

# 2022-2028年中国互联网+ 旅行社行业发展态势与未来发展趋势报告

## 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

《2022-2028年中国互联网+旅行社行业发展态势与未来发展趋势报告》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/202201/263360.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

2019年中国旅游市场整体继续保持稳步增长态势，用户旅游需求增长旺盛。预计2019年全年国内旅游人次和旅游总收入同比增长率分别达到9.6%和9.2%，旅游市场经济发展前景向好。2015-2019中国国内旅游人次变化及预测数据来源：公共资料整理 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+旅行社行业发展态势与未来发展趋势报告》共六章。首先介绍了互联网+旅行社行业市场发展环境、互联网+旅行社整体运行态势等，接着分析了互联网+旅行社行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+旅行社市场竞争格局。随后，报告对互联网+旅行社做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+旅行社行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+旅行社产业有个系统的了解或者想投资互联网+旅行社行业，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1章：中国互联网+旅行社行业发展现状及前景1.1“互联网+旅行社”行业概念界定1.1.1“互联网+”的提出及内涵（1）“互联网+”的提出（2）“互联网+”的内涵（3）“互联网+”概念的影响1.1.2“互联网+旅行社”行业的内涵和发展阶段分析1.2互联网给旅行社行业带来的冲击和变革分析1.2.1互联网+旅行社行业发展背景分析（1）中国互联网+旅行社行业政策背景分析1）行业政策发展现状2）政策环境对行业的影响（2）中国互联网+旅行社行业经济背景分析1）宏观经济环境分析2）宏观经济发展对行业的影响1.2.2互联网给旅行社行业带来的挑战分析1.2.3互联网+旅行社行业融合创新机会分析1.3中国互联网+旅行社行业市场发展现状分析1.3.1旅行社行业交易规模互联网渗透率分析1.3.2中国互联网+旅行社行业市场规模分析1.3.3中国互联网+旅行社行业竞争格局分析（1）中国互联网+旅行社行业竞争者类型（2）中国互联网+旅行社行业市场占有率1.4中国互联网+旅行社行业市场发展前景分析1.4.1中国互联网+旅行社行业市场增长动力分析1.4.2中国互联网+旅行社行业市场发展瓶颈剖析1.4.3中国互联网+旅行社行业市场发展趋势分析1.5中国旅行社行业电商发展现状及前景预测1.5.1中国旅行社行业电商总体开展情况1.5.2中国旅行社行业电商交易规模分析1.5.3中国旅行社行业电商产品/服务品类1.5.4中国旅行社行业电商市场现存问题1.5.5中国旅行社行业电商市场趋势分析1.5.6中国旅行社行业电商市场规模预测 第2章：中国互联网+旅行社行业商业模式创新策略2.1关于商业模式研究的基本思想介绍2.1.1商业模式的定义及与其他模式的比较2.1.2商业模式的核心构成要素及构建流程（1）核心构成要素（2）结构体系2.2中国互联网+旅行社行业市场定位创新分析2.2.1中国旅行社行业消费者特征分析

(1) 年龄分布 (2) 性别分布 (3) 地域分布 (4) 学历分布 (5) 职业分布 (6) 收入分布

2.2.2 中国旅行社行业企业主流的市场定位分析

2.2.3 互联网对旅行社行业市场定位的变革分析

2.2.4 互联网下旅行社行业市场定位优秀案例分析

2.3 中国互联网+旅行社行业价值主张创新分析

2.3.1 中国旅行社行业主要的客户价值主张要素分析

2.3.2 互联网+旅行社行业价值主张创新策略分析

(1) 旅行社行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

(2) 旅行社行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

(3) 旅行社行业企业如何利用互联网节约客户成本

2.3.3 互联网+旅行社行业价值主张创新优秀案例

2.4 中国互联网+旅行社行业渠道通路创新分析

2.4.1 中国旅行社行业渠道通路的主要类别及特点分析

(1) 价值传递通路的定义及特点

1) 定义

2) 特点

(2) 产品销售渠道的定义及特点

1) 定义

2) 特点

3) 分类

(3) 传统渠道通路的优势及不足

1) 传统渠道通路的类型及评价

2) 传统渠道通路的功能

(4) 互联网对渠道通路的改造分析

2.4.2 互联网对旅行社行业渠道通路的颠覆性变革分析

(1) 弱化了旅行社生产、代理销售的职能

(2) 弱化了旅行社提供信息职能

2.4.3 互联网+旅行社行业网络媒体广告宣传策略分析

2.4.4 互联网+旅行社行业电商渠道构建策略分析

2.4.5 互联网+旅行社行业渠道通路创新优秀案例

2.5 中国互联网+旅行社行业客户关系创新分析

2.5.1 中国旅行社行业客户关系的类别及关系成本分析

(1) 旅行社行业客户关系的类别分析

(2) 旅行社行业客户关系成本分析

2.5.2 中国互联网+旅行社行业客户关系创新路径分析

(1) 建立以客户为中心的电子商务网站

(2) 为旅行社实现顾客分层管理提供条件

2.5.3 中国互联网+旅行社行业客户关系创新优秀案例

2.6 中国互联网+旅行社行业收入来源创新分析

2.6.1 中国旅行社行业收入的主要来源渠道及特点

2.6.2 中国互联网+旅行社行业收入来源创新优秀案例

2.7 中国互联网+旅行社行业合作伙伴创新分析

2.7.1 中国旅行社行业主要的合作伙伴及其特点分析

(1) 旅行社供应厂商

(2) 旅行社合作厂商

2.7.2 互联网下旅行社行业新增合作伙伴的特点

2.7.3 互联网下旅行社行业新增合作伙伴优秀案例

2.8 中国互联网+旅行社行业成本机构优化分析

2.8.1 中国旅行社行业主要成本结构及特点分析

2.8.2 互联网如何改变旅行社行业成本结构

2.8.3 互联网下旅行社行业成本结构的优化路径

2.9 国外互联网+旅行社行业商业模式创新经验

2.9.1 国外互联网+旅行社行业商业模式优秀案例剖析

(1) 美国运通公司

1) 基本信息分析

2) 经营情况分析

3) 商业模式分析

4) 商业模式评价

(2) 德国途易公司

1) 基本信息分析

2) 经营情况分析

3) 商业模式分析

(3) GrayLine

1) 基本信息分析

2) 经营情况分析

3) 商业模式分析

2.9.2 国外互联网+旅行社行业商业模式创新经验借鉴

第3章：中国旅行社行业企业电商战略规划及模式选择

3.1 中国旅行社行业企业电商战略规划分析

3.1.1 旅行社企业电商如何正确定位

(1) 盈利策略定位

(2) 核心产品(竞争力)定位

3.1.2 旅行社电商核心业务确定策略

(1) 旅行社服务产品方面的创新：个性化

(2) 旅游服务内涵方面的创新：差异化

(3) 旅行社服务品种方面的创新：多样化

(4) 旅游产品线路设计方面的创新：主题化

(5) 旅游社服务产品生产方面的创新：模块化

3.2 中国旅行社行业典型

电商发展模式总体分析3.2.1中国电子商务主流模式分析3.2.2B2B电商模式及其优劣势分析（1）B2B电商模式的定义及特点1）定义2）分类3）特点（2）B2B电商模式的盈利模式分析（3）B2B电商模式的运营成本分析1）技术成本2）安全成本3）物流成本4）客户成本（4）B2B电商模式的经营风险分析1）管理风险2）技术安全风险3）政策法律风险4）信用风险（5）B2B电商模式的关键资源能力（6）B2B电商模式的优劣势分析（7）B2B电商模式优秀案例分析1）发展历程2）电子商务模式3.2.3B2C电商模式及其优劣势分析（1）B2C电商模式的定义及特点1）定义2）特点（2）B2C电商模式的盈利模式分析（3）B2C电商模式的运营成本分析1）采购成本2）营销推广3）仓储物流4）运营费用5）人力及其他费用（4）B2C电商模式的经营风险分析（5）B2C电商模式的关键资源能力1）规模效应2）供应链3）物流4）IT信息系统（6）B2C电商模式的优劣势分析（7）B2C电商模式优秀案例分析1）产业链2）营销模式3）盈利模式3.2.4C2C电商模式及其优劣势分析（1）C2C电商模式的定义及特点1）定义2）特点（2）C2C电商模式的盈利模式分析（3）C2C电商模式的运营成本分析1）各项硬件和软件的投入和维护成本2）物流成本3）顾客成本4）网络店铺的维护成本5）产品成本（4）C2C电商模式的经营风险分析1）法律制度风险2）信用风险3）支付风险4）技术风险（5）C2C电商模式的关键资源能力（6）C2C电商模式的优劣势分析（7）C2C电商模式优秀案例分析1）商业模式2）营销策略3）收入来源3.2.5O2O电商模式及其优劣势分析（1）O2O电商模式的定义及特点1）定义2）特点（2）O2O电商模式的盈利模式分析（3）O2O电商模式的运营成本分析1）技术成本2）通讯成本3）物流成本4）线下运营成本5）安全成本（4）O2O电商模式的经营风险分析（5）O2O电商模式的关键资源能力（6）O2O电商模式的优劣势分析（7）O2O电商模式优秀案例分析3.2.6中国旅行社行业最优电商模式的选择3.3中国旅行社行业企业电商切入模式及发展路径3.4中国旅行社行业移动电商切入路径及典型产品3.4.1中国旅行社行业移动电商的商业价值分析（1）移动电商的商业价值分析1）不受时空限制的移动性2）提供更好的私密性和个性化服务3）信息的获取将更为及时4）提供基于位置的服务5）支付更加方便快捷（2）中国移动互联网发展现状1）移动互联网行业市场规模分析2）移动互联网行业用户规模分析3）手机网络购物用户规模分析4）移动电子商务交易规模（3）中国移动互联网前景预测3.4.2中国旅行社行业移动电商市场发展现状3.4.3中国旅行社行业移动电商市场切入路径（1）APP入口中国在线旅游预订APP活跃用户情况数据来源：公共资料整理（2）地图和攻略3.4.4中国旅行社行业移动电商典型产品形式（1）在线机票（2）在线酒店（3）线上门票预订（4）出境游服务2019中国游客出境分布数据来源：公共资料整理3.4.5中国旅行社行业移动电商发展趋势及前景第4章：中国互联网+旅行社商业模式创新优秀案例剖析4.1携程旅行网4.1.1基本信息分析4.1.2经营情况分析4.1.3产品/服务分析4.1.4盈利模式分析4.1.5渠道通路分析4.1.6合作伙伴分析4.1.7融资情况分析4.1.8商业模式评价4.2去哪儿网4.2.1基本信息分析4.2.2经营情况分

析4.2.3产品/服务分析4.2.4盈利模式分析4.2.5渠道通路分析4.2.6核心能力分析4.2.7融资情况分析4.2.8商业模式评价4.3途牛旅游网4.3.1基本信息分析4.3.2经营情况分析4.3.3产品/服务分析4.3.4盈利模式分析4.3.5渠道通路分析4.3.6合作伙伴分析4.3.7融资情况分析4.3.8商业模式评价4.4同程旅游4.4.1基本信息分析4.4.2经营情况分析4.4.3产品/服务分析4.4.4盈利模式分析4.4.5渠道通路分析4.4.6合作伙伴分析4.4.7融资情况分析 第5章：中国互联网+旅行社行业市场投资机会及建议5.1中国互联网+旅行社行业投资特性及风险5.1.1互联网+旅行社行业投资壁垒分析（1）政策壁垒（2）准入壁垒（3）品牌壁垒5.1.2互联网+旅行社行业投资特性分析5.1.3互联网+旅行社行业投资风险分析（1）旅行社业政策风险（2）旅行社业宏观经济波动风险（3）旅行社业季节性风险（4）旅行社业其他风险5.2中国互联网+旅行社行业投融资现状及趋势5.2.1中国互联网+旅行社行业投资现状及趋势（1）中国互联网+旅行社行业投资主体结构（2）2019年主要投资事件分析（3）各投资主体投资趋势分析5.2.2中国互联网+旅行社行业融资现状及趋势（1）中国互联网+旅行社行业融资主体分析（2）2019年主要融资事件分析1）挂牌新三板2）旅游B2B3）定制游4）周边游5）户外运动6）非标准住宿7）其他（3）互联网+旅行社行业融资趋势分析5.3中国互联网+旅行社行业投资机会及建议5.3.1中国互联网+旅行社行业投资机会分析5.3.2关于互联网+旅行社行业的投资建议（1）对景区进行股权投资（2）投资重点细分市场 第6章：中国大型企业互联网+旅行社投资布局分析6.1相关上市公司“互联网+旅行社”投资布局（）6.1.1中青旅控股股份有限公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互联网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向6.1.2中国国旅股份有限公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互联网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向6.1.3上海锦江国际旅游股份有限公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互联网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向6.1.4北京众信国际旅行社股份有限公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互联网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向6.1.5国旅联合股份有限公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互联网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向6.1.6大连万达商业地产股份有限公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互联网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向6.1.7海航凯撒旅游集团股份有限公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互联网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向6.2大型互联网企业“互联网+旅行社”投资布局6.2.1阿里巴巴（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互

网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向6.2.2百度公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互联网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向6.2.3腾讯公司（1）企业基本信息分析（2）企业经营情况分析（3）企业互联网+旅行社投资布局（4）企业互联网+旅行社产品/服务分析（5）企业最新发展动向

图表目录

图表1：互联网+概念简介

图表2：互联网+概念的提出

图表3：“互联网+”行动的保护领域

图表4：互联网+旅行社行业发展阶段

图表5：互联网+旅行社行业政策

图表6：2015-2019年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表7：2015-2019年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

图表8：2019年服务业税收占比（单位：%）

图表9：旅游电子商务对传统旅行社的冲击

图表10：2015-2019年中国旅行社市场在线渗透率（单位：%）

图表11：2015-2019年中国旅行社市场在线交易规模（单位：亿元，%）

图表12：2015-2019年中国在线旅行社行业市场份额（单位：%）

图表13：互联网+旅行社行业市场增长动力分析

图表14：互联网+旅行社行业发展主要阻碍因素分析

图表15：2015-2019年中国旅行社市场在线交易规模（单位：亿元，%）

图表16：旅行社行业电商三大产品

图表17：旅行社行业电商市场构成（单位：%）

图表18：2022-2028年中国旅行社电商市场规模预测（单位：亿元）

图表19：商业模式与其它模式的概念区别

图表20：商业模式的十要素

图表21：商业模式结构图

图表22：在线旅游厂商移动端用户年龄分布（单位：%）

图表23：在线旅游厂商移动端用户性别分布（单位：%）

图表24：在线旅游厂商移动端用户地域分布（单位：%）

图表25：在线旅游厂商移动端用户学历分布（单位：%）

图表26：在线旅游厂商移动端用户职业分布（单位：%）

图表27：在线旅游厂商移动端用户收入分布（单位：%）

图表28：商业模式中价值主张的主要要素

图表29：价值传递通路的特点

图表30：客户关系的几个驱动动机更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/263360.html>