

# 2017-2022年中国在线旅游 产业研究及未来前景预测报告

## 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

《2017-2022年中国在线旅游产业研究及未来前景预测报告》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/R43802PS00.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

在线旅游指的是通过网络的方式查阅和预订旅游产品，并可以通过网络分享旅游或旅行经验，而非通过在线（网络）的方式旅游或旅行。

2015年，旅游行业整体增速稳定，行业稳步提升 2015 年旅游收入增长 12%，在经济疲软下表现相对良好。据中旅院统计，2015 年接待国内外旅游人数 41 亿人次，旅游总收入突破4万亿元，同比增长10%和 12%。具体来看：出境游：2014年出境游人次达 1.28亿人次（排名全球第一），其中因私出境 1.22 亿人次，增长 16%。中国居民境外旅游消费额达 2150 亿美元，同比上涨 53%；国内游40亿人次，国内旅游收入 3.43 万亿元，同比分别增 10.0%和 13.2%；入境游：接待客流 1.34亿人次，增长 4.14%，近三年首次转正；旅游收入预增 1.1%。

2011-2015年中国在线旅游及国内旅游规模情况

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国在线旅游产业研究及未来前景预测报告》共十二章。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：

### 第一章 在线旅游相关概述

#### 1.1 在线旅游的概念界定

##### 1.1.1 在线旅游的定义

##### 1.1.2 在线酒店预订

##### 1.1.3 在线机票预订

##### 1.1.4 在线度假预订

#### 1.2 在线旅游的特点

##### 1.2.1 整合性

##### 1.2.2 交互性

### 1.2.3 快捷性

## 1.3 在线旅游相关术语界定

### 1.3.1 在线旅游市场营收规模

### 1.3.2 网上旅行预订用户规模

## 第二章 中国在线旅游行业发展环境分析

### 2.1 政策环境

#### 2.1.1 旅游业重点政策解读

#### 2.1.2 促进旅游业改革发展政策

#### 2.1.3 进一步促进旅游投资和消费

#### 2.1.4 实施“旅游+互联网”行动

#### 2.1.5 旅游业“十三五”政策导向

### 2.2 经济环境

#### 2.2.1 宏观经济状况

#### 2.2.2 产业结构调整

#### 2.2.3 固定资产投资

#### 2.2.4 服务业快速发展

#### 2.2.5 经济运行趋势分析

### 2.3 社会环境

#### 2.3.1 人口结构特征

#### 2.3.2 居民收入水平

#### 2.3.3 居民消费升级

#### 2.3.4 互联网+蓬勃兴起

### 2.4 技术环境

#### 2.4.1 中国信息化水平提升

#### 2.4.2 信息技术服务业发展

#### 2.4.3 互联网应用普及程度

#### 2.4.4 在线支付持续快速增长

## 第三章 中国在线旅游产业链分析

### 3.1 在线旅游产业链构成主体

#### 3.1.1 在线旅游产业链结构

- 3.1.2 上游供应商
- 3.1.3 网络媒介
- 3.1.4 终端用户
- 3.2 在线旅游产业链基本特征
  - 3.2.1 供应商依托于网络媒介服务
  - 3.2.2 用户规模报酬递增效应突出
  - 3.2.3 服务多样性与竞争优势密切相关
- 3.3 在线旅游产业链发展趋势
  - 3.3.1 从产业链向产业网演变
  - 3.3.2 从Web1.0模式向Web2.0模式转变
  - 3.3.3 从NBS到LBS演进

#### 第四章 2014-2016年中国在线旅游行业总体分析

- 4.1 2014-2016年中国旅游业发展现状
  - 4.1.1 旅游业规模扩张
  - 4.1.2 旅游业收入状况
  - 4.1.3 出入境旅游市场
  - 4.1.4 旅游业重要战略
  - 4.1.5 国际影响力增强
- 4.2 中国在线旅游行业发展综述
  - 4.2.1 在线旅游的发展阶段
  - 4.2.2 在线旅游的市场结构
  - 4.2.3 在线旅游市场规模分析
  - 4.2.4 在线旅游企业竞争格局
  - 4.2.5 在线旅游行业SWOT分析
  - 4.2.6 在线旅游市场趋向细分化
- 4.3 2014-2016年中国在线旅游业运行特征
  - 4.3.1 跟团旅游成为市场主流
  - 4.3.2 移动在线旅游规模上升
  - 4.3.3 在线定制旅游受到追捧
  - 4.3.4 中长线在线出游比例增加
  - 4.3.5 厂商积极参与“双11”促销

#### 4.4 中国在线旅游行业存在的主要问题

##### 4.4.1 客户群体单一

##### 4.4.2 竞争能力薄弱

##### 4.4.3 个性化不足

##### 4.4.4 服务意识薄弱

#### 4.5 推动中国在线旅游业发展的对策措施

##### 4.5.1 规范市场秩序

##### 4.5.2 引导传统旅游企业网络化

##### 4.5.3 创新经营模式

##### 4.5.4 创新在线旅游产品

### 第五章 2014-2016年中国在线旅游行业细分市场分析

#### 5.1 酒店在线预订市场

##### 5.1.1 酒店行业销售渠道分析

##### 5.1.2 酒店在线预订主要模式

##### 5.1.3 酒店在线预订市场规模

##### 5.1.4 酒店在线预订市场份额

##### 5.1.5 酒店在线预订案例分析

##### 5.1.6 酒店在线预订未来趋势

#### 5.2 机票在线预订市场

##### 5.2.1 航空机票在线销售渠道

##### 5.2.2 机票在线销售影响因素

##### 5.2.3 机票在线预订市场规模

##### 5.2.4 机票在线预订市场份额

##### 5.2.5 机票在线预订案例分析

##### 5.2.6 机票在线预订未来趋势

#### 5.3 度假产品在线预订市场

##### 5.3.1 在线旅游度假产业链分析

##### 5.3.2 度假产品在线预订市场规模

##### 5.3.3 度假产品在线预订市场份额

##### 5.3.4 在线周边游市场结构分析

##### 5.3.5 度假产品在线预订未来趋势

## 5.4 景区门票在线预订市场

### 5.4.1 在线景区门票市场规模

### 5.4.2 在线门票销售渠道分析

### 5.4.3 区域在线门票市场集中度

### 5.4.4 在线门票市场销售案例

## 第六章 2014-2016年中国在线旅游市场上游供应商分析

### 6.1 酒店企业

#### 6.1.1 2016年星级酒店经营状况

#### 6.1.2 2016年星级酒店经营状况

#### 6.1.3 2016年酒店市场发展态势

#### 6.1.4 国内旅游度假酒店投资动态

#### 6.1.5 2017-2022年酒店业前景预测

### 6.2 餐饮企业

#### 6.2.1 餐饮行业收入规模

#### 6.2.2 餐饮行业利润水平

#### 6.2.3 重点餐饮企业运行

#### 6.2.4 餐饮行业投资规模

#### 6.2.5 餐饮业发展前景预测

### 6.3 航空企业

#### 6.3.1 我国民航业发展新常态

#### 6.3.2 2016年民航业运行状况

#### 6.3.3 2016年民航业运行状况

#### 6.3.4 2016年民航业发展态势

#### 6.3.5 民航业未来前景预测

### 6.4 旅游景区

#### 6.4.1 我国旅游景区发展特征

#### 6.4.2 旅游景区建设运营状况

#### 6.4.3 旅游景区盈利模式分析

#### 6.4.4 国内旅游景区营销策略

#### 6.4.5 旅游景区投资方式与渠道

### 6.5 保险公司

- 6.5.1 2016年保险业经营状况
- 6.5.2 2016年保险业经营状况
- 6.5.3 2016年保险业发展态势
- 6.5.4 民营资本进入保险市场
- 6.5.5 保险产品未来发展趋势

## 第七章 2014-2016年中国在线旅游终端用户分析

### 7.1 中国在线旅游市场消费者属性分析

- 7.1.1 性别构成
- 7.1.2 年龄构成
- 7.1.3 学历构成
- 7.1.4 地域分布
- 7.1.5 收入构成

### 7.2 我国在线旅游终端用户预订行为分析

- 7.2.1 用户信息获取分析
- 7.2.2 用户出行行为分析
- 7.2.3 用户预订旅游产品行为分析
- 7.2.4 用户出行前预订旅游产品的时间
- 7.2.5 返还力度与用户黏性的关联度

### 7.3 我国机票在线预订用户行为分析

- 7.3.1 机票在线预订用户群体快速扩张
- 7.3.2 影响旅客选择航班的主要因素
- 7.3.3 用户预订机票的主要途径
- 7.3.4 用户订票时选择的热门城市

### 7.4 我国酒店在线预订用户行为分析

- 7.4.1 影响用户选择酒店的主要因素
- 7.4.2 用户预订酒店的主要方式
- 7.4.3 用户搜索酒店时的主要关键词
- 7.4.4 用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌
- 7.4.5 用户搜索酒店时选择的主要城市
- 7.4.6 用户不选择酒店预订的原因



## 第八章 2014-2016年中国在线旅游行业竞争分析

### 8.1 中国在线旅游行业竞争概况

#### 8.1.1 在线旅游行业进入壁垒

#### 8.1.2 在线旅游网站竞争阵营

#### 8.1.3 垂直搜索与传统类竞争加剧

#### 8.1.4 在线旅游预订与广告服务的竞争

#### 8.1.5 酒店在线预订系统的优劣势比较

### 8.2 在线旅游行业竞争结构分析

#### 8.2.1 在线旅游业“五力模型”简述

#### 8.2.2 供应商议价能力

#### 8.2.3 购买者议价能力

#### 8.2.4 潜在进入者威胁

#### 8.2.5 替代品威胁

#### 8.2.6 同业竞争

### 8.3 2014-2016年中国在线旅游行业竞争态势

#### 8.3.1 在线旅游市场竞争格局

#### 8.3.2 在线旅行市场竞争加剧

#### 8.3.3 在线旅行企业并购整合

#### 8.3.4 OTA争抢海外旅游资源

#### 8.3.5 在线旅游与酒店业竞争

### 8.4 提升中国在线旅游业竞争力的策略建议

#### 8.4.1 我国在线旅游企业主要竞争策略

#### 8.4.2 应对在线旅游业竞争形势的营销对策

#### 8.4.3 在线旅游企业应对互联网巨头挑战的建议

## 第九章 2014-2016年在线旅游行业商业模式分析

### 9.1 在线旅游商业模式概述

#### 9.1.1 在线旅游商业模式的定义

#### 9.1.2 在线旅游商业模式的构成要素

### 9.2 国内在线旅游的典型商业模式

#### 9.2.1 旅游站点平台模式

#### 9.2.2 “机票+酒店”的网络分销模式

- 9.2.3 垂直引擎搜索模式
- 9.2.4 直销预订模式
- 9.3 在线旅游垂直搜索SWOT分析
  - 9.3.1 优势 ( strength )
  - 9.3.2 劣势 ( weakness )
  - 9.3.3 机会 ( opportunity )
  - 9.3.4 威胁 ( threat )
- 9.4 携程网商业模式解析
  - 9.4.1 客户价值分析
  - 9.4.2 收入来源分析
  - 9.4.3 商业范围分析
  - 9.4.4 网站定价分析

## 第十章 2014-2016年国外在线旅游行业重点企业运营分析

- 10.1 Priceline
  - 10.1.1 企业发展概况
  - 10.1.2 经营状况分析
  - 10.1.3 公司扩张路径
  - 10.1.4 商业模式分析
  - 10.1.5 Booking成功经验
- 10.2 Expedia
  - 10.2.1 企业发展概况
  - 10.2.2 经营状况分析
  - 10.2.3 公司扩张路径
  - 10.2.4 商业模式分析
  - 10.2.5 企业战略布局
- 10.3 Tripadvisor
  - 10.3.1 企业发展概况
  - 10.3.2 经营状况分析
  - 10.3.3 商业模式分析
  - 10.3.4 企业战略布局
  - 10.3.5 成功经验借鉴

## 第十一章 2014-2016年中国在线旅游行业重点企业运营分析

### 11.1 携程旅行网

#### 11.1.1 企业发展概况

#### 11.1.2 企业核心竞争力

#### 11.1.3 2016年经营状况

#### 11.1.4 2016年经营状况

#### 11.1.5 2016年经营状况

#### 11.1.6 2017年战略布局

### 11.2 去哪儿网

#### 11.2.1 企业发展概况

#### 11.2.2 企业私有化进展

#### 11.2.3 2016年经营状况

#### 11.2.4 2016年经营状况

#### 11.2.5 2016年经营状况

### 11.3 艺龙网

#### 11.3.1 企业发展概况

#### 11.3.2 企业核心竞争力

#### 11.3.3 2016年经营状况

#### 11.3.4 2016年经营状况

#### 11.3.5 2016年发展动态

#### 11.3.6 艺龙与腾讯合作

### 11.4 途牛网

#### 11.4.1 企业发展概况

#### 11.4.2 企业核心竞争力

#### 11.4.3 2016年经营状况

#### 11.4.4 2016年经营状况

#### 11.4.5 2016年经营状况

#### 11.4.6 途牛发力邮轮旅游

### 11.5 其他企业

#### 11.5.1 同程网

#### 11.5.2 芒果网

- 11.5.3 腾邦国际
- 11.5.4 驴妈妈旅游网
- 11.5.5 飞猪（阿里旅行）

## 第十二章 2017-2022年中国在线旅游业前景预测（ZY LII）

- 12.1 中国在线旅游行业前景展望
  - 12.1.1 我国在线旅游市场发展空间较大
  - 12.1.2 无线终端应用成在线旅游业发展契机
  - 12.1.3 我国在线旅游代理市场前景广阔
  - 12.1.4 2017-2022年中国在线旅游业预测
- 12.2 在线旅游行业发展趋势分析
  - 12.2.1 在线旅游市场将趋于成熟
  - 12.2.2 在线旅行预订市场发展趋势（ZY LII）
  - 12.2.3 在线旅游行业未来发展方向

附录：

附录一：《中华人民共和国旅游法》

附录二：《旅游企业信息化服务指南》

图表目录：

- 图表1 《旅游法》立法大事件
- 图表2 2011-2016年国内生产总值及其增长速度
- 图表3 2011-2016年城镇新增就业人数
- 图表4 2011-2016年全员劳动生产率
- 图表5 2011-2016年全国一般公共预算收入
- 图表6 2011-2016年全国粮食产量
- 图表7 2011-2016年全部工业增加值及其增速
- 图表8 2011-2016年全社会固定资产投资规模
- 图表9 2011-2016年社会消费品零售总额
- 图表10 2011-2016年货物进出口总额
- 图表11 2016年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表12 2016年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

- 图表13 2016年全国固定资产投资（不含农户）同比增长情况
- 图表14 2016年年末人口数及其构成
- 图表15 2016年人口性别比例
- 图表16 2012-2016年我国电子信息产业增长情况
- 图表17 2016年我国软件和信息技术服务业业务收入及增长情况
- 图表18 2016年我国软件和信息技术服务业软件业务收入情况
- 图表19 我国在线旅游产业链结构图
- 图表20 旅游搜索引擎和在线旅游代理商商业模式差异
- 图表21 旅游核心产业之间的关系
- 图表22 驱动报酬递增的四个动态循环
- 图表23 循环信息社会“长尾效应”
- 图表24 Web2.0时代在线旅游网站用户界面七大元素
- 图表25 市场营销主导理论的演进
- 图表26 2012-2016年中国旅游行业总收入情况
- 图表27 2012-2016年中国旅游业增长指数
- 图表28 2013-2016年中国在线旅游市场交易额结构
- 图表29 2011-2016年中国在线旅游市场交易规模
- 图表30 2016年中国在线旅游市场厂商份额（按交易额计算，平台维度）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/R43802PS00.html>