



您现在的位置： 首页 >> 研究成果 >>

## 研究成果 Results

- 酒店如何减少对在线旅行社的依赖
- 拯国际饭店业发展新趋势
- 中国绿色饭店十年研究综述
- 饭店管理合同的发展现状及趋势研究..
- 旅游房地产
- 我国产权式酒店的法律困境
- 浅析酒店个性化服务
- 对城乡家庭旅馆之间的差异化分析

## 相关链接 Links

### 中华人民共和国国家旅游局

- 
- 
- 

## 基于顾客网络点评的国内主要经济型酒店产品比较

[ 更新时间：2010-1-7      点击数：144 ]

作者：陈宇婷 李慧

### 摘要

目前顾客网络点评越来越受到业界的关注，而公众点评的积极性也越来越高，网友的点评一定程度上反映了顾客的需求，酒店的点评亦是如此。因此本文从顾客网络点评的角度对国内主要的经济型酒店产品进行了分析，分别从有形产品和无形产品的方面对经济型酒店产品的几个要素结合了顾客网络点评进行了分析，最后结合点评内容提出了经济型酒店在以后发展中应该注重哪几方面的改进。

关键词：经济型酒店 顾客网络点评 产品

### 1. 引言

#### 1.1 研究背景

随着网络技术的发达以及普及，公众的参与性也越来越高，公众与网友分享自己经验的兴趣也越来越浓厚，公众对于自己住过的酒店的评价也影响着其他消费者的选择，同样这些评价也对酒店业主产生了很大的作用，业主可以通过这些点评来发现自己的优势和不足，从而保持优势、弥补不足，提升自己的经营水平。在这样的背景下，各酒店预订网站越来越关注顾客的点评，而国外也已经有了专门为旅行者提供周到客观的酒店评论的网站（Tripadvisor），2009年4月这家网站的中文网站到到网也上线了，国内的携程旅行网今年九月份发表了一份《中国酒店用户点评报告》，足见点评对于商家的重要性。所谓顾客网络点评是指消费者在一定的网络平台上对自己消费的产品进行评价，包括产品的优劣以及以后应该如何改进等等，而顾客对酒店的网络点评则是顾客在住宿以后对酒店的感知评价，包括服务、位置等各方面的评价。目前国内对于酒店的点评网站主要有携程、艺龙等预订网站，去哪儿、酷讯等搜索网站以及今年到到网、大众点评网等点评网站，顾客可以这些网站上对自己住过的酒店进行打分点评，并对网友推荐自己喜爱的网站。可以看得出，顾客网络点评完全是顾客的意见，是来自消费者内心的“声音”。

因此笔者认为如果能够通过这些顾客网络点评来对我国目前主要的经济型对酒店的产品做一个比较，从而对我国目前的经济型酒店的产品进行全面的了解，了解在顾客的眼中经济型酒店产品的形象，进而了解这些酒店提供的产品与其宣传的差距有多大，会对了解我国经济型酒店的优势和不足，进而提出以后应该在哪些方面进行提高有重大意义。考虑到分析对象功能的一致性，我们选择了一下四个提供客房+有限餐饮服务的品牌：七天、如家快捷、汉庭快捷和锦江之星。另外还有一个重要的原因就是如家、锦江之星为我国经济型酒店早期的品牌，如家创立于2001年，而锦江之星则更早，创立于1997年，七天和汉庭则属于我国经济型酒店的新兴品牌，都创立于2005年，选择这四个品牌也可以通过顾客网络点评比较出“年轻”品牌与“资深”品牌在顾客心中的产品优劣，从而为企业提升产品品质提供顾客的意见。

#### 1.2 研究方法以及创新点


本文采取了定量分析法与定性分析法的研究方法，通过定量分析法对顾客对酒店的打分进行一般性的分析，通过对顾客的点评进行检索分析，分析出目前顾客对于这几家经济型酒店的评价及意见。

本文中所有关于点评的数据均来自到到网，主要是考虑到到到网是今年4月份才在中国上线，而且其母公司Tripadvisor在美国就是以最真实顾客点评著称，所以在对于顾客网络点评的真实性以及打分维度方面更有经验，再者到到网上的点评都比较新，这样点评的内容有时效性，所以我们选择了到到网的点评。本次研究共从到到网搜集了1200条2009年9月份以来的顾客网络点评，每个品牌300条。点评中的打分部分是从总体评价、性价比、位置、服务、房间、卫生六个方面进行评价，打分为五个维度，1为非

常满意，2为很好，3为一般，4为很差，5为很糟糕。

在对顾客网络点评内容进行分析时我们采用使用关键词在EXCEL表中进行检索的方法来分析顾客对这一产品因素的评价以及点评率，在EXCEL表中进行检索的好处是可以避免出现同一条点评中多次出现关键词而被多次统计这一误差。之后再对检索到的点评中顾客对这一产品因素的描述进行分类，例如对客房的评价，我们分为好、一般、很差三个层次，其中顾客对其评价为很好、好、不错的我们将其归为好，评价为一般、还可以的归为一般，评价为很差、不好、糟糕的归为很差。其他的产品因素描述归类在下面的具体分析中会详细描述。

本文的创新点为完全通过网络获取资料，结合目前比较热的顾客点评对酒店进行分析，进而得出顾客对于目前经济型酒店的评价。

全文下载： 文件下载

（版权所有，如抄袭将追究法律责任）

---

上一个：航空公司酒店业务发展状况研究

下一个：三、四线城市高星级酒店投资驱动因素分析

---

[【关闭窗口】](#)

[联系我们](#) | [加入收藏](#) | [设为首页](#)

版权所有：中国旅游研究院 网站管理：二外信息中心

中国旅游研究院饭店产业研究基地

管理员邮箱：[chircbisu@gmail.com](mailto:chircbisu@gmail.com)