

2021年中国在线旅游行业分析报告- 产业规模现状与投资战略研究

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《2021年中国在线旅游行业分析报告-产业规模现状与投资战略研究》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/lyyou/535907535907.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

在线旅游(Online Travel Agency),是旅游电子商务行业的专业词语。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,并通过网上支付或者线下付费,即各旅游主体可以通过网络进行产品营销或产品销售”。在我国在线旅游行业产业链中,上游参与者包括航空公司、铁路总公司、酒店供应商以及景区供应商;中游则由线上线下两个渠道组成,线上渠道包括OTA、UGC、资讯网站和移动APP,线下渠道则包括旅行社、批发商、代理商以及分销商;通过第三方服务商应用于终端消费者。

中国在线旅游行业产业链

数据来源:公开资料整理

我国在线旅游行业从上世纪90年代末到本世纪初展开,经过十多年的发展,自2013年以来,行业进入了移动互联网时代,在线旅游企业纷纷发力移动端市场,各种移动APP创业公司也纷纷进入在线旅游行业的细分市场。

中国在线旅游行业发展历程

数据来源:公开资料整理

根据数据显示,我国旅游业在2012年到2019年期间整体发展良好,到2019年国内旅游人次达到60.06亿人次,同比增长8.43%;旅游总收入达到6.63万亿元,同比增长11.06%。由于新冠疫情的影响,2020年旅游业严重下滑,旅游人次下降至28.79亿人次,同比下降52.06%;旅游总收入减少至2.23万亿元,同比下降66.37%。

2012-2020年中国国内旅游人次及旅游总收入

数据来源:公开资料整理

随着我国旅游业的持续发展,中国在线旅游行业用户规模逐年上升,2019年中国在线旅游行业用户规模达到4.13亿人,较上年增加了0.21亿人,同比增长5.36%;预计到2020年中国在线旅游行业用户规模将达到4.32亿人。

2015-2020年中国在线旅游行业用户规模及预测

数据来源:公开资料整理

在用户人群分布方面,24-40岁群体已成为我国在线旅游消费市场的主力人群,其中31-40岁的用户人群数量最多,比例达到43%;其次是24岁以下人群,占比为18.8%;然后是24-30岁用户群体,占比16%;其他年龄在线旅游消费较少,占比共计22.2%。

我国在线旅游用户人群分布

数据来源:公开资料整理

在我国2019年上半年在线旅游用户规模中,二线城市月活用户数最高,达到5668万人;其次是三线城市,在线旅游月活用户数为4100万人,同比增长76.9%,成为在线旅游行业的新增量市场;然后是一线城市,月活用户数为2168万人;四线城市的月活用户数达到2089亿人,同比增长78.3%,也是行业内的新兴市场。

2019年上半年我国各线城市在线旅游月活用户数

数据来源：公开资料整理

随着我国在线旅游用户的持续增长，行业市场交易规模也呈稳定增长趋势，从2015年的4127亿元增长至2019年的10059亿元，复合年增长率达到24.95%；受到新冠肺炎疫情的影响，预计在2020年中国在线旅游市场交易规模将达到7950亿元，到2021年将的到恢复，市场交易规模将达到14518亿元。

2015-2020年中国在线旅游市场交易规模及预测

数据来源：公开资料整理

细分结构方面，我国在线旅游细分市场主要由在线交通、在线住宿、在线度假旅游三方构成，在2020年上半年，在线交通在整体市场占比达到72.7%；其次是在线住宿，占比为17.6%。

2020年H1中国在线旅游细分市场结构

数据来源：公开资料整理

目前我国在线旅游行业市场较为集中，行业前三企业占据整体的80.55%，其中携程旅行市场占比最高，达到43.35%；其次是去哪儿旅行，占比为26.12%；然后是同程旅游，占比为11.08%；其他在线旅游企业市场占比较低，均在10%以下。

2019年中国在线旅游行业市场竞争格局

数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国在线旅游行业分析报告-产业规模现状与投资战略研究》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。

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家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 2017-2020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
- 四、在线旅游行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 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、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、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 2017-2020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 2021-2026年世界在线旅游行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球在线旅游行业市场规模预测

第三章 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、全社会消费品在线旅游总额
- 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 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 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

三、其它细分市场

第六节 中国在线旅游行业供需平衡分析

第七节 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、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 2017-2020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 中国在线旅游行业钻石模型分析

- 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 2017-2020年中国在线旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国在线旅游行业消费市场动态情况

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、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 2017-2020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 中国华东地区在线旅游市场分析

- 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

第九章 2017-2020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SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

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
- 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、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国在线旅游行业发展战略及规划建议

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

第四节 在线旅游行业竞争力提升策略

- 一、在线旅游行业产品差异性策略
- 二、在线旅游行业个性化服务策略
- 三、在线旅游行业的促销宣传策略
- 四、在线旅游行业信息智能化策略
- 五、在线旅游行业品牌化建设策略
- 六、在线旅游行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/535907535907.html>