

2019-2025年中国移动旅行行业市场需求预测及投资未来发展趋势报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国移动旅行行业市场需求预测及投资未来发展趋势报告》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/201812/702696.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

中国移动互联网高速增长的时代缓缓落下帷幕，一些依附于“旧时代”的商业模式加速盘整，同时，一些面向未来的创新和超级平台已在摩拳擦掌准备迎接新时代的到来。

截止2018年6月，中国手机网民规模达到7.88亿人，2018上半年新增手机网民数量为3509万人，与2017年相比增长4.7%。值得一提的是，在手机网民占网民数量的比重持续攀升，2018年占比已高达98.3%。

2014-2018年6月中国手机网民规模情况

2017

年，中国移动旅游市场稳健增长，同比增长率为16.3%，市场规模达到6355.5亿元人民币。

2017年移动旅游市场整体格局清晰，梯队界限明显，优势企业持续领跑，携程、去哪儿、飞猪共占据74.6%的市场份额。随着市场进一步集中，优势企业凭借强大生长力可能对其他同类厂商产生抑制作用。

213-2020年中国移动旅游市场规模及增长走势

2017年中国移动旅游市场份额

智研咨询发布的《2019-2025年中国移动旅行行业市场需求预测及投资未来发展趋势报告》共十四章。首先介绍了中国移动旅行行业市场发展环境、移动旅行整体运行态势等，接着分析了中国移动旅行行业市场运行的现状，然后介绍了移动旅行市场竞争格局。随后，报告对移动旅行做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动旅行行业发展趋势与投资预测。您若想对移动旅行产业有个系统的了解或者想投资中国移动旅行行业，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 中国移动旅行应用用户基本属性

第一节 移动旅行应用用户地域分布

第二节 移动旅行应用用户年龄分布

第三节 移动旅行应用用户收入分布

第二章 中国移动旅行应用用户使用偏好

第一节 中国网民查询及预订旅游产品的方式

第二节 中国网民使用移动旅行应用的原因

第三节 中国网民安装过的移动旅行应用

第四节 用户最常使用的机票类移动旅行应用

旅游和出行已经成为微信生态中的重要一环。根据《“后APP时代”的移动旅行趋势研究报告2018》发布的在线调研数据，微信平台（含钱包商城和小程序）已然成为移动旅行用户购买机票、酒店、火车的第三大首选平台，以及分享旅游出行动态的第一大首选平台。很显然，微信平台正在成为移动旅行领域的流量“新大陆”，未来增长空间巨大。

微信成为机票、火车交通票务的第三大首选 预计平台

第五节 用户选择机票类移动应用的原因

第六节 用户最常使用的酒店类移动旅行应用

第七节 用户选择酒店类移动应用的原因

第八节 用户最常使用的租车类移动旅行应用

第九节 用户选择租车类移动应用的原因

第十节 用户最常使用的度假类移动旅行应用

第十一节 用户选择度假类移动应用的原因

第十二节 用户最常使用的点评、攻略类移动旅行应用

第十三节 用户选择点评、攻略类移动应用的原因

第三章 中国移动旅行应用用户行为分析（ZY GXH）

第一节 移动应用用户预订旅游产品但未完成支付环节的原因

第二节 用户使用移动旅行应用完成预定前接受打开的页面数量

第三节 用户得知某款移动旅行应用的途径

第四节 用户安装使用移动旅行应用的时间

第五节 用户使用移动旅行应用的频率

第六节 用户安装过移动旅行应用的数量

第七节 用户卸载移动旅行应用的原因

第八节 调研方法（ZY GXH）

图表目录：

图1-1 2018年移动旅行应用用户地域分布之一

图1-2 2018年移动旅行应用用户地域分布之二

图1-3 2018年移动旅行应用用户年龄分布

图1-4 2018年移动旅行应用用户收入分布

图2-1 2018年中国网民查询及预订旅游产品的方式

图2-2 2018年中国网民使用移动旅行应用的原因

- 图2-3 2018年中国网民安装过的移动旅行应用
- 图2-4 2018年用户最常使用的机票类移动旅行应用
- 图2-5 2018年用户选择机票类移动应用的原因
- 图2-6 2018年用户最常使用的酒店类移动旅行应用
- 图2-7 2018年用户选择酒店类移动应用的原因
- 图2-8 2018年用户最常使用的租车类移动旅行应用
- 图2-9 2018年用户选择租车类移动应用的原因
- 图2-10 2018年用户最常使用的度假类移动旅行应用
- 图2-11 2018年用户选择度假类移动应用的原因
- 图2-12 2018年用户最常使用的点评、攻略类移动旅行应用
- 图2-13 2018年用户选择点评、攻略类移动应用的原因
- 图3-1 2018年移动应用用户预订旅游产品但未完成支付环节的原因
- 图3-2 2018年用户使用移动旅行应用完成预定前接受打开页面数量
- 图3-3 2018年用户得知某款移动旅行应用的途径
- 图3-4 2018年用户安装使用移动旅行应用的时间
- 图3-5 2018年用户使用移动旅行应用的频率
- 图3-6 2018年用户安装过移动旅行应用的数量
- 图3-7 2018年用户卸载移动旅行应用的原因

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201812/702696.html>