

# 中国在线旅行预订行业深度研究及未来五年盈利 战略研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国在线旅行预订行业深度研究及未来五年盈利战略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/209743209743.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 第一章 旅游业概况

#### 第一节 旅游业概述

- 一、旅游业相关概述
- 二、旅游者相关概述
- 三、旅游市场与产品
- 四、现代旅游业定义

#### 第二节 在线旅行预订相关概述

- 一、在线旅行预订定义
- 二、在线旅行预订分类
- 三、在线旅行预订运营商

### 第二章 国际在线旅行预订市场分析

#### 第一节 世界在线旅行预定市场总体发展概况

- 一、世界在线旅行预订企业的兴起特征
- 二、欧美旅行市场在线预订市场热度不减
- 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

#### 第二节 主要国家在线旅行预订市场分析

- 一、欧洲在线旅行消费市场分析
- 二、英国在线旅行市场发展分析
- 三、印度在线旅行市场持续升温
- 四、法国在线旅行社合并分析
- 五、危机后美国在线旅行市场
- 六、美国在线旅行销售规模分析

### 第三章 中国在线旅行行业环境分析

#### 第一节 经济环境

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国工业经济发展形势分析
- 三、中国全社会固定资产投资分析
- 四、中国社会消费品零售总额分析
- 五、中国城乡居民收入与消费分析
- 六、中国对外贸易发展形势分析
- 七、中国宏观经济运行情况分析

#### 第二节 政策环境

- 一、中国旅游业行业标准化建设
- 二、《国务院关于加快发展旅游业的意见》
- 四、《旅游业“十三五”信息化规划》
- 五、《国民休闲纲要》力推休假制度改革
- 六、中国旅游行业区域发展政策分析

### 第三节 社会环境

- 一、庞大的人口孕育着潜力巨大的旅游市场
- 二、城市化进程推动中国旅游业发展
- 三、国民消费观念转变生活质量提升
- 四、“十三五”规划扩大内需增加收入
- 五、二线地区经济振兴客源扩增
- 六、高铁等交通系统远距离输送游客能力提升
- 七、节假日年休假制度推动国内旅游业发展

### 第四节 相关产业环境

- 一、中国网民总体情况
- 二、中国手机网民规模情况
- 三、中国互联网应用情况
- 四、中国航空网络销售情况
- 五、中国酒店网络销售情况

### 第五节 网络团购产业发展环境

- 一、网络团购行业发展规模分析
- 二、中国网络团购消费行为调研
- 三、中国网络团购网站排行榜情况
- 四、互联网巨头加速抢滩团购市场
- 五、中国网络团购网站市场持续火爆

### 第六节 住宿餐饮产业发展环境

- 一、中国住宿和餐饮业发展形势问题
- 二、中国餐饮行业百强经营情况分析
- 三、中国住宿和餐饮业发展特点分析
- 四、中国住宿和餐饮业发展趋势分析
- 五、中国餐饮业将继续保持高速增长势头

## 第四章 中国旅游产业发展状况综述

### 第一节 中国旅游业发展成就

- 一、十年间中国旅游业发展迅猛
- 二、旅游业拉动内需的作用突出

- 三、中国旅游产业功能进一步释放
- 四、中国旅游业体制创新形成合力
- 五、旅游业在对外交往中的地位显著
- 六、旅游产业体系建设取得明显进展

## 第二节 中国旅游业发展状况分析

- 一、中国旅游业发展现状
- 二、中国旅游总收入分析
- 三、国内游市场规模分析
- 四、入境游市场规模分析
- 五、国际旅游外汇收入分析
- 六、中国旅游业信息化现状
- 七、中国区域旅游市场发展情况
- 八、中国旅游经济运行情况分析

## 第三节 中国出境旅游发展情况分析

- 一、中国出境游市场规模分析
- 二、中国出境游市场特征趋势
- 三、中国出境游热潮向二线城市蔓延
- 四、内地游客赴港旅游市场预测
- 五、大陆赴台湾个人游试点启动
- 六、出境游市场表现预测分析

## 第四节 中国旅行社行业运行数据分析

- 一、行业规模
- 二、经营效益

## 第五节 中国旅游业发展走势分析

- 一、旅游业的产业地位将会得到全面确立
- 二、旅游业的产业规模将会迅速扩大
- 三、旅游业的运行质量将会显著提高
- 四、旅游业的文化载体地位将更巩固
- 五、旅游业的生活功能将会显著体现
- 六、旅游业的发展格局将会显著变化

## 第五章 中国在线旅行行业发展状况

### 第一节 中国在线旅游市场发展综述状

- 一、中国在线旅游市场发展概述
- 二、中国在线旅游市场经营模式
- 三、中国在线旅游市场发展特点

#### 四、在线旅游市场发展有利因素

##### 第二节 中国在线旅游市场运作状况

- 一、中国在线旅游市场快速发展
- 二、传统旅游业和在线旅游业对比
- 三、信息技术对旅游业产生巨大变革
- 四、旅游微博成景点网络营销新热点
- 五、将成中国在线旅游井喷年

##### 第三节 中国旅游团购市场发展现状

- 一、中国旅游团购市场发展概述
- 二、中国旅游团购市场发展特点
- 三、中国旅游团购市场
- 四、在线旅游团购引发旅游市场营销革命

##### 第四节 中国旅游搜索市场发展现状

- 一、中国旅游产业链特征搜索作用
- 二、中国在线旅游搜索市场现状与趋势
- 三、中国旅游搜索产品市场方向
- 四、中国垂直旅游搜索引擎的发展商机
- 五、中国旅游搜索市场发展动态

#### 第六章 中国在线旅行预订市场发展现状

##### 第一节 中国在线旅行预订市场发展概况

- 一、中国在线旅行预订市场发展综述
- 二、中国在线旅行预订市场发展格局
- 三、中国在线旅行预订市场加速布局

##### 第二节 中国在线旅行预订市场发展动因分析

- 一、电子商务推动中国在线旅行预订市场发展
- 二、欧洲游热潮加速中国在线旅行预订市场发展
- 三、移动互联成我国在线旅行预订市场主力
- 四、机票在线预订市场发展迅猛的四大因素

##### 第三节 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、旅行社建设在线网站的相关建议

##### 第四节 中国在线旅行预订市场发展存在的问题策略

- 一、中国在线旅行预订市场发展的主要问题
  - 二、中国在线旅行预订市场运行的主要弊端
  - 三、提高我国在线旅行预订市场运行策略
  - 四、在线旅行预订市场服务的多元化分析
- ## 第七章 中国在线旅行预订市场运行状况
- ### 第一节 中国在线旅行预订市场发展状况
- 一、中国在线旅行预订市场用户规模
  - 二、中国在线旅行预订市场结构状况
  - 三、中国在线旅行预订运营商竞争格局
- ### 第二节 中国在线旅行预订市场规模分析
- 一、中国在线旅行预订市场营收规模
  - 二、中国在线旅行预订订票规模
  - 三、中国在线旅行预订订房规模
  - 四、中国在线旅行预订度假规模
- ### 第三节 中国在线旅行预订市场分析
- 一、一季度中国在线旅行预订市场运行情况
  - 二、二季度中国在线旅行预订市场运行情况
  - 三、三季度中国在线旅行预订市场运行情况
  - 四、四季度中国在线旅行预订市场运行情况
  - 五、4季度中国在线旅行预订市场运行情况
- ## 第八章 在线旅行预订市场运营模式产业链分析
- ### 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
  - 四、在线旅行预订市场电子商务商业模式分析
  - 五、在线旅行预订市场在线旅行社模式分析
- ### 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 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、在线旅行预订产业链运行分析

三、航空公司机票直销运行分析

四、酒店行业网络直销运行分析

五、垂直搜索类旅游网站发展特点

第九章 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、中国在线旅行预订市场用户基本特征分析

二、消费返还力度与用户黏性的关联度分析建议

三、阻碍在线旅行市场用户预定酒店的因素建议

第二节 中国在线旅行预订市场客户行为分析

一、用户了解信息的时间周期

二、用户了解信息的主要途径

三、在线旅行客户的旅游方式

四、用户对网站的信任度与支付方式

五、中国在线旅行者行为分析

第三节 中国在线旅行预订市场用户机票预订行为调查分析

一、影响旅客选择航班的主要因素

二、用户预订机票的主要途径

三、用户对机票进行比较的主要途径

第四节 中国在线旅游预订市场用户酒店预订行为调查分析

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

第十章 中国在线旅行预订分析

第一节 中国在线旅行预订市场竞争现状

一、中国在线旅行预订市场的主要竞争格局

二、中国在线旅行预订企业市值比较

三、中国在线旅行预订格局变革趋势

四、在线旅游预订市场竞争品牌战升级

五、服务对在线旅行预订市场竞争的影响分析

第二节 中国在线旅行预订分析

一、中国在线旅行预订市场竞争概况

二、中国在线旅行预订市场调查

三、在线旅行预订市场价格战的原因

四、在线旅行预订市场并购频繁

## 五、中国在线旅行预订市场竞争状况

### 第三节 中国在线旅行预订市场的竞争策略分析

- 一、中国在线旅游企业的主要竞争策略分析
- 二、中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
- 四、中小型在线旅游企业打破行业壁垒的策略分析

## 第十一章 在线旅行预订重点企业网站

### 第一节 携程旅行网

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运营指标状况
- 四、企业经营情况
- 五、企业发展新动向分析
- 六、企业未来发展策略
- 七、携程网涉足旅游团购

### 第二节 艺龙旅行网

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运营指标状况
- 四、企业经营情况
- 五、艺龙网在中国市场的经营策略
- 六、艺龙网并购扩张策略分析
- 七、腾讯对艺龙网战略投资分析

### 第三节 去哪儿网

- 一、公司简介
- 二、去哪儿网的发展历程分析
- 三、去哪儿网的发展策略分析
- 四、去哪儿网搜索市场技术升级
- 五、去哪儿网搜索服务优化策略
- 六、去哪儿网直销新模式分析
- 七、去哪儿网升级手机旅游平台

### 第四节 芒果网

- 一、网站简介
- 二、芒果网在线旅行的市场定位分析
- 三、青芒果网成交量增长四倍

四、青芒果网在线旅行预订精细化策略

五、青芒果网低价在线预订市场标准化

六、芒果网在线旅游成本压缩策略分析

七、芒果网拉动在线业务新对策

第五节 其他企业网站

一、同程网

二、快乐e行

三、途牛旅游

四、淘宝旅行

五、.旅游

六、百度旅游

七、网易旅游

八、驴妈妈旅游

九、booking.com

第十二章 未来五年中国在线旅行预订行业发展趋势分析

第一节 未来五年中国旅游行业发展走势分析

一、旅游市场维持高速发展局面

二、旅行的路线由短途向长途发展

三、旅游的方式由单一化向多样化发展

四、旅游业在国民经济中的作用日益加强

第二节 未来五年中国旅游发展九大热点

一、区域旅游热点将更凸显

二、文化旅游创意再兴高潮

三、影视旅游蕴藏巨大机遇

四、邮轮旅游市场再度升温

五、旅游房地产将继续扩张

第三节 未来五年中国在线旅行预订市场运行方向

第四节 未来五年中国在线旅行预订市场发展趋势

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/209743209743.html>