

2020-2026年中国在线酒店 预订市场发展现状与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国在线酒店预订市场发展现状与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/jiudian/J68941BIXN.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

我国 OTA 市场增长主要来自于上线率的提升，未来持续受益低线城市上线率的提升。整个旅游市场增速较慢，13-17 年复合增速仅 6%，但 OTA 市场增速较快，有 40% 复合增长，主要来自上线率的提升而非旅游市场本身的扩大。对比发达国家 40% 以上的在线渗透率，我国 32% 的渗透率仍有提升空间。随着低线城市消费能力崛起及 OTA 向低线城市的下沉，未来 OTA 市场的增长有望持续受益低线城市旅游上线率的提升。

2017 年我国旅游市场产值 3.72 万亿，线上产值 1.17 万亿，线上化率 31.5%，其中 OTA 可变现的规模达 8000 亿，主要包括酒店、交通及其他。酒店、交通、其他（门票+旅游套餐）17 年 GMV 分别为 1556 亿/5139 亿/1347 亿，占比分别为 19%/64%/17%。交通是 GMV 占比最大领域，其中机票 3840 亿（占比 75%），火车票 1232 亿（占比 24%）。

推算 2017 年境内 OTA 行业佣金收入约 400 亿、总体变现率约 5%，其中酒店、交通、其他业务的佣金比例约 4:4:2。主要是按照酒店预订变现率 8%-15%、旅行套餐变现率 5%-10%、交通预订变现率 2%-5%，并结合各自的 GMV 进行的佣金推算。酒店预订市场分布

每个 OTA 平台深耕的客户类型所属的细分市场并不相同，携程深耕粘性强的商旅用户。携程深耕商旅用户，使用粘性强的中高端商旅客群是主力，他们正处于人生中收入高点和支出高点，当前消费能力最强。飞猪依托阿里流量深耕小资白领，美团主要服务低线城市蓝领人群，同程艺龙借助腾讯流量重点服务长尾客户，AGODA 专注于海外来华客户及公司白领。随着代际的更替，美团和飞猪的主力消费群年轻中产用户正在崛起，未来他们将成为消费能力最强的一代，面对这样的趋势，携程也在加大对年轻客户群的争夺。

每个 OTA 开拓酒店资源的能力也不相同，大携程系打造赫程平台，形成酒店资源端的辛迪加垄断。“携程+去哪儿+同程艺龙”共同成立“赫程国际”酒店管理平台，整合三方供应链并提供库存。OTA 是一个典型的双向市场，客户的选择越丰富粘性就越强，OTA 引流能力越强酒店就越容易上线，因此 OTA 具备天然垄断属性，大携程系在酒店资源端已经形成了辛迪加垄断。除赫程之外，飞猪、美团是其余两个真正具备酒店开拓能力的 OTA，但他们很难在中高端酒店标品上超越携程，布局非标、卡位低线成为突破的路径。

2、在线旅游（OTA）行业未来竞争趋势：低线化、年轻化、本地化、多样化

行业正步入下半场，一是加大了对 OTA 企业现有业务精细化运营的要求，二是更需要 OTA 企业卡位那些未被充分满足的市场、服务那些未被充分满足的用户。未来，三四线城市是最具消费空间的市场，新生代客群是最具消费潜力的人群，此外，本地化消费需求增多、多样化消费需求兴起的趋势也越来越明显。因此，谁能够最快速地、最具成本效益地实现向

低线城市下沉、吸引年轻化客群、向本地市场倾斜、满足多样化需求，谁就能从 OTA 下半场之争中突围，最先享受 OTA 行业增长红利。在线酒店预订用户群体分城市层级划分不同级别城市 1 8Q2 在线酒店预订月均 MAU 数量 智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国在线酒店预订市场发展现状与战略咨询报告》共九章。首先介绍了中国在线酒店预订行业市场发展环境、在线酒店预订整体运行态势等，接着分析了中国在线酒店预订行业市场运行的现状，然后介绍了在线酒店预订市场竞争格局。随后，报告对在线酒店预订做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线酒店预订行业发展趋势与投资预测。您若想对在线酒店预订产业有个系统的了解或者想投资中国在线酒店预订行业，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：

第一章 在线酒店预订行业产品定义及行业概述发展分析

第一节 在线酒店预订行业产品定义

一、在线酒店预订行业产品定义及分类

二、在线酒店预订行业产品应用范围分析

三、在线酒店预订行业发展历程

四、在线酒店预订行业或所属大行业发展地位及在国民经济中的地位分析

第二节 在线酒店预订行业产业链发展环境简析

一、在线酒店预订行业产业链模型理论

二、在线酒店预订行业产业链示意图

三、在线酒店预订行业产业链相关叙述

第三节 在线酒店预订行业市场环境分析

一、在线酒店预订行业政策发展环境分析

1、行业监管体制分析

2、行业法律法规分析

3、行业发展规划分析

二、在线酒店预订行业经济环境发展分析

1、居民收入水平

2、居民消费水平

3、恩格尔系数情况

4、城市化进程情况

5、人民币汇率走势

三、在线酒店预订行业技术环境分析

1、在线酒店预订行业专利申请数分析

2、在线酒店预订行业专利申请人分析

3、在线酒店预订行业热门专利技术分析

四、在线酒店预订行业消费环境分析

1、在线酒店预订行业消费态度调查

2、在线酒店预订行业消费驱动分析

3、在线酒店预订行业消费需求特点

4、在线酒店预订行业消费群体分析

5、在线酒店预订行业消费行为分析

6、在线酒店预订行业消费关注点分析

7、在线酒店预订行业消费区域分布

第二章 2011-2019年在线酒店预订行业国内外市场发展概述

第一节 2011-2019年全球在线酒店预订行业发展分析

一、全球经济发展现状

1、全球经济发展分析

2、全球贸易现状分析

3、全球经济发展趋势分析

二、2011-2019年全球在线酒店预订行业发展概述

1、全球在线酒店预订行业市场供需情况

2、全球在线酒店预订行业市场规模及区域分布情况

3、全球在线酒店预订行业重点国家市场分析

4、全球在线酒店预订行业发展热点分析

5、2020-2026年全球在线酒店预订行业市场规模预测

6、全球在线酒店预订行业技术发展现状及趋势分析

第二节 2011-2019年中国在线酒店预订行业简述

一、中国经济发展分析

1、中国人口分析

2、中国GDP走势

3、2015-2019年中国经济现状分析

二、2011-2019年中国在线酒店预订所属行业发展情况

低线城市需求崛起，成为 OTA 下半场之争的主战场。一二线城市在线旅游渗透率逐渐进入稳态，其用户增长也逐渐趋缓，而三四线城市处于渗透率提升、用户增长的高成长阶段，过去一年 OTA 酒店预订低线用户占比从 43%提升至 50%，低线城市需求崛起。因此，三四线城市成为 OTA 下半场之争的主要战场，美团具备先占优势且交叉获客优势明显，携程也在加速布局并有望通过线下店实现低成本获客。

年轻客群正在成长，未来将是 OTA 市场的消费主力。30-45 岁是我国最核心的高支柱型消费群体，携程深耕的是这一群体，当前消费能力最强；25-30 岁是我国最好的高潜型消费群体，美团深耕的是这类群体，消费能力尚未到顶。随着代际更替，大约 3-5 年后，二三十岁的年轻客群将成长为 OTA 市场的消费主力，因此，现在就培育这些人并争取其几年之后成为忠诚客户，是各 OTA 的竞争重点。携程加强对年轻用户的覆盖，过去几年 29 岁以下占比从 30%升至近 50%，美团年轻客群崛起，过去 3 年其酒店消费的每间夜交易额增长接近 40%，此外，飞猪五星酒店 90 后的预订用户占比已经超 1/4。在线酒店预订本异地区域划分不同级别城市 在线酒店预订本异地区域划分

1、中国在线酒店预订行业生命周期分析

2、中国在线酒店预订行业市场成熟度情况

3、中国和国外在线酒店预订行业对比SWTO

第三节国内外在线酒店预订行业国家支持情况

一、全球在线酒店预订行业发展优惠政策或措施

二、国内在线酒店预订行业发展优惠政策或措施

1、进出口关税

2、国家政策支持

3、部分地方政府支持

三、2020-2026年在线酒店预订行业发展前景分析

1、全球在线酒店预订行业发展前景

2、中国在线酒店预订行业发展前景

第三章 2011-2019年中国在线酒店预订所属行业市场运行现状分析

第一节 2011-2019年中国在线酒店预订行业市场规模

一、2011-2019年中国在线酒店预订行业市场规模情况

二、中国在线酒店预订行业市场细分规模情况

第二节 2011-2019年中国在线酒店预订行业生产情况分析

一、中国在线酒店预订行业生产企业分析

二、2011-2019年中国在线酒店预订行业产量情况

第三节 2011-2019年中国在线酒店预订行业消费情况分析

一、2011-2019年中国在线酒店预订行业消费量统计

二、中国在线酒店预订行业消费结构

第四节 2011-2019年中国在线酒店预订行业价格情况分析

一、中国在线酒店预订行业平均价格走势

二、中国在线酒店预订行业影响价格因素分析

三、2020-2026年中国在线酒店预订行业平均价格走势预测

第四章 2011-2019年中国在线酒店预订所属行业运行数据分析

第一节 2011-2019年中国在线酒店预订所属行业总体运行情况

一、在线酒店预订企业数量及分布

二、在线酒店预订行业从业人员统计

第二节 2013-2019年中国在线酒店预订所属行业运行数据

一、行业资产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业利润情况分析

第三节 2011-2019年中国在线酒店预订所属行业成本费用结构分析

第四节 2011-2019年中国在线酒店预订所属行业经营成本情况

第五节 2011-2019年中国在线酒店预订所属行业管理费用情况

第五章 2011-2019年中国在线酒店预订行业区域发展分析

第一节 中国在线酒店预订行业区域发展现状分析

一、2019年中国在线酒店预订行业区域消费格局

二、2019年中国在线酒店预订行业区域品牌发展分析

三、2019年中国在线酒店预订行业区域重点企业分析

第二节 2011-2019年华北地区

一、华北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 2011-2019年东北地区

一、东北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 2011-2019年华东地区

一、华东地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 2011-2019年华南地区

一、华南地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 2011-2019年华中地区

一、华中地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 2011-2019年西部地区

一、西部地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六章 2019年中国在线酒店预订行业竞争格局分析

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、生产要素

二、需求条件

三、相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2011-2019年在线酒店预订行业竞争格局分析

一、2011-2019年国内外在线酒店预订竞争分析

二、2011-2019年我国在线酒店预订市场竞争分析

三、2011-2019年国内主要在线酒店预订企业品牌分析

第七章 中国在线酒店预订行业重点企业分析

第一节A公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、企业未来发展趋势

第二节B公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、企业未来发展趋势

第三节C公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、企业未来发展趋势

第四节D公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、企业未来发展趋势

第五节E公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、企业未来发展趋势

第六节F公司

一、企业简介

二、产品介绍

三、经营情况

四、企业未来发展趋势

第八章 中国在线酒店预订行业投资机会与风险分析

第一节 2020-2026年中国在线酒店预订产业发展前景趋势预测分析

一、在线酒店预订产量预测

二、在线酒店预订市场规模预测

三、在线酒店预订技术研发方向预测

第二节 2020-2026年中国在线酒店预订市场发展预测分析

一、在线酒店预订市场需求预测

二、在线酒店预订价格走势分析

三、在线酒店预订进出口预测分析

第三节 在线酒店预订行业投资机会分析

一、在线酒店预订投资项目分析

二、可以投资的在线酒店预订模式

三、2019年在线酒店预订投资机会

四、2019年在线酒店预订投资新方向

五、2020-2026年在线酒店预订行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响在线酒店预订行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响在线酒店预订行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响在线酒店预订行业运行的不利因素分析

三、2020-2026年我国在线酒店预订行业发展面临的挑战分析

四、2020-2026年我国在线酒店预订行业发展面临的机遇分析

第五节 在线酒店预订行业投资风险及控制策略分析

一、2020-2026年在线酒店预订行业市场风险及控制策略

二、2020-2026年在线酒店预订行业政策风险及控制策略

三、2020-2026年在线酒店预订行业经营风险及控制策略

四、2020-2026年在线酒店预订行业技术风险及控制策略

五、2020-2026年在线酒店预订同业竞争风险及控制策略

第九章 2020-2026年在线酒店预订行业投资前景分析（）

第一节 在线酒店预订行业投资情况分析

一、总体投资结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

四、分地区投资分析

第二节 在线酒店预订行业投资机会分析

第三节 在线酒店预订行业发展前景分析

一、全球化下在线酒店预订市场的发展前景

二、在线酒店预订市场面临的发展商机

第四节 中国在线酒店预订行业市场发展趋势预测

第五节 在线酒店预订产品投资机会

第六节 在线酒店预订产品投资趋势分析

第七节 项目投资建议

一、行业投资环境考察

二、投资风险及控制策略

三、产品投资方向建议

四、项目投资建议

第八节 中国在线酒店预订行业市场重点客户战略分析（ ）

图表目录：

图表：2011-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2019年中国三产业增加值结构图

图表：2011-2019年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2011-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2011-2018中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2011-2018中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2014年-2019年人民币兑美元汇率中间价

图表：2019年人民币汇率中间价对照表

图表：2011-2019年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2011-2019年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2011-2019年中国外汇储备走势图

图表：2011-2019年中国外汇储备及增速变化图

图表：2019年中国人民币利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2011-2019年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2011-2019年我国总人口数量增长趋势图

图表：2019年人口数量及其构成

图表：2011-2019年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2011-2019年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2011-2019年中国城镇化率走势图

图表：2011-2019年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2011-2019年在线酒店预订行业生产总量

图表：2011-2019年在线酒店预订行业产能

图表：2020-2026年在线酒店预订行业生产总量预测

图表：2011-2019年在线酒店预订行业市场容量

图表：2020-2026年在线酒店预订行业市场容量预测

图表：2012-2019年中国在线酒店预订进口数量分析

图表：2012-2019年中国在线酒店预订进口金额分析

图表：2012-2019年中国在线酒店预订出口数量分析

图表：2012-2019年中国在线酒店预订出口金额分析

图表：2012-2019年中国在线酒店预订进出口平均单价分析

图表：2012-2019年中国在线酒店预订进口国家及地区分析

图表：2012-2019年中国在线酒店预订出口国家及地区分析

图表：2012-2019年在线酒店预订行业销售毛利率

图表：2012-2019年在线酒店预订行业销售利润率

图表：2012-2019年在线酒店预订行业总资产利润率

图表：2012-2019年在线酒店预订行业净资产利润率

图表：2012-2019年在线酒店预订行业产值利税率

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiudian/J68941BIXN.html>