

# 2023-2029年中国在线旅游 市场深度评估与前景趋势报告

## 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

《2023-2029年中国在线旅游市场深度评估与前景趋势报告》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/202306/368185.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国在线旅游市场深度评估与前景趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第一章 在线旅游相关概述

#### 第一节 在线旅游的概念界定

##### 一、在线旅游的定义

##### 二、在线酒店预订

##### 三、在线机票预订

##### 四、在线度假预订

#### 第二节 在线旅游的特点

##### 一、整合性

##### 二、交互性

##### 三、快捷性

#### 第三节 在线旅游相关术语界定

##### 一、在线旅游市场营收规模

##### 二、网上旅行预订用户规模

### 第二章 中国在线旅游行业的发展环境分析

#### 第一节 国际环境

##### 一、全球在线旅游市场综述

##### 二、欧美在线旅游市场规模

##### 三、国外在线旅游领先企业发展策略

##### 四、全球在线旅游产业链发展状况

##### 五、传统旅游业和在线旅游业市场比较

#### 第二节 政策环境

#### 第三节 经济环境

## 第四节 社会环境

## 第五节 技术环境

- 一、中国信息化水平快速提升
- 二、中国互联网应用普及程度分析
- 三、软件和信息技术服务业平稳发展
- 四、软件和信息技术服务业规划目标

## 第三章 中国在线旅游产业链分析

### 第一节 在线旅游产业链构成主体

- 一、在线旅游产业链结构
- 二、上游供应商
- 三、网络媒介
- 四、终端用户

### 第二节 在线旅游产业链基本特征

- 一、供应商依托于网络媒介服务
- 二、用户规模报酬递增效应突出
- 三、服务多样性与竞争优势密切相关

### 第三节 在线旅游产业链发展趋势

## 第四章 2022-2023年中国在线旅游行业总体分析

### 第一节 中国在线旅游行业发展综述

- 一、我国在线旅游的发展阶段
- 二、我国在线旅游的市场结构
- 三、我国在线旅游市场规模分析
- 四、我国在线旅游市场集中度分析
- 五、中国在线旅游行业SWOT分析

### 第二节 2022-2023年中国在线旅游业运行特征

### 第三节 2022-2023年在线旅游第三方代理（OTA）市场分析

### 第四节 2022-2023年中国在线旅游团购市场分析

### 第五节 中国在线旅游行业存在的主要问题

### 第六节 推动中国在线旅游业发展的对策措施

- 一、规范市场秩序

- 二、引导传统旅游企业网络化
- 三、创新经营模式
- 四、创新在线旅游产品

## 第五章 中国在线旅游行业细分市场分析

### 第一节 酒店在线预订市场

- 一、酒店行业销售渠道分析
- 二、酒店在线预订渠道面临调整
- 三、中国酒店在线预订市场规模
- 四、酒店在线预订市场价格分析
- 五、2022-2023年酒店在线预订市场动态
- 六、酒店在线预订主要模式分析
- 七、酒店在线预订市场趋势

### 第二节 机票在线预订市场

- 一、航空机票在线销售渠道
- 二、影响机票在线销售的因素
- 三、中国机票在线预订市场规模
- 四、我国机票在线预订市场主体
- 五、机票在线预订市场的竞争格局
- 六、机票预订用户体验得到提升

### 第三节 度假产品在线预订市场

- 一、在线旅游度假产业链分析
- 二、度假产品在线预订市场规模
- 三、度假产品在线预订市场结构
- 四、度假产品在线预订市场格局
- 五、度假产品在线预订市场趋势

## 第六章 2022-2023年中国在线旅游市场上游供应商分析

### 第一节 酒店企业

### 第二节 餐饮企业

### 第三节 航空企业

### 第四节 旅游景区

## 第五节 保险公司

## 第七章 2022-2023年中国在线旅游终端用户分析

### 第一节 中国在线旅游市场消费者属性分析

#### 一、性别构成

#### 二、年龄构成

#### 三、学历构成

#### 四、地域分布

#### 五、收入构成

### 第二节 我国在线旅游终端用户预订行为分析

#### 一、用户信息获取分析

#### 二、用户出行行为分析

#### 三、用户预订旅游产品行为分析

#### 四、用户出行前预订旅游产品的时间

#### 五、返还力度与用户黏性的关联度

### 第三节 我国机票在线预订用户行为分析

#### 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 我国酒店在线预订用户行为分析

#### 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

## 第八章 2022-2023年中国在线旅游行业竞争分析

### 第一节 中国在线旅游行业竞争概况

#### 一、我国在线旅游行业的进入壁垒

#### 二、在线旅游网站竞争阵营分析

- 三、垂直搜索网站与传统类旅游网站竞争加剧
- 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劣势比较

## 第二节 在线旅游行业竞争结构分析

- 一、在线旅游业“五力模型”简述
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、潜在进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争

## 第三节 2022-2023年中国在线旅游行业竞争态势

- 一、在线旅游预订市场传统格局面临调整
- 二、强强联合加速在线旅行预订市场整合
- 三、电商巨头争相发力在线旅游市场
- 四、海外在线旅游企业抢滩中国市场

## 第四节 提升中国在线旅游业竞争力的策略建议

- 一、我国在线旅游企业主要竞争策略
- 二、应对在线旅游业竞争形势的营销对策
- 三、在线旅游企业应对互联网巨头挑战的建议

# 第九章 在线旅游行业商业模式分析

## 第一节 在线旅游商业模式概述

- 一、在线旅游商业模式的定义
- 二、在线旅游商业模式的构成要素

## 第二节 中国在线旅游的典型商业模式

- 一、旅游站点平台模式
- 二、“机票+酒店”的网络分销模式
- 三、垂直引擎搜索模式
- 四、直销预订模式

## 第三节 在线旅游垂直搜索SWOT分析

- 一、优势（strength）
- 二、劣势（weakness）

三、机会（opportunity）

四、威胁（threat）

#### 第四节 携程网商业模式解析

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

### 第十章 2019-2022年中国在线旅游行业重点企业分析

#### 第一节 携程旅行网

一、公司简介

二、公司经营状况分析

#### 第二节 艺龙网

一、公司简介

二、公司经营状况分析

#### 第三节 去哪儿网

一、公司简介

二、公司经营状况分析

#### 第四节 芒果网

一、公司简介

二、公司经营状况分析

#### 第五节 其他企业

一、同程网

二、快乐e行

三、途牛旅游网

四、驴妈妈旅游网

五、腾邦国际

### 第十一章 2023-2029年中国在线旅游业前景预测

#### 第一节 中国在线旅游行业前景展望

一、我国在线旅游市场发展空间较大

二、无线终端应用成在线旅游业发展契机



三、我国在线旅游代理市场前景广阔

四、2023-2029年中国在线旅游业规模预测

## 第二节 在线旅游行业发展趋势分析

一、全球在线旅游业未来发展趋势

二、我国在线旅游市场将趋于成熟

三、我国在线旅行预订市场发展趋势

四、中国在线旅游行业未来发展方向

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/368185.html>