2021-2027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

《2021-2027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/202109/240658.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（OTA，全称为OnlineTravelAgency），是旅游电子商务行业的专业词语。指“旅游消费者通过网络向旅游服务提供商预定旅游产品或服务，并通过网上支付或者线下付费，即各旅游主体可以通过网络进行产品营销或产品销售”。

2016年中国在线旅游市场交易规模达5934.6亿元，增长率为34.0%，线上渗透率为12.1%，较去年相比提升了1.4个百分比。与此同时，艾瑞咨询还认为，中国网民的规模趋于稳定，人口红利带来的优势在逐步消退，在线旅游市场进入稳步上升时期。2009-2019年中国在线旅游市场交易规模走势　　中企顾问网发布的《2021-2027年中国在线旅游市场深度分析与投资战略报告》共十一章。首先介绍了中国在线旅游行业市场发展环境、在线旅游整体运行态势等，接着分析了中国在线旅游行业市场运行的现状，然后介绍了在线旅游市场竞争格局。随后，报告对在线旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对在线旅游产业有个系统的了解或者想投资中国在线旅游行业，本报告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.一章在线旅游行业发展综述
第.一节行业定义及特征等
一、行业定义
二、行业发展进程
三、行业特征分析
四、在线旅游的优势
第二节在线旅游行业经济指标分析
一、赢利性
二、成长速度
三、附加值的提升空间
四、进入壁垒／退出机制
五、风险性
六、行业周期

七、竞争激烈程度指标
八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章中国旅游所属行业市场发展分析
第.一节中国旅游市场发展环境
一、政策环境
二、经济环境
1、2015-2019年中国宏观经济分析
2、2015-2019年消费价格指数分析
3、2015-2019年城乡居民收入分析
第二节中国旅游市场现状和特点分析
一、中国旅游市场现状
二、中国旅游市场特点
三、中国网民旅游偏好
1、2019年热门旅游区域排名
2、2019年热门旅游国家排名
3、2019年国内热门旅游城市排名
4、2019年热门旅游景区排名

第三章在线旅游行业投资环境与政策分析
第.一节在线旅游行业企业投资环境分析
一、在线旅游行业政治环境
二、在线旅游行业经济环境
三、在线旅游行业社会环境
四、在线旅游行业技术环境
第二节在线旅游行业企业投资SWOT分析
一、在线旅游企业投资优势
二、在线旅游企业投资劣势
三、在线旅游企业投资机会
四、在线旅游企业投资威胁
第三节在线旅游行业企业投资准入政策分析
2、鼓励类目录

3、限制类目录
二、在线旅游不同类型企业投资准入政策
1、国有企业投资规定
2、民营企业投资规定
3、外资企业投资规定
三、在线旅游行业重点领域投资准入政策

第四章“互联网+”背景下在线旅游行业的机会与挑战
第.一节“互联网+”的相关概述
一、“互联网+”的提出
二、“互联网+”的内涵
三、“互联网+”的发展
四、“互联网+”的评价
五、“互联网+”的趋势
第二节“互联网+”在线旅游行业的机会与挑战
一、互联网时代行业大环境的变化
二、互联网直击传统行业消费痛点
三、互联网助力企业开拓市场
四、电商成为传统企业突破口
第三节“互联网+”在线旅游行业的改造与重构
一、互联网重构行业的供应链格局
二、互联网改变生产厂商营销模式
三、互联网导致行业利益重新分配
四、互联网改变行业未来竞争格局
第四节在线旅游与互联网融合创新机会孕育
一、电商政策变化趋势分析
二、电子商务消费环境趋势分析
三、互联网技术对行业支撑作用
四、电商黄金发展期机遇分析

第五章2015-2019年中国在线旅游所属行业经营效益分析
第.一节2015-2019年在线旅游所属行业发展分析

一、2015-2019年在线旅游行业发展概述
二、2019年在线旅游行业发展现状
三、2019年在线旅游行业发展分析
第二节2015-2019年在线旅游所属行业规模分析
一、在线旅游所属行业企业规模分析
二、在线旅游所属行业资产增长分析
三、在线旅游所属行业销售收入分析
四、在线旅游所属行业利润总额分析
第三节2015-2019年在线旅游所属行业经营效益
一、在线旅游所属行业偿债能力分析
二、在线旅游所属行业盈利能力分析
三、在线旅游所属行业的毛利率分析
四、在线旅游所属行业运营能力分析
第四节2015-2019年在线旅游所属行业成本费用
一、在线旅游所属行业销售成本分析
二、在线旅游所属行业销售费用分析
三、在线旅游所属行业管理费用分析
四、在线旅游所属行业财务费用分析

第六章在线旅游行业产业链分析
第.一节行业上游
一、主要预备品介绍
二、重点上游行业发展现状
三、重点上游行业发展趋势预测
四、行业新动态及其对行业的影响
五、行业竞争状况及其对行业的意义
第二节行业下游行业分析
一、主要应用领域分析
二、主要下游行业发展现状
三、主要下游行业发展趋势预测
四、主要下游行业市场现状分析
五、行业新动态及其对行业的影响

六、行业竞争状况及其对行业的意义
第三节行业上下游的投资建议
一、行业上游投资建议
二、行业下游投资建议

第七章在线旅游优势企业分析
第.一节北京众信国际旅行社股份有限公司
一、企业概况
二、企业经营分析
三、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势
五、企业发展机遇
第二节探路者控股集团股份有限公司
一、企业概况
二、企业经营分析
三、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势
五、企业发展机遇
第三节携程旅行网
一、企业概况
二、企业经营分析
三、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势
五、企业发展机遇
第四节去哪儿网
一、企业概况
二、企业经营分析
三、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势
五、企业发展机遇
第五节途牛旅游网
一、企业概况

二、企业经营分析
三、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势
五、企业发展机遇
第六节艺龙旅行网
一、企业概况
二、企业经营分析
三、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势
五、企业发展机遇

第八章2021-2027年在线旅游行业发展预测
第.一节需求与消费预测
一、2021-2027年旅游行业市场规模预测
二、2021-2027年旅游人数规模预测
三、2021-2027年在线旅游行业产品消费预测
第二节2021-2027年在线旅游行业市场规模预测OTA行业佣金体量与知识分子数量以及人均可支配收入正相关，我国与欧美的差距不只是知识分子数量的不足，更有人均消费能力的不足。美国、欧洲人均GDP分别为5.98万和3.37万美元，我国人均GDP仅为0.88万美元，北京和上海也不足2万美元。于是我国OTA消费者支付高佣金的能力不强，市场中佣金率低的交通业务占比高、佣金率高的酒店业务占比则不足，且我国OTA平台的整体服务水平不高，导致消费者支付高佣金的意愿也不强，交通、酒店各单项佣金率也都偏低。因此，我国OTA市场有效佣金量级还远不及欧美，携程营收仍不到BOOKING和Expedia的1/2甚至只有其1/3。随着我国知识分子数量的更快增长及人均消费能力的稳步提升，未来我国OTA企业有望依靠更大的酒店GMV体量和缓慢提升的佣金率，弥补与欧美OTA企业有效佣金量级的差距。中国OTA空间推算

第九章在线旅游企业投资目标区域机会分析
第.一节在线旅游行业企业投资目标区域
一、资源导向
二、区位导向
三、市场导向

四、政策导向

第二节华北地区在线旅游项目投资机会分析

一、华北投资优势分析

二、华北产业政策分析

三、华北市场需求规模

四、华北地区投资机会

第三节东北地区在线旅游项目投资机会分析

一、东北投资优势分析

二、东北产业政策分析

三、东北市场需求规模

四、东北地区投资机会

第四节华东地区在线旅游项目投资机会分析

一、华东投资优势分析

二、华东产业政策分析

三、华东市场需求规模

四、华东地区投资机会

第五节华中地区在线旅游项目投资机会分析

一、华中投资优势分析

二、华中产业政策分析

三、华中市场需求规模

四、华中地区投资机会

第六节华南地区在线旅游项目投资机会分析

一、华南投资优势分析

二、华南产业政策分析

三、华南市场需求规模

四、华南地区投资机会

第七节西部地区在线旅游项目投资机会分析

一、西部投资优势分析

二、西部产业政策分析

三、西部市场需求规模

四、西部地区投资机会

第十章在线旅游行业投资战略分析
第.一节行业发展机会
一、行业前景分析
二、行业潜力分析
三、行业发展趋势分析
第二节影响行业发展的主要因素
一、2019年影响行业运行的有利因素
二、2019年影响行业运行的稳定因素
三、2019年影响行业运行的不利因素
四、2019年我国行业发展面临的挑战
五、2019年我国行业发展面临的机遇
第三节行业投资风险及控制策略分析
一、2021-2027年行业市场风险及控制策略
二、2021-2027年行业政策风险及控制策略
三、2021-2027年行业经营风险及控制策略
四、2021-2027年行业技术风险及控制策略
五、2021-2027年同业竞争风险及控制策略

第十一章行业发展建议
第.一节行业投资方向建议
第二节行业投资方式建议

图表目录：

图表2019年热门旅游区域排名
图表2019年热门旅游国家TOP10排名
图表2019年热门旅游城市TOP10排名
图表2019年热门旅游景区TOP15排名
图表2015-2019年持不同目的预订机票的用户分布对比
图表2019年携程、去哪儿用户在其各自网站预订机票的原因
图表2019年用户使用电脑和手机预订机票的频度
图表2015-2019年持不同目的预订酒店的用户分布对比
图表2019年在线旅游预订用户预订酒店类型分布

图表2015-2019年中国在线旅游行业资产总额增长趋势图
图表2015-2019年中国在线旅游行业负债变化趋势她
图表2015-2019年中国在线旅游行业销售收入增长趋势图
图表2015-2019年中国在线旅游行业利润总额趋势图
图表2015-2019年中国在线旅游行业销售毛利率情况
图表2015-2019年中国在线旅游行业成本费用利润率情况
图表2015-2019年中国在线旅游行业销售利润率情况
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.cction.com/report/202109/240658.html