

# 2021-2027年中国在线旅游 行业分析与发展趋势研究报告

## 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

《2021-2027年中国在线旅游行业分析与发展趋势研究报告》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/202012/198231.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

在旅游行业一片向好的大背景下，在线旅游企业资源方与渠道方越来越趋向融合，在线旅游行业的渗透率不断攀升；2019年上半年，在线旅游行业渗透率增至18.68%。2008-2018年中国在线旅游行业渗透率

中企顾问网发布的《2021-2027年中国在线旅游行业分析与发展趋势研究报告》共十六章。首先介绍了在线旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国在线旅游规模及消费需求，然后对中国在线旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线旅游有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分行业发展概况

第一章在线旅游行业发展概述

第一节行业相关概念

一、在线旅游产业定义

二、在线旅游产业产品范围

三、在线旅游产业的发展

第二节在线旅游产业产品与服务

一、在线旅游产业主要业态

二、在线旅游产业组织形式

三、在线旅游产品种类

第三节在线旅游产业投资特性分析

一、在线旅游产业赢利性

二、在线旅游产业成长性

三、在线旅游产业风险性

四、在线旅游业进入壁垒

第四节在线旅游业现行管理体制分析

- 一、现行管理体制制约在线旅游业的发展
- 二、在线旅游协会在市场管理中的作用
- 三、对在线旅游行业行政管理体制改革的建议

## 第二章旅游业市场发展分析

### 第一节全球旅游市场发展分析

- 一、全球国际旅游人数分析
- 二、全球国际旅游收入分析
- 三、全球领先旅游业企业发展分析

### 第二节中国国内旅游市场发展分析

- 一、2016-2019年中国国内旅游概况
- 二、2016-2019年国内旅游的发展特征
- 三、中国国内旅游市场“十三五”发展预测

### 第三节中国入境旅游市场发展分析

- 一、2016-2019年中国入境旅游概况
- 二、2016-2019年入境旅游主要特点
- 三、入境旅游市场“十三五”发展预测

### 第四节中国出境旅游市场发展分析

- 一、2016-2019年中国出境旅游概况
- 二、2016-2019年出境游目的地概况
- 三、出境旅游市场“十三五”发展预测

### 第五节中国黄金周旅游市场发展分析

- 一、十一黄金周旅游市场发展分析
- 二、春节黄金周旅游市场发展分析

### 第六节中国旅游业“走出去”机遇分析

- 一、旅游子行业海外市场扩张现状
- 二、旅游业海外扩张存在问题
- 三、未来海外市场前景展望
- 四、行业海外扩张对策建议

## 第三章全球在线旅游市场发展分析

### 第一节2017年全球在线旅游市场分析

- 一、2017年全球在线旅游市场回顾
- 二、2017年全球在线旅游市场环境
- 三、2017年全球在线旅游格局分析
- 四、2017年全球在线旅游行业发展分析

## 第二节2019年全球在线旅游市场分析

- 一、2019年全球在线旅游需求分析
- 二、2019年全球在线旅游行业发展分析
- 三、2019年全球在线旅游市场环境
- 四、2019年中外在线旅游市场对比

## 第三节主要国家地区在线旅游市场分析

- 一、2016-2019年美国在线旅游市场分析
- 二、2016-2019年欧洲在线旅游市场分析
- 三、2016-2019年日本在线旅游市场分析
- 四、2016-2019年东南亚在线旅游市场分析

## 第四章2016-2019年中国在线旅游业运营态势分析

### 第一节2016-2019年中国在线旅游产业的发展分析

- 一、我国在线旅游业的兴起与开发情况
- 二、在线旅游业在中国渐趋升温
- 三、我国在线旅游联姻分析

### 第二节2016-2019年中国在线旅游业存在的问题

- 一、在线旅游发展中存在的阻碍
- 二、我国在线旅游开发的错误观念
- 三、影视作品对旅游业发展的消极影响
- 四、在线旅游结合存在的缺陷

### 第三节2016-2019年中国在线旅游业开发的对策分析

## 第五章中国在线旅游产业消费者行为调研

### 第一节消费者旅游偏好调研

### 第二节消费者行为习惯调研

- 一、不同性别消费者结构调研
- 二、不同年龄消费者结构调研

- 三、不同学历消费者结构调研
- 四、中国在线旅游地域分布比例调研
- 五、在线旅游用户收入结构调研
- 六、不同职业消费者调研

## 第六章我国在线旅游市场发展研究

### 第一节2019年我国在线旅游市场发展研究

#### 第二节2019年我国在线旅游市场情况

## 第七章我国在线旅游市场调查分析

### 第一节2019年我国在线旅游市场调查分析

- 一、主要观点
  - 二、市场结构分析
  - 三、竞争情况分析
  - 四、经营商分析
- #### 第二节2019年下半年我国在线旅游市场调查分析
- 一、主要观点
  - 二、市场结构分析
  - 三、竞争情况分析
  - 四、经营商分析

## 第八章中国在线旅游业子行业发展分析

### 第一节旅游景区发展分析

- 一、旅游景区基本情况
- 二、旅游景区业绩增长分析
- 三、主题公园行业发展分析
- 四、旅游文化演艺行业发展分析

#### 第二节酒店业发展分析

- 一、星级饭店发展分析
- 二、经济型连锁酒店发展分析
- 三、中国酒店业发展趋势

#### 第三节餐饮业发展分析

- 一、餐饮业集中度分析
- 二、餐饮百强企业经营分析
- 三、餐饮业发展趋势
- 第四节旅行社发展分析
- 一、旅游社行业发展概况
- 二、旅行社业务分析
- 三、旅行社行业总体结构分析
- 四、旅行社行业转型分析
- 五、国际旅行社行业的发展借鉴

## 第二部分行业竞争状况

### 第九章在线旅游行业竞争格局分析

#### 第一节现有企业间竞争

#### 第二节潜在进入者分析

#### 第三节替代品威胁分析

#### 第四节供应商议价能力

#### 第五节客户议价能力

### 第十章国内外重点在线旅游公司竞争状况

#### 第一节携程

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

#### 第二节驴妈妈

- 一、概况
- 二、SWOT分析
- 三、发展战略

#### 第三节去哪儿

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况

#### 四、发展战略

##### 第四节途牛

###### 一、概况

###### 二、竞争优势

###### 三、发展战略

##### 第五节乐途旅游网

###### 一、概况

###### 二、发展历程

###### 三、竞争优势

##### 第六节艺龙旅行网

###### 一、概况

###### 二、竞争优势

###### 三、经营和财务状况

###### 四、发展战略

#### 第三部分行业发展趋势

##### 第十一章在线旅游行业发展趋势分析

###### 第一节我国在线旅游行业前景与机遇分析

###### 一、我国在线旅游行业发展前景

###### 二、我国在线旅游发展机遇分析

###### 三、2019年在线旅游的发展趋势分析

###### 四、欧债危机对在线旅游行业的影响分析

###### 第二节2016-2019年中国在线旅游市场趋势分析

###### 一、2016-2019年在线旅游市场发展空间

###### 二、2016-2019年在线旅游发展趋势分析

###### 三、2016-2019年在线旅游价格走势分析

###### 四、2016-2019年国际环境对行业的影响

##### 第十二章未来在线旅游行业发展预测

###### 第一节未来在线旅游需求与消费预测

###### 一、2021-2027年在线旅游消费预测

###### 二、2021-2027年在线旅游市场规模预测2009-2020年中国在线旅游市场交易规模预测

## 第二节2021-2027年中国在线旅游行业供需预测

### 一、2021-2027年中国在线旅游供给预测

### 二、2021-2027年中国在线旅游需求预测

### 三、2021-2027年中国在线旅游供需平衡预测

### 四、2021-2027年中国在线旅游价格预测

## 第四部分行业投资战略

## 第十三章2016-2019年在线旅游行业投资现状分析

### 第一节2016-2019年总体投资结构

### 第二节2016-2019年投资规模情况

### 第三节2016-2019年投资增速情况

### 第四节2016-2019年分行业投资分析

### 第五节2016-2019年外商投资情况

## 第十四章在线旅游行业投资环境分析

### 第一节经济发展环境分析

#### 一、2016-2019年我国宏观经济运行情况

#### 二、我国宏观经济形势趋势分析

#### 三、2016-2019年投资趋势及其影响因素

### 第二节政策法规环境分析

### 第三节社会发展环境分析

## 第十五章在线旅游行业投资机会与风险

### 第一节行业活力系数比较及分析

#### 一、2019年相关产业活力系数比较

#### 二、2016-2018行业活力系数分析

### 第二节行业投资收益率比较及分析

#### 一、2019年相关产业投资收益率比较

#### 二、2016-2018行业投资收益率分析

### 第三节在线旅游行业投资效益分析

#### 一、2016-2019年在线旅游行业投资状况分析

#### 二、2021-2027年在线旅游行业投资效益分析

三、2021-2027年在线旅游行业投资趋势预测

四、2021-2027年在线旅游行业的投资方向

五、投资建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节影响在线旅游行业发展的主要因素

一、2021-2027年影响在线旅游行业运行的有利因素分析

二、2021-2027年影响在线旅游行业运行的稳定因素分析

三、2021-2027年影响在线旅游行业运行的不利因素分析

四、2021-2027年我国在线旅游行业发展面临的挑战分析

五、2021-2027年我国在线旅游行业发展面临的机遇分析

第五节在线旅游行业投资风险及控制策略分析

一、2021-2027年在线旅游行业市场风险及控制策略

二、2021-2027年在线旅游行业政策风险及控制策略

三、2021-2027年在线旅游行业经营风险及控制策略

四、2021-2027年在线旅游行业技术风险及控制策略

五、2021-2027年在线旅游行业同业竞争风险及控制策略

第十六章在线旅游行业投资战略研究（ ）

第一节在线旅游行业发展战略研究

一、产业战略规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节对我国在线旅游品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、在线旅游实施品牌战略的意义

三、在线旅游企业品牌的现状分析

四、我国在线旅游企业的品牌战略

第三节在线旅游企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、产品竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源管理策略

七、财务管理策略

第四节在线旅游行业投资战略研究

一、2019年文化产业投资战略

二、2016-2018在线旅游投资概况

三、2021-2027年在线旅游行业投资战略

图表目录：

图表：我国在线旅游产业链示意图

图表：2016-2019年我国出境人数增长情况

图表：我国消费者境外消费奢侈品种类

图表：2019年全球十大接待游客最多的国家

图表：酒店应对市场急剧变化的战略选择

图表：2019年我国旅行社前十位排名情况

图表：2018我国入境旅游接待情况

图表：2019年下半年我国接待入境旅游人数

图表：2019年我国入境接待前十地区

图表：2019年我国入境旅游外汇情况

图表：2019年下半年我国入境旅游外汇情况

图表：2019年主要客源国入境旅游人数和增长情况

图表：2019年主要客源市场情况

图表：2019年外国游客入境旅游情况

图表：2019年我国接待入境旅客过夜人数

图表：2019年下半年我国入境旅客过夜人数

图表：2019年我国入境外国游客来源情况

图表：2019年下半年我国入境游客目的情况

图表：2019年暑期海岛游预定TOP10

图表：世界主要国家商务旅行支出的增长率

图表：2016-2019年美国在线旅游市场规模及增长

图表：2019年美国在线旅游出游目的构成

图表：2016-2019年欧洲在线旅游市场规模

图表：2016-2019年欧洲在线旅游市场规模预测

图表：2016-2019年中国在线旅游市场营收情况

图表：中国在线旅游企业产业链代表企业

图表：我国在线旅游行业三大主要公司

图表：2019年主要网站在线酒店团购产品丰富度监测数据

图表：2019年在线旅游网站酒店团购产品主要地区分布

图表：2019年主要在线旅游网站团购产品丰富度监测

图表：我国在线旅游消费者性别比例

图表：2019年我国在线旅游消费者年龄结构

图表：我国在线旅游不同学历消费者比例

图表：我国在线旅游消费者不同地域分布

图表：我国在线旅游消费者不同收入水平分布

图表：我国在线旅游消费者不同职业分布

图表：2016-2019年中国在线旅游度假市场交易规模

图表：2016-2019年中国在线度假市场结构

图表：2019年中国在线旅游度假出境游市场结构

图表：2019年中国在线旅游度假周边游市场结构

图表：2019年中国在线旅游市场度假国内游市场结构

图表：国内旅游社交网站不正当商业行为

图表：2016-2019年中国在线旅游市场交易规模

图表：2016-2019年中国在线旅游OTA市场营收份额

图表：2019年第四季度在线旅游OTA市场份额

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198231.html>