

2016-2022年中国在线旅游 市场调查与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国在线旅游市场调查与行业竞争对手分析报告》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.abaogao.com/b/lvyou/338477W2LJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

前言

在资本大量涌入的当前，在线旅游企业实现了市场的细分与整合，中国在线旅游市场已经从过去的探索期与市场启动期过渡到了市场的高速发展时期，当机票与酒店业务逐步发展成熟，旅游行业本身庞大的市场，也越来越让互联网巨头聚集。

此外，传统旅游行业本身存在着的很多痛点也是让互联网巨头扎堆的另一个原因。依托于传统旅行社发展的旅游行业受价格机制不透明，效率低与服务体验差的限制，近年来的发展难掩颓势，而以携程为代表的OTA平台首先解决了信息不对称，效率与价格的问题，顾客在平台上就能够完成消费，预订，支付与点评，在加上受惠与移动互联网的发展，消费者在线时间的延伸，也进一步为OTA的发展提供了市场机遇。

根据数据监测显示，2014年中国在线旅游市场交易规模达到2798.2亿元，增长率为28.3%。分析师认为，到2017年，在线旅游市场交易规模预计将达到5000亿元，市场将逐步进入发展成熟期。

发展机遇由矛盾促成。中国旅游业当前最大的矛盾，就是消费者个性化多样化的旅行需求不能够实现满足。在当下，很多80后与90后并不愿意随团旅游，千篇一律的旅游线路并不能够满足低年龄层次的需求。因此，在旅行的2.0时代中，继续销售打包好的旅游产品，是并不能够实现线上与线下通常融合的。

因而，一方面是企业方提供产品的不足让自助游迅速崛起，另一方面却是OTA巨头们进行价格战厮杀，希冀期望用降低毛利率与盈利换取市场份额，在这样的市场环境中，却鲜有OTA在营销的过程中兼顾顾客的线下服务体验与数据的深度挖掘。

本在线旅游行业研究报告共十二章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。在线旅游行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了在线旅游行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国在线旅游行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国在线旅游行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资

时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章在线旅游行业发展概述

第一节在线旅游的概念

一、在线旅游的定义

二、在线旅游的特点

三、在线旅游的分类

第二节在线旅游行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节在线旅游市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章全球在线旅游行业发展分析

第一节世界在线旅游行业发展分析

一、2013年世界在线旅游行业发展分析

二、2014年世界在线旅游行业发展分析

三、2015年世界在线旅游行业发展分析

第二节全球在线旅游市场分析

一、2015年全球在线旅游需求分析

二、2015年欧美在线旅游需求分析

三、2015年中外在线旅游市场对比

第三节2014-2015年主要国家或地区在线旅游行业发展分析

一、2014-2015年美国在线旅游行业分析

二、2014-2015年日本在线旅游行业分析

三、2014-2015年欧洲在线旅游行业分析

第三章我国在线旅游行业发展分析

第一节中国在线旅游行业发展状况

一、2015年在线旅游行业发展状况分析

二、2015年中国在线旅游行业发展动态

三、2015年在线旅游行业经营业绩分析

四、2015年我国在线旅游行业发展热点

第二节中国在线旅游市场供需状况

一、2015年中国在线旅游行业供给能力

二、2015年中国在线旅游市场供给分析

三、2015年中国在线旅游市场需求分析

第三节2014-2015年我国在线旅游市场分析

一、2014年在线旅游市场分析

二、2015年在线旅游市场分析

第四章在线旅游行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节在线旅游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、重点企业综合竞争力对比分析

第五节2014-2015年在线旅游行业竞争格局分析

一、2015年在线旅游行业竞争分析

二、2015年中外在线旅游产品竞争分析

三、2014-2015年国内外在线旅游竞争分析

四、2014-2015年我国在线旅游市场竞争分析

五、2014-2015年我国在线旅游市场集中度分析

六、2016-2022年国内主要在线旅游企业动向

第五章在线旅游企业竞争策略分析

第一节在线旅游市场竞争策略分析

一、2015年在线旅游市场增长潜力分析

二、现有在线旅游行业竞争策略分析

第二节在线旅游企业竞争策略分析

一、全球热点对在线旅游行业竞争格局的影响

二、全球热点后在线旅游行业竞争格局的变化

三、2016-2022年我国在线旅游市场竞争趋势

四、2016-2022年在线旅游行业竞争格局展望

五、2016-2022年在线旅游行业竞争策略分析

六、2016-2022年在线旅游企业竞争策略分析

第六章主要在线旅游企业竞争分析

第一节A

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第二节B

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第三节C

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第四节D

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第五节E

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第六节F

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第七节G

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

第八节H

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第七章在线旅游行业发展趋势分析

第一节2015年发展环境展望

一、2015年宏观经济形势展望

二、2015年政策走势及其影响

三、2015年国际行业走势展望

第二节2015年在线旅游行业发展趋势分析

一、2015年行业发展趋势分析

三、2015年行业竞争格局展望

第三节2016-2022年中国在线旅游市场趋势分析

一、2014-2015年在线旅游市场趋势总结

二、2016-2022年在线旅游发展趋势分析

三、2016-2022年在线旅游市场发展空间

四、2016-2022年在线旅游产业政策趋向

第八章未来在线旅游行业发展预测

第一节未来在线旅游需求与市场预测

一、2016-2022年在线旅游市场规模预测

二、2016-2022年在线旅游行业总资产预测

第二节2016-2022年中国在线旅游行业供需预测

一、2016-2022年中国在线旅游供给预测

二、2016-2022年中国在线旅游需求预测

三、2016-2022年中国在线旅游供需平衡预测

第九章2014-2015年在线旅游行业投资现状分析

第一节2014年在线旅游行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模情况

三、2014年投资增速情况

四、2014年分行业投资分析

五、2014年分地区投资分析

六、2014年外商投资情况

第二节2015年在线旅游行业投资情况分析

一、2015年投资及结构

二、2015年投资规模情况

三、2015年投资增速情况

四、2015年细分行业投资分析

五、2015年各地区投资分析

六、2015年外商投资情况

第十章在线旅游行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

一、2014-2015年我国宏观经济运行情况

二、2016-2022年我国宏观经济形势分析

三、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

一、2015年在线旅游行业政策环境

二、2015年国内宏观政策对其影响

三、2015年行业产业政策对其影响

第三节社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2015年社会环境发展分析

三、2016-2022年社会环境对行业的影响

第十一章在线旅游行业投资机会与风险

第一节行业活力系数比较及分析

一、2015年相关产业活力系数比较

二、2012-2015行业活力系数分析

第二节行业投资收益率比较及分析

一、2015年相关产业投资收益率比较

二、2012-2015行业投资收益率分析

第三节在线旅游行业投资效益分析

- 一、2014-2015年在线旅游行业投资状况分析
- 二、2016-2022年在线旅游行业投资效益分析
- 三、2016-2022年在线旅游行业投资趋势预测
- 四、2016-2022年在线旅游行业的投资方向
- 五、2016-2022年在线旅游行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节影响在线旅游行业发展的主要因素

- 一、2016-2022年影响在线旅游行业运行的有利因素分析
- 二、2016-2022年影响在线旅游行业运行的稳定因素分析
- 三、2016-2022年影响在线旅游行业运行的不利因素分析
- 四、2016-2022年我国在线旅游行业发展面临的挑战分析
- 五、2016-2022年我国在线旅游行业发展面临的机遇分析

第五节在线旅游行业投资风险及控制策略分析

- 一、2016-2022年在线旅游行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年在线旅游行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年在线旅游行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年在线旅游行业技术风险及控制策略
- 五、2016-2022年在线旅游同业竞争风险及控制策略
- 六、2016-2022年在线旅游行业其他风险及控制策略

第十二章在线旅游行业投资战略研究

第一节在线旅游行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划

第二节在线旅游行业投资战略研究

- 一、2014年在线旅游行业投资战略研究
- 二、2015年在线旅游行业投资战略研究
- 三、2016-2022年在线旅游行业投资形势
- 四、2016-2022年在线旅游行业投资战略（ZYXZX）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/338477W2LJ.html>