

2020-2026年中国在线旅游 市场深度分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国在线旅游市场深度分析与投资战略报告》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/202007/172356.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

在线交通市场份额过半，居于首位；在线住宿占比在 20%-26%之间；两者均呈下降趋势。随着居民旅游需求的多元化和个性化增强，在线度假迅速发展，2010-2017 年占比从 7.0%上升至 17.9%。在线旅游市场结构

中企顾问网发布的《2020-2026年中国在线旅游市场深度分析与投资战略报告》共十章。首先介绍了在线旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国在线旅游规模及消费需求，然后对中国在线旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线旅游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 在线旅游行业基本概述

第一节 在线旅游行业有关定义及分类

第二节 在线旅游行业发展综述及运行特点

一、在线旅游行业发展综述

二、在线旅游行业发展历程

三、在线旅游行业运行特点

第三节 在线旅游行业在国民经济中的地位

第二章 在线旅游行业国内外发展概述

第一节 国际在线旅游行业发展总体概况

一、2016-2018年全球在线旅游行业发展概况

二、主要国家和地区发展概况

1、美国

2、欧洲

3、韩国

4、日本

5、泰国

三、2020-2026全球在线旅游行业发展趋势

第二节 中国在线旅游行业发展概况

一、2016-2018年中国在线旅游行业发展概况

二、中国在线旅游行业发展中存在的问题

三、未来5年中国在线旅游行业发展趋势

第三章 在线旅游行业发展环境分析

第一节 2016-2018年宏观经济环境

第二节 在线旅游行业政策与重要规划、标准

一、行业“十二五”发展规划

二、相关政策法规

三、相关行业标准

第三节 在线旅游行业技术环境分析

第四节 行业所进入的壁垒与周期性分析

第五节 国际环境

一、全球在线旅游行业发展综述

二、主要国家和地区在线旅游行业发展动态

三、国内外经济形势对在线旅游行业发展环境的影响

第四章 在线旅游行业市场分析

第一节 2016-2018年中国在线旅游行业市场规模分析

一、2016-2018年在线旅游行业市场规模及增速

二、在线旅游行业市场饱和度

三、国内外经济形势对在线旅游行业市场规模的影响

四、在线旅游行业市场规模2008-2018年中国在线度假旅游市场交易规模分析

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

一、在线旅游行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对在线旅游行业的影响

三、差异化分析

第五章 一线城市在线旅游行业运作情况分析

第一节 北京

第二节 上海

第三节 深圳

第四节 广州

第五节 天津

第六章 中国在线旅游行业区域市场需求分析

第一节 华北地区在线旅游行业需求分析

第二节 东北地区在线旅游行业需求分析

第三节 华东地区在线旅游行业需求分析

第四节 华南地区在线旅游行业需求分析

第五节 华中地区在线旅游行业需求分析

第六节 西南地区在线旅游行业需求分析

第七章 在线旅游行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争状况分析

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业（品牌）间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、产品/服务质量

五、价格

第三节 行业集中度分析

第四节 在线旅游行业市场竞争策略分析

一、在线旅游行业市场增长潜力分析

二、在线旅游行业产品竞争策略分析

三、在线旅游行业竞争格局展望

第五节 在线旅游行业价格趋势分析

一、价格特征分析

二、主要品牌企业产品价位

三、价格与成本的关系

四、行业价格策略分析

五、国内外经济形势对在线旅游行业产品价格的影响

第六节 在线旅游行业互补品分析

一、互补品种类

二、互补品对在线旅游行业的影响

三、互补品发展趋势

四、国内外经济形势对在线旅游行业互补品的影响

第八章 国内在线旅游重点企业发展情况分析

第一节 去哪儿网

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

第二节 携程旅行网

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

第三节 同程网

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

第四节 艺龙旅行网

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

第五节 欣欣旅游网

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

第六节 驴妈妈旅游网

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

第九章 2020-2026年中国在线旅游行业发展前景分析与预测

第一节 2020-2026年行业未来发展前景分析

一、2020-2026年行业国内投资环境分析

二、2020-2026年行业市场机会分析

三、2020-2026年行业投资增速预测

第二节 2020-2026年行业未来发展趋势预测

第三节 2020-2026年行业市场发展预测

一、2020-2026年行业市场规模预测

二、2020-2026年行业市场规模增速预测

三、2020-2026年行业产值规模预测

四、2020-2026年行业产值增速预测

第四节 2020-2026年行业盈利走势预测

一、2020-2026年行业毛利润同比增速预测

二、2020-2026年行业利润总额同比增速预测

第十章 2020-2026年在线旅游行业未来发展相关建议

第一节 在线旅游企业营销策略

一、技术开发策略

二、价格策略

三、渠道建设与管理策略

四、促销策略

五、服务策略

六、品牌策略

第二节 在线旅游企业投资策略

一、子行业投资策略

二、区域投资策略

三、产业链投资策略

第三节在线旅游企业应对当前经济形势策略建议

一、战略建议

二、财务策略建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/172356.html>