

中国在线旅游产业深度调研及未来五年投资决策 分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国在线旅游产业深度调研及未来五年投资决策分析报告》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/lyyou/204106204106.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

中国报告网发布的《中国在线旅游产业深度调研及未来五年投资决策分析报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

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。

第1章：中国在线旅游行业发展背景

1.1 在线旅游行业概述

1.1.1 在线旅游行业界定

1.1.2 在线旅游行业分类

1.1.3 与传统旅游业的区别

1.2 在线旅游行业政策环境

1.2.1 行业相关政策分析

(1) 旅游行业支持政策

(2) 国家扩大内需政策

(3) 西部旅游支持政策

1.2.2 旅游业信息化规划

(1) 建设目标

(2) 主要任务

1.3 在线旅游行业经济环境

1.3.1 国际经济环境分析

(1) 国际宏观经济运行情况

(2) 国际宏观经济走势预测

(3) 国际经济环境对国内旅游行业的影响

1.3.2 国内经济运行情况

(1) GDP增长情况

(2) 经济走势预测

(3) 宏观经济与旅游行业相关性

1.3.3 社会消费品零售总额

- (1) 社会消费品零售总额走势分析
- (2) 社会消费品零售总额与旅游行业相关性

1.3.4 居民消费价格总水平

- (1) 居民消费价格指数变动
- (2) 居民消费价格指数与旅游行业相关性

1.4 在线旅游行业社会环境

1.4.1 我国人口结构特征

- (1) 人口结构特征
- (2) 人口结构与旅游行业相关性

1.4.2 我国社会结构特征

- (1) 社会结构特征
- (2) 社会结构与旅游行业相关性

1.4.3 我国居民收入水平

- (1) 居民收入情况
- (2) 居民收入与旅游消费相关性

1.4.4 居民消费结构升级

- (1) 居民消费结构分析
- (2) 消费结构与旅游行业相关性

1.5 在线旅游行业技术环境

1.5.1 互联网的普及现状

- (1) 规模与普及率
- (2) 手机网民规模

1.5.2 软件服务技术发展

- (1) 行业技术活跃程度
- (2) 行业专利增长趋势
- (3) 技术领先企业技术分析
- (4) 目前最热门技术分析

1.5.3 电子商务技术发展

- (1) 专利数量与技术水平
- (2) 专利数量预测

1.5.4 在线支付认证发展

- (1) 支付宝
- (2) 财付通
- (3) 快钱

(4) CHINAPAY

第二章：在线旅游行业产业链分析

2.1 在线旅游产业链构成主体

2.1.1 上游供应商

2.1.2 媒介&营销平台

(1) 在线旅游代理商

(2) 平台运营商

(3) 信息渠道商

2.1.3 终端用户

2.2 在线旅游产业链运作特征

2.2.1 供应商依托于网络媒介服务

2.2.2 用户规模报酬递增效应突出

2.2.3 服务多样性与竞争优势密切相关

2.3 在线旅游产业链发展趋势

2.3.1 从产业链向产业网演变

2.3.2 从Web1.0模式向Web2.0模式转变

2.3.3 从NBS到LBS演进

第三章：全球在线旅游行业发展分析

3.1 全球旅游行业景气程度分析

3.1.1 全球旅游行业景气程度

(1) 全球国际旅游人数

(2) 全球国际旅游收入

3.1.2 美洲旅游行业发展现状

3.1.3 欧洲旅游行业发展现状

(1) 英国旅游市场现状

(2) 德国旅游市场现状

(3) 法国旅游市场现状

3.1.4 亚太旅游行业发展现状

3.2 全球在线旅游行业发展分析

3.2.1 全球在线旅游行业发展现状

3.2.2 主要地区在线旅游行业发展

(1) 美国在线旅游市场分析

(2) 欧洲在线旅游市场分析

(3) 亚太在线旅游市场分析

3.2.3 全球在线旅游行业发展趋势

3.3 国外在线旅游企业发展分析

3.3.1 Expedia

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
- (4) 公司经营策略分析
- (5) 公司在华业务拓展
- (6) 公司最新发展动向

3.3.2 Priceline

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
- (4) 公司在华业务拓展
- (5) 公司最新发展动向

3.3.3 Orbitz

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
- (4) 公司最新发展动向

3.3.4 MakeMyTrip

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
- (4) 公司最新发展动向

3.3.5 Kayak

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析

3.3.6 TravelZoo

- (1) 公司发展历程
- (2) 公司主营业务分析
- (3) 公司经营情况分析
- (4) 公司在华业务拓展
- (5) 公司最新发展动向

第四章：中国在线旅游关联行业分析

4.1 中国旅游行业发展分析

4.1.1 旅游行业运行情况

4.1.2 国内旅游市场分析

(1) 国内旅游人数

(2) 国内旅游收入

(3) 国内旅游人均花费

4.1.3 入境旅游市场分析

(1) 入境旅游接待人数

(2) 入境旅游外汇收入

(3) 入境旅游客源情况

(4) 入境旅游过夜游客数

4.1.4 出境旅游市场分析

(1) 中国出境旅游概况

(2) 出境游目的地概况

(3) 出境旅游意向调查

4.1.5 旅游行业发展规划

4.2 中国旅游景区发展分析

4.2.1 旅游景区基本情况

4.2.2 旅游景区数量规模

4.2.3 旅游景区经营情况

(1) 接待游客数量

(2) 营业收入规模

(3) 门票收入情况

4.2.4 旅游景区结构特征

4.2.5 新型旅游景区发展

4.2.6 旅游景区发展预测

(1) 线景区发展潜力大

1) 红色旅游景区发展前景好

2) 景区资源整合进入快车道

4.3 中国酒店行业发展分析

4.3.1 星级酒店发展分析

(1) 星级酒店规模及其构成

(2) 星级酒店总体经营情况

(3) 不同星级酒店经营状况

(4) 区域星级酒店经营状况

- (5) 重点城市酒店经营情况
- 4.3.2 经济型酒店发展分析
 - (1) 经济型酒店数量分析
 - (2) 经济型酒店市场规模
 - (3) 经济型酒店区域分布
 - (4) 经济型酒店价格分布
 - (5) 经济型酒店市场格局
- 4.3.3 酒店行业发展趋势分析
- 4.4 中国旅行社发展分析
 - 4.4.1 旅行社发展规模分析
 - (1) 旅行社数量
 - (2) 旅行社资产及从业人员
 - 4.4.2 旅行社经营情况分析
 - 4.4.3 旅行社主要业务情况
 - (1) 入境旅游业务分析
 - (2) 国内旅游业务分析
 - (3) 出境旅游业务分析
 - 4.4.4 旅行社总体结构分析
 - (1) 旅行社区域分布
 - (2) 旅行社经营状况
 - (3) 旅行社类别分布
 - 4.4.5 旅行社发展趋势展望
 - (1) 行业集中度发展趋势
 - (2) 行业盈利能力展望
- 4.5 中国餐饮业发展分析
 - 4.5.1 餐饮业发展规模
 - 4.5.2 餐饮业集中度分析
 - (1) 行业集中度较低
 - (2) 正餐企业营所占比重最大
 - (3) 行业集中度将缓慢提升
 - 4.5.3 餐饮百强企业经营分析
 - (1) 营业额稳步增长
 - (2) 分化与互渗趋势明显
 - (3) 所占比重基本与上年持平
- 1) 强企业规模进一步扩大

(4) 综合业绩表现逊于往年

4.5.4 餐饮业发展趋势分析

4.6 中国航空客运行业发展分析

4.6.1 民航航线网络分析

4.6.2 航线客运收入水平

4.6.3 航空旅客运输量分析

4.6.4 民航旅客周转量分析

4.6.5 机场旅客吞吐量分析

4.7 中国汽车租赁行业发展分析

4.7.1 汽车租赁行业发展规模

4.7.2 汽车租赁行业发展特点

4.7.3 汽车租赁行业竞争格局

(1) 现有企业间的竞争

(2) 供应商议价能力分析

(3) 消费者议价能力分析

(4) 潜在进入者威胁

(5) 替代品威胁分析

4.7.4 汽车租赁行业发展趋势

第五章：中国在线旅游行业经营现状分析

5.1 在线旅游行业发展综述

5.1.1 中国在线旅游发展阶段

5.1.2 在线旅游促进作用分析

5.2 在线旅游行业运营情况

5.2.1 国内旅游网站数量

5.2.2 在线旅游用户规模

5.2.3 在线旅游市场规模

5.2.4 在线旅游行业渗透率

5.3 在线旅游行业竞争态势

5.3.1 在线旅游企业市场份额

5.3.2 在线旅游行业集中度

5.3.3 在线旅游行业竞争模式

(1) 旅游站点平台模式

(2) “机票+酒店”模式

(3) 垂直引擎搜索模式

(4) 直销预订模式

5.4 在线旅游行业五力分析

5.4.1 现有企业之间的竞争

5.4.2 供应商的议价能力

5.4.3 下游客户的议价能力

5.4.4 行业潜在进入者威胁

5.4.5 旅游服务替代品威胁

5.5 在线旅游行业发展趋势

第六章：中国在线旅游预订用户调研分析

6.1 在线旅游预订用户特征分析

6.1.1 用户性别特征

6.1.2 用户年龄特征

6.1.3 用户受教育程度

6.2 在线旅游预订用户行为分析

6.2.1 用户出行方式

6.2.2 用户旅行方式

6.2.3 用户预订旅游产品种类

6.2.4 用户搜索热点

6.2.5 用户在消费时最关注因素

6.3 在线旅游预订用户细分产品预订特征

6.3.1 旅游预订用户酒店预订特征

6.3.2 旅游预订用户机票预订特征

6.3.3 旅游预订用户度假产品预订特征

第七章：中国在线旅游产品与服务分析

7.1 在线旅游行业产品结构

7.2 酒店在线预订市场分析

7.2.1 酒店行业销售渠道分析

(1) 星级酒店销售渠道格局

(2) 经济型酒店销售渠道格局

(3) 不同销售渠道成本比较

7.2.2 酒店在线销售产业链分析

(1) 产业链简介

(2) 产业链特点

7.2.3 酒店在线预订市场现状

(1) 酒店在线预订营收规模

(2) 酒店在线预订市场渗透率

- (3) 酒店在线预订用户数量
- 7.2.4 酒店在线预订不同模式
 - (1) 酒店官网预订
 - (2) 酒店OTA
 - (3) 酒店CRS
 - (4) 在线预订模式比较
- 7.2.5 酒店在线预订市场格局
 - (1) 在线预订网站市场份额
 - (2) 在线预订网站覆盖情况
 - (3) 在线预订网站价格分布
- 7.2.6 酒店在线营销的新模式
 - (1) LastMinute模式
 - (2) 逆向拍卖模式
- 7.2.7 酒店在线预订市场趋势
- 7.3 机票在线预订市场分析
 - 7.3.1 航空机票销售市场分析
 - (1) 航空机票交易规模分析
 - (2) 航空机票销售渠道格局
 - (3) 航空机票销售渠道特征
 - 7.3.2 机票在线预订市场现状
 - (1) 机票在线预订产业链
 - (2) 机票在线预订市场规模
 - (3) 机票在线预订市场渗透率
 - 7.3.3 机票在线预订市场竞争
 - (1) 机票在线交易主体分析
 - (2) 在线机票预订市场格局
 - (3) 在线机票预订平台分析
 - 7.3.4 机票在线预订市场趋势
- 7.4 旅游度假产品在线预订市场分析
 - 7.4.1 旅游度假产品在线预订情况分析
 - (1) 旅游度假产品在线预订频率
 - (2) 旅游度假产品在线预订类型
 - (3) 旅游度假产品在线预订时间段
 - 7.4.2 旅游度假产品在线预订市场规模
 - 7.4.3 旅游度假产品在线预订市场格局

7.4.4 旅游度假产品在线预订市场趋势

7.5 在线旅游其它服务市场分析

7.5.1 在线汽车租赁服务分析

(1) 市场格局

(2) 市场动向

7.5.2 网上购买景区门票分析

(1) 渐成趋势

(2) 需防受骗

第八章：中国在线旅游行业细分模式分析

8.1 在线旅游代理（OTA）模式

8.1.1 在线旅游代理发展概述

8.1.2 在线旅游代理盈利模式

8.1.3 在线旅游代理营收规模

8.1.4 在线旅游代理盈利水平

8.1.5 在线旅游代理细分业务

(1) 机票代理业务营收规模

(2) 酒店代理业务营收规模

(3) 度假及其他市场营收规模

8.1.6 在线旅游代理市场竞争

(1) 在线旅游代理市场格局

(2) 在线旅游代理竞争方式

(3) 在线旅游代理竞争趋势

8.1.7 在线旅游代理发展趋势

(1) 在线旅游代理商仍具有较大的市场空间

(2) 代理商急需加快产业链重组

8.1.8 在线旅游代理产业链重组

(1) 产业链整合

1) 纵向延伸产业链

2) 横向拓展产业链

3) 侧向提升产业链

(2) 创新服务模式

(3) 产业链整合不足之处

8.1.9 在线旅游代理发展策略

(1) 战略联盟策略

(2) 全业务渗透策略

(3) 差别化发展策略

8.2 旅游企业在线直销模式

8.2.1 酒店在线直销分析

(1) 酒店网络营销发展历程

(2) 酒店在线直销发展模式

(3) 酒店在线直销现状分析

(4) 酒店在线直销市场规模

(5) 酒店在线直销案例分析

1) 七天

2) 如家

3) 格林豪泰

4) 洲际酒店

5) 希尔顿

(6) 酒店在线直销SWOT分析

1) 酒店在线直销优势

2) 酒店在线直销劣势

3) 酒店在线直销机会

4) 酒店在线直销威胁

8.2.2 旅行社在线直销分析

(1) 旅行社电子商务SWOT分析

1) 旅行社电子商务优势

2) 旅行社电子商务劣势

3) 旅行社电子商务机会

4) 旅行社电子商务威胁

(2) 旅行社在线直销发展模式

1) 旅行社自有的在线旅行网站

2) 传统旅行社所有的自主经营在线网站

(3) 旅行社在线直销发展现状

(4) 旅行社在线直销案例分析

1) 中青旅遨游网

2) 春秋旅游网

3) 港中旅芒果网

8.2.3 航空公司在线直销分析

(1) 航空公司客票销售模式分析

(2) 航空公司客票在线直销现状

- (3) 航空公司客票在线直销比例
- (4) 航空公司客票在线直销优劣势
- (5) 航空公司客票在线直销案例
- 8.2.4 旅游景区在线直销分析
 - (1) 旅游景区网站建设情况分析
 - (2) 旅游景区在线直销现状分析
 - (3) 旅游景区在线直销案例分析
 - (4) 旅游景区在线直销制约因素
- 8.3 旅游产品第三方交易平台 (TTP)
 - 8.3.1 旅游产品垂直搜索网站
 - (1) 垂直搜索引擎概述
 - (2) 旅游垂直搜索引擎概述
 - (3) 旅游垂直搜索发展现状
 - 1) 旅游搜索市场规模
 - 2) 旅游搜索用户规模
 - (4) 旅游网络信息搜索行为分析
 - 1) 网络获取旅游信息的时间特征
 - 2) 旅游信息获取途径分析
 - 3) 游客喜欢的网络信息表现形式
 - 4) 游客信息搜索中引擎使用
 - (5) 旅游垂直搜索网站盈利模式
 - 1) 旅游搜索引擎定向广告
 - 2) 关键字竞价
 - 3) 增值服务
 - 4) 个性化服务
 - (6) 旅游垂直搜索网站SWOT分析
 - 1) 旅游垂直搜索网站优势
 - 2) 旅游垂直搜索网站劣势
 - 3) 旅游垂直搜索网站机会
 - 4) 旅游垂直搜索网站威胁
- 8.3.2 旅游点评社区网站
 - (1) 旅游点评社区网站发展背景
 - 1) 我国社交网站发展现状
 - 2) 在线旅游社交化的本质
 - 3) 用户分享出游经历的网站分布

(2) 旅游点评社区网站发展模式

(3) 旅游点评社区网站作用机制

(4) 旅游点评网站盈利模式分析

(5) 旅游点评社区网站发展现状

1) 主要旅游点评社区网站分析

2) 旅游点评社区网站覆盖人数

3) 旅游点评社区网站运营情况

(6) 旅游点评社区网站主要问题

(7) 旅游点评社区网站发展展望

1) 与在线平台的多方渗透

2) 点评与专业评测相结合

3) 实现产业链上的进一步延伸

8.3.3 旅游产品团购网站

(1) 网络团购市场发展现状

1) 团购网站数量

2) 团购用户规模

3) 团购交易规模

4) 团购市场格局

5) 团购产品特征

6) 团购用户特征

(2) 旅游团购的内涵与特点

(3) 旅游团购网站主要类型

1) 综合性团购网站

2) 垂直旅游团购网站

3) 地方性团购网站

(4) 旅游团购盈利模式分析

(5) 旅游团购发展特征分析

1) 旅游团购产品种类

2) 酒店产品团购情况

3) 旅游产品团购目的地

4) 旅游团购消费者特征

(6) 旅游团购网站案例分析

1) 拉手网

2) 去哪儿网团购

3) 携程网团购

4) 搜旅团

5) 西安旅游团购网

(7) 旅游团购产品营销方式

(8) 旅游团购发展中的问题

8.3.4 旅游产品B2B交易平台网站

(1) 旅游产品B2B交易平台概述

1) 传统线下交易模式弊端

2) 旅游B2B交易模式市场机会

(2) 旅游产品B2B交易平台案例分析

1) 旅交汇

2) 欣旅通

3) 同业114

4) 中国运通旅游联盟

5) 环旅国际旅游B2B平台

(3) 旅游产品B2B交易平台竞争环境

1) 新进入者威胁

2) 供应商议价能力

3) 买方议价能力

4) 当前市场竞争程度

5) 替代品的威胁

8.3.5 定制在线旅游(C2B)

(1) 旅游C2B模式的含义

(2) 旅游C2B模式的特点

(3) 旅游C2B模式运行机制

(4) 旅游C2B模式发展现状

(5) 旅游C2B模式案例分析

1) Priceline

2) 想游天下

3) 海比网

(6) 旅游C2B模式发展展望

8.4 非旅游机构进入在线旅游市场

8.4.1 门户网站的进入

(1) 度

1) 腾讯

2) 新浪

3) 搜狐

8.4.2 电子商务企业的进入

(1) “淘宝旅行”频道

(2) 京东“机票预订”频道

8.5 号店机票预订业务

8.5.1 SNS企业的进入

8.5.2 银行业的进入

(1) 中国银行网站旅游频道

(2) 工商银行机票旅游频道

(3) 农业银行“旅行易”频道

(4) 民生银行商旅预订中心

(5) 浦发银行在线旅游预订

8.5.3 其它机构的进入

第九章：中国在线旅游行业商业模式分析

9.1 在线旅游行业商业模式分类

9.1.1 基于产生条件的分类

9.1.2 基于业态的分类

9.1.3 基于服务内容的分类

9.1.4 基于经营模式的分类

9.2 在线旅游行业商业模式演变分析

9.2.1 行业商业模式发展进程

9.2.2 行业商业模式演化动力

9.2.3 行业商业模式模型分析

(1) 价值对象

(2) 产品与服务

(3) 盈利模式

(4) 资源配置

9.2.4 行业商业模式演变规律

(1) 商业模式的建构过程

(2) 商业模式的重构

(3) 商业模式演变规律

9.3 在线旅游企业商业模式案例分析

9.3.1 Expedia

(1) 公司发展简介

(2) 公司发展特点分析

(3) 公司商业模式分析

- 1) 价值对象
- 2) 产品与服务
- 3) 盈利模式
- 4) 资源配置

9.3.2 AmericanExpress

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司发展历程分析
- (3) 公司商业模式分析

- 1) 价值对象
- 2) 产品与服务
- 3) 盈利模式
- 4) 资源配置

9.3.3 Priceline

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司商业模式分析

- 1) 价值对象
- 2) 产品与服务
- 3) 盈利模式
- 4) 资源配置

9.3.4 携程

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司发展历程分析

- 1) 初创时期
- 2) 起步时期
- 3) 大发展时期

- (3) 公司商业模式分析

- 1) 价值对象
- 2) 产品与服务
- 3) 盈利模式
- 4) 资源配置

9.3.5 去哪儿

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司发展历程分析

- (3) 公司商业模式分析

1) 价值对象

2) 产品与服务

3) 盈利模式

4) 资源配置

9.4 在线旅游行业商业模式发展趋势

9.4.1 商业模式转变的驱动力

9.4.2 商业模式发展趋势分析

(1) 商业模式创新层出不穷

1) 站式服务将成主流形式

(2) 旅游计划网站将成为热点

(3) 移动在线旅行服务将是大势所趋

第十章：中国在线旅游移动化与营销模式创新

10.1 移动互联网市场发展现状分析

10.1.1 移动终端普及情况

10.1.2 移动互联网用户数量

10.1.3 移动互联网市场规模

10.1.4 移动互联网应用结构

10.1.5 移动互联网发展趋势

10.2 无线旅游市场发展现状与展望

10.2.1 无线旅游发展背景分析

10.2.2 无线旅游发展优势分析

10.2.3 无线旅游应用模式分析

10.2.4 无线旅游发展现状分析

10.2.5 无线旅游发展案例分析

(1) 携程无线

(2) 淘宝旅行手机客户端

(3) 去哪儿无线客户端

(4) 同程网无线

(5) 艺龙无线

(6) 航班管家

(7) 酒店达人

10.3 商旅客户端

10.3.1 无线旅游发展制约因素

10.3.2 无线旅游未来发展展望

10.4 在线旅游行业营销模式创新

10.4.1 在线旅游行业营销模式创新

10.4.2 在线旅游企业微博营销分析

- (1) 微博发展历程与使用情况
- (2) 在线旅游企业微博运用现状
- (3) 在线旅游企业微博营销效果

1) OTA企业微博运用效果

2) 垂直搜索平台微博运用效果

3) 酒店微博运用效果

4) 航空公司微博运用效果

5) 旅游局微博运用效果

- (4) 在线旅游企业微博营销趋势

10.4.3 在线旅游企业社交网站推广

10.4.4 在线旅游企业电子邮件推广

第十一章：中国在线旅游行业发展前景预测

11.1 旅游行业发展前景预测

11.1.1 旅游行业影响因素分析

11.1.2 旅游行业发展前景预测

11.2 在线旅游行业发展前景预测

11.2.1 在线旅游交易规模预测

11.2.2 在线旅游行业渗透率预测

11.3 在线旅游行业细分产品发展预测

11.3.1 酒店在线预订市场预测

11.3.2 机票在线预订市场预测

11.3.3 旅游度假产品在线预订预测

11.4 在线旅游不同模式企业发展预测

11.4.1 在线旅游代理前景预测

- (1) 在线旅游代理营收规模预测

- (2) 在线旅游代理营收结构预测

11.4.2 旅游搜索市场规模预测

11.4.3 旅游产品团购前景预测

11.4.4 旅游产品B2B交易前景预测

11.4.5 旅游企业在线直销前景预测

第十二章：中国在线旅游行业投融资机会分析

12.1 在线旅游行业投资情况

12.1.1 在线旅游行业投资热度

12.1.2 在线旅游行业投资规模

12.1.3 在线旅游行业投融资事件

12.1.4 在线旅游行业投资资金来源

(1) 风投机构的风险投资

(2) 大型企业的战略投资

12.1.5 在线旅游行业投资方向

12.1.6 在线旅游行业投资预测

12.2 在线旅游行业兼并重组

12.2.1 在线旅游行业并购重组案例

12.2.2 在线旅游行业并购重组方式

12.2.3 在线旅游行业并购重组动机

12.2.4 在线旅游行业并购重组趋势

12.3 在线旅游行业投资机会

12.3.1 在线旅游行业投资价值

12.3.2 在线旅游行业投资机会

12.3.3 在线旅游行业进入壁垒

第十三章：中国在线旅游行业领先企业运营分析

13.1 在线旅游企业总体发展状况

13.1.1 在线旅游企业分类

13.1.2 在线旅游企业排名

13.2 在线旅游领先企业经营情况

13.2.1 携程旅行网

(1) 公司发展简介

(2) 公司产品与服务分析

(3) 公司经营策略分析

(5) 公司经营优劣势分析

13.2.2 艺龙旅行网

(1) 公司发展简介

(2) 公司产品与服务分析

(3) 公司经营策略分析

(5) 公司经营优劣势分析

13.2.3 去哪儿网

(1) 公司发展简介

(2) 公司产品与服务分析

(3) 公司经营策略分析

(5) 公司经营优劣势分析

13.2.4 同程网

(1) 公司发展简介

(2) 公司产品与服务分析

(3) 公司经营策略分析

(5) 公司经营优劣势分析

13.2.5 芒果网

(1) 公司发展简介

(2) 公司产品与服务分析

(3) 公司经营策略分析

(5) 公司经营优劣势分析

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/204106204106.html>