

# 2014-2020年中国在线旅游 行业监测与发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国在线旅游行业监测与发展前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201410/113019.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

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年底，我国网民规模达6.18亿，其中手机网民规模达5亿人，这为在线旅游预订提供了庞大的用户基础等等。

研究认为，在线旅游的增长主要取决于在线机票、酒店和度假业务的增长。机票方面，在线机票预订业务趋于成熟，在整体机票预订中渗透率较高，未来将保持相对较慢增长。相比之下，受到在线休闲旅游迅速崛起的影响，其重要组成部分酒店和度假业务迎来爆发增长期，其中度假业务在整体在线旅游市场中所占比重也逐年升高。另外，随着在线短租，在线租车和打车业务的兴起，在线旅游市场将迎来新增长点。

中企顾问网发布的《2014-2020年中国在线旅游行业监测与发展前景研究报告》共十一章。首先介绍了在线旅游相关概述、中国在线旅游市场运行环境等，接着分析了中国在线旅游市场发展的现状，然后介绍了中国在线旅游重点区域市场运行形势。随后，报告对中国在线旅游重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对在线旅游产业有个系统的了解或者想投资在线旅游行业，本报告是您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。

### 第一章 在线旅游相关概述

#### 1.1 在线旅游的概念界定

##### 1.1.1 在线旅游的定义

##### 1.1.2 在线酒店预订

##### 1.1.3 在线机票预订

##### 1.1.4 在线度假预订

#### 1.2 在线旅游的特点

##### 1.2.1 整合性

##### 1.2.2 交互性

##### 1.2.3 快捷性

#### 1.3 在线旅游相关术语界定

1.3.1 在线旅游市场营收规模

1.3.2 网上旅行预订用户规模

## 第二章 中国在线旅游行业的发展环境分析

### 2.1 国际环境

2.1.1 全球在线旅游市场综述

2.1.2 欧美在线旅游市场规模

2.1.3 国外在线旅游领先企业发展策略

2.1.4 全球在线旅游产业链发展状况

2.1.5 传统旅游业和在线旅游业市场比较

### 2.2 政策环境

2.2.1 国家政策大力推动旅游业发展

2.2.2 我国首部旅游法施行

2.2.3 2013年旅游企业信息化服务新规实施

2.2.4 2013年我国信息消费扶持政策出台

2.2.5 旅游业信息化“十二五”政策导向

### 2.3 经济环境

2.3.1 宏观经济运行状况

2.3.2 工业经济发展

2.3.3 产业结构调整

2.3.4 固定资产投资

2.3.5 未来经济形势分析

### 2.4 社会环境

2.4.1 人口结构特征

2.4.2 社会结构特征

2.4.3 城乡居民收入水平

2.4.4 居民消费结构升级

### 2.5 技术环境

2.5.1 中国信息化水平快速提升

2.5.2 中国互联网应用普及程度分析

2.5.3 软件和信息技术服务业平稳发展

2.5.4 软件和信息技术服务业规划目标

## 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
  - 3.3.1 从产业链向产业网演变
  - 3.3.2 从Web1.0模式向Web2.0模式转变
  - 3.3.3 从NBS到LBS演进
- 第四章 2011-2013年中国在线旅游行业总体分析
  - 4.1 中国在线旅游行业发展综述
    - 4.1.1 我国在线旅游的发展阶段
    - 4.1.2 我国在线旅游的市场结构
    - 4.1.3 我国在线旅游市场规模分析
    - 4.1.4 我国在线旅游市场集中度分析
    - 4.1.5 中国在线旅游行业SWOT分析
  - 4.2 2011-2013年中国在线旅游业运行特征
    - 4.2.1 在线旅游预订向新渠道转移
    - 4.2.2 移动互联网成在线旅游业新机遇
    - 4.2.3 在线旅游市场逐步趋向细分化
    - 4.2.4 旅游内容成为企业掘进新亮点
    - 4.2.5 出境游热潮催热在线旅游市场
  - 4.3 2011-2013年在线旅游第三方代理（OTA）市场分析
    - 4.3.1 2011年国内OTA市场营收规模
    - 4.3.2 2011年国内OTA市场营收结构
    - 4.3.3 2012年中国OTA市场营收规模
    - 4.3.4 2012年我国OTA市场价格战解读
    - 4.3.5 2013年我国OTA市场营收规模

- 4.3.6 2013年国内OTA市场格局分析
- 4.4 2011-2013年中国在线旅游团购市场分析
  - 4.4.1 我国旅游类团购市场主要特征
  - 4.4.2 国内旅游类团购市场快速扩张
  - 4.4.3 旅游团购兴起“在线定制”新模式
  - 4.4.4 2013年团购网站再探在线旅游市场
  - 4.4.5 2013年暑期酒店旅游类团购市场升温
- 4.5 中国在线旅游行业存在的主要问题
  - 4.5.1 客户群体单一
  - 4.5.2 竞争能力薄弱
  - 4.5.3 个性化不足
  - 4.5.4 服务意识薄弱
- 4.6 推动中国在线旅游业发展的对策措施
  - 4.6.1 规范市场秩序
  - 4.6.2 引导传统旅游企业网络化
  - 4.6.3 创新经营模式
  - 4.6.4 创新在线旅游产品

## 第五章 2011-2013年中国在线旅游行业细分市场分析

- 5.1 酒店在线预订市场
  - 5.1.1 酒店行业销售渠道分析
  - 5.1.2 酒店在线预订渠道面临调整
  - 5.1.3 国内酒店在线预订市场规模
  - 5.1.4 酒店在线预订市场价格分析
  - 5.1.5 2013年酒店在线预订市场动态
  - 5.1.6 酒店在线预订主要模式分析
  - 5.1.7 酒店在线预订市场趋势
- 5.2 机票在线预订市场
  - 5.2.1 航空机票在线销售渠道
  - 5.2.2 影响机票在线销售的因素
  - 5.2.3 国内机票在线预订市场规模
  - 5.2.4 我国机票在线预订市场主体
  - 5.2.5 机票在线预订市场的竞争格局

5.2.6 机票预订用户体验得到提升

5.3 度假产品在线预订市场

5.3.1 在线旅游度假产业链分析

5.3.2 度假产品在线预订市场规模

5.3.3 度假产品在线预订市场结构

5.3.4 度假产品在线预订市场格局

5.3.5 度假产品在线预订市场趋势

第六章 2011-2013年中国在线旅游市场上游供应商分析

6.1 酒店企业

6.1.1 2012年中国星级酒店经营状况

6.1.2 2012年中国星级酒店开业状况

6.1.3 2012年中国经济型酒店市场规模

6.1.4 2013年中国酒店市场发展态势

6.1.5 国内旅游度假酒店存在的问题

6.1.6 2014-2020年中国酒店业前景预测

6.2 餐饮企业

6.2.1 2011年餐饮百强企业运行状况

6.2.2 2012年餐饮市场规模持续扩大

6.2.3 2013年我国餐饮业的发展

6.2.4 国内餐饮企业竞争态势分析

6.2.5 餐饮业经营热点市场分析

6.2.6 我国餐饮企业发展前景乐观

6.3 航空企业

6.3.1 中国民用航空业发展特征

6.3.2 2012年我国民航业运行状况

6.3.3 2013年我国民航业发展态势

6.3.4 国内民航企业整合重组提速

6.3.5 2014-2020年中国民航业前景预测

6.4 旅游景区

6.4.1 我国旅游景区运营状况

6.4.2 旅游景区信息化建设进展情况

6.4.3 旅游景区盈利模式分析

#### 6.4.4 国内旅游景区营销策略

### 6.5 保险公司

#### 6.5.1 2012年中国保险行业稳中有进

#### 6.5.2 2012年中国保险市场经营数据

#### 6.5.3 2013年我国保险企业经营状况

#### 6.5.4 中国保险市场的区域格局

#### 6.5.5 保险产品未来发展趋势

## 第七章 2011-2013年中国在线旅游终端用户分析

### 7.1 中国在线旅游市场消费者属性分析

#### 7.1.1 性别构成

#### 7.1.2 年龄构成

#### 7.1.3 学历构成

#### 7.1.4 地域分布

#### 7.1.5 收入构成

### 7.2 我国在线旅游终端用户预订行为分析

#### 7.2.1 用户信息获取分析

#### 7.2.2 用户出行行为分析

#### 7.2.3 用户预订旅游产品行为分析

#### 7.2.4 用户出行前预订旅游产品的时间

#### 7.2.5 返还力度与用户黏性的关联度

### 7.3 我国机票在线预订用户行为分析

#### 7.3.1 机票在线预订用户群体快速扩张

#### 7.3.2 影响旅客选择航班的主要因素

#### 7.3.3 用户预订机票的主要途径

#### 7.3.4 用户订票时选择的热门城市

### 7.4 我国酒店在线预订用户行为分析

#### 7.4.1 影响用户选择酒店的主要因素

#### 7.4.2 用户预订酒店的主要方式

#### 7.4.3 用户搜索酒店时的主要关键词

#### 7.4.4 用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌

#### 7.4.5 用户搜索酒店时选择的主要城市

#### 7.4.6 用户不选择酒店预订的原因



## 第八章 2011-2013年中国在线旅游行业竞争分析

### 8.1 中国在线旅游行业竞争概况

#### 8.1.1 我国在线旅游行业的进入壁垒

#### 8.1.2 在线旅游网站竞争阵营分析

#### 8.1.3 垂直搜索网站与传统类旅游网站竞争加剧

#### 8.1.4 在线旅游行业预订服务与广告服务的竞争

#### 8.1.5 我国酒店在线预订系统的竞争优劣势比较

### 8.2 在线旅游行业竞争结构分析

#### 8.2.1 在线旅游业“五力模型”简述

#### 8.2.2 供应商议价能力

#### 8.2.3 购买者议价能力

#### 8.2.4 潜在进入者威胁

#### 8.2.5 替代品威胁

#### 8.2.6 同业竞争

### 8.3 2011-2013年中国在线旅游行业竞争态势

#### 8.3.1 在线旅游预订市场传统格局面临调整

#### 8.3.2 强强联合加速在线旅行预订市场整合

#### 8.3.3 电商巨头争相发力在线旅游市场

#### 8.3.4 海外在线旅游企业抢滩中国市场

### 8.4 提升中国在线旅游业竞争力的策略建议

#### 8.4.1 我国在线旅游企业主要竞争策略

#### 8.4.2 应对在线旅游业竞争形势的营销对策

#### 8.4.3 在线旅游企业应对互联网巨头挑战的建议

## 第九章 2011-2013年在线旅游行业商业模式分析

### 9.1 在线旅游商业模式概述

#### 9.1.1 在线旅游商业模式的定义

#### 9.1.2 在线旅游商业模式的构成要素

### 9.2 国内在线旅游的典型商业模式

#### 9.2.1 旅游站点平台模式

#### 9.2.2 “机票+ 酒店”的网络分销模式

#### 9.2.3 垂直引擎搜索模式

#### 9.2.4 直销预订模式

### 9.3 在线旅游垂直搜索SWOT分析

#### 9.3.1 优势 ( strength )

#### 9.3.2 劣势 ( weakness )

#### 9.3.3 机会 ( opportunity )

#### 9.3.4 威胁 ( threat )

### 9.4 携程网商业模式解析

#### 9.4.1 客户价值分析

#### 9.4.2 收入来源分析

#### 9.4.3 商业范围分析

#### 9.4.4 网站定价分析

## 第十章 2011-2013年中国在线旅游行业重点企业经营状况分析

### 10.1 携程旅行网

#### 10.1.1 公司简介

#### 10.1.2 2011年携程网经营状况

#### 10.1.3 2012年携程网经营状况

#### 10.1.4 2013年携程网经营状况

#### 10.1.5 携程加大市场收购整合力度

### 10.2 艺龙网

#### 10.2.1 公司简介

#### 10.2.2 2011年艺龙网经营状况

#### 10.2.3 2012年艺龙网经营状况

#### 10.2.4 2013年艺龙网经营状况

### 10.3 去哪儿网

#### 10.3.1 公司简介

#### 10.3.2 2011年去哪儿网推出“担保通”

#### 10.3.3 2012年去哪儿网发展现状

#### 10.3.4 2013年去哪儿网升级景点门票业务

### 10.4 芒果网

#### 10.4.1 公司简介

#### 10.4.2 2011-2013年芒果网母公司经营状况

#### 10.4.3 芒果网在线旅行的市场定位分析

#### 10.4.4 芒果网在线旅行预订市场发展综述

## 10.5 其他企业

### 10.5.1 同程网

### 10.5.2 快乐e行

### 10.5.3 途牛旅游网

### 10.5.4 驴妈妈旅游网

### 10.5.5 腾邦国际

## 第十一章 2014-2020年中国在线旅游业前景预测

### 11.1 中国在线旅游行业前景展望

#### 11.1.1 我国在线旅游市场发展空间较大

#### 11.1.2 无线终端应用成在线旅游业发展契机

#### 11.1.3 我国在线旅游代理市场前景广阔

#### 11.1.4 2014-2020年中国在线旅游业规模预测

### 11.2 在线旅游行业发展趋势分析

#### 11.2.1 全球在线旅游业未来发展趋势

#### 11.2.2 我国在线旅游市场将趋于成熟

#### 11.2.3 我国在线旅行预订市场发展趋势

#### 11.2.4 国内在线旅游行业未来发展方向

#### 图表1 全球在线旅游市场规模的增长趋势

#### 图表2 美国在线旅游市场规模发展状况及预测

#### 图表3 欧洲在线旅游市场规模发展状况及预测

#### 图表4 全球在线旅游产业链状况

#### 图表5 全球在线旅游与线下旅游市场分布状况

#### 图表6 美国旅游出行细分类型分布状况

#### 图表7 传统旅游业渠道与在线旅游业渠道比较

#### 图表8 2013年国内生产总值分产业情况

#### 图表9 2013年我国规模以上工业企业增加值增速走势

#### 图表10 2013年1-12月我国固定资产投资（不含农户）增速走势

#### 图表11 2013年1-12月我国房地产开发及增速情况

#### 图表12 2013年1-12月我国社会消费品零售总额月度增速走势

#### 图表13 2013年我国进出口总额及增速情况

#### 图表14 2013年我国居民消费价格增速情况

#### 图表15 2013年末我国货币供应量及增长情况

- 图表16 2013年-2013年规模以上工业增加值增长情况
- 图表17 2013年-2013年固定资产投资（不含农户）增长情况
- 图表18 2013年-2013年全国房地产开发投资增长情况
- 图表19 2010-2013年我国人口及其自然增长率变化趋势
- 图表20 2013年我国各年龄段人口比重
- 图表21 2010-2013年我国各年龄段人口比重变化趋势
- 图表22 2010-2013年我国出生人口性别比变化趋势
- 图表23 我国在线旅游产业链结构图
- 图表24 旅游搜索引擎和在线旅游代理商商业模式差异
- 图表25 旅游核心产业之间的关系
- 图表26 驱动报酬递增的四个动态循环
- 图表27 循环信息社会“长尾效应”
- 图表28 Web2.0时代在线旅游网站用户界面七大元素
- 图表29 市场营销主导理论的演进
- 图表30 2010-2013年中国在线旅游市场结构
- 图表31 2010-2013年中国在线旅游用户数
- 图表32 2010-2013年中国在线旅游市场规模
- 图表33 2010-2013年中国在线旅游市场规模
- 图表34 2013年中国在线旅行预订市场第三方在线代理商营收规模
- 图表35 2010-2013年中国在线旅游OTA市场营收规模
- 图表36 2010-2013年中国在线旅游OTA市场营收份额
- 图表37 2012-2013年中国在线旅游OTA市场营收规模
- 图表38 2013年中国在线旅游OTA市场营收份额
- 图表39 2013年我国酒店旅游类团购成交情况
- 图表40 中国在线酒店预订市场消费类型及价位区间
- 图表41 中国用户经常使用的机票在线预订服务提供商
- 图表42 我国在线旅游度假产业链结构
- 图表43 我国在线旅游度假产品提供商
- 图表44 我国在线旅游度假产品在线代理商
- 图表45 2013年中国在线旅游市场结构
- 图表46 2013年中国在线旅游度假市场交易份额
- 图表47 中国用户经常使用的打包度假产品在线服务提供商

- 图表48 2013年全国星级饭店规模结构情况（按星级分）
- 图表49 2013年全国星级饭店登记注册类型情况（按星级分）
- 图表50 2013年全国星级饭店基本指标统计表（按星级分）
- 图表51 2013年全国星级饭店主要指标统计表（按星级分）
- 图表52 2013年全国星级饭店主要指标排名前十名统计表
- 图表53 2013年重点旅游城市星级饭店规模结构（按星级分）
- 图表54 2013年重点旅游城市星级饭店主要指标排名前十名统计表
- 图表55 2013年全国星级饭店基本指标与上年同比情况表（按星级分）
- 图表56 2013年全国星级饭店主要指标比较（按星级分）
- 图表57 2013年度全国各地星级饭店数量分布情况
- 图表58 2013年度全国星级饭店基本情况表
- 图表59 2013年全国各地星级饭店财务状况统计完成情况表
- 图表60 2013年全国50个重点旅游城市星级饭店财务状况完成情况表
- 图表61 2013年全国星级酒店开业数（3星以上，按月份）
- 图表62 2013年全国星级酒店开业数（3星以上，按星级）
- 图表63 2013年全国星级酒店开业数（3星以上，按地区）
- 图表64 2013年全国星级酒店开业数（3星以上，按品牌）
- 图表65 2000-2013年中国经济型酒店规模增长
- 图表66 2005-2013中国十大省份经济型酒店客房规模增长
- 图表67 2005-2013中国十大城市经济型酒店客房规模增长
- 图表68 2012年中国经济型酒店房价结构情况
- 图表69 2014-2020年中国星级酒店运营数预测
- 图表70 2014-2020年中国星级酒店经营情况预测
- 图表71 2014-2020年中国经济型酒店运营数预测
- 图表72 2011年度中国餐饮百强企业名单
- 图表73 2010-2013年中国民航运输总周转量
- 图表74 2010-2013年中国民航运输旅客运输量
- 图表75 2010-2013年中国民航运输货邮运输量
- 图表76 2010-2013年中国民航运输机场起降架次
- 图表77 2013年中国各地区运输机场数量
- 图表78 2013年中国定期航班条数及里程
- 图表79 2013年各航空（集团）公司运输总周转量比重

- 图表80 2014-2020年中国民航运输总周转量预测
- 图表81 2014-2020年中国民航旅客运输量预测
- 图表82 2013年1-12月保险市场经营数据
- 图表83 2013年1-12月全国各地原保险保费收入情况表
- 图表84 中国在线旅游用户性别比例
- 图表85 中国在线旅游用户的年龄构成
- 图表86 中国在线旅游用户的学历构成
- 图表87 中国在线旅游用户的地域分布结构
- 图表88 中国在线旅游用户的收入结构
- 图表89 用户搜索旅游信息的时间周期
- 图表90 用户获取旅游信息的主要途径
- 图表91 用户选择的出行方式分布
- 图表92 用户选择的旅行方式分布
- 图表93 用户预订的旅游产品种类分布
- 图表94 用户预订旅游产品选择的方式
- 图表95 用户出行前预订旅游产品的时间分布
- 图表96 在线旅行预订运营商积分兑换礼品现金含量
- 图表97 在线旅行预订运营商积分兑换机票现金含量
- 图表98 影响个人旅客选择航班的因素
- 图表99 影响商务旅客选择航班的因素
- 图表100 旅客个人出行时最常使用的机票预订途径
- 图表101 旅客商务出行时最常使用的机票预订途径
- 图表102 中国在线机票服务网站访问次数份额
- 图表103 主要网络机票代理商日均在线销售的机票数量份额
- 图表104 用户通过旅游搜索查询的热门机票出发城市
- 图表105 用户通过旅游搜索查询的热门机票到达城市
- 图表106 影响用户选择酒店的因素
- 图表107 用户预订酒店的主要方式
- 图表108 用户搜索酒店时输入的热门关键词
- 图表109 用户搜索酒店时选择的热门酒店品牌
- 图表110 用户搜索酒店时选择的热门城市
- 图表111 通过专业旅游网站获取旅游信息的用户预订酒店的主要方式

- 图表112 在线旅游业五种竞争力量模型
- 图表113 携程旅游网站目标客户分类
- 图表114 携程旅游网站目标客户的地区分布
- 图表115 携程网的主要收入来源
- 图表116 携程旅行网的服务特色
- 图表117 2009-2013年携程网合并损益表
- 图表118 2012年携程网合并损益表
- 图表119 2013年携程网合并损益表
- 图表120 携程收购事件一览
- 图表121 2011年艺龙网合并损益表
- 图表122 2011年艺龙网不同业务收入情况
- 图表123 2012年艺龙网合并损益表
- 图表124 2012年艺龙网不同业务收入情况
- 图表125 2013年艺龙网合并损益表
- 图表126 2013年香港中旅综合损益表
- 图表127 2013年香港中旅主营业务收入分业务情况
- 图表128 2013年香港中旅主营业务收入分地区情况
- 图表129 2010-2013年香港中旅综合损益表
- 图表130 2010-2013年香港中旅主营业务收入分业务情况
- 图表131 2010-2013年香港中旅主营业务收入分地区情况
- 图表132 2012-2013年香港中旅综合损益表
- 图表133 2012-2013年香港中旅主营业务收入分业务情况
- 图表134 2014-2020年中国在线旅游预订市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201410/113019.html>