

# 中国在线旅游行业现状深度研究与未来投资分析报告（2024-2031年）

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《中国在线旅游行业现状深度研究与未来投资分析报告（2024-2031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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/699518.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: 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

在线旅游（Online Travel Agency），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”。

### 一、我国旅游市场消费群体情况

在2023年随着疫情政策的放开和国民经济复苏的环境下，我国旅游市场也逐渐回暖，国内旅游人次持续攀升。数据显示，在2023年国内旅游收入.91万亿元，比上年增加2.87万亿元，同比增长140.3%，出游人次达到了48.91亿，比上年同期增加23.61亿，同比增长93.3%。

资料来源：公开资料、观研天下整理

从城乡划分来看，目前城镇居民是国内旅游的主要客源，在2023年城镇居民国内旅游人次为37.58亿，占国内占国内旅游总人次的76.84%；农村居民国内旅游人次为11.33亿，占国内旅游总人次的23.16%。

资料来源：公开资料、观研天下整理

资料来源：公开资料、观研天下整理

### 二、我国在线旅游主要平台营业收入情况

随着国内旅游市场的复苏，在线旅游平台用户增多。数据显示，在2023年1-10月在线旅游APP独立设备数一直稳定增长，在前10月月均同比增长40%左右，其中热度最高的是7-8月，为2023年出游高峰。

资料来源：公开资料、观研天下整理

目前我国在线旅游企业主要有携程 (TCOM)、同程旅行 (00780)和途牛 (TOUR)，而得益于旅游热度的增长，各大旅游平台营收增长，比如在携程在2023年营业收入445亿元，同比增长122%，其中在2023年携程住宿预订营业收入为173亿元，交通票务营业收入为184亿元，旅游度假业务营业收入为31亿元，商旅管理业务营业收入为23亿元，分别同比增长133%、123%、294%、109%。

我国在线旅游行业企业情况 企业简称 成立时间 营业收入 携程 (TCOM) 1999年 携程集团有限公司是全球领先的一站式旅行平台，公司协助用户探索旅游,为其激发灵感、提供信息,以完成高性价比的旅游预订,并提供随时随地的行中服务,以及鼓励用户分享旅游体验。

同程旅行 (00780) 2016年 同程旅行是满足用户旅游需求的一站式平台，主要通过包括其腾讯旗下平台、自有移动应用程序、轻应用及其他渠道在内的线上平台,为用户提供几乎涵盖

旅游所有方面的全面创新产品和服务选择,包括交通、住宿、景点门票预订及各种配套增值旅游产品及服务,旨在满足使用者在整个旅途中不断变化的旅游需要。途牛(TOUR)2008年途牛公司是中国领先的在线休闲旅游服务商,途牛航线覆盖了中国420多个出发城市和全球所有热门目的地,途牛通过各种线上和线下渠道(包括tuniu.com网站),提供一站式休闲旅游解决方案和令人瞩目的客户体验,包括3000多名专业客户服务代表、一星期7天24小时呼叫中心、约500家线下零售店和34家本地自营旅行社,并提供丰富的后续服务和保障。

资料来源:公司资料、观研天下整理

### 三、我国在线旅游行业政策

为了促进在线旅游行业的发展,我国及部分省市发布了多项行业政策,如2023年3月文化和旅游部发布的《关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》提出建立健全以在线旅游平台经营者为核心的产业链监管机制,完善网络巡查、动态监测、情况通报、行政指导、行政约谈、问题移交等闭环监管机制,推进在线旅游产品和服务标准建设,规范在线旅游市场秩序。

我国及部分省市在线旅游行业相关政策	层级	发布时间	发布部门	政策名称	主要内容
国家级	2023年1月	文化和旅游部	关于推动在线旅游市场高质量发展的意见	建立健全以在线旅游平台经营者为核心的产业链监管机制,完善网络巡查、动态监测、情况通报、行政指导、行政约谈、问题移交等闭环监管机制,推进在线旅游产品和服务标准建设,规范在线旅游市场秩序。	
国家级	2023年3月	文化和旅游部	关于推动在线旅游市场高质量发展的意见	建立健全以在线旅游平台经营者为核心的产业链监管机制,完善网络巡查、动态监测、情况通报、行政指导、行政约谈、问题移交等闭环监管机制,推进在线旅游产品和服务标准建设,规范在线旅游市场秩序。	
省级	2022年10月	贵州省	贵州省推动复工复产复市促进经济恢复提振行动方案	有序恢复旅行社和在线旅游企业经营,督促A级旅游景区严格落实预约、限量、错峰等要求。	
省级	2023年5月	河北省	关于推动文化和旅游市场恢复振兴的若干措施	立足河北资源禀赋和产业基础,深化旅游与交通、农业、工业、体育、科技、商贸、教育等各行各业融合,拓展运游服务、休闲农业、工业展示、运动健身、在线旅游、休闲购物、研学旅行等新领域,催生新业态,延伸产业链,构建多产业融合发展新格局。	
省级	2023年8月	云南省	关于加快推动旅游高质量发展守护好云南旅游金字招牌的意见	探索建立全省在线旅游品牌服务直播基地,支持行业协会与OTA平台、直播平台 and 直播基地建立优质服务商培育机制,提供诚信、规范、优质在线旅游消费服务。	

资料来源:观研天下整理(XD)

注:上述信息仅供参考,具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国在线旅游行业现状深度研究与未来投资分析报告(2024-2031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】

### 第一章 2019-2023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 2019-2023年全球在线旅游行业市场发展现状分析

#### 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 2024-2031年世界在线旅游行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球在线旅游行业市场规模预测

### 第三章 中国在线旅游行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对在线旅游行业的影响分析
- 第三节中国在线旅游行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规
  - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对在线旅游行业的影响分析
- 第五节中国在线旅游行业产业社会环境分析

### 第四章 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

### 第五章 中国在线旅游行业产业链和细分市场分析

#### 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

#### 第三节我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

### 第六章 2019-2023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

### 第七章 2019-2023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、SOWT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

第八章 2019-2023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

第六节中国在线旅游行业平均价格走势预测

一、中国在线旅游行业平均价格趋势分析



## 二、中国在线旅游行业平均价格变动的影响因素

### 第九章 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

### 第十章 2019-2023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) 华南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

#### 第十一章 在线旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

##### 第一节企业

###### 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

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优劣势分析

##### 第三节企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优势分析

##### 第四节企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优势分析

##### 第五节企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 四、公司优势分析

##### 第六节企业

###### 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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、在线旅游行业国内投资环境分析

二、中国在线旅游行业市场机会分析

三、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

## 第十三章 2024-2031年中国在线旅游行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一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

### 第二节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

### 第三节中国在线旅游行业存在的问题

### 第四节中国在线旅游行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2024-2031年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、行业目标客户群体
- 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、在线旅游行业促销策略

### 第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .