

2022-2028年中国在线亲子 游行业发展趋势与市场年度调研报告

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

《2022-2028年中国在线亲子游行业发展趋势与市场年度调研报告》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/202201/265463.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

亲子旅游市场正从一个自发成长期走向一个市场培育期，中小学生和学龄前儿童的3亿人次及其背后的家庭的需求必须引起高度关注，这将是一个越来越庞大的市场。未来，亲子旅游会越来越多地和文化、科技、教育、避暑、冰雪等新需求、新业态融合发展。希望旅游企业能够做出更多创新，满足消费者对亲子旅游、品质旅游的需求。

亲子游市场明显进入了快车道，要旅游企业共同发起统一标准的制定，这对消费者、行业都极为有利。同时，旅游企业还应主动迎合旅游消费的新变化，升级产品和服务标准，开发更多符合家庭需求的亲子产品，迎接日趋激烈的市场竞争。

2016年，在线亲子游的市场规模达到207.9亿元，增速超过80%，2018年将达近500亿元市场规模。出游意愿方面，96%的受访者表示愿意参与亲子旅游；出游次数方面，65.2%受访者表示会带孩子出行2次，28%受访者将安排3至4次出行。2015-2018年我国在线亲子游交易规模走势

随着在线旅游业的成熟与升温，越来越多的家长尝试并进行在线亲子游产品的选购。2015年，超过30%的亲子游用户通过PC端网站进行查询预订，近70%的用户通过客户端查询预订。客户端预订占比高于PC端网站，表明移动端预订越来越流行。

预订亲子游产品用户以31-45岁为主，占比近60%。这一年龄段的用户多为80后。他们不仅是旅游消费的中坚力量，同时作为新一代家长更注重家庭观念，注重对儿女的陪伴与教育，家庭游需求成为日常消费。

按照性别划分，2015年在线亲子游预订用户女性比例较高，占比54%，可见父母订购亲子游产品热情更高。

参与亲子游的儿童年龄集中在12岁以下，其中6~12岁儿童占比达到55%。亲子出游成员主要由父母和孩子构成，两大一小订单占比超过40%，其次是会邀请爷爷奶奶一同出游，四大一小订单占比超过10%，亲朋好友结伴带孩子一起出游也是主流形式之一，占比近20%。

在线亲子游孩子年龄层分布情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国在线亲子游行业发展趋势与市场年度调研报告》共十二章。首先介绍了中国在线亲子游行业市场发展环境、在线亲子游整体运行态势等，接着分析了中国在线亲子游行业市场运行的现状，然后介绍了在线亲子游市场竞争格局。随后，报告对在线亲子游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线亲子游行业发展趋势与投资预测。您若想对在线亲子游产业有个系统的了解或者想投资中国在线亲子游行业，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 在线亲子游行业发展综述第一节 在线亲子游行业概述一、在线亲子游行业的定义二、在线亲子游行业的特点三、在线亲子游行业的分类第二节 在线亲子游行业产业链分析

一、行业产业链结构二、上游行业分析三、上游行业分析四、行业产业链价值环节分析第三节 在线亲子游市场特征分析一、市场规模二、产业关联度三、影响需求的关键因素四、国内和国际市场五、主要竞争因素六、生命周期 第二章 在线亲子游行业发展环境分析第一节 在线亲子游行业政策环境分析一、行业监管管理体制二、行业相关政策分析三、上下游产业政策影响四、进出口政策影响分析第二节 中国经济发展环境分析一、2019年宏观经济二、2019年工业形势三、2019年固定资产投资第三节 2019年中国在线亲子游行业发展社会环境分析一、2019年居民消费水平分析二、2019年工业发展形势分析第四节 在线亲子游行业技术环境分析一、在线亲子游行业技术发展水平二、在线亲子游行业技术发展现状三、在线亲子游行业技术发展趋势 第三章 2015-2019年中国在线亲子游所属行业发展现状分析第一节 中国在线亲子游行业发展概述一、中国在线亲子游行业发展现状在亲子房设施需求上，床铺、餐饮等硬件设施基本满足亲子住宿需求，娱乐设施、主题活动、卡通IP等增值服务成为新的吸引要素。亲子游住宿选择住宿房型偏好二、我国在线亲子游行业特点分析三、中国在线亲子游行业面临的问题四、中国在线亲子游行业发展趋势分析第二节 我国在线亲子游行业发展状况一、2018年中国在线亲子游行业发展回顾二、2019年中国在线亲子游企业发展分析第三节 2015-2019年中国在线亲子游所属行业供需分析一、中国在线亲子游市场供给总量分析二、中国在线亲子游市场供给结构分析三、中国在线亲子游市场需求总量分析四、中国在线亲子游市场需求结构分析五、中国在线亲子游市场供需平衡分析第四节 对中国在线亲子游市场的分析及思考一、在线亲子游市场分析二、在线亲子游市场变化的方向三、中国在线亲子游产业发展的新思路四、对中国在线亲子游产业发展的思考 第四章 中国在线亲子游所属行业产销贸易分析及预测第一节 2015-2019年在线亲子游所属行业产量分析一、2015-2019年中国在线亲子游所属行业产量分析二、2015-2019年中国在线亲子游产品结构分析三、2022-2028年中国在线亲子游所属行业产量预测第二节 2015-2019年在线亲子游行业销售分析一、2015-2019年中国在线亲子游所属行业销量分析二、2015-2019年中国在线亲子游产品销售结构分析三、2022-2028年中国在线亲子游所属行业销量预测第三节 在线亲子游所属行业进出口贸易分析一、2015-2019年在线亲子游行业进口量二、2015-2019年在线亲子游行业产品进口来源分析三、2015-2019年在线亲子游行业出口量四、2015-2019年在线亲子游行业产品出口流向分析五、2022-2028年在线亲子游所属行业进出口态势展望 第五章 产品价格影响因素分析及价格趋势预测第一节 国内产品价格影响因素分析第二节 国内产品2015-2019年价格回顾第三节 国内产品当前市场价格及评述第四节 国内产品2022-2028年期间价格走势预测 第六章 我国在线亲子游行业产业链分析第一节 在线亲子游行业产业链分析一、产业链结构分析二、主要环节的增值空间三、与上下游行业之间的关联性第二节 在线亲子游上游行业分析一、在线亲子游成本构成二、2015-2019年上游行业发展现状三、2022-2028年上游行业发展趋势四、上游行业对在

线亲子游行业的影响

第三节 在线亲子游下游行业分析一、在线亲子游下游行业分布二、2015-2019年下游行业发展现状三、2022-2028年下游行业发展趋势四、下游需求对在线亲子游行业的影响

第七章 在线亲子游行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较一、生产条件二、需求条件三、支援与相关产业四、企业战略、结构与竞争状态五、政府的作用

第三节 在线亲子游行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业综合竞争力对比分析

第四节 2015-2019年在线亲子游行业竞争格局分析一、2019年在线亲子游行业竞争格局分析二、2019年在线亲子游行业产品竞争分析三、2019年国内主要在线亲子游企业动向

第八章 主要在线亲子游企业竞争分析

第一节 携程一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第二节 同程一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第三节 途牛一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第四节 麦淘一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第五节 偶们一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第六节 悠哉一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第七节 欣欣一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第八节 金色世纪一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第九节 黄金假日一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第十节 周末去哪儿一、企业发展概况二、经营状况分析三、竞争优势分析四、发展战略分析五、企业最新动态

第九章 2022-2028年在线亲子游行业发展前景

第一节 2022-2028年在线亲子游市场发展前景一、2022-2028年在线亲子游市场发展潜力二、2022-2028年在线亲子游市场发展前景展望

第二节 2022-2028年在线亲子游市场发展趋势预测一、2022-2028年在线亲子游行业发展趋势二、2022-2028年在线亲子游市场规模预测

第三节 2022-2028年中国在线亲子游行业供需预测一、2022-2028年中国在线亲子游行业供给预测二、2022-2028年中国在线亲子游行业需求预测

第四节 在线亲子游行业投资特性分析一、在线亲子游行业进入壁垒分析二、在线亲子游行业盈利因素分析三、在线亲子游行业盈利模式分析

第十章 在线亲子游行业投资策略分析

第一节 在线亲子游行业发展特征一、在线亲子游行业的周期性二、在线亲子游行业的区域性三、在线亲子游行业的上下游四、在线亲子游行业经营模式

第二节 在线亲子游行业投资形势分析一、在线亲子游行业发展格局二、在线亲子游行业进入壁垒三、在线亲子游行业盈利模式分析

第三节 2019年在线亲子游行业投资效益分析

第四节 2019年在线亲子游行业投资策略研究

第五节 中国在线亲子游行业的投资建议一、在线亲

子游行业投资现状分析二、在线亲子游行业最新投资动向三、在线亲子游行业投资及信贷建议 第十一章 在线亲子游行业机会及风险分析第一节 影响在线亲子游行业发展的主要因素一、2022-2028年影响在线亲子游行业运行的有利因素分析二、2022-2028年影响在线亲子游行业运行的稳定因素分析三、2022-2028年影响在线亲子游行业运行的不利因素分析四、2022-2028年我国在线亲子游行业发展面临的挑战分析五、2022-2028年我国在线亲子游行业发展面临的机遇分析第二节 在线亲子游行业投资风险及控制策略分析一、2022-2028年在线亲子游行业市场风险及控制策略二、2022-2028年在线亲子游行业政策风险及控制策略三、2022-2028年在线亲子游行业经营风险及控制策略四、2022-2028年在线亲子游行业技术风险及控制策略五、2022-2028年在线亲子游同业竞争风险及控制策略六、2022-2028年在线亲子游行业其他风险及控制策略第三节 新进入者应注意的障碍因素分析第四节 在线亲子游行业投资建议分析 第十二章 研究结论及投资建议()第一节 在线亲子游行业研究结论第二节 在线亲子游行业投资价值评估第三节 在线亲子游行业投资建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议三、行业投资方式建议() 图表目录：图表：在线亲子游行业产品的分类图表：在线亲子游行业成长周期图图表：2019年GDP初步核算数据图表：2015-2019年我国消费价格指数增长趋势图图表：2015-2019年我国居民人均收入情况图表：2015-2019年我国居民恩格尔系数情况图表：2019年我国工业增加值月度同比增长率情况图表：2019年我国人民币对美元的月度汇率图表：2015-2019年我国对外贸易进出库情况图表：2015-2019年我国城镇化率情况图表：2015-2019年我国在线亲子游所属行业产量情况图表：2015-2019年我国在线亲子游行业进口情况图表：2015-2019年我国在线亲子游行业市场规模图表：2015-2019年我国在线亲子游市场需求规模图表：2015-2019年在线亲子游产品应用市场需求规模预测图表：2015-2019年我国在线亲子游产量预测图表：2015-2019年我国在线亲子游行业销售收入预测图表：区域发展战略咨询流程图图表：区域SWOT战略分析图图表：在线亲子游行业投资分析框架更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265463.html>