

中国在线旅游行业现状深度分析与投资前景研究 报告（2024-2031年）

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《中国在线旅游行业现状深度分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202407/722342.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、在线旅游行业发展现状

在线旅游（OTA）是指旅游消费者通过网络向旅游服务提供商预定旅游产品或服务的过程，包括但不限于在线机票预订、在线酒店预订、在线度假预订和其他旅游产品或服务。我国在线旅游行业萌芽于1997年，当时，国内首家旅游网站华夏旅游网成立；1999年，携程旅行和艺龙网先后成立，标示着中国在线旅行服务行业正式开启；经过二十余年的发展，我国在线旅游行业已形成较为完整的产业链，且近年来在线旅游渗透率长期处于50%以上。

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

此外，由于受到疫情影响，我国在线旅游预订用户规模 and 市场规模均在2020年出现大幅下降，分别降至3.42亿人和0.98万亿元，同比分别下降17.2%和45.86%；但自2021年起，在线旅游市场开始恢复，到2022年其预订用户规模 and 市场规模分别回升至4.23亿人和1.29万亿元，同比分别增长6.6%和31.6%；到2023年其预订用户规模继续增长，上升至5.09亿人，同比增长20.33%。

数据来源：中国互联网络信息中心、观研天下整理

数据来源：观研天下整理

二、在线旅游行业发展环境分析（PEST）

1.政策环境（P）

随着在线旅游行业发展壮大，默认搭售、霸王条款、大数据杀熟、强制交易、信息泄露、虚假宣传等行业乱象也随之诞生。近年来，为了规范在线旅游市场秩序，引导行业健康有序发展，我国相继发布《在线旅游经营服务管理暂行规定》《文化和旅游部关于加强旅游服务质量监管 提升旅游服务质量的指导意见》《“十四五”旅游业发展规划》《“十四五”文化发展规划》等一系列行业相关政策，持续推动在线旅游行业向高质量方向发展。

我国在线旅游行业相关政策	发布时间	发布部门	政策名称	主要内容
	2020年8月	文化和旅游部	在线旅游经营服务管理暂行规定	各级文化和旅游主管部门应当积极协调相关部门在财政、税收、金融、保险等方面支持在线旅游行业发展，保障在线旅游经营者公平参与市场竞争，充分发挥在线旅游经营者在旅游目的地推广、旅游公共服务体系建设、旅游大数据应用、景区门票预约和流量控制等方面的积极作用，推动旅游业高质量发展。

	2021年5月	文化和旅游部	文化和旅游部关于加强旅游服务质量监管 提升旅游服务质量的指导意见	要重点加强旅游新产品新业态、在线旅游服务、旅游服务质
--	---------	--------	----------------------------------	----------------------------

量评价等领域的标准制定。建立在线旅游市场监管机制，及时将新进入在线旅游经营领域的综合网络平台纳入监管视野，建立在线旅游产品价格预警机制、旅游产品网络巡查机制，引导在线旅游平台企业等新兴市场主体守法经营、履行责任、提升旅游服务质量，健康有序发展。2021年12月国务院“十四五”旅游业发展规划积极促进在线旅游服务企业规范健康发展，不断提升产品创新能力和服务质量水平。加强在线旅游企业监管，研究制定在线旅游市场管理服务的规范标准，提升行业规范水平。2022年8月中共中央办公厅 国务院办公厅“十四五”文化发展规划规范和优化旅游市场秩序，开展专项治理行动，加强在线旅游监管，建立健全旅游诚信体系和旅游服务质量评价体系。2023年3月文化和旅游部文化和旅游部关于推动在线旅游市场高质量发展的意见 主要目标：积极发挥在线旅游的枢纽和引领作用，加快推进智慧旅游发展，推动旅游业创新发展，促进新技术应用和迭代创新，创造更多新就业形态和新就业岗位，成为旅游产业升级和旅游消费激发的新引擎，提升行业管理的数字化水平，推动中国在线旅游行业发展处于国际领先地位。2023年11月文化和旅游部国内旅游提升计划（2023—2025年）引导在线旅游企业规范发展。指导在线旅游平台经营者发挥整合交通、住宿、餐饮、游览、娱乐等国内旅游要素资源的积极作用，助力各类旅游经营者共享发展红利。加强内容安全审核，开展市场巡查。2024年5月文化和旅游部办公厅 中央网信办秘书局等5部门智慧旅游创新发展行动计划 支持在线旅游平台经营者发挥数据和信息能力优势，有效整合交通、住宿、餐饮、游览、娱乐等旅游要素资源，为游客提供智慧化服务。

资料来源：观研天下整理

2.经济环境（E）

一方面，随着我国经济的不断发展，近年来人们的生活水平不断提高，居民人均可支配收入和人均消费支出不断增长，有利于带动人们旅游意愿和消费热度的提升，为在线旅游行业带来更多市场需求。数据显示，2023年我国居民人均可支配收入达到39218元，比上年名义增长6.3%；人均消费支出26796元，比上年名义增长9.2%。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

另一方面，随着疫情影响结束，人们的出行需求逐步恢复，在经历3年低谷之后，2023年我国旅游经济迎来强劲复苏，旅游总消费和人均每次旅游消费实现快速增长，2023年分别达到4.91万亿元和1003.88元，同比分别增长140.69%和24.5%。旅游经济复苏有利于带动在线旅游市场需求增长，助力行业发展。同时，随着越来越多的家庭选择亲子游作为增进情感交流和共同享乐的休闲方式，家庭人均旅游花费也呈现上升态势，2023年达到4984元，较2020年同比增长31.33%，进一步利好在线旅游行业发展。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

数据来源：观研天下整理

3. 社会环境（S）

首先，随着互联网技术的不断发展和入网终端设备的广泛普及，近年来我国网民规模和互联网普及率持续上升，截至2023年12月分别达到10.92亿人和77.5%，为在线旅游市场带来了大量潜在用户，也为行业发展奠定了坚实的基础。

数据来源：中国互联网络信息中心、观研天下整理

其次，我国已经进入大众旅游时代，国民旅游消费习惯逐渐形成，同时伴随着疫情影响结束，国内出游人次恢复增长，利好在线旅游行业发展。根据国家统计局公布的数据，2023年国内出游48.9亿人次，比上年增长93.3%。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

最后，随着90后、00后年轻群体的消费能力增长，其已成为出游主力军，2023年占比达到68%。由于90后、00后追求个性化和品质化旅游服务，传统、单一的旅游模式和产品已不能满足其需求，这也为在线旅游行业带来了新的机遇和需求。为此，不少在线旅游平台积极响应市场需求，针对年轻人，推出“旅行盲盒、机票盲盒、旅行结婚、城市微游精品线路”等不同的服务和产品。

数据来源：观研天下整理

4. 技术环境（T）

在线旅游是“旅游业+互联网”衍生出的新形式，其发展离不开互联网技术作为支撑。随着互联网技术不断应用和发展，在线旅游产品、服务和营销模式将更加完善和多元化，不断助力在线旅游行业发展。同时，5G、人工智能、大数据、云计算、区块链等新技术的应用与融合将引领在线旅游行业的创新发展，提高在线旅游产品品质、消费者体验和管理效率。如使用人工智能技术，可以根据用户需求，提供旅行智能规划等服务，为用户打造在线旅游服务场景等。

总的来说，我国在线旅游行业发展环境良好，政策和技术环境推动行业向高质量、创新方向发展，而经济和社会环境促使在线旅游行业下游需求增长。在这些因素作用下，预计我国在线旅游行业仍具有较大发展潜力。同时，伴随着县域旅游消费逐渐崛起，未来在线旅游下沉市场发展空间也较为广阔。（WJ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国在线旅游行业现状深度分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、在线旅游特点分析

三、在线旅游行业基本情况介绍

四、在线旅游行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、在线旅游行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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

第五节欧洲在线旅游行业地区市场分析

一、欧洲在线旅游行业市场现状分析

二、欧洲在线旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲在线旅游行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界在线旅游行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球在线旅游行业市场规模预测

第三章 中国在线旅游行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对在线旅游行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对在线旅游行业的影响分析

第五节中国在线旅游行业产业社会环境分析

第四章 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

一、影响中国在线旅游行业市场规模的因素

二、中国在线旅游行业市场规模

三、中国在线旅游行业市场规模解析

第三节中国在线旅游行业供应情况分析

一、中国在线旅游行业供应规模

二、中国在线旅游行业供应特点

第四节中国在线旅游行业需求情况分析

一、中国在线旅游行业需求规模

二、中国在线旅游行业需求特点

第五节中国在线旅游行业供需平衡分析

第五章 中国在线旅游行业产业链和细分市场分析

第一节中国在线旅游行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、在线旅游行业产业链图解

第二节中国在线旅游行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对在线旅游行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对在线旅游行业的影响分析

第三节我国在线旅游行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国在线旅游行业市场竞争分析

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格局分析

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影响因素分析

二、中国在线旅游行业市场集中度分析

第三节中国在线旅游行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国在线旅游行业模型分析

第一节中国在线旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国在线旅游行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国在线旅游行业SWOT分析结论

第三节中国在线旅游行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国在线旅游行业需求特点与动态分析

第一节中国在线旅游行业市场动态情况

第二节中国在线旅游行业消费市场特点分析

- 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结构分析

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、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、中国在线旅游行业平均价格趋势分析

二、中国在线旅游行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国在线旅游行业所属行业运行数据监测

第一节中国在线旅游行业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行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国在线旅游行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响在线旅游行业区域市场分布的因素

二、中国在线旅游行业区域市场分布

第二节中国华东地区在线旅游行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线旅游行业市场分析

(1) 华东地区在线旅游行业市场规模

(2) 华南地区在线旅游行业市场现状

(3) 华东地区在线旅游行业市场规模预测

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、华中地区在线旅游行业市场分析

- (1) 华中地区在线旅游行业市场规模
- (2) 华中地区在线旅游行业市场现状
- (3) 华中地区在线旅游行业市场规模预测

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、华南地区在线旅游行业市场分析

- (1) 华南地区在线旅游行业市场规模
- (2) 华南地区在线旅游行业市场现状
- (3) 华南地区在线旅游行业市场规模预测

第五节华北地区在线旅游行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区在线旅游行业市场分析

- (1) 华北地区在线旅游行业市场规模
- (2) 华北地区在线旅游行业市场现状
- (3) 华北地区在线旅游行业市场规模预测

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、东北地区在线旅游行业市场分析

- (1) 东北地区在线旅游行业市场规模
- (2) 东北地区在线旅游行业市场现状
- (3) 东北地区在线旅游行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区在线旅游行业市场分析

- (1) 西南地区在线旅游行业市场规模
- (2) 西南地区在线旅游行业市场现状
- (3) 西南地区在线旅游行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区在线旅游行业市场分析

- (1) 西北地区在线旅游行业市场规模
- (2) 西北地区在线旅游行业市场现状
- (3) 西北地区在线旅游行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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规模发展预测

- 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

第十三章 2024-2031年中国在线旅游行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节在线旅游行业风险分析

- 一、在线旅游行业宏观环境风险
- 二、在线旅游行业技术风险
- 三、在线旅游行业竞争风险
- 四、在线旅游行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国在线旅游行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国在线旅游行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国在线旅游行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节在线旅游行业营销策略分析

- 一、在线旅游行业产品策略
- 二、在线旅游行业定价策略
- 三、在线旅游行业渠道策略
- 四、在线旅游行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/722342.html>