

2017-2022年中国在线旅游市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国在线旅游市场运行态势及投资战略研究报告》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/201609/452278.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

中国旅游业总收入2015年达到4.13万亿元人民币，占同期中国国内生产总值（GDP）（67.7万亿元人民币）的6.1%，较2014年（5.8%）提高0.3个百分点；从增长指数来看，近14年内旅游产业复合增长率（CAGR）达到16.3%，高于GDP增长。旅游产业经过2011年内生增长关键年后，增长率进一步提升，与GDP增长曲线形成Y形背离，同时近4年旅游产业CAGR高于2011年前，显示近几年旅游消费强劲增长。

2001-2015年中国旅游业总收入

2015年中国在线旅游市场规模达到4737.7亿元人民币，占同期中国旅游业总收入的11.5%。同时，2015年中国旅游业呈现新的线上线下融合趋势，一方面在线旅游企业不断深入供应端，加强资源覆盖；另一方面线下旅游资源运营商通过资本或战略合作主动加强在线业务。

2016-2018年中国旅游产业互联网渗透率预测

2015年中国在线度假旅游市场交易规模达到550亿元人民币，增幅达到58.2%，高于其他在线旅游细分市场。2015年度假旅游交易规模占在线旅游整体的11.6%。随着度假旅游互联网化程度加深，其占比将逐渐提升。

2016-2018年中国在线度假旅游市场交易规模预测

智研咨询发布的《2017-2022年中国在线旅游市场运行态势及投资战略研究报告》共十六章。首先介绍了在线旅游产业相关概念及发展环境，接着分析了中国在线旅游行业规模及消费需求，然后对中国在线旅游行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线旅游行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线旅游行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 行业发展概况

第一章 在线旅游行业发展概述 1

第一节 行业相关概念 1

一、在线旅游产业定义 1

二、在线旅游产业产品范围 1

三、在线旅游产业的发展 1

第二节 在线旅游产业产品与服务 3

一、在线旅游产业主要业态 3

二、在线旅游产业组织形式 8

三、在线旅游产品种类 8

第三节 在线旅游产业投资特性分析 10

一、在线旅游产业赢利性 10

二、在线旅游产业成长性 12

三、在线旅游产业风险性 13

四、在线旅游业进入壁垒 14

第四节 在线旅游业现行管理体制分析 15

一、现行管理体制制约在线旅游业的发展 15

二、在线旅游协会在市场管理中的作用 17

三、对在线旅游行业行政管理体制改革的建议 18

第二章 旅游业市场发展分析 21

第一节 全球旅游市场发展分析 21

一、全球国际旅游人数分析 21

二、全球国际旅游收入分析 23

三、全球领先旅游业企业发展分析 34

第二节 中国国内旅游市场发展分析 58

一、2013-2016年中国国内旅游概况 59

二、2013-2016年国内旅游的发展特征 61

三、中国国内旅游市场"十三五"发展预测 67

第三节 中国入境旅游市场发展分析 72

一、2013-2016年中国入境旅游概况 72

二、2013-2016年入境旅游主要特点 79

三、入境旅游市场"十三五"发展预测 80

第四节 中国出境旅游市场发展分析 83

一、2013-2016年中国出境旅游概况 83

去往亚洲其他国家，包括韩国（611万人次）、日本（490万人次）、泰国（349万人次）；7%去往欧洲、北美、澳洲，包括美国（256万人次）、俄罗斯（148万人次）、澳大利亚（98万人次）、德国（92万人次）。

2011-2015年全国出境游人次情况

二、2013-2016年出境游目的地概况 83

2015年出境游目的地分布

三、出境旅游市场"十三五"发展预测 87

第五节 中国黄金周旅游市场发展分析 92

一、十一黄金周旅游市场发展分析	92
二、春节黄金周旅游市场发展分析	95
第六节 中国旅游业"走出去"机遇分析	99
一、旅游子行业海外市场扩张现状	99
二、旅游业海外扩张存在问题	107
三、未来海外市场前景展望	108
四、行业海外扩张对策建议	109
第三章 全球在线旅游市场发展分析	111
第一节 2015年全球在线旅游市场分析	111
一、2015年全球在线旅游市场回顾	111
二、2015年全球在线旅游市场环境	111
三、2015年全球在线旅游格局分析	112
四、2015年全球在线旅游行业发展分析	112
第二节 2016年全球在线旅游市场分析	112
一、2016年全球在线旅游需求分析	112
二、2016年全球在线旅游行业发展分析	113
三、2016年全球在线旅游市场环境	114
四、2016年中外在线旅游市场对比	114
第三节 主要国家地区在线旅游市场分析	117
一、2014-2016年美国在线旅游市场分析	117
二、2014-2016年欧洲在线旅游市场分析	118
三、2014-2016年日本在线旅游市场分析	121
四、2014-2016年东南亚在线旅游市场分析	124
第四章 2013-2016年中国在线旅游业运营态势分析	126
第一节 2013-2016年中国在线旅游产业的发展分析	126
一、我国在线旅游业的兴起与开发情况	126
二、在线旅游业在中国渐趋升温	129
三、我国在线旅游联姻分析	132
第二节 2013-2016年中国在线旅游业存在的问题	135
一、在线旅游发展中存在的阻碍	135
二、我国在线旅游开发的错误观念	139
三、影视作品对旅游业发展的消极影响	139
四、在线旅游结合存在的缺陷	139
第三节 2013-2016年中国在线旅游业开发的对策分析	141
第五章 中国在线旅游产业消费者行为调研	143

- 第一节 消费者旅游偏好调研 143
- 第二节 消费者行为习惯调研 143
 - 一、不同性别消费者结构调研 143
 - 二、不同年龄消费者结构调研 144
 - 三、不同学历消费者结构调研 145
 - 四、中国在线旅游地域分布比例调研 145
 - 五、在线旅游用户收入结构调研 146
 - 六、不同职业消费者调研 146
- 第六章 我国在线旅游市场发展研究 148
 - 第一节 2014年我国在线旅游市场发展研究 148
 - 第二节 2016年我国在线旅游市场情况 158
- 第七章 我国在线旅游市场调查分析 166
 - 第一节 2014年我国在线旅游市场调查分析 166
 - 一、主要观点 166
 - 二、市场结构分析 167
 - 三、竞争情况分析 167
 - 四、经营商分析 168
 - 第二节 2016年下半年我国在线旅游市场调查分析 169
 - 一、主要观点 169
 - 二、市场结构分析 173
 - 三、竞争情况分析 174
 - 四、经营商分析 176
- 第八章 中国在线旅游业子行业发展分析 178
 - 第一节 旅游景区发展分析 178
 - 一、旅游景区基本情况 178
 - 二、旅游景区业绩增长分析 182
 - 三、主题公园行业发展分析 185
 - 四、旅游文化演艺行业发展分析 195
 - 第二节 酒店业发展分析 200
 - 一、星级饭店发展分析 200
 - 二、经济型连锁酒店发展分析 208
 - 三、中国酒店业发展趋势 213
 - 第三节 餐饮业发展分析 216
 - 一、餐饮业集中度分析 216
 - 二、餐饮百强企业经营分析 216

三、餐饮业发展趋势	217
第四节 旅行社发展分析	219
一、旅游社行业发展概况	219
二、旅行社业务分析	220
三、旅行社行业总体结构分析	222
四、旅行社行业转型分析	223
五、国际旅行社行业的发展借鉴	227
第二部分 行业竞争状况	
第九章 在线旅游行业竞争格局分析	231
第一节 现有企业间竞争	231
第二节 潜在进入者分析	235
第三节 替代品威胁分析	244
第四节 供应商议价能力	252
第五节 客户议价能力	257
第十章 国内外重点在线旅游公司竞争状况	259
第一节 携程	259
一、概况	259
二、竞争优势	266
三、经营和财务状况	267
四、发展战略	274
第二节 驴妈妈	281
一、概况	281
二、SWOT分析	286
三、发展战略	290
第三节 去哪儿	294
一、概况	294
二、竞争优势	300
三、经营和财务状况	303
四、发展战略	304
第四节 途牛	309
一、概况	309
二、竞争优势	312
三、发展战略	313
第五节 乐途旅游网	314
一、概况	314

二、发展历程	316
三、竞争优势	318
第六节 艺龙旅行网	319
一、概况	319
二、竞争优势	321
三、经营和财务状况	324
四、发展战略	332
第七节 酷讯旅游网	335
一、概况	335
二、竞争优势	335
三、经营和财务状况	337
四、发展战略	337
第八节 Expedia	339
一、概况	339
二、中国的发展进程	340
三、经营和财务状况	341
四、发展战略	344
第九节 欣欣旅游网	347
一、概况	347
二、发展历程	348
三、竞争优势	349
四、发展战略	350
第十节 同程网	351
一、概况	351
二、竞争优势	352
三、所获荣誉各和发展	353
四、发展战略	354
第三部分 行业发展趋势	
第十一章 在线旅游行业发展趋势分析	357
第一节 我国在线旅游行业前景与机遇分析	357
一、我国在线旅游行业发展前景	357
二、我国在线旅游发展机遇分析	358
三、2016年在线旅游的发展趋势分析	358
四、欧债危机对在线旅游行业的影响分析	361
第二节 2014-2016年中国在线旅游市场趋势分析	362

一、2014-2016年在线旅游市场发展空间	362
二、2014-2016年在线旅游发展趋势分析	363
三、2014-2016年在线旅游价格走势分析	367
四、2014-2016年国际环境对行业的影响	367
第十二章 未来在线旅游行业发展预测	368
第一节 未来在线旅游需求与消费预测	368
一、2017-2022年在线旅游消费预测	368
二、2017-2022年在线旅游市场规模预测	368
第二节 2017-2022年中国在线旅游行业供需预测	369
一、2017-2022年中国在线旅游供给预测	369
二、2017-2022年中国在线旅游需求预测	370
三、2017-2022年中国在线旅游供需平衡预测	373
四、2017-2022年中国在线旅游价格预测	375
第四部分 行业投资战略	
第十三章 2014-2016年在线旅游行业投资现状分析	376
第一节 2014-2016年总体投资结构	376
第二节 2014-2016年投资规模情况	377
第三节 2014-2016年投资增速情况	379
第四节 2014-2016年分行业投资分析	379
第五节 2014-2016年外商投资情况	379
第十四章 在线旅游行业投资环境分析	381
第一节 经济发展环境分析	381
一、2014-2016年我国宏观经济运行情况	381
二、我国宏观经济形势趋势分析	383
三、2014-2016年投资趋势及其影响因素	384
第二节 政策法规环境分析	385
第三节 社会发展环境分析	386
第十五章 在线旅游行业投资机会与风险	388
第一节 行业活力系数比较及分析	388
一、2016年相关产业活力系数比较	388
二、2011-2014行业活力系数分析	392
第二节 行业投资收益率比较及分析	393
一、2016年相关产业投资收益率比较	393
二、2011-2014行业投资收益率分析	395
第三节 在线旅游行业投资效益分析	396

- 一、2014-2016年在线旅游行业投资状况分析 396
- 二、2017-2022年在线旅游行业投资效益分析 396
- 三、2017-2022年在线旅游行业投资趋势预测 397
- 四、2017-2022年在线旅游行业的投资方向 397
- 五、中企顾问投资建议 397
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析 398
- 第四节 影响在线旅游行业发展的主要因素 399
 - 一、2017-2022年影响在线旅游行业运行的有利因素分析 399
 - 二、2017-2022年影响在线旅游行业运行的稳定因素分析 399
 - 三、2017-2022年影响在线旅游行业运行的不利因素分析 400
 - 四、2017-2022年我国在线旅游行业发展面临的挑战分析 400
 - 五、2017-2022年我国在线旅游行业发展面临的机遇分析 400
- 第五节 在线旅游行业投资风险及控制策略分析 401
 - 一、2017-2022年在线旅游行业市场风险及控制策略 401
 - 二、2017-2022年在线旅游行业政策风险及控制策略 401
 - 三、2017-2022年在线旅游行业经营风险及控制策略 402
 - 四、2017-2022年在线旅游行业技术风险及控制策略 402
 - 五、2017-2022年在线旅游行业同业竞争风险及控制策略 403
- 第十六章 在线旅游行业投资战略研究 404 (ZY CW)
 - 第一节 在线旅游行业发展战略研究 404
 - 一、产业战略规划 404
 - 二、技术开发战略 404
 - 三、业务组合战略 404
 - 四、区域战略规划 405
 - 五、营销品牌战略 405
 - 六、竞争战略规划 406
 - 第二节 对我国在线旅游品牌的战略思考 406
 - 一、企业品牌的重要性 406
 - 二、在线旅游实施品牌战略的意义 407
 - 三、在线旅游企业品牌的现状分析 408
 - 四、我国在线旅游企业的品牌战略 408
 - 第三节 在线旅游企业经营管理策略 410
 - 一、成本控制策略 410
 - 二、定价策略 411
 - 三、产品竞争策略 411

四、并购重组策略 412

五、营销策略 414

六、人力资源管理策略 416

七、财务管理策略 418

第四节 在线旅游行业投资战略研究 420

一、2016年文化产业投资战略 420

二、2014-2015在线旅游投资概况 424

三、2017-2022年在线旅游行业投资战略 425

部分图表目录：

图表：我国在线旅游产业链示意图 4

图表：2006-2014年我国出境人数增长情况 22

图表：我国消费者境外消费奢侈品种类 22

图表：2014年全球十大接待游客最多的国家 23

图表：万豪酒店集团旗下酒店品牌 43

图表：万豪酒店集团CDS销售份额 44

图表：酒店应对市场急剧变化的战略选择 49

图表：2014年我国旅行社前十位排名情况 59

图表：2015我国入境旅游接待情况 73

图表：2016年下半年我国接待入境旅游人数 74

图表：2014年我国入境接待前十地区 75

图表：2014年我国入境旅游外汇情况 75

图表：2016年下半年我国入境旅游外汇情况 75

图表：2013年主要客源国入境旅游人数和增长情况 76

图表：2014年主要客源市场情况 77

图表：2016年外国游客入境旅游情况 77

图表：2014年我国接待入境旅客过夜人数 78

图表：2016年下半年我国入境旅客过夜人数 78

图表：2016年我国入境外国游客来源情况 79

图表：2016年下半年我国入境游客目的情况 80

图表：2016年暑期海岛游预定TOP10 86

图表：世界主要国家商务旅行支出的增长率 91

图表：2014年全球十五大商务旅行市场 91

图表：2014年我国中秋国庆黄金周个城市旅游收入排行 94

图表：2014年不同市场旅行者使用互联网进行旅行计划和预订情况 114

图表：2014年不同市场旅行者使用互联网和在线渠道情况 115

图表：2014年不同市场旅行者使用互联网和在线渠道情况 116

图表：2013-2016年美国在线旅游市场规模及增长 118

图表：2014年美国在线旅游出游目的构成 118

图表：2010-2014年欧洲在线旅游市场规模 120

图表：2013-2016年欧洲在线旅游市场规模预测 121

图表：2009-2014年中国在线旅游市场营收情况 128

图表：中国在线旅游企业产业链代表企业 128

图表：我国在线旅游行业三大主要公司 129

图表：2016年主要网站在线酒店团购产品丰富度监测数据 130

图表：2016年在线旅游网站酒店团购产品主要地区分布 130

图表：2016年主要在线旅游网站团购产品丰富度监测 131

图表：我国在线旅游消费者性别比例 144

图表：2014年我国在线旅游消费者年龄结构 144

图表：我国在线旅游不同学历消费者比例 145

图表：我国在线旅游消费者不同地域分布 145

图表：我国在线旅游消费者不同收入水平分布 146

图表：我国在线旅游消费者不同职业分布 147

图表：2013-2016年中国在线旅游度假市场交易规模 154

图表：2013-2016年中国在线度假市场结构 155

图表：2014年中国在线旅游度假出境游市场结构 156

图表：2014年中国在线旅游度假周边游市场结构 157

图表：2014年中国在线旅游市场度假国内游市场结构 158

图表：国内旅游社交网站不正当商业行为 171

图表：2014-2016年中国在线旅游市场交易规模 174

图表：2013-2016年中国在线旅游OTA市场营收份额 175

图表：2016年第四季度在线旅游OTA市场份额 176

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201609/452278.html>