2021-2027年中国在线旅行预订行业发展趋势与战略咨询报告

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

《2021-2027年中国在线旅行预订行业发展趋势与战略咨询报告》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/202108/234966.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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国在线旅行预订行业发展趋势与战略咨询报告》共九章。首先介绍了在线旅行预订行业市场发展环境、在线旅行预订整体运行态势等，接着分析了在线旅行预订行业市场运行的现状，然后介绍了在线旅行预订市场竞争格局。随后，报告对在线旅行预订做了重点企业经营状况分析，最后分析了在线旅行预订行业发展趋势与投资预测。您若想对在线旅行预订产业有个系统的了解或者想投资在线旅行预订行业，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.一章 网上旅行预订相关概述
第.一节网上旅行预订特点及流程
第二节网上旅行预订分类
一、按服务类型分（订房、订票、旅游度假产品）
二、按运营商性质分（在线旅游服务商、传统旅游服务商线上分支、在线旅店预定服务商、传统航空公司自营、在线旅游搜索引擎）
三、按市场类型分（休闲旅游、商务旅游）

第二章 2015-2019年国际在线旅行预订市场探析
第.一节 2015-2019年世界在线旅行预定市场总况
一、世界在线旅行预订企业的兴起及特征分析
二、欧美旅行市场在线预订备受消费者青睐
三、亚太区在线旅行市场发展势头迅猛
四、拉丁美洲在线旅行预订市场发展空间大
第二节欧洲
一、欧洲在线旅行预订市场交易规模分析
二、欧洲在线旅行预订市场发展态势分析
三、机票佣金下调制约欧洲在线旅行市场发展

第三节美国
一、美国在线旅行预订市场交易规模分析
二、美国在线旅行预订市场厂商额调查分析
三、美国在线旅行预订用户促销方式喜好度调查分析
四、美国在线旅行预订市场运行状况
五、美国在线旅行市场机票预定量持续上升
六、影响美国在线旅行预订市场消费的因素分析

第三章 2015-2019年中国在线旅行预订市场深度聚焦
第.一节 2015-2019年中国在线旅行预订市场发展概况
一、我国在线旅行市场主要核心产品发展概况
二、我国在线旅行预订市场发展呈现新亮点
三、推动我国在线旅行预订市场发展的主要因素
四、诚信渐成我国在线旅行预订市场发展的重要因素
五、欧洲游热潮催热中国在线旅行预订市场
六、我国手机在线旅行预订市场逐渐兴起
第二节 2015-2019年中国在线旅行预订市场发展分析
一、我国在线旅行预订市场呈现新特点
二、中国网上旅游预订市场发展大事回顾
三、2019年国内在线旅行预订经营状况回顾
第三节 2019年中国在线旅行预订市场发展分析
一、2019年我国在线旅行预订市场运行概况
二、2019年国内在线旅行预订市场运行情况综述
三、2019年我国在线旅行预订市场运行状况
第四节 2015-2019年中国在线旅行预订网站建设分析
一、在线旅行预订网站的兴起
二、在线旅行预订网站的竞合格局概述
三、传统旅行社建设在线网站的优劣势
四、在线旅行预订网站建设的关键点分析
五、省市在线旅行预订网站建设思路分析
六、旅行社建设在线网站的相关建议
第五节 2015-2019年中国在线旅行预订市场发展存在的问题及策略

一、我国在线旅行预订市场运行的主要弊端
二、提高我国在线旅行市场预订量势在必行
三、在线旅行预订市场服务的通用途径分析
四、我国在线旅行网站市场突破的新观念分析

第四章 2015-2019年中国在线旅行预订市场运营模式及产业链分析
第.一节在线旅行预订市场商业模式发展概述
一、在线旅行预订市场商业模式的定义
二、在线旅行预订市场商业模式的构成要素
三、在线旅行预订市场新型商业模式发展分析
第二节携程旅游网商业模式解析
一、客户价值分析
二、收入来源分析
三、商业范围分析
四、网站定价分析
第三节中国在线旅行预订市场产业链运行分析
一、在线旅行预订市场产业链简介
二、我国网上旅行预订市场产业链运行状况
三、航空公司机票直销发展情况综述
四、酒店直销运行概况
五、垂直搜索类旅游网站发展特点分析

第五章 2015-2019年中国在线旅行预订市场用户调研
第.一节中国在线旅行预订市场用户概述
一、我国在线旅行预订市场用户基本特征分析
二、年我国网上旅游预订市场用户量发展概况
三、阻碍在线旅行市场用户预定酒店的因素及建议
四、消费返还力度与用户黏性的关联度分析
第二节我国在线旅行预订市场用户信息获取调查分析
一、用户了解信息的时间周期
二、用户了解信息的主要途径
第三节我国在线旅行预订市场用户机票预订行为调查分析

一、影响旅客选择航班的主要因素
二、用户预订机票的主要途径
三、用户订票时选择的热门城市
第四节我国在线旅游预订市场用户酒店预订行为调查分析
一、影响用户选择酒店的主要因素
二、用户预订酒店的主要方式
三、用户搜索酒店时的主要关键词
四、用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌
五、用户搜索酒店时选择的主要城市

第六章 2015-2019年中国在线旅行预订市场竞争态势分析
第.一节 2015-2019年中国在线旅行预订市场竞争概况
一、我国在线旅行预订市场的主要竞争格局
二、我国在线旅行市场兼并组合渐成主流
三、在线旅行垂直搜索类网站与传统类网站竞争态势分析_
四、新模式诞生引发在线旅行预订市场竞争升级
五、机票代理费率下调对在线旅行预订市场竞争的影响分析
第二节 2015-2019年中国在线旅行预订市场价格战的原因探析
第三节中国在线旅行预订市场的竞争策略分析
一、我国在线旅游企业的主要竞争策略分析
二、我国在线旅行预订市场竞争的营销对策
三、在线旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议

第七章中国在线旅行预订重点企业及网站运营动态及竞争力分析
第.一节 expedia
一、公司简介
二、expedia集团在中国在线旅行市场发展情况综述
三、2021-2027年艺龙网经营状况
四、酷讯网发展情况综述
第二节携程旅行网
一、公司简介
二、携程网经营状况

三、携程集团化发展战略分析
四、携程加大市场收购整合力度
第三节去哪儿网
一、公司简介
二、去哪儿网的发展策略分析
三、去哪儿网首次推出网上预订环节
四、去哪儿网探索市场发展新蓝海
五、去哪儿网推出搜索新模式
第四节芒果网
一、网站简介
二、芒果网在线旅行的市场定位分析
三、芒果网在线旅行预订市场发展经验综述
四、芒果网积极拓展低价在线预订市场
五、芒果网力推在线新业务应对市场竞争
第五节其他企业及网站
一、快乐e行
二、同程网
三、阳光旅行网
四、真旅网

第八章 2021-2027年中国在线旅行预订市场前景预测
第.一节 2015-2019年中国在线旅游市场投资环境分析
一、我国在线旅游市场发展环境不断改善
二、未来我国在线旅游市场发展空间大
第二节 2021-2027年中国网上旅行预订行业投资机会分析
一、无线终端应用的兴起给在线旅游企业带来发展机遇
二、我国在线旅游市场发展面临新机会
三、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机
四、网上预订旅行投资吸引力分析
第三节 2021-2027年中国网上旅行预订行业投资风险预警
一、市场运营机制风险
二、市场竞争风险

三、其它风险
第四节投资指导

第九章 2021-2027年中国网上旅行预订行业发展趋势与前景展望( )
第.一节 2021-2027年中国网上旅行预订行业发展前景分析
一、殴债危机下中国网上旅行预订市场的发展思考
二、投资者看好中国在线旅行预订市场，发展前景广阔
第二节 2021-2027年中国网上旅行预订行业发展趋势分析
一、网上旅行预订用户呈现知识化趋势
二、网上旅游业未来发展趋势
三、全网络旅行模式或将成未来旅游发展方向
第三节 2021-2027年中国网上旅行预订市场盈利预测分析

部分图表目录：

图表 2015-2019年全球三大地区旅游市场网络预订订单占该区全部旅游订单的比例
图表 2019年亚太地区在线旅游网站统计数据
图表欧洲在线个人休闲旅游/非集中管理的商务旅游交易规模
图表 2019年欧洲休闲旅游销售情况
图表 2019年欧洲在线旅游收入占总收入比例
图表 2019年欧洲在线旅游搜索数据
图表美国在线个人休闲旅游/非集中管理的商务旅游交易规模
图表美国在线旅行预订运营商市场额
图表美国在线旅行预订用户最喜欢的促销方式
图表 2015-2019年美国在线旅游销售规模及增长情况
图表美国在线旅游消费者最终放弃在线交易的原因
图表美国消费者可以接受旅游网站出现问题的次数
图表 2015-2019年中国星级酒店数量及增长率
图表 2015-2019年中国在线订票市场规模及增长情况
图表 2015-2019年中国在线旅行预订用户规模占互联网用户规模的比重
图表在线旅行预订运营商积分兑换礼品现金含量
图表在线旅行预订运营商积分兑换机票现金含量
图表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

更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.cction.com/report/202108/234966.html