

# 2022-2028年中国在线旅游 APP行业发展趋势与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国在线旅游APP行业发展趋势与投资前景预测报告》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/202112/259768.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

自2013年10月《旅游法》发布以来，对于传统线下旅行社造成较大冲击，由于在线旅游拥有价格透明，产品多样化等优势，因此形成游客线下到线上的转移的趋势。展望未来，度假业务增长将成为行业核心看点。 2018年中国在线旅游市用户规模达3.6亿人，2019年在线旅游用户规模达3.9亿人。2015-2019年在线旅游用户规模及增长走势 而在旅游市场整体不断增长的情况下，我国在线旅游市场也随之增长。进入2019年，我国在线旅游行业保持快速增长势头，个性化及品质型消费升温，夜间旅游、出境游等成为旅游消费新热点。 数据显示，2019年上半年大型在线旅游平台要营业指标同比增长19%以上，超过去年增速的2倍。美团点评、携程、同程艺龙等上市OTA旅游相关营业收入的增速均超过16%，在酒店业务或间夜量等单项业务指标上实现了21%以上的增长。 与此同时出境游也呈现平稳较快增长。数据显示，2019年上半年，我国出境旅游人数同比增长14%，国际航线旅客运输量同比增长16.5%。从出境游目的地来看，主要以周边的国家和地区为主。 而从用户人群来看，80、90后已成为我国在线旅游市场的消费主力人群。根据数据显示，在我国在线旅游用户人群中，31-40岁的用户比例高达43%，24岁以下及24-30岁的用户比例分别达到18.8%和16%，占据较大的份额。转换为年龄层级来看，80后和90后的比例占据在线旅游的77.8%。

我国在线旅游用户人群分布情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国在线旅游APP行业发展趋势与投资前景预测报告》共十章。首先介绍了中国在线旅游APP行业市场发展环境、在线旅游APP整体运行态势等，接着分析了中国在线旅游APP行业市场运行的现状，然后介绍了在线旅游APP市场竞争格局。随后，报告对在线旅游APP做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线旅游APP行业发展趋势与投资预测。您若想对在线旅游APP产业有个系统的了解或者想投资中国在线旅游APP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。 报告目录：第一章 在线旅游APP行业产品定义及行业概述发展分析第一节 在线旅游APP行业产品定义一、在线旅游APP行业产品定义及分类二、在线旅游APP行业产品应用范围分析三、在线旅游APP行业发展历程四、在线旅游APP行业发展地位及影响分析第二节 在线旅游APP行业产业链发展环境简析一、在线旅游APP行业产业链模型理论二、在线旅游APP行业产业链示意图及相关概述第三节 经济环境一、国民经济运行情况GDP（季度更新）二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）三、全国居民收入情况（季度更新）四、恩格尔系数（年度更新）五、工业发展形势（月度更新）六、固定资产投资情况（季度更新）七、2020年我国宏观经济发展预测第四节 在线旅游APP行业税收及进出口关税第五节 社会环境

一、人口数量及老龄化分析二、网民规模情况三、90后消费群体特点分析第六节在线旅游APP技术发展现状一、在线旅游APP行业技术发展二、在线旅游APP生产工艺一、在线旅游APP技术发展趋势第二章2015-2019年在线旅游APP行业国内外市场发展概述第一节2015-2019年全球在线旅游APP行业发展分析一、全球在线旅游APP经济发展现状及预测二、全球在线旅游APP行业技术发展现状三、全球在线旅游APP行业发展概述第二节2015-2019年全球在线旅游APP行业供需及规模分析一、全球在线旅游APP行业市场供需情况二、全球在线旅游APP行业市场规模及区域分布情况三、全球在线旅游APP行业重点国家市场分析四、全球在线旅游APP行业发展热点分析五、2022-2028年全球在线旅游APP行业市场规模预测第三节2015-2019年中国及全球在线旅游APP行业对比分析一、中国在线旅游APP行业生命周期分析二、中国在线旅游APP行业市场成熟度情况三、中国和国外在线旅游APP行业对比SWTO第四节2015-2019年全球在线旅游APP所属行业相关产品进出口情况第三章2015-2019年我国在线旅游APP行业发展现状第一节中国在线旅游APP行业发展概述一、中国在线旅游APP行业发展现状 在线旅游4款头部App的在装重合度约在30%-70%左右，但它们的活跃重合度均在1%以下，说明用户虽装有多款App，但实际上却只会使用较习惯的App，用户使用偏好已经形成，池子里的水很难向别处流动携程VS去哪儿在线旅游4款头部App在装重合度情况携程VS飞猪在线旅游4款头部App在装重合度情况携程VS途牛在线旅游4款头部App在装重合度情况携程VS同程在线旅游4款头部App在装重合度情况二、中国在线旅游APP发展面临的问题三、2015-2019年中国在线旅游APP行业市场规模四、中国在线旅游APP行业需求客户结构第二节我国在线旅游APP行业发展状况一、2015-2019年中国在线旅游APP行业产值情况二、2019年我国在线旅游APP产值区域分布分析第三节2015-2019年中国在线旅游APP行业产量分析第四节2019年在线旅游APP行业需求分析一、2015-2019年我国在线旅游APP行业需求分析二、2015-2019年我国在线旅游APP市场价格走势分析第四章在线旅游APP行业竞争态势分析第一节在线旅游APP行业集中度分析一、在线旅游APP市场集中度分析二、在线旅游APP企业分布区域集中度分析三、在线旅游APP区域消费集中度分析第二节在线旅游APP行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业全年营业收入对比分析四、重点企业利润总额对比分析五、重点企业综合竞争力对比分析第三节在线旅游APP行业竞争格局分析一、2019年在线旅游APP行业竞争分析二、2019年中外在线旅游APP产品竞争分析三、2019年我国在线旅游APP市场竞争分析四、近年国内在线旅游APP行业重点企业发展动向第五章2015-2019年中国在线旅游APP所属行业运行及进出口分析第一节2015-2019年中国在线旅游APP所属行业总体运行情况一、在线旅游APP企业数量及分布二、在线旅游APP行业从业人员统计第二节2015-2019年中国在线旅游APP所属行业运行数据一、行业资产情况分析二、行业销售情况分析三、行业利润情况分析第三节2015-2019年中国在线旅

游APP所属行业成本费用结构分析 第四节 2015-2019年中国在线旅游APP所属行业经营成本情况 第五节 2015-2019年中国在线旅游APP所属行业管理费用情况 第六节 中国在线旅游APP所属行业或相关行业进出口分析1、2015-2019年所属行业进出口数量及金额2、行业进口分国家3、行业出口分国家 第六章 2015-2019年中国在线旅游APP行业区域发展分析 第一节 中国在线旅游APP行业区域发展现状分析 第二节 2015-2019年华北地区一、华北地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测 第三节 2015-2019年东北地区一、东北地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测 第四节 2015-2019年华东地区一、华东地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测 第五节 2015-2019年华南地区一、华南地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测 第六节 2015-2019年华中地区一、华中地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测 第七节 2015-2019年西部地区一、西部地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测 第七章 在线旅游APP重点企业发展分析 第一节 A公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析 第二节 B公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析 第三节 C公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析 第四节 D公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析 第五节 E公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析 第六节 F公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析 第八章 2015-2019年中国在线旅游APP行业上下游主要行业发展现状分析 第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析一、A行业发展分析1、行业市场规模情况2、产品价格分析3、产品生产情况二、B行业发展分析1、行业市场规模情况2、产品价格分析3、产品生产情况&hellip;&hellip; 第二节 2015-2019年主要下游产业发展分析一、D行业发展分析1、行业现状分析2、行业发展前景二、E行业发展分析1、行业现状分析2、行业发展前景&hellip;&hellip; 第九章 2022-2028年中国在线旅游APP行业发展预测分析 第一节 2022-2028年中国在线旅游APP行业产量预测 第二节 2022-2028年中国在线旅游APP行业需求量预测 第三节 2022-2028年中国在线旅游APP行业规模预测 第四节 2022-2028年中国产业的前景及趋势一、中国在线旅游APP市场发展前景乐观二、2020年中国在线旅游APP市场消费趋势分析 第五节 2022-2028年中国在线旅游APP行业发展趋势一、中国在线旅游APP行业的发展前景二、2022-2028年中国在线旅游APP产业规划分析三、我国在线旅游APP行业的标准化发展趋势 第六节 2022-2028年中国在线旅游APP行业&ldquo;走出去&rdquo;发展分析 第十章 在线旅游APP

行业投资前景研究及销售战略分析()第一节 影响在线旅游APP行业发展的主要因素一、影响在线旅游APP行业运行的有利因素二、影响在线旅游APP行业运行的稳定因素三、影响在线旅游APP行业运行的不利因素四、我国在线旅游APP行业发展面临的挑战五、我国在线旅游APP行业发展面临的机遇第二节 行业投资形势分析一、2015-2019年中国行业投资规模二、行业投资壁垒三、行业SWOT分析四、行业五力模型分析第三节 2022-2028年在线旅游APP行业投资效益分析第四节 2022-2028年在线旅游APP行业投资前景研究研究第五节 在线旅游APP行业投资前景预警一、2022-2028年在线旅游APP行业市场风险预测二、2022-2028年在线旅游APP行业政策风险预测三、2022-2028年在线旅游APP行业经营风险预测四、2022-2028年在线旅游APP行业技术风险预测五、2022-2028年在线旅游APP行业竞争风险预测六、2022-2028年在线旅游APP行业其他风险预测第六节 市场策略分析一、在线旅游APP价格策略分析二、在线旅游APP渠道策略分析第七节 销售策略分析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析第八节 提高在线旅游APP企业竞争力的策略一、提高中国在线旅游APP企业核心竞争力的对策二、在线旅游APP企业提升竞争力的主要方向三、影响在线旅游APP企业核心竞争力的因素及提升途径四、提高在线旅游APP企业竞争力的策略第九节 对我国在线旅游APP品牌的战略思考一、在线旅游APP实施品牌战略的意义二、在线旅游APP企业品牌的现状分析三、我国在线旅游APP企业的品牌战略四、在线旅游APP品牌战略管理的策略第十节 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、重点客户战略管理四、重点客户管理功能()

图表目录：图表：在线旅游APP行业历程图表：在线旅游APP行业生命周期图表：在线旅游APP行业产业链分析图表：2015-2019年在线旅游APP行业产能分析图表：2015-2019年在线旅游APP行业市场规模分析图表：2015-2019年在线旅游APP行业产量分析图表：2015-2019年在线旅游APP行业需求量分析图表：2019年在线旅游APP行业需求领域分布格局图表：2022-2028年在线旅游APP行业市场规模预测图表：中国在线旅游APP行业盈利能力分析图表：中国在线旅游APP行业运营能力分析图表：中国在线旅游APP行业偿债能力分析图表：中国在线旅游APP行业发展能力分析图表：中国在线旅游APP行业经营效益分析图表：2022-2028年在线旅游APP行业市场规模预测图表：2022-2028年在线旅游APP行业产量预测图表：2022-2028年在线旅游APP行业需求量预测

更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/259768.html>