

2021-2027年中国网上旅行 预订市场研究与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国网上旅行预订市场研究与投资战略研究报告》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/R03/R0305/202010/12-367817.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

与其他商务应用相比，我国的机票、酒店、旅行行程网上预订用户相对狭窄，应用渗透水平还较低，未来增长空间广阔。随着居民休闲旅游需求的快速增长，高铁网络进一步扩大，旅游内容的深度挖掘，将持续激发用户的使用行为，推动旅行预订市场的增长。此外，在移动互联网的影响下，旅游预订行业已经被深刻改造，企业不断强化自身在无线旅游领域的服务，提升无线旅游的用户体验。由于旅行预订服务与移动互联网具有天然融合特性，无线旅游与LBS、团购消费、移动支付等应用紧密结合，将在未来开拓了更广泛的应用场景，带动在线旅游整体行业的加速渗透和快速成熟。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国网上旅行预订市场研究与投资战略研究报告》共十章。首先介绍了网上旅行预订相关概念及发展环境，接着分析了中国网上旅行预订规模及消费需求，然后对中国网上旅行预订市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网上旅行预订面临的机遇及发展前景。您若想对中国网上旅行预订有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章 网上旅行预订相关概述

第一节 网上旅行预订定义

第二节 网上旅行预订分类

- 一、按服务类型分（订房、订票、旅游度假产品）
- 二、按运营商性质分（在线旅游服务商、传统旅游服务商线上分支、在线旅店预定服务商、传统航空公司自营、在线旅游搜索引擎）
- 三、按市场类型分（休闲旅游、商务旅游）

第二章 2019年中国网上旅行预订营销模式及产业链分析

第一节 2019年中国网上旅行预订业务运行总况

- 一、垂直旅游搜索发展催生旅行预定行业大变革
- 二、互联网广告及电子商务将促进在线旅行预订市场发展

三、旅游搜索网站冲击传统旅行预定运营用户黏性

四、旅行预定行业群雄渐起

第二节 2019年中国网上旅行预订业务模式分析

一、订房业务

二、订票业务

三、旅游产品业务

第三节 2019年中国网上旅行预订产业链结构分析

一、网上旅行预订产业链构成

二、产业链各环节地位与关系分析

三、产业链各环节面临的机会与挑战

第四节 未来中国旅行预订市场发展趋势探析

第三章 2019年国外在线旅游市场运行状况透析

第一节 2019年全球在线旅游产业运行浅综述

一、全球在线旅游产业运行特点分析

二、全球在线旅游产业市场动态

三、全球在线旅游产业经验借鉴

第二节 美国在线旅游市场情况

一、美国旅游网站经营模式

二、美国在线旅游的份额

三、美国在线旅游不仅仅以数值领先

四、金融海啸对在线旅游公司的影响

第三节 欧洲在线旅游市场情况

一、欧洲在线旅游变化

二、欧洲在线旅游市场日趋成熟

三、欧洲在线旅游预订量分析

四、欧洲酒店连锁与在线旅游合作

第四节 欧美日在线旅游市场发展差异

第四章 2019年中国旅游电子商务新格局分析

第一节 2019年中国在线旅游产业动态分析

一、移动技术采用将是在线旅游业下一“战地”

二、互联网让旅行真正“价廉物美”；人

第二节 中国旅游电子商务的发展综述

一、旅游电子商务发展历程

- 1、萌芽阶段(1996—1998)
- 2、起步阶段(1999—2002)
- 3、发展阶段(2003—2004)
- 4、完善阶段(2005—2008)
- 5、新探索阶段(2009—至今)

第三节 2019年中国旅游电子商务现状综述

- 一、市场需求—持续增长
- 二、市场供给—不断增加
- 三、市场环境—不断改善

第四节 旅游电子商务市场竞争进一步加剧

- 一、新的技术引入给整个市场格局带来变数
 - 1、直接服务于游客的技术
 - 2、服务于旅游企业和旅游目的地的技术
- 二、新的应用将引领旅游电子商务的深度发展
 - 1、移动商务引领旅游电子商务发展的新趋向
 - 2、web2.0应用
- 三、新的整合将推进旅游电子商务体系的演进

第五节 旅游电子商务市场格局稳中多变

第六节 2019年中国旅游电子商务存在的问题

- 一、市场主体投入不足
- 二、市场客体体系不健全
- 三、市场载体功能有待发挥

第五章 2019年中国网上预订旅游市场运行探析

第一节 2019年中国网上预订旅游市场综述

- 一、中国网上旅行预订市场规模
- 二、订票营收规模稳增，逼近订房营收
- 三、TOP3运营商未有改变，中小厂商争抢市场
- 四、商旅、社区、旅游策划或发展重点

第二节 2019年中国网上旅游市场的新演进

一、网上旅行预订市场盈利情况

二、酒店、机票营收已基本持平

三、产业链呈现五大演进趋势

第三节 2019年中国网上旅行预订所属行业市场运行分析

一、对市场产生的影响因素分析

1、积极影响因素

2、消极影响因素

二、电信运营商旗下商旅业务发展迅速

三、参与旅游消费券发放，网络优势尽显

第六章 2019年中国网上旅行预订市场结构及规模分析

第一节 2019年中国网上旅行预订市场业务规模分析

一、网上旅行订房市场规模

二、网上旅行订票市场规模

三、网上旅游度假产品市场规模

第二节 2019年中国网上旅行预订用户规模分析

一、网上旅行预订用户规模

二、网上旅行订房用户规模

三、网上旅行订票用户规模

四、网上旅游度假用户规模

第七章 2019年中国网上预订旅行用户消费调研

第一节 用户特征情况

一、年龄分布

二、网上旅行预订用户学历分布

三、网上旅行预订用户所在地域分布

四、网上旅行预订用户个人月收入分布

第二节 传统订房/订票用户行为分析

一、网民平均每年外出旅游情况

二、网民每年消费/购买的综合类票

三、网民平均每年消费综合类票务次数

四、网民对网上订房/订票的态度

第三节 网上订票用户行为分析

- 一、网上订票用户最常预订的综合类票
- 二、网上订票用户最常预订的交通类票
- 三、网上订票用户订票频率
- 四、网上订票用户平均每次消费金额
- 五、订票用户在订票网站团购比例
- 六、团购用户的团购频率
- 七、网上订票用户平均每次团购消费金额

第四节 网上订房用户行为分析

- 一、网上订房用户最常预订的房务级别
- 二、网上订房用户最常预订的房务类型
- 三、网上订房用户最常预订的房务价位
- 四、网上订房用户订房频率
- 五、网上订房用户平均每次消费金额

第五节 网上订房/订票行为分析

- 一、网上订房/订票用户访问过和预订过订房/订票网站分别情况
- 二、网上订房/订票用户预订过的订房/订票网站
- 三、订房/订票用户预订次数最多的订房/订票网站
- 四、网上订房/订票用户对订房/订票网站满意度
- 五、网上订房/订票用户了解网上订房/订票信息渠道

第六节 中国网民未来网上订房/订票行为预期

- 一、网民未来是否会在网上订票
- 二、网民未来最希望/可能预订的综合类票
- 三、网民未来在网上预订综合类票消费金额
- 四、网民未来最希望/可能预订的交通类票
- 五、网民未来在网上预订交通类票消费金额
- 六、网民未来是否会在网上订房
- 七、网民未来最希望/可能预订的房务级别
- 八、网民未来最希望/可能预订的房务类型
- 九、网民未来在网上订房消费金额
- 十、网上订房/订票用户未来预订方式预测

第八章 2019年国内网上旅行预订主要竞争者分析

第一节 携程旅行网

- 一、携程净营收额
- 二、携程收入结构分析
- 三、携程订房业务分析
- 四、携程订票业务分析
- 五、度假产品业务营收分析

第二节 e龙旅行网

- 一、e龙营收总额
- 二、E龙收入结构分析
- 三、E龙订房业务分析
- 四、E龙订票业务分析
- 五、其他旅行相关业务营收分析

第三节 其它网上旅行预订网站运行分析

- 一、芒果网
- 二、遨游网
- 三、旅之窗
- 四、旅游搜索引擎--去哪儿

第九章 2021-2027年中国网上旅行预订行业发展趋势与前景展望

第一节 2021-2027年中国网上旅行预订行业发展前景分析

- 一、贸易战下中国网上旅行预订市场的发展思考
- 二、投资者看好中国在线旅行预订市场，发展前景广阔

第二节 2021-2027年中国网上旅行预订行业发展趋势分析

- 一、网上旅行预订用户呈现知识化趋势
- 二、网上旅游业未来发展趋势
- 三、全网络旅行模式或将成未来旅游发展方向

第三节 2021-2027年中国网上旅行预订市场盈利预测分析

第十章 2021-2027年中国网上旅行预订行业投资价值研究

第一节 2021-2027年中国网上旅行预订行业投资机会分析

- 一、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机
- 二、网上预订旅行投资吸引力分析
- 第二节 2021-2027年中国网上旅行预订行业投资风险预警
- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营机制风险
- 第三节 投资指导

部分图表目录：

- 图表：我国网上旅行预订服务营收规模及增长率
- 图表：旅游电子商务未来发展趋势
- 图表：两大预订网站酒店预订佣金（元）
- 图表：近年来两大预订网站酒店预订佣金趋势图
- 图表：全球在线旅游企业类别
- 图表：2015-2019年美国在线旅游市场规模
- 图表：2015-2019年中国旅游产业市场规模及预测
- 图表：2019年中国网上旅行预订市场主要运营商份额
- 图表：2015-2019年中国网上旅行预订市场及细分规模预测
- 图表：2015-2019年中国旅行预订市场不同业务比重
- 图表：2015-2019年我国网上订房市场规模及预测
- 图表：2015-2019年中国网上订票市场规模及预测
- 图表：2015-2019年中国网上旅行预订用户规模及预测
- 图表：2019年旅行预订产品结构图
- 图表：我国网上旅行订房用户规模及预期
- 图表：我国网上旅行订票用户规模及预期
- 图表：2019年携程收入结构图(万元)
- 图表：网上旅行预订用户年龄分布
- 图表：网上旅行预订用户学历分布
- 图表：网上旅行预订用户所在区域分布
- 图表：网上旅行预订用户个人月收入分布
- 图表：网民平均每年外出旅游情况调查
- 图表：网上订票用户每年消费/购买的综合类票

图表：网民平均每年消费综合类票务次数

图表：网民对网上订房/订票态度

图表：网上订票用户最常订的综合类票

图表：网上用户最常预订的交通类票

图表：网上订票用户订票频率

图表：网上订票用户平均每次消费金额

图表：订票用户在订票网站团购比例

图表：有过团购经历的用户团购频率

图表：网上订票用户平均每次团购消费金额

图表：网上订房用户最常预订的房务级别

图表：网上订房用户最常预订的房务类型

图表：网上订房用户最常预订的房务价位

图表：网上订房用户订房频率

图表：网上订房用户平均每次消费金额

图表：网上订票/订房用户访问过和预订过订房/订票网站分别情况

图表：网上订房/订票用户预订过的订房/订票网站

图表：订房/订票用户预订次数最多的订房/订票网站

图表：网上订房/订票用户对订房/订票网站满意度

图表：网民了解网上旅游预订信息的渠道

图表：网民未来是否会在网上订票

图表：网民未来最希望/可能预订的综合类票

图表：网民未来在网上预订综合类票消费金额

图表：网民未来最希望/可能预订的交通类票

图表：网民未来在网上预订交通类票消费金额

图表：网民未来是否会在网上订房

图表：网民未来最希望/可能预订的房务级别

图表：网民未来最希望/可能预订的房务类型

图表：网民未来在网上订房消费金额

图表：网民订票的主要方式

图表：网上订房/订票用户未来预订方式预测

图表：网民不使用网上订票原因分析

图表：网民不使用网上订房存在问题

图表：网上订房/订票用户希望订房/订票网站需改进的地方

图表：中国大陆网民规模与互联网普及率

图表：2015-2019年中国旅游产业规模

图表：2019年游客不使用网上预订的原因

图表：2019年旅游电子商务主要运营商市场份额

图表：2015-2019年中国网上预订旅行市场规模

图表：2015-2019年中国网上预订旅行市场结构变化

图表：2015-2019年中国网上旅行预订用户规模

图表：中国网上旅行预订用户规模占互联网用户规模的比重

图表：2019年网上旅行预订运营商营收份额

图表：2015-2019年中国网上旅行预订市场规模

图表：2015-2019年中国网上旅行预订运营商营收结构变化

图表：中国网上旅行预订市场产业链

图表：2019年用户搜索旅游信息的时间周期

图表：2019年网上旅行预订运营商营收份额

图表：2021-2027年中国网上旅行预订市场前景预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202010/12-367817.html>