

# 2021-2027年中国在线旅游度假行业市场现状调查 及投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国在线旅游度假行业市场现状调查及投资战略咨询报告》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/202011/906470.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

智研咨询发布的《2021-2027年中国在线旅游度假行业市场现状调查及投资战略咨询报告》共十六章。首先介绍了在线旅游度假行业市场发展环境、在线旅游度假整体运行态势等，接着分析了在线旅游度假行业市场运行的现状，然后介绍了在线旅游度假市场竞争格局。随后，报告对在线旅游度假做了重点企业经营状况分析，最后分析了在线旅游度假行业发展趋势与投资预测。您若想对在线旅游度假产业有个系统的了解或者想投资在线旅游度假行业，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：

第一部分行业发展概况

第一章在线旅游度假行业发展概述

第一节行业相关概念

一、在线旅游度假产业定义

二、在线旅游度假产业产品范围

三、在线旅游度假产业的发展

第二节在线旅游度假产业产品与服务

一、在线旅游度假产业主要业态

二、在线旅游度假产业组织形式

三、在线旅游度假产品种类

第三节在线旅游度假产业投资特性分析

一、在线旅游度假产业赢利性

二、在线旅游度假产业成长性

三、在线旅游度假产业风险性

四、在线旅游度假业进入壁垒

第四节在线旅游度假业现行管理体制分析

一、现行管理体制制约在线旅游度假业的发展

二、在线旅游度假协会在市场管理中的作用

三、对在线旅游度假行业行政管理体制改革的建议

第二章旅游业市场发展分析

第一节全球旅游市场发展分析

- 一、全球国际旅游人数分析
- 二、全球国际旅游收入分析
- 三、全球领先旅游业企业发展分析
- 第二节中国国内旅游市场发展分析
  - 一、2016-2020年中国国内旅游概况
  - 二、2016-2020年国内旅游的发展特征
  - 三、中国国内旅游市场"十三五"发展预测
- 第三节中国入境旅游市场发展分析
  - 一、2016-2020年中国入境旅游概况
  - 二、2016-2020年入境旅游主要特点
  - 三、入境旅游市场"十三五"发展预测
- 第四节中国出境旅游市场发展分析
  - 一、2016-2020年中国出境旅游概况
  - 二、2016-2020年出境游目的地概况
  - 三、出境旅游市场"十三五"发展预测
- 第五节中国黄金周旅游市场发展分析
  - 一、十一黄金周旅游市场发展分析
  - 二、春节黄金周旅游市场发展分析
- 第六节中国旅游业"走出去"机遇分析
  - 一、旅游子行业海外市场扩张现状
  - 二、旅游业海外扩张存在问题
  - 三、未来海外市场前景展望
  - 四、行业海外扩张对策建议
- 第三章全球在线旅游度假市场发展分析
  - 第一节2019年全球在线旅游度假市场分析
    - 一、2019年全球在线旅游度假市场回顾
    - 二、2019年全球在线旅游度假市场环境
    - 三、2019年全球在线旅游度假格局分析
    - 四、2019年全球在线旅游度假行业发展分析
  - 第二节2020年全球在线旅游度假市场分析
    - 一、2020年全球在线旅游度假需求分析
    - 二、2020年全球在线旅游度假行业发展分析
    - 三、2020年全球在线旅游度假市场环境
    - 四、2020年中外在线旅游度假市场对比
  - 第三节主要国家地区在线旅游度假市场分析

- 一、2016-2020年美国在线旅游度假市场分析
- 二、2016-2020年欧洲在线旅游度假市场分析
- 三、2016-2020年日本在线旅游度假市场分析
- 四、2016-2020年东南亚在线旅游度假市场分析
- 第四章2016-2020年中国在线旅游度假业运营态势分析
  - 第一节2016-2020年中国在线旅游度假产业的发展分析
    - 一、我国在线旅游度假业的兴起与开发情况
    - 二、在线旅游度假业在中国渐趋升温
    - 三、我国在线旅游度假联姻分析
  - 第二节2016-2020年中国在线旅游度假业存在的问题
    - 一、在线旅游度假发展中存在的阻碍
    - 二、我国在线旅游度假开发的错误观念
    - 三、影视作品对旅游业发展的消极影响
    - 四、在线旅游度假结合存在的缺陷
  - 第三节2016-2020年中国在线旅游度假业开发的对策分析
- 第五章中国在线旅游度假产业消费者行为调研
  - 第一节消费者旅游偏好调研
  - 第二节消费者行为习惯调研
    - 一、不同性别消费者结构调研
    - 二、不同年龄消费者结构调研
    - 三、不同学历消费者结构调研
    - 四、中国在线旅游度假地域分布比例调研
    - 五、在线旅游度假用户收入结构调研
    - 六、不同职业消费者调研
- 第六章我国在线旅游度假市场发展研究
  - 第一节2020年我国在线旅游度假市场发展研究
  - 第二节2020年我国在线旅游度假市场情况
- 第七章我国在线旅游度假市场调查分析
  - 第一节2020年我国在线旅游度假市场调查分析
    - 一、主要观点
    - 二、市场结构分析
    - 三、竞争情况分析
    - 四、经营商分析
- 第八章中国在线旅游度假业子行业发展分析
  - 第一节旅游景区发展分析

- 一、旅游景区基本情况
- 二、旅游景区业绩增长分析
- 三、主题公园行业发展分析
- 四、旅游文化演艺行业发展分析
- 第二节酒店业发展分析
  - 一、星级饭店发展分析
  - 二、经济型连锁酒店发展分析
  - 三、中国酒店业发展趋势
- 第三节餐饮业发展分析
  - 一、餐饮业集中度分析
  - 二、餐饮百强企业经营分析
  - 三、餐饮业发展趋势
- 第四节旅行社发展分析
  - 一、旅游社行业发展概况
  - 二、旅行社业务分析
  - 三、旅行社行业总体结构分析
  - 四、旅行社行业转型分析
  - 五、国际旅行社行业的发展借鉴
- 第二部分行业竞争状况
- 第九章在线旅游度假行业竞争格局分析
  - 第一节现有企业间竞争
  - 第二节潜在进入者分析
  - 第三节替代品威胁分析
  - 第四节供应商议价能力
  - 第五节客户议价能力
- 第十章国内外重点在线旅游度假公司竞争状况
  - 第一节携程
    - 一、概况
    - 二、竞争优势
    - 三、经营和财务状况
    - 四、发展战略
  - 第二节驴妈妈
    - 一、概况
    - 二、SWOT分析
    - 三、发展战略

### 第三节去哪儿

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

### 第四节途牛

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、发展战略

### 第五节乐途旅游网

- 一、概况
- 二、发展历程
- 三、竞争优势

### 第六节艺龙旅行网

- 一、概况
- 二、竞争优势
- 三、经营和财务状况
- 四、发展战略

## 第三部分行业发展趋势

### 第十一章在线旅游度假行业发展趋势分析

#### 第一节我国在线旅游度假行业前景与机遇分析

- 一、我国在线旅游度假行业发展前景
- 二、我国在线旅游度假发展机遇分析
- 三、2020年在线旅游度假的发展趋势分析
- 四、在线旅游度假行业的影响分析

#### 第二节2016-2020年中国在线旅游度假市场趋势分析

- 一、2016-2020年在线旅游度假市场发展空间
- 二、2016-2020年在线旅游度假发展趋势分析
- 三、2016-2020年在线旅游度假价格走势分析
- 四、2016-2020年国际环境对行业的影响

### 第十二章未来在线旅游度假行业发展预测

#### 第一节未来在线旅游度假需求与消费预测

- 一、2021-2027年在线旅游度假消费预测
- 二、2021-2027年在线旅游度假市场规模预测

#### 第二节2021-2027年中国在线旅游度假行业供需预测

- 一、2021-2027年中国在线旅游度假供给预测
- 二、2021-2027年中国在线旅游度假需求预测
- 三、2021-2027年中国在线旅游度假供需平衡预测
- 四、2021-2027年中国在线旅游度假价格预测
- 第四部分行业投资战略
- 第十三章2016-2020年在线旅游度假行业投资现状分析
- 第一节2016-2020年总体投资结构
- 第二节2016-2020年投资规模情况
- 第三节2016-2020年投资增速情况
- 第四节2016-2020年分行业投资分析
- 第五节2016-2020年外商投资情况
- 第十四章在线旅游度假行业投资环境分析
- 第一节经济发展环境分析
- 一、2016-2020年我国宏观经济运行情况
- 二、我国宏观经济形势趋势分析
- 三、2016-2020年投资趋势及其影响因素
- 第二节政策法规环境分析
- 第三节社会发展环境分析
- 第十五章在线旅游度假行业投资机会与风险
- 第一节行业活力系数比较及分析
- 一、2020年相关产业活力系数比较
- 二、2016-2020行业活力系数分析
- 第二节行业投资收益率比较及分析
- 一、2020年相关产业投资收益率比较
- 二、2016-2020行业投资收益率分析
- 第三节在线旅游度假行业投资效益分析
- 一、2016-2020年在线旅游度假行业投资状况分析
- 二、2021-2027年在线旅游度假行业投资效益分析
- 三、2021-2027年在线旅游度假行业投资趋势预测
- 四、2021-2027年在线旅游度假行业的投资方向
- 五、投资建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析
- 第四节影响在线旅游度假行业发展的主要因素
- 一、2021-2027年影响在线旅游度假行业运行的有利因素分析
- 二、2021-2027年影响在线旅游度假行业运行的稳定因素分析



三、2021-2027年影响在线旅游度假行业运行的不利因素分析

四、2021-2027年我国在线旅游度假行业发展面临的挑战分析

五、2021-2027年我国在线旅游度假行业发展面临的机遇分析

第五节在线旅游度假行业投资风险及控制策略分析

一、2021-2027年在线旅游度假行业市场风险及控制策略

二、2021-2027年在线旅游度假行业政策风险及控制策略

三、2021-2027年在线旅游度假行业经营风险及控制策略

四、2021-2027年在线旅游度假行业技术风险及控制策略

五、2021-2027年在线旅游度假行业同业竞争风险及控制策略

第十六章在线旅游度假行业投资战略研究（ZY ZS）

第一节在线旅游度假行业发展战略研究

一、产业战略规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节对我国在线旅游度假品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、在线旅游度假实施品牌战略的意义

三、在线旅游度假企业品牌的现状分析

四、我国在线旅游度假企业的品牌战略

第三节在线旅游度假企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、产品竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源管理策略（ZY ZS）

七、财务管理策略

第四节在线旅游度假行业投资战略研究

一、2020年文化产业投资战略

二、2016-2020在线旅游度假投资概况

三、2021-2027年在线旅游度假行业投资战略

部分图表目录：

图表：我国在线旅游度假产业链示意图

图表：2016-2020年我国出境人数增长情况

图表：我国消费者境外消费奢侈品种类

图表：2020年全球十大接待游客最多的国家

图表：酒店应对市场急剧变化的战略选择

图表：世界主要国家商务旅行支出的增长率

图表：2016-2020年美国在线旅游度假市场规模及增长

图表：2020年美国在线旅游度假出游目的构成

图表：2016-2020年欧洲在线旅游度假市场规模

图表：2016-2020年欧洲在线旅游度假市场规模预测

图表：2016-2020年中国在线旅游度假市场营收情况

图表：中国在线旅游度假企业产业链代表企业

图表：我国在线旅游度假行业三大主要公司

图表：2020年主要网站在线酒店团购产品丰富度监测数据

图表：2020年在线旅游度假网站酒店团购产品主要地区分布

图表：2020年主要在线旅游度假网站团购产品丰富度监测

图表：我国在线旅游度假消费者性别比例

图表：2020年我国在线旅游度假消费者年龄结构

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/906470.html>