

中国民宿行业发展趋势分析与投资前景调研报告 (2023-2030年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国民宿行业发展趋势分析与投资前景调研报告（2023-2030年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202303/628722.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1、民宿行业概述、特点及地位

民宿由共享经济的兴起带动，是指利用合法的民房、农村宅基地、集体用房等民居资源，结合当地自然人文景观与生态环境、社区生产生活特色，基于合理的设计、修缮和改造，以旅游经营的方式，为游客提供住宿、餐饮等服务的场所。

民宿属于住宿业的新兴分支，以“非标准”为核心特征。从定义上来看，民宿和个人业主的短租业务有重叠的部分，但是从两者定位上来说，民宿更多面向旅游需求，因此也更注重地方特色的打造和舒适氛围的营造，是短租房的升级版。游客可以在民宿中体验当地生活，与当地居民交流，感受人文情怀。

资料来源：观研天下整理

从行业特点来看，一直以来，民宿行业具备以下几个典型特点：管理不规范，质量参差不齐、信息化程度低、对周边粮油市场依赖性强、严重依赖传统 OTA 平台，但2022年全国民宿行业呈现了与往年不太一样的特征：1) 政策利好释放；2) 市场主体数量同比增加但地域分布严重失衡；3) 旺盛的民宿消费需求与阵发性的歇业并存；4) 民宿企业在全线收缩的同时深耕本地市场；5) 露营等文旅新业态的冲击；6) 特色化的坚守与标准化的追求并存；7) 民宿管家职业化和民宿教育专业化肇始；8) 短视频成为2022年民宿企业营销主流。

从行业地位来看，民宿行业与国家战略挂钩，是我国旅游升级、乡村振兴建设的重要抓手，尤其在引导城市人下乡投资、返乡创业，改善乡村文化、生活与社区环境等方面起着积极的作用。

2、“追风热”催生“民宿潮”，2023年行业迎来火爆复苏的开局和反弹

受小众不扎堆、综艺带动等原因影响，2016年以来，我国民宿业呈现井喷式发展，2019年我国民宿行业的平均入住率高达64%，但2020年突如其来的新冠疫情给旅游业带来了较大的冲击和挑战，依赖旅游而生存的民宿行业也因此被按下了暂停键。从 2020年开始，民宿行业集体遭遇了断崖式的打击，受制于防疫政策的管控，歇业、关闭成为民宿行业的常态，2020年我国民宿行业的平均入住率仅为29%，尤其是在1-2月，民宿的入住率平均降幅为70.30%，是一种跳水式的下跌，民宿在极短的时间内变为大部分房间空置的状态。2021年随着疫情的好转，复工复产进度加快，人们逐渐摆脱被疫情压抑的无法旅游的困境，开始着眼于国内适宜地方，开展放松旅游项目，民宿入住率也有了回升的趋势，但局部地区仍有反复，而民宿客房入住率也与疫情变化息息相关。

资料来源：观研天下整理

2023年，疫情全面开放，外出旅游的人越来越多，身处城市周边的乡村民宿也迎来客流高峰。值得一提的是，春节期间热映的电视剧“去有风的地方”成功点燃了观众的“追风热”，“跟

着许红豆吃大理鲜花饼”、“今年春节一起来云南旅游”、“总要去一趟有风的地方”等相关话题词席卷各大社交平台。途家民宿数据显示，截至1月17日，2023年春节大理、三亚、西双版纳、丽江、北海、上海、重庆、厦门、北京、成都为十大热门民宿预订城市。其中大理、西双版纳、三亚、北海春节预订量同比去年均增长6倍以上，大理、西双版纳增幅达10倍以上，等了三年的旺季终于到来，民宿业迎来了复苏的转机，预计2023年我国民宿行业市场规模将突破300亿大关。

资料来源：观研天下整理

3、“她经济”价值凸显，消费需求呈现年轻化、个性化趋势

在我国，早期的民宿多以家庭出租多余的房间供游客留宿为主，因此带有鲜明的个人化、散漫化特征，低价格、低品质是大众对其最初的印象。大众旅游时代的到来催生了越来越多个性化、高端化旅游消费需求，体现在乡村民宿上，就是服务专业化、产品品质化、体验多元化等特点，节假日民宿成为热门选项。在这个发展过程中，用户画像也发生了巨大变化。从消费者性别来看，数据显示，2019年我国民宿预订中女性消费者占比为55.7%，到2023年这个数字已经提升到66%，这是由于女性消费者在目的地、旅途住宿等方面往往有自己的坚持和喜好，女性用户在家庭中占据旅游消费的重要决策地位。这也从侧面表明，该类群体女性用户对旅游品质具有更高的需求，追求精神和物质的双重享受，偏爱高附加值产品，愿意为更好的服务买单。

资料来源：观研天下整理

从民宿产品用户年龄层分布来看，2019年40岁以下人群占整体消费者比例达到86.2%，其中，90后消费者的订单量占比约58.9%，80后占比约27.3%，而2023年来看，35-39岁用户占比仅为7%，40岁及以上用户更是少至4%，民宿消费者主要为18-24岁的年轻用户。其中，18岁至24岁的女性用户在民宿的选择上更具自主性，通常会根据旅行攻略安排行程，注重住宿中的特色与安全，更喜欢网红民宿。可以看见，这群追求旅行体验和休闲度假的年轻用户已经成为民宿消费的新势力，他们在追求个人化与多样化品质民宿的同时，更倾向于为优质服务和文化消费买单，这使得民宿消费更加面向市场驱动，为行业带来了新的变化和活力。

资料来源：观研天下整理

随着用户画像的变化，民宿消费者的需求偏好也表现出与以往较大不同，从文化消费的特征来看，消费者对于深度体验的需求增长明显，用户对于当地特色“早餐”、“游玩路线建议”、“餐厅”等目的地游乐项目的要求逐步深化，显示出极强的个性化体验需求。另外，随着消费升级，旅游业发展更倾向于现代设施与各种生活场景的交融。对乡村民宿的要求并非仅限于体验乡村生活，而是既要有乡村生活的恬静和悠然，也要有现代服务的舒适和卫生。综合来

看，从单纯的住宿到‘民宿即目的地’，年轻客群更希望民宿能融合吃、住、娱，甚至社交场景，对民宿主题、文化体验等都提出更高需求。

4、“民宿+”是行业发展方向，相关主体应顺应时代潮流发展

随着消费者年轻化、需求个性化趋势明显，加上民宿业竞争日趋激烈、新业态和新模式的快速更迭，为了满足复杂多变的消费需求及迎合正在成为消费主体的年轻人，除了住宿，提供特色、趣味化服务也成为民宿平台发展方向。2022年以来，“民宿+电竞”“民宿+露营”“民宿+垂钓”等场景化消费逐渐提升，2023年春节民宿提供的写福字、放烟花、围炉煮茶、打糍粑等活动也受到消费者青睐。其中，目前最火爆的就是“围炉煮茶”，众多民宿都把这项服务当作民宿特色招牌，据统计，围炉煮茶相关话题在设计分享平台上的笔记分享就近20万条，而短视频平台相关话题分享的视频播放量已超19亿次。此外，“民宿+围炉烤肉”“民宿+私人泡汤”“民宿+cosplay趴”“民宿+剧本杀”等特色服务也已经为新生代消费者提供真实而独特的民宿体验。未来如“民宿+康养”“民宿+冰雪”“民宿+文创”“民宿+研学”等主题产品，即“民宿+”后面的内容，将成为决定消费者是否买单的重要因素。

但繁荣景象背后，民宿行业也存在盲目发展和过度投资的乱象，这主要归因于民宿行业进入门槛较低，缺乏有序的规划。民宿行业发展的前提是需求的增长和自身的升级，因此根据消费者需求的理解快速迭代出顺应需求变化的新品，以及时刻跟随消费者情绪出口的渠道布局是行业发展的关键。另外，民宿的本质“主人文化”就是情感经济。行业从业人员尤其是民宿主心态要随时年轻化，团队年龄结构要迅速年轻化，同时，民宿品牌还需以年轻客群的需求优化自己的产品与营销。此外，相关部门也应借鉴上海的改革经验，为民宿经营内容的增项广开绿灯。

观研天下分析师观点：当前旅游产品越来越看重一站式目的地度假功能，预计未来“民宿+”将成为行业韧性所在。

5、内容运营呈现从图文向视频升级，各大OTA平台做出相应调整

内容运营对于民宿行业来说越来越重要，内容运营可以有效提升民宿供需链路触达效率。一直以来，民宿行业非常依赖传统OTA平台，当前客源较大的OTA平台主要有携程、美团、飞猪、途家、木鸟等。在疫情影响，以及旅游用户愈加年轻化，用户行为发生改变的背景下，民宿行业的内容运营方式逐渐呈现从图文到视频的发展趋势。相较于图文，短视频和直播这两种视频的内容运营方式更能推动民宿供需链路中触达效率的提升。短视频营销门槛低、适应性强，可以灵活满足各种营销需求，而且信息承载丰富集中，可以与用户进行深度互动和沟通，传播声量上有强大的肥尾效应；直播因为引入专业主播的选品能力，优化产品展示，减少用户产品搜索行为，提升信息触达率，引流型的限时低价降低决策成本，促发非计划性消费，而且可以实时互动，交互式购买体验。

资料来源：观研天下整理

在这个大趋势下，各家OTA平台也就深耕内容作出了相应的组织架构调整以及业务形式的偏

移。早在2020年底，同程旅行便与快手达成战略合作，双方在供应链能力打造、用户流量共享、达人内容创作、品牌内容营销和数据信息共建等方面展开深入合作。2021年9月，同程旅行宣布进行架构调整，成立内容及度假平台事业群，由SVP厉亮担任该事业群CEO，进一步强调对旅行内容生态的打造；携程也在同年3月发布了全新战略“旅游营销枢纽”，提出要深耕内容，第三季度携程直播间直接产生的订单数环比二季度提升近15倍，携程星球号旗舰店启动至今的7个月内，商家内容发布量、曝光量、粉丝量以及粉丝成交GMV均保持着月均50%的增速。预计未来视频与直播会是未来旅游内容创作的一个风向标，民宿行业有望趁着这个东风“更上一层楼”。

观研天下分析师观点：私域运营已成为各行各业的一种趋势，由于民宿具有个性化、观赏性、体验性等特征，因而民宿行业，尤其是精品民宿、潮流民宿等天然适合做私域运营。当前形势下，酒店民宿行业的商家如果不能及时布局私域体系，就会像当年不做OTA平台一样被率先淘汰。

6、政策支持+资本回温，2023年行业走向品质化、规范化、多样化

政策端来看，2022年是乡村民宿发展历史上政策红利最为集中的一年，文化和旅游部等10部门联合发布《关于促进乡村民宿高质量发展的指导意见》，这个政策红利有望在2023年进一步释放。此外，2023年两会，全国人大代表、全国工商联副主席、奥盛集团董事长汤亮也建议，各级政府在制定新农村规划建设规划时，要着力把培育“高质量民宿”作为推进新农村建设的抓手，预计这波政策红利将为乡村民宿的规模化发展打开大门，未来行业前景可期。

行业投融资来看，2022年初松赞酒店宣布获得招银国际3亿元投资，将于年内逆势扩张，点燃了住宿业信心。同年7月，AsiaYo宣布获得1250万美元融资。此外，订单来了、十里一亭等品牌相继传出融资信息，再到年末各大平台纷纷发出提速信号。

2022年民宿行业投融资情况（不完全统计）	时间	品牌	融资金额	融资轮次	投资方
未来好宿	09-05	A轮	数千万	战略融资	易宝支付
北京骋瑞企业管理咨询有限公司	07-11	09-05	数千万	C轮	棠果旅居
客路旅行、阿里巴巴创业者基金等	06-22	07-11	数千万	未披露	AsiaYo
安吉政府领投、携程集团跟投	06-04	06-22	数千万	天使轮	订单来了
未来好宿	04-18	06-04	千万级人民币	Pre-A轮	十里一亭
					抖山资本

资料来源：观研天下数据中心整理

可以看到，民宿赛道正在经历一个充满变局和新生的关键拐点，展望2023年，在政策支持和资本回温的背景下，品质化、规范化、多样化将成为行业发展的关键词。

观研天下分析师观点：政策端、资本端结合我国民宿行业发展历程来看，我国民宿行业当前仍处在发展初期，符合旅游消费升级的大趋势，行业前景具有确定性，预计未来会有更多的异地化、连锁化、品牌化、规模化的民宿出现。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国民宿行业发展趋势分析与投资前景调研报告（2023-2030年）》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，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。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国民宿行业发展概述

第一节 民宿行业发展情况概述

- 一、民宿行业相关定义
- 二、民宿特点分析
- 三、民宿行业基本情况介绍
- 四、民宿行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、民宿行业需求主体分析

第二节 中国民宿行业生命周期分析

- 一、民宿行业生命周期理论概述
- 二、民宿行业所属的生命周期分析

第三节 民宿行业经济指标分析

- 一、民宿行业的赢利性分析
- 二、民宿行业的经济周期分析

三、民宿行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球民宿行业市场发展现状分析

第一节 全球民宿行业发展历程回顾

第二节 全球民宿行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲民宿行业地区市场分析

一、亚洲民宿行业市场现状分析

二、亚洲民宿行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲民宿行业市场前景分析

第四节 北美民宿行业地区市场分析

一、北美民宿行业市场现状分析

二、北美民宿行业市场规模与市场需求分析

三、北美民宿行业市场前景分析

第五节 欧洲民宿行业地区市场分析

一、欧洲民宿行业市场现状分析

二、欧洲民宿行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲民宿行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界民宿行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球民宿行业市场规模预测

第三章 中国民宿行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对民宿行业的影响分析

第三节 中国民宿行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对民宿行业的影响分析

第五节 中国民宿行业产业社会环境分析

第四章 中国民宿行业运行情况

第一节 中国民宿行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国民宿行业市场规模分析

一、影响中国民宿行业市场规模的因素

二、中国民宿行业市场规模

三、中国民宿行业市场规模解析

第三节 中国民宿行业供应情况分析

一、中国民宿行业供应规模

二、中国民宿行业供应特点

第四节 中国民宿行业需求情况分析

一、中国民宿行业需求规模

二、中国民宿行业需求特点

第五节 中国民宿行业供需平衡分析

第五章 中国民宿行业产业链和细分市场分析

第一节 中国民宿行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、民宿行业产业链图解

第二节 中国民宿行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对民宿行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对民宿行业的影响分析

第三节 我国民宿行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国民宿行业市场竞争分析

第一节 中国民宿行业竞争现状分析

一、中国民宿行业竞争格局分析

二、中国民宿行业主要品牌分析

第二节 中国民宿行业集中度分析

一、中国民宿行业市场集中度影响因素分析

二、中国民宿行业市场集中度分析

第三节 中国民宿行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国民宿行业模型分析

第一节 中国民宿行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国民宿行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国民宿行业SWOT分析结论

第三节 中国民宿行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国民宿行业需求特点与动态分析

第一节 中国民宿行业市场动态情况

第二节 中国民宿行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 民宿行业成本结构分析

第四节 民宿行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国民宿行业价格现状分析

第六节 中国民宿行业平均价格走势预测

一、中国民宿行业平均价格趋势分析

二、中国民宿行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国民宿行业所属行业运行数据监测

第一节 中国民宿行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国民宿行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国民宿行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国民宿行业区域市场现状分析

第一节 中国民宿行业区域市场规模分析

一、影响民宿行业区域市场分布的因素

二、中国民宿行业区域市场分布

第二节 中国华东地区民宿行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区民宿行业市场分析

(1) 华东地区民宿行业市场规模

(2) 华南地区民宿行业市场现状

(3) 华东地区民宿行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区民宿行业市场分析

(1) 华中地区民宿行业市场规模

(2) 华中地区民宿行业市场现状

(3) 华中地区民宿行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区民宿行业市场分析

(1) 华南地区民宿行业市场规模

(2) 华南地区民宿行业市场现状

(3) 华南地区民宿行业市场规模预测

第五节 华北地区民宿行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区民宿行业市场分析

(1) 华北地区民宿行业市场规模

(2) 华北地区民宿行业市场现状

(3) 华北地区民宿行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区民宿行业市场分析

(1) 东北地区民宿行业市场规模

(2) 东北地区民宿行业市场现状

(3) 东北地区民宿行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区民宿行业市场分析

(1) 西南地区民宿行业市场规模

(2) 西南地区民宿行业市场现状

(3) 西南地区民宿行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区民宿行业市场分析

(1) 西北地区民宿行业市场规模

(2) 西北地区民宿行业市场现状

(3) 西北地区民宿行业市场规模预测

第十一章 民宿行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国民宿行业发展前景分析与预测

第一节 中国民宿行业未来发展前景分析

- 一、民宿行业国内投资环境分析
- 二、中国民宿行业市场机会分析
- 三、中国民宿行业投资增速预测

第二节 中国民宿行业未来发展趋势预测

第三节 中国民宿行业规模发展预测

- 一、中国民宿行业市场规模预测
- 二、中国民宿行业市场规模增速预测
- 三、中国民宿行业产值规模预测
- 四、中国民宿行业产值增速预测
- 五、中国民宿行业供需情况预测

第四节 中国民宿行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国民宿行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国民宿行业进入壁垒分析

一、民宿行业资金壁垒分析

二、民宿行业技术壁垒分析

三、民宿行业人才壁垒分析

四、民宿行业品牌壁垒分析

五、民宿行业其他壁垒分析

第二节 民宿行业风险分析

一、民宿行业宏观环境风险

二、民宿行业技术风险

三、民宿行业竞争风险

四、民宿行业其他风险

第三节 中国民宿行业存在的问题

第四节 中国民宿行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国民宿行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国民宿行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国民宿行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 民宿行业营销策略分析

一、民宿行业产品策略

二、民宿行业定价策略

三、民宿行业渠道策略

四、民宿行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202303/628722.html>