

2020-2026年中国互联网+自由行行业市场全景调研及前景战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+自由行行业市场全景调研及前景战略分析报告》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/202006/873260.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

随着我国越来越多的二三线城市机场国际直飞航线的开通、签证环境的改善以及居民人均可支配收入的增长，国人出境游更加便利，需求量稳步增长。值得关注的是，在“一带一路”倡议的影响下，中国持续不断地与“一带一路”沿线国家和地区加深合作，提升各国对中国旅游签证的开放程度，加强交通网络建设，带动中国游客赴“一带一路”沿线国家和地区的旅游需求增长。

自由行是一种新兴的旅游方式。由旅行社安排住宿与交通，但没有导游随行，饮食也由旅客自行安排。更自由、方便，时间安排可以随意调整，行程上的游览也可以随心意改变。完全自由行 按照自己的计划到旅行社预订机票、酒店。如果觉得行程可能有变动，则选择可更改的机票，由于旅行社与航空公司、酒店的长期合作关系，价格会比个人单独预订要便宜。“准自由行”跟着旅行团队一同登上飞机，到达目的地后，脱离大部队，自由行动，直到回程的那天，重新“收编”进团队，一起乘飞机回来。或者与其它自由行游客同一时间出发/返回相同目的地，由于机票是团队价格，这种套餐价格会更便宜。

由于没有购物和自费项目，游客的钱在自由行中可以花在“刀刃”上，可以自由去最值得看的景点，所有时间都是自由活动的时间。

自由行行业旅游趋势

1

文化体验已经成为旅游的重要组成部分，文化消费对文旅经济的拉动作用显著 自由行游客越来越关注古迹、博物馆、古镇等文化旅游目的地，占比分别为22.6%、21.7%和21.5%。2019年，苏州御窑金砖博物馆的旅游热度同比涨幅1784.1%，位列博物馆涨幅榜第一名，深圳博物馆、广州粤剧艺术博物馆分别位列第二、三名。

2

夜间旅游正在成为年轻人出游新潮流 大众夜间文化和旅游消费需求日益增长，越来越多的资源被投入到夜间旅游建设中。喜爱夜景的游客占比19.1%，国内夜间旅游项目集中在灯光秀及夜间游船，出境游客偏爱境外特色夜间野生动物园及特色夜市。可见夜间旅游正在激发城市新活力，成为年轻人旅行的网红玩法。

2019年目的地特色标签

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+自由行行业市场全景调研及前景战略分析报告》共七章。首先介绍了中国互联网+自由行行业市场发展环境、互联网+自由行整体运行态势等，接着分析了中国互联网+自由行行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+自由行市场竞争格局。随后，报告对互联网+自由行做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+自由行行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+自由行产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+自由行行业，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家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 中国互联网+自由行行业发展综述

1.1 “互联网+自由行”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

(1) “互联网+”的提出

(2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+自由行”行业的内涵

1.1.3 本报告的研究范围

1.2 中国互联网+自由行行业发展背景

1.2.1 中国互联网+自由行行业政策背景分析

(1) 行业管理体制分析

(2) 行业发展规划分析

(3) 行业政策动向分析

(4) 政策环境对行业的影响

1.2.2 中国互联网+自由行行业经济背景分析

(1) 宏观经济环境分析

1) 国际宏观经济运行分析

2) 国内宏观经济运行分析

3) 宏观经济发展对行业的影响

(2) 关联产业发展背景

1) 中国电子商务发展状况分析

从2019年1月至2020年3月间各行业广告主在电商平台上的投放指数来看，消费电子类、通讯服务类、个人用品类、化妆品浴室用品类和交通类等行业的广告主对电商平台维持着较高广告投入。具体到2020年Q1的小行业商品类目，智能手机、珠宝首饰、轿车、化妆品等产品的单价较高、品牌印象在消费者购买决策中影响力强，该类产品广告主在电商平台上的广告投入位居前列，期望通过电商营销提升品牌形象与ROI。

电商营销服务相关企业的增长，也从侧面反映出了电商平台因营销模式的逐步丰富而越来越需要更多服务商的鼎力配合；品牌主和商户的数量增多、竞争愈发激烈因而对电商平台的营销服务需求在不断增强。

2010-2019年中国电商营销服务类企业数量及增速

2) 中国大数据产业发展状况分析

3) 中国互联网产业发展状况分析

4) 关联产业发展对行业的影响

1.2.3 中国互联网+自由行行业技术背景分析

- (1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析
- (2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析
- (3) 通信技术的发展现状及未来趋势分析
- (4) 互联网相关技术对行业的影响总结

第二章 中国互联网+自由行行业发展现状及前景

2.1 中国互联网+自由行行业市场发展阶段分析

2.1.1 对互联网+自由行行业发展阶段的研究

2.1.2 中国互联网+自由行行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给自由行行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代自由行行业大环境变化分析

2.2.2 互联网给自由行行业带来的突破机遇分析

2.2.3 互联网给自由行行业带来的挑战分析

2.2.4 互联网+自由行行业融合创新机会分析

2.3 中国互联网+自由行行业市场发展现状分析

2.3.1 中国互联网+自由行行业投资布局分析

- (1) 中国互联网+自由行行业投资切入方式
- (2) 中国互联网+自由行行业投资规模分析
- (3) 中国互联网+自由行行业投资业务布局

2.3.2 自由行行业目标客户互联网渗透率分析

2.3.3 中国互联网+自由行行业市场规模分析

2.3.4 中国互联网+自由行行业竞争格局分析

- (1) 中国互联网+自由行行业参与者结构
- (2) 中国互联网+自由行行业竞争者类型
- (3) 中国互联网+自由行行业市场占有率

2.4 中国互联网+自由行行业市场发展前景分析

2.4.1 中国互联网+自由行行业市场增长动力分析

2.4.2 中国互联网+自由行行业市场发展瓶颈剖析

2.4.3 中国互联网+自由行行业市场发展趋势分析

2.5 中国自由行所属行业电商发展现状及前景预测

2.5.1 中国自由行行业电商总体开展情况

2.5.2 中国自由行行业电商交易规模分析

2.5.3 中国自由行行业电商产品/服务品类

2.5.4 中国自由行行业电商盈利情况分析

2.5.5 中国自由行行业电商市场现存问题

2.5.6 中国自由行行业电商市场趋势分析

2.5.7 中国自由行行业电商市场规模预测

第三章 中国互联网+自由行行业商业模式创新策略

3.1 关于商业模式研究的基本思想介绍

3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较

3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程

3.2 中国互联网+自由行行业市场定位创新分析

3.2.1 中国自由行行业消费者特征分析

3.2.2 中国自由行行业企业主流的市场定位分析

3.2.3 互联网对自由行行业市场定位的变革分析

3.2.4 互联网下自由行行业市场定位优秀案例分析

3.3 中国互联网+自由行行业价值主张创新分析

3.3.1 中国自由行行业主要的客户价值主张要素分析

3.3.2 互联网+自由行行业价值主张创新策略分析

(1) 自由行行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

(2) 自由行行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

(3) 自由行行业企业如何利用互联网节约客户成本

3.3.3 互联网+自由行行业价值主张创新优秀案例

3.4 中国互联网+自由行行业渠道通路创新分析

3.4.1 中国自由行行业渠道通路的主要类别及特点分析

(1) 价值传递通路的定义及特点

(2) 产品销售渠道的定义及特点

(3) 现有渠道通路特点的优势及不足

(4) 互联网对渠道通路的改造分析

3.4.2 互联网对自由行行业渠道通路的颠覆性变革分析

3.4.3 互联网+自由行行业网络媒体广告宣传策略分析

3.4.4 互联网+自由行行业电商渠道构建策略分析

3.4.5 互联网+自由行行业渠道通路创新优秀案例

3.5 中国互联网+自由行行业客户关系创新分析

3.5.1 中国自由行行业客户关系的类别及关系成本分析

(1) 自由行行业客户关系的类别分析

(2) 自由行行业客户关系成本分析

3.5.2 中国互联网+自由行行业客户关系创新路径分析

3.5.3 中国互联网+自由行行业客户关系创新优秀案例

3.6 中国互联网+自由行行业收入来源创新分析

3.6.1 中国自由行行业收入的主要来源渠道及特点

3.6.2 中国互联网+自由行行业收入来源的创新分析

3.6.3 中国互联网+自由行行业收入来源创新优秀案例

3.7 中国互联网+自由行行业合作伙伴创新分析

3.7.1 中国自由行行业主要的合作伙伴及其特点分析

3.7.2 互联网如何改变自由行行业合作伙伴结构

3.7.3 互联网下自由行行业新增合作伙伴的特点

3.7.4 互联网下自由行行业新增合作伙伴优秀案例

3.8 中国互联网+自由行行业成本机构优化分析

3.8.1 中国自由行行业主要成本结构及特点分析

3.8.2 互联网如何改变自由行行业成本结构

3.8.3 互联网下自由行行业成本结构的优化路径

3.8.4 互联网下自由行行业成本结构优化优秀案例

3.9 国外互联网+自由行行业商业模式创新经验

3.9.1 国外互联网+自由行行业商业模式优秀案例剖析

(1) 案例一

1) 案例一基本信息分析

2) 案例一经营情况分析

3) 案例一盈利模式分析

4) 案例一商业模式评价

(2) 案例二

1) 案例二基本信息分析

2) 案例二经营情况分析

3) 案例二盈利模式分析

4) 案例二商业模式评价

(3) 案例三

1) 案例三基本信息分析

2) 案例三经营情况分析

3) 案例三盈利模式分析

4) 案例三商业模式评价

3.9.2 国外互联网+自由行行业商业模式创新经验借鉴

第四章 中国自由行行业企业电商战略规划及模式选择

4.1 中国自由行行业企业电商战略规划分析

4.1.1 自由行企业电商如何正确定位

- 4.1.2 自由行电商核心业务确定策略
- 4.1.3 自由行企业电商化组织变革策略
- 4.2 中国自由行行业典型电商发展模式总体分析
 - 4.2.1 中国电子商务主流模式分析
 - 4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析
 - (1) B2B电商模式的特点
 - (2) B2B电商模式的适用范围
 - (3) B2B电商模式的优秀案例
 - (4) B2B电商模式的优劣势
 - 4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析
 - (1) B2C电商模式的特点
 - (2) B2C电商模式的适用范围
 - (3) B2C电商模式的优秀案例
 - (4) B2C电商模式的优劣势
 - 4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析
 - (1) C2C电商模式的特点
 - (2) C2C电商模式的适用范围
 - (3) C2C电商模式的优秀案例
 - (4) C2C电商模式的优劣势
 - 4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析
 - (1) O2O电商模式的特点
 - (2) O2O电商模式的适用范围
 - (3) O2O电商模式的优秀案例
 - (4) O2O电商模式的优劣势
 - 4.2.6 中国自由行行业最优电商模式的选择
- 4.3 中国自由行行业企业电商切入模式及发展路径
 - 4.3.1 模式一
 - (1) 模式一的特点及优劣势
 - (2) 模式一的业务布局分析
 - (3) 模式一的渠道通路分析
 - (4) 模式一的收入来源分析
 - (5) 模式一的关键资源能力分析
 - (6) 模式一的经营风险分析
 - (7) 模式一的优秀案例分析
 - 4.3.2 模式二

- (1) 模式二的特点及优劣势
- (2) 模式二的业务布局分析
- (3) 模式二的渠道通路分析
- (4) 模式二的收入来源分析
- (5) 模式二的关键资源能力分析
- (6) 模式二的经营风险分析
- (7) 模式二的优秀案例分析

4.3.3 模式三

- (1) 模式三的特点及优劣势
- (2) 模式三的业务布局分析
- (3) 模式三的渠道通路分析
- (4) 模式三的收入来源分析
- (5) 模式三的关键资源能力分析
- (6) 模式三的经营风险分析
- (7) 模式三的优秀案例分析

4.4 中国自由行行业移动电商切入路径及典型产品

4.4.1 中国自由行行业移动电商的商业价值分析

- (1) 移动电商的商业价值分析
- (2) 中国移动互联网发展现状
- (3) 中国移动互联网前景预测

4.4.2 中国自由行行业移动电商市场发展现状

4.4.3 中国自由行行业移动电商市场切入路径

4.4.4 中国自由行行业移动电商典型产品形式

4.4.5 中国自由行行业移动电商发展趋势及前景

第五章 中国互联网+自由行商业模式创新优秀案例剖析

5.1 案例一

- 5.1.1 案例一基本信息分析
- 5.1.2 案例一经营情况分析
- 5.1.3 案例一产品/服务分析
- 5.1.4 案例一盈利模式分析
- 5.1.5 案例一渠道通路分析
- 5.1.6 案例一合作伙伴分析
- 5.1.7 案例一融资情况分析
- 5.1.8 案例一商业模式评价

5.2 案例二

5.2.1 案例二基本信息分析

5.2.2 案例二经营情况分析

5.2.3 案例二产品/服务分析

5.2.4 案例二盈利模式分析

5.2.5 案例二渠道通路分析

5.2.6 案例二合作伙伴分析

5.2.7 案例二融资情况分析

5.2.8 案例二商业模式评价

5.3 案例三

5.3.1 案例三基本信息分析

5.3.2 案例三经营情况分析

5.3.3 案例三产品/服务分析

5.3.4 案例三盈利模式分析

5.3.5 案例三渠道通路分析

5.3.6 案例三合作伙伴分析

5.3.7 案例三融资情况分析

5.3.8 案例三商业模式评价

5.4 案例四

5.4.1 案例四基本信息分析

5.4.2 案例四经营情况分析

5.4.3 案例四产品/服务分析

5.4.4 案例四盈利模式分析

5.4.5 案例四渠道通路分析

5.4.6 案例四合作伙伴分析

5.4.7 案例四融资情况分析

5.4.8 案例四商业模式评价

5.5 案例五

5.5.1 案例五基本信息分析

5.5.2 案例五经营情况分析

5.5.3 案例五产品/服务分析

5.5.4 案例五盈利模式分析

5.5.5 案例五渠道通路分析

5.5.6 案例五合作伙伴分析

5.5.7 案例五融资情况分析

5.5.8 案例五商业模式评价

第六章 中国互联网+自由行行业市场投资机会及建议

6.1 中国互联网+自由行行业投资特性及风险

6.1.1 互联网+自由行行业投资壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 技术壁垒
- (3) 市场壁垒

6.1.2 互联网+自由行行业投资特性分析

6.1.3 互联网+自由行行业投资风险分析

6.2 中国互联网+自由行行业投融资现状及趋势

6.2.1 中国互联网+自由行行业投资现状及趋势

- (1) 中国互联网+自由行行业投资主体结构
- (2) 各投资主体核心资源分析
- (3) 各投资主体投资方式分析
- (4) 各投资主体投资规模分析
- (5) 2015-2019年主要投资事件分析
- (6) 各投资主体投资趋势分析

6.2.2 中国互联网+自由行行业融资现状及趋势

- (1) 中国互联网+自由行行业融资主体构成
- (2) 各融资主体核心资源分析
- (3) 各融资主体融资方式分析
- (4) 各融资主体融资规模分析
- (5) 2015-2019年主要融资事件及用途
- (6) 各融资主体融资趋势分析

6.3 中国互联网+自由行行业投资机会及建议

6.3.1 中国互联网+自由行行业投资机会分析

6.3.2 关于互联网+自由行行业的投资建议

第七章 中国大型企业互联网+自由行投资布局分析 (ZY GXH)

7.1 相关上市公司“互联网+自由行”投资布局

7.1.1 企业一

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (3) 企业互联网+自由行投资布局
- (4) 企业互联网+自由行产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.1.2 企业二

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (3) 企业互联网+自由行投资布局
- (4) 企业互联网+自由行产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.1.3 企业三

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (3) 企业互联网+自由行投资布局
- (4) 企业互联网+自由行产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.1.4 企业四

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (3) 企业互联网+自由行投资布局

(4) 企业互联网+自由行产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.1.5 企业五

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业互联网+自由行投资布局

(4) 企业互联网+自由行产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.2 大型互联网企业“互联网+自由行”投资布局

7.2.1 阿里巴巴

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+自由行投资布局

(4) 企业互联网+自由行产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.2.2 百度公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+自由行投资布局

(4) 企业互联网+自由行产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.2.3 腾讯公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+自由行投资布局

(4) 企业互联网+自由行产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向 (ZY GXH)

图表目录

图表1：互联网+自由行行业发展规划汇总表

图表2：互联网+自由行行业主要政策汇总表

图表3：政策环境对行业的影响分析表

图表4：2015-2019年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表5：2015-2019年中国GDP增长率变化趋势图（单位：%）

图表6：2015-2019年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表7：2015-2019年中国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表8：2015-2019年中国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）

图表9：2020-2026年中国电商交易规模预测

图表10：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表11：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表12：2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表13：关联产业发展对行业的影响总结表

图表14：互联网相关技术对行业的影响总结表

图表15：中国互联网+自由行行业发展阶段

图表16：主要企业互联网+自由行行业投资切入角度

图表17：2015-2019年中国互联网+自由行行业主要投资事件

图表18：中国互联网+自由行行业投资业务布局

图表19：2015-2019年中国互联网+自由行行业市场规模发展趋势

图表20：中国互联网+自由行行业主要的市场参与者

图表21：中国互联网+自由行行业市场增长动力

图表22：中国互联网+自由行行业市场发展瓶颈

图表23：中国自由行行业电商交易规模（单位：亿元）

图表24：中国自由行行业电商产品/服务品类

图表25：中国自由行行业电商市场现存问题

图表26：2020-2026年中国自由行行业电商市场规模预测

图表27：商业模式与其它模式的区别

图表28：商业模式与其它模式的联系

图表29：商业模式框架图

图表30：中国自由行行业消费者特征

更多图表请见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202006/873260.html>