

# 中国在线旅游行业发展现状分析与投资前景研究 报告（2025-2032年）

## 报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国在线旅游行业发展现状分析与投资前景研究报告（2025-2032年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202508/761995.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

### 一、行业相关概述

在线旅游（OTA）是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的过程，包括但不限于在线机票预订、在线酒店预订、在线度假预订和其他旅游产品或服务。

我国在线旅游行业萌芽于1997年，当时，国内首家旅游网站华夏旅游网成立；1999年，携程旅行和艺龙网先后成立，标示着中国在线旅行服务行业正式开启；经过二十余年的发展，我国在线旅游行业已形成较为完整的产业链，且近年来在线旅游渗透率长期处于50%以上。

### 二、行业规模现状

#### 1、市场规模

由于受到疫情影响，我国在线旅游预订用户规模和市场规模均在2020年出现大幅下降，自2021年起，在线旅游市场开始恢复，到2024年我国在线旅游市场规模达到1.56万亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

中国在线旅游市场规模的扩张是技术红利 + 政策红利 + 消费升级三重驱动的结果，其核心增长逻辑已从“流量争夺”转向“价值创造”。

经济周期与突发事件仍会影响市场波动，消费群体迭代（Z

世代、银发族）与供应链效率提升（交通/住宿数字化）主导增长，技术创新（AI、元宇宙）、全球化布局与可持续发展（绿色旅游）将成为行业底层竞争力。

#### 2、需求规模

随着我国互联网用户规模持续提升，以及在线旅游逐渐得到认可，在线旅游的订单也持续增加，截止2024年我国在线旅游预订用户规模达到5.15亿人次，保持持续的增长态势。

资料来源：观研天下数据中心整理

在线旅游行业的消费行为具备即时、低价、多元的特点。消费者在接收到旅游资讯后，希望迅速在线安排行程，减少门店咨询的时间和精力成本。互联网技术使得合同签订和支付等服务可以随时随地进行，极大地提高了交易的便捷性。此外，互联网的特性使得“量大低价”成为可能，产品单价下降的同时还能增加企业利润，满足了消费者对低价的追求。在线旅游服务的兴起，主要是为了迎合那些依赖网络资讯进行旅游决策的网民的需求。随着经济发展和收入水平的提高，这类网民群体不断扩大，他们对旅游的需求也日益多样化，进一步推动了在线旅游行业的发展。

### 三、行业细分市场

#### 1、境内游

我国经济的持续增长为在线旅游境内游市场的发展提供了坚实的物质基础。随着居民收入水平的提高，人们的消费观念逐渐转变，旅游消费成为重要的消费支出之一。近年来，我国在

线旅游境内游市场规模持续扩大。尽管2020 - 2022年受疫情影响，市场规模较2019年之前下滑，但随着疫情防控政策的优化调整，市场规模不断回升。

数据来源：观研天下数据中心整理

## 2、境外游

2020 - 2022年，受全球公共卫生事件影响，各国实施出入境限制措施，国际航班大幅减少，我国在线旅游境外游市场规模急剧萎缩。许多在线旅游平台的境外游业务几乎停滞，营收大幅下滑。部分平台境外游业务收入占比从疫情前的较高水平降至几乎为零。2023年以来，随着全球疫情防控形势的好转以及各国逐步放宽出入境政策，我国在线旅游境外游市场开始缓慢恢复。但恢复速度受到多种因素制约，如国际航班运力恢复不足、签证办理流程繁琐、部分目的地安全形势不稳定等。截至2024年底，市场规模约为0.39万亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

## 四、行业竞争情况

在线旅游是随着互联网发展而诞生的一种新型旅游商业模式，是指旅游消费者通过网络向旅游服务提供商预订旅游产品或服务，并通过网上支付或线下付费获得旅游资源的一种商业模式。用户可以通过互联网获取与旅游相关的产品或服务，而将旅游资源整合制作成产品在互联网上进行销售的在线旅游平台则是在线旅游产业的核心。目前，国内主要在线旅游平台主要有携程旅游、去哪儿网、同程旅行、途牛、飞猪旅行等。

中国在线旅游行业主要平台的基本信息	平台	所属公司	布局时间	平台简介
	去哪儿网	北京趣拿信息技术有限公司	2005年	
	携程	上海携程商务有限公司	1999年	中国第一个旅游搜索引擎，现在已经成长为中国领先的在线旅游平台之一
	同程旅行	同程网络科技股份有限公司	2004年	在线票务服务公司，拥有国内外六十余万家会员酒店可供预订
	途牛	南京途牛科技有限公司	2006年	由同程集团旗下同程网络与艺龙旅行网于2018年3月合并而成
	飞猪旅行	浙江飞猪网络技术有限公司	2014年	为线上、线下消费者提供包括跟团、自助、自驾、邮轮、景区门票以及公司旅游、机票、酒店等在内的产品和服务
	飞猪旅行	浙江飞猪网络技术有限公司	2014年	阿里巴巴集团旗下的综合性旅游服务平台

资料来源：观研天下数据中心整理

从我国在线旅游行业主要竞争者的布局历程看，携程最早开始布局在线旅游，2003-2006年间，同程旅行、去哪儿网、途牛先后布局在线旅游，市场参与者逐渐增多，互联网巨头开始加入中国在线旅游市场，2014年，阿里巴巴布局在线旅游板块，设立飞猪旅行APP。

在线旅游网站可分为三个梯队，第一梯队由携程，去哪儿，飞猪，继续保持高位运行;第二梯队为同程旅行，马蜂窝，华住会，美团，途牛，驴妈妈等组成。第三梯队为其他在线旅游

平台。（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国在线旅游行业发展现状分析与投资前景研究报告（2025-2032年）》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，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。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

## 【第一部分 行业定义与监管】

### 第一章 2020-2024年中国在线旅游行业发展概述

#### 第一节 在线旅游行业发展情况概述

##### 一、在线旅游行业相关定义

##### 二、在线旅游特点分析

##### 三、在线旅游行业基本情况介绍

##### 四、在线旅游行业经营模式

###### （1）生产模式

###### （2）采购模式

###### （3）销售/服务模式

##### 五、在线旅游行业需求主体分析

## 第二节 中国在线旅游行业生命周期分析

- 一、在线旅游行业生命周期理论概述
- 二、在线旅游行业所属的生命周期分析

## 第三节 在线旅游行业经济指标分析

- 一、在线旅游行业的赢利性分析
- 二、在线旅游行业的经济周期分析
- 三、在线旅游行业附加值的提升空间分析

## 第二章 中国在线旅游行业监管分析

### 第一节 中国在线旅游行业监管制度分析

- 一、行业主要监管体制
- 二、行业准入制度

### 第二节 中国在线旅游行业政策法规

- 一、行业主要政策法规
- 二、主要行业标准分析

### 第三节 国内监管与政策对在线旅游行业的影响分析

## 【第二部分 行业环境与全球市场】

## 第三章 2020-2024年中国在线旅游行业发展环境分析

### 第一节 中国宏观环境与对在线旅游行业的影响分析

- 一、中国宏观经济环境
- 二、中国宏观经济环境对在线旅游行业的影响分析

### 第二节 中国社会环境与对在线旅游行业的影响分析

### 第三节 中国对外贸易环境与对在线旅游行业的影响分析

### 第四节 中国在线旅游行业投资环境分析

### 第五节 中国在线旅游行业技术环境分析

### 第六节 中国在线旅游行业进入壁垒分析

- 一、在线旅游行业资金壁垒分析
- 二、在线旅游行业技术壁垒分析
- 三、在线旅游行业人才壁垒分析
- 四、在线旅游行业品牌壁垒分析
- 五、在线旅游行业其他壁垒分析

### 第七节 中国在线旅游行业风险分析

- 一、在线旅游行业宏观环境风险
- 二、在线旅游行业技术风险

### 三、在线旅游行业竞争风险

### 四、在线旅游行业其他风险

## 第四章 2020-2024年全球在线旅游行业发展现状分析

### 第一节 全球在线旅游行业发展历程回顾

### 第二节 全球在线旅游行业市场规模与区域分布情况

### 第三节 亚洲在线旅游行业地区市场分析

#### 一、亚洲在线旅游行业市场现状分析

#### 二、亚洲在线旅游行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲在线旅游行业市场前景分析

### 第四节 北美在线旅游行业地区市场分析

#### 一、北美在线旅游行业市场现状分析

#### 二、北美在线旅游行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美在线旅游行业市场前景分析

### 第五节 欧洲在线旅游行业地区市场分析

#### 一、欧洲在线旅游行业市场现状分析

#### 二、欧洲在线旅游行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲在线旅游行业市场前景分析

### 第六节 2025-2032年全球在线旅游行业分布走势预测

### 第七节 2025-2032年全球在线旅游行业市场规模预测

## 【第三部分 国内现状与企业案例】

## 第五章 中国在线旅游行业运行情况

### 第一节 中国在线旅游行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国在线旅游行业市场规模分析

#### 一、影响中国在线旅游行业市场规模的因素

#### 二、中国在线旅游行业市场规模

#### 三、中国在线旅游行业市场规模解析

### 第三节 中国在线旅游行业供应情况分析

#### 一、中国在线旅游行业供应规模

#### 二、中国在线旅游行业供应特点

### 第四节 中国在线旅游行业需求情况分析

## 一、中国在线旅游行业需求规模

## 二、中国在线旅游行业需求特点

### 第五节 中国在线旅游行业供需平衡分析

### 第六节 中国在线旅游行业存在的问题与解决策略分析

## 第六章 中国在线旅游行业产业链及细分市场分析

### 第一节 中国在线旅游行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、在线旅游行业产业链图解

### 第二节 中国在线旅游行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对在线旅游行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对在线旅游行业的影响分析

### 第三节 中国在线旅游行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第七章 2020-2024年中国在线旅游行业市场竞争分析

### 第一节 中国在线旅游行业竞争现状分析

#### 一、中国在线旅游行业竞争格局分析

#### 二、中国在线旅游行业主要品牌分析

### 第二节 中国在线旅游行业集中度分析

#### 一、中国在线旅游行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国在线旅游行业市场集中度分析

### 第三节 中国在线旅游行业竞争特征分析

#### 一、企业区域分布特征

#### 二、企业规模分布特征

#### 三、企业所有制分布特征

## 第八章 2020-2024年中国在线旅游行业模型分析

### 第一节 中国在线旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、波特五力模型原理

#### 二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国在线旅游行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国在线旅游行业SWOT分析结论

第三节 中国在线旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国在线旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国在线旅游行业市场动态情况

第二节 中国在线旅游行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 在线旅游行业成本结构分析

第四节 在线旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国在线旅游行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国在线旅游行业价格影响因素与走势预测

## 第十章 中国在线旅游行业所属行业运行数据监测

### 第一节 中国在线旅游行业所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国在线旅游行业所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国在线旅游行业所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第十一章 2020-2024年中国在线旅游行业区域市场现状分析

### 第一节 中国在线旅游行业区域市场规模分析

#### 一、影响在线旅游行业区域市场分布的因素

#### 二、中国在线旅游行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区在线旅游行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区在线旅游行业市场分析

##### （1）华东地区在线旅游行业市场规模

##### （2）华东地区在线旅游行业市场现状

##### （3）华东地区在线旅游行业市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区在线旅游行业市场分析

##### （1）华中地区在线旅游行业市场规模

##### （2）华中地区在线旅游行业市场现状

##### （3）华中地区在线旅游行业市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

## 一、华南地区概述

### 二、华南地区经济环境分析

### 三、华南地区在线旅游行业市场分析

#### (1) 华南地区在线旅游行业市场规模

#### (2) 华南地区在线旅游行业市场现状

#### (3) 华南地区在线旅游行业市场规模预测

## 第五节 华北地区在线旅游行业市场分析

### 一、华北地区概述

### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区在线旅游行业市场分析

#### (1) 华北地区在线旅游行业市场规模

#### (2) 华北地区在线旅游行业市场现状

#### (3) 华北地区在线旅游行业市场规模预测

## 第六节 东北地区市场分析

### 一、东北地区概述

### 二、东北地区经济环境分析

### 三、东北地区在线旅游行业市场分析

#### (1) 东北地区在线旅游行业市场规模

#### (2) 东北地区在线旅游行业市场现状

#### (3) 东北地区在线旅游行业市场规模预测

## 第七节 西南地区市场分析

### 一、西南地区概述

### 二、西南地区经济环境分析

### 三、西南地区在线旅游行业市场分析

#### (1) 西南地区在线旅游行业市场规模

#### (2) 西南地区在线旅游行业市场现状

#### (3) 西南地区在线旅游行业市场规模预测

## 第八节 西北地区市场分析

### 一、西北地区概述

### 二、西北地区经济环境分析

### 三、西北地区在线旅游行业市场分析

#### (1) 西北地区在线旅游行业市场规模

#### (2) 西北地区在线旅游行业市场现状

#### (3) 西北地区在线旅游行业市场规模预测

## 第九节 2025-2032年中国在线旅游行业市场规模区域分布预测

## 第十二章 在线旅游行业企业分析（随数据更新可能有调整）

### 第一节 企业一

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

#### 四、公司优势分析

### 第二节 企业二

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

#### 四、公司优势分析

### 第三节 企业三

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

#### 四、公司优势分析

### 第四节 企业四

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

### 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

### 四、公司优势分析

#### 第五节 企业五

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

### 四、公司优势分析

#### 第六节 企业六

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

### 四、公司优势分析

#### 第七节 企业七

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

**【第四部分 展望、结论与建议】**

第十三章 2025-2032年中国在线旅游行业发展前景分析与预测

## 第一节 中国在线旅游行业未来发展前景分析

### 一、中国在线旅游行业市场机会分析

### 二、中国在线旅游行业投资增速预测

## 第二节 中国在线旅游行业未来发展趋势预测

## 第三节 中国在线旅游行业规模发展预测

### 一、中国在线旅游行业市场规模预测

### 二、中国在线旅游行业市场规模增速预测

### 三、中国在线旅游行业产值规模预测

### 四、中国在线旅游行业产值增速预测

### 五、中国在线旅游行业供需情况预测

## 第四节 中国在线旅游行业盈利走势预测

## 第十四章 中国在线旅游行业研究结论及投资建议

### 第一节 观研天下中国在线旅游行业研究综述

#### 一、行业投资价值

#### 二、行业风险评估

### 第二节 中国在线旅游行业进入策略分析

#### 一、目标客户群体

#### 二、细分市场选择

#### 三、区域市场的选择

### 第三节 在线旅游行业品牌营销策略分析

#### 一、在线旅游行业产品策略

#### 二、在线旅游行业定价策略

#### 三、在线旅游行业渠道策略

#### 四、在线旅游行业推广策略

### 第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202508/761995.html>