

# 2024-2030年中国在线旅行 预订行业发展趋势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](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国在线旅行预订行业发展趋势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/202312/429843.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《2024-2030年中国在线旅行预订行业发展趋势与市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章 国际在线旅行预订市场发展分析 第一节 在线旅行预订相关概念 一、网上旅行预订的含义 二、网上订房的含义 三、网上订票的含义 四、网上旅行预订市场规模的含义 第二节 世界在线旅行预订市场总体发展概况 一、世界在线旅行预订企业的兴起及特征 二、欧美旅行市场在线预订受消费者青睐 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 第三节 欧洲 一、欧洲在线旅行预订市场分析 二、欧洲在线旅行预订市场分析 三、欧洲在线旅行预订市场分析 第四节 美国 一、美国在线旅行预订市场交易规模 二、美国在线旅行预订市场运行状况 三、美国在线旅行预订市场格局分析 四、影响美国在线旅行预订市场消费的因素 五、美国在线旅行预订市场未来发展趋势 第二章 中国在线旅行预订市场发展分析 第一节 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、国内在线旅游预订市场逐步趋向细分化 五、出境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 中国在线旅行预订市场分析 一、我国在线旅行预订市场发展回顾 二、国内在线旅行预订市场经营状况 三、中国在线旅行预订市场变局分析 第三节 中国在线旅行预订市场分析 一、中国在线旅行预订市场规模及结构 二、我国在线旅行预订市场的发展走势 三、在线旅行预订市场运行状况 四、国内旅游在线预订市场投资升温 第四节 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争格局概述 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、旅行社建设在线预订网站的相关建议 第五节 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存在的主要弊端 二、我国在线旅行市场面临的挑战及对策 三、在线旅行预订市场服务的通用途径分析 四、在线旅行预订网站应寻求差异化发展 第三章 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、我国在线旅行预订产业链运行状况 三、产业链上游企业直销发

展情况 四、在线旅行预订代理商发展状况 五、在线旅游媒介类网站发展状况 第四章 中国在线旅行预订市场用户分析 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、我国在线旅行预订用户量再创新高 三、我国网上旅游预订市场用户简析 四、消费返还力度与用户黏性的关联度分析 五、我国在线旅行预订市场用户信息获取分析 第二节 我国在线旅行预订市场用户预订行为分析 一、用户出行行为分析 二、用户预订旅游产品行为分析 三、用户出行前预订旅游产品的时间 第三节 我国在线旅行预订市场用户机票预订行为分析 一、机票在线预订用户群体快速扩张 二、影响旅客选择航班的主要因素 三、用户预订机票的主要途径 四、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 六、用户不选择酒店预订的原因 第五章 中国在线旅行预订市场竞争分析 第一节 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基本格局 二、垂直搜索网站与传统类旅游网站竞争加剧 三、新模式诞生引发在线旅行预订市场竞争升级 四、在线旅游行业预订服务与广告服务的竞争 五、我国酒店在线预订系统的竞争优劣势比较 第二节 中国在线旅行预订市场竞争分析 一、我国在线旅行预订市场竞争格局 二、国内在线旅行预订市场的竞争形势 三、我国在线旅行预订市场价格战解析 四、中国银联在线支付涉足旅行预订市场 五、国内在线预订网站开拓团购旅游市场 第三节 中国在线旅行预订市场的竞争态势 一、我国在线旅游预订市场传统格局面临调整 二、强强联合加速国内在线旅行预订市场整合 三、网购平台崛起引发在线旅行预订业变局 四、我国在线旅游预订行业进入壁垒渐显 第四节 中国在线旅行预订市场的竞争策略 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 第六章 重点企业及网站 第一节 EXPEDIA 一、公司简介 二、Expedia集团在中国市场发展 三、艺龙网经营状况 四、Expedia旗下酷讯进行战略调整 五、Expedia公司批准分拆上市计划 第二节 携程旅行网 一、公司简介 二、携程网经营状况 三、携程网经营状况 四、携程网经营状况 五、携程集团化发展战略分析 六、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、去哪儿网持续快速发展 三、去哪儿网推出“担保通” 四、去哪儿网与腾讯加强旅游搜索合作 五、去哪儿网的发展策略分析 第四节 芒果网 一、公司简介 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综述 四、芒果网旗下青芒果网运营情况良好 第五节 其他企业及网站 一、同程网 二、快乐e行 三、途牛旅游网 四、驴妈妈旅游网 五、51766旅游网 第七章 中国在线旅行预订市场前景展望 第一节 在线旅游市场发展环境 一、我国在线旅游市场发展环境不断改善 二、我国在线旅游市场发展空间较大 三、无线终端应用称在线旅游业发展契机 四、我国在线旅游预订市场面临发

展机遇 第二节 在线旅行预订市场发展趋势及预测 一、我国在线旅行预订市场未来发展趋势  
二、国内在线旅行预订市场未来运行方向 三、中国在线旅行预订市场规模预测  
略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服 图表目录 图表：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：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：欧洲休闲旅游销售情况 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份额 图表：美国在线旅行预订用户最喜欢的促销  
方式 图表：美国在线旅游销售规模情况及预测 图表：美国在线旅游消费者最终放弃在线交  
易的原因

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/429843.html>