

2016-2022年在线旅游产业 行业分析及投资前景评估报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2016-2022年在线旅游产业行业分析及投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201608/05-209798.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

在线旅游产业是指依托互联网，以满足旅游消费者信息查询、产品预定及服务评价为核心目的，囊括了包括航空公司、酒店、景区、租车公司、海内外旅游局等旅游服务供应商及搜索引擎、OTA、电信运营商、旅游资讯及社区网站等在线旅游平台的新产业。从全球范围来看，在线旅游市场持续增长。2011年全球在线旅游服务市场规模为2840亿美元，占全球旅游市场31%的份额。2012年全球在线旅游市场达到3143亿美元。从2009年开始，全球在线旅游市场每年保持10%以上的增长势头。2016-2022年美国移动旅游市场的产值突破80亿美元，这表明全球移动旅游市场的规模超过100亿美元。预计到2015年，在线旅游市场的交易将成为全球电子商务交易最大的产业之一。

近年来，欧洲和美国的在线旅游市场已经走向成熟，全球新兴增长市场作为全球在线旅游行业的新增长点吸引了众多关注，中国在线旅游市场的发展也十分迅猛，已经形成了完整的上下游产业链和产生了很多创新的商业模式。在国际经济一体化的大环境下，中国旅游业作为传统的一种产业，经历了萌芽期、起步期、发展期、持续完善期的几个发展阶段。进入21世纪，在信息技术与网络技术的发展，和在旅游产业自身的内在需求下，旅游网络消费开始兴起，经过二十多年的发展，中国旅游业的网络消费市场快速成长，目前已经形成网络直销和网络分销并行的发展态势。2012年是中国在线旅游行业快速发展的一年，全年该市场交易规模达1700亿元，较2011年增长30%。2012中国在线旅游度假市场交易规模达211.9亿元，增长54.8%，占在线旅游整体交易规模的12.3%，到2015年，我国度假旅游市场将达到890亿，占在线旅游整体规模的26.4%。2012年在线旅游OTA市场营收规模为94亿元，到2016年在线旅游OTA市场营收规模将达到235亿元。

2016-2022年，在线旅游的关键词无疑是价格战和移动互联网。各大在线旅游电商在价格战的影响下，以牺牲利润为代价换取在线预订的市场份额，携程、艺龙、同程等的酒店在线预订率都有不同程度的提升。移动互联网时代，便捷的移动终端为在线旅游业带来了庞大的流量。2016-2022年第二季度携程移动渠道的交易量同比翻三番。巨大的市场潜力吸引在线旅游网站在此领域不断探索，移动互联网时代的到来，又使在线旅游网站开始从线上转到线下，不断发力移动终端。移动终端不仅能为消费者提供快速选择的可能，便捷的移动操作也大大增加了在线旅游网站的成交量。随着我国智能手机和平板电脑市场的不断发展，人们的消费习惯正在发生着巨大的改变，在线旅游企业纷纷看好移动互联网发展的巨大潜力。

报告目录

第一部分 产业发展分析

第一章 产业发展现状与趋势 1

第一节 国际在线旅游产业发展现状与趋势 1

一、国际在线旅游产业发展现状 1

二、国际在线旅游产业发展趋势 3

三、国际在线旅游产业面临的形势 3

第二节 国内在线旅游产业发展现状与趋势 4

一、国内在线旅游产业发展现状 4

二、国内在线旅游产业发展趋势 6

三、国内在线旅游产业面临的形势 13

第二章 当地产业发展现状与基础 14

第一节 当地产业发展概况 14

一、行业发展现状 14

二、重点企业发展现状 14

第二节 当地产业发展条件 18

一、区位条件 18

二、资源条件 18

三、产业配套条件 20

四、其他条件 24

第三节 当地产业发展环境现状 26

一、政策环境 26

二、市场环境 26

三、融资环境 28

四、人才环境 30

第四节 当地产业发展存在的问题 33

第三章 区域产业发展现状与趋势分析 34

第一节 当地在线旅游产业发展现状与趋势 34

一、当地在线旅游产业发展现状 34

二、当地在线旅游产业发展趋势 34

三、当地在线旅游产业面临的形势 34

第二节 当地在线旅游产业发展能力 35

- 一、区域自身产业发展能力分析 35
- 二、区域外部产业发展竞争环境分析 36
- 三、区域范围内重点/主导产业分析 42

第四章 产业结构调整分析 44

第一节 在线旅游产业结构分析 44

- 一、市场细分充分程度分析 44
- 二、细分市场产业态势分析 45
- 三、各细分市场领先企业分析 52

- 1、携程 52
- 2、驴妈妈 79
- 3、去哪儿 92
- 4、途牛 105
- 5、乐途旅游网 111
- 6、艺龙旅行网 115
- 7、酷讯旅游网 133

四、各细分市场占总市场的结构比例 137

五、领先企业的结构分析（所有制结构） 138

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 138

- 一、产业价值链的构成 138
- 二、产业链条的竞争分析 139

第三节 “十二五”产业结构发展预测 142

- 一、产业结构调整指导政策分析 142
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 145
 - 1、在线旅游消费者的消费习惯分析 145
 - 2、消费者需求引导分析 149
- 三、在线旅游行业参与国内外竞争的战略市场定位 150
- 四、“十二五”产业结构调整方向分析 153

第二部分 政府战略规划

第五章 市场环境及影响分析（PEST） 154

第一节 在线旅游行业政治法律环境（P） 154

- 一、行业管理体制分析 154
- 二、行业主要法律法规 154
- 三、行业相关发展规划 176
 - 1、在线旅游行业国家发展规划 176
 - 2、在线旅游行业地方发展规划 177
- 四、政策环境对行业的影响 184
- 第二节 行业经济环境分析（E） 184
 - 一、宏观经济形势分析 184
 - 1、国际宏观经济形势分析 184
 - 2、国内宏观经济形势分析 215
 - 3、当地宏观经济环境分析 232
 - 二、宏观经济环境对行业的影响分析 232
- 第三节 行业社会环境分析（S） 233
 - 一、在线旅游产业社会环境 233
 - 1、人口环境分析 233
 - 2、教育环境分析 242
 - 3、文化环境分析 250
 - 4、中国城镇化率 252
 - 二、社会环境对行业的影响 254
 - 三、在线旅游产业发展对社会发展的影响 254
- 第四节 行业技术环境分析（T） 254
 - 一、在线旅游技术分析 254
 - 1、技术水平总体发展情况 254
 - 2、我国在线旅游行业新技术研究 255
 - 二、在线旅游技术发展水平 258
 - 1、我国在线旅游行业技术水平所处阶段 258
 - 2、与国外在线旅游行业的技术差距 258
 - 三、2010-2012年在线旅游技术发展分析 259
 - 四、行业主要技术发展趋势 260
 - 五、技术环境对行业的影响 262

第六章 在线旅游产业政府战略定位 263

第一节 当地产业发展思路和目标 263

一、指导思想 263

二、产业定位 263

三、发展目标 264

第二节 区域主导产业定位 265

一、区域主导产业的选择原则与方法分析 265

二、区域主导产业的筛选及其可行性分析 269

三、区域主导产业及其关联性产业组合分析 269

四、区域辅助性产业发展定位 271

第七章 在线旅游产业政府战略规划 272

第一节 区域产业发展目标定位 272

第二节 区域产业发展策略制定及其实施路径分析 272

第三节 区域产业发展布局规划 274

第三部分 政府战略实施

第八章 区域产业发展战略实施 275

第一节 区域产业发展配套政策设计 275

第二节 区域产业发展功能型配套措施的设计 275

第三节 区域产业发展服务型公共平台的设计与搭建 278

第九章 产业发展导向和产业链设计 282

第一节 核心产业链及产品 282

第二节 配套产业链和产品 283

第三节 相关产业链与产品 286

第十章 产业发展空间布局 290

第一节 产业发展的核心产业基地 290

第二节 产业发展的重要拓展区 291

第十一章 产业发展的政策保障 294

第一节 组织保障 294

第二节 招商引资 294

第三节 政策扶持 301

第四节 需要注意的问题 304

第十二章 产业发展的重大培育工程 306

第一节 产业基地的创建工程 306

第二节 龙头企业的培育工程 306

第三节 创新能力的提升工程 307

第四节 合作平台的搭建工程 308

第五节 推广运用的示范工程 309

图表目录

图表：2009-2015年全球在线旅游市场规模及预测 1

图表：2009-2015年美国在线旅游市场规模及预测 2

图表：2009-2015年欧洲在线旅游市场规模及预测 3

图表：2009-2012年我国在线旅游行业增长情况 5

图表：2009-2012年在线旅游市场营收情况 6

图表：选择线上和线下预订机票时主要考虑的因素对比 45

图表：与网上机票预订相比选择线下机票预订的主要考虑因素 46

图表：线上因不同目的预订机票人群年均预订次数分布 46

图表：线上进行机票预订使用的网站分布 47

图表：选择线上和线下预订酒店时主要考虑的因素 48

图表：决定旅游目的地时线上渠道信息来源 49

图表：选择线上和线下旅游度假产品时主要考虑的因素 50

图表：购买火车票时采用的主要方式 51

图表：线上预订景区门票时主要考虑因素 52

图表：2016-2022年前三季度携程网流动性及每股指标 71

图表：2016-2022年前三季度携程网盈利指标 71

图表：2016-2022年前三季度携程网估值指标 72

图表：2012-2016-2022年去哪儿网利润情况 102

图表：2016-2022年前三季度去哪儿网现金流量 102

图表：2016-2022年我国第三方在线旅游预订细分市场比例 137

图表：中国在线旅游产业链 138

图表：在线旅游产业链代表企业 139

图表：在线旅游消费者性别构成 146

图表：在线旅游消费者年龄构成 146

图表：在线旅游消费者学历构成 147

图表：在线旅游消费者地域分布 147

图表：在线旅游消费者收入构成 148

图表：在线旅游消费者职业构成 149

图表：广东省“十二五”服务业主要发展目标 182

图表：2006-2012年世界生产总值及增长情况 190

图表：2006-2012年世界发达经济体生产总值及增长情况 190

图表：2006-2012年世界欧盟生产总值及增长情况 191

图表：2006-2012年世界新兴市场和发展中国家生产总值及增长情况 191

图表：2006-2012年世界经济投资占GDP百分比情况 192

图表：2006-2012年世界经济国民储蓄总额占GDP百分比情况 192

图表：2012-2016-2022年5月世界经济工业生产指数同比增长率情况 198

图表：2012-2016-2022年6月世界经济主要货币实际有效汇率指数情况 199

图表：2012-2016-2022年6月世界经济主要地区消费者价格指数情况 199

图表：2016-2022年-2017年世界生产总值及增长预测 200

图表：2016-2022年-2017年发达经济体生产总值及增长预测 200

图表：2016-2022年-2017年经济欧盟生产总值及增长预测 201

图表：2016-2022年-2017年新兴市场和发展中国家生产总值及增长预测 201

图表：2011-2016-2022年6月我国国内生产总值及增长情况 215

图表：2012-2016-2022年8月我国规模以上工业企业主营业务收入和利润总额增长情况 217

图表：2012-2016-2022年8月我国规模以上工业企业主营业务收入和主营利润增长情况 217

图表：2012-2016-2022年8月我国规模以上工业企业每百元主营业务收入成本与利润率 218

图表：2012-2016-2022年8月我国不同所有规模以上工业经营状况 218

图表：2012-2016-2022年我国制造业PMI指数变动情况 219

图表：2012-2016-2022年我国制造业PMI分类指数 220

图表：2012-2016-2022年我国非制造业商务活动指数变动情况 221

图表：2012-2016-2022年我国非制造业PMI分类指数 223

图表：2012-2016-2022年8月我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 224

图表：2012-2016-2022年8月我国社会消费品零售总额主要数据 224

图表：2012-2016-2022年8月我国民间固定资产投资增速 225

图表：2012-2016-2022年8月我国固定资产投资（不含农户）增速 226

图表：2012-2016-2022年8月我国固定资产投资（不含农户）分地区增速 227

图表：2012-2016-2022年8月我国固定资产投资（不含农户）到位资金增速 227

图表：2012-2016-2022年8月我国房地产开发投资增速 228

图表：2012-2016-2022年8月我国房地产开发企业土地购置面积增速 229

图表：2012-2016-2022年8月我国商品房销售面积及销售额增速 229

图表：2012-2016-2022年8月我国房地产开发企业本年到位资金增速 230

图表：2016-2022年1-8月我国分区域房地产开发投资情况 230

图表：2016-2022年1-8月我国分区域房地产销售情况 231

图表：2012-2016-2022年我国出口情况 231

图表：2012-2016-2022年我国进口情况 232

图表：2011-2012年全国人口变化 234

图表：2011-2012年中国人口性别变化 234

图表：2011-2012年中国人口各年龄段变化 235

图表：2011-2012年中国人口城乡结构变化 235

图表：2011-2012年全国人户分离人口变化 236

图表：2011-2012年全国流动人口变化 236

图表：人口及其自然增长率变化情况 237

图表：2011-2012年中国农村人均收入变化 237

图表：2011-2012年中国城镇人均收入变化 238

图表：2011-2012年中国恩格尔系数变化情况 238

图表：2011-2012年全国参加城镇职工基本养老保险情况 239

图表：2011-2012年全国参加城镇基本医疗保险情况 240

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 240

图表：2011-2012年中国参加工伤保险情况 241

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 241

图表：2011-2012年中国农村扶贫对象人数情况 242

图表：2008-2012年普通高等教育、中等职业教育及普通高中生招生人数 243

图表：2011-2012年全国各类型教育招生情况 243

图表：2011-2012年全国各类型教育在校生情况 244

图表：2011-2012年全国各类型教育毕业生情况 244

图表：2008-2012年研究与试验发展（R&D）经费支出 245

图表：2011-2012年全国工程研究实验室建设情况 246

图表：2011-2012年全国专利申请情况 246

图表：2011-2012年全国授予专利发明情况 247

图表：2011-2012年全国有效专利发明情况 247

图表：2011-2012年中国技术合同签订情况 248

图表：2011-2012年全国产品检测室情况 249

图表：2011-2012年全国产品认证情况 249

图表：2011-2012年全国计量情况 250

图表：2011-2012年全国制定国家标准情况 250

图表：2011-2012年全国艺术系统情况 251

图表：2011-2012年全国影视制作情况 251

图表：2011-2012年全国出版物情况 252

图表：2002-2012年全国城镇人口比重 253

图表：2000-2012年我国城镇化水平变化情况 253

图表：旅游EDM邮件营销优缺点 255

图表：旅游论坛利弊 256

图表：旅游资讯网站利弊 256

图表：旅游主题的微博利弊 257

图表：旅游电子商务体系 257

图表：旅游垂直搜索网站利弊 258

图表：移动互联网搜索方式比较 260

图表：2006-2016-2022年上半年在线旅游行业主要融资情况 287

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201608/05-209798.html>