

# 2018-2024年中国在线旅行 预订行业发展前景分析及投资策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

# 一、报告报价

《2018-2024年中国在线旅行预订行业发展前景分析及投资策略咨询报告》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.abaogao.com/b/lyyou/D04382S16V.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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 2015-2017年国际在线旅行预订市场发展分析

#### 1.1 在线旅行预订相关概念

##### 1.1.1 网上旅行预订的含义

##### 1.1.2 网上订房的含义

##### 1.1.3 网上订票的含义

##### 1.1.4 网上旅行预订市场规模的含义

#### 1.2 世界在线旅行预定市场总体发展概况

##### 1.2.1 世界在线旅行预订企业的兴起及特征

##### 1.2.2 欧美旅行市场在线预订受消费者青睐

##### 1.2.3 亚太区在线旅行市场发展势头迅猛

##### 1.2.4 金砖四国线旅游市场增长迅猛

##### 1.2.5 拉丁美洲在线旅行预订市场发展空间大

#### 1.3 欧洲

##### 1.3.1 欧洲在线旅行预订市场交易规模分析

##### 1.3.2 欧洲在线旅行预订市场发展态势分析

##### 1.3.3 欧洲在线旅行预订市场整合步伐加速

#### 1.4 美国

##### 1.4.1 美国在线旅行预订市场交易规模

##### 1.4.2 美国在线旅行预订市场运行状况

##### 1.4.3 美国在线旅行预订市场格局分析

##### 1.4.4 影响美国在线旅行预订市场消费的因素

##### 1.4.5 美国在线旅行预订市场未来发展趋势

### 第二章 2015-2017年中国在线旅行预订市场发展分析

#### 2.1 2015-2017年中国在线旅行预订市场发展综述

##### 2.1.1 我国在线旅行市场主要核心产品发展概况

##### 2.1.2 我国在线旅行预订市场发展呈现新亮点

##### 2.1.3 推动我国在线旅行预订市场发展的主要因素

##### 2.1.4 国内在线旅游预订市场逐步趋向细分化

- 2.1.5 出境游热潮催热中国在线旅行预订市场
- 2.1.6 我国手机在线旅行预订市场逐渐兴起
- 2.2 2015-2017年国内在线旅游预订市场发展分析
  - 2.2.1 2015年在线旅游预订市场交易规模
  - 2.2.2 2016年中国在线旅游预订市场状况
  - 2.2.3 2016年中国OTA市场分析
  - 2.2.4 2017年中国在线旅游预订市场分析
- 2.3 在线旅行预订网站建设分析
  - 2.3.1 在线旅行预订网站的兴起
  - 2.3.2 在线旅行预订网站的竞合格局概述
  - 2.3.3 传统旅行社建设在线网站的优劣势
  - 2.3.4 在线旅行预订网站建设的关键点分析
  - 2.3.5 省市在线旅行预订网站建设思路分析
  - 2.3.6 旅行社建设在线预订网站的相关建议
- 2.4 中国在线旅行预订市场发展存在的问题及策略
  - 2.4.1 我国在线旅行预订市场存在的主要弊端
  - 2.4.2 我国在线旅行市场面临的挑战及对策
  - 2.4.3 在线旅行预订市场服务的通用途径分析
  - 2.4.4 在线旅行预订网站应寻求差异化发展

### 第三章 2015-2017年在线旅行预订市场运营模式及产业链分析

- 3.1 在线旅行预订市场商业模式发展概述
  - 3.1.1 在线旅行预订市场商业模式的定义
  - 3.1.2 在线旅行预订市场商业模式的构成要素
  - 3.1.3 在线旅行预订市场新型商业模式发展分析
  - 3.1.4 OTA市场多种经营模式现状
- 3.2 携程旅游网商业模式解析
  - 3.2.1 客户价值分析
  - 3.2.2 收入来源分析
  - 3.2.3 商业范围分析
  - 3.2.4 网站定价分析
- 3.3 中国在线旅行预订市场产业链运行分析

- 3.3.1 在线旅行预订市场产业链简介
- 3.3.2 我国在线旅行预订产业链运行状况
- 3.3.3 产业链上游企业直销发展情况
- 3.3.4 在线旅行预订代理商发展状况
- 3.3.5 在线旅游媒介类网站发展状况

#### 第四章 2015-2017年中国在线旅行预订市场用户分析

- 4.1 中国在线旅行预订市场用户概述
  - 4.1.1 我国在线旅行预订市场用户基本特征分析
  - 4.1.2 我国网上旅游预订市场用户简析
  - 4.1.3 消费返还力度与用户黏性的关联度分析
  - 4.1.4 我国在线旅行预订市场用户信息获取分析
- 4.2 我国在线旅行预订市场用户预订行为分析
  - 4.2.1 用户出行行为分析
  - 4.2.2 用户预订旅游产品行为分析
  - 4.2.3 用户出行前预订旅游产品的时间
- 4.3 我国在线旅行预订市场用户机票预订行为分析
  - 4.3.1 机票在线预订用户群体快速扩张
  - 4.3.2 影响旅客选择航班的主要因素
  - 4.3.3 用户预订机票的主要途径
  - 4.3.4 用户订票时选择的热门城市
- 4.4 我国在线旅游预订市场用户酒店预订行为分析
  - 4.4.1 影响用户选择酒店的主要因素
  - 4.4.2 用户预订酒店的主要方式
  - 4.4.3 用户搜索酒店时的主要关键词
  - 4.4.4 用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌
  - 4.4.5 用户搜索酒店时选择的主要城市
  - 4.4.6 用户不选择酒店预订的原因

#### 第五章 2015-2017年中国在线旅行预订市场竞争分析

- 5.1 中国在线旅行预订市场竞争概况
  - 5.1.1 我国在线旅行预订市场的基本格局

- 5.1.2 在线旅游网站竞争阵营分析
- 5.1.3 垂直搜索网站与传统类旅游网站竞争加剧
- 5.1.4 新模式诞生引发在线旅行预订市场竞争升级
- 5.1.5 在线旅游行业预订服务与广告服务的竞争
- 5.1.6 我国酒店在线预订系统的竞争优势比较
- 5.2 2015-2017年中国在线旅行预订市场竞争分析
  - 5.2.1 我国在线旅行预订市场竞争格局
  - 5.2.2 我国在线旅行预订市场价格战解析
  - 5.2.3 2015年OTA市场竞争格局
  - 5.2.4 2016年节庆期间在线旅游预订情况
- 5.3 中国在线旅行预订市场的竞争态势
  - 5.3.1 我国在线旅游预订市场传统格局面临调整
  - 5.3.2 强强联合加速国内在线旅行预订市场整合
  - 5.3.3 网购平台崛起引发在线旅行预订业变局
  - 5.3.4 我国在线旅游预订行业进入壁垒渐显
- 5.4 中国在线旅行预订市场的竞争策略
  - 5.4.1 我国在线旅游企业的主要竞争策略分析
  - 5.4.2 我国在线旅行预订市场竞争的营销对策
  - 5.4.3 在线旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议

## 第六章 2015-2017年重点企业及网站经营分析

- 6.1 EXPEDIA
  - 6.1.1 公司简介
  - 6.1.2 Expedia集团在中国市场发展
  - 6.1.3 Expedia旗下酷讯进行战略调整
  - 6.1.4 Expedia公司批准分拆上市计划
  - 6.1.5 2015-2017年艺龙经营状况分析
- 6.2 携程旅行网
  - 6.2.1 公司简介
  - 6.2.2 2015年携程网经营状况
  - 6.2.3 2016年携程网经营状况
  - 6.2.4 2017年携程网经营状况

- 6.2.5 携程集团化发展战略分析
- 6.2.6 携程加大市场收购整合力度
- 6.3 去哪儿网
  - 6.3.1 公司简介
  - 6.3.2 去哪儿网持续快速发展
  - 6.3.3 去哪儿网推出“担保通”
  - 6.3.4 去哪儿网与腾讯加强旅游搜索合作
  - 6.3.5 去哪儿网的发展策略分析
- 6.4 芒果网
  - 6.4.1 公司简介
  - 6.4.2 芒果网在线旅行的市场定位分析
  - 6.4.3 芒果网在线旅行预订市场发展综述
  - 6.4.4 芒果网旗下青芒果网运营情况良好
- 6.5 其他企业及网站
  - 6.5.1 同程网
  - 6.5.2 快乐e行
  - 6.5.3 途牛旅游网
  - 6.5.4 驴妈妈旅游网
  - 6.5.5 51766旅游网

## 第七章 中国在线旅行预订市场前景展望（ZY ZM）

- 7.1 在线旅游市场未来发展环境
  - 7.1.1 我国在线旅游市场发展环境不断改善
  - 7.1.2 我国在线旅游市场发展空间较大
  - 7.1.3 无线终端应用称在线旅游业发展契机
  - 7.1.4 我国在线旅游预订市场面临发展机遇
- 7.2 在线旅行预订市场发展趋势及预测
  - 7.2.1 全球在线旅游业面临的挑战及未来发展趋势
  - 7.2.2 我国在线旅游市场发展趋于成熟
  - 7.2.3 我国在线旅行预订市场未来发展趋势
  - 7.2.4 国内在线旅行预订市场未来运行方向
  - 7.2.5 2018-2024年中国在线旅行预订市场规模预测

图表目录：

图表 全球三大地区旅游市场网络预订订单占该区全部旅游订单的比例

图表 欧洲在线个人休闲旅游/非集中管理的商务旅游交易规模

图表 欧洲休闲旅游销售情况

图表 美国在线个人休闲旅游/非集中管理的商务旅游交易规模

图表 美国在线旅行预订运营商市场份额

图表 美国在线旅行预订用户最喜欢的促销方式

图表 美国在线旅游销售规模情况及预测

图表 美国在线旅游消费者最终放弃在线交易的原因

图表 美国消费者可以接受旅游网站出现问题的次数

图表 中国自由行度假市场规模增长情况

图表 中国在线旅行预订市场结构

图表 中国旅游市场在线渗透率监测

图表 中国在线旅行市场结构监测

图表 2014-2015年中国在线旅游市场交易规模

图表 中国在线旅行预订主要运营商营收份额

图表 在线旅行市场五种新型预订模式的比较

图表 携程旅游网站目标客户分类

图表 携程旅游网站目标客户的地区分布

图表 携程网的主要收入来源

图表 携程旅行网的服务特色

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/D04382S16V.html>