

2020-2026年中国票务O2O 行业分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国票务O2O行业分析与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/161300.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

20-29岁、本科学历、中等收入的一、二线城市用户是观影的主力群体。伴随网络成长起来的80、90后经过网络购物的培养，形成了线上消费的购买习惯，带动线上购票业务的发展。这部分人群的用户特征有：追求便捷、乐于体验新事物、追求高服务、开放的消费观等。

随着国民经济的改善，消费理念的转变，中国居民的需求结构正在逐步升级，大众休闲娱乐的方式也逐渐多样化，从电影扩展到演唱会、音乐会、话剧歌剧等，文化休闲娱乐需求逐步增强。在电影领域，实现从电视、网站免费观影到影院购票观影消费习惯的转变。互联网的出现带动整个文化休闲娱乐的市场需求，并将普通观众转化成为付费用户。随着国民经济水平的提升带来的消费需求的升级，演出、赛事等票务市场潜力巨大，而BAT在线票务平台的演出赛事业务才刚刚起步，想要在未来分到一大块儿蛋糕，则需把演出赛事业务提升到较高的战略高度。

报告目录：第一章 O2O发展概述第一节 O2O的相关概述一、O2O的基本概念二、O2O模式的发展三、O2O营销的特点四、O2O的优势分析五、O2O模式的多元化第二节 O2O营销模式分析一、O2O的广场模式二、O2O的代理模式三、O2O的商城模式第三节 O2O营销主要方式一、体验营销二、直复营销三、情感营销四、数据库营销第四节 票务O2O行业产业链分析一、产业链结构分析二、与上下游行业之间的关联性三、行业产业链上游发展现状及影响分析四、行业产业链下游发展现状及影响分析 第二章 中国票务O2O行业发展环境分析第一节 经济环境分析一、全球宏观经济环境二、国家宏观经济环境三、经济环境对行业发展的影响第二节 社会环境分析一、行业社会环境二、网民用户分析三、社会环境对行业的影响第三节 政策环境分析一、行业政策法规二、行业监管体制三、行业政策规划第四节 技术环境分析一、信息技术水平分析二、客户端软件分析三、技术发展趋势分析 第三章 中国票务O2O行业运行现状分析第一节 我国票务O2O行业发展状况分析一、我国票务O2O行业发展历程和阶段二、我国票务O2O行业发展概况及特点三、我国票务O2O行业发展存在的问题及对策第二节 2016-2019年票务O2O行业运行现状分析一、我国票务O2O行业资产规模分析二、我国票务O2O行业市场规模分析三、中国票务O2O行业市场发展特点第三节 2016-2019年票务O2O市场经营情况分析一、中国票务O2O行业交易总额分析二、中国票务O2O行业利润总额分析第四节 2016-2019年中国票务O2O行业企业分析一、企业数量变化分析二、不同规模企业结构分析三、网络平台数量分析四、从业人员数量分析第五节 2016-2019年中国票务O2O行业财务指标总体分析一、行业盈利能力分析二、行业营运能力分析三、行业偿债能力分析四、行业发展能力分析 第四章 票务O2O产品设计与运营分析第一节 票务O2O产品设计分析一、票务O2O产品设计的基本内容二、票务O2O产品设计的基本要求三、票务O2O产品设计的成功案例第二节 票务O2O数据运营分析一、票务O2O消费者数据分析二、票务O2O供应方数据分析三、票务O2O使用场景分析四、票务O2O运营效果分析第三节 票务O2O闭环

打造与一体化整合一、票务O2O会员数据的统一二、票务O2O全触点的采集数据三、票务O2O大数据中心的构建

第四节 票务O2O运营支撑体系设计

一、票务O2O SOP质量体系二、票务O2O实施/监控三、票务O2O客服/运维四、票务O2O现场服务五、票务O2O数据化运营支撑

第五章 票务O2O模式网站综合分析

第一节 票务O2O模式网站概述

一、票务O2O模式网站介绍二、票务O2O模式网站核心功能三、票务O2O模式网站的特点四、票务O2O模式网站的优势

第二节 票务O2O模式网站类型

一、企业建设票务O2O模式网站形式二、票务O2O模式网站运用形式

第三节 票务O2O模式网站的发展

一、票务O2O模式网站的发展缺陷二、票务O2O模式网站的发展应对措施三、未来票务O2O模式网站的发展趋势

第四节 票务O2O模式网站的应用分析

一、票务O2O模式网站的实施效益二、票务O2O模式网站的行业应用三、票务O2O模式网站的售后服务

第六章 票务O2O移动应用市场分析

第一节 票务O2O移动应用基本情况

一、票务O2O移动应用用户规模二、票务O2O移动应用应用款数三、票务O2O移动应用用户需求四、票务O2O移动应用市场格局五、票务O2O移动应用融资情况

第二节 票务O2O移动应用细分领域

一、票务O2O移动应用主要分类二、票务O2O移动应用覆盖情况三、票务O2O移动应用典型案例

第三节 票务O2O移动应用使用行为

一、票务O2O移动应用活跃时段二、票务O2O移动应用使用频率三、票务O2O移动应用关联应用

第四节 票务O2O移动应用人群分析

一、票务O2O移动应用重点软件区域分布二、票务O2O移动应用用户区域分布

第七章 2016-2019年票务O2O行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、票务O2O行业竞争结构分析1、现有企业间竞争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、客户议价能力二、票务O2O行业集中度分析1、市场集中度分析2、企业集中度分析3、区域集中度分析4、各子行业集中度5、集中度变化趋势三、票务O2O行业SWOT分析1、票务O2O行业优势分析2、票务O2O行业劣势分析3、票务O2O行业机会分析4、票务O2O行业威胁分析

第二节 中国票务O2O行业竞争格局综述

一、票务O2O行业竞争概况1、行业品牌竞争格局2、行业企业竞争格局3、行业产品竞争格局二、中国票务O2O行业竞争力分析1、我国票务O2O行业竞争力剖析2、我国票务O2O企业市场竞争的优势3、国内票务O2O企业竞争能力提升途径

第八章 票务O2O成功案例分析

第一节 淘票票

一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布局分析五、平台发展战略分析

第二节 猫眼电影

一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布局分析五、平台发展战略分析

第三节 中国票务网

一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布局分析五、平台发展战略分析

第四节 东方票务

一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布局分析五、平台发展战略分析

第五节 水鸟票务

一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布局分析五、平台发展战略分析

第六节 微赛体育

一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布

局分析五、平台发展战略分析第七节 大麦网一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布局分析五、平台发展战略分析第八节 微票儿一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布局分析五、平台发展战略分析第九节 百度糯米一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布局分析五、平台发展战略分析第十节 永乐票务一、平台发展概况二、平台经营情况三、平台运行模式分析四、平台产业布局分析五、平台发展战略分析 第九章 2020-2026年票务O2O行业投资发展前景第一节 2020-2026年票务O2O投资情况分析一、投资规模分析二、投资结构分析三、重点投资区域分析第二节 票务O2O发展趋势分析一、从轻领域到重领域二、从提升流量到提升管理三、从平台化到交易化四、从PC端到移动端第三节 2020-2026年票务O2O行业发展前景预测一、2020-2026年票务O2O行业市场规模预测1、2020-2026年票务O2O行业交易规模预测2、2020-2026年票务O2O行业成交量预测二、2020-2026年票务O2O行业市场需求规模预测第四节 影响企业生产与经营的关键趋势一、市场整合成长趋势二、需求变化趋势及新的商业机遇预测三、企业区域市场拓展的趋势四、科研开发趋势及替代技术进展五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十章 2020-2026年票务O2O行业投资机会与风险防范第一节 中国票务O2O行业投资特性分析一、行业进入壁垒分析二、行业盈利模式分析三、影响行业的盈利因素分析第二节 中国票务O2O行业投资风险一、行业政策风险二、行业关联产业风险三、行业技术风险四、行业其他风险第三节 票务O2O行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会第四节 票务O2O行业投资战略及建议一、2020-2026年行业投资战略二、2020-2026年行业投资方式建议三、2020-2026年行业投资方向建议 图表目录图表：2016-2019年我国GDP初步核算数据图表：2016-2019年我国GDP季度累计增长图图表：2019年我国消费价格指数增长趋势图图表：2019年我国居民人均收入情况图表：2016-2019年我国票务O2O行业资产规模分析图表：2016-2019年我国票务O2O行业市场规模分析图表：2016-2019年中国票务O2O行业市场发展特点图表：2016-2019年中国票务O2O行业交易总额分析图表：2016-2019年中国票务O2O行业利润总额分析图表：2016-2019年票务O2O企业数量变化分析图表：2016-2019年票务O2O不同规模企业结构分析图表：2016-2019年票务O2O网络平台数量分析图表：2016-2019年票务O2O从业人员数量分析图表：2016-2019年票务O2O行业盈利能力分析图表：2016-2019年票务O2O行业营运能力分析图表：2016-2019年票务O2O行业偿债能力分析图表：2016-2019年票务O2O行业发展能力分析图表：2016-2019年票务O2O移动应用用户规模图表：2016-2019年票务O2O移动应用应用款数图表：2016-2019年票务O2O移动应用使用频率图表：2019年票务O2O市场集中度分析图表：2019年票务O2O企业集中度分析图表：2019年票务O2O区域集中度分析图表：2019年票务O2O行业品牌竞争格局图表：2019年票务O2O行业企业竞争格局图表：2019年票务O2O行业产品竞争格局图表：2020-2026年票

务O2O行业交易规模预测图表：2020-2026年票务O2O行业成交量预测图表：2020-2026年票
务O2O行业市场需求规模预测略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/161300.html>