

# 2020-2026年中国网上旅行 预订市场深度评估与前景趋势报告

## 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

《2020-2026年中国网上旅行预订市场深度评估与前景趋势报告》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/202002/153258.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

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国网上旅行预订市场深度评估与前景趋势报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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商用户黏性

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&mdash;&mdash;2004)
- 4、完善阶段(2005&mdash;&mdash;2008)
- 5、新探索阶段(2009&mdash;&mdash;至今)

### 第三节 2019年中国旅游电子商务现状综述

- 一、市场需求&mdash;持续增长
- 二、市场供给&mdash;不断增加
- 三、市场环境&mdash;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、旅游策划或成2010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、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 2020-2026年中国网上旅行预订行业发展趋势与前景展望

第一节 2020-2026年中国网上旅行预订行业发展前景分析

一、金融危机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 2020-2026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 2020-2026年中国网上旅行预订市场盈利预测分析

第十章 2020-2026年中国网上旅行预订行业投资价值研究

第一节 2020-2026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 2020-2026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

##### 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：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/订票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：2016-2019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：2016-2019年中国网上预订旅行市场规模

图表：2016-2019年中国网上预订旅行市场结构变化

图表：2016-2019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：2016-2019年中国网上旅行预订市场规模

图表：2016-2019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：2020-2026年中国网上旅行预订市场前景预测

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/153258.html>