

2018年中国在线旅游市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国在线旅游市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/320333320333.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

依托互联网，以满足旅游消费者信息查询、产品预定及服务评价为核心目的，囊括了包括航空公司、酒店、景区、租车公司、海内外旅游局等旅游服务供应商及搜索引擎、OTA、电信运营商、旅游资讯及社区网站等在线旅游平台的新产业正处于快速上升期。该产业主要借助互联网，与传统旅游产业以门店销售的方式形成巨大差异，被旅游从业人士称之为“在线旅游”。

在线旅游产业链结构 资料来源：公开资料整理

在线旅游未来发展趋势

1、度假旅游市场在在线旅游市场比重大幅提高

目前，机票预订业务和酒店预订业务为网络旅游市场营业收入最高的两个业务版块。机票预订市场发展已较为成熟，由于机票是同质化较高的旅游产品，同时，航空公司在线售票体系已比较完善，近年来不断加强直销力度，机票代理佣金率下降较快，未来机票预订市场规模增长有限，在整体网络旅游市场中的比重呈现缓慢下降趋势；在酒店预订市场，不同酒店提供的服务体验差异性较大，佣金率水平较高，同时，大量小微型酒店、客栈等住宿服务供应商仍未实现信息化，酒店在线预订市场覆盖率存在较大增长空间，酒店预订业务市场规模将继续稳定增长；度假旅游近几年来增长较快，市场规模迅速扩大，在国家积极扶持个人旅游市场、出行便利性不断提高、个人可支配收入不断增长以及旅游需求不断扩大等利好因素的促使下，度假旅游产品在整体网络旅游市场中的占比将快速提高。

2、旅游产品信息化进程加快，在线旅游对旅游行业渗透率提高

目前中国在线旅游市场对旅游行业的渗透率仅在8.5%左右，远低于发达市场水平。未来随着信息技术的进一步发展和互联网覆盖面的进一步扩大，更多的消费者将选择在线旅游的消费方式，消费者对网络旅游需求的增长将促使线下旅游产品及服务供应商和代理商加速信息化进程，在线旅游市场规模将迅速增长。

3、移动端在线旅游市场规模迅速发展并向O2O转型

随着智能终端的普及，移动互联网得到快速发展。目前，在线旅游市场主要集中在“旅行前+旅行后”这两个阶段，智能机的普及和移动互联网的易得性使得消费者可以通过移动客户端，在“旅行中”实时满足对旅游产品或服务的需求，移动客户端填补了消费者“旅行中”的

在线旅游消费，从而形成“旅行前+旅行中+旅行后”的完整的在线旅游市场覆盖。在线旅游市场对“旅行中”阶段的渗透将激发全新的市场机会，通过与线下旅游产品进行信息化整合，可以加速行业信息化进程，形成线上线下一体化的O2O旅游市场。

我国在线旅游市场有望在未来4-5年保持20%以上的复合年均增速,增长的空间主要来自旅游行业本身的发展以及线上渗透率的提升空间。目前,我国在线旅游市场的真正渗透率应该在15%-20%左右,相比欧美成熟市场40%-50%的线上渗透率,还有1-2倍的提升空间。从市场结构来看,未来的增长点主要在在线酒店和在线旅游度假市场。

OTA分销是目前在线旅游业最核心的商业模式,在整体市场中的交易额占比约60%-80%。国内供应商直销的比例大趋势上会逐渐提高,但短期内OTA持续不断的价格战仍会对供应商直销(机票、酒店)形成一定制约。我国航空公司官网直销起步晚,占比低,但从欧美经验来看,线上直销是长期趋势,国内航空公司直销力度加大将进一步压缩OTA企业佣金率,但短期内对OTA龙头却未必是坏事。

酒店行业集中度低,产品标准化程度高,非常适合OTA发展,也已经成为众多OTA营收增长的首要驱动力。由于对OTA高度依赖的中低档酒店数量占比较高,我们认为酒店官网直销很难达到成熟市场机票直销的覆盖度,对OTA也不会造成很大影响。

观研天下发布的《2018年中国在线旅游市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国在线旅游行业发展概述

第一节 在线旅游行业发展情况概述

- 一、在线旅游行业相关定义
- 二、在线旅游行业基本情况介绍
- 三、在线旅游行业发展特点分析

第二节 中国在线旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、在线旅游行业产业链条分析
- 三、中国在线旅游行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国在线旅游行业生命周期分析

- 一、在线旅游行业生命周期理论概述
- 二、在线旅游行业所属的生命周期分析

第四节 在线旅游行业经济指标分析

- 一、在线旅游行业的赢利性分析
- 二、在线旅游行业的经济周期分析
- 三、在线旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国在线旅游行业进入壁垒分析

- 一、在线旅游行业资金壁垒分析
- 二、在线旅游行业技术壁垒分析
- 三、在线旅游行业人才壁垒分析
- 四、在线旅游行业品牌壁垒分析
- 五、在线旅游行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球在线旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球在线旅游行业发展历程回顾

第二节 全球在线旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲在线旅游行业地区市场分析

- 一、亚洲在线旅游行业市场现状分析
- 二、亚洲在线旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲在线旅游行业市场前景分析
- 第四节 北美在线旅游行业地区市场分析
 - 一、北美在线旅游行业市场现状分析
 - 二、北美在线旅游行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美在线旅游行业市场前景分析
- 第五节 欧盟在线旅游行业地区市场分析
 - 一、欧盟在线旅游行业市场现状分析
 - 二、欧盟在线旅游行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟在线旅游行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界在线旅游行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球在线旅游行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国在线旅游产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国在线旅游行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国在线旅游产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国在线旅游行业运行情况

第一节 中国在线旅游行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国在线旅游行业市场规模分析

第三节 中国在线旅游行业供应情况分析

第四节 中国在线旅游行业需求情况分析

第五节 中国在线旅游行业供需平衡分析

第六节 中国在线旅游行业发展趋势分析

第五章 中国在线旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国在线旅游所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国在线旅游所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国在线旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国在线旅游市场格局分析

第一节 中国在线旅游行业竞争现状分析

一、中国在线旅游行业竞争情况分析

二、中国在线旅游行业主要品牌分析

第二节 中国在线旅游行业集中度分析

一、中国在线旅游行业市场集中度分析

二、中国在线旅游行业企业集中度分析

第三节 中国在线旅游行业存在的问题

第四节 中国在线旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国在线旅游行业竞争力分析

一、生产要素

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

第七章 2015-2017年中国在线旅游行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国在线旅游行业消费特点

第二节 中国在线旅游行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 在线旅游行业成本分析

第四节 在线旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国在线旅游行业价格现状分析

第六节 中国在线旅游行业平均价格走势预测

一、中国在线旅游行业价格影响因素

二、中国在线旅游行业平均价格走势预测

三、中国在线旅游行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国在线旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国在线旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地在线旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线旅游市场规模分析

四、华东地区在线旅游市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区在线旅游市场规模分析

四、华中地区在线旅游市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区在线旅游市场规模分析

四、华南地区在线旅游市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区在线旅游市场规模分析

四、华北地区在线旅游市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区在线旅游市场规模分析

四、东北地区在线旅游市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区在线旅游市场规模分析

四、西部地区在线旅游市场规模预测

第九章 2015-2017年中国在线旅游行业竞争情况

第一节 中国在线旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国在线旅游行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国在线旅游行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 在线旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国在线旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国在线旅游行业未来发展前景分析

- 一、在线旅游行业国内投资环境分析
- 二、中国在线旅游行业市场机会分析
- 三、中国在线旅游行业投资增速预测

第二节 中国在线旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国在线旅游行业市场发展预测

- 一、中国在线旅游行业市场规模预测
- 二、中国在线旅游行业市场规模增速预测
- 三、中国在线旅游行业产值规模预测
- 四、中国在线旅游行业产值增速预测
- 五、中国在线旅游行业供需情况预测
- 第四节中国在线旅游行业盈利走势预测
- 一、中国在线旅游行业毛利润同比增速预测
- 二、中国在线旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国在线旅游行业投资风险与营销分析

第一节 在线旅游行业投资风险分析

- 一、在线旅游行业政策风险分析
- 二、在线旅游行业技术风险分析
- 三、在线旅游行业竞争风险
- 四、在线旅游行业其他风险分析

第二节 在线旅游行业企业经营发展分析及建议

- 一、在线旅游行业经营模式
- 二、在线旅游行业销售模式
- 三、在线旅游行业创新方向

第三节 在线旅游行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国在线旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国在线旅游行业品牌战略分析

- 一、在线旅游企业品牌的重要性
- 二、在线旅游企业实施品牌战略的意义
- 三、在线旅游企业品牌的现状分析
- 四、在线旅游企业的品牌战略
- 五、在线旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国在线旅游行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国在线旅游行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国在线旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国在线旅游行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国在线旅游行业定价策略分析

第二节 中国在线旅游行业营销渠道策略

一、在线旅游行业渠道选择策略

二、在线旅游行业营销策略

第三节 中国在线旅游行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国在线旅游行业重点投资区域分析

二、中国在线旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/320333320333.html>