

# 2020-2026年中国在线旅行 预订行业分析与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国在线旅行预订行业分析与投资前景分析报告》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/202008/179581.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

在2018上半年中国旅游预订用户规模及使用情况中，数据显示，2018上半年中国旅游预订用户规模为3.93亿人，与2017年末相比增长1707万人，在整体网民数量中旅游预订用户数比例达到49%。2012-2018年中国旅游预订用户规模及使用率走势

2018上半年中国手机旅游预订用户规模为3.59亿人，与2017年末相比增长1901万人，占手机网民数量的45.5%。近年来，随着智能手机技术的快速完善，人们对手机依赖度的提高，越来越多的工作娱乐交际等都可以在手机上完成。2018上半年使用手机进行旅游预订的用户数量达3.59亿人，而全国旅游预订用户规模为3.93亿人，占比高达91.3%2012-2018年中国手机旅游预订用户规模及使用率走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国在线旅行预订行业分析与投资前景分析报告》共十三章。首先介绍了中国在线旅行预订行业市场发展环境、在线旅行预订整体运行态势等，接着分析了中国在线旅行预订行业市场运行的现状，然后介绍了在线旅行预订市场竞争格局。随后，报告对在线旅行预订做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线旅行预订行业发展趋势与投资预测。您若想对在线旅行预订产业有个系统的了解或者想投资中国在线旅行预订行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 旅游业概况

第一节 旅游业概述

一、旅游业相关概述

二、旅游者相关概述

三、旅游市场与产品

四、现代旅游业定义

第二节 在线旅行预订相关概述

一、在线旅行预订定义

二、在线旅行预订分类

三、在线旅行预订运营商

## 第二章 2018年国际在线旅行预订市场调研

### 第一节 2018年世界在线旅行预定市场总体发展概况

- 一、世界在线旅行预订企业的兴起及特征
- 二、欧美旅行市场在线预订市场热度不减
- 三、亚太区在线旅行市场发展势头迅猛
- 四、拉丁美洲在线旅行预订市场发展空间大

### 第二节 2018年主要国家在线旅行预订市场调研

- 一、欧洲在线旅行消费市场调研
- 二、英国在线旅行市场发展分析
- 三、印度在线旅行市场持续升温
- 四、法国在线旅行社合并分析
- 五、危机后美国在线旅行市场
- 六、美国在线旅行销售规模分析

## 第三章 2018年中国在线旅行所属行业环境分析

### 第一节 经济环境

- 一、2018年中国GDP增长情况分析
- 二、2018年中国工业经济发展形势分析
- 三、2018年中国全社会固定资产投资分析
- 四、2018年中国社会消费品零售总额分析
- 五、2018年中国城乡居民收入与消费分析
- 六、2018年中国对外贸易发展形势分析
- 七、2018年中国宏观经济运行情况分析

### 第二节 政策环境

- 一、中国旅游业标准化建设
- 二、《国务院关于加快发展旅游业的意见》
- 四、《旅游业“十三五”信息化规划》
- 五、《国民休闲纲要》力推休假制度改革
- 六、中国旅游行业区域发展政策分析

### 第三节 社会环境

- 一、庞大的人口孕育着潜力巨大的旅游市场

- 二、城市化进程推动中国旅游业发展
- 三、国民消费观念转变生活质量提升
- 四、“十三五”规划扩大内需增加收入
- 五、二线地区经济振兴客源扩增
- 六、高铁等交通系统远距离输送游客能力提升
- 七、节假日及年休假制度推动国内旅游业发展

#### 第四节 相关产业环境

- 一、2018年中国网民总体情况
- 二、2018年中国手机网民规模情况
- 三、2018年中国互联网应用情况
- 四、2018年中国航空网络销售情况
- 五、2018年中国酒店网络销售情况

#### 第五节 网络团购产业发展环境

- 一、2018年网络团购行业发展规模分析
- 二、2018年中国网络团购消费行为调研
- 三、2018年中国网络团购网站排行榜情况
- 四、2018年互联网巨头加速抢滩团购市场
- 五、2018年中国网络团购网站市场持续火爆

#### 第六节 住宿餐饮产业发展环境

- 一、2018年中国住宿和餐饮业发展形势及问题
- 二、2018年中国餐饮行业百强经营情况分析
- 三、2018年中国住宿和餐饮业发展特点分析
- 四、2018年中国住宿和餐饮业发展趋势分析
- 五、中国餐饮业将继续保持高速增长势头

### 第四章 2013-2018年中国旅游产业发展状况综述

#### 第一节 “十三五”中国旅游业发展成就

- 一、十年间中国旅游业发展迅猛
- 二、旅游业拉动内需的作用突出
- 三、中国旅游产业功能进一步释放
- 四、中国旅游业体制创新形成合力
- 五、旅游业在对外交往中的地位显著

## 六、旅游产业体系建设取得明显进展

### 第二节 2013-2018年中国旅游业发展状况分析

#### 一、2018年中国旅游业发展现状

#### 二、2018年中国旅游总收入分析2013-2018年中国国内旅游收入走势

#### 三、2018年国内游市场规模分析

#### 四、2018年入境游市场规模分析

#### 五、2018年国际旅游外汇收入分析

#### 六、2018年中国旅游业信息化现状

#### 七、2018年中国区域旅游市场发展情况

#### 八、2018年中国旅游经济运行情况分析

### 第三节 2013-2018年中国出境旅游发展情况分析

#### 一、2018年中国出境游市场规模分析

#### 二、2018年中国出境游市场特征及趋势

#### 三、中国出境游热潮向二线城市蔓延

#### 四、2018年内地游客赴港旅游市场预测

#### 五、大陆赴台湾个人游试点启动

#### 六、2018年出境游市场表现及预测分析

### 第四节 2018年中国旅行社行业运行数据分析

#### 一、行业规模

#### 二、经营效益

### 第五节 2018年中国旅游业发展走势分析

#### 一、旅游业的产业地位将会得到全面确立

#### 二、旅游业的产业规模将会迅速扩大

#### 三、旅游业的运行质量将会显著提高

#### 四、旅游业的文化载体地位将更巩固

#### 五、旅游业的生活功能将会显著体现

#### 六、旅游业的发展格局将会显著变化

## 第五章 2013-2018年中国在线旅行所属行业发展状况

### 第一节 2013-2018年中国在线旅游市场发展综述状

#### 一、中国在线旅游市场发展概述

#### 二、中国在线旅游市场经营模式

三、中国在线旅游市场发展特点

四、在线旅游市场发展有利因素

第二节 2013-2018年中国在线旅游市场运作状况

一、中国在线旅游市场快速发展

二、传统旅游业和在线旅游业对比

三、信息技术对旅游业产生巨大变革

四、旅游微博成景点网络营销新热点

五、2018年将成中国在线旅游井喷年

第三节 2018年中国旅游团购市场发展现状

一、2018年中国旅游团购市场发展概述

二、2018年中国旅游团购市场发展特点

三、2018年中国旅游团购市场竞争格局

四、在线旅游团购引发旅游市场营销革命

第四节 2013-2018年中国旅游搜索市场发展现状

一、中国旅游产业链特征及搜索作用

二、中国在线旅游搜索市场现状与趋势

三、中国旅游搜索产品发展现状及方向

四、中国垂直旅游搜索引擎的发展商机

五、2018年中国旅游搜索市场发展动态

第六章 2018年中国在线旅行预订市场发展现状

第一节 2018年中国在线旅行预订市场发展概况

一、2018年中国在线旅行预订市场发展综述

二、2018年中国在线旅行预订市场发展格局

三、2018年中国在线旅行预订市场加速布局

第二节 2018年中国在线旅行预订市场发展动因分析

一、电子商务推动中国在线旅行预订市场发展

二、欧洲游热潮加速中国在线旅行预订市场发展

三、移动互联成我国在线旅行预订市场主力

四、机票在线预订市场发展迅猛的四大因素

第三节 在线旅行预订网站建设分析

一、在线旅行预订网站的兴起

二、在线旅行预订网站的竞合格局概述

三、传统旅行社建设在线网站的优劣势

四、在线旅行预订网站建设的关键点分析

五、旅行社建设在线网站的相关建议

第四节 中国在线旅行预订市场发展存在的问题及策略

一、中国在线旅行预订市场发展的主要问题

二、中国在线旅行预订市场运行的主要弊端

三、提高我国在线旅行预订市场运行策略

四、在线旅行预订市场服务的多元化分析

第七章 2013-2018年中国在线旅行预订市场运行状况

第一节 2018年中国在线旅行预订市场发展状况

一、2018年中国在线旅行预订市场用户规模

二、2018年中国在线旅行预订市场结构状况

三、2018年中国在线旅行预订运营商竞争格局

第二节 2018年中国在线旅行预订市场规模分析

一、2018年中国在线旅行预订市场营收规模

二、2018年中国在线旅行预订订票规模

三、2018年中国在线旅行预订订房规模

四、2018年中国在线旅行预订度假规模

第三节 2013-2018年中国在线旅行预订市场调研

一、2018年一季度中国在线旅行预订市场运行情况

二、2018年二季度中国在线旅行预订市场运行情况

三、2018年三季度中国在线旅行预订市场运行情况

四、2018年四季度中国在线旅行预订市场运行情况

五、2018年中国在线旅行预订市场运行情况

第八章 在线旅行预订市场运营模式及产业链分析

第一节 在线旅行预订市场商业模式发展概述

一、在线旅行预订市场商业模式的定义

二、在线旅行预订市场商业模式的构成要素

三、在线旅行预订市场新型商业模式发展分析



四、在线旅行预订市场电子商务商业模式分析

五、在线旅行预订市场在线旅行社模式分析

## 第二节 携程旅游网商业模式解析

一、客户价值分析

二、收入来源分析

三、商业范围分析

四、网站定价分析

## 第三节 在线旅行预订市场产业链运行分析

一、在线旅行预订市场产业链简介

二、在线旅行预订产业链运行分析

三、航空公司机票直销运行分析

四、酒店行业网络直销运行分析

五、垂直搜索类旅游网站发展特点

# 第九章 2013-2018年中国在线旅行预订市场用户分析

## 第一节 2018年中国在线旅行预订市场用户概述

一、中国在线旅行预订市场用户基本特征分析

二、消费返还力度与用户黏性的关联度分析及建议

三、阻碍在线旅行市场用户预定酒店的因素及建议

## 第二节 2013-2018年中国在线旅行预订市场客户行为分析

一、用户了解信息的时间周期

二、用户了解信息的主要途径

三、在线旅行客户的旅游方式

四、用户对网站的信任度与支付方式

五、2018年中国在线旅行者行为分析

## 第三节 中国在线旅行预订市场用户机票预订行为调查分析

一、影响旅客选择航班的主要因素

二、用户预订机票的主要途径

三、用户对机票进行比较的主要途径

## 第四节 中国在线旅游预订市场用户酒店预订行为调查分析

一、影响用户选择酒店的主要因素

二、用户预订酒店的主要方式

三、用户搜索酒店时的主要关键词

四、用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌

## 第十章 2013-2018年中国在线旅行预订市场竞争分析

### 第一节 2013-2018年中国在线旅行预订市场竞争现状

一、中国在线旅行预订市场的主要竞争格局

二、中国在线旅行预订企业市值比较

三、中国在线旅行预订格局变革趋势

四、在线旅游预订市场竞争品牌战升级

五、服务对在线旅行预订市场竞争的影响分析

### 第二节 2013-2018年中国在线旅行预订市场竞争格局分析

一、2018年中国在线旅行预订市场竞争概况

二、2018年中国在线旅行预订市场竞争格局

三、2018年在线旅行预订市场价格战的原因

四、2013-2018年在线旅行预订市场并购频繁

五、2018年中国在线旅行预订市场竞争状况

### 第三节 中国在线旅行预订市场的竞争策略分析

一、中国在线旅游企业的主要竞争策略分析

二、中国在线旅行预订市场竞争的营销对策

三、在线旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议

四、中小型在线旅游企业打破行业壁垒的策略分析

## 第十一章 在线旅行预订重点企业及网站

### 第一节 携程旅行网

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、企业运营指标状况

四、企业发展新动向分析

五、企业未来投资策略

六、携程网涉足旅游团购

### 第二节 艺龙旅行网

一、企业基本情况

- 二、企业经营情况
- 三、企业运营指标状况
- 四、企业发展新动向分析
- 五、企业未来投资策略

### 第三节 去哪儿网

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运营指标状况
- 四、企业发展新动向分析
- 五、企业未来投资策略

### 第四节 芒果网

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运营指标状况
- 四、企业发展新动向分析
- 五、企业未来投资策略

### 第五节 其他企业及网站

- 一、同程网
- 二、快乐e行
- 三、途牛旅游
- 四、淘宝旅行
- 五、QQ旅游
- 六、百度旅游
- 七、网易旅游
- 八、驴妈妈旅游

## 第十二章 2020-2026年中国在线旅行预订行业发展趋势分析

### 第一节 2020-2026年中国旅游行业发展走势分析

- 一、旅游市场维持高速发展局面
- 二、旅行的路线由短途向长途发展
- 三、旅游的方式由单一化向多样化发展
- 四、旅游业在国民经济中的作用日益加强

## 第二节 2020-2026年中国旅游发展九大热点

- 一、区域旅游热点将更凸显
- 二、文化旅游创意再兴高潮
- 三、影视旅游蕴藏巨大机遇
- 四、邮轮旅游市场再度升温
- 五、旅游房地产将继续扩张
- 六、自由行更加普及并向境外延续
- 七、东北亚地区旅游将再度活跃
- 八、国际会展业市场将逆势增长
- 九、上海迪斯尼催生主题公园建设热

## 第三节 2020-2026年中国在线旅行预订市场运行方向

- 一、旅游供应商发展方向
- 二、服务商的发展方向
- 三、在线媒介的发展方向
- 四、旅游管理机构的发展方向

## 第四节 2020-2026年中国在线旅行预订市场发展趋势

- 一、垂直旅游搜索引擎潜力巨大
- 二、航空公司机票直营将发力
- 三、旅行信息整合成发展关键
- 四、手机旅行预订将快速增长

## 第十三章 2020-2026年在线旅行预订市场未来发展分析

### 第一节 2020-2026年中国旅游业市场前景分析

- 一、中国旅游业迎来重要转型期
- 二、中国旅游业务市场前景分析
- 三、中国旅游行业前景调研良好

### 第二节 “十三五”中国旅游业发展规划分析

- 一、“十三五”中国旅游业发展机遇
- 二、“十三五”中国旅游业发展方向
- 三、“十三五”中国旅游业发展目标

### 第三节 2020-2026年在线旅游市场发展分析

- 一、中国在线旅游市场发展迎来黄金时期

二、未来中国在线旅游市场发展空间大

三、政策支持中国旅游业信息化发展

四、亚太地区在线旅游规模增长预测

#### 第四节 2020-2026年在线旅行预订市场投资前景

一、政策风险

二、信用风险

三、竞争风险

四、技术风险

#### 第五节 2020-2026年在线旅行预订市场发展趋势及预测

一、2020-2026年中国在线旅行预订市场用户规模预测

二、2020-2026年中国在线旅行预订市场营收规模预测

三、2020-2026年中国在线旅行酒店预订市场规模预测

四、2020-2026年中国在线旅行机票预订市场规模预测

#### 图表目录：

图表 12013-2018年欧洲休闲在线旅游销售情况

图表 22013-2018年欧洲在线旅游收入占总收入比例

图表 32015年欧洲在线旅行机票互联网销售占机票总销售比例情况

图表 42015年法国的私募股权公司收购事件

图表 52013-2018年美国在线旅游销售规模及增长情况

图表 62013-2018年中国国内生产总值及增长速度趋势图

图表 72013-2018年中国规模以上工业企业经济指标统计

图表 82013-2018年中国全部工业增加值及增长速度趋势图

图表 92013-2018年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表 112013-2018年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表 122013-2018年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图

图表 132013-2018年农村居民纯收入及增长情况统计

图表 142013-2018年农村居民人均消费性支出及增长趋势图

图表 152013-2018年中国进出口总额增长趋势图

图表 162013-2018年中国政府颁布的主要旅游政策

图表 17中国旅游区域规划政策

图表 18中国未来旅游业发展的重点区域

图表 2018年16年中国人口数及其构成情况

图表 212013-2018年中国城市人口及所占比例趋势图

图表 22旅游收入与城市化的关系图

图表 23我国扩大内需增加收入的各项政策

图表 242013-2018年中国人均GDP与旅游总收入相关性

图表 25中国已建成的高铁网络概况

图表 26主要景区周边交通规划概况

图表 272013-2018年中国网民数量及互联网普及率增长情况

图表 282016年中国手机上网网民规模情况

图表 292013-2018年中国各类网络应用使用率情况统计

图表 302016年手机网民网络应用结构情况

图表 312013-2018年中国航空机票网络销售市场交易规模

图表 322013-2018年中国OTA机票网络预订市场交易规模

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/179581.html>