

2021-2026年中国在线民宿市场深度分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国在线民宿市场深度分析及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/property/719397.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

疫情加速民宿行业洗牌进程,部分房东无奈退场,但依然有房东选择抄底进场。从2018-2020年在线房东数量的增长曲线来看,虽然增速不及去年,但整体增长数量可观,民宿市场依然不失为一个值得投资的好选择。2020年是被疫情黑天鹅包围的一年,但同时也是我国脱贫攻坚的关键一年。受国家政策支持,乡村民宿在2020年得到迅猛发展,房源数量增长较快,同时带动整个民宿市场房源量的增长。2020年国内房源数为300万个左右,同比2019年增长140万个。

2016-2020年中国在线民宿房源数和房东情况

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,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:

第一章 在线民宿行业发展综述

1.1 在线民宿行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 在线民宿行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 在线民宿行业在产业链中的地位

1.2.3 在线民宿行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 在线民宿行业生命周期

1.3 最近3-5年中国在线民宿行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 在线民宿行业运行环境（PEST）分析

2.1 在线民宿行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 在线民宿行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 在线民宿行业社会环境分析

2.3.1 在线民宿产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 在线民宿产业发展对社会发展的影响

2.4 在线民宿行业技术环境分析

2.4.1 在线民宿技术分析

2.4.2 在线民宿技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势预测分析

第三章 我国在线民宿行业运行分析

3.1 我国在线民宿行业发展状况分析

3.1.1 我国在线民宿行业发展阶段

3.1.2 我国在线民宿行业发展总体概况

3.1.3 我国在线民宿行业发展特点分析

3.2 2016-2020年在线民宿行业发展现状调研

3.2.1 2016-2020年我国在线民宿行业市场规模

3.2.2 2016-2020年我国在线民宿行业发展分析

3.2.3 2016-2020年中国在线民宿企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体状况分析

3.3.2 2016-2020年重点省市市场分析

3.4 在线民宿细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2016-2020年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测分析

3.5 在线民宿产品/服务价格分析

3.5.1 2016-2020年在线民宿价格走势

3.5.2影响在线民宿价格的关键因素分析

- (1) 成本
- (2) 供需状况分析
- (3) 关联产品
- (4) 其他

3.5.3 2021-2026年在线民宿产品/服务价格变化趋势预测分析

3.5.4主要在线民宿企业价位及价格策略

第四章 我国在线民宿所属行业整体运行指标分析

4.1 2016-2020年中国在线民宿所属行业总体规模分析

- 4.1.1企业数量结构分析
- 4.1.2人员规模状况分析
- 4.1.3行业资产规模分析
- 4.1.4行业市场规模分析

4.2 2016-2020年中国在线民宿所属行业运营情况分析

- 4.2.1我国在线民宿所属行业营收分析
- 4.2.2我国在线民宿所属行业成本分析
- 4.2.3我国在线民宿所属行业利润分析

4.3 2016-2020年中国在线民宿所属行业财务指标总体分析

- 4.3.1行业盈利能力分析
- 4.3.2行业偿债能力分析
- 4.3.3行业营运能力分析
- 4.3.4行业发展能力分析

第五章 我国在线民宿行业供需形势分析

5.1在线民宿行业供给分析

- 5.1.1 2016-2020年在线民宿行业供给分析
- 5.1.2 2021-2026年在线民宿行业供给变化趋势预测分析
- 5.1.3在线民宿行业区域供给分析

5.2 2016-2020年我国在线民宿行业需求状况分析

- 5.2.1在线民宿行业需求市场
- 5.2.2在线民宿行业客户结构
- 5.2.3在线民宿行业需求的地区差异

5.3在线民宿市场应用及需求预测分析

- 5.3.1在线民宿应用市场总体需求分析
 - (1) 在线民宿应用市场需求特征
 - (2) 在线民宿应用市场需求总规模

5.3.2 2021-2026年在线民宿行业领域需求量预测分析

(1) 2021-2026年在线民宿行业领域需求产品/服务功能预测分析

(2) 2021-2026年在线民宿行业领域需求产品/服务市场格局预测分析

5.3.3重点行业在线民宿产品/服务需求分析预测

第六章 在线民宿行业产业结构分析

6.1在线民宿产业结构分析

6.1.1市场细分充分程度分析

6.1.2各细分市场领先企业排名

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1产业价值链的构成

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3产业结构发展预测分析

6.3.1产业结构调整指导政策分析

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3中国在线民宿行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4在线民宿产业结构调整方向分析

6.3.5行业建议

第七章 我国在线民宿行业产业链分析

7.1在线民宿行业产业链分析

7.1.1产业链结构分析

7.1.2主要环节的增值空间

7.1.3与上下游行业之间的关联性

7.2在线民宿上游行业分析

7.2.1在线民宿产品成本构成

7.2.2 2016-2020年上游行业发展现状调研

7.2.3 2021-2026年上游行业发展趋势预测分析

7.2.4上游供给对在线民宿行业的影响

7.3在线民宿下游行业分析

7.3.1在线民宿下游行业分布

7.3.2 2016-2020年下游行业发展现状调研

7.3.3 2021-2026年下游行业发展趋势预测分析

7.3.4下游需求对在线民宿行业的影响

第八章 我国在线民宿行业渠道分析及策略

8.1 在线民宿行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对在线民宿行业的影响

8.1.3 主要在线民宿企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商状况分析

8.2 在线民宿行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 在线民宿行业营销策略分析

8.3.1 中国在线民宿营销概况

8.3.2 在线民宿营销策略探讨

8.3.3 在线民宿营销发展趋势预测分析

第九章 我国在线民宿行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 在线民宿行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

从房源数量来看，途家具有绝对优势，以小B房东为主，注重传递用户体验，与美宿家的达人矩阵密切相关。其次是木鸟民宿，主打网红民宿，在APP上给予网红民宿更多的流量和便捷入口，方便用户查找和预订网红民宿。小猪民宿与飞猪达成深度合作后，关注智能化民宿服务体验，提供如智能门锁免费安装、“芝麻分”接口等服务。美团民宿的流量和房源均来自于美团，所以其难逃本地生活的发展属性，在吃喝玩乐住的各个方面占据用户心智，发展重在三四线城市的下沉市场。Airbnb目前在国内房源数量落后于本地品牌，用户画像仍以海外游需求为主，且将一定发展中心转移至“线上体验”。

中国主要民宿品牌比较情况

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 在线民宿行业企业间竞争格局分析

9.1.3 在线民宿行业集中度分析

9.1.4 在线民宿行业SWOT分析

9.2 中国在线民宿行业竞争格局综述

9.2.1 在线民宿行业竞争概况

- (1) 中国在线民宿行业竞争格局
- (2) 在线民宿行业未来竞争格局和特点
- (3) 在线民宿市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国在线民宿行业竞争力分析

- (1) 我国在线民宿行业竞争力剖析
- (2) 我国在线民宿企业市场竞争的优势
- (3) 国内在线民宿企业竞争能力提升途径

9.2.3 在线民宿市场竞争策略分析

第十章 中国民宿行业领先企业竞争力分析

10.1 巴克公社竞争力分析

10.1.1 企业发展基本状况分析

10.1.2 企业经营状况分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业最新发展动态

10.2 原舍竞争力分析

10.2.1 企业发展基本状况分析

10.2.2 企业经营状况分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业最新发展动态

10.3 德朝阁客栈竞争力分析

10.3.1 企业发展基本状况分析

10.3.2 企业经营状况分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业最新发展动态

10.4 高博花园酒店竞争力分析

10.4.1 企业发展基本状况分析

10.4.2 企业经营状况分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.5 花筑竞争力分析

10.5.1 企业发展基本状况分析

10.5.2 企业经营状况分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业最新发展动态

10.6 九思堂竞争力分析

10.6.1企业发展基本状况分析

10.6.2企业经营状况分析

10.6.3企业竞争优势分析

10.6.4企业最新发展动态

10.7南薰绣楼民宿竞争力分析

10.7.1企业发展基本状况分析

10.7.2企业经营状况分析

10.7.3企业竞争优势分析

10.8红豆兰庭客栈竞争力分析

10.8.1企业发展基本状况分析

10.8.2企业经营状况分析

10.8.3企业竞争优势分析

10.10石门土屋竞争力分析

10.10.1企业发展基本状况分析

10.10.2企业经营状况分析

10.10.3企业竞争优势分析

10.10.4企业最新发展动态

10.10石头部落特色民宿竞争力分析

10.10.1企业发展基本状况分析

10.10.2企业经营状况分析

10.10.3企业竞争优势分析

第十一章 2021-2026年在线民宿行业投资前景

11.1 2021-2026年在线民宿市场发展前景

11.1.1 2021-2026年在线民宿市场发展潜力

11.1.2 2021-2026年在线民宿市场发展前景展望

11.1.3 2021-2026年在线民宿细分行业发展前景预测

11.2 2021-2026年在线民宿市场发展趋势预测分析

11.2.1 2021-2026年在线民宿行业发展趋势预测分析

11.2.2 2021-2026年在线民宿市场规模预测分析

11.2.3 2021-2026年在线民宿行业应用趋势预测分析

11.2.4 2021-2026年细分市场发展趋势预测分析

11.3 2021-2026年中国在线民宿行业供需预测分析

11.3.1 2021-2026年中国在线民宿行业供给预测分析

11.3.2 2021-2026年中国在线民宿行业需求预测分析

11.3.3 2021-2026年中国在线民宿供需平衡预测分析

11.4影响企业生产与经营的关键趋势预测分析

11.4.1市场整合成长趋势预测分析

11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测分析

11.4.3企业区域市场拓展的趋势预测分析

11.4.4科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势预测分析

第十二章 2021-2026年在线民宿行业投资机会与风险

12.1在线民宿行业投融资状况分析

12.1.1行业资金渠道分析

12.1.2固定资产投资分析

12.1.3兼并重组情况分析

12.2 2021-2026年在线民宿行业投资机会

12.2.1产业链投资机会

12.2.2细分市场投资机会

12.2.3重点区域投资机会

12.3 2021-2026年在线民宿行业投资风险及防范

12.3.1政策风险及防范

12.3.2技术风险及防范

12.3.3供求风险及防范

12.3.4宏观经济波动风险及防范

12.3.5关联产业风险及防范

12.3.6产品结构风险及防范

12.3.7其他风险及防范

第十三章 在线民宿行业投资战略研究

13.1在线民宿行业发展战略研究

13.1.1战略综合规划

13.1.2技术开发战略

13.1.3业务组合战略

13.1.4区域战略规划

13.1.5产业战略规划

13.1.6营销品牌战略

13.1.7竞争战略规划

13.2对我国在线民宿品牌的战略思考

13.2.1在线民宿品牌的重要性

13.2.2在线民宿实施品牌战略的意义

13.2.3在线民宿企业品牌的现状分析

13.2.4我国在线民宿企业的品牌战略

13.2.5在线民宿品牌战略管理的策略

13.3在线民宿经营策略分析

13.3.1在线民宿市场细分策略

13.3.2在线民宿市场创新策略

13.3.3品牌定位与品类规划

13.3.4在线民宿新产品差异化战略

13.4在线民宿行业投资战略研究

13.4.1 2020年在线民宿行业投资战略

13.4.2 2021-2026年在线民宿行业投资战略

13.4.3 2021-2026年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1在线民宿行业研究结论（AKLZW）

14.2在线民宿行业投资价值评估

14.3在线民宿行业投资建议

14.3.1行业发展策略建议

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议

图表目录：

图表 在线民宿行业生命周期

图表 在线民宿行业产业链结构

图表2016-2020年全球在线民宿行业市场规模

图表2016-2020年中国在线民宿所属行业市场规模

图表2016-2020年在线民宿所属行业重要数据指标比较

图表2016-2020年中国在线民宿市场占全球份额比较

图表2016-2020年在线民宿所属行业工业总产值

图表2016-2020年在线民宿所属行业销售收入

图表2016-2020年在线民宿所属行业利润总额

图表2016-2020年在线民宿所属行业资产总计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/property/719397.html>