

# 2024-2030年中国在线旅游 市场深度评估与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2024-2030年中国在线旅游市场深度评估与战略咨询报告》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/202401/434252.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年中国在线旅游市场深度评估与战略咨询报告》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 旅游市场发展分析 21 一、国际旅游人数分析 21 二、国际旅游收入分析 23 三、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、中国国内旅游概况 59 二、国内旅游的发展特征 61 三、中国国内旅游市场发展预测 67 第三节 中国入境旅游市场发展分析 72 一、中国入境旅游概况 72 二、入境旅游主要特点 79 三、入境旅游市场发展预测 80 第四节 中国出境旅游市场发展分析 83 一、中国出境旅游概况 83 二、出境旅游目的地概况 83 三、出境旅游市场发展预测 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 在线旅游市场发展分析 111 第一节 在线旅游市场分析 111 一、在线旅游市场回顾 111 二、在线旅游市场环境 111 三、在线旅游格局分析 112 四、在线旅游行业发展分析 112 第二节 在线旅游市场分析 112 一、在线旅游需求分析 112 二、在线旅游行业发展分析 113 三、在线旅游市场环境 114 四、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、美国在线旅游市场分析 117 二、欧洲在线旅游市场分析 118 三、日本在线旅游市场分析 121 四、东南亚在线旅游市场分析 124 第四章 中国在线旅游业运营态势分析 126 第一节 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 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 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 我国在线旅游市场发展研究 148 第二节 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 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 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 第七节 酷讯旅游网 335 一、概况 335 二、竞争优势 335 三、经营和财务状况 337 四、发展战略 337 第八节 Expedia 339 一、概况 339 二、中国的发展进程 340 三、经营和财务状况 341 四、发展战略 344 第九节 欣欣旅游网 347 一、概况 347 二、发展历程 348 三、竞争优势 349 四、发展战略 350 第十节 同程网 351 一、概况 351 二、竞争优势 352 三、所获荣誉各和发展 353 四、发展战略 354 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、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 中国在线旅游市场趋势分析 362 一、在线旅游市场发展空间 362 二、在线旅游发展趋势分析 363 三、在线旅游价格走势分析 367 四、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、在线旅游消费预测 368 二、在线旅游市场规模预测 368 第二节 中国在线旅游行业供需预测 369 一、中国在线旅游供给预测 369 二、中国在线旅游需求预测 370 三、中国在线旅游供需平衡预测 373 四、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 在线旅游行业投资现状分析 376 第一节 总体投资结构 376 第二节 投资规模情况 377 第三节 投资增速情况 379 第四节 分行业投资分析 379 第五节 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、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、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、相关产业活力系数比较 388 二、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、相关产业投资收益率比较 393 二、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、在线旅游行业投资状况分析 396 二、在线旅游行业投资效益分析 396 三、在线旅游行业投资趋势预测 397 四、在线旅游行业的投资方向 397 五、中企顾问投资建议 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、影响在线旅游行业运行的有利因素分析 399 二、影响在线旅游行业运行的稳定因素分析 399 三、影响在线旅游行业运行的不利因素分析 400 四、我国在线旅游行业发展面临的挑战分析 400 五、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、在线旅游行业市场风险及控制策略 401 二、在线旅游行业政策风险及控制策略 401 三、在线旅游行业经营风险及控制策略 402 四、在线旅游行业技术风险及控制策略 402 五、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、文化产业投资战略 420 二、线旅游投资概况 424 三、在线旅游行业投资战略 425 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/434252.html>