

# 2024-2030年中国在线旅行 预订行业分析与市场需求预测报告

## 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

《2024-2030年中国在线旅行预订行业分析与市场需求预测报告》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/202312/429842.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国在线旅行预订行业分析与市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 旅游业概况 14 第一节 旅游业概述 14 一、旅游业相关概述 14 二、旅游者相关概述 17 三、旅游市场与产品 18 四、现代旅游业定义 19 第二节 在线旅行预订相关概述 20 一、在线旅行预订定义 20 二、在线旅行预订分类 20 三、在线旅行预订运营商 21 第二章 国际在线旅行预订市场分析 23 第一节 世界在线旅行预定市场总体发展概况 23 一、世界在线旅行预订企业的兴起特征 23 二、欧美旅行市场在线预订市场热度不减 24 三、亚太区在线旅行市场发展势头迅猛 25 四、拉丁美洲在线旅行预订市场发展空间大 26 第二节 主要国家在线旅行预订市场分析 27 一、欧洲在线旅行消费市场分析 27 二、英国在线旅行市场发展分析 29 三、印度在线旅行市场持续升温 29 四、法国在线旅行社合并分析 30 五、危机后美国在线旅行市场 31 六、美国在线旅行销售规模分析 32 第三章 中国在线旅行行业环境分析 33 第一节 经济环境 33 一、中国GDP增长情况分析 33 二、中国工业经济发展形势分析 34 三、中国全社会固定资产投资分析 37 四、中国社会消费品零售总额分析 38 五、中国城乡居民收入与消费分析 39 六、中国对外贸易发展形势分析 42 七、中国宏观经济运行情况 43 第二节 政策环境 45 一、中国旅游业行业标准化建设 45 二、《国务院关于加快发展旅游业的意见》 46 四、《旅游业信息化规划》 47 五、《国民休闲纲要》力推休假制度改革 48 六、中国旅游行业区域发展政策分析 49 第三节 社会环境 51 一、庞大的人口孕育着潜力巨大的旅游市场 51 二、城市化进程推动中国旅游业发展 52 三、国民消费观念转变生活质量提升 53 四、规划扩大内需增加收入 57 五、二线地区经济振兴客源扩增 58 六、高铁等交通系统远距离输送游客能力提升 58 七、节假日年休假制度推动国内旅游业发展 61 第四节 相关产业环境 62 一、中国网民总体情况 62 二、中国手机网民规模情况 64 三、中国互联网应用情况 65 四、中国航空网络销售情况 68 五、中国酒店网络销售情况 69 第五节 网络团购产业发展环境 70 一、网络团购行业发展规模分析 70 二、中国网络团购消费行为调研 72 三、中国网络团购网站排行榜情况 75 四、互联网巨头加速抢滩团购市场 77 五、中国网络团购网站市场持续火爆 79 第六节 住宿餐饮产业发展环境 80 一、中国住宿和餐饮业发展形势问题 80 二、中国餐饮行业百强经营情况分析 84 三、中国住宿和餐饮业发展特点分析 89 四、中国住宿和餐饮业发展趋势分析 93 五、中国餐饮业将继续保持高速增长势头 94 第四章 中国旅游产业发展状况综述 96 第一节 “十二五”中国旅游业发展成就 96 一、十年间中国旅游业发展迅猛 96 二、旅游业拉动内需的作用突出

96 三、中国旅游产业功能进一步释放 97 四、中国旅游业体制创新形成合力 98 五、旅游业在对外交往中的地位显著 100 六、旅游产业体系建设取得明显进展 100 第二节 中国旅游业发展状况分析 101 一、中国旅游业发展现状 101 二、中国旅游总收入分析 102 三、国内游市场规模分析 102 四、入境游市场规模分析 104 五、国际旅游外汇收入分析 106 六、中国旅游业信息化现状 106 七、中国区域旅游市场发展情况 109 八、中国旅游经济运行情况分析 110 第三节 中国出境旅游发展情况分析 112 一、中国出境游市场规模分析 112 二、中国出境游市场特征趋势 113 三、中国出境游热潮向二线城市蔓延 116 四、内地游客赴港旅游市场预测 117 五、大陆赴台湾个人游试点启动 117 六、出境游市场表现预测分析 118 第四节 中国旅行社行业运行数据分析 119 一、行业规模 119 二、经营效益 121 第五节 中国旅游业发展走势分析 123 一、旅游业的产业地位将会得到全面确立 123 二、旅游业的产业规模将会迅速扩大 124 三、旅游业的运行质量将会显著提高 124 四、旅游业的文化载体地位将更巩固 124 五、旅游业的生活功能将会显著体现 124 六、旅游业的发展格局将会显著变化 125 第五章 中国在线旅行行业发展状况 126 第一节 中国在线旅游市场发展综述状 126 一、中国在线旅游市场发展概述 126 二、中国在线旅游市场经营模式 127 三、中国在线旅游市场发展特点 128 四、在线旅游市场发展有利因素 129 第二节 中国在线旅游市场运作状况 130 一、中国在线旅游市场快速发展 130 二、传统旅游业和在线旅游业对比 130 三、信息技术对旅游业产生巨大变革 131 四、旅游微博成景点网络营销新热点 132 五、将成中国在线旅游井喷年 133 第三节 中国旅游团购市场发展现状 134 一、中国旅游团购市场发展概述 134 二、中国旅游团购市场发展特点 135 三、中国旅游团购市场 136 四、在线旅游团购引发旅游市场营销革命 140 第四节 中国旅游搜索市场发展现状 140 一、中国旅游产业链特征搜索作用 140 二、中国在线旅游搜索市场现状与趋势 141 三、中国旅游搜索产品市场方向 142 四、中国垂直旅游搜索引擎的发展商机 143 五、中国旅游搜索市场发展动态 144 第六章 中国在线旅行预订市场发展现状 146 第一节 中国在线旅行预订市场发展概况 146 一、中国在线旅行预订市场发展综述 146 二、中国在线旅行预订市场发展格局 146 三、中国在线旅行预订市场加速布局 149 第二节 中国在线旅行预订市场发展动因分析 151 一、电子商务推动中国在线旅行预订市场发展 151 二、欧洲游热潮加速中国在线旅行预订市场发展 153 三、移动互联成我国在线旅行预订市场主力 154 四、机票在线预订市场发展迅猛的四大因素 156 第三节 在线旅行预订网站建设分析 157 一、在线旅行预订网站的兴起 157 二、在线旅行预订网站的竞合格局概述 158 三、传统旅行社建设在线网站的优劣势 159 四、在线旅行预订网站建设的关键点分析 161 五、旅行社建设在线网站的相关建议 162 第四节 中国在线旅行预订市场发展存在的问题策略 163 一、中国在线旅行预订市场发展的主要问题 163 二、中国在线旅行预订市场运行的主要弊端 164 三、提高我国在线旅行预订市场运行策略 165 四、在线旅行预订市场服务的多元化分析 167 第七章 中国在线旅

行预订市场运行状况 169 第一节 中国在线旅行预订市场发展状况 169 一、中国在线旅行预订市场用户规模 169 二、中国在线旅行预订市场结构状况 169 三、中国在线旅行预订运营商竞争格局 170 第二节 中国在线旅行预订市场规模分析 172 一、中国在线旅行预订市场营收规模 172 二、中国在线旅行预订订票规模 172 三、中国在线旅行预订订房规模 173 四、中国在线旅行预订度假规模 173 第三节 中国在线旅行预订市场分析 174 一、三季度中国在线旅行预订市场运行情况 174 二、四季度中国在线旅行预订市场运行情况 175 三、一季度中国在线旅行预订市场运行情况 176 四、二季度中国在线旅行预订市场运行情况 176 五、三季度中国在线旅行预订市场运行情况 177 第八章 在线旅行预订市场运营模式产业链分析 179 第一节 在线旅行预订市场商业模式发展概述 179 一、在线旅行预订市场商业模式的定义 179 二、在线旅行预订市场商业模式的构成要素 179 三、在线旅行预订市场新型商业模式发展分析 181 四、在线旅行预订市场电子商务商业模式分析 182 五、在线旅行预订市场在线旅行社模式分析 185 第二节 携程旅游网商业模式解析 188 一、客户价值分析 188 二、收入来源分析 189 三、商业范围分析 191 四、网站定价分析 196 第三节 在线旅行预订市场产业链运行分析 196 一、在线旅行预订市场产业链简介 196 二、在线旅行预订产业链运行分析 197 三、航空公司机票直销运行分析 199 四、酒店行业网络直销运行分析 201 五、垂直搜索类旅游网站发展特点 204 第九章 中国在线旅行预订市场用户分析 206 第一节 中国在线旅行预订市场用户概述 206 一、中国在线旅行预订市场用户基本特征分析 206 二、消费返还力度与用户黏性的关联度分析建议 206 三、阻碍在线旅行市场用户预定酒店的因素建议 208 第二节 中国在线旅行预订市场客户行为分析 209 一、用户了解信息的时间周期 209 二、用户了解信息的主要途径 210 三、在线旅行客户的旅游方式 210 四、用户对网站的信任度与支付方式 211 五、中国在线旅行者行为分析 212 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 215 一、影响旅客选择航班的主要因素 215 二、用户预订机票的主要途径 215 三、用户对机票进行比较的主要途径 216 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 217 一、影响用户选择酒店的主要因素 217 二、用户预订酒店的主要方式 217 三、用户搜索酒店时的主要关键词 218 四、用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌 218 第十章 中国在线旅行预订分析 219 第一节 中国在线旅行预订市场竞争现状 219 一、中国在线旅行预订市场的主要竞争格局 219 二、中国在线旅行预订企业市值比较 219 三、中国在线旅行预订格局变革趋势 220 四、在线旅游预订市场竞争品牌战升级 222 五、服务对在线旅行预订市场竞争的影响分析 224 第二节 中国在线旅行预订分析 225 一、中国在线旅行预订市场竞争概况 225 二、中国在线旅行预订市场调查 226 三、在线旅行预订市场价格战的原因 228 四、在线旅行预订市场并购频繁 229 五、中国在线旅行预订市场竞争状况 231 第三节 中国在线旅行预订市场的竞争策略分析 232 一、中国在线旅游企业的主要竞争策略分析 232 二、中国在线旅行预订市场竞争的营销对策 233 三、在线

旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议 234 四、中小型在线旅游企业打破行业壁垒的策略分析 236 第十一章在线旅行预订重点企业网站 239 第一节 携程旅行网 239 一、企业基本情况 239 二、企业经营情况 240 三、企业运营指标状况 241 四、企业经营情况 242 五、企业发展新动向分析 243 六、企业未来发展策略 244 七、携程网涉足旅游团购 246 第二节 艺龙旅行网 246 一、企业基本情况 246 二、企业经营情况 247 三、企业运营指标状况 248 四、企业经营情况 249 五、艺龙网在中国市场的经营策略 250 六、艺龙网并购扩张策略分析 252 七、腾讯对艺龙网战略投资分析 252 第三节 去哪儿网 253 一、公司简介 253 二、去哪儿网的发展历程分析 254 三、去哪儿网的发展策略分析 255 四、去哪儿网搜索市场技术升级 256 五、去哪儿网搜索服务优化策略 257 六、去哪儿网直销新模式分析 258 七、去哪儿网升级手机旅游平台 258 第四节 芒果网 259 一、网站简介 259 二、芒果网在线旅行的市场定位分析 260 三、青芒果网成交量增长四倍 261 四、青芒果网在线旅行预订精细化策略 261 五、青芒果网低价在线预订市场标准化 262 六、芒果网在线旅游成本压缩策略分析 264 七、芒果网拉动在线业务新对策 267 第五节 其他企业网站 268 一、同程网 268 二、快乐e行 270 三、途牛旅游 271 四、淘宝旅行 271 五、.旅游 272 六、百度旅游 273 七、网易旅游 274 八、驴妈妈旅游 275 九、booking.com 276 第十二章 中国在线旅行预订行业发展趋势分析 277 第一节 中国旅游行业发展走势分析 277 一、旅游市场维持高速发展局面 277 二、旅行的路线由短途向长途发展 277 三、旅游的方式由单一化向多样化发展 277 四、旅游业在国民经济中的作用日益加强 278 第二节 中国旅游发展九大热点 278 一、区域旅游热点将更凸显 278 二、文化旅游创意再兴高潮 278 三、影视旅游蕴藏巨大机遇 279 四、邮轮旅游市场再度升温 279 五、旅游房地产将继续扩张 280 六、自由行更加普并向境外延续 280 七、东北亚地区旅游将再度活跃 280 八、国际会展业市场将逆势增长 280 九、上海迪斯尼催生主题公园建设热 281 第三节 中国在线旅行预订市场运行方向 281 一、旅游供应商发展方向 281 二、服务商的发展方向 282 三、在线媒介的发展方向 283 四、旅游管理机构的发展方向 283 第四节 中国在线旅行预订市场发展趋势 284 一、垂直旅游搜索引擎潜力巨大 284 二、航空公司机票直营将发力 284 三、旅行信息整合成发展关键 284 四、手机旅行预订将快速增长 285 第十三章 在线旅行预订市场未来发展分析 286 第一节 中国旅游业市场前景分析 286 一、中国旅游业迎来重要转型期 286 二、中国旅游业务市场前景分析 288 三、中国旅游行业投资前景良好 289 第二节 中国旅游业发展规划分析 292 一、中国旅游业发展机遇 292 二、中国旅游业发展方向 294 三、中国旅游业发展目标 295 第三节 在线旅游市场发展分析 297 一、中国在线旅游市场发展迎来黄金时期 297 二、未来中国在线旅游市场发展空间大 298 三、政策支持中国旅游业信息化发展 299 四、亚太地区在线旅游规模增长预测 299 第四节 在线旅行预订市场投资风险 301 一、政策风险 301 二、信用风险 302 三、竞争风险 302 四、技术风险 303 第五节 在线旅行预订市场市场预测 303 一

、中国在线旅行预订市场用户规模预测 303 二、中国在线旅行预订市场营收规模预测 304 三、中国在线旅行酒店预订市场规模预测 304 四、中国在线旅行机票预订市场规模预测 305 略&bull;&bull;&bull;&bull;;完整报告请咨询客服 图表目录 图表 1 欧洲休闲在线旅游销售情况 27 图表 2 欧洲在线旅游收入占总收入比例 28 图表 3 欧洲在线旅行机票互联网销售占机票总销售比例情况 28 图表 4 法国的私募股权公司收购事件 30 图表 5 美国在线旅游销售规模增长情况 32 图表 6 中国国内生产总值增长速度趋势图 33 图表 7 中国规模以上工业企业经济指标统计 36 图表 8 中国全部工业增加值增长速度趋势图 37 图表 9 中国全社会固定资产投资增长趋势图 38 图表 10 中国社会消费品零售总额增长速度趋势图 39 图表 11 城镇居民人均可支配收入增长趋势图 40 图表 12 城镇居民人均消费性支出增长趋势图 41

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/429842.html>