

2020-2026年中国在线旅游 产业发展现状与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国在线旅游产业发展现状与市场需求预测报告》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/202001/148498.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

2016年中国在线旅游市场交易规模达5,903.6亿元，增长率为33.3%，线上渗透率为12.0%，较去年相比提升1.3个百分点。尽管当前在线旅游行业进入稳定发展阶段，行业增长速度开始放慢，但在线旅游行业整体增长速度仍高于中国旅游业总收入增长速度，线上渗透率将保持增长。当前我国在线旅游市场渗透率已超过12%

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国在线旅游产业发展现状与市场需求预测报告》共十六章。首先介绍了在线旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国在线旅游规模及消费需求，然后对中国在线旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线旅游有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一部分 行业发展概况

第一章 在线旅游行业发展概述 1

第一节 行业相关概念 1

一、在线旅游产业定义 1

二、在线旅游产业产品范围 1

三、在线旅游产业的发展 1

第二节 在线旅游产业产品与服务 3

一、在线旅游产业主要业态 3

二、在线旅游产业组织形式 8

三、在线旅游产品种类 8

第三节 在线旅游产业投资特性分析 10

一、在线旅游产业赢利性 10

二、在线旅游产业成长性 12

三、在线旅游产业风险性 13

四、在线旅游业进入壁垒 14

第四节 在线旅游业现行管理体制分析	15
一、现行管理体制制约在线旅游业的发展	15
二、在线旅游协会在市场管理中的作用	17
三、对在线旅游行业行政管理体制改革的建议	18
第二章 旅游业市场发展分析	21
第一节 全球旅游市场发展分析	21
一、全球国际旅游人数分析	21
二、全球国际旅游收入分析	23
三、全球领先旅游业企业发展分析	34
第二节 中国国内旅游市场发展分析	58
一、2015-2017年中国国内旅游概况	59
二、2015-2017年国内旅游的发展特征	61
三、中国国内旅游市场“十三五”发展预测	67
第三节 中国入境旅游市场发展分析	72
一、2015-2017年中国入境旅游概况	72
二、2015-2017年入境旅游主要特点	79
三、入境旅游市场“十三五”发展预测	80
第四节 中国出境旅游市场发展分析	83
一、2015-2017年中国出境旅游概况	83
二、2015-2017年出境游目的地概况	83
三、出境旅游市场“十三五”发展预测	87
第五节 中国黄金周旅游市场发展分析	92
一、十一黄金周旅游市场发展分析	92
二、春节黄金周旅游市场发展分析	95
第六节 中国旅游业“走出去”机遇分析	99
一、旅游子行业海外市场扩张现状	99
二、旅游业海外扩张存在问题	107
三、未来海外市场前景展望	108
四、行业海外扩张对策建议	109
第三章 全球在线旅游市场发展分析	111

第一节 2016年全球在线旅游市场分析 111

- 一、2016年全球在线旅游市场回顾 111
- 二、2016年全球在线旅游市场环境 111
- 三、2016年全球在线旅游格局分析 112
- 四、2016年全球在线旅游行业发展分析 112

第二节 2017年全球在线旅游市场分析 112

- 一、2017年全球在线旅游需求分析 112
- 二、2017年全球在线旅游行业发展分析 113
- 三、2017年全球在线旅游市场环境 114
- 四、2017年中外在线旅游市场对比 114

第三节 主要国家地区在线旅游市场分析 117

- 一、2015-2017年美国在线旅游市场分析 117
- 二、2015-2017年欧洲在线旅游市场分析 118
- 三、2015-2017年日本在线旅游市场分析 121
- 四、2015-2017年东南亚在线旅游市场分析 124

第四章 2015-2017年中国在线旅游业运营态势分析 126

第一节 2015-2017年中国在线旅游产业的发展分析 126

- 一、我国在线旅游业的兴起与开发情况 126
- 二、在线旅游业在中国渐趋升温 129
- 三、我国在线旅游联姻分析 132

第二节 2015-2017年中国在线旅游业存在的问题 135

- 一、在线旅游发展中存在的阻碍 135
- 二、我国在线旅游开发的错误观念 139
- 三、影视作品对旅游业发展的消极影响 139
- 四、在线旅游结合存在的缺陷 139

第三节 2015-2017年中国在线旅游业开发的对策分析 141

第五章 中国在线旅游产业消费者行为调研 143

第一节 消费者旅游偏好调研 143

第二节 消费者行为习惯调研 143

- 一、不同性别消费者结构调研 143

- 二、不同年龄消费者结构调研 144
- 三、不同学历消费者结构调研 145
- 四、中国在线旅游地域分布比例调研 145
- 五、在线旅游用户收入结构调研 146
- 六、不同职业消费者调研 146

第六章 我国在线旅游市场发展研究 148

第一节 2017年我国在线旅游市场发展研究 148

第二节 2017年我国在线旅游市场情况 158

第七章 我国在线旅游市场调查分析 166

第一节 2017年我国在线旅游市场调查分析 166

一、主要观点 166

二、市场结构分析 167

三、竞争情况分析 167

四、经营商分析 168

第二节 2017年下半年我国在线旅游市场调查分析 169

一、主要观点 169

二、市场结构分析 173

三、竞争情况分析 174

四、经营商分析 176

第八章 中国在线旅游业子行业发展分析 178

第一节 旅游景区发展分析 178

一、旅游景区基本情况 178

二、旅游景区业绩增长分析 182

三、主题公园行业发展分析 185

四、旅游文化演艺行业发展分析 195

第二节 酒店业发展分析 200

一、星级饭店发展分析 200

二、经济型连锁酒店发展分析 208

三、中国酒店业发展趋势 213

第三节 餐饮业发展分析 216

一、餐饮业集中度分析 216

二、餐饮百强企业经营分析 216

三、餐饮业发展趋势 217

第四节 旅行社发展分析 219

一、旅游社行业发展概况 219

二、旅行社业务分析 220

三、旅行社行业总体结构分析 222

四、旅行社行业转型分析 223

五、国际旅行社行业的发展借鉴 227

第二部分 行业竞争状况

第九章 在线旅游行业竞争格局分析 231

第一节 现有企业间竞争 231

第二节 潜在进入者分析 235

第三节 替代品威胁分析 244

第四节 供应商议价能力 252

第五节 客户议价能力 257

第十章 国内外重点在线旅游公司竞争状况 259

第一节 携程 259

一、概况 259

二、竞争优势 266

三、经营和财务状况 267

四、发展战略 274

第二节 驴妈妈 281

一、概况 281

二、SWOT分析 286

三、发展战略 290

第三节 去哪儿 294

一、概况 294

二、竞争优势 300

三、经营和财务状况 303

四、发展战略 304

第四节 途牛 309

一、概况 309

二、竞争优势 312

三、发展战略 313

第五节 乐途旅游网 314

一、概况 314

二、发展历程 316

三、竞争优势 318

第六节 艺龙旅行网 319

一、概况 319

二、竞争优势 321

三、经营和财务状况 324

四、发展战略 332

第三部分 行业发展趋势

第十一章 在线旅游行业发展趋势分析 357

第一节 我国在线旅游行业前景与机遇分析 357

一、我国在线旅游行业发展前景 357

二、我国在线旅游发展机遇分析 358

三、2017年在线旅游的发展趋势分析 358

四、欧债危机对在线旅游行业的影响分析 361

第二节 2015-2017年中国在线旅游市场趋势分析 362

一、2015-2017年在线旅游市场发展空间 362

二、2015-2017年在线旅游发展趋势分析 363

三、2015-2017年在线旅游价格走势分析 367

四、2015-2017年国际环境对行业的影响 367

第十二章 未来在线旅游行业发展预测 368

第一节 未来在线旅游需求与消费预测 368

一、2020-2026年在线旅游消费预测 368

二、2020-2026年在线旅游市场规模预测 368
2016-2018年中国在线度假旅游市场交易规模预测

第二节 2020-2026年中国在线旅游行业供需预测 369

一、2020-2026年中国在线旅游供给预测 369

二、2020-2026年中国在线旅游需求预测 370

三、2020-2026年中国在线旅游供需平衡预测 373

四、2020-2026年中国在线旅游价格预测 375

第四部分 行业投资战略

第十三章 2015-2017年在线旅游行业投资现状分析 376

第一节 2015-2017年总体投资结构 376

第二节 2015-2017年投资规模情况 377

第三节 2015-2017年投资增速情况 379

第四节 2015-2017年分行业投资分析 379

第五节 2015-2017年外商投资情况 379

第十四章 在线旅游行业投资环境分析 381

第一节 经济发展环境分析 381

一、2015-2017年我国宏观经济运行情况 381

二、我国宏观经济形势趋势分析 383

三、2015-2017年投资趋势及其影响因素 384

第二节 政策法规环境分析 385

第三节 社会发展环境分析 386

第十五章 在线旅游行业投资机会与风险 388

第一节 行业活力系数比较及分析 388

一、2017年相关产业活力系数比较 388

二、2015-2017行业活力系数分析 392

第二节 行业投资收益率比较及分析 393

一、2017年相关产业投资收益率比较 393

二、2015-2017行业投资收益率分析 395

第三节 在线旅游行业投资效益分析 396

一、2015-2017年在线旅游行业投资状况分析 396

二、2020-2026年在线旅游行业投资效益分析	396
三、2020-2026年在线旅游行业投资趋势预测	397
四、2020-2026年在线旅游行业的投资方向	397
五、投资建议	397
六、新进入者应注意的障碍因素分析	398
第四节 影响在线旅游行业发展的主要因素	399
一、2020-2026年影响在线旅游行业运行的有利因素分析	399
二、2020-2026年影响在线旅游行业运行的稳定因素分析	399
三、2020-2026年影响在线旅游行业运行的不利因素分析	400
四、2020-2026年我国在线旅游行业发展面临的挑战分析	400
五、2020-2026年我国在线旅游行业发展面临的机遇分析	400
第五节 在线旅游行业投资风险及控制策略分析	401
一、2020-2026年在线旅游行业市场风险及控制策略	401
二、2020-2026年在线旅游行业政策风险及控制策略	401
三、2020-2026年在线旅游行业经营风险及控制策略	402
四、2020-2026年在线旅游行业技术风险及控制策略	402
五、2020-2026年在线旅游行业同业竞争风险及控制策略	403
第十六章 在线旅游行业投资战略研究	404
第一节 在线旅游行业发展战略研究	404
一、产业战略规划	404
二、技术开发战略	404
三、业务组合战略	404
四、区域战略规划	405
五、营销品牌战略	405
六、竞争战略规划	406
第二节 对我国在线旅游品牌的战略思考	406
一、企业品牌的重要性	406
二、在线旅游实施品牌战略的意义	407
三、在线旅游企业品牌的现状分析	408
四、我国在线旅游企业的品牌战略	408
第三节 在线旅游企业经营管理策略	410

- 一、成本控制策略 410
- 二、定价策略 411
- 三、产品竞争策略 411
- 四、并购重组策略 412
- 五、营销策略 414
- 六、人力资源管理策略 416
- 七、财务管理策略 418
- 第四节 在线旅游行业投资战略研究 420
 - 一、2017年文化产业投资战略 420
 - 二、2015-2017在线旅游投资概况 424
 - 三、2020-2026年在线旅游行业投资战略 425

部分图表目录：

- 图表：我国在线旅游产业链示意图 4
- 图表：2015-2017年我国出境人数增长情况 22
- 图表：我国消费者境外消费奢侈品种类 22
- 图表：2017年全球十大接待游客最多的国家 23
- 图表：酒店应对市场急剧变化的战略选择 49
- 图表：2017年我国旅行社前十位排名情况 59
- 图表：2017我国入境旅游接待情况 73
- 图表：2017年下半年我国接待入境旅游人数 74
- 图表：2017年我国入境接待前十地区 75
- 图表：2017年我国入境旅游外汇情况 75
- 图表：2017年下半年我国入境旅游外汇情况 75
- 图表：2017年主要客源国入境旅游人数和增长情况 76
- 图表：2017年主要客源市场情况 77
- 图表：2017年外国游客入境旅游情况 77
- 图表：2017年我国接待入境旅客过夜人数 78
- 图表：2017年下半年我国入境旅客过夜人数 78
- 图表：2017年我国入境外国游客来源情况 79
- 图表：2017年下半年我国入境游客目的情况 80
- 图表：2017年暑期海岛游预定TOP10 86

图表：世界主要国家商务旅行支出的增长率 91

图表：2015-2017年美国在线旅游市场规模及增长 118

图表：2017年美国在线旅游出游目的构成 118

图表：2015-2017年欧洲在线旅游市场规模 120

图表：2015-2017年欧洲在线旅游市场规模预测 121

图表：2015-2017年中国在线旅游市场营收情况 128

图表：中国在线旅游企业产业链代表企业 128

图表：我国在线旅游行业三大主要公司 129

图表：2017年主要网站在线酒店团购产品丰富度监测数据 130

图表：2017年在线旅游网站酒店团购产品主要地区分布 130

图表：2017年主要在线旅游网站团购产品丰富度监测 131

图表：我国在线旅游消费者性别比例 144

图表：2017年我国在线旅游消费者年龄结构 144

图表：我国在线旅游不同学历消费者比例 145

图表：我国在线旅游消费者不同地域分布 145

图表：我国在线旅游消费者不同收入水平分布 146

图表：我国在线旅游消费者不同职业分布 147

图表：2015-2017年中国在线旅游度假市场交易规模 154

图表：2015-2017年中国在线度假市场结构 155

图表：2017年中国在线旅游度假出境游市场结构 156

图表：2017年中国在线旅游度假周边游市场结构 157

图表：2017年中国在线旅游市场度假国内游市场结构 158

图表：国内旅游社交网站不正当商业行为 171

图表：2015-2017年中国在线旅游市场交易规模 174

图表：2015-2017年中国在线旅游OTA市场营收份额 175

图表：2017年第四季度在线旅游OTA市场份额 176

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/148498.html>