

2021-2027年中国在线旅游 市场深度分析与投资前景报告

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

《2021-2027年中国在线旅游市场深度分析与投资前景报告》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/202109/240659.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

在线旅游（OTA，全称为OnlineTravelAgency），是旅游电子商务行业的专业词语。指“旅游消费者通过网络向旅游服务提供商预定旅游产品或服务，并通过网上支付或者线下付费，即各旅游主体可以通过网络进行产品营销或产品销售”。

受益欧洲在线渗透率的提升，国际化发展突飞猛进。

美国OTA发展在先，21世纪初增速有所放缓，此时，欧洲OTA发展刚刚起步，互联网普及率和在线旅游渗透率较美国相比仍有很大空间2019年不同国家和地区住宿行业集中度 中企顾问网发布的《2021-2027年中国在线旅游市场深度分析与投资前景报告》共七章。首先介绍了中国在线旅游行业市场发展环境、在线旅游整体运行态势等，接着分析了中国在线旅游行业市场运行的现状，然后介绍了在线旅游市场竞争格局。随后，报告对在线旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对在线旅游产业有个系统的了解或者想投资中国在线旅游行业，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：

第一章国际在线旅行预订所属行业市场发展分析

第一节在线旅行预订相关概念

一、网上旅行预订的含义

二、网上订房的含义

三、网上订票的含义

四、网上旅行预订市场规模的含义

第二节世界在线旅行预定所属行业市场总体发展概况

一、世界在线旅行预订企业的兴起及特征

二、欧美旅行市场在线预订受消费者青睐

三、亚太区在线旅行市场发展势头迅猛

四、拉丁美洲在线旅行预订市场发展空间大

第三节欧洲

一、2015-2019年欧洲在线旅行预订市场分析

二、2015-2019年欧洲在线旅行预订市场分析

第四节美国

一、2015-2019年美国在线旅行预订所属行业市场交易规模

二、2015-2019年美国在线旅行预订所属行业市场运行状况

三、2015-2019年美国在线旅行预订市场格局分析

四、影响美国在线旅行预订市场消费的因素

五、美国在线旅行预订市场未来发展趋势

第二章中国在线旅行预订所属行业市场发展分析

第一节中国在线旅行预订市场发展概况

一、我国在线旅行市场主要核心产品发展概况

二、我国在线旅行预订市场发展呈现新亮点

三、推动我国在线旅行预订市场发展的主要因素

四、国内在线旅游预订市场逐步趋向细分化

五、出境游热潮催热中国在线旅行预订市场

六、我国手机在线旅行预订市场逐渐兴起

第二节2015-2019年中国在线旅行预订市场分析

一、2015-2019年我国在线旅行预订市场发展回顾

二、2015-2019年国内在线旅行预订所属行业市场经营状况

三、2015-2019年中国在线旅行预订市场变局分析

第三节2015-2019年中国在线旅行预订市场分析

一、2015-2019年中国在线旅行预订所属行业市场规模及结构

2008年以来，中国在线旅游市场保持快速增长，市场交易规模从487亿元增长至7000多亿，复合增长率高达36%。2017年中国在线旅游市场交易规模为7384.1亿元，较2016年增长了24.3%。从2014年后，在线旅游市场交易规模的增速将持续放缓，预计到2020年增速将降低到13.5%。

。2009-2020年中国在线旅游市场交易规模及预测（单位：亿元，%）

二、2015-2019年我国在线旅行预订市场的发展走势

三、2015-2019年在线旅行预订所属行业市场运行状况

四、2015-2019年国内旅游在线预订市场投资升温

第四节在线旅行预订网站建设分析

一、在线旅行预订网站的兴起

二、在线旅行预订网站的竞合格局概述

三、传统旅行社建设在线网站的优劣势

四、在线旅行预订网站建设的关键点分析

五、省市在线旅行预订网站建设思路分析

六、旅行社建设在线预订网站的相关建议

第五节中国在线旅行预订市场发展存在的问题及策略

一、我国在线旅行预订市场存在的主要弊端

二、我国在线旅行市场面临的挑战及对策

三、在线旅行预订市场服务的通用途径分析

四、在线旅行预订网站应寻求差异化发展

第三章在线旅行预订市场运营模式及产业链分析

第一节在线旅行预订市场商业模式发展概述

一、在线旅行预订市场商业模式的定义

二、在线旅行预订市场商业模式的构成要素

三、在线旅行预订市场新型商业模式发展分析

第二节携程旅游网商业模式解析

一、客户价值分析

二、收入来源分析

三、商业范围分析

四、网站定价分析

第三节中国在线旅行预订市场产业链运行分析

一、在线旅行预订市场产业链简介

二、我国在线旅行预订产业链运行状况

三、产业链上游企业直销发展情况

四、在线旅行预订代理商发展状况

五、在线旅游媒介类网站发展状况

第四章中国在线旅行预订市场用户分析

第一节中国在线旅行预订市场用户概述

一、我国在线旅行预订市场用户基本特征分析

二、2015-2019年我国在线旅行预订用户量再创新高

三、2015-2019年我国网上旅游预订市场用户简析

四、消费返还力度与用户黏性的关联度分析

五、我国在线旅行预订市场用户信息获取分析

第二节我国在线旅行预订市场用户预订行为分析

一、用户出行行为分析

二、用户预订旅游产品行为分析

三、用户出行前预订旅游产品的时间

第三节我国在线旅行预订市场用户机票预订行为分析

一、机票在线预订用户群体快速扩张

二、影响旅客选择航班的主要因素

三、用户预订机票的主要途径

四、用户订票时选择的热门城市

第四节我国在线旅游预订市场用户酒店预订行为分析

一、影响用户选择酒店的主要因素

二、用户预订酒店的主要方式

三、用户搜索酒店时的主要关键词

四、用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌

五、用户搜索酒店时选择的主要城市

六、用户不选择酒店预订的原因

第五章中国在线旅行预订市场竞争分析

第一节中国在线旅行预订市场竞争概况

一、我国在线旅行预订市场的基本格局

二、垂直搜索网站与传统类旅游网站竞争加剧

三、新模式诞生引发在线旅行预订市场竞争升级

四、在线旅游行业预订服务与广告服务的竞争

五、我国酒店在线预订系统的竞争优势比较

第二节2015-2019年中国在线旅行预订市场竞争分析

一、2015-2019年我国在线旅行预订发展销售预测

二、2015-2019年国内在线旅行预订市场的竞争形势

三、2015-2019年我国在线旅行预订市场价格战解析

四、2015-2019年中国银联在线支付涉足旅行预订市场

五、2015-2019年国内在线预订网站开拓团购旅游市场

第三节中国在线旅行预订市场的竞争态势

一、我国在线旅游预订市场传统格局面临调整

二、强强联合加速国内在线旅行预订市场整合

三、网购平台崛起引发在线旅行预订业变局

四、我国在线旅游预订行业进入壁垒渐显

第四节中国在线旅行预订市场的竞争策略

一、我国在线旅游企业的主要竞争策略分析

二、我国在线旅行预订市场竞争的营销对策

三、在线旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议

第六章重点企业及网站

第一节EXPEDIA

一、公司简介

二、Expedia集团在中国市场发展

三、艺龙网经营状况

四、Expedia旗下酷讯进行战略调整

五、Expedia公司批准分拆上市计划

第二节携程旅行网

第三节去哪儿网

第四节芒果网

第五节、同程网

第六节、快乐e行

第七节、途牛旅游网

第八节、驴妈妈旅游网

第七章2021-2027年中国在线旅行预订市场前景展望

第一节2021-2027年在线旅游市场发展环境

一、我国在线旅游市场发展环境不断改善

二、我国在线旅游市场发展空间较大

三、无线终端应用称在线旅游业发展契机

四、我国在线旅游预订市场面临发展机遇

第二节2021-2027年在线旅行预订市场态势预测

- 一、我国在线旅行预订市场未来发展趋势
- 二、国内在线旅行预订市场未来运行方向
- 三、2021-2027年中国在线旅行预订市场规模预测

图表目录：

图表全球三大地区旅游市场网络预订订单占该区全部旅游订单的比例

图表欧洲在线个人休闲旅游非集中管理的商务旅游交易规模

图表2015-2019年欧洲休闲旅游销售情况

图表美国在线个人休闲旅游非集中管理的商务旅游交易规模

图表美国在线旅行预订运营商市场份额

图表美国在线旅行预订用户最喜欢的促销方式

图表美国在线旅游销售规模情况及预测

图表美国在线旅游消费者最终放弃在线交易的原因

图表美国消费者可以接受旅游网站出现问题的次数

图表中国星级酒店数量变化情况及增长率

图表中国在线订票市场规模增长情况

图表中国自由行度假市场规模增长情况

图表2015-2019年中国在线旅行预订市场结构

图表2015-2019年中国在线旅行预订主要运营商营收份额

图表2015-2019年中国在线旅行预订市场规模情况

图表2015-2019年中国在线旅行预订市场结构

图表2015-2019年中国在线旅行预订市场主要收购事件

图表2015-2019年在线旅行预订行业核心运营商营销方式一览

图表2015-2019年中国在线旅行预订市场规模

图表2015-2019年中国在线旅行预订市场结构情况

图表2015-2019年中国在线旅行预订市场营收规模

图表2015-2019年中国主要在线旅行预订运营商营收份额

图表在线旅行市场五种新型预订模式的比较

图表携程旅游网站目标客户分类

图表携程旅游网站目标客户的地区分布

图表携程网的主要收入来源

图表携程旅行网的服务特色

图表中国在线旅行预订市场产业链

图表中国在线旅行预订市场代表企业

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/240659.html>