

2017-2022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

《2017-2022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/B88477ZW0D.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

近年来，在线旅游行业整体平稳发展的情况下，我国在线旅游行业也持续增长，增速领先于旅游行业整体；2015年我国在线旅游行业交易规模约3525.8亿元。预计2016年在线旅游市场交易规模可突破4千亿元。近几年我国在线旅游行业交易规模及增速如下图所示：

2008-2015年我国在线旅游行业交易规模及增速

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国在线旅游市场调查与行业竞争对手分析报告》共十三章。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局数据，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：中国在线旅游产业发展背景 28

1.1 在线旅游产业概述 28

1.1.1 在线旅游产业界定 28

1.1.2 在线旅游产业分类 28

1.1.3 与传统旅游业的区别 29

1.2 在线旅游产业政策环境 29

1.2.1 旅游产业政策分析 29

（1）旅游产业支持政策 29

（2）国家扩大内需政策 30

（3）西部旅游支持政策 31

1.2.2 旅游业信息化规划 32

1.3 在线旅游产业经济环境 33

1.3.1 国际经济走势及影响 33

1.3.2 国内经济走势及影响 41

1.4 在线旅游产业社会环境 45

1.4.1 我国人口结构特征 45

1.4.2 我国社会结构特征 48

1.4.3 我国居民收入水平 52

1.4.4 居民消费结构升级 55

1.5 在线旅游产业技术环境 57

1.5.1 互联网的普及现状 57

1.5.2 软件服务技术发展 58

1.5.3 电子商务技术发展 60

1.5.4 在线支付平台发展 63

第2章：在线旅游产业产业链分析 65

2.1 在线旅游产业链构成主体 65

2.1.1 上游供应商 65

2.1.2 媒介&营销平台 65

(1) 在线旅游代理商 65

(2) 平台运营商 67

(3) 信息渠道商 68

2.1.3 终端用户 68

2.2 在线旅游产业链运作特征 68

2.2.1 供应商依托于网络媒介服务 68

2.2.2 用户规模报酬递增效应突出 70

2.2.3 服务多样性与竞争优势密切相关 71

2.3 在线旅游产业链发展趋势 72

2.3.1 从产业链向产业网演变 72

2.3.2 从Web1.0模式向Web2.0模式转变 73

2.3.3 从NBS到LBS演进 76

第3章：全球在线旅游产业发展分析 78

3.1 全球旅游产业景气程度分析 78

3.1.1 全球旅游产业景气程度 78

3.1.2 美洲旅游市场状况分析 80

3.1.3 欧洲旅游市场状况分析	80
3.1.4 亚太旅游市场状况分析	82
3.2 全球在线旅游产业发展分析	82
3.2.1 全球在线旅游市场规模	82
3.2.2 主要地区在线旅游市场分析	85
(1) 美国在线旅游市场分析	85
(2) 欧洲在线旅游市场分析	86
(3) 亚太在线旅游市场分析	87
3.2.3 在线旅游与传统旅游业对比	89
3.2.4 全球在线旅游产业发展趋势	96
3.3 全球领先在线旅游企业发展策略	97
3.3.1 Expedia	97
(1) 公司发展历程	97
(2) 公司主营业务分析	98
(3) 公司经营情况分析	98
(4) 公司经营策略分析	106
(5) 公司在华业务拓展	106
(6) 公司最新发展动向	107
3.3.2 Priceline	108
(1) 公司发展历程	108
(2) 公司主营业务分析	108
(3) 公司经营情况分析	108
(4) 公司在华业务拓展	115
(5) 公司最新发展动向	116
3.3.3 Orbitz	116
(1) 公司发展历程	116
(2) 公司主营业务分析	116
(3) 公司经营情况分析	116
(4) 公司最新发展动向	117
3.3.4 MakeMyTrip	121
(1) 公司发展历程	121
(2) 公司主营业务分析	122

(3) 公司经营情况分析 122

(4) 公司最新发展动向 127

3.3.5 Kayak 130

(1) 公司发展历程 130

(2) 公司主营业务分析 130

(3) 公司经营情况分析 131

3.3.6 TravelZoo 132

(1) 公司发展历程 133

(2) 公司主营业务分析 133

(3) 公司经营情况分析 134

(4) 公司在华业务拓展 138

(5) 公司最新发展动向 138

第4章：中国在线旅游产业发展现状分析 140

4.1 在线旅游产业发展阶段 140

4.2 在线旅游产业运营情况 141

4.2.1 旅游网站数量 141

4.2.2 用户规模 141

4.2.3 市场规模 142

4.2.4 营收规模 143

4.2.5 渗透率 143

4.3 在线旅游产业竞争态势 145

4.3.1 在线旅游产业集中度 145

4.3.2 在线旅游产业五力分析 146

(1) 在线旅游企业竞争结构 146

(2) 供应商的议价能力 147

(3) 下游客户的议价能力 148

(4) 行业潜在进入者威胁 148

(5) 旅游服务替代品威胁 148

4.3.3 在线旅游产业竞争模式 148

(1) 旅游站点平台模式 148

(2) “机票+酒店”模式 149

- (3) 垂直引擎搜索模式 149
- (4) 直销预订模式 149
- 4.4 在线旅游产业发展趋势 149

第5章：中国在线旅游关联行业发展分析 152

- 5.1 中国旅游产业发展分析 152
 - 5.1.1 旅游产业运行情况 152
 - 5.1.2 国内旅游市场分析 153
 - 5.1.3 入境旅游市场分析 153
 - 5.1.4 出境旅游市场分析 159
 - 5.1.5 旅游产业发展规划 159
- 5.2 中国旅游景区发展分析 160
 - 5.2.1 旅游景区基本情况 160
 - 5.2.2 旅游景区数量规模 161
 - 5.2.3 旅游景区经营情况 163
 - 5.2.4 旅游景区结构特征 164
 - 5.2.5 新型旅游景区发展 165
 - 5.2.6 旅游景区发展预测 165
- 5.3 中国酒店行业发展分析 166
 - 5.3.1 星级酒店发展分析 166
 - (1) 星级酒店规模及其构成 166
 - (2) 星级酒店总体经营情况 168
 - (3) 不同星级酒店经营状况 168
 - (4) 区域星级酒店经营状况 169
 - (5) 重点城市酒店经营情况 169
 - 5.3.2 经济型酒店发展分析 169
 - (1) 经济型酒店数量分析 169
 - (2) 经济型酒店市场规模 169
 - (3) 经济型酒店区域分布 170
 - (4) 经济型酒店价格分布 171
 - (5) 经济型酒店市场格局 171
 - 5.3.3 酒店行业发展趋势分析 172

5.4 中国旅行社发展分析	173
5.4.1 旅行社发展规模分析	173
(1) 旅行社数量	173
(2) 旅行社资产及从业人员	174
5.4.2 旅行社经营情况分析	174
5.4.3 旅行社主要业务情况	175
(1) 入境旅游业务分析	175
(2) 国内旅游业务分析	176
(3) 出境旅游业务分析	177
5.4.4 旅行社总体结构分析	178
(1) 旅行社区域分布	178
(2) 旅行社经营状况	178
(3) 旅行社类别分布	178
5.4.5 旅行社发展趋势展望	179
(1) 行业集中度发展趋势	179
(2) 行业盈利能力展望	180
5.5 中国餐饮业发展分析	181
5.5.1 餐饮业发展规模	181
5.5.2 餐饮业集中度分析	188
(1) 行业集中度较低	188
(2) 正餐企业营所占比重最大	188
(3) 行业集中度将缓慢提升	189
5.5.3 餐饮百强企业经营分析	189
(1) 营业额稳步增长	189
(2) 分化与互渗趋势明显	189
(3) 所占比重基本与上年持平	190
(4) 百强企业规模进一步扩大	191
(5) 综合业绩表现逊于往年	191
5.5.4 餐饮业发展趋势分析	192
5.6 中国航空客运行业发展分析	195
5.6.1 民航航线网络分析	195
5.6.2 航线客运收入水平	196

- 5.6.3 航空旅客运输量分析 200
- 5.6.4 民航旅客周转量分析 200
- 5.6.5 机场旅客吞吐量分析 201
- 5.7 中国汽车租赁行业发展分析 205
 - 5.7.1 汽车租赁行业发展规模 205
 - 5.7.2 汽车租赁行业发展特点 206
 - 5.7.3 汽车租赁行业竞争格局 207
 - (1) 现有企业间的竞争 207
 - (2) 供应商议价能力分析 208
 - (3) 潜在进入者威胁 208
 - (4) 替代品威胁分析 209
 - 5.7.4 汽车租赁行业发展趋势 209

第6章：中国在线旅游产业用户调研分析 211

- 6.1 在线旅游预订用户特征分析 211
 - 6.1.1 用户性别特征 211
 - 6.1.2 用户年龄特征 211
 - 6.1.3 用户受教育程度 212
- 6.2 在线旅游预订用户行为分析 213
 - 6.2.1 用户出行方式 213
 - 6.2.2 用户旅行方式 214
 - 6.2.3 用户预订旅游产品种类 215
 - 6.2.4 用户搜索热点 215
 - 6.2.5 用户在消费时最关注因素 216
- 6.3 在线旅游预订用户细分产品预订特征 216
 - 6.3.1 旅游预订用户酒店预订特征 217
 - 6.3.2 旅游预订用户机票预订特征 218
 - 6.3.3 旅游预订用户度假产品预订特征 219

第7章：中国在线旅游产业细分市场分析 221

- 7.1 在线旅游产业市场结构 221
- 7.2 酒店在线预订市场分析 222

7.2.1 酒店行业销售渠道分析	222
(1) 星级酒店销售渠道格局	222
(2) 经济型酒店销售渠道格局	224
(3) 不同销售渠道成本比较	225
7.2.2 酒店在线预订市场规模	227
(1) 酒店在线预订营收规模	228
(2) 酒店在线预订市场渗透率	229
(3) 酒店在线预订用户数量	229
7.2.3 酒店在线预订不同模式	230
(1) 酒店官网预订	230
(2) 酒店OTA	230
(3) 酒店CRS	231
(4) UGC (User Generated Content , 用户生成内容) 旅游社区延展出来的第三方预订推介平台	232
7.2.4 酒店在线预订市场格局	232
(1) 在线预订网站市场份额	232
(2) 在线预订网站覆盖情况	235
(3) 在线预订网站价格分布	238
7.2.5 酒店在线营销的新模式	240
7.2.6 酒店在线预订市场趋势	240
7.3 机票在线预订市场分析	241
7.3.1 航空机票销售市场分析	241
(1) 航空机票交易规模分析	241
(2) 航空机票销售渠道格局	241
(3) 航空机票销售渠道特征	244
7.3.2 机票在线预订市场规模	250
(1) 机票在线预订市场规模	250
(2) 机票在线预订市场渗透率	250
7.3.3 机票在线预订市场格局	250
(1) 机票在线交易主体分析	250
(2) 在线机票预订市场格局	253
(3) 在线机票预订平台分析	254

- 7.3.4 机票在线预订市场趋势 254
- 7.4 旅游度假产品在线预订市场分析 255
 - 7.4.1 旅游度假产品在线预订市场规模 255
 - 7.4.2 旅游度假产品在线预订情况调研 258
 - (1) 旅游度假产品在线预订频率 258
 - (2) 旅游度假产品在线预订类型 259
 - (3) 旅游度假产品在线预订时间段 259
 - 7.4.3 旅游度假产品在线预订市场规模 259
 - 7.4.4 旅游度假产品在线预订市场格局 261
 - 7.4.5 旅游度假产品在线预订市场趋势 263
- 7.5 在线旅游其它服务市场分析 268
 - 7.5.1 在线汽车租赁服务分析 268
 - 7.5.2 网上购买景区门票分析 270

第8章：中国在线旅游产业细分模式分析 273

- 8.1 在线旅游代理（OTA）模式 273
 - 8.1.1 在线旅游代理发展概述 273
 - 8.1.2 在线旅游代理盈利模式 273
 - 8.1.3 在线旅游代理营收规模 274
 - 8.1.4 在线旅游代理盈利水平 274
- 8.2 旅游企业在线直销模式 277
 - 8.2.1 酒店在线直销分析 277
 - (1) 酒店网络营销发展历程 277
 - (2) 酒店在线直销发展模式 278
 - (3) 酒店在线直销现状分析 281
 - (4) 酒店在线直销市场规模 286
 - (5) 酒店在线直销案例分析 289
 - (6) 酒店在线直销SWOT分析 291
 - 8.2.2 旅行社在线直销分析 292
 - 8.2.3 航空公司在线直销分析 294
 - 8.2.4 旅游景区在线直销分析 296
- 8.3 旅游产品第三方交易平台（TTP） 297

- 8.3.1 旅游产品垂直搜索网站 297
 - (1) 垂直搜索引擎概述 297
 - (2) 旅游垂直搜索引擎概述 298
 - (3) 旅游垂直搜索发展现状 298
- 8.3.2 旅游点评社区网站 299
- 8.3.3 旅游产品团购网站 303
- 8.3.4 旅游产品B2B交易平台网站 307
- 8.3.5 定制在线旅游(C2B) 308
 - (1) 旅游C2B模式的含义 308
 - (2) 旅游C2B模式的特点 309
 - (3) 旅游C2B模式运行机制 313
 - (4) 旅游C2B模式发展现状 314
 - (5) 旅游C2B模式发展展望 315
- 8.4 非旅游机构进入在线旅游市场 315
 - 8.4.1 门户网站的进入 315
 - (1) 百度 315
 - (2) 腾讯 316
 - (3) 新浪 317
 - (4) 搜狐 318
 - 8.4.2 电子商务企业的进入 319
 - (1) “淘宝旅行”频道 319
 - (2) 京东“机票预订”频道 319
 - (3) 1号店机票预订业务 319
 - 8.4.3 SNS企业的进入 319
 - 8.4.4 银行业的进入 322
 - (1) 中国银行网站旅游频道 322
 - (2) 工商银行机票旅游频道 323
 - (3) 农业银行“旅行易”频道 324
 - (4) 民生银行商旅预订中心 324
 - (5) 浦发银行在线旅游预订 326

9.1 在线旅游产业商业模式分类	327
9.1.1 基于产生条件的分类	327
9.1.2 基于业态的分类	328
9.1.3 基于服务内容的分类	330
9.1.4 基于经营模式的分类	331
9.2 在线旅游产业商业模式演变分析	333
9.2.1 行业商业模式发展进程	333
9.2.2 行业商业模式演化动力	334
9.2.3 行业商业模式模型分析	335
9.3 在线旅游企业商业模式案例分析	336
9.3.1 Expedia	336
(1) 公司发展简介	336
(2) 公司发展特点分析	336
(3) 公司商业模式分析	337
9.3.2 American Express	338
(1) 公司发展简介	338
(2) 公司发展历程分析	339
(3) 公司商业模式分析	340
9.3.3 Priceline	340
(1) 公司发展简介	340
(2) 公司商业模式分析	341
9.3.4 携程	342
(1) 公司发展简介	342
(2) 公司发展历程分析	343
(3) 公司商业模式分析	345
9.3.5 去哪儿	345
(1) 公司发展简介	345
(2) 公司发展历程分析	346
(3) 公司商业模式分析	348
9.4 在线旅游产业商业模式发展趋势	349
9.4.1 商业模式转变的驱动力	349
9.4.2 商业模式发展趋势分析	351

- (1) 商业模式创新层出不穷 352
- (2) 一站式服务将成主流形式 353
- (3) 旅游计划网站将成为热点 354
- (4) 移动在线旅行服务将是大势所趋 354

第10章：中国在线旅游移动化与营销模式创新 357

10.1 移动互联网市场发展现状分析 357

10.1.1 移动终端普及情况 357

10.1.2 移动互联网用户数量 357

10.1.3 移动互联网市场规模 364

10.1.4 移动互联网应用结构 367

10.1.5 移动互联网发展趋势 368

10.2 无线旅游市场发展现状与展望 369

10.2.1 无线旅游发展背景分析 369

10.2.2 无线旅游发展优势分析 370

10.2.3 无线旅游应用模式分析 372

10.2.4 无线旅游发展现状分析 375

10.2.5 无线旅游发展案例分析 375

(1) 携程无线 376

(2) 淘宝旅行手机客户端 376

(3) 去哪儿无线客户端 376

(4) 同程网无线 377

(5) 艺龙无线 378

(6) 航班管家 378

(7) 酒店达人 379

(8) 12580商旅客户端 379

10.2.6 无线旅游发展制约因素 379

10.2.7 无线旅游未来发展展望 380

10.3 在线旅游产业营销模式创新 380

10.3.1 在线旅游产业营销模式创新 380

10.3.2 在线旅游企业微博营销分析 383

(1) 微博发展历程与使用情况 383

- (2) 在线旅游企业微博运用现状 387
- (3) 在线旅游企业微博营销效果 388
- (4) 在线旅游企业微博营销趋势 398
- 10.3.3 在线旅游企业社交网站推广 402
- 10.3.4 在线旅游企业电子邮件推广 403

第11章：中国在线旅游产业发展前景预测 409

- 11.1 旅游产业发展前景预测 409
 - 11.1.1 旅游产业影响因素分析 409
 - 11.1.2 旅游产业发展前景预测 412
- 11.2 在线旅游产业发展前景预测 412
 - 11.2.1 在线旅游交易规模预测 412
 - 11.2.2 在线旅游产业渗透率预测 413
- 11.3 在线旅游产业细分产品发展预测 414
 - 11.3.1 酒店在线预订市场预测 414
 - 11.3.2 机票在线预订市场预测 415
 - 11.3.3 旅游度假产品在线预订预测 416
- 11.4 在线旅游不同模式企业发展预测 419
 - 11.4.1 在线旅游代理前景预测 419
 - 11.4.2 旅游搜索市场规模预测 421
 - 11.4.3 旅游产品团购前景预测 423
 - 11.4.4 旅游产品B2B交易前景预测 424
 - 11.4.5 旅游企业在线直销前景预测 426

第12章：中国在线旅游产业投融资机会分析 428

- 12.1 在线旅游产业投资情况 428
 - 12.1.1 在线旅游产业投资热度 428
 - 12.1.2 在线旅游产业投资规模 430
 - 12.1.3 在线旅游产业投融资事件 431
 - 12.1.4 在线旅游产业投资资金来源 442
 - (1) 风投机构的风险投资 442
 - (2) 大型企业的战略投资 443

12.1.5 在线旅游产业投资方向 443

12.1.6 在线旅游产业投资预测 445

12.2 在线旅游产业兼并重组 446

12.3 在线旅游产业投资机会 449

12.3.1 在线旅游产业投资价值 449

12.3.2 在线旅游产业投资机会 451

12.3.3 在线旅游产业进入壁垒 452

第13章：中国在线旅游产业领先企业运营分析 454 (ZY LII)

13.1 在线旅游企业总体发展状况 454

13.1.1 在线旅游企业分类 454

13.1.2 在线旅游企业排名 455

13.2 在线旅游领先企业经营情况 456

13.2.1 携程旅行网 456

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

13.2.2 艺龙旅行网 465

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

13.2.3 去哪儿网 475

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

13.2.4 同程网 483

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析 (ZY LII)

13.2.5 芒果网 492

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

图表目录：

- 图表 1 2013-2015年我国在线旅游产业产品结构变化趋势（单位：%） 28
- 图表 2 在线旅游产业主要政策法规列表 29
- 图表 3 各旅游区的规划及政策研究 31
- 图表 4 七国集团GDP增长率（%） 34
- 图表 5 金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（%） 34
- 图表 6 全球及主要经济体制造业和服务业PMI 36
- 图表 7 全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数 37
- 图表 8 2015年年末人口数及其构成 47
- 图表 9 2012-2016年我国人口及其自然增长率变化情况 47
- 图表 10 2012-2016年上半年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 54
- 图表 11 2012-2016年上半年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 55
- 图表 12 2012-2016年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率 57
- 图表 13 2011Q1-2016Q3中国在线旅行预订市场第三方在线代理商营收规模 65
- 图表 14 2016Q3中国旅行预计市场第三方在线代理商营收份额 66
- 图表 15 旅游核心产业之间的关系 69
- 图表 16 驱动报酬递增的四个动态循环 70
- 图表 17 信息社会“长尾效应” 72
- 图表 18 从产业链到产业网的转变 72
- 图表 19 Web2.0时代在线旅游网站用户界面七大元素 74
- 图表 20 市场营销主导理论的演进 75
- 图表 21 Expedia负债能力分析 98
- 图表 22 Expedia综合损益分析 101
- 图表 23 Expedia现金流量分析 103
- 图表 24 Priceline负债能力分析 108
- 图表 25 Priceline综合损益分析 111
- 图表 26 Priceline现金流量分析 113
- 图表 27 2011-2015年美国OTA市场份额变化（以预订量计） 117
- 图表 28 MakeMyTrip负债能力分析 123
- 图表 29 MakeMyTrip利润能力分析 125

图表 30 MakeMyTrip现金流量分析 127

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/B88477ZW0D.html>