

2017-2022年中国在线旅行预订业务市场专项调研 及行业发展前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国在线旅行预订业务市场专项调研及行业发展前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201704/510218.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

报告目录：

- 第一章 旅游业概况 14
 - 第一节 旅游业概述 14
 - 一、旅游业相关概述 14
 - 二、旅游者相关概述 17
 - 三、旅游市场与产品 18
 - 四、现代旅游业定义 19
 - 第二节 在线旅行预订相关概述 20
 - 一、在线旅行预订定义 20
 - 二、在线旅行预订分类 20
 - 三、在线旅行预订运营商 21
- 第二章 2016年国际在线旅行预订市场分析 23
 - 第一节 2016年世界在线旅行预定市场总体发展概况 23
 - 一、世界在线旅行预订企业的兴起及特征 23
 - 二、欧美旅行市场在线预订市场热度不减 24
 - 三、亚太区在线旅行市场发展势头迅猛 25
 - 四、拉丁美洲在线旅行预订市场发展空间大 26
 - 第二节 2016年主要国家在线旅行预订市场分析 27
 - 一、欧洲在线旅行消费市场分析 27
 - 二、英国在线旅行市场发展分析 29
 - 三、印度在线旅行市场持续升温 29
 - 四、法国在线旅行社合并分析 30
 - 五、危机后美国在线旅行市场 31
 - 六、美国在线旅行销售规模分析 32
- 第三章 2016年中国在线旅行行业环境分析 33
 - 第一节 经济环境 33
 - 一、2016年中国GDP增长情况分析 33
 - 二、2016年中国工业经济发展形势分析 34
 - 三、2016年中国全社会固定资产投资分析 37
 - 四、2016年中国社会消费品零售总额分析 38
 - 五、2016年中国城乡居民收入与消费分析 39
 - 六、2016年中国对外贸易发展形势分析 42
 - 七、2016年中国宏观经济运行情况分析 43

第二节 政策环境 45

- 一、中国旅游业行业标准化建设 45
- 二、《国务院关于加快发展旅游业的意见》 46
- 四、《旅游业“十三五”信息化规划》 47
- 五、《国民休闲纲要》力推休假制度改革 48
- 六、中国旅游行业区域发展政策分析 49

第三节 社会环境 51

- 一、庞大的人口孕育着潜力巨大的旅游市场 51
- 二、城市化进程推动中国旅游业发展 52
- 三、国民消费观念转变生活质量提升 53
- 四、“十三五”规划扩大内需增加收入 57
- 五、二线地区经济振兴客源扩增 58
- 六、高铁等交通系统远距离输送游客能力提升 58
- 七、节假日及年休假制度推动国内旅游业发展 61

第四节 相关产业环境 62

- 一、2016年中国网民总体情况 62
- 二、2016年中国手机网民规模情况 64
- 三、2016年中国互联网应用情况 65
- 四、2016年中国航空网络销售情况 68
- 五、2016年中国酒店网络销售情况 69

第五节 网络团购产业发展环境 70

- 一、2016年网络团购行业发展规模分析 70
- 二、2016年中国网络团购消费行为调研 72
- 三、2016年中国网络团购网站排行榜情况 75
- 四、2016年互联网巨头加速抢滩团购市场 77
- 五、2016年中国网络团购网站市场持续火爆 79

第六节 住宿餐饮产业发展环境 80

- 一、2016年中国住宿和餐饮业发展形势及问题 80
- 二、2016年中国餐饮行业百强经营情况分析 84
- 三、2016年中国住宿和餐饮业发展特点分析 89
- 四、2016年中国住宿和餐饮业发展趋势分析 93
- 五、中国餐饮业将继续保持高速增长势头 94

第四章 2010-2016年中国旅游产业发展状况综述 96

第一节 “十二五”中国旅游业发展成就 96

- 一、十年间中国旅游业发展迅猛 96

- 二、旅游业拉动内需的作用突出 96
- 三、中国旅游产业功能进一步释放 97
- 四、中国旅游业体制创新形成合力 98
- 五、旅游业在对外交往中的地位显著 100
- 六、旅游产业体系建设取得明显进展 100
- 第二节 2010-2016年中国旅游业发展状况分析 101
 - 一、2016年中国旅游业发展现状 101
 - 二、2016年中国旅游总收入分析 102
 - 三、2016年国内游市场规模分析 102
 - 四、2016年入境游市场规模分析 104
 - 五、2016年国际旅游外汇收入分析 106
 - 六、2016年中国旅游业信息化现状 106
 - 七、2016年中国区域旅游市场发展情况 109
 - 八、2016年中国旅游经济运行情况分析 110
- 第三节 2010-2016年中国出境旅游发展情况分析 112
 - 一、2016年中国出境游市场规模分析 112
 - 二、2016年中国出境游市场特征及趋势 113
 - 三、中国出境游热潮向二线城市蔓延 116
 - 四、2016年内地游客赴港旅游市场预测 117
 - 五、大陆赴台湾个人游试点启动 117
 - 六、2016年出境游市场表现及预测分析 118
- 第四节 2015中国旅行社行业运行数据分析 119
 - 一、行业规模 119
 - 二、经营效益 121
- 第五节 2016年中国旅游业发展走势分析 123
 - 一、旅游业的产业地位将会得到全面确立 123
 - 二、旅游业的产业规模将会迅速扩大 124
 - 三、旅游业的运行质量将会显著提高 124
 - 四、旅游业的文化载体地位将更巩固 124
 - 五、旅游业的生活功能将会显著体现 124
 - 六、旅游业的发展格局将会显著变化 125
- 第五章 2010-2016年中国在线旅行行业发展状况 126
 - 第一节 2010-2016年中国在线旅游市场发展综述状 126
 - 一、中国在线旅游市场发展概述 126
 - 二、中国在线旅游市场经营模式 127

- 三、中国在线旅游市场发展特点 128
- 四、在线旅游市场发展有利因素 129
- 第二节 2010-2016年中国在线旅游市场运作状况 130
 - 一、中国在线旅游市场快速发展 130
 - 二、传统旅游业和在线旅游业对比 130
 - 三、信息技术对旅游业产生巨大变革 131
 - 四、旅游微博成景点网络营销新热点 132
 - 五、2016年将成中国在线旅游井喷年 133
- 第三节 2016年中国旅游团购市场发展现状 134
 - 一、2016年中国旅游团购市场发展概述 134
 - 二、2016年中国旅游团购市场发展特点 135
 - 三、2016年中国旅游团购市场竞争格局 136
 - 四、在线旅游团购引发旅游市场营销革命 140
- 第四节 2010-2016年中国旅游搜索市场发展现状 140
 - 一、中国旅游产业链特征及搜索作用 140
 - 二、中国在线旅游搜索市场现状与趋势 141
 - 三、中国旅游搜索产品发展现状及方向 142
 - 四、中国垂直旅游搜索引擎的发展商机 143
 - 五、2016年中国旅游搜索市场发展动态 144
- 第六章 2016年中国在线旅行预订市场发展现状 146
 - 第一节 2016年中国在线旅行预订市场发展概况 146
 - 一、2016年中国在线旅行预订市场发展综述 146
 - 二、2016年中国在线旅行预订市场发展格局 146
 - 三、2016年中国在线旅行预订市场加速布局 149
 - 第二节 2016年中国在线旅行预订市场发展动因分析 151
 - 一、电子商务推动中国在线旅行预订市场发展 151
 - 二、欧洲游热潮加速中国在线旅行预订市场发展 153
 - 三、移动互联成我国在线旅行预订市场主力 154
 - 四、机票在线预订市场发展迅猛的四大因素 156
 - 第三节 在线旅行预订网站建设分析 157
 - 一、在线旅行预订网站的兴起 157
 - 二、在线旅行预订网站的竞争格局概述 158
 - 三、传统旅行社建设在线网站的优劣势 159
 - 四、在线旅行预订网站建设的关键点分析 161
 - 五、旅行社建设在线网站的相关建议 162

第四节 中国在线旅行预订市场发展存在的问题及策略 163

- 一、中国在线旅行预订市场发展的主要问题 163
- 二、中国在线旅行预订市场运行的主要弊端 164
- 三、提高我国在线旅行预订市场运行策略 165
- 四、在线旅行预订市场服务的多元化分析 167

第七章 2010-2016年中国在线旅行预订市场运行状况 169

第一节 2016年中国在线旅行预订市场发展状况 169

- 一、2016年中国在线旅行预订市场用户规模 169
- 二、2016年中国在线旅行预订市场结构状况 169
- 三、2016年中国在线旅行预订运营商竞争格局 170

第二节 2016年中国在线旅行预订市场规模分析 172

- 一、2016年中国在线旅行预订市场营收规模 172
- 二、2016年中国在线旅行预订订票规模 172
- 三、2016年中国在线旅行预订订房规模 173
- 四、2016年中国在线旅行预订度假规模 173

第三节 2014-2016年中国在线旅行预订市场分析 174

- 一、2015年一季度中国在线旅行预订市场运行情况 174
- 二、2015年二季度中国在线旅行预订市场运行情况 175
- 三、2015年三季度中国在线旅行预订市场运行情况 176
- 四、2015年四季度中国在线旅行预订市场运行情况 176
- 五、2016年1-3季度中国在线旅行预订市场运行情况 177

第八章 在线旅行预订市场运营模式及产业链分析 179

第一节 在线旅行预订市场商业模式发展概述 179

- 一、在线旅行预订市场商业模式的定义 179
- 二、在线旅行预订市场商业模式的构成要素 179
- 三、在线旅行预订市场新型商业模式发展分析 181
- 四、在线旅行预订市场电子商务商业模式分析 182
- 五、在线旅行预订市场在线旅行社模式分析 185

第二节 携程旅游网商业模式解析 188

- 一、客户价值分析 188
- 二、收入来源分析 189
- 三、商业范围分析 191
- 四、网站定价分析 196

第三节 在线旅行预订市场产业链运行分析 196

- 一、在线旅行预订市场产业链简介 196

- 二、在线旅行预订产业链运行分析 197
- 三、航空公司机票直销运行分析 199
- 四、酒店行业网络直销运行分析 201
- 五、垂直搜索类旅游网站发展特点 204
- 第九章 2010-2016年中国在线旅行预订市场用户分析 206
 - 第一节 2016年中国在线旅行预订市场用户概述 206
 - 一、中国在线旅行预订市场用户基本特征分析 206
 - 二、消费返还力度与用户黏性的关联度分析及建议 206
 - 三、阻碍在线旅行市场用户预定酒店的因素及建议 208
 - 第二节 2010-2016年中国在线旅行预订市场客户行为分析 209
 - 一、用户了解信息的时间周期 209
 - 二、用户了解信息的主要途径 210
 - 三、在线旅行客户的旅游方式 210
 - 四、用户对网站的信任度与支付方式 211
 - 五、2016年中国在线旅行者行为分析 212
 - 第三节 中国在线旅行预订市场用户机票预订行为调查分析 215
 - 一、影响旅客选择航班的主要因素 215
 - 二、用户预订机票的主要途径 215
 - 三、用户对机票进行比较的主要途径 216
 - 第四节 中国在线旅游预订市场用户酒店预订行为调查分析 217
 - 一、影响用户选择酒店的主要因素 217
 - 二、用户预订酒店的主要方式 217
 - 三、用户搜索酒店时的主要关键词 218
 - 四、用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌 218
- 第十章 2010-2016年中国在线旅行预订市场竞争分析 219
 - 第一节 2010-2016年中国在线旅行预订市场竞争现状 219
 - 一、中国在线旅行预订市场的主要竞争格局 219
 - 二、中国在线旅行预订企业市值比较 219
 - 三、中国在线旅行预订格局变革趋势 220
 - 四、在线旅游预订市场竞争品牌战升级 222
 - 五、服务对在线旅行预订市场竞争的影响分析 224
 - 第二节 2009-2016年中国在线旅行预订市场竞争态势分析 225
 - 一、2012年中国在线旅行预订市场竞争概况 225
 - 二、2016年中国在线旅行预订市场竞争态势 226
 - 三、2016年在线旅行预订市场价格战的原因 228

四、2010-2016年在线旅行预订市场并购频繁	229
五、2016年中国在线旅行预订市场竞争状况	231
第三节 中国在线旅行预订市场的竞争策略分析	232
一、中国在线旅游企业的主要竞争策略分析	232
二、中国在线旅行预订市场竞争的营销对策	233
三、在线旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议	234
四、中小型在线旅游企业打破行业壁垒的策略分析	236
第十一章 2010-2016年在线旅行预订重点企业及网站	239
第一节 携程旅行网	239
一、企业基本情况	239
二、2016年企业经营情况	240
三、2016年企业运营指标状况	241
四、2016年企业经营情况	242
五、企业发展新动向分析	243
六、企业未来发展策略	244
七、携程网涉足旅游团购	246
第二节 艺龙旅行网	246
一、企业基本情况	246
二、2016年企业经营情况	247
三、2016年企业运营指标状况	248
四、2016年企业经营情况	249
五、艺龙网在中国市场的经营策略	250
六、艺龙网并购扩张策略分析	252
七、腾讯对艺龙网战略投资分析	252
第三节 去哪儿网	253
一、公司简介	253
二、去哪儿网的发展历程分析	254
三、去哪儿网的发展策略分析	255
四、去哪儿网搜索市场技术升级	256
五、去哪儿网搜索服务优化策略	257
六、去哪儿网直销新模式分析	258
七、去哪儿网升级手机旅游平台	258
第四节 芒果网	259
一、网站简介	259
二、芒果网在线旅行的市场定位分析	260

- 三、青芒果网成交量增长四倍 261
- 四、青芒果网在线旅行预订精细化策略 261
- 五、青芒果网低价在线预订市场标准化 262
- 六、芒果网在线旅游成本压缩策略分析 264
- 七、芒果网拉动在线业务新对策 267
- 第五节 其他企业及网站 268
 - 一、同程网 268
 - 二、快乐e行 270
 - 三、途牛旅游 271
 - 四、淘宝旅行 271
 - 五、QQ旅游 272
 - 六、百度旅游 273
 - 七、网易旅游 274
 - 八、驴妈妈旅游 275
 - 九、booking.com 276
- 第十二章 2017-2022年中国在线旅行预订行业发展趋势分析 277
 - 第一节 2017-2022年中国旅游行业发展走势分析 277
 - 一、旅游市场维持高速发展局面 277
 - 二、旅行的路线由短途向长途发展 277
 - 三、旅游的方式由单一化向多样化发展 277
 - 四、旅游业在国民经济中的作用日益加强 278
 - 第二节 2017-2022年中国旅游发展九大热点 278
 - 一、区域旅游热点将更凸显 278
 - 二、文化旅游创意再兴高潮 278
 - 三、影视旅游蕴藏巨大机遇 279
 - 四、邮轮旅游市场再度升温 279
 - 五、旅游房地产将继续扩张 280
 - 六、自由行更加普并向境外延续 280
 - 七、东北亚地区旅游将再度活跃 280
 - 八、国际会展业市场将逆势增长 280
 - 九、上海迪斯尼催生主题公园建设热 281
 - 第三节 2017-2022年中国在线旅行预订市场运行方向 281
 - 一、旅游供应商发展方向 281
 - 二、服务商的发展方向 282
 - 三、在线媒介的发展方向 283

四、旅游管理机构的发展方向 283

第四节 2017-2022年中国在线旅行预订市场发展趋势 284

一、垂直旅游搜索引擎潜力巨大 284

二、航空公司机票直营将发力 284

三、旅行信息整合成发展关键 284

四、手机旅行预订将快速增长 285

第十三章 2017-2022年在线旅行预订市场未来发展分析 286(ZYWZY)

第一节 2017-2022年中国旅游业市场前景分析 286

一、中国旅游业迎来重要转型期 286

二、中国旅游业务市场前景分析 288

三、中国旅游行业投资前景良好 289

第二节 “十三五”中国旅游业发展规划分析 292

一、“十三五”中国旅游业发展机遇 292

二、“十三五”中国旅游业发展方向 294

三、“十三五”中国旅游业发展目标 295

第三节 2017-2022年在线旅游市场发展分析 297

一、中国在线旅游市场发展迎来黄金时期 297

二、未来中国在线旅游市场发展空间大 298

三、政策支持中国旅游业信息化发展 299

四、亚太地区在线旅游规模增长预测 299

第四节 2017-2022年在线旅行预订市场投资风险 301

一、政策风险 301

二、信用风险 302

三、竞争风险 302

四、技术风险 303

第五节 2017-2022年在线旅行预订市场发展趋势及预测 303

一、2017-2022年中国在线旅行预订市场用户规模预测 303

二、2017-2022年中国在线旅行预订市场营收规模预测 304

三、2017-2022年中国在线旅行酒店订房市场规模预测 304

四、2017-2022年中国在线旅行机票预订市场规模预测 305

图表目录：

图表 1 2006-2015年欧洲休闲在线旅游销售情况 27

图表 2 2006-2016年欧洲在线旅游收入占总收入比例 28

图表 3 2015年欧洲在线旅行机票互联网销售占机票总销售比例情况 28

图表 4 2015年法国的私募股权公司收购事件 30

- 图表 5 2011-2016年美国在线旅游销售规模及增长情况 32
- 图表 6 2005-2016年中国国内生产总值及增长速度趋势图 33
- 图表 7 1998-2016年中国规模以上工业企业经济指标统计 36
- 图表 8 2006-2016年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 37
- 图表 9 2005-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 38
- 图表 10 2005-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 39
- 图表 11 2006-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 40
- 图表 12 2006-2016年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图 41
- 图表 13 2005-2016年农村居民纯收入及增长情况统计 41
- 图表 14 2006-2016年农村居民人均消费性支出及增长趋势图 42
- 图表 15 2006-2016年中国进出口总额增长趋势图 43
- 图表 16 2009-2016年中国政府颁布的主要旅游政策 47
- 图表 17 中国旅游区域规划政策 50
- 图表 18 中国未来旅游业发展的重点区域 50
- 图表 19 2016年中国人口数及其构成情况 51
- 图表 20 2004-2016年中国人口数量变化趋势图 52
- 图表 21 2004-2016年中国城市人口及所占比例趋势图 53
- 图表 22 旅游收入与城市化的关系图 53
- 图表 23 我国扩大内需增加收入的各项政策 57
- 图表 24 2002-2016年中国人均GDP与旅游总收入相关性 58
- 图表 25 中国已建成的高铁网络概况 59
- 图表 26 主要景区周边交通规划概况 59
- 图表 27 2005-2016年中国网民数量及互联网普及率增长情况 62
- 图表 28 2016年中国手机上网网民规模情况 64
- 图表 29 2009-2016年中国各类网络应用使用率情况统计 65
- 图表 30 2016年手机网民网络应用结构情况 67
- 图表 31 2011-2016年中国航空机票网络销售市场交易规模 69
- 图表 32 2011-2016年中国OTA 机票网络预订市场交易规模 69
- 图表 33 2011-2016年中国OTA酒店在线交易规模 70
- 图表 34 2016年中国团购网站规模及城市分布情况 71
- 图表 35 2016年网络团购消费者城市分布情况 73
- 图表 36 2016年网络团购消费者年龄构成情况 73
- 图表 37 2016年网络团购消费者受教育程度分布情况 74
- 图表 38 2016年网络团购消费者月收入情况 74
- 图表 39 2016年参加团购次数与人数比例情况 75

图表 40 2016年2月日均覆盖人数团购网站排名 76

图表 41 2016年2月月度总访问次数团购网站排名 76

图表 42 2016年2月访问到下单转化率（按日均人数计算）团购网站排名 77

图表 43 2002-2016年中国住宿和餐饮业营业额统计 81

图表 44 2003-2016年中国住宿和餐饮业零售额增长趋势图 81

图表 45 2005-2015年中国三产就业比例变化 83

图表 46 1993-2015年餐饮企业上市融资情况 83

图表 47 2006-2016年度百强餐饮业营业额情况 85

图表 48 2006-2016年度餐饮百强企业入围门槛比较 85

图表 49 2004-2016年度餐饮百强企业营业占全社会住宿餐饮业营业额的比重 86

图表 50 百强企业按营业额划分情况 86联系电话13391676235

图表 51 2016年百强企业中各经营业态基本情况表 87

图表 52 百强餐饮企业各业态直营占比 88

图表 53 2016年度百强企业按区域划分情况 88

图表 54 2016年我国旅游业市场人数规模情况 102

图表 55 2005-2016年中国旅游总收入增长趋势图 102

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/510218.html>