2024-2030年中国在线旅游
产业发展现状与战略咨询报告

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

《2024-2030年中国在线旅游产业发展现状与战略咨询报告》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/202312/429667.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

在线旅游（OTA，全称为Online Travel Agency），是旅游电子商务行业的专业词语。指“旅游消费者通过网络向旅游服务提供商预定旅游产品或服务，并通过网上支付或者线下付费，即各旅游主体可以通过网络进行产品营销或产品销售”。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国在线旅游产业发展现状与战略咨询报告》共十章。首先介绍了在线旅游行业市场发展环境、在线旅游整体运行态势等，接着分析了在线旅游行业市场运行的现状，然后介绍了在线旅游市场竞争格局。随后，报告对在线旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了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1章：中国在线旅游行业发展综述
1.1 在线旅游行业概述
1.1.1 在线旅游的概念及价值
（1）在线旅游的定义
（2）在线旅游的价值
1.1.2 在线旅游的分类
（1）按平台类型
（2）按服务内容
1.2 在线旅游行业产业链分析
1.2. 1 在线旅游产业链构成主体
（1）上游供应商
（2）媒介&营销平台
1）在线旅游代理商
2）平台运营商
3）信息渠道商

（3）终端用户

（4）在线旅游产业链运作特征

1.3 在线旅游行业发展环境

1.3.1 在线旅游行业政策环境

（1）行业相关政策及规划汇总

（2）行业重点政策及规划解读

1.3.2 在线旅游行业经济环境

（1）国际经济环境分析

1）国际宏观经济运行情况

2）国际宏观经济走势预测

3）国际经济环境对国内旅游行业的影响

（2）国内经济运行情况

1）国内宏观经济运行情况

2）国内宏观经济走势预测

3）宏观经济与旅游行业相关性

1.3.3 在线旅游行业社会环境

（1）我国人口结构特征

1）人口年龄结构变化

2）城乡人口结构变化

（2）我国居民收入水平

1）我国居民收入水平

2）我国居民收入结构特征

（3）我国居民消费水平

1）居民消费支出水平

2）居民消费价格变动情况

3）消费结构升级对行业发展的影响

（4）社会环境对行业发展的影响分析

1.3.4 在线旅游行业技术环境

（1）互联网的普及现状

1）规模与普及率

2）手机网民规模

（2）移动支付快速发展

（3）在线旅游技术发展
1）行业专利申请数量
2）行业专利公开数量
3）行业专利类型分析
4）技术重点企业分析
5）行业热门技术分析
（4）技术环境对行业发展的影响分析
1.4 在线旅游行业发展机遇与威胁分析

第2章：全球在线旅游行业发展分析
2.1 全球旅游行业景气程度分析
2.1.1 全球国际旅游人数
2.1.2 全球国际旅游收入
2.1.3 全球国际旅游支出
2.2 全球在线旅游行业发展分析
2.2.1 全球在线旅游行业发展现状
2.2.2 主要地区在线旅游行业发展
（1）美国在线旅游市场分析
（2）欧洲在线旅游市场分析
（3）亚太在线旅游市场分析
2.2.3 全球在线旅游行业发展趋势
2.3 国外在线旅游企业发展分析
2.3.1 Expedia
（1）公司发展历程
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司经营策略分析
（5）公司在华业务拓展
2.3.2 Priceline
（1）公司发展历程
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析

（4）公司在华业务拓展
（5）公司最新发展动向
2.3.3 Orbitz Worldwide
（1）公司发展历程
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司最新发展动向
2.3.4 MakeMyTrip
（1）公司发展历程
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司最新发展动向
2.3.5 Kayak
（1）公司发展历程
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司最新发展动向
2.3.6 TravelZoo
（1）公司发展历程
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司在华业务拓展
（5）公司最新发展动向

第3章：中国在线旅游行业发展现状及调研分析
3.1 在线旅游行业发展阶段
3.2 在线旅游行业运营情况
3.2.1 在线旅游用户规模
3.2.2 在线旅游市场规模
3.2.3 在线旅游行业渗透率
3.3 中国在线旅游用户调研分析
3.3.1 中国旅游用户调研分析

（1）国人外出旅游意愿调查
（2）国人旅游消费支出水平
（3）国人旅游时间选择调研
（4）中国旅游者最关注的因素
（5）选择旅游的主要原因
（6）旅游方式调研
（7）国人旅游的预订方式调研
3.3.2 中国在线旅游用户调研分析
（1）在线旅游访问次数结构
（2）在线旅游消费人群结构
1）性别结构
2）消费水平
3）地域分布
4）年龄分布

第4章：中国在线旅游产品与服务分析
4.1 在线旅游行业产品与服务结构
4.2 在线旅游住宿市场分析
4.2.1 住宿行业销售渠道分析
（1）星级酒店销售渠道格局
（2）经济型酒店销售渠道格局
（3）不同销售渠道成本比较
4.2.2 在线旅游住宿产业链分析
（1）产业链简介
（2）产业链特点
4.2.3 在线旅游住宿市场现状
（1）在线旅游住宿市场交易规模
（2）在线旅游住宿用户数量
4.2.4 在线旅游住宿不同模式
（1）酒店官网预订
（2）酒店OTA
（3）酒店CRS

（4）在线预订模式比较
4.2.5 在线旅游住宿市场格局
（1）在线旅游住宿市场份额
（2）在线预订网站覆盖人数
（3）在线预订网站价格分布
（4）在线预订网站产品情况
4.2.6 在线旅游住宿新模式
（1）Last Minute模式
（2）逆向拍卖模式
4.2.7 在线旅游住宿市场趋势
4.3 在线旅游交通市场分析
4.3.1 在线旅游交通市场分析
（1）在线旅游交通交易规模分析
（2）在线旅游交通销售渠道格局
（3）在线旅游交通销售渠道特征
4.3.2 在线旅游交通市场现状
（1）在线旅游交通产业链
（2）在线旅游交通市场规模
4.3.3 在线旅游交通市场竞争
（1）在线旅游交通交易主体分析
（2）在线旅游交通市场格局
（3）在线旅游交通平台优劣势分析
4.3.4 在线旅游交通市场趋势
4.4 在线旅游度假市场分析
4.4.1 旅游度假产品在线预订情况分析
（1）旅游度假产品在线预订频率
（2）旅游度假产品在线预订类型
（3）旅游度假产品在线预订时间段
4.4.2 旅游度假产品在线预订市场规模
4.4.3 旅游度假产品在线预订市场格局
4.5 在线旅游其它服务市场分析
4.5.1 在线汽车租赁服务分析

（1）市场格局
（2）市场动向
4.5.2 网上购买景区门票分析
（1）渐成趋势
（2）需防受骗

第5章：中国在线旅游竞争格局分析
5.1 在线旅游企业竞争格局分析
5.1.1 在线旅游市场企业竞争格局
（1）品牌市场份额
（2）活跃人数竞争格局
5.1.2 在线旅游企业市场定位对比
5.1.3 在线旅游业务布局对比
5.1.4 在线旅游业务优劣势对比
5.1.5 在线旅游企业运营模式对比
5.2 在线旅游行业五力分析
5.2.1 现有企业之间的竞争
5.2.2 供应商的议价能力
5.2.3 下游客户的议价能力
5.2.4 行业潜在进入者威胁
5.2.5 旅游服务替代品威胁
5.3 在线旅游行业竞争发展趋势
5.3.1 在线旅游行业竞争格局发展预测
5.3.2 在线旅游行业

第6章：中国在线旅游行业商业模式分析
6.1 在线旅游行业商业模式分类
6.1.1 基于产生条件的分类
6.1.2 基于业态的分类
6.1.3 基于服务内容的分类
6.1.4 基于经营模式的分类
6.2 在线旅游行业商业模式演变分析

6.2.1 行业商业模式发展进程
6.2.2 行业商业模式演化动力
6.2.3 行业商业模式模型分析
（1）价值对象
（2）产品与服务
（3）盈利模式
（4）资源配置
6.2.4 行业商业模式演变规律
（1）商业模式的建构过程
（2）商业模式的重构
（3）商业模式演变规律
6.3 在线旅游企业商业模式案例分析
6.3.1 Expedia
（1）公司发展简介
（2）公司发展特点分析
（3）公司商业模式分析
6.3.2 American Express
（1）公司发展简介
（2）公司发展历程分析
（3）公司商业模式分析
6.3.3 Priceline
（1）公司发展简介
（2）公司商业模式分析
6.3.4 携程
（1）公司发展简介
（2）公司发展历程分析
（3）公司商业模式分析
6.3.5 去哪儿
（1）公司发展简介
（2）公司发展历程分析
（3）公司商业模式分析
6.4 在线旅游行业商业模式发展趋势

6.4.1 商业模式转变的驱动力
6.4.2 商业模式发展趋势分析
（1）商业模式创新层出不穷
（2）一站式服务将成主流形式
（3）旅游计划网站将成为热点
（4）移动在线旅行服务将是大势所趋

第7章：中国在线旅游行业细分模式分析
7.1 在线旅游代理（OTA）模式
7.1.1 在线旅游代理发展概述
7.1.2 在线旅游代理盈利模式
7.1.3 在线旅游代理营收规模
7.1.4 在线旅游代理细分业务
（1）机票代理业务营收规模
（2）酒店代理业务营收规模
（3）度假及其他市场营收规模
7.1.5 在线旅游代理市场竞争
（1）在线旅游代理市场格局
（2）在线旅游代理竞争方式
（3）在线旅游代理竞争趋势
7.1.6 在线旅游代理发展趋势
（1）在线旅游代理商仍具有较大的市场空间
（2）代理商急需加快产业链重组
7.1.7 在线旅游代理产业链重组
（1）产业链整合
（2）创新服务模式
（3）产业链整合不足之处
7.1.8 在线旅游代理发展策略
（1）战略联盟策略
（2）全业务渗透策略
（3）差别化发展策略
7.2 旅游企业在线直销模式

7.2.1 酒店在线直销分析

（1）酒店网络营销发展历程

（2）酒店在线直销发展模式

（3）酒店在线直销现状分析

（4）酒店在线直销市场规模

（5）酒店在线直销案例分析

（6）酒店在线直销SWOT分析

7.2.2 旅行社在线直销分析

（1）旅行社电子商务SWOT分析

（2）旅行社在线直销发展模式

（3）旅行社在线直销发展现状

（4）旅行社在线直销案例分析

7.2.3 航空公司在线直销分析

（1）航空公司客票销售模式分析

（2）航空公司客票在线直销现状

（3）航空公司客票在线直销比例

（4）航空公司客票在线直销优劣势

（5）航空公司客票在线直销案例

7.2.4 旅游景区在线直销分析

（1）旅游景区网站建设情况分析

（2）旅游景区在线直销现状分析

（3）旅游景区在线直销案例分析

（4）旅游景区在线直销制约因素

7.3 旅游产品第三方交易平台（TTP）

7.3.1 旅游产品垂直搜索网站

（1）垂直搜索引擎概述

（2）旅游垂直搜索引擎概述

（3）旅游垂直搜索发展现状

（4）旅游网络信息搜索行为分析

（5）旅游垂直搜索网站盈利模式

（6）旅游垂直搜索网站SWOT分析

7.3.2 旅游点评社区网站

（1）旅游点评社区网站发展背景
（2）旅游点评社区网站发展模式
（3）旅游点评社区网站作用机制
（4）旅游点评网站盈利模式分析
（5）旅游点评社区网站发展现状
（6）旅游点评社区网站主要问题
（7）旅游点评社区网站发展展望
7.3.3 旅游产品团购网站
（1）网络团购市场发展现状
（2）旅游团购的内涵与特点
（3）旅游团购网站主要类型
（4）旅游团购盈利模式分析
（5）旅游团购发展特征分析
（6）旅游团购网站案例分析
（7）旅游团购产品营销方式
（8）旅游团购发展中的问题
7.3.4 旅游产品B2B交易平台网站
（1）旅游产品B2B交易平台概述
（2）旅游产品B2B交易平台案例分析
（3）旅游产品B2B交易平台竞争环境
7.3.5 定制在线旅游（C2B）
（1）旅游C2B模式的含义
（2）旅游C2B模式的特点
（3）旅游C2B模式运行机制
（4）旅游C2B模式发展现状
（5）旅游C2B模式案例分析
（6）旅游C2B模式发展展望
7.4 非旅游机构进入在线旅游市场
7.4.1 门户网站的进入
（1）百度
（2）腾讯
（3）新浪

（4）搜狐
7.4.2 电子商务企业的进入
（1）“淘宝旅行”频道
（2）京东“机票预订”频道
（3）1号店机票预订业务
7.4.3 SNS企业的进入
7.4.4 银行业的进入
（1）中国银行网站旅游频道
（2）工商银行机票旅游频道
（3）农业银行“旅行易”频道
（4）民生银行商旅预订中心
（5）浦发银行在线旅游预订
7.4.5 其它机构的进入

第8章：中国在线旅游移动化与营销模式创新
8.1 移动互联网市场发展现状分析
8.1.1 移动终端普及情况
8.1.2 移动互联网用户数量
8.1.3 移动互联网市场规模
8.1.4 移动互联网应用结构
8.1.5 移动互联网发展趋势
8.2 无线旅游市场发展现状与展望
8.2.1 无线旅游发展背景分析
8.2.2 无线旅游发展优势分析
8.2.3 无线旅游应用模式分析
8.2.4 无线旅游发展现状分析
8.2.5 无线旅游发展案例分析
（1）携程无线
（2）淘宝旅行手机客户端
（3）去哪儿无线客户端
（4）同程网无线
（5）艺龙无线

（6）航班管家
（7）酒店达人
（8）12580商旅客户端
8.2.6 无线旅游发展制约因素
8.2.7 无线旅游未来发展展望
8.3 在线旅游行业营销模式创新
8.3.1 在线旅游行业营销模式创新
8.3.2 在线旅游企业微博营销分析
（1）微博发展历程与使用情况
（2）在线旅游企业微博运用现状
（3）在线旅游企业微博营销效果
（4）在线旅游企业微博营销趋势
8.3.3 在线旅游企业社交网站推广
8.3.4 在线旅游企业电子邮件推广

第9章：中国在线旅游行业重点企业运营分析
9.1 在线旅游企业竞争格局
9.1.1 在线旅游企业分类
9.1.2 在线旅游企业排名
（1）市场营收情况
（2）在线旅游网站排名
（3）酒店、交通预订APP排名
1）在线旅游重点企业经营情况
9.1.3 携程旅行网
（1）公司简介
（2）公司产品与服务分析
（3）公司盈利模式分析
（4）公司经营策略分析
（5）公司技术模式分析
（6）公司经营业绩分析
9.1.4 去哪儿网
（1）公司发展简介

（2）公司产品与服务分析
（3）公司盈利模式分析
（4）公司渠道与资源分析
（5）公司经营业绩分析
（6）公司经营优劣势分析
9.1.5 飞猪旅行
（1）公司发展简介
（2）公司产品与服务分析
（3）公司盈利模式分析
（4）公司渠道与资源分析
（5）公司经营业绩分析
（6）公司经营优劣势分析
9.1.6 途牛旅游网
（1）公司发展简介
（2）公司产品与服务分析
（3）公司渠道与资源分析
（4）公司经营业绩分析
（5）公司经营优劣势分析
（6）公司资本运作情况
9.1.7 同程网
（1）公司发展简介
（2）公司产品与服务分析
（3）公司盈利模式分析
（4）公司渠道与资源分析
（5）公司经营业绩分析
（6）公司经营优劣势分析
9.1.8 艺龙旅行网
（1）公司发展简介
（2）公司产品与服务分析
（3）公司盈利模式分析
（4）公司渠道与资源分析
（5）公司经营业绩分析

（6）公司经营优劣势分析
9.1.9 驴妈妈旅游网
（1）公司发展简介
（2）公司产品与服务分析
（3）公司盈利模式分析
（4）公司渠道与资源分析
（5）公司经营业绩分析
（6）公司经营优劣势分析
9.1.10 马蜂窝旅游网
（1）公司发展简介
（2）公司产品与服务分析
（3）公司盈利模式分析
（4）公司经营业绩分析
（5）公司经营优劣势分析
（6）公司资本运作情况
9.1.11 乐途旅游
（1）公司发展简介
（2）公司产品与服务分析
（3）公司盈利模式分析
（4）公司渠道与资源分析
（5）公司经营业绩分析
（6）公司经营优劣势分析
9.1.12 逸行网
（1）公司发展简介
（2）公司产品与服务分析
（3）公司盈利模式分析
（4）公司渠道与资源分析
（5）公司经营优劣势分析
（6）公司最新发展动向

第10章：在线旅游行业前景预测与投资建议
10.1 在线旅游行业发展趋势与前景预测

10.1.1 行业发展因素分析
（1）旅游行业影响因素分析
（2）在线旅游行业影响因素分析
10.1.2 行业发展趋势预测
10.1.3 旅游行业发展前景预测（）
10.2 在线旅游行业发展前景预测
10.2.1 在线旅游交易规模预测
10.2.2 在线旅游行业渗透率预测
10.2.3 在线旅游行业细分产品发展预测
（1）酒店在线预订市场预测
（2）机票在线预订市场预测
（3）旅游度假产品在线预订预测
10.2.4 在线旅游不同模式企业发展预测
（1）在线旅游代理前景预测
（2）旅游搜索市场规模预测
（3）旅游产品团购前景预测
（4）旅游产品B2B交易前景预测
（5）旅游企业在线直销前景预测
10.3 在线旅游行业投资现状与风险分析
10.3.1 行业投资现状分析
（1）在线旅游行业投资热度
（2）在线旅游行业投资规模
（3）在线旅游行业投融资事件
（4）在线旅游行业投资资金来源
（5）在线旅游行业投资方向
（6）在线旅游行业投资预测
10.3.2 行业进入壁垒分析
10.3.3 行业经营模式分析
10.3.4 行业投资风险预警
10.3.5 行业兼并重组分析
（1）在线旅游行业并购重组案例
（2）在线旅游行业并购重组方式

（3）在线旅游行业并购重组动机
（4）在线旅游行业并购重组趋势
10.4 在线旅游行业投资机会与热点分析
10.4.1 行业投资价值分析
10.4.2 行业投资机会分析
（1）产业链投资机会分析
（2）重点区域投资机会分析
（3）细分市场投资机会分析
（4）产业空白点投资机会
10.4.3 行业投资热点分析
10.5 在线旅游行业发展战略与规划分析
10.5.1 在线旅游行业发展战略研究分析
（1）战略综合规划
（2）技术开发战略
（3）区域战略规划
（4）产业战略规划
（5）营销品牌战略
（6）竞争战略规划
10.5.2 对我国在线旅游企业的战略思考
10.5.3 中国在线旅游行业发展建议分析
图表目录：
图表1：在线旅游服务的核心价值解析
图表2：在线旅游平台分类
图表3：在线旅游的服务分类
图表4：在线旅游行业产业链结构图
图表5：中国在线旅游市场产业链重点企业
图表6：中国在线旅游行业在线旅游代理商重点企业
图表7：中国在线旅游行业信息渠道商重点企业
图表8：旅游搜索引擎和在线旅游代理商商业模式差异
图表9：旅游核心产业之间的关系
图表10：驱动报酬递增的四个动态循环
图表11：信息社会长尾效应简图

图表12：2020年在线旅游行业主要政策法规列表
图表13：“十三五”期间我国在线旅游建设目标
图表14：“十三五”期间我国在线旅游建设主要任务
图表15：2017-2022年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
图表16：2017-2022年中国社会消费品零售总额变化趋势图（单位：亿元，%）
图表17：2020年我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）
图表18：2017-2022年中国GDP增速与旅游行业总收入增速对比图（单位：%）
图表19：2017-2022年我国人口年龄结构情况（单位：%）
图表20：2017-2022年我国城乡人口比重情况（单位：%）
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202312/429667.html