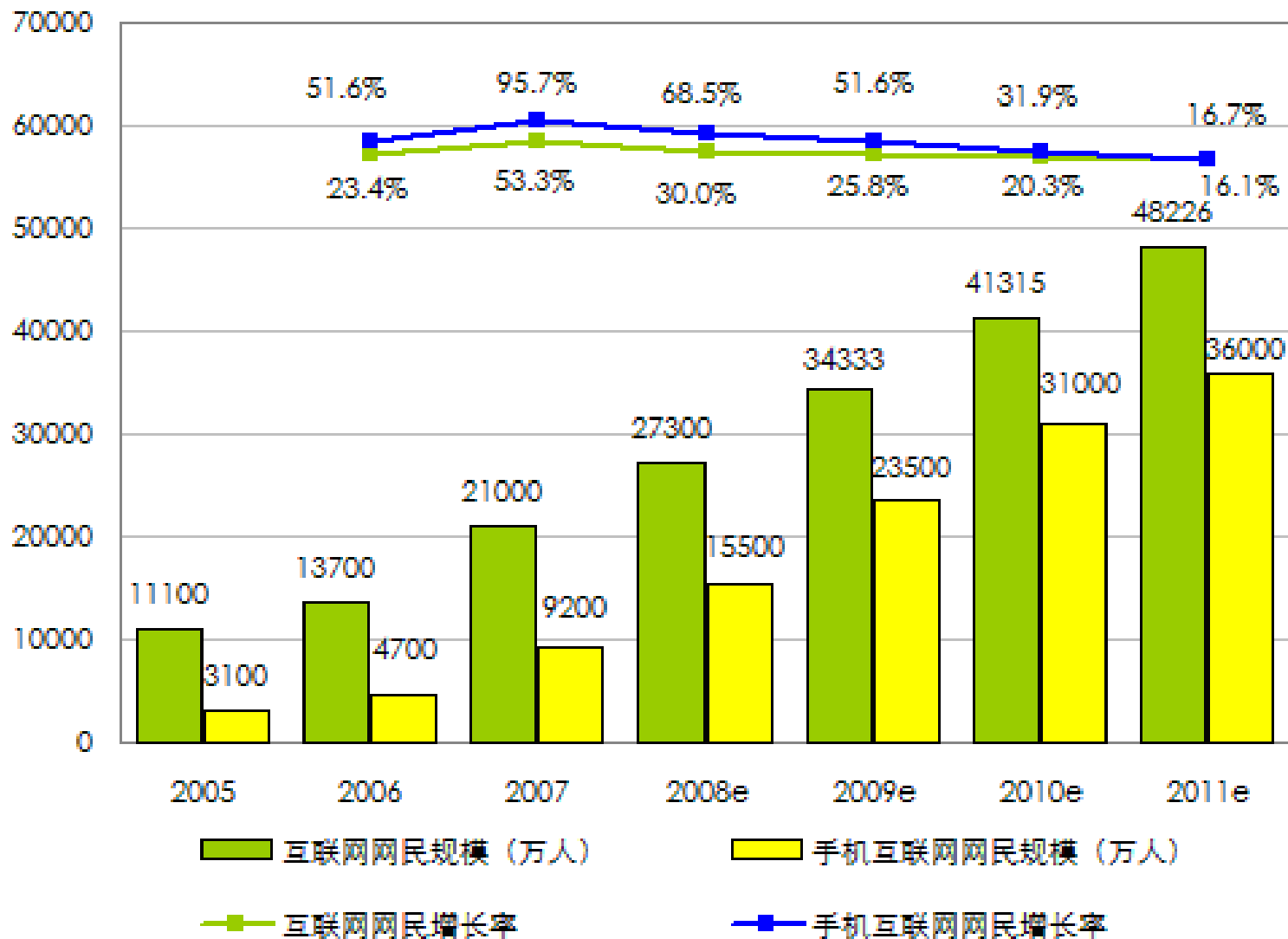
李云鹏      博士、副教授

**2008-08-12 @浙江天都国际度假酒店**

饭店网络营销的发展现状、趋势与解决方案之一

# 饭店网络营销的背景

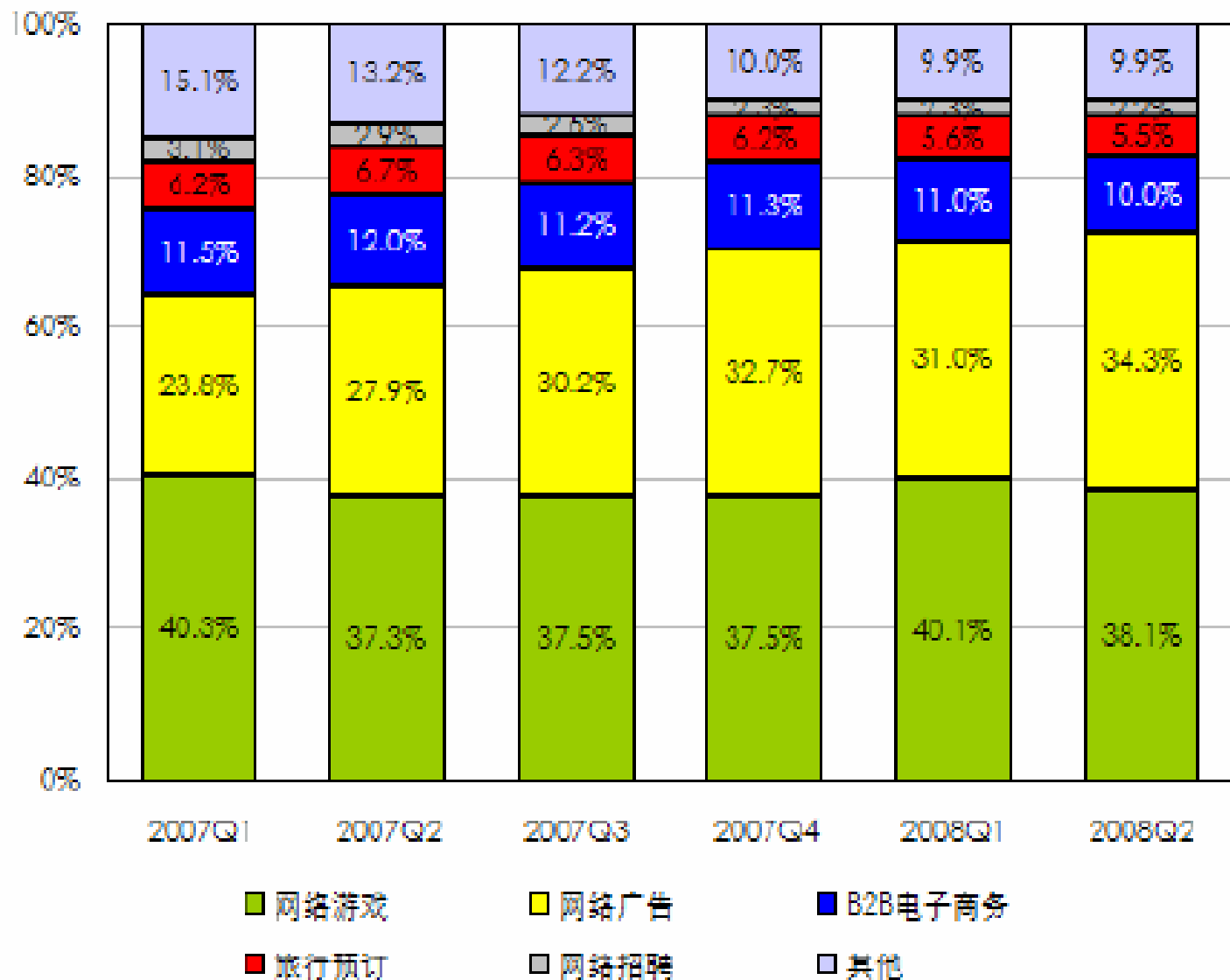
## 2005年-2011年中国网民规模及增长率



# 饭店网络营销背景

注：互联网网民包括传统互联网网民及手机互联网网民

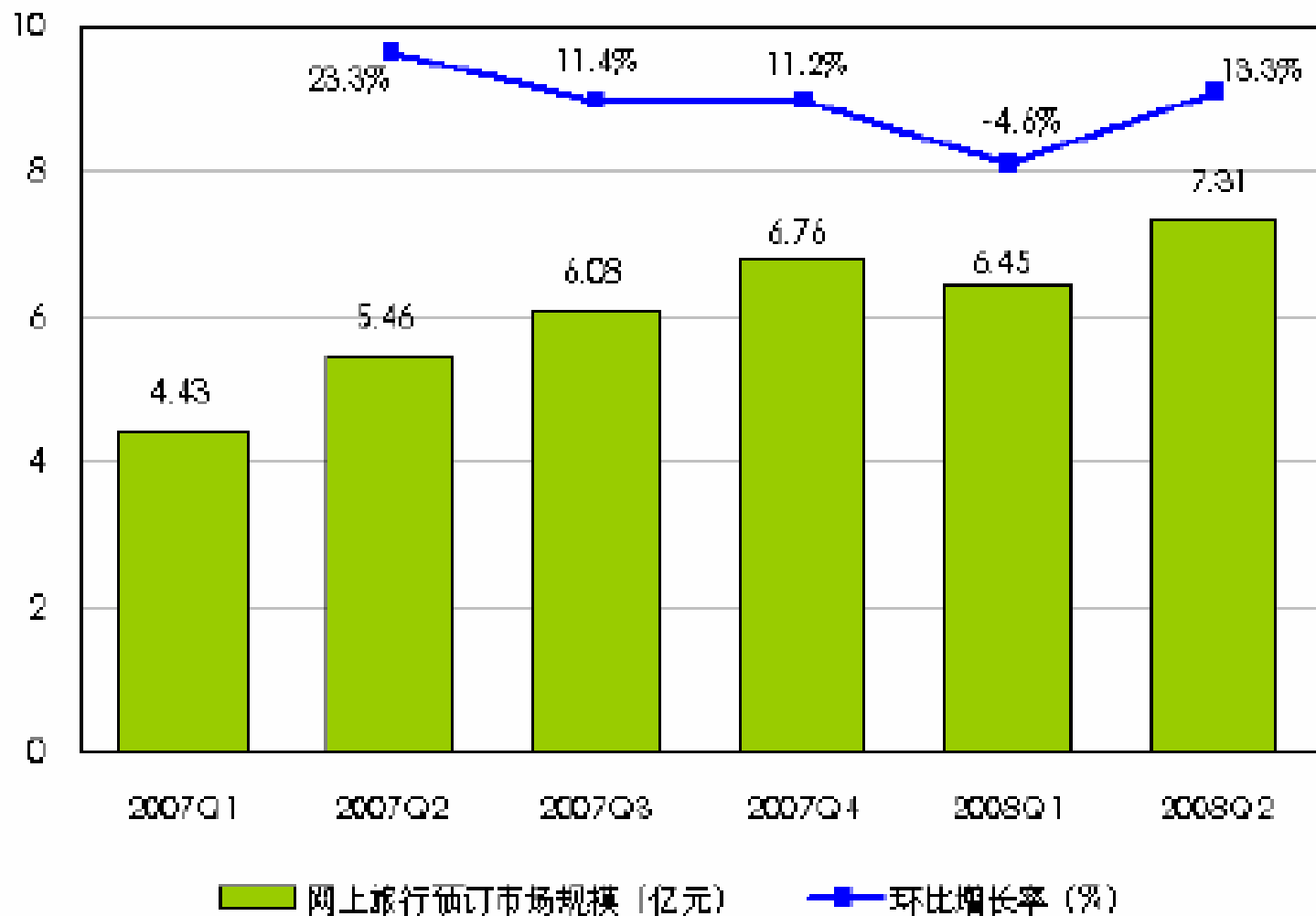
# 2007Q1-2008Q2中国网络经济细分行业市场份额



# 饭店网络营销背景

注：中国网络经济市场规模只包括互联网服务提供商营收规模。

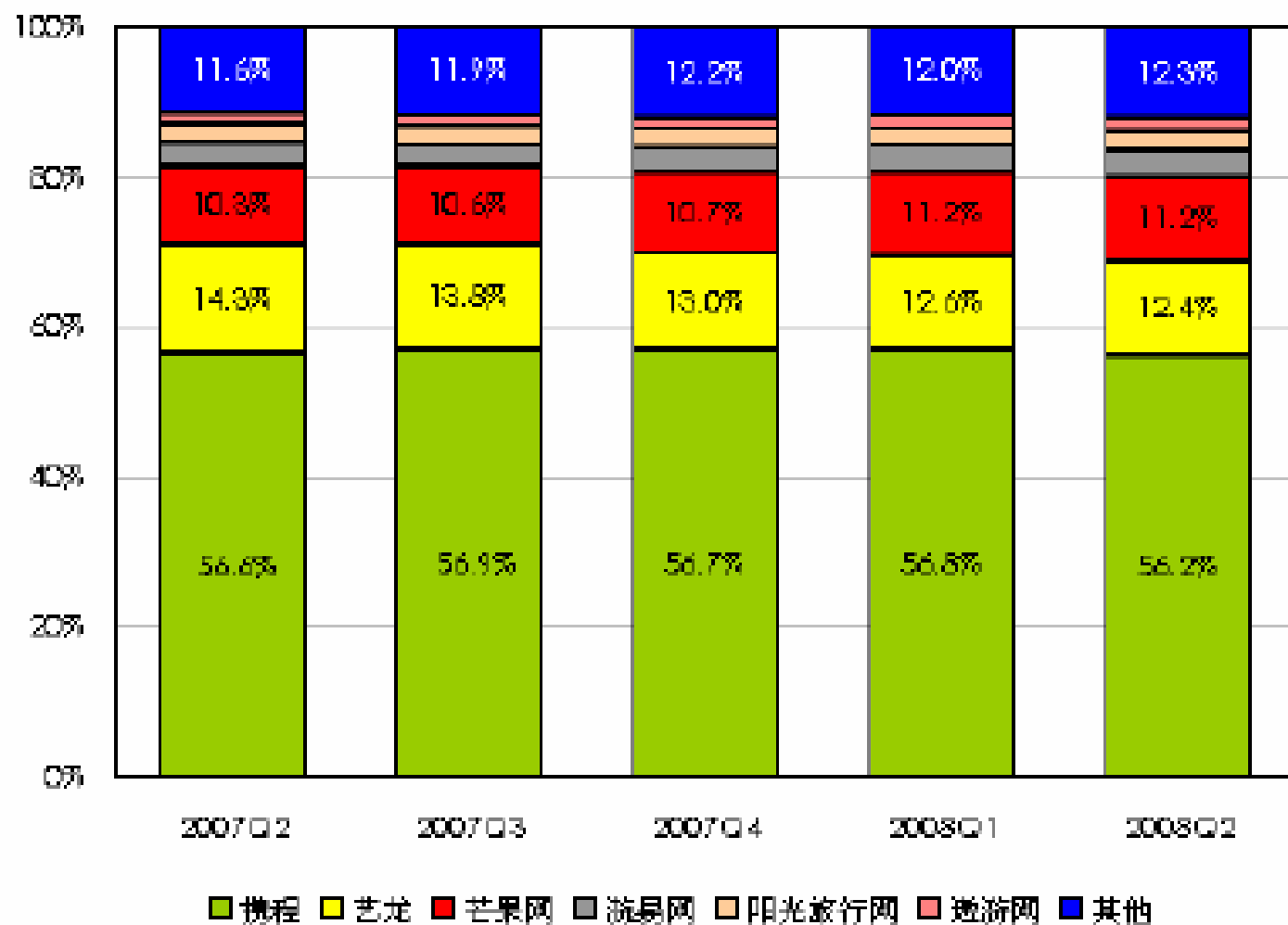
## 2007Q2-2008Q2中国网上旅行预订市场规模



# 饭店网络营销背景

Source: 艾瑞评估数据与企业访谈, 并根据访谈进展对历史数据进行修正.

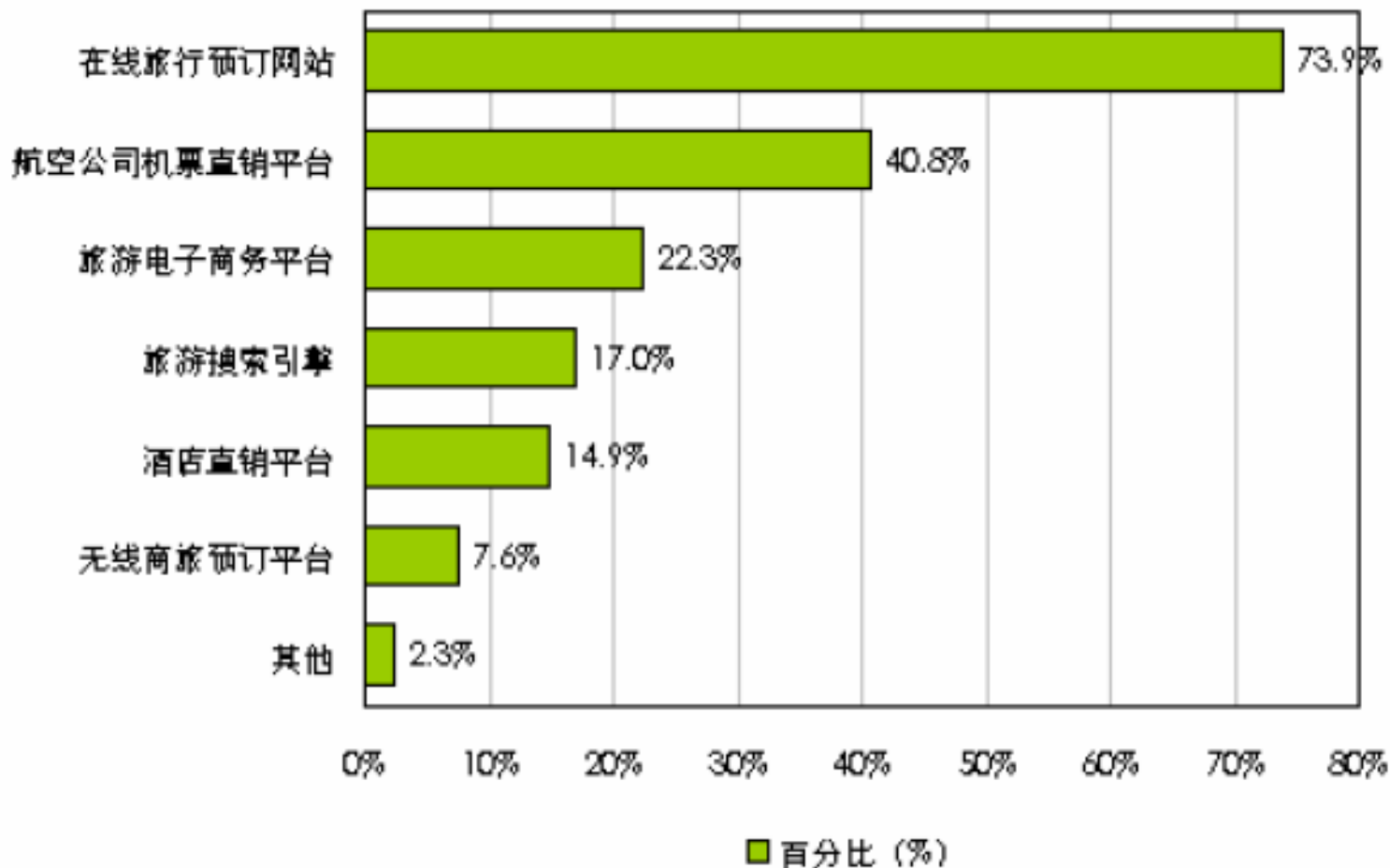
## 2007Q2-2008Q2中国网上旅行预订主要运营营收份额变化



# 饭店网络营销背景

Source: 艾瑞预估数据与企业访谈, 并根据访谈进展对历史数据进行修正。

## 2007年中国网络用户使用的网上旅行预订方式



样本描述: N=2904; 2007年11-12月通过iUserSurvey在58家网站上联机调研获得

©2008.3 iResearch Inc.

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)

饭店网络营销背景

# 饭店网络营销背景

2006Q3-2007Q3 携程、艺龙细分业务营收占各自总营收的比重

携程	06Q3	06Q4	07Q1	07Q2	07Q3
订房营收比重	56.1%	57.0%	53.4%	55.3%	50.7%
订票营收比重	36.3%	37.2%	38.2%	37.9%	39.8%
度假营收比重	5.8%	4.5%	6.4%	4.2%	6.0%
艺龙	06Q3	06Q4	07Q1	07Q2	07Q3
订房营收比重	76.9%	80.3%	74.9%	76.7%	76.8%
订票营收比重	14.7%	13.8%	18.4%	17.7%	18.6%

Source: 携程、艺龙各季度财报, 2007.11

©2007.11 iResearch Inc.

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)



# 饭店网络营销背景（小结）

- 截至**2008年6月底**，中国网民数量达到了**2.53亿**，跃居世界第一位（**CNNIC**）
- **08Q2**季度网上旅行预订规模**7.31亿元**，同比增长**33.9%**，占网络经济市场份额的**5.5%**
- 受地震影响，网上旅行预订市场规模增速放缓

# 饭店网络营销背景（小结）

- 核心企业市场份额有所下降，竞争者增加
- 饭店预订业务仍占据旅行预订市场的主导地位，但所占比重总体呈现出下降趋势
- 对用户来说，提供便捷和可信赖的服务才是根本，服务及模式的创新是众多旅行预订运营商未来制胜的关键

饭店网络营销的发展现状、趋势与解决方案之二

# 饭店网络营销发展现状

# 国外饭店网络营销发展现状

- **2007**年是饭店“掌握网络营销年”
  - 饭店业电子商务战略协会（**Hospitality e-Business Strategies, HeBS**）
  - 到**2010**年底，将有超过**45%**的饭店预订在线完成
  - 与互联网相关的饭店预订将超过**85%**（推测）
- 聚焦价值而非价格，发展为顾客提供独特价值的战略
- 将电子客户关系管理（**E-CRM**）作为**2007**年饭店战略目标
- 将消费者自主媒体（**CGM**）战略纳入全面的网络营销战略
- 将网络直接营销和分销策略作为网络营销策略的核心

# 国外饭店网络营销发展现状

- 减少使用间接在线分销渠道
- 饭店网站的改版与优化
- 全面网络营销战略，面向主要目标市场进行营销
- 与网络分销和营销战略的专家合作，建立新的核心竞争力
- **PhoCusWright**公司认为，**2008**年度的趋势是：  
汇总式搜索引擎和移动旅游应用软件的开发

# 国外饭店网络营销发展现状

- **PhoCusWright**公司查显示，**30%**游客喜欢途中通过移动设备接收关于当地餐饮和活动的特惠报价
- 旅游公司社会化：旅行营销社会关系潜在性，使得商业化不可避免
- **Google**公司的**OpenSocial**有助于其实现业务增长，激发旅游公司开发应用软件

# 国内饭店网络营销发展现状

- 利用网络强大的“聚合功能”实现饭店销售资源的整合与利用
- 饭店网络营销——饭店构筑核心竞争力的源泉之一
- 单体饭店与饭店连锁形成“非对称”竞争战略格局
- 避开激烈竞争的“红海”，进入一片“蓝海”
- 单体饭店之间基于各种网络平台和解决方案的虚拟联盟

# 国内饭店网络营销发展现状

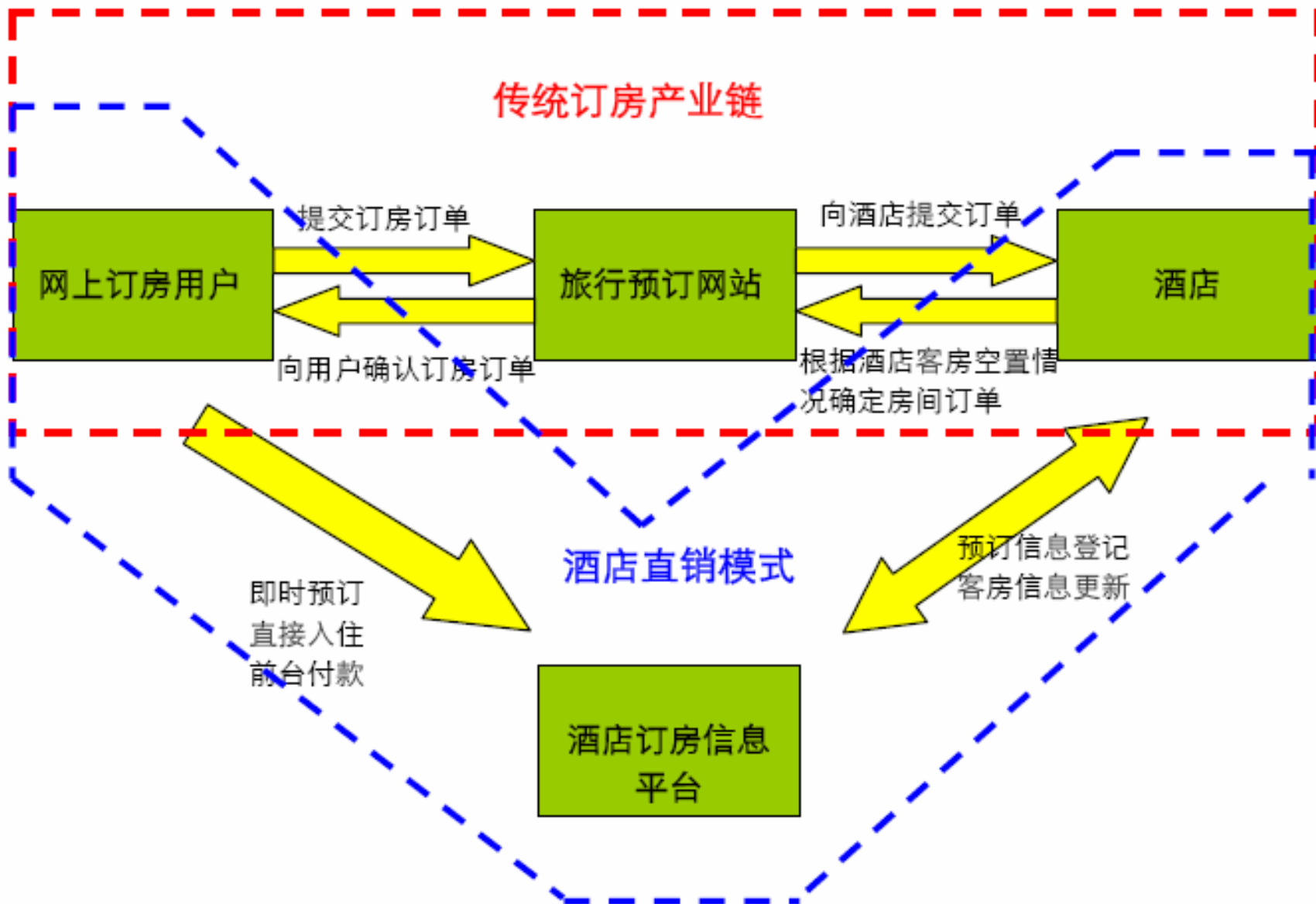
- 效率提升、成本降低、信息通畅、沟通互动
  - 在线社交网络
  - 在线沟通
- **WEB2.0**给饭店网络营销带来机会——快速响应
  - 吸引有价值客户，增加饭店网站的“粘性”
  - 饭店与网络顾客形成一种基于交换价值的链条



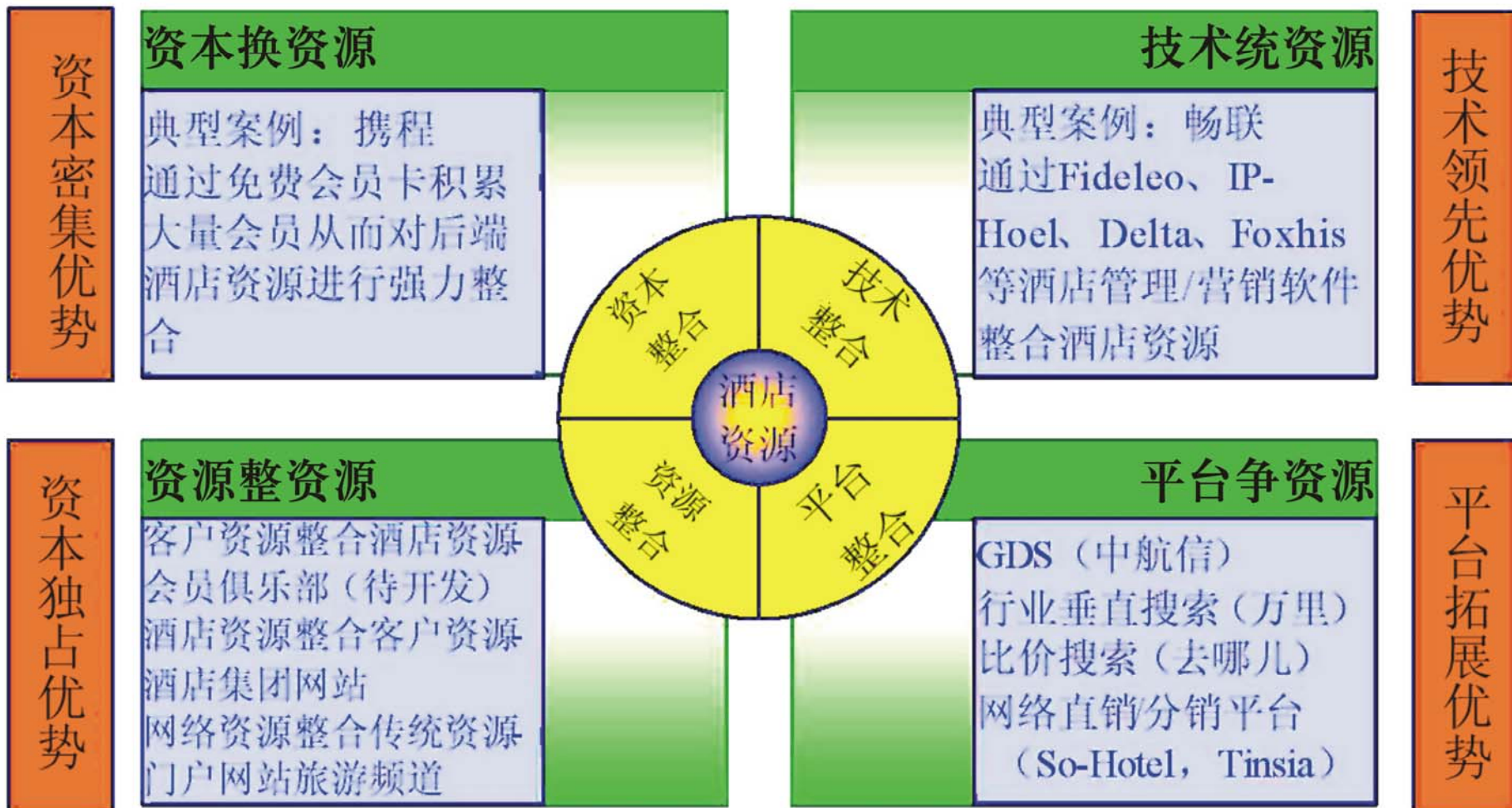
# 从Web 2.0到Travel 2.0

- 市场从集中化格局向多源化、无极化方向演进
- “客户已不再局限于搜索最低价格，而是寻找最佳的体验”
- **Travel 2.0**模式的5个特征
  - 完全透明度，提供真实的信息；
  - 为客户营造个性化体验的协作方式；
  - 从朋友处获取建议、创建旅行剪贴簿等；
  - 将预测性的信息纳入搜索疑问和答案中；
  - 速度——快速地收集和吸取信息。

# 网上订房产业链的新发展



# 饭店网络营销发展现状（小结）



饭店网络营销的发展现状、趋势与解决方案之三

# 饭店网络营销的发展趋势

# 饭店网络营销发展的趋势



# 饭店网络营销整合平台

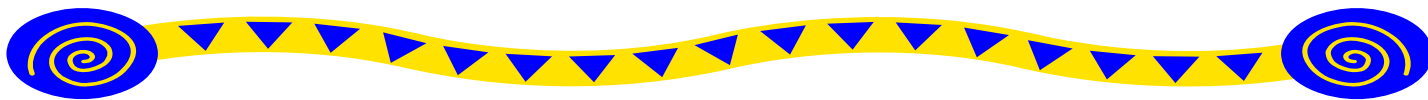
- 下行模式（推广）
  - 德比（**OTA**）
  - 网连天下（**IATA**）
  - 中国旅游营销总平台（**CNTA**）
  - **GDS/CRS**
- 上行模式（提升）
  - 石基**CHINAonline**（**PMS+IPHOTEL**）
  - **CHINAonline**: 基于**IP-Hotel**的阶跃与提升
  - 资源积累到一定程度对上下游产业链形成深刻变革
- 上行+下行模式（推广+提升）
  - 国内创新模式的网络营销平台（**CTRIP, ELONG**）
  - 未来更多的国际竞争者介入（**EXPEDIA, IAC**）

饭店网络营销的发展现状、趋势与解决方案之四

# 饭店网络营销的解决方案

# 饭店网络营销解决方案

- 基于网络行业背景的解决方案—低度参与
- 基于软件行业背景的解决方案—中度参与
- 基于咨询行业背景的解决方案—高度参与



Find A More Favorable Solution



# 基于旅游网站的饭店网络营销解决方案

中国经济型饭店网	<a href="http://www.hostelcn.com">http://www.hostelcn.com</a>
特点：针对青年旅舍、青年饭店、经济型饭店	
中国酒店预订网	<a href="http://www.hotelmr.com">http://www.hotelmr.com</a>
特点：容易被搜索引擎收录	
中国旅游营销总平台	<a href="http://www.china.travel">http://www.china.travel</a>
特点：政府背景的综合信息平台	
酷讯旅游搜索	<a href="http://www.kooxoo.com">http://www.kooxoo.com</a>
特点：旅游垂直搜索行业平台	

# 基于虚拟网络平台的饭店网络营销解决方案

中国订房联盟	<a href="http://www.cba-hotel.com">http://www.cba-hotel.com</a>
特点：即时房态、即时确认和手机短信订房、即时短信确认	
网连天下旅游分销平台	<a href="http://www.tinsia.com">http://www.tinsia.com</a>
特点：基于航空代理人模式的旅游产品分销	
中国饭店旅馆分销平台	<a href="http://www.sunctrip.com/hotel">www.sunctrip.com/hotel</a>
特点：将 <b>BSP</b> （银行清算计划）引入饭店预订交易（代收代付）	

# 饭店网络营销软件作为业务之一

	博科解决方案 (锦江)	神州数码解决 方案(泰能)	惠普解决方案 (石基)
产生背景	依托大型构件 化 <b>Open9000</b> 平 台(涵盖 <b>ERP</b> 、 <b>BPR</b> )所开发	使用泰能饭店综 合管理系统	各行各业的技术 及实施经验
特 点	通用内核+客户 端界面	低维护性、高可 靠性的解决方案	预订中心客服流 水作业设计方式
优势分析	原有品牌优势(技术、市场、资源和整合能力)		
劣势分析	偏重于信息化而非网络营销		

# 饭店网络营销软件作为主营业务

	华盾EAS-HIS	华仪HY.COM	华盛饭店 管理系统
产生背景	电信行业	软件技术依托 于清华大学	软件技术
特    点	手机短信公关促销 管理理念接近 Fidelio的饭店系统	易订房网+集团 CRS/单体饭店 PMS	“重管理 轻营销”

# 饭店网络营销软件作为主营业务

	德比Dhotelier系统	锦江德尔HUBS1系统
产生背景	基于OTA（Open Travel Alliances）标准的饭店网站建设	锦江集团自主网络营销需要（按照每个预订收费）
主要产品	Dhotelier系统（分布式饭店营销系统）	立即响应式中央预订系统 1-link单体饭店应用系统
系统特点	不同饭店网络联合营销 饭店网站容易被找到	与国外GDS无缝连接 与PMS的整合能力

# 饭店网络营销软件作为主营业务

	思博美达 (Softbrands)	万万家饭店软件	泰能系统平台 (Delta)
产生背景	国外饭店营销解决方案背景	自主研发软件	自主研发软件
特点	主要针对经济型饭店	免费特许经营模式 形成虚拟联盟	作业系统与培训系统一体化
优势分析	“即看即订”的饭店管理系统	虚拟联盟内销售资源和销售收益共享	国际标准 (HITIS) 的 CRS 接口

# 基于咨询行业的饭店网络营销解决方案

	石基数字饭店信息管理系统 (IP HOTEL)	罗盘 (HIMS)
产生背景	将MICROS全线产品和技术纳入IPHOTEL解决方案	饭店实现自主网络营销
解决方案	IP-HOTEL系统	HIMS一站式服务
优势分析	与饭店现有分销和管理系统的无缝对接	符合W3C标准 (网站容易维护、改版和被搜索引擎找)

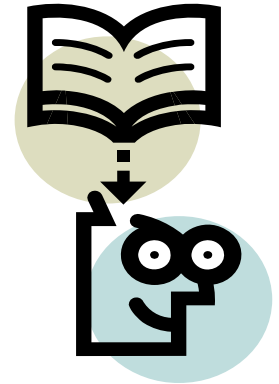
# 饭店网络营销解决方案（小结）

- 基于网络行业背景的解决方案——饭店低度参与
  - 实施周期短，对饭店信息化水平要求低
  - 一次性投入低，按照固定年费或每笔交易付费
- 基于软件行业背景的解决方案——饭店中度参与
  - 技术能力强，软件系统往往比较先进
  - 对饭店行业缺乏深度了解，可能造成新的低效和信息孤岛
- 基于咨询行业背景的解决方案——饭店高度参与
  - 对饭店信息化实施的经验能帮助饭店实施网络营销的解决方案
  - 实施周期相对较长、一次性投入成本相对较高



# 期待您的见解或反馈！

THANK YOU!  
THANK YOU!



- 
- 首都经济贸易大学旅游管理系
  - 北京大学旅游研究与规划中心
  - 艾瑞互联网咨询集团专家专栏

<http://column.iresearch.cn/u/liyunpeng/index.shtml>