

2014-2018年中国在线旅游市场专项调研与投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2018年中国在线旅游市场专项调研与投资方向研究报告》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/201311/223880.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

依托互联网，以满足旅游消费者信息查询、产品预定及服务评价为核心目的，囊括了包括航空公司、酒店、景区、租车公司、海内外旅游局等旅游服务供应商及搜索引擎、第三方代理商、电信运营商、旅游资讯及社区网站等在线旅游平台的新产业正处于快速上升期。该产业主要借助互联网，与传统旅游产业以门店销售的方式形成巨大差异，被旅游从业人士称之为“在线旅游”。

随着旅游消费观念的不断转变，很多人的旅游观念已经从传统满足观光游览需要的“到达型旅游”，转变为对“舒适、自由”有较高要求的“个性化旅游”，“自助游”迅速成为旅游市场上的主导形式。而网络旅游服务商提供的网上在线自主选择 and 订购服务形式最适合此类消费需求。旅游产品的在线分销新模式，以高效率和高品质的优势，为用户提供了更为方便和有价值的服务，是衔接终端消费者与旅游供应商的需求的重要途径。已经有越来越多的传统旅游供应商认识到了旅游搜索引擎的商业服务价值，从而开始多方寻求机会合作。

旅游行业的产业链发展相比其他行业都要成熟得多，从酒店到机票、线路、景点都有相应的服务商，各个细分领域都有较为完善的配套服务。互联网平台的优势就在于把这些各自分散的服务整合优化，提供给用户更便捷更具针对性的系统服务。互联网平台本身拥有的巨大流量也更容易将这一系统服务转化成快速变现的有效途径。近年来，阿里巴巴、腾讯、京东、苏宁等电商巨头纷纷发力在线旅游市场，国内酒店在线预订、机票在线预订、度假产品在线预订等在线旅游服务蓬勃发展。

对于中国而言，推动在线旅游预订市场发展的因素有很多。如我国旅游市场的持续稳定发展，我国民众旅游需求增加，这为在线旅游预订的放量增长营造了良好的市场消费环境；核心运营商纷纷推出各种优惠促销活动，低价吸引越来越多的用户从传统线下转向线上预订；截至2013年6月底，我国网民规模达5.91亿，其中手机网民规模达4.64亿，这为在线旅游预订提供了庞大的用户基础等等。

根据国家旅游局预测，到2015年，中国将成为全球最大的国内旅游市场。随着中国旅游市场的迅猛发展，以主要提供旅游搜索、旅游评论和推荐等服务的媒体类网站将会凸显其巨大的市场价值。

产业信息网发布的《2014-2018年中国在线旅游市场专项调研与投资方向研究报告》共十一章。首先介绍了在线旅游相关概述、中国在线旅游市场运行环境等，接着分析了中国在线旅游市场发展的现状，然后介绍了中国在线旅游重点区域市场运行形势。随后，报告对中国在线旅游重点企业经营状况分析，最后分析了中国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 中国在线旅游行业的发展环境分析

2.1 国际环境

2.1.1 全球在线旅游市场综述

2.1.2 欧美在线旅游市场规模

2.1.3 国外在线旅游领先企业发展策略

2.1.4 全球在线旅游产业链发展状况

2.1.5 传统旅游业和在线旅游业市场比较

2.2 政策环境

2.2.1 国家政策大力推动旅游业发展

2.2.2 2013年10月起我国首部旅游法施行

2.2.3 2013年旅游企业信息化服务新规实施

2.2.4 2013年我国信息消费扶持政策出台

2.2.5 旅游业信息化“十二五”政策导向

2.3 经济环境

2.3.1 宏观经济运行状况

2.3.2 工业经济发展

2.3.3 产业结构调整

2.3.4 固定资产投资

2.3.5 未来经济形势分析

2.4 社会环境

2.4.1 人口结构特征

2.4.2 社会结构特征

2.4.3 城乡居民收入水平

2.4.4 居民消费结构升级

2.5 技术环境

2.5.1 中国信息化水平快速提升

2.5.2 中国互联网应用普及程度分析

2.5.3 软件和信息技术服务业平稳发展

2.5.4 软件和信息技术服务业规划目标

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 2013年中国在线旅游行业总体分析

4.1 中国在线旅游行业发展综述

4.1.1 我国在线旅游的发展阶段

4.1.2 我国在线旅游的市场结构

4.1.3 我国在线旅游市场规模分析

4.1.4 我国在线旅游市场集中度分析

4.1.5 中国在线旅游行业SWOT分析

4.2 2013年中国在线旅游业运行特征

4.2.1 在线旅游预订向新渠道转移

4.2.2 移动互联网成在线旅游业新机遇

4.2.3 在线旅游市场逐步趋向细分化

- 4.2.4 旅游内容成为企业掘进新亮点
- 4.2.5 出境游热潮催热在线旅游市场
- 4.3 2013年在线旅游第三方代理（OTA）市场分析
 - 4.3.1 2011年国内OTA市场营收规模
 - 4.3.2 2011年国内OTA市场营收结构
 - 4.3.3 2012年中国OTA市场营收规模
 - 4.3.4 2012年我国OTA市场价格战解读
 - 4.3.5 2013年OTA市场营收规模
 - 4.3.6 2013年国内OTA市场格局分析
- 4.4 2013年中国在线旅游团购市场分析
 - 4.4.1 我国旅游类团购市场主要特征
 - 4.4.2 国内旅游类团购市场快速扩张
 - 4.4.3 旅游团购兴起“在线定制”新模式
 - 4.4.4 2013年团购网站再探在线旅游市场
 - 4.4.5 2013年暑期酒店旅游类团购市场升温
- 4.5 中国在线旅游行业存在的主要问题
 - 4.5.1 客户群体单一
 - 4.5.2 竞争能力薄弱
 - 4.5.3 个性化不足
 - 4.5.4 服务意识薄弱
- 4.6 推动中国在线旅游业发展的对策措施
 - 4.6.1 规范市场秩序
 - 4.6.2 引导传统旅游企业网络化
 - 4.6.3 创新经营模式
 - 4.6.4 创新在线旅游产品
- 第五章 2013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 酒店在线预订渠道面临调整
 - 5.1.3 国内酒店在线预订市场规模
 - 5.1.4 酒店在线预订市场价格分析
 - 5.1.5 2013年酒店在线预订市场动态
 - 5.1.6 酒店在线预订主要模式分析
 - 5.1.7 酒店在线预订市场趋势
 - 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 影响机票在线销售的因素

5.2.3 国内机票在线预订市场规模

5.2.4 我国机票在线预订市场主体

5.2.5 机票在线预订市场的竞争格局

5.2.6 机票预订用户体验得到提升

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结构

5.3.4 度假产品在线预订市场格局

5.3.5 度假产品在线预订市场趋势

第六章 2013年中国在线旅游市场上游供应商分析

6.1 酒店企业

6.2 餐饮企业

6.3 航空企业

6.4 旅游景区

6.5 保险公司

第七章 2013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 2013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 我国在线旅游行业的进入壁垒

8.1.2 在线旅游网站竞争阵营分析

8.1.3 垂直搜索网站与传统类旅游网站竞争加剧

8.1.4 在线旅游行业预订服务与广告服务的竞争

8.1.5 我国酒店在线预订系统的竞争优劣势比较

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 2013年中国在线旅游行业竞争态势

8.3.1 在线旅游预订市场传统格局面临调整

8.3.2 强强联合加速在线旅行预订市场整合

8.3.3 电商巨头争相发力在线旅游市场

8.3.4 海外在线旅游企业抢滩中国市场

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 2013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 2013年中国在线旅游行业重点企业分析

10.1 携程旅行网

10.1.1 公司简介

10.1.2 公司经营状况分析

10.2 艺龙网

10.2.1 公司简介

10.2.2 公司经营状况分析

10.3 去哪儿网

10.3.1 公司简介

10.3.2 公司经营状况分析

10.4 芒果网

10.4.1 公司简介

10.4.2 公司经营状况分析

10.5 其他企业

10.5.1 同程网

10.5.2 快乐e行

10.5.3 途牛旅游网

10.5.4 驴妈妈旅游网

10.5.5 腾邦国际

第十一章 2014-2018年中国在线旅游业前景预测

11.1 中国在线旅游行业前景展望

11.1.1 我国在线旅游市场发展空间较大

11.1.2 无线终端应用成在线旅游业发展契机

11.1.3 我国在线旅游代理市场前景广阔

11.1.4 2014-2018年中国在线旅游业规模预测

11.2 在线旅游行业发展趋势分析

11.2.1 全球在线旅游业未来发展趋势

11.2.2 我国在线旅游市场将趋于成熟

11.2.3 我国在线旅行预订市场发展趋势

11.2.4 国内在线旅游行业未来发展方向

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201311/223880.html>