2016-2022年中国在线旅游
行业监测及投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国在线旅游行业监测及投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/201604/132133.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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、说明、目录、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、OTA、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”。

报告目录：

第1章：中国在线旅游行业发展背景28
1.1 在线旅游行业概述28
1.1.1 在线旅游行业界定28
1.1.2 在线旅游行业分类28
1.1.3 与传统旅游业的区别29
1.2 在线旅游行业政策环境29
1.2.1 旅游行业政策分析29
（1）旅游行业支持政策29
（2）国家扩大内需政策30
（3）西部旅游支持政策31
1.2.2 旅游业信息化规划32
1.3 在线旅游行业经济环境33
1.3.1 国际经济走势及影响33
1.3.2 国内经济走势及影响41
1.4 在线旅游行业社会环境45
1.4.1 我国人口结构特征45
1.4.2 我国社会结构特征48
1.4.3 我国居民收入水平52
1.4.4 居民消费结构升级55
1.5 在线旅游行业技术环境57
1.5.1 互联网的普及现状57
1.5.2 软件服务技术发展58

1.5.3 电子商务技术发展60
1.5.4 在线支付平台发展63

第2章：在线旅游行业产业链分析65
2.1 在线旅游产业链构成主体65
2.1.1 上游供应商65
2.1.2 媒介&营销平台65
（1）在线旅游代理商65
（2）平台运营商67
（3）信息渠道商68
2.1.3 终端用户68
2.2 在线旅游产业链运作特征68
2.2.1 供应商依托于网络媒介服务68
2.2.2 用户规模报酬递增效应突出70
2.2.3 服务多样性与竞争优势密切相关71
2.3 在线旅游产业链发展趋势72
2.3.1 从产业链向产业网演变72
2.3.2 从Web1.0模式向Web2.0模式转变73
2.3.3 从NBS到LBS演进76

第3章：全球在线旅游行业发展分析78
3.1 全球旅游行业景气程度分析78
3.1.1 全球旅游行业景气程度78
3.1.2 美洲旅游市场状况分析80
3.1.3 欧洲旅游市场状况分析80
3.1.4 亚太旅游市场状况分析82
3.2 全球在线旅游行业发展分析82
3.2.1 全球在线旅游市场规模82
3.2.2 主要地区在线旅游市场分析85
（1）美国在线旅游市场分析85
（2）欧洲在线旅游市场分析86
（3）亚太在线旅游市场分析87

3.2.3 在线旅游与传统旅游业对比89
3.2.4 全球在线旅游行业发展趋势96
3.3 全球领先在线旅游企业发展策略97
3.3.1 Expedia97
（1）公司发展历程97
（2）公司主营业务分析98
（3）公司经营情况分析98
（4）公司经营策略分析106
（5）公司在华业务拓展106
（6）公司最新发展动向107
3.3.2 Priceline108
（1）公司发展历程108
（2）公司主营业务分析108
（3）公司经营情况分析108
（4）公司在华业务拓展115
（5）公司最新发展动向116
3.3.3 Orbitz116
（1）公司发展历程116
（2）公司主营业务分析116
（3）公司经营情况分析116
（4）公司最新发展动向117
3.3.4 MakeMyTrip121
（1）公司发展历程121
（2）公司主营业务分析122
（3）公司经营情况分析122
（4）公司最新发展动向127
3.3.5 Kayak130
（1）公司发展历程130
（2）公司主营业务分析130
（3）公司经营情况分析131
3.3.6 TravelZoo132
（1）公司发展历程133

（2）公司主营业务分析133
（3）公司经营情况分析134
（4）公司在华业务拓展138
（5）公司最新发展动向138

第4章：中国在线旅游行业发展现状分析140
4.1 在线旅游行业发展阶段140
4.2 在线旅游行业运营情况141
4.2.1 旅游网站数量141
4.2.2 用户规模141
4.2.3 市场规模142
4.2.4 营收规模143
4.2.5 渗透率143
4.3 在线旅游行业竞争态势145
4.3.1 在线旅游行业集中度145
4.3.2 在线旅游行业五力分析146
（1）在线旅游企业竞争结构146
（2）供应商的议价能力147
（3）下游客户的议价能力148
（4）行业潜在进入者威胁148
（5）旅游服务替代品威胁148
4.3.3 在线旅游行业竞争模式148
（1）旅游站点平台模式148
（2）“机票+酒店”模式149
（3）垂直引擎搜索模式149
（4）直销预订模式149
4.4 在线旅游行业发展趋势149

第5章：中国在线旅游关联行业发展分析152
5.1 中国旅游行业发展分析152
5.1.1 旅游行业运行情况152
5.1.2 国内旅游市场分析153

5.1.3 入境旅游市场分析153
5.1.4 出境旅游市场分析159
5.1.5 旅游行业发展规划159
5.2 中国旅游景区发展分析160
5.2.1 旅游景区基本情况160
5.2.2 旅游景区数量规模161
5.2.3 旅游景区经营情况163
5.2.4 旅游景区结构特征164
5.2.5 新型旅游景区发展165
5.2.6 旅游景区发展预测165
5.3 中国酒店行业发展分析166
5.3.1 星级酒店发展分析166
（1）星级酒店规模及其构成166
（2）星级酒店总体经营情况168
（3）不同星级酒店经营状况168
（4）区域星级酒店经营状况169
（5）重点城市酒店经营情况169
5.3.2 经济型酒店发展分析169
（1）经济型酒店数量分析169
（2）经济型酒店市场规模169
（3）经济型酒店区域分布170
（4）经济型酒店价格分布171
（5）经济型酒店市场格局171
5.3.3 酒店行业发展趋势分析172
5.4 中国旅行社发展分析173
5.4.1 旅行社发展规模分析173
（1）旅行社数量173
（2）旅行社资产及从业人员174
5.4.2 旅行社经营情况分析174
5.4.3 旅行社主要业务情况175
（1）入境旅游业务分析175
（2）国内旅游业务分析176

（3）出境旅游业务分析177
5.4.4 旅行社总体结构分析178
（1）旅行社区域分布178
（2）旅行社经营状况178
（3）旅行社类别分布178
5.4.5 旅行社发展趋势展望179
（1）行业集中度发展趋势179
（2）行业盈利能力展望180
5.5 中国餐饮业发展分析181
5.5.1 餐饮业发展规模181
5.5.2 餐饮业集中度分析188
（1）行业集中度较低188
（2）正餐企业营所占比重最大188
（3）行业集中度将缓慢提升189
5.5.3 餐饮百强企业经营分析189
（1）营业额稳步增长189
（2）分化与互渗趋势明显189
（3）所占比重基本与上年持平190
（4）百强企业规模进一步扩大191
（5）综合业绩表现逊于往年191
5.5.4 餐饮业发展趋势分析192
5.6 中国航空客运行业发展分析195
5.6.1 民航航线网络分析195
5.6.2 航线客运收入水平196
5.6.3 航空旅客运输量分析200
5.6.4 民航旅客周转量分析200
5.6.5 机场旅客吞吐量分析201
5.7 中国汽车租赁行业发展分析205
5.7.1 汽车租赁行业发展规模205
5.7.2 汽车租赁行业发展特点206
5.7.3 汽车租赁行业竞争格局207
（1）现有企业间的竞争207

（2）供应商议价能力分析208
（3）潜在进入者威胁208
（4）替代品威胁分析209
5.7.4 汽车租赁行业发展趋势209

第6章：中国在线旅游行业用户调研分析211
6.1 在线旅游预订用户特征分析211
6.1.1 用户性别特征211
6.1.2 用户年龄特征211
6.1.3 用户受教育程度212
6.2 在线旅游预订用户行为分析213
6.2.1 用户出行方式213
6.2.2 用户旅行方式214
6.2.3 用户预订旅游产品种类215
6.2.4 用户搜索热点215
6.2.5 用户在消费时最关注因素216
6.3 在线旅游预订用户细分产品预订特征216
6.3.1 旅游预订用户酒店预订特征217
6.3.2 旅游预订用户机票预订特征218
6.3.3 旅游预订用户度假产品预订特征219

第7章：中国在线旅游行业细分市场分析221
7.1 在线旅游行业市场结构221
7.2 酒店在线预订市场分析222
7.2.1 酒店行业销售渠道分析222
（1）星级酒店销售渠道格局222
（2）经济型酒店销售渠道格局224
（3）不同销售渠道成本比较225
7.2.2 酒店在线预订市场规模227
（1）酒店在线预订营收规模228
（2）酒店在线预订市场渗透率229
（3）酒店在线预订用户数量229

7.2.3 酒店在线预订不同模式230
（1）酒店官网预订230
（2）酒店OTA230
（3）酒店CRS231
（4）UGC (User Generated Content，用户生成内容) 旅游社区延展出来的第三方预订推介平台232
7.2.4 酒店在线预订市场格局232
（1）在线预订网站市场份额232
（2）在线预订网站覆盖情况235
（3）在线预订网站价格分布238
7.2.5 酒店在线营销的新模式240
7.2.6 酒店在线预订市场趋势240
7.3 机票在线预订市场分析241
7.3.1 航空机票销售市场分析241
（1）航空机票交易规模分析241
（2）航空机票销售渠道格局241
（3）航空机票销售渠道特征244
7.3.2 机票在线预订市场规模250
（1）机票在线预订市场规模250
（2）机票在线预订市场渗透率250
7.3.3 机票在线预订市场格局250
（1）机票在线交易主体分析250
（2）在线机票预订市场格局253
（3）在线机票预订平台分析254
7.3.4 机票在线预订市场趋势254
7.4 旅游度假产品在线预订市场分析255
7.4.1 旅游度假产品在线预订市场规模255
7.4.2 旅游度假产品在线预订情况调研258
（1）旅游度假产品在线预订频率258
（2）旅游度假产品在线预订类型259
（3）旅游度假产品在线预订时间段259
7.4.3 旅游度假产品在线预订市场规模259

7.4.4 旅游度假产品在线预订市场格局261
7.4.5 旅游度假产品在线预订市场趋势263
7.5 在线旅游其它服务市场分析268
7.5.1 在线汽车租赁服务分析268
7.5.2 网上购买景区门票分析270

第8章：中国在线旅游行业细分模式分析273
8.1 在线旅游代理（OTA）模式273
8.1.1 在线旅游代理发展概述273
8.1.2 在线旅游代理盈利模式273
8.1.3 在线旅游代理营收规模274
8.1.4 在线旅游代理盈利水平274
8.2 旅游企业在线直销模式277
8.2.1 酒店在线直销分析277
（1）酒店网络营销发展历程277
（2）酒店在线直销发展模式278
（3）酒店在线直销现状分析281
（4）酒店在线直销市场规模286
（5）酒店在线直销案例分析289
（6）酒店在线直销SWOT分析291
8.2.2 旅行社在线直销分析292
8.2.3 航空公司在线直销分析294
8.2.4 旅游景区在线直销分析296
8.3 旅游产品第三方交易平台（TTP）297
8.3.1 旅游产品垂直搜索网站297
（1）垂直搜索引擎概述297
（2）旅游垂直搜索引擎概述298
（3）旅游垂直搜索发展现状298
8.3.2 旅游点评社区网站299
8.3.3 旅游产品团购网站303
8.3.4 旅游产品B2B交易平台网站307
8.3.5 定制在线旅游（C2B）308

（1）旅游C2B模式的含义308
（2）旅游C2B模式的特点309
（3）旅游C2B模式运行机制313
（4）旅游C2B模式发展现状314
（5）旅游C2B模式发展展望315
8.4 非旅游机构进入在线旅游市场315
8.4.1 门户网站的进入315
（1）百度315
（2）腾讯316
（3）新浪317
（4）搜狐318
8.4.2 电子商务企业的进入319
（1）“淘宝旅行”频道319
（2）京东“机票预订”频道319
（3）1号店机票预订业务319
8.4.3 SNS企业的进入319
8.4.4 银行业的进入322
（1）中国银行网站旅游频道322
（2）工商银行机票旅游频道323
（3）农业银行“旅行易”频道324
（4）民生银行商旅预订中心324
（5）浦发银行在线旅游预订326

第9章：中国在线旅游行业商业模式分析327
9.1 在线旅游行业商业模式分类327
9.1.1 基于产生条件的分类327
9.1.2 基于业态的分类328
9.1.3 基于服务内容的分类330
9.1.4 基于经营模式的分类331
9.2 在线旅游行业商业模式演变分析333
9.2.1 行业商业模式发展进程333
9.2.2 行业商业模式演化动力334

9.2.3 行业商业模式模型分析335
9.3 在线旅游企业商业模式案例分析336
9.3.1 Expedia336
（1）公司发展简介336
（2）公司发展特点分析336
（3）公司商业模式分析337
9.3.2 American Express338
（1）公司发展简介338
（2）公司发展历程分析339
（3）公司商业模式分析340
9.3.3 Priceline340
（1）公司发展简介340
（2）公司商业模式分析341
9.3.4 携程342
（1）公司发展简介342
（2）公司发展历程分析343
（3）公司商业模式分析345
9.3.5 去哪儿345
（1）公司发展简介345
（2）公司发展历程分析346
（3）公司商业模式分析348
9.4 在线旅游行业商业模式发展趋势349
9.4.1 商业模式转变的驱动力349
9.4.2 商业模式发展趋势分析351
（1）商业模式创新层出不穷352
（2）一站式服务将成主流形式353
（3）旅游计划网站将成为热点354
（4）移动在线旅行服务将是大势所趋354

第10章：中国在线旅游移动化与营销模式创新357
10.1 移动互联网市场发展现状分析357
10.1.1 移动终端普及情况357

10.1.2 移动互联网用户数量357
10.1.3 移动互联网市场规模364
10.1.4 移动互联网应用结构367
10.1.5 移动互联网发展趋势368
10.2 无线旅游市场发展现状与展望369
10.2.1 无线旅游发展背景分析369
10.2.2 无线旅游发展优势分析370
10.2.3 无线旅游应用模式分析372
10.2.4 无线旅游发展现状分析375
10.2.5 无线旅游发展案例分析375
（1）携程无线376
（2）淘宝旅行手机客户端376
（3）去哪儿无线客户端376
（4）同程网无线377
（5）艺龙无线378
（6）航班管家378
（7）酒店达人379
（8）12580商旅客户端379
10.2.6 无线旅游发展制约因素379
10.2.7 无线旅游未来发展展望380
10.3 在线旅游行业营销模式创新380
10.3.1 在线旅游行业营销模式创新380
10.3.2 在线旅游企业微博营销分析383
（1）微博发展历程与使用情况383
（2）在线旅游企业微博运用现状387
（3）在线旅游企业微博营销效果388
（4）在线旅游企业微博营销趋势398
10.3.3 在线旅游企业社交网站推广402
10.3.4 在线旅游企业电子邮件推广403

第11章：中国在线旅游行业发展前景预测409
11.1 旅游行业发展前景预测409

11.1.1 旅游行业影响因素分析409
11.1.2 旅游行业发展前景预测412
11.2 在线旅游行业发展前景预测412
11.2.1 在线旅游交易规模预测412
11.2.2 在线旅游行业渗透率预测413
11.3 在线旅游行业细分产品发展预测414
11.3.1 酒店在线预订市场预测414
11.3.2 机票在线预订市场预测415
11.3.3 旅游度假产品在线预订预测416
11.4 在线旅游不同模式企业发展预测419
11.4.1 在线旅游代理前景预测419
11.4.2 旅游搜索市场规模预测421
11.4.3 旅游产品团购前景预测423
11.4.4 旅游产品B2B交易前景预测424
11.4.5 旅游企业在线直销前景预测426

第12章：中国在线旅游行业投融资机会分析428
12.1 在线旅游行业投资情况428
12.1.1 在线旅游行业投资热度428
12.1.2 在线旅游行业投资规模430
12.1.3 在线旅游行业投融资事件431
12.1.4 在线旅游行业投资资金来源442
（1）风投机构的风险投资442
（2）大型企业的战略投资443
12.1.5 在线旅游行业投资方向443
12.1.6 在线旅游行业投资预测445
12.2 在线旅游行业兼并重组446
12.3 在线旅游行业投资机会449
12.3.1 在线旅游行业投资价值449
12.3.2 在线旅游行业投资机会451
12.3.3 在线旅游行业进入壁垒452

第13章：中国在线旅游行业领先企业运营分析454
13.1 在线旅游企业总体发展状况454
13.1.1 在线旅游企业分类454
13.1.2 在线旅游企业排名455
13.2 在线旅游领先企业经营情况456
13.2.1 携程旅行网456
（1）公司发展简介456
（2）公司产品与服务分析457
（3）公司盈利模式分析459
（4）公司经营策略分析459
（5）公司技术模式分析459
（6）公司经营业绩分析459
（7）公司经营优劣势分析464
（8）公司并购重组分析464
（9）公司最新发展动向465
13.2.2 艺龙旅行网465
（1）公司发展简介465
（2）公司产品与服务分析465
（3）公司盈利模式分析465
（4）公司渠道与资源分析466
（5）公司经营业绩分析466
（6）公司经营优劣势分析470
（7）公司并购重组分析474
（8）公司最新发展动向475
13.2.3 去哪儿网475
（1）公司发展简介475
（2）公司产品与服务分析475
（3）公司盈利模式分析476
（4）公司渠道与资源分析476
（5）公司经营业绩分析476
（6）公司经营优劣势分析482
（7）公司资本运作分析482

（8）公司最新发展动向483
13.2.4 同程网483
（1）公司发展简介483
（2）公司产品与服务分析484
（3）公司盈利模式分析484
（4）公司渠道与资源分析485
（5）公司经营业绩分析486
（6）公司经营优劣势分析491
（7）公司并购重组分析492
（8）公司最新发展动向492
13.2.5 芒果网492
（1）公司发展简介492
（2）公司股权结构分析493
（3）公司产品与服务分析493
（4）公司盈利模式分析494
（5）公司渠道与资源分析495
（6）公司经营业绩分析496
（7）公司经营优劣势分析501
（8）公司并购重组分析502
（9）公司最新发展动向503

图表目录：

图表 1 2008-2015年我国在线旅游行业产品结构变化趋势（单位：%）28
图表 2 在线旅游行业主要政策法规列表29
图表 3 各旅游区的规划及政策研究31
图表 4 七国集团GDP增长率（%）34
图表 5 金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（%）34
图表 6 全球及主要经济体制造业和服务业PMI36
图表 7 全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数37
图表 8 2015年年末人口数及其构成47
图表 9 2006-2015年我国人口及其自然增长率变化情况47
图表 10 2006-2015年上半年我国农村居民人均纯收入及其增长速度54

图表 11 2006-2015年上半年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度55
图表 12 2012-2015年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率57
图表 13 2013Q2-2014Q2中国在线旅行预订市场第三方在线代理商营收规模65
图表 14 2014Q2中国旅行预计市场第三方在线代理商营收份额66
图表 15 旅游核心产业之间的关系69
图表 16 驱动报酬递增的四个动态循环70
图表 17 信息社会“长尾效应”72
图表 18 从产业链到产业网的转变72
图表 19 Web2.0时代在线旅游网站用户界面七大元素74
图表 20 市场营销主导理论的演进75
图表 21 Expedia负债能力分析98
图表 22 Expedia综合损益分析101
图表 23 Expedia现金流量分析103
图表 24 Priceline负债能力分析108
图表 25 Priceline综合损益分析111
图表 26 Priceline现金流量分析113
图表 27 2000-2012年美国OTA市场份额变化（以预订量计)117
图表 28 MakeMyTrip负债能力分析123
图表 29 MakeMyTrip利润能力分析125
图表 30 MakeMyTrip现金流量分析127
图表 31 Kayak负债能力分析131
图表 32 Kayak利润能力分析132
图表 33 TravelZoo负债能力分析134
图表 34 TravelZoo利润能力分析135
图表 35 TravelZoo现金流量分析137
图表 36 2011-2012年旅行预计用户数及使用率142
图表 37 2012-2015年二季度中国在线旅游OTA市场营收规模143
图表 38 2012年12月-2015年10月旅行预计网民数及使用率144
图表 39 2015年上半年中国网民各类旅行预订服务使用率144
图表 40 2013、2015年1-10月在线旅游行业集中度对比分析146
图表 41 在线旅游行业环境“波特五力”分析模型146
图表 42 全国各省市旅游景区企业数（单位：家）161

图表 43 旅游景区按旅游资源主体性质划分164
图表 44 旅游景区按管理级别划分165
图表 45 2015年我国高星级酒店Revpar下滑明显大于经济型酒店（单位：%）168
图表 46 经济型酒店在二三线城市仍有发展空间（单位：间）170
图表 47 2015年度旅行社入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家和地区175
图表 48 2015年度旅行社入境旅游接待人次排名前十位的客源地国家和地区175
图表 49 2015年度旅行社国内旅游组织人次排名前十位的省份176
图表 50 2015年度旅行社国内旅游接待人次排名前十位的省份177
图表 51 2015年度旅行社出境旅游组织人次排名前十位的目的地国家和地区177
图表 52 2015年度三大旅游市场人次数比较179
图表 53 2015年度三大旅游市场人天数比较180
图表 54 餐饮业按业态分类简表192
图表 55 2010-2015年中国餐饮业发展状况（单位：亿元，%）193
图表 56 2015年我国定期航班条数及里程195
图表 57 2015年旅客吞吐量100万人次以上的机场数量204
图表 58 2015年货邮吞吐量万吨以上的机场数量204
图表 59 2005-2015年中国潜在市场需求走势图（单位：万人）206
图表 60 中国汽车租赁行业对上游行业的议价能力分析列表208
图表 61 汽车租赁行业潜在进入者分类209
图表 62 2015年中国在线旅游用户性别比例211
图表 63 2015年中国在线旅游用户年龄分布211
图表 64 2015年中国整体网民学历分布212
图表 65 2015年中国在线旅游用户学历分布213
图表 66 用户出行方式213
图表 67 用户旅行方式214
图表 68 用户预订旅游产品种类215
图表 69 五一旅游行业相关搜索内容216
图表 70 用户选择航空公司、酒店官方网站预定旅游产品的原因216
图表 71 2015年中国在线旅游用户预订酒店的方式分布217
图表 72 2015年中国在线旅游用户预订酒店间夜单价分布217
图表 73 2015年中国在线旅游用户使用网站进行酒店团购的主要原因分布218
图表 74 2015年中国在线旅游用户预订机票的方式分布219

图表 75 2011 和2015年中国在线旅游用户在线预订度假产品 情况219
图表 76 2011和 2015年影响在线旅游用户网上预订度假产品的限制220
图表 77 2008-2015年中国在线旅游市场结构221
图表 78 酒店在线销售渠道及每间夜成本225
图表 79 酒店在线销售渠道及每间夜成本226
图表 80 各分销成本对比226
图表 81 2015年10月-2015年10月主要渠道投诉量227
图表 82 携程网、去哪儿网、淘宝旅行服务对比227
图表 83 酒店在线分销渠道覆盖量统计情况2014Q2236
图表 84 在线酒店预订网站酒店覆盖量统计图236
图表 85 截止2015年7月北京地区酒店线上分销渠道分布结构237
图表 86 价格对比238
图表 87 各个渠道星级酒店价格对比239
图表 88 案例介绍239
图表 89 未来在线预订渠道格局240
图表 90 2015年中国机票市场主要在线分销渠道交易额占比监测241
图表 91 2015年中国在线机票市场交易规模占比监测242
图表 92 中国机票行业中主要在线分销渠道出票量占比243
图表 93 2015年中国在线机票市场出票量占比监测244
图表 94 2015年中国在线酒店市场交易额占比286
图表 95 2015年中国在线酒店市场交易规模占比287
图表 96 2015年中国在线酒店市场总间夜量占比287
图表 97 2015年中国在线酒店市场间夜量占比监测288
图表 98 在线旅游行业商业模式模型分析335
图表 99 家庭终端设备拥有情况（单位：%）357
图表 100 中国网民规模与互联网普及率358
图表 101 新增网民上网设备使用情况359
图表 102 非网民未来上网意向359
图表 103 非网民不使用互联网的原因360
图表 104 手机网民规模362
图表 105 2012-2015年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率363
图表 106 中国网民城乡结构364

图表 107 中国城乡居民互联网普及率和城镇化进程364
图表 108 2009年—2015年中国微博注册用户数量变化385
图表 109 微博与其他即时通讯工具比较385
图表 110 微博客信息流动模式分析387
图表 111 2010年海外微博案例研究研究—Twitter案例研究报告389
图表 112 姚晨为支持抗旱救灾的截屏391
图表 113 精确营销和传统营销的对比393
图表 114 中国历年在线预订交易规模及预测413
图表 115 近年来中国在线旅游行业渗透率变化趋势413
图表 116 2012年中美在线旅游市场渗透率413
图表 117 2015年中国在线酒店市场份额（按交易规模计）414
图表 118 2015年中国在线旅游行业渗透率达到6.7%428
图表 119 2015年全球主要国家和地区在线旅游渗透率对比428
图表 120 2015年1-10月在线旅游预订热门区域429
图表 121 2015年1-10月在线预订用户年龄结构429
图表 122 2006-2015年在线旅游行业投融资事件431
图表 123 2012年携程全年业务组成情况444
图表 124 2015年在线旅游行业并购数据统计449
图表 125 2015年上半年中国在线旅游企业市场份额454
图表 126 中国在线旅游产业链455
图表 127 中国在线旅游市场产业链代表企业455
图表 128 2015年在线旅游企业排名456
图表 129 携程旅行网负债能力分析459
图表 130 携程旅行网利润能力分析461
图表 131 携程旅行网现金流量分析463
图表 132 艺龙旅行网负债能力分析466
图表 133 艺龙旅行网利润能力分析468
图表 134 艺龙旅行网现金流量分析469
图表 135 去哪儿网负债能力分析476
图表 136 去哪儿网综合损益分析478
图表 137 去哪儿网现金流量分析480
图表 138 近4年同程网经流动资产周转次数变化情况486

图表 139 近4年同程网经流动资产周转次数变化情况486
图表 140 近4年同程网经产权比率变化情况487
图表 141 近4年同程网经产权比率变化情况487
图表 142 近4年同程网经销售毛利率变化情况487
图表 143 近4年同程网经销售毛利率变化情况488
图表 144 近4年同程网经资产负债率变化情况488
图表 145 近4年同程网经资产负债率变化情况489
图表 146 近4年同程网经总资产周转次数变化情况489
图表 147 近4年同程网经总资产周转次数变化情况490
图表 148 近4年同程网经固定资产周转次数情况490
图表 149 近4年同程网经固定资产周转次数情况490
图表 150 近4年芒果网流动资产周转次数变化情况496
图表 151 近4年芒果网流动资产周转次数变化情况496
图表 152 近4年芒果网产权比率变化情况497
图表 153 近4年芒果网产权比率变化情况497
图表 154 近4年芒果网销售毛利率变化情况497
图表 155 近4年芒果网销售毛利率变化情况498
图表 156 近4年芒果网资产负债率变化情况498
图表 157 近4年芒果网资产负债率变化情况499
图表 158 近4年芒果网总资产周转次数变化情况499
图表 159 近4年芒果网总资产周转次数变化情况500
图表 160 近4年芒果网固定资产周转次数情况500
图表 161 近4年芒果网固定资产周转次数情况50

详细请访问：http://www.cction.com/report/201604/132133.html