

2017-2022年中国在线旅行 预订市场深度调查与投资可行性报告

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

《2017-2022年中国在线旅行预订市场深度调查与投资可行性报告》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/883827VQ1E.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

报告目录：

第一章 旅游业概况 14

第一节 旅游业概述 14

一、旅游业相关概述 14

二、旅游者相关概述 17

三、旅游市场与产品 18

四、现代旅游业定义 19

第二节 在线旅行预订相关概述 20

一、在线旅行预订定义 20

二、在线旅行预订分类 20

三、在线旅行预订运营商 21

第二章 2016年国际在线旅行预订市场分析 23

第一节 2016年世界在线旅行预定市场总体发展概况 23

一、世界在线旅行预订企业的兴起特征 23

二、欧美旅行市场在线预订市场热度不减 24

三、亚太区在线旅行市场发展势头迅猛 25

四、拉丁美洲在线旅行预订市场发展空间大 26

第二节 2016年主要国家在线旅行预订市场分析 27

一、欧洲在线旅行消费市场分析 27

二、英国在线旅行市场发展分析 29

三、印度在线旅行市场持续升温 29

四、法国在线旅行社合并分析 30

五、危机后美国在线旅行市场 31

六、美国在线旅行销售规模分析 32

第三章 2016年中国在线旅行行业环境分析 33

第一节 经济环境 33

一、2016年中国GDP增长情况分析 33

二、2016年中国工业经济发展形势分析 34

- 三、2016年中国全社会固定资产投资分析 37
- 四、2016年中国社会消费品零售总额分析 38
- 五、2016年中国城乡居民收入与消费分析 39
- 六、2016年中国对外贸易发展形势分析 42
- 七、2016年中国宏观经济运行情况分析 43
- 第二节 政策环境 45
 - 一、中国旅游业行业标准化建设 45
 - 二、《国务院关于加快发展旅游业的意见》 46
 - 四、《旅游业“十三五”信息化规划》 47
 - 五、《国民休闲纲要》力推休假制度改革 48
 - 六、中国旅游行业区域发展政策分析 49
- 第三节 社会环境 51
 - 一、庞大的人口孕育着潜力巨大的旅游市场 51
 - 二、城市化进程推动中国旅游业发展 52
 - 三、国民消费观念转变生活质量提升 53
 - 四、“十三五”规划扩大内需增加收入 57
 - 五、二线地区经济振兴客源扩增 58
 - 六、高铁等交通系统远距离输送游客能力提升 58
 - 七、节假日年休假制度推动国内旅游业发展 61
- 第四节 相关产业环境 62
 - 一、2016年中国网民总体情况 62
 - 二、2016年中国手机网民规模情况 64
 - 三、2016年中国互联网应用情况 65
 - 四、2016年中国航空网络销售情况 68
 - 五、2016年中国酒店网络销售情况 69
- 第五节 网络团购产业发展环境 70
 - 一、2016年网络团购行业发展规模分析 70
 - 二、2016年中国网络团购消费行为调研 72
 - 三、2016年中国网络团购网站排行榜情况 75
 - 四、2016年互联网巨头加速抢滩团购市场 77
 - 五、2016年中国网络团购网站市场持续火爆 79
- 第六节 住宿餐饮产业发展环境 80

一、2016年中国住宿和餐饮业发展形势问题	80
二、2016年中国餐饮行业百强经营情况分析	84
三、2016年中国住宿和餐饮业发展特点分析	89
四、2016年中国住宿和餐饮业发展趋势分析	93
五、中国餐饮业将继续保持高速增长势头	94
第四章 2014-2016年中国旅游产业发展状况综述	96
第一节 “十二五”中国旅游业发展成就	96
一、十年间中国旅游业发展迅猛	96
二、旅游业拉动内需的作用突出	96
三、中国旅游产业功能进一步释放	97
四、中国旅游业体制创新形成合力	98
五、旅游业在对外交往中的地位显著	100
六、旅游产业体系建设取得明显进展	100
第二节 2014-2016年中国旅游业发展状况分析	101
一、2016年中国旅游业发展现状	101
二、2016年中国旅游总收入分析	102
三、2016年国内游市场规模分析	102
四、2016年入境游市场规模分析	104
五、2016年国际旅游外汇收入分析	106
六、2016年中国旅游业信息化现状	106
七、2016年中国区域旅游市场发展情况	109
八、2016年中国旅游经济运行情况分析	110
第三节 2014-2016年中国出境旅游发展情况分析	112
一、2016年中国出境游市场规模分析	112
二、2016年中国出境游市场特征趋势	113
三、中国出境游热潮向二线城市蔓延	116
四、2016年内地游客赴港旅游市场预测	117
五、2016年大陆赴台湾个人游试点启动	117
六、2016年出境游市场表现预测分析	118
第四节 2012中国旅行社行业运行数据分析	119
一、行业规模	119

二、经营效益 121

第五节 2016年中国旅游业发展走势分析 123

- 一、旅游业的产业地位将会得到全面确立 123
- 二、旅游业的产业规模将会迅速扩大 124
- 三、旅游业的运行质量将会显著提高 124
- 四、旅游业的文化载体地位将更巩固 124
- 五、旅游业的生活功能将会显著体现 124
- 六、旅游业的发展格局将会显著变化 125

第五章 2014-2016年中国在线旅行行业发展状况 126

第一节 2014-2016年中国在线旅游市场发展综述状 126

- 一、中国在线旅游市场发展概述 126
- 二、中国在线旅游市场经营模式 127
- 三、中国在线旅游市场发展特点 128
- 四、在线旅游市场发展有利因素 129

第二节 2014-2016年中国在线旅游市场运作状况 130

- 一、中国在线旅游市场快速发展 130
- 二、传统旅游业和在线旅游业对比 130
- 三、信息技术对旅游业产生巨大变革 131
- 四、旅游微博成景点网络营销新热点 132
- 五、2016年将成中国在线旅游井喷年 133

第三节 2016年中国旅游团购市场发展现状 134

- 一、2016年中国旅游团购市场发展概述 134
- 二、2016年中国旅游团购市场发展特点 135
- 三、2016年中国旅游团购市场 136
- 四、在线旅游团购引发旅游市场营销革命 140

第四节 2014-2016年中国旅游搜索市场发展现状 140

- 一、中国旅游产业链特征搜索作用 140
- 二、中国在线旅游搜索市场现状与趋势 141
- 三、中国旅游搜索产品市场方向 142
- 四、中国垂直旅游搜索引擎的发展商机 143
- 五、2016年中国旅游搜索市场发展动态 144

第六章 2016年中国在线旅行预订市场发展现状	146
第一节 2016年中国在线旅行预订市场发展概况	146
一、2016年中国在线旅行预订市场发展综述	146
二、2016年中国在线旅行预订市场发展格局	146
三、2016年中国在线旅行预订市场加速布局	149
第二节 2016年中国在线旅行预订市场发展动因分析	151
一、电子商务推动中国在线旅行预订市场发展	151
二、欧洲游热潮加速中国在线旅行预订市场发展	153
三、移动互联成我国在线旅行预订市场主力	154
四、机票在线预订市场发展迅猛的四大因素	156
第三节 在线旅行预订网站建设分析	157
一、在线旅行预订网站的兴起	157
二、在线旅行预订网站的竞合格局概述	158
三、传统旅行社建设在线网站的优劣势	159
四、在线旅行预订网站建设的关键点分析	161
五、旅行社建设在线网站的相关建议	162
第四节 中国在线旅行预订市场发展存在的问题策略	163
一、中国在线旅行预订市场发展的主要问题	163
二、中国在线旅行预订市场运行的主要弊端	164
三、提高我国在线旅行预订市场运行策略	165
四、在线旅行预订市场服务的多元化分析	167
第七章 2014-2016年中国在线旅行预订市场运行状况	169
第一节 2016年中国在线旅行预订市场发展状况	169
一、2016年中国在线旅行预订市场用户规模	169
二、2016年中国在线旅行预订市场结构状况	169
三、2016年中国在线旅行预订运营商竞争格局	170
第二节 2016年中国在线旅行预订市场规模分析	172
一、2016年中国在线旅行预订市场营收规模	172
二、2016年中国在线旅行预订订票规模	172
三、2016年中国在线旅行预订订房规模	173

四、2016年中国在线旅行预订度假规模	173
第三节 2014-2016年中国在线旅行预订市场分析	174
一、2016年三季度中国在线旅行预订市场运行情况	174
二、2016年四季度中国在线旅行预订市场运行情况	175
三、2016年一季度中国在线旅行预订市场运行情况	176
四、2016年二季度中国在线旅行预订市场运行情况	176
五、2016年三季度中国在线旅行预订市场运行情况	177

第八章 在线旅行预订市场运营模式产业链分析 179

第一节 在线旅行预订市场商业模式发展概述 179

- 一、在线旅行预订市场商业模式的定义 179
- 二、在线旅行预订市场商业模式的构成要素 179
- 三、在线旅行预订市场新型商业模式发展分析 181
- 四、在线旅行预订市场电子商务商业模式分析 182
- 五、在线旅行预订市场在线旅行社模式分析 185

第二节 携程旅游网商业模式解析 188

- 一、客户价值分析 188
- 二、收入来源分析 189
- 三、商业范围分析 191
- 四、网站定价分析 196

第三节 在线旅行预订市场产业链运行分析 196

- 一、在线旅行预订市场产业链简介 196
- 二、在线旅行预订产业链运行分析 197
- 三、航空公司机票直销运行分析 199
- 四、酒店行业网络直销运行分析 201
- 五、垂直搜索类旅游网站发展特点 204

第九章 2014-2016年中国在线旅行预订市场用户分析 206

第一节 2016年中国在线旅行预订市场用户概述 206

- 一、中国在线旅行预订市场用户基本特征分析 206
- 二、消费返还力度与用户黏性的关联度分析建议 206
- 三、阻碍在线旅行市场用户预定酒店的因素建议 208

第二节 2014-2016年中国在线旅行预订市场客户行为分析 209

- 一、用户了解信息的时间周期 209
- 二、用户了解信息的主要途径 210
- 三、在线旅行客户的旅游方式 210
- 四、用户对网站的信任度与支付方式 211
- 五、2016年中国在线旅行者行为分析 212

第三节 中国在线旅行预订市场用户机票预订行为调查分析 215

- 一、影响旅客选择航班的主要因素 215
- 二、用户预订机票的主要途径 215
- 三、用户对机票进行比较的主要途径 216

第四节 中国在线旅游预订市场用户酒店预订行为调查分析 217

- 一、影响用户选择酒店的主要因素 217
- 二、用户预订酒店的主要方式 217
- 三、用户搜索酒店时的主要关键词 218
- 四、用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌 218

第十章 2014-2016年中国在线旅行预订分析 219

第一节 2014-2016年中国在线旅行预订市场竞争现状 219

- 一、中国在线旅行预订市场的主要竞争格局 219
- 二、中国在线旅行预订企业市值比较 219
- 三、中国在线旅行预订格局变革趋势 220
- 四、在线旅游预订市场竞争品牌战升级 222
- 五、服务对在线旅行预订市场竞争的影响分析 224

第二节 2014-2016年中国在线旅行预订分析 225

- 一、2014-2016年中国在线旅行预订市场竞争概况 225
- 二、2016年中国在线旅行预订市场调查 226
- 三、2016年在线旅行预订市场价格战的原因 228
- 四、2014-2016年在线旅行预订市场并购频繁 229
- 五、2016年中国在线旅行预订市场竞争状况 231

第三节 中国在线旅行预订市场的竞争策略分析 232

- 一、中国在线旅游企业的主要竞争策略分析 232
- 二、中国在线旅行预订市场竞争的营销对策 233

- 三、在线旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议 234
- 四、中小型在线旅游企业打破行业壁垒的策略分析 236

第十一章 2014-2016年在线旅行预订重点企业网站 239

第一节 携程旅行网 239

- 一、企业基本情况 239
- 二、2016年企业经营情况 240
- 三、2016年企业运营指标状况 241
- 四、2016年企业经营情况 242
- 五、企业发展新动向分析 243
- 六、企业未来发展策略 244
- 七、携程网涉足旅游团购 246

第二节 艺龙旅行网 246

- 一、企业基本情况 246
- 二、2016年企业经营情况 247
- 三、2016年企业运营指标状况 248
- 四、2016年企业经营情况 249
- 五、艺龙网在中国市场的经营策略 250
- 六、艺龙网并购扩张策略分析 252
- 七、腾讯对艺龙网战略投资分析 252

第三节 去哪儿网 253

- 一、公司简介 253
- 二、去哪儿网的发展历程分析 254
- 三、去哪儿网的发展策略分析 255
- 四、去哪儿网搜索市场技术升级 256
- 五、去哪儿网搜索服务优化策略 257
- 六、去哪儿网直销新模式分析 258
- 七、去哪儿网升级手机旅游平台 258

第四节 芒果网 259

- 一、网站简介 259
- 二、芒果网在线旅行的市场定位分析 260
- 三、2016年青芒果网成交量增长四倍 261

- 四、青芒果网在线旅行预订精细化策略 261
- 五、青芒果网低价在线预订市场标准化 262
- 六、芒果网在线旅游成本压缩策略分析 264
- 七、芒果网拉动在线业务新对策 267

第五节 其他企业网站 268

- 一、同程网 268
- 二、快乐e行 270
- 三、途牛旅游 271
- 四、淘宝旅行 271
- 五、.旅游 272
- 六、百度旅游 273
- 七、网易旅游 274
- 八、驴妈妈旅游 275
- 九、booking.com 276

第十二章 2017-2022年中国在线旅行预订行业发展趋势分析 277

第一节 2017-2022年中国旅游行业发展走势分析 277

- 一、旅游市场维持高速发展局面 277
- 二、旅行的路线由短途向长途发展 277
- 三、旅游的方式由单一化向多样化发展 277
- 四、旅游业在国民经济中的作用日益加强 278

第二节 2017-2022年中国旅游发展九大热点 278

- 一、区域旅游热点将更凸显 278
- 二、文化旅游创意再兴高潮 278
- 三、影视旅游蕴藏巨大机遇 279
- 四、邮轮旅游市场再度升温 279
- 五、旅游房地产将继续扩张 280
- 六、自由行更加普并向境外延续 280
- 七、东北亚地区旅游将再度活跃 280
- 八、国际会展业市场将逆势增长 280
- 九、上海迪斯尼催生主题公园建设热 281

第三节 2017-2022年中国在线旅行预订市场运行方向 281

- 一、旅游供应商发展方向 281
- 二、服务商的发展方向 282
- 三、在线媒介的发展方向 283
- 四、旅游管理机构的发展方向 283
- 第四节 2017-2022年中国在线旅行预订市场发展趋势 284
 - 一、垂直旅游搜索引擎潜力巨大 284
 - 二、航空公司机票直营将发力 284
 - 三、旅行信息整合成发展关键 284
 - 四、手机旅行预订将快速增长 285

第十三章 2017-2022年在线旅行预订市场未来发展分析 286 (ZY LII)

第一节 2017-2022年中国旅游业市场前景分析 286

- 一、中国旅游业迎来重要转型期 286
- 二、中国旅游业务市场前景分析 288
- 三、中国旅游行业投资前景良好 289

第二节 “十三五”中国旅游业发展规划分析 292

- 一、“十三五”中国旅游业发展机遇 292
- 二、“十三五”中国旅游业发展方向 294
- 三、“十三五”中国旅游业发展目标 295

第三节 2017-2022年在线旅游市场发展分析 297

- 一、中国在线旅游市场发展迎来黄金时期 297
- 二、未来中国在线旅游市场发展空间大 298
- 三、政策支持中国旅游业信息化发展 299
- 四、亚太地区在线旅游规模增长预测 299

第四节 2017-2022年在线旅行预订市场投资风险 301

- 一、政策风险 301
- 二、信用风险 302
- 三、竞争风险 302 (ZY LII)
- 四、技术风险 303

第五节 2017-2022年在线旅行预订市场市场预测 303

- 一、2017-2022年中国在线旅行预订市场用户规模预测 303
- 二、2017-2022年中国在线旅行预订市场营收规模预测 304

三、2017-2022年中国在线旅行酒店预订市场规模预测 304

四、2017-2022年中国在线旅行机票预订市场规模预测 305

图表目录：

图表 1 2013-2016年欧洲休闲在线旅游销售情况 27

图表 2 2013-2016年欧洲在线旅游收入占总收入比例 28

图表 3 2016年欧洲在线旅行机票互联网销售占机票总销售比例情况 28

图表 4 2016年法国的私募股权公司收购事件 30

图表 5 2011-2016年美国在线旅游销售规模增长情况 32

图表 6 2013-2016年中国国内生产总值增长速度趋势图 33

图表 7 2011-2016年中国规模以上工业企业经济指标统计 36

图表 8 2013-2016年中国全部工业增加值增长速度趋势图 37

图表 9 2013-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 38

图表 10 2013-2016年中国社会消费品零售总额增长速度趋势图 39

图表 11 2013-2016年城镇居民人均可支配收入增长趋势图 40

图表 12 2013-2016年城镇居民人均消费性支出增长趋势图 41

图表 13 2013-2016年农村居民纯收入增长情况统计 41

图表 14 2013-2016年农村居民人均消费性支出增长趋势图 42

图表 15 2013-2016年中国进出口总额增长趋势图 43

图表 16 2013-2016年中国政府颁布的主要旅游政策 47

图表 17 中国旅游区域规划政策 50

图表 18 中国未来旅游业发展的重点区域 50

图表 19 2016年中国人口数其构成情况 51

图表 20 2012-2016年中国人口数量变化趋势图 52

图表 21 2012-2016年中国城市人口所占比例趋势图 53

图表 22 旅游收入与城市化的关系图 53

图表 23 我国扩大内需增加收入的各项政策 57

图表 24 2012-2016年中国人均GDP与旅游总收入相关性 58

图表 25 中国已建成的高铁网络概况 59

图表 26 主要景区周边交通规划概况 59

图表 27 2013-2016年中国网民数量互联网普率增长情况 62

图表 28 2016年中国手机上网网民规模情况 64

图表 29 2013-2016年中国各类网络应用使用率情况统计 65

图表 30 2016年手机网民网络应用结构情况 67

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/883827VQ1E.html>