

2018-2024年中国在线旅行预订市场运行态势及投资战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国在线旅行预订市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/341482.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

报告目录：	第一章旅游业概况14	第一节旅游业概述14	一、旅游业相关概述14
	二、旅游者相关概述17	三、旅游市场与产品18	四、现代旅游业定义19
	第二节在线旅行预订相关概述20	一、在线旅行预订定义20	二、在线旅行预订分类20
	三、在线旅行预订运营商21	第二章2017年国际在线旅行预订市场分析23	
	第一节2017年世界在线旅行预定市场总体发展概况23		
	一、世界在线旅行预订企业的兴起特征23	二、欧美旅行市场在线预订市场热度不减24	
	三、亚太区在线旅行市场发展势头迅猛25	四、拉丁美洲在线旅行预订市场发展空间大26	
	第二节2017年主要国家在线旅行预订市场分析27	一、欧洲在线旅行消费市场分析27	
	二、英国在线旅行市场发展分析29	三、印度在线旅行市场持续升温29	
	四、法国在线旅行社合并分析30	五、危机后美国在线旅行市场31	
	六、美国在线旅行销售规模分析32	第三章2017年中国在线旅行行业环境分析33	
	第一节经济环境33	一、2017年中国GDP增长情况分析33	
	二、2017年中国工业经济发展形势分析34	三、2017年中国全社会固定资产投资分析37	
	四、2017年中国社会消费品零售总额分析38	五、2017年中国城乡居民收入与消费分析39	
	六、2017年中国对外贸易发展形势分析42	七、2017年中国宏观经济运行情况分析43	
	第二节政策环境45	一、中国旅游业行业标准化建设45	
	二、《国务院关于加快发展旅游业的意见》46	四、《旅游业“十三五”信息化规划》47	
	五、《国民休闲纲要》力推休假制度改革48	六、中国旅游行业区域发展政策分析49	
	第三节社会环境51	一、庞大的人口孕育着潜力巨大的旅游市场51	
	二、城市化进程推动中国旅游业发展52	三、国民消费观念转变生活质量提升53	
	四、“十三五”规划扩大内需增加收入57	五、二线地区经济振兴客源扩增58	
	六、高铁等交通系统远距离输送游客能力提升58		
	七、节假日年休假制度推动国内旅游业发展61	第四节相关产业环境62	
	一、2017年中国网民总体情况62	二、2017年中国手机网民规模情况64	
	三、2017年中国互联网应用情况65	四、2017年中国航空网络销售情况68	
	五、2017年中国酒店网络销售情况69	第五节网络团购产业发展环境70	
	一、2017年网络团购行业发展规模分析70	二、2017年中国网络团购消费行为调研72	
	三、2017年中国网络团购网站排行榜情况75	四、2017年互联网巨头加速抢滩团购市场77	
	五、2017年中国网络团购网站市场持续火爆79	第六节住宿餐饮产业发展环境80	
	一、2017年中国住宿和餐饮业发展形势问题80		
	二、2017年中国餐饮行业百强经营情况分析84		
	三、2017年中国住宿和餐饮业发展特点分析89		
	四、2017年中国住宿和餐饮业发展趋势分析93	五、中国餐饮业将继续保持高速增长势头94	

第四章2011-2017年中国旅游产业发展状况综述96	第一节“十二五”中国旅游业发展成就96
一、十年间中国旅游业发展迅猛96	二、旅游业拉动内需的作用突出96
三、中国旅游产业功能进一步释放97	四、中国旅游业体制创新形成合力98
五、旅游业在对外交往中的地位显著100	六、旅游产业体系建设取得明显进展100
第二节2011-2017年中国旅游业发展状况分析101	一、2017年中国旅游业发展现状101
二、2017年中国旅游总收入分析102	三、2017年国内游市场规模分析102
四、2017年入境游市场规模分析104	五、2017年国际旅游外汇收入分析106
六、2017年中国旅游业信息化现状106	七、2017年中国区域旅游市场发展情况109
八、2017年中国旅游经济运行情况分析110	
第三节2011-2017年中国出境旅游发展情况分析112	
一、2017年中国出境游市场规模分析112	二、2017年中国出境游市场特征趋势113
三、中国出境游热潮向二线城市蔓延116	四、2017年内地游客赴港旅游市场预测117
五、2017年大陆赴台湾个人游试点启动117	六、2017年出境游市场表现预测分析118
第四节2017中国旅行社行业运行数据分析119	一、行业规模119
第五节2017年中国旅游业发展走势分析123	二、经营效益121
一、旅游业的产业地位将会得到全面确立123	
二、旅游业的产业规模将会迅速扩大124	三、旅游业的运行质量将会显著提高124
四、旅游业的文化载体地位将更巩固124	五、旅游业的生活功能将会显著体现124
六、旅游业的发展格局将会显著变化125	
第五章2011-2017年中国在线旅行行业发展状况126	
第一节2011-2017年中国在线旅游市场发展综述126	一、中国在线旅游市场发展概述126
二、中国在线旅游市场经营模式127	三、中国在线旅游市场发展特点128
四、在线旅游市场发展有利因素129	第二节2011-2017年中国在线旅游市场运作状况130
一、中国在线旅游市场快速发展130	二、传统旅游业和在线旅游业对比130
三、信息技术对旅游业产生巨大变革131	四、旅游微博成景点网络营销新热点132
五、2017年将成中国在线旅游井喷年133	第三节2017年中国旅游团购市场发展现状134
一、2017年中国旅游团购市场发展概述134	二、2017年中国旅游团购市场发展特点135
三、2017年中国旅游团购市场136	四、在线旅游团购引发旅游市场营销革命140
第四节2011-2017年中国旅游搜索市场发展现状140	一、中国旅游产业链特征搜索作用140
二、中国在线旅游搜索市场现状与趋势141	三、中国旅游搜索产品市场方向142
四、中国垂直旅游搜索引擎的发展商机143	五、2017年中国旅游搜索市场发展动态144
第六章2017年中国在线旅行预订市场发展现状146	
第一节2017年中国在线旅行预订市场发展概况146	
一、2017年中国在线旅行预订市场发展综述146	
二、2017年中国在线旅行预订市场发展格局146	
三、2017年中国在线旅行预订市场加速布局149	

第二节2017年中国在线旅行预订市场发展动因分析151

一、电子商务推动中国在线旅行预订市场发展151

二、欧洲游热潮加速中国在线旅行预订市场发展153

三、移动互联成我国在线旅行预订市场主力154

四、机票在线预订市场发展迅猛的四大因素156 第三节在线旅行预订网站建设分析157

一、在线旅行预订网站的兴起157

二、在线旅行预订网站的竞合格局概述158

三、传统旅行社建设在线网站的优劣势159 四、在线旅行预订网站建设的关键点分析161

五、旅行社建设在线网站的相关建议162

第四节中国在线旅行预订市场发展存在的问题策略163

一、中国在线旅行预订市场发展的主要问题163

二、中国在线旅行预订市场运行的主要弊端164

三、提高我国在线旅行预订市场运行策略165 四、在线旅行预订市场服务的多元化分析167

第七章2011-2017年中国在线旅行预订市场运行状况169

第一节2017年中国在线旅行预订市场发展状况169

一、2017年中国在线旅行预订市场用户规模169

二、2017年中国在线旅行预订市场结构状况169

三、2017年中国在线旅行预订运营商竞争格局170

第二节2017年中国在线旅行预订市场规模分析172

一、2017年中国在线旅行预订市场营收规模172 二、2017年中国在线旅行预订订票规模172

三、2017年中国在线旅行预订订房规模173 四、2017年中国在线旅行预订度假规模173

第三节2011-2017年中国在线旅行预订市场分析174

一、2017年三季度中国在线旅行预订市场运行情况174

二、2017年四季度中国在线旅行预订市场运行情况175

三、2017年一季度中国在线旅行预订市场运行情况176

四、2017年二季度中国在线旅行预订市场运行情况176

五、2017年三季度中国在线旅行预订市场运行情况177

第八章在线旅行预订市场运营模式产业链分析179

第一节在线旅行预订市场商业模式发展概述179 一、在线旅行预订市场商业模式的定义179

二、在线旅行预订市场商业模式的构成要素179

三、在线旅行预订市场新型商业模式发展分析181

四、在线旅行预订市场电子商务商业模式分析182

五、在线旅行预订市场在线旅行社模式分析185 第二节携程旅游网商业模式解析188

一、客户价值分析188 二、收入来源分析189 三、商业范围分析191 四、网站定价分析196

第三节在线旅行预订市场产业链运行分析196 一、在线旅行预订市场产业链简介196

二、在线旅行预订产业链运行分析197 三、航空公司机票直销运行分析199

四、酒店行业网络直销运行分析201	五、垂直搜索类旅游网站发展特点204	
第九章2011-2017年中国在线旅行预订市场用户分析206		
第一节2017年中国在线旅行预订市场用户概述206		
一、中国在线旅行预订市场用户基本特征分析206		
二、消费返还力度与用户黏性的关联度分析建议206		
三、阻碍在线旅行市场用户预定酒店的因素建议208		
第二节2011-2017年中国在线旅行预订市场客户行为分析209		
一、用户了解信息的时间周期209	二、用户了解信息的主要途径210	
三、在线旅行客户的旅游方式210	四、用户对网站的信任度与支付方式211	
五、2017年中国在线旅行者行为分析212		
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215		
一、影响旅客选择航班的主要因素215	二、用户预订机票的主要途径215	
三、用户对机票进行比较的主要途径216		
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217		
一、影响用户选择酒店的主要因素217	二、用户预订酒店的主要方式217	
三、用户搜索酒店时的主要关键词218	四、用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌218	
第十章2011-2017年中国在线旅行预订分析219		
第一节2011-2017年中国在线旅行预订市场竞争现状219		
一、中国在线旅行预订市场的主要竞争格局219	二、中国在线旅行预订企业市值比较219	
三、中国在线旅行预订格局变革趋势220	四、在线旅游预订市场竞争品牌战升级222	
五、服务对在线旅行预订市场竞争的影响分析224		
第二节2011-2017年中国在线旅行预订分析225		
一、2011-2017年中国在线旅行预订市场竞争概况225		
二、2017年中国在线旅行预订市场调查226	三、2017年在线旅行预订市场价格战的原因228	
四、2011-2017年在线旅行预订市场并购频繁229		
五、2017年中国在线旅行预订市场竞争状况231		
第三节中国在线旅行预订市场的竞争策略分析232		
一、中国在线旅游企业的主要竞争策略分析232		
二、中国在线旅行预订市场竞争的营销对策233		
三、在线旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议234		
四、中小型在线旅游企业打破行业壁垒的策略分析236		
第十一章2011-2017年在线旅行预订重点企业网站239		
第一节携程旅行网239		
一、企业基本情况239	二、2017年企业经营情况240	三、2017年企业运营指标状况241
四、2017年企业经营情况242	五、企业发展新动向分析243	六、企业未来发展策略244
七、携程网涉足旅游团购246	第二节艺龙旅行网246	一、企业基本情况246

二、2017年企业经营情况247	三、2017年企业运营指标状况248
四、2017年企业经营情况249	五、艺龙网在中国市场的经营策略250
六、艺龙网并购扩张策略分析252	七、腾讯对艺龙网战略投资分析252
一、公司简介253	二、去哪儿网的发展历程分析254
二、去哪儿网的发展策略分析255	三、去哪儿网的发展策略分析255
四、去哪儿网搜索市场技术升级256	五、去哪儿网搜索服务优化策略257
六、去哪儿网直销新模式分析258	七、去哪儿网升级手机旅游平台258
一、网站简介259	二、芒果网在线旅行的市场定位分析260
三、2017年青芒果网成交量增长四倍261	四、青芒果网在线旅行预订精细化策略261
五、青芒果网低价在线预订市场标准化262	六、芒果网在线旅游成本压缩策略分析264
七、芒果网拉动在线业务新对策267	第五节其他企业网站268
二、快乐e行270	一、同程网268
三、途牛旅游271	二、同程网268
四、淘宝旅行271	三、同程网268
五、.旅游272	四、同程网268
六、百度旅游273	五、同程网268
七、网易旅游274	六、同程网268
八、驴妈妈旅游275	七、同程网268
九、booking.com276	八、同程网268
第十二章2018-2024年中国在线旅行预订行业发展趋势分析277	
第一节2018-2024年中国旅游行业发展走势分析277	一、旅游市场维持高速发展局面277
二、旅行的路线由短途向长途发展277	二、旅游的方式由单一化向多样化发展277
三、旅游的方式由单一化向多样化发展277	
四、旅游业在国民经济中的作用日益加强278	
第二节2018-2024年中国旅游发展九大热点278	一、区域旅游热点将更凸显278
二、文化旅游创意再兴高潮278	二、区域旅游热点将更凸显278
三、影视旅游蕴藏巨大机遇279	三、影视旅游蕴藏巨大机遇279
四、邮轮旅游市场再度升温279	四、邮轮旅游市场再度升温279
五、旅游房地产将继续扩张280	五、旅游房地产将继续扩张280
六、自由行更加普并向境外延续280	六、自由行更加普并向境外延续280
七、东北亚地区旅游将再度活跃280	七、东北亚地区旅游将再度活跃280
八、国际会展业市场将逆势增长280	八、国际会展业市场将逆势增长280
九、上海迪斯尼催生主题公园建设热281	九、上海迪斯尼催生主题公园建设热281
第三节2018-2024年中国在线旅行预订市场运行方向281	一、旅游供应商发展方向281
一、旅游供应商发展方向281	二、服务商的发展方向282
二、服务商的发展方向282	三、在线媒介的发展方向283
三、在线媒介的发展方向283	四、旅游管理机构的发展方向283
四、旅游管理机构的发展方向283	
第四节2018-2024年中国在线旅行预订市场发展趋势284	
一、垂直旅游搜索引擎潜力巨大284	二、航空公司机票直营将发力284
二、航空公司机票直营将发力284	
三、旅行信息整合成发展关键284	四、手机旅行预订将快速增长285
四、手机旅行预订将快速增长285	
第十三章2018-2024年在线旅行预订市场未来发展分析286	
第一节2018-2024年中国旅游业市场前景分析286	一、中国旅游业迎来重要转型期286
一、中国旅游业迎来重要转型期286	二、中国旅游业务市场前景分析288
二、中国旅游业务市场前景分析288	三、中国旅游行业投资前景良好289
第二节“十三五”中国旅游业发展规划分析292	一、“十三五”中国旅游业发展机遇292
一、“十三五”中国旅游业发展机遇292	二、“十三五”中国旅游业发展方向294
二、“十三五”中国旅游业发展方向294	三、“十三五”中国旅游业发展目标295
三、“十三五”中国旅游业发展目标295	
第三节2018-2024年在线旅游市场发展分析297	
一、中国在线旅游市场发展迎来黄金时期297	二、未来中国在线旅游市场发展空间大298
二、未来中国在线旅游市场发展空间大298	三、政策支持中国旅游业信息化发展299
三、政策支持中国旅游业信息化发展299	四、亚太地区在线旅游规模增长预测299
四、亚太地区在线旅游规模增长预测299	
第四节2018-2024年在线旅行预订市场投资风险301	一、政策风险301
一、政策风险301	二、信用风险302
二、信用风险302	

三、竞争风险302 四、技术风险303 第五节2018-2024年在线旅行预订市场市场预测303

一、2018-2024年中国在线旅行预订市场用户规模预测303

二、2018-2024年中国在线旅行预订市场营收规模预测304

三、2018-2024年中国在线旅行酒店预订市场规模预测304

四、2018-2024年中国在线旅行机票预订市场规模预测305

图表目录：

图表12011-2017年欧洲休闲在线旅游销售情况27

图表22011-2017年欧洲在线旅游收入占总收入比例28

图表32017年欧洲在线旅行机票互联网销售占机票总销售比例情况28

图表42017年法国的私募股权公司收购事件30

图表52011-2017年美国在线旅游销售规模增长情况32

图表62011-2017年中国国内生产总值增长速度趋势图33

图表72011-2017年中国规模以上工业企业经济指标统计36

图表82011-2017年中国全部工业增加值增长速度趋势图37

图表92011-2017年中国全社会固定资产投资增长趋势图38

图表102011-2017年中国社会消费品零售总额增长速度趋势图39

图表112011-2017年城镇居民人均可支配收入增长趋势图40

图表122011-2017年城镇居民人均消费性支出增长趋势图41

图表132011-2017年农村居民纯收入增长情况统计41

图表142011-2017年农村居民人均消费性支出增长趋势图42

图表152011-2017年中国进出口总额增长趋势图43

图表162011-2017年中国政府颁布的主要旅游政策47 图表17中国旅游区域规划政策50

图表18中国未来旅游业发展的重点区域50 图表192017年中国人口数其构成情况51

图表202011-2017年中国人口数量变化趋势图52

图表212011-2017年中国城市人口所占比例趋势图53 图表22旅游收入与城市化的关系图53

图表23我国扩大内需增加收入的各项政策57

图表242011-2017年中国人均GDP与旅游总收入相关性58

图表25中国已建成的高铁网络概况59 图表26主要景区周边交通规划概况59

图表272011-2017年中国网民数量互联网普率增长情况62

图表282017年中国手机上网网民规模情况64

图表292011-2017年中国各类网络应用使用率情况统计65

图表302017年手机网民网络应用结构情况67

图表312011-2017年中国航空机票网络销售市场交易规模69

图表322011-2017年中国OTA机票网络预订市场交易规模69

图表332011-2017年中国OTA酒店在线交易规模70

图表342017年中国团购网站规模城市分布情况71

- 图表352017年网络团购消费者城市分布情况73
- 图表362017年网络团购消费者年龄构成情况73
- 图表372017年网络团购消费者受教育程度分布情况74
- 图表382017年网络团购消费者月收入情况74
- 图表392017年参加团购次数与人数比例情况75
- 图表402017年日均覆盖人数团购网站排名76
- 图表412017年月度总访问次数团购网站排名76
- 图表422017年访问到下单转化率（按日均人数计算）团购网站排名77
- 图表432011-2017年中国住宿和餐饮业营业额统计81
- 图表442011-2017年中国住宿和餐饮业零售额增长趋势图81
- 图表452011-2017年中国三产就业比例变化83
- 图表462011-2017年餐饮企业上市融资情况83
- 图表472011-2017年度百强餐饮业营业额情况85
- 图表482011-2017年度餐饮百强企业入围门槛比较85
- 图表492011-2017年度餐饮百强企业营业占全社会住宿餐饮业营业额的比重86
- 图表50百强企业按营业额划分情况86 图表512017年百强企业中各经营业态基本情况表87
- 图表52百强餐饮企业各业态直营占比88 图表532017年度百强企业按区域划分情况88
- 图表542017年我国旅游业市场人数规模情况102
- 图表552011-2017年中国旅游总收入增长趋势图102
- 图表562011-2017年中国旅游业国内游市场规模统计103
- 图表572011-2017年我国国内旅游人数规模增长趋势图103
- 图表582011-2017年中国国内旅游收入规模增长趋势图103
- 图表592011-2017年我国外国入境游各区域人数规模104
- 图表602011-2017年我国入境旅游人数规模增长趋势图105
- 图表612017年中国外国入境旅游各大洲人数份额图105
- 图表622011-2017年我国国际旅游外汇收入规模增长趋势图106
- 图表632017年中国入境旅游人数情况111 图表642017年中国入境游主要客源市场情况111
- 图表652017年中国入境旅游接待收汇情况112
- 图表662011-2017年中国出境旅游人数规模增长趋势图113
- 图表672011-2017年中国旅行社数量增长趋势图120
- 图表682011-2017年中国旅行社资产总额增长趋势图120
- 图表692011-2017年中国旅行社从业人员增长趋势图121
- 图表702011-2017年中国旅行社营业收入增长趋势图121
- 图表712011-2017年中国旅行社国内游营业收入增长趋势图122
- 图表722011-2017年中国旅行社入境旅游营业收入变化趋势图122

- 图表73 2011-2017年中国旅行社出境旅游业务营业收入增长趋势图123
- 图表74 中国与美国旅游业比较131 图表75 2017年全球主要国家互联网户数和渗透率131
- 图表76 旅游产业链特征140 图表77 2011-2017年中国在线旅游搜索服务市场规模141
- 图表78 2011-2017年中国在线旅游搜索服务用户规模142
- 图表79 去哪儿网与酷讯网旅游搜索产品对比142
- 图表80 百度、谷歌、去哪儿网搜索产品对比143
- 图表81 2011-2017年中国在线旅行预订市场用户规模169
- 图表82 2011-2017年中国在线旅行预订市场结构变化图170
- 图表83 2017年中国在线旅行预订市场运营商营收份额图171
- 图表84 2011-2017年中国在线旅行预订市场规模172
- 图表85 2011-2017年中国在线旅行预订订票规模173
- 图表86 2011-2017年中国在线旅行预订订房规模173
- 图表87 2011-2017年中国在线旅行预订度假其他规模174
- 图表88 2017年第一季度中国在线旅行预订运营商营收份额图174
- 图表89 2017年第二季度中国在线旅行预订运营商营收份额图175
- 图表90 2017年第三季度中国在线旅行预订运营商营收份额图176
- 图表91 2017年第四季度中国在线旅行预订运营商营收份额图177
- 图表92 2011-2017年分季度中国在线旅行预订市场营收规模增长图178
- 图表93 2017年中国在线旅行预订运营商营收份额图178
- 图表94 中国在线旅行预订行业产业链197
- 图表95 2011-2017年航空公司、酒店官方网站预订旅游产品的满意度198
- 图表96 航空公司机票电子渠道直销方式199
- 图表97 2017年度用户预订机票时最常用的预订服务商200
- 图表98 航空公司各直销渠道特征对比表201 图表99 中国酒店行业销售渠道示意图202
- 图表100 中国酒店行业网络销售渠道示意图202 图表101 中国酒店直销特点分析202
- 图表102 中国酒店行业网络销售渠道特点对比203
- 图表103 2017年度用户预订酒店时最常用的预订服务商204
- 图表104 主要旅游垂直媒体体征模式对照204 图表105 中国主要旅游垂直媒介特征对照表205
- 图表106 用户搜索旅游信息时间周期209 图表107 中国用户获取旅游信息的主要途径210
- 图表108 2017年中在线旅游预订市场客户主要旅游方式211
- 图表109 2017年在线旅游预订市场网站的信任度211
- 图表110 2017年在线旅游预订市场用户的支付方式212
- 图表111 2017年中国在线旅游用户的出游时机调查结果213
- 图表112 2017年最受中国游客欢迎境内游与出境游目的地前十排名214
- 图表113 2011-2017年中国在线机票服务网站访问次数份额216

图表1142011-2017年中国在线旅行预订市场收购事件230

图表1152018-2024年中国在线旅行预订市场用户规模预测303

图表1182018-2024年中国在线旅行预订市场营收规模预测304

图表1162018-2024年中国在线旅行订房规模预测305

图表1172018-2024年中国在线旅行订票规模预测305

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/341482.html>