

# 面向Z世代的酒店客户管理：电竞酒店的案例与启示

单小倩

华侨大学旅游学院，中国·福建 泉州 362021

**摘要：**Z世代已成为酒店消费核心主力，其社交化、体验化、数字化的消费特征，推动酒店客户管理从标准化住宿服务向个性化、场景化、社交化的全域体验升级。电竞酒店作为Z世代偏好的住宿业态，以“电竞+住宿+社交”为核心模式，在客户需求精准匹配、全旅程体验设计、数字化运营体系、私域社群构建等方面形成成熟的客户管理方法论。本文剖析Z世代消费特征与电竞酒店客户管理核心逻辑，结合行业内典型品牌的实践策略，总结对传统酒店转型、行业客户管理创新的普适启示，为酒店业适配Z世代需求、提升客户管理效能提供参考。

**关键词：**Z世代；电竞酒店；客户管理；体验经济；私域运营

## Customer Relationship Management of Hotels Targeting Generation Z: Cases and Insights from E-Sports Hotels

Shan Xiaoqian

College of Tourism, Huaqiao University, China Fujian Quanzhou 362021

**Abstract:** Generation Z has become the core consumer group in the hotel industry. Their consumption characteristics featuring socialization, experientialization and digitalization have driven the upgrading of hotel customer management from standardized accommodation services to an all-round experience with personalization, scenario-based design and social interaction. As an accommodation format favored by Generation Z, e-sports hotels adopt a core model of "e-sports + accommodation + socializing" and have formed a mature customer management methodology in terms of accurate matching of customer demands, whole-journey experience design, digital operation systems and private domain community building. This paper analyzes the consumption traits of Generation Z and the core logic of customer management in e-sports hotels. Combined with the practical strategies of typical brands in the industry, it summarizes universal insights for the transformation of traditional hotels and the innovation of industrial customer management, aiming to provide references for the hotel industry to adapt to the needs of Generation Z and improve the efficiency of customer management.

**Keywords:** Generation Z; E-sports hotel; Customer relationship management; Experience economy; Private domain operation

### 0 引言

Z世代（1995-2010年出生）作为互联网原住民，占我国总人口比重超20%，消费规模持续扩大，已成为酒店消费的核心力量。他们的消费逻辑从“功能满足”转向“情感共鸣”，追求个性化体验、社交价值与即时反馈，对传统酒店的标准化服务、单一产品供给形成冲击。电竞酒店行业快速崛起，截至2025年底，全国70个大中城市电竞酒店突破1万家，市场规模达450亿元，18-30岁用户占比78%，其中Z世代贡献超70%订单量。与传统酒店不同，电竞酒店将客户管理嵌入“预订-入住-住宿-离店-复购”全旅程，以硬件配置、场景营造、社群运营、数据驱动为核心，精准匹配Z世代需求，实现客户留存与价值提升。本文基于Z世代消费特征，结合电竞酒店行业

头部实践，系统梳理其客户管理策略，提炼行业启示，为酒店业转型提供可落地的思路，助力酒店在Z世代主导的消费市场中构建竞争优势。

### 1 Z世代消费特征与电竞酒店客户管理核心逻辑

#### 1.1 Z世代核心消费特征

（1）社交驱动，追求圈层认同：Z世代将“开黑”“聚会”作为核心社交方式，超六成电竞酒店消费者选择核心动机是“与朋友线下互动”，近八成用户选择酒店时优先考量社交氛围与互动空间。他们渴望通过住宿体验获得“社交货币”，形成圈层归属感。

（2）体验至上，偏好个性化场景：Z世代不迷信星级，更看重酒店的“调性”“氛围感”与“出片属性”，愿

意为独特体验支付溢价。电竞酒店的赛博朋克风、IP主题房、动静分区空间等，精准契合其沉浸式体验需求。

(3) 数字原生，依赖智能交互：Z世代日均投入数字娱乐时长超5小时，对智能设备、数字化服务接受度高、容忍度低。他们偏好刷脸入住、自助退房、语音控制等无感服务，反感繁琐流程。

(4) 即时反馈，热衷内容分享：Z世代注重即时满足，偏好游戏化激励、即时权益；同时热衷在小红书、抖音等平台分享入住体验，一条优质探店视频的传播力远超传统广告。

## 1.2 电竞酒店客户管理核心逻辑

电竞酒店客户管理以“客户全生命周期价值”为核心，突破传统酒店“住宿+餐饮”的单一服务模式，构建“产品-服务-运营-营销”四位一体的管理体系：

(1) 以精准需求匹配为基础，通过细分客群、定制产品，满足Z世代个性化、社交化需求；

(2) 以全流程无感体验为核心，简化流程、快速响应，减少对游戏体验的干扰；

(3) 以数字化运营为支撑，通过数据驱动实现客户精准触达与权益匹配；

(4) 以私域社群为纽带，构建电竞社交生态，提升客户粘性与复购率。

## 2 电竞酒店客户管理的实践案例

### 2.1 行业头部品牌：私域社群+游戏化会员体系

该类品牌聚焦Z世代电竞圈层，构建“线上私域+线下体验”的客户管理闭环，会员复购率较行业均值提升60%。

(1) 精细化社群运营：搭建超四百个企业微信粉丝群，覆盖数十万精准用户，按游戏偏好垂直细分，避免社群低效运营。热门游戏上线时，通过社群快速触达用户，实现门店房型热销与赛事高参与度。

(2) 游戏化会员体系：推出专属小程序，整合订房、社交、抽奖功能；与主流游戏平台合作，会员完成任务可获游戏道具、现金奖励及通用优惠券。设置“游戏成就换福利”创新权益，以游戏内达成的特定成就为依据减免房费，契合Z世代即时反馈偏好。

(3) 线下场景赋能：公区设置电竞对战区、赛事观赛区，定期举办自有赛事，将住宿空间转化为电竞社区，强化客户情感联结。

### 2.2 行业标杆品牌：硬件升级+专业服务

该类品牌以“专业设备+懂电竞服务”构建核心竞争

力，精准匹配Z世代对设备性能与服务响应的需求。

(1) 硬件差异化配置：旗舰门店采用高端显卡、高刷新率显示器、专业电竞外设组合，保障主流游戏流畅运行；设计多人间电竞房、独立竞技房等多样化房型，满足不同社交场景需求。

(2) 专属服务体系：打造24小时专属管家服务，员工需熟练掌握设备调试、热门游戏规则，能与客户沟通游戏需求，提供“管家式”支持。

(3) 数据驱动运营：通过会员管理系统分析用户行为，实现精准推荐与动态定价；为会员搭建个性化游戏活动，定期更新福利任务，增强用户粘性。

### 2.3 行业典型品牌：空间优化+敏捷服务

该类品牌通过空间布局与服务流程优化，提升客户体验效率，投资回报周期符合行业优质水平。

(1) 高效空间布局：采用前台与客房同楼层设计，整合接待区、设备租赁区、自助洗衣区，前台人员可同步处理多类事务，缩短服务响应时间。

(2) 标准化服务流程：明确“快速入住”“快速设备修复”承诺，超时即提供补偿，有效降低差评率，提升客户满意度。

(3) 设备全生命周期管理：通过智能系统实时监控设备状态，实现故障预警与精准维修，大幅降低设备故障率，保障客户持续体验。

### 2.4 行业创新品牌：数据驱动+精准匹配

该类品牌依托数字化工具，实现客户需求精准洞察与权益个性化匹配，核心会员复购率达90%。

(1) 数据感知用户：通过用户管理系统收集游戏偏好、消费时段、设备需求等数据，为硬件升级、营销活动提供依据。针对高热度游戏用户群体进行硬件升级，显著提升该群体营收占比。

(2) 分层权益设计：普通会员享基础优惠券，核心会员享专属服务、优先选房权，高成就玩家可享专属设备升级，通过权益差异化提升客户价值。

(3) 社交裂变激励：推出“组队享福利”活动，借助Z世代社交属性实现获客与留存双提升。

## 3 电竞酒店客户管理的核心策略

### 3.1 产品策略：场景化产品矩阵，精准匹配圈层需求

(1) 细分房型，覆盖多元场景：针对Z世代社交需求，设计多人间电竞房、情侣电竞房、圈层专属房等，部分房型配备战术交流工具、投影设备，满足开黑、观战、

社交聚会等场景。

(2) 沉浸式场景营造: 结合热门游戏 IP 打造主题房, 融入特色视觉元素、定制软装; 公区设置赛事直播墙、打卡点, 满足用户拍照分享需求。

(3) 硬件迭代升级: 紧跟设备技术迭代节奏, 定期升级高端显卡、高刷屏, 保障主流游戏流畅运行; 优化网络配置, 为高负载场景分配独立带宽, 避免延迟卡顿。

### 3.2 服务策略: 全旅程无感服务, 强化情感联结

(1) 极简入住退房流程: 部署刷脸入住、自助退房、电子发票系统, 压缩办理时长, 避免打断用户游戏节奏。推行“免查房”, 提升离店效率, 减少客户等待。

(2) 敏捷响应服务机制: 建立快速响应标准, 设备故障、需求咨询等问题限时解决, 超时补偿; 员工培训涵盖游戏知识、设备调试、应急处理, 从“服务人员”升级为“电竞体验官”。

(3) 个性化细节服务: 针对特定客群定制专属外设、专属礼包; 为长时间住宿用户准备生活补给品; 提前布置专属房间, 提供个性化服务, 通过细节感知提升客户满意度。

### 3.3 运营策略: 数字化驱动, 实现精准管理

(1) 智能设备运维: 通过物联网传感器实时监测设备状态, 自动触发故障预警与维修工单, 大幅降低设备故障率, 减少对客户体验的影响。

(2) 数据驱动决策: 整合预订、入住、消费、评价等数据, 分析用户偏好、消费时段、复购行为, 指导房型定价、硬件升级、营销活动设计。识别消费高峰期, 推出错峰优惠平衡入住率。

(3) 合规化管理: 落实未成年人保护相关规定, 部署人脸识别系统、防沉迷网络, 实现成人电竞区物理隔离, 契合监管要求。

### 3.4 营销策略: 私域社群 + 内容裂变, 构建长效留存

(1) 私域流量沉淀: 通过企业微信、小程序等工具搭建私域阵地, 全面沉淀客户数据, 按游戏偏好(如 MOBA 类、射击类)、消费频次、住宿场景(朋友开黑、情侣出行、战队团建)、价格敏感度等多维度为客户打标签, 建立精细化用户画像。基于画像实现精准触达, 例如向高频开黑用户推送多人房连住优惠, 向情侣用户推送主题房套餐, 向赛事爱好者推送线下竞技活动邀约, 大幅提升营销转化效率。

(2) 社群激活运营: 避免私域社群沦为“广告推送

群”, 构建“价值输出 + 互动体验 + 情感联结”的运营逻辑。定期在社群内开展线上游戏水友赛、电竞知识问答、装备抽奖等互动活动; 邀请电竞达人分享游戏技巧、赛事复盘, 推送本地潮流资讯、电竞圈热点, 为用户提供实用价值; 鼓励用户分享游戏战绩、入住体验, 营造“圈层归属感”, 让社群成为 Z 世代的线上社交据点, 保持稳定活跃度。

(3) 内容裂变传播: 深度契合 Z 世代“分享即社交”的行为习惯, 在酒店场景中打造多个高颜值打卡点(如赛博朋克风走廊、电竞主题墙、灯光互动装置), 降低用户拍照分享的门槛。推出“分享有礼”机制, 用户在小红书、抖音等平台发布带话题标签的探店内容, 即可兑换房费减免、时长赠送等福利; 与游戏类、生活类 KOL/KOC 合作开展探店直播、体验测评, 借助其圈层影响力扩大品牌曝光; 通过用户自发分享形成“口碑裂变”, 吸引更多潜在客户。

(4) 游戏化激励体系: 搭建“积分 - 等级 - 权益”的正向激励循环, 会员通过订房消费、社群互动、内容分享等行为积累积分, 积分可兑换游戏道具、外设租赁、房费抵扣等权益。设置青铜、白银、黄金、钻石等会员等级, 等级越高可享受越优质的权益, 如优先选房、免费升级设备、专属管家服务等; 创新推出“游戏成就兑换福利”、“连续入住返利”“生日专属礼包”等特色权益, 契合 Z 世代对即时反馈、专属感的追求, 有效提升客户复购率与忠诚度。

## 4 对酒店行业的启示

### 4.1 传统酒店转型启示

(1) 重构产品逻辑, 从“住宿供给”到“体验供给”: 传统酒店应打破“千店一面”格局, 结合 Z 世代需求增设特色房型, 打造沉浸式场景; 优化空间设计, 增加社交公区、打卡点, 满足年轻客群社交需求。

(2) 升级服务标准, 从“标准化”到“个性化 + 敏捷化”: 推行智能自助入住、免查房等无感服务, 缩短流程时长; 建立快速响应机制, 提升服务效率; 培训员工掌握年轻客群兴趣知识, 提供个性化细节服务。

(3) 布局私域运营, 从“流量获取”到“用户留存”: 搭建私域阵地, 按客群特征分层运营; 通过社群互动、精准营销、游戏化激励, 提升用户粘性; 利用数据洞察用户需求, 实现个性化服务与权益匹配。

(4) 强化内容营销, 从“官方宣传”到“用户裂变”: 打造网红打卡点, 鼓励用户分享体验; 与 KOL 合作探店,

借助社交平台传播；推出特色活动，提升品牌曝光与用户参与感。

#### 4.2 行业整体发展启示

(1) 坚守合规底线，平衡创新与监管：电竞酒店的成功离不开合规运营，传统酒店转型需严格落实未成年人保护、消防、公安等监管要求，避免违规风险。

(2) 聚焦核心客群，避免盲目跟风：Z世代需求具有圈层化特征，酒店应精准定位目标客群，避免“一刀切”转型，打造差异化竞争优势。

(3) 重视数据价值，构建数字化能力：数据是客户管理的核心，酒店应搭建数据中台，整合全渠道数据，实现用户洞察、精准营销、服务优化的数字化闭环，提升运营效率。

(4) 打造社交生态，从“住宿空间”到“生活场景”：Z世代将酒店视为社交载体，酒店应构建“住宿+社交+娱乐”生态，通过社群活动、线下体验、内容共创，让酒店成为年轻客群的“生活据点”，而非单纯的过夜场所。

#### 5 结语

Z世代的崛起推动酒店客户管理进入“体验为王、社交为核、数字为基”的新阶段。电竞酒店作为适配Z世代需求的典型业态，通过场景化产品、全流程服务、数字化运营、私域化营销的协同发力，实现了客户全生命周期价值的最大化。其实践为传统酒店转型提供了清晰路径：重构产品供给、升级服务标准、布局私域运营、强化内容营销。

未来，随着Z世代消费需求持续升级与技术不断迭代，酒店客户管理需进一步深化数据驱动、优化场景体验、构建社交生态，以客户为中心，实现从“服务提供者”到“生活场景共创者”的转变，在激烈的市场竞争中赢得长期优势。

#### 参考文献：

- [1] 行业研究机构. 电竞酒店行业发展白皮书[R]. 2025.
- [2] 迈点研究院. 2026年中国电竞酒店行业发展趋势报告[R]. 2026.
- [3] 中研普华. 中国电竞酒店市场调研与投资前景分析报告(2025-2030)[R]. 2025.
- [4] 中华人民共和国文化和旅游部. 关于推动电子竞技与旅游融合发展的指导意见[Z]. 2024.
- [5] 学术研究团队. 体验经济与酒店业态创新[M]. 北京：中国旅游出版社，2023.
- [6] 王大根. 酒店客户关系管理数字化转型路径[J]. 旅游学刊，2025(4):56-68.
- [7] 李晓东. Z世代消费特征与酒店服务创新研究[J]. 商业研究，2024(12):112-118.
- [8] 张莉莉. 电竞酒店私域社群运营模式与效果分析[J]. 旅游管理，2025(7):89-95.
- [9] 陈美玲. 酒店智能化升级与客户体验优化[J]. 中国酒店，2026(2):45-49.
- [10] 李艳. 电竞酒店行业合规化发展路径研究[J]. 法制与社会，2025(9):123-125.