

# 2013-2017年在线旅游行业 运营态势及未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2013-2017年在线旅游行业运营态势及未来发展趋势报告》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.cction.com/report/201312/101629.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。2013年美国移动旅游市场的产值将突破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年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。

2012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。2013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。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、国家商务部、国家旅游局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国旅游协会、中国旅游饭店业协会、国内外相关报刊杂志提供的基础信息以及在线旅游专业

研究单位公布的大量资料，对国内外在线旅游行业发展状况，我国在线旅游行业目前的竞争状况、成长性，发展趋势、主要企业的发展状况，中国在线旅游行业所面临的机遇与冲击等进行了分析。报告还重点探寻了在线旅游行业的市场需求状况，企业竞争状况，行业发展趋势，以及企业应当采取的发展策略，准确了解目前在线旅游行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的专业性报告。

## 第一部分行业发展概况

### 第一章在线旅游行业发展概述 1

#### 第一节行业相关概念 1

##### 一、在线旅游产业定义 1

##### 二、在线旅游产业产品范围 1

##### 三、在线旅游产业的发展 1

#### 第二节在线旅游产业产品与服务 3

##### 一、在线旅游产业主要业态 3

##### 二、在线旅游产业组织形式 8

##### 三、在线旅游产品种类 8

#### 第三节在线旅游产业投资特性分析 10

##### 一、在线旅游产业赢利性 10

##### 二、在线旅游产业成长性 12

##### 三、在线旅游产业风险性 13

##### 四、在线旅游业进入壁垒 14

#### 第四节在线旅游业现行管理体制分析 15

##### 一、现行管理体制制约在线旅游业的发展 15

##### 二、在线旅游协会在市场管理中的作用 17

##### 三、对在线旅游行业行政管理体制改革的建议 18

## 第二章旅游业市场发展分析 21

### 第一节全球旅游市场发展分析 21

#### 一、全球国际旅游人数分析 21

#### 二、全球国际旅游收入分析 23

#### 三、全球领先旅游业企业发展分析 34

### 第二节中国国内旅游市场发展分析 58

#### 一、2011-2013年中国国内旅游概况 59

二、2011-2013年国内旅游的发展特征	61
三、中国国内旅游市场“十二五”发展预测	67
第三节中国入境旅游市场发展分析	72
一、2011-2013年中国入境旅游概况	72
二、2011-2013年入境旅游主要特点	79
三、入境旅游市场“十二五”发展预测	80
第四节中国出境旅游市场发展分析	83
一、2011-2013年中国出境旅游概况	83
二、2011-2013年出境游目的地概况	83
三、出境旅游市场“十二五”发展预测	87
第五节中国黄金周旅游市场发展分析	92
一、十一黄金周旅游市场发展分析	92
二、春节黄金周旅游市场发展分析	95
第六节中国旅游业“走出去”机遇分析	99
一、旅游子行业海外市场扩张现状	99
二、旅游业海外扩张存在问题	107
三、未来海外市场前景展望	108
四、行业海外扩张对策建议	109
第三章全球在线旅游市场发展分析	111
第一节2012年全球在线旅游市场分析	111
一、2012年全球在线旅游市场回顾	111
二、2012年全球在线旅游市场环境	111
三、2012年全球在线旅游格局分析	112
四、2012年全球在线旅游行业发展分析	112
第二节2013年全球在线旅游市场分析	112
一、2013年全球在线旅游需求分析	112
二、2013年全球在线旅游行业发展分析	113
三、2013年全球在线旅游市场环境	114
四、2013年中外在线旅游市场对比	114
第三节主要国家地区在线旅游市场分析	117
一、2012-2013年美国在线旅游市场分析	117

二、2012-2013年欧洲在线旅游市场分析	118
三、2012-2013年日本在线旅游市场分析	121
四、2012-2013年东南亚在线旅游市场分析	124
第四章 2011-2013年中国在线旅游业运营态势分析	126
第一节 2011-2013年中国在线旅游产业的发展分析	126
一、我国在线旅游业的兴起与开发情况	126
二、在线旅游业在中国渐趋升温	129
三、我国在线旅游联姻分析	132
第二节 2011-2013年中国在线旅游业存在的问题	135
一、在线旅游发展中存在的阻碍	135
二、我国在线旅游开发的错误观念	139
三、影视作品对旅游业发展的消极影响	139
四、在线旅游结合存在的缺陷	139
第三节 2011-2013年中国在线旅游业开发的对策分析	141
第五章 中国在线旅游产业消费者行为调研	143
第一节 消费者旅游偏好调研	143
第二节 消费者行为习惯调研	143
一、不同性别消费者结构调研	143
二、不同年龄消费者结构调研	144
三、不同学历消费者结构调研	145
四、中国在线旅游地域分布比例调研	145
五、在线旅游用户收入结构调研	146
六、不同职业消费者调研	146
第六章 我国在线旅游市场发展研究	148
第一节 2012年我国在线旅游市场发展研究	148
第二节 2013年我国在线旅游市场情况	158
第七章 我国在线旅游市场调查分析	166
第一节 2012年我国在线旅游市场调查分析	166

一、主要观点	166
二、市场结构分析	167
三、竞争情况分析	167
四、经营商分析	168
第二节 2013年上半年我国在线旅游市场调查分析	169
一、主要观点	169
二、市场结构分析	173
三、竞争情况分析	174
四、经营商分析	176

## 第八章中国在线旅游业子行业发展分析 178

第一节旅游景区发展分析	178
一、旅游景区基本情况	178
二、旅游景区业绩增长分析	182
三、主题公园行业发展分析	185
四、旅游文化演艺行业发展分析	195
第二节酒店业发展分析	200
一、星级饭店发展分析	200
二、经济型连锁酒店发展分析	208
三、中国酒店业发展趋势	213
第三节餐饮业发展分析	216
一、餐饮业集中度分析	216
二、餐饮百强企业经营分析	216
三、餐饮业发展趋势	217
第四节旅行社发展分析	219
一、旅游社行业发展概况	219
二、旅行社业务分析	220
三、旅行社行业总体结构分析	222
四、旅行社行业转型分析	223
五、国际旅行社行业的发展借鉴	227

## 第二部分行业竞争状况

第九章在线旅游行业竞争格局分析	231
第一节现有企业间竞争	231
第二节潜在进入者分析	235
第三节替代品威胁分析	244
第四节供应商议价能力	252
第五节客户议价能力	257
第十章国内外重点在线旅游公司竞争状况	259
第一节携程	259
一、概况	259
二、竞争优势	266
三、经营和财务状况	267
四、发展战略	274
第二节驴妈妈	281
一、概况	281
二、SWOT分析	286
三、发展战略	290
第三节去哪儿	294
一、概况	294
二、竞争优势	300
三、经营和财务状况	303
四、发展战略	304
第四节途牛	309
一、概况	309
二、竞争优势	312
三、发展战略	313
第五节乐途旅游网	314
一、概况	314
二、发展历程	316
三、竞争优势	318
第六节艺龙旅行网	319
一、概况	319



二、竞争优势	321
三、经营和财务状况	324
四、发展战略	332

#### 第七节 酷讯旅游网 335

一、概况	335
二、竞争优势	335
三、经营和财务状况	337
四、发展战略	337

#### 第八节 Expedia 339

一、概况	339
二、中国的发展进程	340
三、经营和财务状况	341
四、发展战略	344

#### 第九节 欣欣旅游网 347

一、概况	347
二、发展历程	348
三、竞争优势	349
四、发展战略	350

#### 第十节 同程网 351

一、概况	351
二、竞争优势	352
三、所获荣誉各和发展	353
四、发展战略	354

### 第三部分 行业发展趋势

#### 第十一章 在线旅游行业发展趋势分析 357

##### 第一节 我国在线旅游行业前景与机遇分析 357

一、我国在线旅游行业发展前景	357
二、我国在线旅游发展机遇分析	358
三、2013年在线旅游的发展趋势分析	358
四、欧债危机对在线旅游行业的影响分析	361

##### 第二节 2012-2013年中国在线旅游市场趋势分析 362

- 一、2012-2013年在线旅游市场发展空间 362
- 二、2012-2013年在线旅游发展趋势分析 363
- 三、2012-2013年在线旅游价格走势分析 367
- 四、2012-2013年国际环境对行业的影响 367

## 第十二章未来在线旅游行业发展预测 368

### 第一节未来在线旅游需求与消费预测 368

- 一、2013-2017年在线旅游消费预测 368
- 二、2013-2017年在线旅游市场规模预测 368

### 第二节2013-2017年中国在线旅游行业供需预测 369

- 一、2013-2017年中国在线旅游供给预测 369
- 二、2013-2017年中国在线旅游需求预测 370
- 三、2013-2017年中国在线旅游供需平衡预测 373
- 四、2013-2017年中国在线旅游价格预测 375

## 第四部分行业投资战略

### 第十三章2012-2013年在线旅游行业投资现状分析 376

- 第一节2012-2013年总体投资结构 376
- 第二节2012-2013年投资规模情况 377
- 第三节2012-2013年投资增速情况 379
- 第四节2012-2013年分行业投资分析 379
- 第五节2012-2013年外商投资情况 379

### 第十四章在线旅游行业投资环境分析 381

- 第一节经济发展环境分析 381
  - 一、2012-2013年我国宏观经济运行情况 381
  - 二、我国宏观经济形势趋势分析 383
  - 三、2012-2013年投资趋势及其影响因素 384
- 第二节政策法规环境分析 385
- 第三节社会发展环境分析 386

### 第十五章在线旅游行业投资机会与风险 388

第一节行业活力系数比较及分析	388
一、2013年相关产业活力系数比较	388
二、2011-2013行业活力系数分析	392
第二节行业投资收益率比较及分析	393
一、2012年相关产业投资收益率比较	393
二、2011-2012行业投资收益率分析	395
第三节在线旅游行业投资效益分析	396
一、2012-2013年在线旅游行业投资状况分析	396
二、2013-2017年在线旅游行业投资效益分析	396
三、2013-2017年在线旅游行业投资趋势预测	397
四、2013-2017年在线旅游行业的投资方向	397
五、中企顾问投资建议	397
六、新进入者应注意的障碍因素分析	398
第四节影响在线旅游行业发展的主要因素	399
一、2013-2017年影响在线旅游行业运行的有利因素分析	399
二、2013-2017年影响在线旅游行业运行的稳定因素分析	399
三、2013-2017年影响在线旅游行业运行的不利因素分析	400
四、2013-2017年我国在线旅游行业发展面临的挑战分析	400
五、2013-2017年我国在线旅游行业发展面临的机遇分析	400
第五节在线旅游行业投资风险及控制策略分析	401
一、2013-2017年在线旅游行业市场风险及控制策略	401
二、2013-2017年在线旅游行业政策风险及控制策略	401
三、2013-2017年在线旅游行业经营风险及控制策略	402
四、2013-2017年在线旅游行业技术风险及控制策略	402
五、2013-2017年在线旅游行业同业竞争风险及控制策略	403
第十六章在线旅游行业投资战略研究	404
第一节在线旅游行业发展战略研究	404
一、产业战略规划	404
二、技术开发战略	404
三、业务组合战略	404
四、区域战略规划	405

五、营销品牌战略	405
六、竞争战略规划	406
第二节对我国在线旅游品牌的战略思考	406
一、企业品牌的重要性	406
二、在线旅游实施品牌战略的意义	407
三、在线旅游企业品牌的现状分析	408
四、我国在线旅游企业的品牌战略	408
第三节在线旅游企业经营管理策略	410
一、成本控制策略	410
二、定价策略	411
三、产品竞争策略	411
四、并购重组策略	412
五、营销策略	414
六、人力资源管理策略	416
七、财务管理策略	418
第四节在线旅游行业投资战略研究	420
一、2013年文化产业投资战略	420
二、2011-2012在线旅游投资概况	424
三、2013-2017年在线旅游行业投资战略	425

## 图表目录

图表：我国在线旅游产业链示意图	4
图表：2006-2012年我国出境人数增长情况	22
图表：我国消费者境外消费奢侈品种类	22
图表：2012年全球十大接待游客最多的国家	23
图表：万豪酒店集团旗下酒店品牌	43
图表：万豪酒店集团CDS销售份额	44
图表：酒店应对市场急剧变化的战略选择	49
图表：2012年我国旅行社前十位排名情况	59
图表：2012我国入境旅游旅游接待情况	73
图表：2013年上半年我国接待入境旅游人数	74
图表：2012年我国入境接待前十地区	75

图表：2012年我国入境旅游外汇情况	75
图表：2013年上半年我国入境旅游外汇情况	75
图表：2011年主要客源国入境旅游人数和增长情况	76
图表：2012年12月主要客源市场情况	77
图表：2013年6月外国游客入境旅游情况	77
图表：2012年我国接待入境旅客过夜人数	78
图表：2013年上半年我国入境旅客过夜人数	78
图表：2013年6月我国入境外国游客来源情况	79
图表：2013年上半年我国入境游客目的情况	80
图表：2013年暑期海岛游预定TOP10	86
图表：世界主要国家商务旅行支出的增长率	91
图表：2012年全球十大商务旅行市场	91
图表：2012年我国中秋国庆黄金周个城市旅游收入排行	94
图表：2012年不同市场旅行者使用互联网进行旅行计划和预订情况	114
图表：2012年不同市场旅行者使用互联网和在线渠道情况	115
图表：2012年不同市场旅行者使用互联网和在线渠道情况	116
图表：2009-2013年美国在线旅游市场规模及增长	118
图表：2012年美国在线旅游出游目的构成	118
图表：2010-2012年欧洲在线旅游市场规模	120
图表：2013-2015年欧洲在线旅游市场规模预测	121
图表：2009-2012年中国在线旅游市场营收情况	128
图表：中国在线旅游企业产业链代表企业	128
图表：我国在线旅游行业三大主要公司	129
图表：2013年7月主要网站在线酒店团购产品丰富度监测数据	130
图表：2013年7月在线旅游网站酒店团购产品主要地区分布	130
图表：2013年7月主要在线旅游网站团购产品丰富度监测	131
图表：我国在线旅游消费者性别比例	144
图表：2012年我国在线旅游消费者年龄结构	144
图表：我国在线旅游不同学历消费者比例	145
图表：我国在线旅游消费者不同地域分布	145
图表：我国在线旅游消费者不同收入水平分布	146
图表：我国在线旅游消费者不同职业分布	147

图表：2009-2015年中国在线旅游度假市场交易规模	154
图表：2011-2013年中国在线度假市场结构	155
图表：2012年中国在线旅游度假出境游市场结构	156
图表：2012年中国在线旅游度假周边游市场结构	157
图表：2012年中国在线旅游市场度假国内游市场结构	158
图表：国内旅游社交网站不正当商业行为	171
图表：2012-2013年中国在线旅游市场交易规模	174
图表：2011-2013年中国在线旅游OTA市场营收份额	175
图表：2013年第二季度在线旅游OTA市场份额	176
图表：我国主题公园根据主题和体验内容不同的分类	186
图表：影响我国主题公园行业发展因素	186
图表：国内外主题公园对比分析	187
图表：我国的旅游文化演艺节目分类	197
图表：2012年我国星级饭店基本指标统计表	201
图表：2012年我国星级饭店主要指标统计表	202
图表：2013年第二季度我国星级饭店分星级经营情况统计	202
图表：2013年第二季度我国星级饭店分星级经营情况平均指标比较	203
图表：2012年我国星级饭店主要指标排名前十地区	203
图表：2012年我国重点旅游城市星级饭店规模结构	204
图表：2012年我国重点旅游城市星级饭店主要指标前十	205
图表：2013年第二季度我国重点旅游城市星级饭店平均房价前十	205
图表：2013年第二季度我国重点旅游城市星级饭店出租率前十	206
图表：2013年第二季度我国重点旅游城市星级饭店环比增长前十	206
图表：2013年第二季度我国重点旅游城市星级饭店环比下降前十	207
图表：2013年第二季度我国重点旅游城市星级饭店同比增长前十	207
图表：2013年第二季度我国重点旅游城市星级饭店同比下降前十	208
图表：2012年我国旅行社入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家和地区	220
图表：2012年我国旅行社入境旅游接待人次排名前十位的客源地国家和地区	220
图表：2012年我国旅行社国内旅游组织人次排名前十位的省份	221
图表：2012年我国旅行社国内旅游接待人次排名前十位的省份	221
图表：2012年我国旅行社出境旅游组织人次排名前十位的目的地国家和地区	222
图表：2012年酒店直销和分销间夜量对比	247

图表：我国不同直/分销模式对比	248
图表：酒店渠道房价和销量二维矩阵	249
图表：2012年中国用户经常使用的机票预订在线旅游提供商	256
图表：2012年中国用户经常使用的酒店预订在线旅游提供商	257
图表：2011-2012年艺龙盈利状况表	324
图表：2011-2012年艺龙财务状况表	324
图表：酷讯百度搜索界面图	338
图表：2009-2013年我国在线旅游市场规模及增长	362
图表：2006-2015年在线旅游对国内旅游市场的渗透度	362
图表：影响旅游者选择在线旅游服务商的影响因素比例	363
图表：2013-2016年全球在线旅游市场预测	369
图表：消费者觉得还需要增加或者提升的旅游信息服务	369
图表：2012年在线旅游团购比例	370
图表：2009-2016年中国在线旅游市场交易规模及预测	371
图表：2013-2014年我国在线预订市场结构	371
图表：2011-2012年中国在线旅游市场交易规模	373
图表：2009-2016年中国在线旅游OTA市场营收规模	374
图表：2011-2012年中国在线旅游OTA市场营收规模	374
图表：2011-2012年中国在线旅游OTA市场营收份额	375
图表：国内在线旅游行业主要投资情况表	378
图表：2010-2013年中国累计GDP增长率走势	381
图表：2010-2013年我国工业生产以及投资、消费、出口需求增长趋势	382
图表：2010-2013年我国CPI和PPI变化趋势	382
图表：2013年第一季度我国企业景气指数表	383
图表：2011-2013年美国、欧元区以及日本季度GDP环比增长趋势	383
图表：2013年1-7月份，全国固定资产投资增速图	384
图表：2011-2013年中国交通运输行业企业景气指数	388
图表：2011-2013年中国交通运输行业旅客周转量及增速对比	388
图表：2013年第一季度我国星级饭店经营情况统计表	389
图表：2013年第一季度我国星级饭店经营情况平均指标统计表	389
图表：2013年第二季度我国星级饭店经营情况统计表	389
图表：2013年第二季度我国星级饭店经营情况平均指标统计表	390

图表：2013年上半年交通运输行业子行业投资增速 393

图表：2011-2013年全国及全国交通运输行业投资累计增长率变动趋势 393

图表：2011-2013年交通运输业固定资产投资完成额及增速对比 394

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201312/101629.html>