

中国在线旅游市场现状分析与发展前景分析报告(2015-2020)

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《中国在线旅游市场现状分析与发展前景分析报告(2015-2020)》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/hulianwang/200952200952.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、第三方代理商、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”。

随着旅游消费观念的不断转变，很多人的旅游观念已经从传统满足观光游览需要的“到达型旅游”，转变为对“舒适、自由”有较高要求的“个性化旅游”，“自助游”迅速成为旅游市场上的主导形式。而网络旅游服务商提供的网上在线自主选择 and 订购服务形式最适合此类消费需求。旅游产品的在线分销新模式，以高效率和高品质的优势，为用户提供了更为方便和有价值的服务，是衔接终端消费者与旅游供应商的需求的重要途径。已经有越来越多的传统旅游供应商认识到了旅游搜索引擎的商业服务价值，从而开始多方寻求机会合作。

旅游行业的产业链发展相比其他行业都要成熟得多，从酒店到机票、线路、景点都有相应的服务商，各个细分领域都有较为完善的配套服务。互联网平台的优势就在于把这些各自分散的服务整合优化，提供给用户更便捷更具针对性的系统服务。互联网平台本身拥有的巨大流量也更容易将这一系统服务转化成快速变现的有效途径。近年来，阿里巴巴、腾讯、京东、苏宁等电商巨头纷纷发力在线旅游市场，国内酒店在线预订、机票在线预订、度假产品在线预订等在线旅游服务蓬勃发展。

对于中国而言，推动在线旅游预订市场发展的因素有很多。如我国旅游市场的持续稳定发展，我国民众旅游需求增加，这为在线旅游预订的放量增长营造了良好的市场消费环境；核心运营商纷纷推出各种优惠促销活动，低价吸引越来越多的用户从传统线下转向线上预订；截至2013年6月底，我国网民规模达5.91亿，其中手机网民规模达4.64亿，这为在线旅游预订提供了庞大的用户基础等等。

根据国家旅游局预测，到2015年，中国将成为全球最大的国内旅游市场。随着中国旅游市场的迅猛发展，以主要提供旅游搜索、旅游评论和推荐等服务的媒体类网站将会凸显其巨大的市场价值。

中国报告网发布的《中国在线旅游市场现状分析与发展前景分析报告(2015-2020)》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、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研究分析。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。

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 在线旅游相关概述

1.1 在线旅游的概念界定

1.2 在线旅游的特点

1.3 在线旅游相关术语界定

第二章 中国在线旅游行业的发展环境分析

2.1 国际环境

2.2 政策环境

2.3 经济环境

2.4 社会环境

2.5 技术环境

第三章 中国在线旅游产业链分析

3.1 在线旅游产业链构成主体

3.1.1 在线旅游产业链结构

3.1.2 上游供应商

3.1.3 网络媒介

3.1.4 终端用户

3.2 在线旅游产业链基本特征

3.2.1 供应商依托于网络媒介服务

3.2.2 用户规模报酬递增效应突出

3.2.3 服务多样性与竞争优势密切相关

3.3 在线旅游产业链发展趋势

第四章 中国在线旅游行业细分市场分析

4.1 酒店在线预订市场

4.1.1 酒店行业销售渠道分析

4.1.2 酒店在线预订渠道面临调整

4.1.3 国内酒店在线预订市场规模

4.1.4 酒店在线预订市场价格分析

4.1.5 酒店在线预订市场动态

4.1.6 酒店在线预订主要模式分析

4.1.7 酒店在线预订市场趋势

4.2 机票在线预订市场

- 4.2.1 航空机票在线销售渠道
- 4.2.2 影响机票在线销售的因素
- 4.2.3 国内机票在线预订市场规模
- 4.2.4 我国机票在线预订市场主体
- 4.2.5 机票在线预订市场的竞争格局
- 4.2.6 机票预订用户体验得到提升
- 4.3 度假产品在线预订市场
 - 4.3.1 在线旅游度假产业链分析
 - 4.3.2 度假产品在线预订市场规模
 - 4.3.3 度假产品在线预订市场结构
 - 4.3.4 度假产品在线预订市场格局
 - 4.3.5 度假产品在线预订市场趋势
- 第五章 中国在线旅游终端用户分析
 - 5.1 中国在线旅游市场消费者属性分析
 - 5.1.1 性别构成
 - 5.1.2 年龄构成
 - 5.1.3 学历构成
 - 5.1.4 地域分布
 - 5.1.5 收入构成
 - 5.2 我国在线旅游终端用户预订行为分析
 - 5.2.1 用户信息获取分析
 - 5.2.2 用户出行行为分析
 - 5.2.3 用户预订旅游产品行为分析
 - 5.2.4 用户出行前预订旅游产品的时间
 - 5.2.5 返还力度与用户黏性的关联度
 - 5.3 我国机票在线预订用户行为分析
 - 5.3.1 机票在线预订用户群体快速扩张
 - 5.3.2 影响旅客选择航班的主要因素
 - 5.3.3 用户预订机票的主要途径
 - 5.3.4 用户订票时选择的热门城市
 - 5.4 我国酒店在线预订用户行为分析
 - 5.4.1 影响用户选择酒店的主要因素
 - 5.4.2 用户预订酒店的主要方式
 - 5.4.3 用户搜索酒店时的主要关键词
 - 5.4.4 用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌

5.4.5 用户搜索酒店时选择的主要城市

5.4.6 用户不选择酒店预订的原因

第六章 在线旅游行业商业模式分析

6.1 在线旅游商业模式概述

6.1.1 在线旅游商业模式的定义

6.1.2 在线旅游商业模式的构成要素

6.2 国内在线旅游的典型商业模式

6.2.1 旅游站点平台模式

6.2.2 “机票+ 酒店”的网络分销模式

6.2.3 垂直引擎搜索模式

6.2.4 直销预订模式

6.3 在线旅游垂直搜索SWOT分析

6.3.1 优势 (strength)

6.3.2 劣势 (weakness)

6.3.3 机会 (opportunity)

6.3.4 威胁 (threat)

6.4 携程网商业模式解析

6.4.1 客户价值分析

6.4.2 收入来源分析

6.4.3 商业范围分析

6.4.4 网站定价分析

第七章 中国在线旅游行业重点企业分析

7.1 携程旅行网

7.1.1 公司简介

7.1.2 公司经营状况分析

7.2 艺龙网

7.2.1 公司简介

7.2.2 公司经营状况分析

7.3 去哪儿网

7.3.1 公司简介

7.3.2 公司经营状况分析

7.4 芒果网

7.4.1 公司简介

7.4.2 公司经营状况分析

7.5 其他企业

7.5.1 同程网

7.5.2 快乐e行

7.5.3 途牛旅游网

7.5.4 驴妈妈旅游网

7.5.5 腾邦国际

第八章 2015-2020年中国在线旅游业前景预测

8.1 中国在线旅游行业前景展望

8.1.1 我国在线旅游市场发展空间较大

8.1.2 无线终端应用成在线旅游业发展契机

8.1.3 我国在线旅游代理市场前景广阔

8.1.4 2015-2020年中国在线旅游业规模预测

8.2 在线旅游行业发展趋势分析

8.2.1 全球在线旅游业未来发展趋势

8.2.2 我国在线旅游市场将趋于成熟

8.2.3 我国在线旅行预订市场发展趋势

8.2.4 国内在线旅游行业未来发展方向

图表目录：

图表：略.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/200952200952.html>