

# 2021-2027年中国旅游O2O市场评估与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国旅游O2O市场评估与战略咨询报告》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/202107/227562.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

O2O即OnlineTo Offline，其核心就是通过打折、提供信息、服务等方式，把线下商店的消息推送给互联网用户，从而把他们带到现实的商店中去——消费者在线支付购买线下的商品和服务，再到线下去享受服务。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国旅游O2O市场评估与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了旅游O2O行业市场发展环境、旅游O2O整体运行态势等，接着分析了旅游O2O行业市场运行的现状，然后介绍了旅游O2O市场竞争格局。随后，报告对旅游O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了旅游O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对旅游O2O产业有个系统的了解或者想投资旅游O2O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：

第一部分产业环境透视

第一章中国旅游行业发展概况

第一节 中国旅游行业现状

一、旅游行业定义

二、旅游行业特征

三、旅游行业市场规模

第二节 传统旅游行业的现状

一、我国旅游行业发展分析

二、2019年我国旅游所属行业规模分析

三、传统旅游行业面临的挑战

四、传统旅游行业的发展趋势

第三节 电子商务的发展

一、我国互联网电子商务的发展起源

二、我国互联网电子商务的发展现状

三、我国互联网电子商务的规模分析

第四节 O2O模式发展

- 一、O2O定义
- 二、O2O面临的商机
- 三、O2O需求市场
- 四、O2O模式发展面临的风险

## 第二章中国传统旅游行业概况

### 第一节 2015-2019年传统旅游行业业态发展现状

- 一、旅游行业发展现状
- 二、旅游人数统计

### 第二节 2019年传统旅游所属行业经营情况分析

- 一、传统旅游行业市场规模
- 二、传统旅游行业营业利润
- 三、传统旅游行业利率水平

### 第三节 当前传统旅游行业的限制

- 一、传统旅游行业发展客户局限
- 二、经营成本高涨
- 三、新业态兴起竞争升级

## 第三章中国电子商务的发展概况

### 第一节 互联网的发展

- 一、中国互联网的普及程度
- 二、网民基本情况分析
  - 1、PC网民规模分析
  - 2、手机网民规模分析
  - 3、网民属性结构分析

### 第二节 电子商务的崛起

- 一、电子商务发展阶段
- 二、电子商务基本特征
- 三、电子商务支撑环境
- 四、电子商务基本模式
- 五、电子商务规模分析

## 第二部分行业深度分析

### 第四章互联网形式下的旅游行业发展

#### 第一节 互联网给旅游行业带来了什么

- 一、摆脱了时间空间的挑战
- 二、改变了消费者的行为习惯
- 三、打破了信息的不对称格局
- 四、更有效的大数据分析方法

#### 第二节 我国O2O旅游行业市场的增长

- 一、2015-2019年O2O旅游行业的交易规模
- 二、2015-2019年O2O旅游行业的发展现状
- 三、2015-2019年O2O旅游行业的发展潜力

#### 第三节 互联网对传统旅游行业的影响

- 一、互联网补充传统旅游行业的经营模式
- 二、传统旅游行业面临的转型
- 三、传统旅游行业如何适应互联网的发展
- 四、传统旅游行业抓住互联网的发展机遇

### 第五章旅游行业O2O市场概况

#### 第一节 旅游行业O2O发展分析

- 一、O2O模式分析
- 二、O2O的发展现状
- 三、O2O模式应用成功案例
- 四、O2O发展前景

#### 第二节 O2O助力传统旅游行业

- 一、O2O解决传统旅游行业的瓶颈
- 二、如何正确运用O2O
- 三、O2O未来发展前景

#### 第三节 O2O对电子商务的影响

- 一、O2O结合电子商务与传统旅游行业
- 二、电子商务如何正确运用O2O

### 第六章国外旅游行业O2O发展分析

## 第一节 美国O2O行业发展分析

### 一、O2O发展现状

### 二、O2O规模分析

### 三、O2O发展方向

## 第二节 日本O2O行业发展分析

### 一、O2O发展现状

### 二、O2O规模分析

### 三、O2O发展方向

## 第三节 印度O2O行业发展分析

### 一、O2O发展现状

### 二、O2O规模分析

### 三、O2O发展方向

## 第四节 国际典型企业O2O转型分析

### 一、wayfair

### 二、The Container Store

### 三、Pepperfry

### 四、Urban Ladder

## 第三部分 竞争格局分析

## 第七章 旅游行业移动端及主流电商平台合作分析

### 第一节 旅游行业O2O平台接入分析

#### 一、旅游行业接入微信O2O的切入点

#### 二、旅游行业接入团购网的切入点

#### 三、旅游行业接入专业平台的切入点

### 第二节 旅游行业独立APP发展分析

#### 一、出境旅游行业APP发展分析

#### 二、国内旅游行业APP发展分析

## 第八章 国内旅游行业O2O平台发展分析

### 第一节 去啊

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

## 第二节 爱旅行

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

## 第三节 驴妈妈

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

## 第四节 O2O泰山会盟网

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

## 第五节 携程

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

## 第六节 去哪儿

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

## 五、未来发展战略分析

### 第七节 我趣旅行网

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用O2O发展情况

#### 三、O2O发展模式分析

#### 四、O2O发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第八节 妙计旅行

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用O2O发展情况

#### 三、O2O发展模式分析

#### 四、O2O发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第九节 面包旅行

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用O2O发展情况

#### 三、O2O发展模式分析

#### 四、O2O发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

### 第十节 途客圈

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、运用O2O发展情况

#### 三、O2O发展模式分析

#### 四、O2O发展规模分析

#### 五、未来发展战略分析

## 第四部分行业前景展望

### 第九章 2021-2027年旅游行业O2O发展趋势前瞻与前影预测

#### 第一节 旅游行业发展环境分析

##### 一、国内经济发展环境分析

##### 二、旅游行业消费环境分析

##### 三、旅游行业机会与挑战总结



## 第二节 2021-2027年O2O旅游行业前景分析

- 一、2021-2027年传统旅游行业规模预测
- 二、2021-2027年电子商务旅游行业规模预测
- 三、2021-2027年O2O旅游行业规模预测

## 第三节 旅游行业O2O发展趋势分析

- 一、出境旅游O2O发展趋势
- 二、国内旅游O2O发展趋势

## 第十章互联网环境下旅游行业的整合与变革

### 第一节 旅游行业的“用户思维”

- 一、旅游行业如何与用户连接
- 二、旅游行业提升用户参与感

### 第二节 旅游行业如何运用好粉丝经济

- 一、让用户成为粉丝
- 二、增强互动
- 三、提高重复购买力

### 第三节 旅游行业如何实现数据化运营和管理

- 一、大数据对旅游行业的商业价值
- 二、全渠道旅游行业大数据分析
- 三、旅游行业与大数据对接的方式
- 四、旅游行业大数据应用及效果
- 五、旅游行业如何建立大数据运营体系

## 第五部分发展战略研究

## 第十一章旅游行业O2O发展战略分析

### 第一节 旅游行业市场消费分析

- 一、消费者收入分析
- 二、消费者可支配收入分析
- 三、消费者购物习惯分析
- 四、消费需求分析

### 第二节 旅游行业O2O营销战略分析

- 一、市场细分策略

## 二、市场创新策略

## 三、品牌定位与品类规划

## 四、新产品差异化策略

## 五、4P/4C营销组合策略

## 第三节 行业发展战略研究

### 一、战略综合规划

### 二、技术开发战略

### 三、业务组合战略

### 四、区域战略规划

### 五、产业战略规划

### 六、营销品牌战略

### 七、竞争战略规化

## 第十二章 行业发展建议对策

### 第一节 把握国家投资契机

### 第二节 竞争性联盟的战略实施

### 第三节 企业自身应对策略

## 部分图表目录：

图表：2015-2019年旅游所属行业规模分析

图表：2015-2019年电子商务规模分析

图表：2015-2019年传统旅游所属行业规模分析

图表：2015-2019年传统旅游行业营业利润分析

图表：2015-2019年传统旅游行业毛利润分析

图表：2015-2019年传统旅游行业净利润分析

图表：2015-2019年旅游行业销售收入

图表：2015-2019年我国网民数量及同比增速

图表：2015-2019年我国互联网企业数量及同比增速

图表：2019年旅游行业O2O规模分析

图表：2015-2019年PC网民规模分析

图表：2015-2019年手机用户规模分析

图表：去啊O2O市场规模分析

图表：去哪儿网O2O市场规模分析

图表：携程网O2O市场规模分析

图表：2021-2027年旅游行业O2O规模预测

图表：2021-2027年旅游行业团购规模预测

图表：2021-2027年国内旅游行业O2O市场规模预测

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/227562.html>