

2017-2022年中国航空机票 电子商务市场深度分析与前景展望研究报告

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年中国航空机票电子商务市场深度分析与前景展望研究报告》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/hulianwang/S57750OHZI.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

近年来航空业跟从民航总局制定的信息化发展规划的脚步，把民航电子商务的发展作重要的内容，将机票业务电子化，使得人们对于规划自己的行程拥有较多的弹性。航空公司更因此节省了印制机票、管理上的成本及建立新销售网点上的投资。

2015年第2季度，中国在线机票预订市场交易规模达到685.8亿元人民币，环比上涨10.1%，同比上涨54.1%。2015年第2季度，在线机票预订市场去哪儿、携程交易份额占比达到76.93%。其中，去哪儿在线机票预订交易规模达到267.4亿元人民币，市场份额为38.99%；携程在线机票预订交易规模为260.2亿元人民币，市场份额为37.94%。

在线机票预订厂商平台化趋势明显，通过平台内部的竞争机制，可以形成价格梯队分明的产品结构，对标准化程度较高的机票产品来说，可以起到快速提升用户规模的刺激作用；另一方面，通过信用体系、服务保障等方式增强服务效率和服务能力，也将在消费者收入不断提高、价格敏感度不断降低的背景下，形成新的市场竞争突破口。

2014年，中国机票预订市场在线渗透率为59.2%，较2013年42.6%增长达17个百分点。2014年，中国机票预订市场在线渗透率为59.2%，较2013年42.6%增长达17个百分点。中国在线机票预订市场已经进入平稳增长期。一方面机票预订市场的互联网渗透率已经达到较高水平；另一方面航空公司正不断削减机票代理费。

电子商务是机票分销商实行差异化战略的关键，丰富的营销手段和多样化的渠道选择，要求分销商在优化网站体验、提升服务流程、提供多样化产品、对新技术的应用方面未雨绸缪，积极应对。机票预订市场发展已较为成熟，由于机票是同质化较高的旅游产品，同时，航空公司在线售票体系已比较完善，近年来不断加强直销力度，机票代理佣金率下降较快，未来机票预订市场规模增长有限，在整体网络旅游市场中的比重呈现缓慢下降趋势。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国航空机票电子商务市场深度分析与前景展望研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告，市场分析报告，行业研究报告，行业调查报告，投资咨询报告，投资情报，免费报告，行业咨询，数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 航空机票电子商务产业环境透视

第一章 航空机票电子商务行业概述

第一节 航空机票电子商务定义

第二节 航空机票电子商务应用领域

第三节 航空机票电子商务行业发展趋势

第二章 互联网环境下航空机票行业的机会与挑战

第一节 2015年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

二、网民互联网应用状况

第二节 互联网环境下航空机票行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网航空机票行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

第四节 航空机票与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网有助于精确航空机票行业市场定位

四、电商黄金发展期机遇分析

五、大数据创新航空机票行业需求开发

第三章 发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

一、2015年全球经济运行概况

二、全球经济形势预测

第二节 中国经济环境分析

一、2015年中国宏观经济运行概况

二、中国宏观经济趋势预测

第三节 政策环境

第四节 2015年线上机票预定用户行为调研

一、订票方式

二、关注因素

三、线上渠道预定品牌

四、移动端

第二部分 航空机票电子商务行业发展分析

第四章 2011-2015年航空机票电子商务行业及运营数据

第一节 2015年航空机票电子商务行业发展概述

第二节 2011-2015年航空机票电子商务行业运营数据

一、2011-2015年航空机票电子商务行业市场规模状况

二、2011-2015年航空机票电子商务渠道渗透率状况

三、2011-2015年航空机票电子商务行业成长性分析

四、2011-2015年航空机票电子商务行业经营能力分析

五、2011-2015年航空机票电子商务行业盈利能力分析

第五章 航空机票电子商务区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2011-2015年市场需求情况分析

二、2011-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2011-2015年市场需求情况分析

二、2011-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2011-2015年市场需求情况分析

二、2011-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年行业发展趋势分析

第四节 中南地区

一、2011-2015年市场需求情况分析

二、2011-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年行业发展趋势分析

第五节 西南地区

一、2011-2015年市场需求情况分析

二、2011-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年行业发展趋势分析

第六节 西北地区

一、2011-2015年市场需求情况分析

二、2011-2015年市场规模情况分析

三、2017-2022年行业发展趋势分析

第三部分 航空机票电子商务行业竞争格局分析

第六章 航空机票电子商务市场竞争策略分析

第一节 航空机票电子商务市场国内外SWOT分析

第二节 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

第三节 航空机票电子商务市场竞争策略分析

一、航空机票电子商务市场增长潜力分析

二、航空机票电子商务行业竞争策略分析

第四节 航空机票电子商务行业发展趋势分析

一、2017-2022年我国航空机票电子商务市场发展趋势

二、2017-2022年航空机票电子商务行业市场规模变化预测

第七章 国内航空机票电子商务企业竞争力分析

第一节 中国东方航空股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第二节 中国南方航空股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第三节 中国国际航空股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第四节 去哪儿网

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第五节 携程旅行网

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展优势分析

第四部分 航空机票电子商务行业投资发展建议

第八章 2017-2022年航空机票电子商务行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前航空机票电子商务行业存在的问题

第二节 航空机票电子商务行业未来发展预测分析

一、中国航空机票电子商务发展方向分析

二、中国航空机票电子商务行业投资环境分析

三、中国航空机票电子商务行业投资趋势分析

四、中国航空机票电子商务行业投资方向

第三节 中国航空机票电子商务行业资本市场的运作

一、航空机票电子商务企业国内资本市场的运作建议

二、航空机票电子商务企业海外资本市场的运作建议

第四节 项目投资运作建议

一、中国航空机票电子商务行业投资对象

二、中国航空机票电子商务行业投资营销模式

第九章 航空机票电子商务行业投资风险预警

第一节 影响航空机票电子商务行业发展的主要因素

- 一、影响航空机票电子商务行业运行的有利因素
- 二、影响航空机票电子商务行业运行的稳定因素
- 三、影响航空机票电子商务行业运行的不利因素
- 四、我国航空机票电子商务行业发展面临的挑战
- 五、我国航空机票电子商务行业发展面临的机遇

第二节 专家对航空机票电子商务行业投资风险预警

- 一、2017-2022年航空机票电子商务行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年航空机票电子商务行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年航空机票电子商务行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年航空机票电子商务行业其他风险及控制策略

第三节 行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

图表目录：

图表：2015-2016年国网民规模及互联网普及率

图表：2014年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2015-2016年我国手机网民规模及其占网民比例

图表：2015-2016年我国网民性别结构

图表：2015-2016年我国网民年龄结构

图表：2015-2016年我国网民学历结构

图表：2015-2016年我国网民职业结构

图表：2015-2016年我国网民城乡结构

图表：2015-2016年我国网民城乡结构

图表：2015-2016年我国搜索/手机搜索用户规模及使用率

图表：2015-2016年我国网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率

图表：2015-2016年网络购物/手机网络购物用户规模

图表：2015-2016年团购/手机团购用户规模

图表：2015-2016年网上支付/手机网上支付用户规模

图表：2015-2016年在线旅行预订/手机在线旅行预订用户规模

图表：2015-2016年即时通信/手机即时通信用户规模

图表：2015-2016年微博客/手机微博客用户规模

图表：2015年CPI同比增幅

图表：2015年居民消费价格主要数据

图表：用户预订机票的防止分布

图表：用户选择机票的线上预定品牌时主要考虑因素

图表：用户常使用的线上预订机票渠道品牌

图表：用户预订机票常使用的APP

图表：确定公司战略目标的步骤

图表：制定公司战略规划的步骤

图表：制定公司战略规划的步骤

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/S57750OHZI.html>