

# 2018年中国在线旅游市场分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://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-行业深度分析与投资前景预测》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/339662339662.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

### 一、行业定义

本文定义的在线旅游市场是指在线旅游服务提供商通过互联网或者呼叫中心，以线上或者线下多种支付形式，为用户提供交通、住宿、度假休闲旅游等产品的综合信息检索、咨询和预订服务，从而形成的市场。

图表：在线旅游

图表来源：公开资料整理

随着在线服务商数量的增长和网民付费能力的提升，旅游搜索服务进入快速增长期，而机票+酒店+度假是旅游搜索的三大产品，所以本文中的在线旅游市场包括在线交通、在线住宿和在线度假旅游三个部分。

### 二、名词说明

**交易规模**：指用户通过互联网平台或者呼叫中心进行机票、酒店、度假旅游产品等的预订而产生的实际消费金额总和。

**在线旅游市场**：指在线旅游服务提供商通过互联网或者呼叫中心，以线上或者线下多种支付形式，为用户提供交通、住宿、度假休闲旅游等产品的综合信息检索、咨询和预订服务的市场。

**在线交通市场**：指用户通过在线旅游服务提供商的互联网平台直接预订或先通过互联网平台查询再通过呼叫中心预订机票、火车票、汽车票等交通产品的市场。

**在线住宿市场**：指用户通过在线旅游服务提供商的互联网平台直接预订或者先通过互联网平台查询再通过呼叫中心预订住宿产品的市场。

**非标准住宿**：指为游客提供短期留宿场所，并提供区别于酒店的个性化设施及服务的经营活动。其房屋具体形态包括度假公寓、特色民宿、度假别墅、房车、游艇等个性化住宿产品。

**在线度假旅游市场**：指在线旅游服务提供商通过互联网平台或者呼叫中心为用户提供旅游打包产品、门票及其他度假单品预订的市场，不包含交通、住宿单品的预订。

### 三、中国在线旅游市场快速发展的原因分析

随着人们生活水平的不断提高和闲暇时间的增多，人们的休闲方式趋于多样化，旅游消费逐渐发展成为人们新的消费热点。在当今互联网时代，在线旅游已越发重要了。根据艾瑞咨询检测数据显示，2014年中国在线旅游市场交易规模达到3077.9亿元，比去年同期增长了38.9%，中国旅游产业线上渗透率达到9.2%；2015年中国在线旅游市场交易规模达到4737.7亿元，同比增长49.6%；中国旅游产业线上渗透率达到11.5%，预计未来在线旅游在整体旅游产业中所占的交易规模比重将进一步扩大。

中国在线旅游市场产业链上分为四个板块。上游为航空公司、酒店、景区和其他供应

商或者是代理机票、酒店、门票等产品的旅行社供应商；然后是批发商及其下设的代理商、分销商和零售商等渠道商和以搜索引擎、社交媒体、门户、营销平台德国在线分销为主的媒介和营销平台组合而成的供应商在线直销；最终是用户端口。这四大模块共同组成了如今中国在线旅游市场的产业链。

中国在线旅游市场得以快速发展，离不开以下几方面因素的促进。

#### (1) 在线旅游获得高度关注，诸多利好政策出台

政府将旅游业定位为国民经济的战略性支柱产业，明确旅游服务是人民生活的重要组成部分，同时鼓励发展乡村旅游、游学游、康养游等新兴旅游业态，强调线上线下有机结合。在如今的互联网+时代，推动在线旅游企业发展壮大，拓展旅游企业融资渠道，鼓励金融机构对旅游企业加大信贷支持。

#### (2) 居民收入水平提高，旅游对就业拉动作用明显

2015年1月~9月，我国全国居民人均可支配收入达到16367元，增速超过GDP增速。同时，截止至2014年，旅游产业已经实现直接就业2779.4万人，旅游直接和间接就业7873万人，占全国就业总人口的10.19%。

#### (3) 80、90后成为消费主力人群，引领消费潮流

如今的80、90后大多是互联网时代下成长起来的，所以当其成为消费人群的主要构成时，其消费观念具有跨时代的影响，带动作用比其他特征的人群明显。这一部分消费者多为独生子女，生活富足安宁，思想先进，所以他们在选购旅游产品过程中希望掌握更多的主动权，更加注重自主性和趣味性，在游览过程中更加注重旅游体验和服务品质。

#### (4) 新兴技术发展迅速，为在线旅游创新提供支撑

针对酒店及非标准住宿产品的PMS厂商发展迅速；以支付宝为首的移动支付方式多样化，为在线旅游预订的即时性和便捷性提供了技术基础；同时，数字地图、智能穿戴、虚拟现实等技术旅游领域已进入初步结合状态。

2015年，国内酒店、公寓运营商和短租民宿商家表现非常活跃，同时在线旅游企业推出了更多新型的服务模式；而消费者休闲度假旅游需求的快速增长和在线旅游企业进行了更多的产品研发和市场推广，使得在线住宿和在线度假旅游市场在2015年实现明显增长。2015年在线交通市场交易规模占比略有下降。2014年在线交通份额占在线旅游市场结构的71.7%，到2015年稍有下降，交易规模虽突破了3000亿元人民币，同比增长了46.4%，不过市场份额占了在线旅游市场结构的70.2%。但在线交通交易仍然是中国在线旅游市场的重要组成部分。

### 四、中国在线旅游市场未来的发展趋势

根据2015年中国在线旅游市场经济情况可以看到以下这些热点：机场、酒店标准住宿等市场格局基本已定，但是业务正处于从单纯预订和深度服务的转折之中，更加倾向于人性化、体验化和多功能化；同时，酒店行业开启了行业联盟，有了从景点到演出到住宿的一条龙服务，更加便捷，这也是酒店在旅游行业竞争激烈的情况下积极应对产业变化的一种方法

；这一年来旅游代理政策中比较重要的是机票代理佣金费率下调到0，使得更多的在线旅游企业积极探索机票业务的创新盈利模式，这让机票市场更加有活力也有竞争力；另外，这两年共享经济也是发展迅速，表现在旅游行业上，就是车辆、住房和个人导游的共享使得更多人得到实惠，共享经济对旅游行业供应链的渗透作用是十分明显的；由于目前的消费主力人群是80、90后为主，所以旅游消费需求升级旅游服务的边界越来越模糊，在线旅游同生活服务领域的交集越来越多等。

根据以上特点和因素的结合，中国在线旅游市场未来发展可能会有如下趋势。

### (1) 机票市场趋于成熟，发展增速放缓

一直以来，机票都是在线旅游市场中发展最为成熟的板块。2015年，在线机票市场交易规模达到2962.1亿元，同比增长41.4%，仍然保持较高增速，市场规模也进一步扩大。但是由于供给侧政策的变化，代理费用下调为0等上游企业合作态度的收紧，再加上个人信息泄露、退改签流程繁琐、费用偏高等需求端的消费痛点问题，这些都会对机票业务产生较大影响，所以在基于单纯的机票预订业务上推出更多人性化的创新服务和深度服务是在线旅游企业在供给端政策变化的情况下巩固自身价值产业链的关键；同时汽车票和火车票业务逐渐受到在线旅游企业的积极重视，所以机票市场发展的增速会逐渐变缓。

### (2) 酒店市场增速稳定，休闲用途产品成为市场热点

根据艾瑞咨询监测数据显示，2015年中国在线住宿市场交易规模突破800亿元，同比增长57.6%。随着旅游市场的发展，近两年休闲用途的住宿需求集中爆发，从住宿方面来看，非标准住宿产品相对于标准化住宿产品的优势越发凸显，性价比高、房屋家居功能完善，主题特色显著等，个性化体验优势相对明显。所以，在线旅游企业加快了签约民宿、客栈等非标准化产品，预计未来三年其长尾效应会逐渐显现。

### (3) 度假市场持续火热，市场占比继续提升

近两年，中国在线旅游度假市场稳定发展，成为在线旅游热度高板块。随着生活水平的提高，消费者对度假旅游的要求也逐渐提高，不仅要满足大众的基础休闲娱乐要求，还要满足细分人群的差异化需求，所以主题游产品发展火热。同时，海岛和邮轮产品也逐渐兴起。2014年中国在线旅游市场规模达到446.9亿元，比2013年增长了2.4个百分点；2015年在线度假旅游市场交易规模达到550亿元，同比增长2个百分点。在线度假旅游市场实现高速发展的原因之一是中国消费者日益增长的休闲度假需求，其次是政府和上游旅游企业不断加大投入力度；此外在线旅游企业积极进行产品研发，努力拓展市场，也是在线度假旅游市场实现高速增长的主要促因。

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国在线旅游市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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 2016-2018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 国中在线旅游 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 2016-2018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 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 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、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 2016-2018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 2016-2018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 2016-2018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

## 第九章 2016-2018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 行业市场的重点客户战略实施

- 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

### 第三节中国在线旅游 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

### 第四节中国在线旅游 行业价格策略

### 第五节 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 (GYJPZQ)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/339662339662.html>