

2020-2025年中国在线旅游行业市场深度分析及行业发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国在线旅游行业市场深度分析及行业发展趋势报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/tours/604730.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2019年出境游市场收到国际形势、社会治安等多方面因素影响，增速放缓，2019年全国出境游人次为1.69亿人次，同比增长12.8%。

2015-2019年中国出境旅游人次及增长

国内游市场日益成熟，以夜游为代表的特色旅游产品提供的快速发展为国人提供多元化的出游选择，2019年中国国内游人次突破60亿人次。

2015-2019年中国国内旅游人次及增长

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：

第一部分 行业发展概况

第一章 在线旅游行业发展概述

第一节 行业相关概念

一、在线旅游产业定义

二、在线旅游产业产品范围

三、在线旅游产业的发展

第二节 在线旅游产业产品与服务

一、在线旅游产业主要业态

二、在线旅游产业组织形式

三、在线旅游产品种类

第三节 在线旅游产业投资特性分析

一、在线旅游产业赢利性

二、在线旅游产业成长性

三、在线旅游产业风险性

四、在线旅游业进入壁垒

第四节 在线旅游业现行管理体制分析

一、现行管理体制制约在线旅游业的发展

二、在线旅游协会在市场管理中的作用

三、对在线旅游行业行政管理体制改革的建议

第二章 旅游业市场发展分析

第一节 全球旅游市场发展分析

- 一、全球国际旅游人数分析
- 二、全球国际旅游收入分析
- 三、全球领先旅游业企业发展分析

第二节 中国国内旅游市场发展分析

- 一、2015-2019年中国国内旅游概况
- 二、2015-2019年国内旅游的发展特征
- 三、中国国内旅游市场"十三五"发展预测分析

第三节 中国入境旅游市场发展分析

- 一、2015-2019年中国入境旅游概况
- 二、2015-2019年入境旅游主要特点
- 三、入境旅游市场"十三五"发展预测分析

第四节 中国出境旅游市场发展分析

- 一、2015-2019年中国出境旅游概况
- 二、2015-2019年出境旅游目的地概况
- 三、出境旅游市场"十三五"发展预测分析

第五节 中国黄金周旅游市场发展分析

- 一、十一黄金周旅游市场发展分析
- 二、春节黄金周旅游市场发展分析

第六节 中国旅游业"走出去"机遇分析

- 一、旅游子行业海外市场扩张现状调研
- 二、旅游业海外扩张存在问题
- 三、未来海外市场前景展望
- 四、行业海外扩张对策建议

第三章 全球在线旅游市场发展分析

第一节 2019年全球在线旅游市场分析

- 一、2019年全球在线旅游市场回顾
- 二、2019年全球在线旅游市场环境
- 三、2019年全球在线旅游格局分析
- 四、2019年全球在线旅游行业发展分析

第二节 2019年全球在线旅游市场分析

- 一、2019年全球在线旅游需求分析
- 二、2019年全球在线旅游行业发展分析
- 三、2019年全球在线旅游市场环境
- 四、2019年中外在线旅游市场对比

第三节 主要国家地区在线旅游市场分析

一、2015-2019年美国在线旅游市场分析

二、2015-2019年欧洲在线旅游市场分析

三、2015-2019年日本在线旅游市场分析

四、2015-2019年东南亚在线旅游市场分析

第四章 2015-2019年中国在线旅游业运营态势分析

第一节 2015-2019年中国在线旅游产业的发展分析

一、我国在线旅游业的兴起与开发状况分析

二、在线旅游业在中国渐趋升温

三、我国在线旅游联姻分析

第二节 2015-2019年中国在线旅游业存在的问题

一、在线旅游发展中存在的阻碍

二、我国在线旅游开发的错误观念

三、影视作品对旅游业发展的消极影响

四、在线旅游结合存在的缺陷

第三节 2015-2019年中国在线旅游业开发的对策分析

第五章 中国在线旅游产业消费者行为调研

第一节 消费者旅游偏好调研

随着国内人民在境内游目的地选择上的差异化程度加深，游客对于当地玩乐的丰富度和新颖度要求在随之变化，对旅游产品的感知力和体验感的追求也随之提升。区别于交通、住宿等标准化产品，目的地资源庞杂分散、新兴目的地又在不断被开发，发掘地方特色、将丹迪生活文化场景转化为旅游产品成为考验旅游企业发觉创新的关键。

2019年中国在线旅游用户国内目的地选择倾向

第二节 消费者行为习惯调研

一、不同性别消费者结构调研

二、不同年龄消费者结构调研

三、不同学历消费者结构调研

四、中国在线旅游地域分布比例调研

五、在线旅游用户收入结构调研

六、不同职业消费者调研

第六章 我国在线旅游市场发展研究

第一节 2019年我国在线旅游市场发展研究

第二节 2019年我国在线旅游市场状况分析

第七章 我国在线旅游市场调查分析

第一节 2019年我国在线旅游市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、竞争情况分析
- 四、经营商分析

第二节 2019年我国在线旅游市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、竞争情况分析
- 四、经营商分析

第八章 中国在线旅游业子行业发展分析

第一节 旅游景区发展分析

- 一、旅游景区基本状况分析
- 二、旅游景区业绩增长分析
- 三、主题公园行业发展分析
- 四、旅游文化演艺行业发展分析

第二节 酒店业发展分析

- 一、星级饭店发展分析
- 二、经济型连锁酒店发展分析
- 三、中国酒店业发展趋势预测分析

第三节 餐饮业发展分析

- 一、餐饮业集中度分析
- 二、餐饮百强企业经营分析
- 三、餐饮业发展趋势预测分析

第四节 旅行社发展分析

- 一、旅游社行业发展概况
- 二、旅行社业务分析
- 三、旅行社行业总体结构分析
- 四、旅行社行业转型分析
- 五、国际旅行社行业的发展借鉴

第二部分 行业竞争情况分析

第九章 在线旅游行业竞争格局分析

第一节 现有企业间竞争

第二节 潜在进入者分析

第三节 替代品威胁分析

第四节 供应商议价能力

第五节 客户议价能力

第十章 国内外重点在线旅游公司竞争情况分析

第一节 携程

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务情况分析

四、发展战略

第二节 驴妈妈

一、概况

二、SWOT分析

三、发展战略

第三节 去哪儿

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务情况分析

四、发展战略

第四节 途牛

一、概况

二、竞争优势

三、发展战略

第五节 乐途旅游网

一、概况

二、发展历程

三、竞争优势

第六节 艺龙旅行网

一、概况

二、竞争优势

三、经营和财务情况分析

四、发展战略

第三部分 行业发展趋势预测分析

第十一章 在线旅游行业发展趋势预测

第一节 我国在线旅游行业前景与机遇分析

一、我国在线旅游行业发展前景

二、我国在线旅游发展机遇分析

三、2019年在线旅游的发展趋势预测

四、贸易战对在线旅游行业的影响分析

第二节 2015-2019年中国在线旅游市场趋势预测

一、2015-2019年在线旅游市场发展空间

二、2015-2019年在线旅游发展趋势预测

三、2015-2019年在线旅游价格走势分析

四.2015-2019年国际环境对行业的影响

第十二章 未来在线旅游行业发展预测分析

第一节 未来在线旅游需求与消费预测分析

一、2020-2025年在线旅游消费预测分析

二、2020-2025年在线旅游市场规模预测分析

第二节 2020-2025年中国在线旅游行业供需预测分析

一、2020-2025年中国在线旅游供给预测分析

二、2020-2025年中国在线旅游需求预测分析

三、2020-2025年中国在线旅游供需平衡预测分析

四、2020-2025年中国在线旅游价格预测分析

第四部分 行业投资战略

第十三章 2015-2019年在线旅游行业投资现状分析

第一节 2015-2019年总体投资结构

第二节 2015-2019年投资规模状况分析

第三节 2015-2019年投资增速状况分析

第四节 2015-2019年分行业投资分析

第五节 2015-2019年外商投资状况分析

第十四章 在线旅游行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2015-2019年我国宏观经济运行状况分析

二、我国宏观经济形势趋势预测

三、2015-2019年投资趋势及其影响因素

第二节 政策法规环境分析

第三节 社会发展环境分析

第十五章 在线旅游行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2019年相关产业活力系数比较

二、2015-2019年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2019年相关产业投资收益率比较

二、2015-2019年行业投资收益率分析

第三节 在线旅游行业投资效益分析

一、2015-2019年在线旅游行业投资状况分析

二、2020-2025年在线旅游行业投资效益分析

三、2020-2025年在线旅游行业投资趋势预测分析

四、2020-2025年在线旅游行业的投资方向

五、投资建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响在线旅游行业发展的主要因素

一、2020-2025年影响在线旅游行业运行的有利因素分析

二、2020-2025年影响在线旅游行业运行的稳定因素分析

三、2020-2025年影响在线旅游行业运行的不利因素分析

四、2020-2025年我国在线旅游行业发展面临的挑战分析

五、2020-2025年我国在线旅游行业发展面临的机遇分析

第五节 在线旅游行业投资风险及应对措施

一、2020-2025年在线旅游行业市场风险及应对措施

二、2020-2025年在线旅游行业政策风险及应对措施

三、2020-2025年在线旅游行业经营风险及应对措施

四、2020-2025年在线旅游行业技术风险及应对措施

五、2020-2025年在线旅游行业同业竞争风险及应对措施

第十六章 在线旅游行业投资战略研究

第一节 在线旅游行业发展战略研究

一、产业战略规划

二、技术开发战略「AK LX」

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国在线旅游品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、在线旅游实施品牌战略的意义

三、在线旅游企业品牌的现状分析

四、我国在线旅游企业的品牌战略

第三节 在线旅游企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、产品竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源管理策略

七、财务管理策略

第四节 在线旅游行业投资战略研究

一、2019年文化产业投资战略

二、2015-2019年在线旅游投资概况

三、2020-2025年在线旅游行业投资战略

图表目录：

图表 我国在线旅游产业链示意图

图表2015-2019年我国出境人数增长状况分析

图表 我国消费者境外消费奢侈品种类

图表2019年全球十大接待游客最多的国家

图表 酒店应对市场急剧变化的战略选择

图表2019年我国旅行社前十位排名状况分析

图表2019年我国入境旅游接待状况分析

图表2019年我国接待入境旅游人数

图表2019年我国入境接待前十地区

图表2019年我国入境旅游外汇状况分析

图表2019年主要客源国入境旅游人数和增长状况分析

图表2019年主要客源市场状况分析

图表2019年外国游客入境旅游状况分析

图表2019年我国接待入境旅客过夜人数

图表2019年我国入境旅客过夜人数

图表2019年我国入境外国游客来源状况分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tours/604730.html>