

關於秋果酒店的用戶畫像研究

唐玉軍先生,酒店營運管理(榮譽)文學士,酒店餐飲及工商管理學系 指導教師:楊廣宇先生,講師

一、研究背景

- 市場趨勢:疫情后中端酒店競爭加劇,行業規模和連鎖化率快速增長,消費升級驅動品質需求。
- 痛點: 秋果酒店是一家中檔人文精品酒店的全國連鎖品牌,在2025年已進入中國酒店集團規模TOP38。傳統營銷難以精準定位用戶需求,需要數據驅動決策。
- 研究價值: 通過用戶畫像分析, 助力酒店提升服務、優化資源配置。

二、研究方法

數據來源:

- · 攜程網深圳17家秋果酒店, 共45,529條用戶評論。 分析工具:
- 八爪魚軟件: 評論數據爬取與整合。
- 微詞雲: 高頻詞分析、情感分析、主題模型構建。

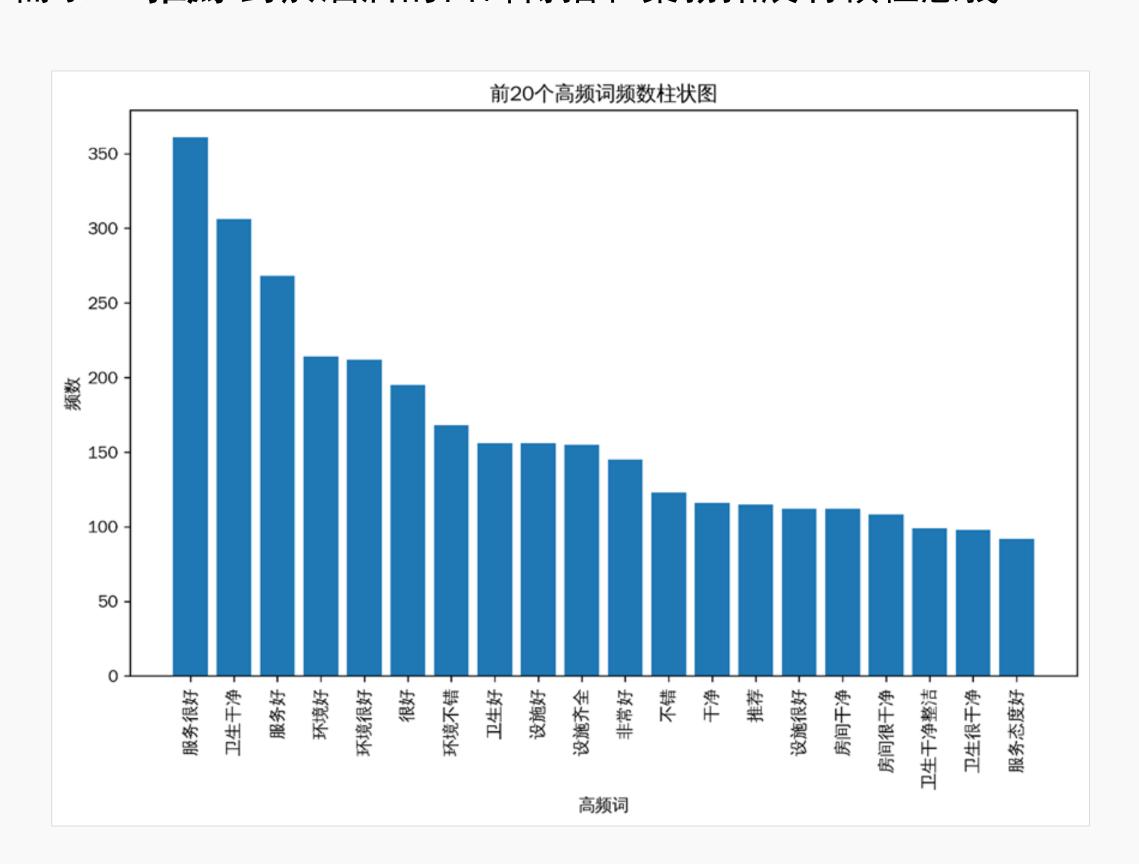
基础信息	
字数	1395455个字
大小	3.79 MB
有效条数	45529条
总词数	368988个
特征词数	12030个
平均句长	8.10个单词
词密度	85.41%

三、研究發現

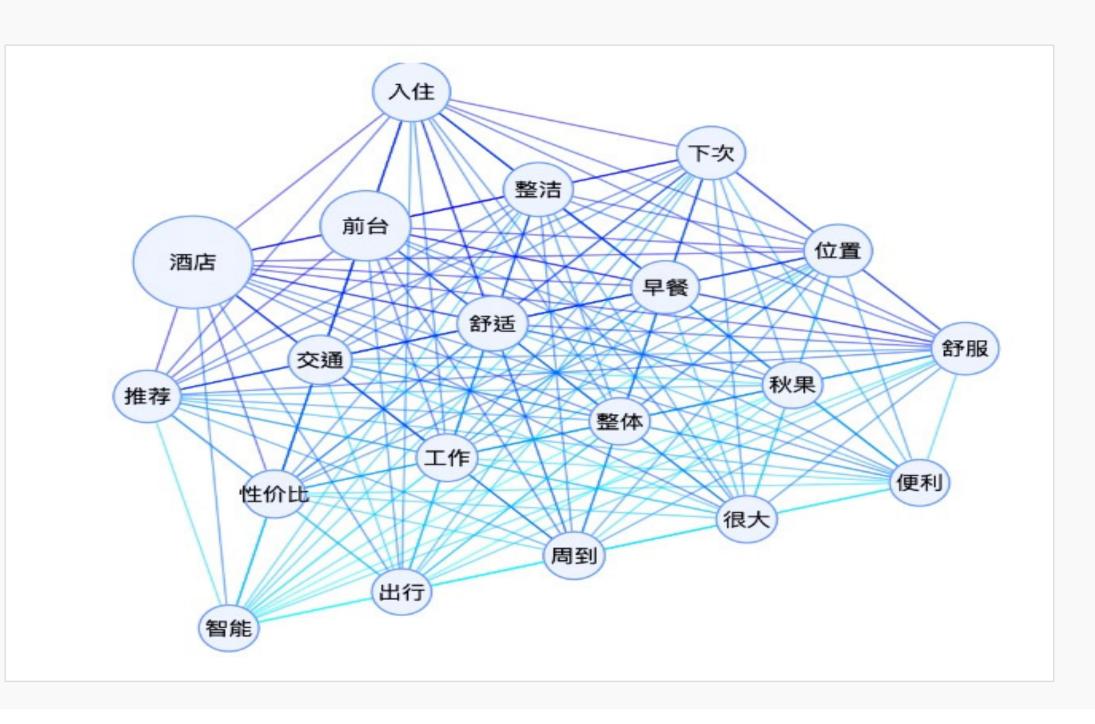
1. 用戶特徵

• 主要客群: 商務旅客(占比高),追求性價比與便利性。

由客戶評論的高頻詞柱狀圖(下圖)中可以分析,"**服務很好**"得到了用戶的認可,酒店在服務方面表現出色。"**衛生乾淨**"符合用戶期望。"環境好"表明環境品質得到了用戶的肯定。"**設施齊全**"說明酒店的設施在一定程度上滿足了用戶需求。"**推薦**"對於酒店的口碑傳播和業務拓展有積極意義。

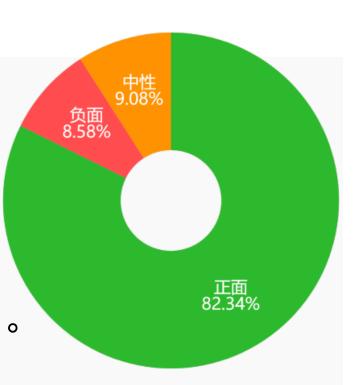


整體畫像的語義網路分析圖(下圖)可以發現,用戶對酒店評價的核心關注點包括入住的入住體驗、環境與舒適度、早餐、位置與交通、性價比、整體感受六個方面。



2. 情感分析

- 正面評價: 82.34% (認可服務、衛生、科技體驗)。
- 中性評價: 9.08%(客戶整體體驗是相對滿意的)。
- 負面評價: 8.58% (集中於前臺態度、隔音、位置指引)。



從左圖的正向情感詞組詞雲圖可以看出, "整潔"、"舒適"、"性價比"等高頻詞 突出,表明用戶對酒店服務品質和設施的高 度認可,這也是酒店的核心優勢。

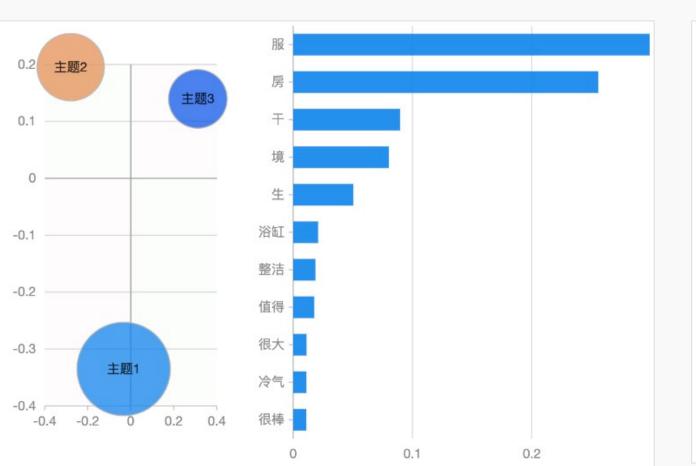
從左圖的負向情感詞組詞雲圖可以看出,可以得到主要的改進方向都是圍繞"**前臺**"展開:**前臺服務**優化、**位置與交通**優化、**隔音**設施細節提升。

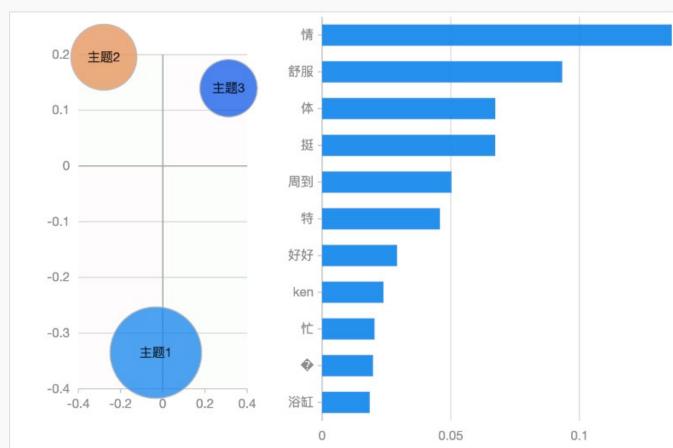
3. 主題模型

通過酒店體驗特徵的主題模型分析, 主題1(負面):集中於設施、位置、 早餐等基礎體驗短板。

主題2(中性過渡):服務與客房評價較高,但環境細節待完善。

主題3(正面):情感化服務("舒服")周到")與智能化是核心競爭力。





四、結論與建議

• 結論: 用戶需要"基礎服務+情感體驗"雙重滿足,既注重基礎服務(如設施維護、早餐品質),也看重服務的情感價值(如周到、熱情)與環境帶來的舒適感,期望通過全方位的優質體驗滿足住宿需求。

• 建議:

- 1. 服務升級
- •強化前臺培訓(溝通技巧、業務效率),增設24小時值班經理。
- 2. 硬件優化
- 加裝隔音設施(雙層玻璃、隔音棉),提供耳塞與導航指引。
- 3. 差異化營銷
- •突出"智能化服務""管家式體驗"標籤,吸引商務客群。

五、研究價值

- •理論貢獻:驗證中端酒店"基礎服務+情感體驗"的複合需求模型。
- 行業應用: 為同類酒店提供數據驅動的運營優化路徑。