

2026-2031年中国互联网+旅游行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

近年来，我国宏观经济以及整个旅游业增速放缓直接影响了互联网+旅游业的增速，目前我国互联网+旅游业已进入中速增长发展阶段。伴随着国内经济的持续增长，居民的消费水平逐渐提升，我国旅游市场也持续升温，成为我国居民日常生活常态化的选择。

随着国内经济和人民生活水平的不断提高，旅游外出的需求逐渐加强，并且随着移动互联网的发展，随时随地了解可供玩耍的娱乐、景点等需求也顺势而生。与此同时，我国旅游市场需求也更加多元化，游客对旅游体验性要求、品质化要求也越来越高。

综合来看，80、90后已成为我国互联网+旅游市场的消费主力人群。除此之外，随着我国二胎政策的放开以及思维维度的转变，8090后更愿意带娃出行。因此，8090后对于亲子旅游需求将会进一步加大，在未来互联网+旅游市场中，8090后对其旅游市场规模增加值的贡献将会越来越大。

互联网+旅游市场的痛点之一在于，用户到达目的地之后的旅游产品高度碎片化，每个目的地的资源方都来自于不同的群体，信息整合非常困难，同时整个地面接待的细节和流程都会影响游客出行的感知。在线休闲旅游市场，自由行需求增长非常快。客人有碎片化预订需求，这要求OTA在目的地行程过程中提供碎片化资源服务，接下来谁能做好碎片化产品的整合，就将会在互联网+旅游市场形成较为牢固的商业壁垒。

电子支付的发展对互联网+旅游行业来说，愈加完善的支付基础设施建设为旅游行业的线上化和旅客的线上支付提供了技术基础；跨境支付体系的完善和扫码支付在多国的普及，为OTA平台开拓海外市场提供了技术支持，优化了用户的海外旅游体验；旅客通过在线支付产生的海量消费数据，经过合理运算和分析得出的结果，能够为互联网+旅游行业的产业布局、产品优化、服务定制、精准营销提供第一手数据和最切实、最可信的指引。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家旅游局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家交通运输部、世界旅游组织、中国旅游协会、中国旅游景区协会、中国旅行社协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国旅游及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国互联网+旅游行业发展状况和特点，以及中国互联网+旅游行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的互联网+旅游行业发展态势作了详细分析，并对互联网+旅游行业进行了趋向研判，是互联网+旅游经营、开发企业，服务、投资机构等单位准确了解目前互联网+旅游业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 互联网+旅游行业发展综述

第一节 互联网+旅游行业概述

一、互联网+旅游行业界定

二、互联网+旅游行业分类

三、与传统旅游业的区别

第二节 互联网+旅游产业产品与服务

一、互联网+旅游产业主要业态

二、互联网+旅游产业组织形式

第三节 基于互联网的旅游产业发展变革

一、“互联网+”下旅游产业发展的优势

二、“互联网+”下旅游产业发展存在的问题

1、未与互联网完全接轨

2、旅游信息系统功能不健全

3、缺乏专业的信息化人才

三、促进“互联网+”下旅游产业发展的有效策略

1、及时转变传统旅游观念

2、对旅游信息系统不断完善

3、培养旅游信息化专业人才

第四节 互联网+旅游的商业模式分析

一、b2c模式

1、在线旅行社形式(ota)

2、在线平台模式

3、团购模式

二、c2b模式

三、c2c模式

第二章 互联网+旅游行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 互联网+旅游行业政治法律环境(p)

一、行业相关政策分析

1、旅游行业支持政策

2、国家扩大内需政策

3、西部旅游支持政策

二、旅游业信息化规划

1、建设目标

2、主要任务

第二节 行业经济环境分析(e)

一、国际经济环境分析

- 1、国际宏观经济运行情况
- 2、国际宏观经济走势预测
- 3、国际经济环境对国内旅游行业的影响

二、国内经济运行情况

- 1、gdp增长情况
- 2、经济走势预测
- 3、宏观经济与旅游行业相关性

三、社会消费品零售总额

四、居民消费价格总水平

第三节 行业社会环境分析(s)

一、中国人口结构特征

- 1、人口结构特征
- 2、人口结构与旅游行业相关性

二、中国社会结构特征

- 1、社会结构特征
- 2、社会结构与旅游行业相关性

三、中国居民收入水平

- 1、居民收入情况
- 2、居民收入与旅游消费相关性

四、居民消费结构升级

1、居民消费结构分析

2、消费结构与旅游行业相关性

第四节 行业技术环境分析(t)

一、互联网的普及现状

1、规模与普及率

2、手机网民规模

二、软件服务技术发展

1、行业技术活跃程度

2、行业专利增长趋势

3、技术领先企业技术分析

4、目前最热门技术分析

三、电子商务技术发展

1、专利数量与技术水平

2、专利数量预测

四、在线支付认证发展

1、支付宝

2、财付通

3、快钱

4、chinapay

第三章 国际互联网+旅游行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球旅游行业景气程度分析

一、全球旅游行业景气程度

1、全球国际旅游人数

2、全球国际旅游收入

二、美洲旅游行业发展现状

三、欧洲旅游行业发展现状

四、亚太旅游行业发展现状

第二节 全球互联网+旅游行业发展分析

一、全球互联网+旅游行业发展现状

二、主要地区互联网+旅游行业发展

1、美国互联网+旅游市场分析

2、欧洲互联网+旅游市场分析

3、亚太互联网+旅游市场分析

三、全球互联网+旅游行业发展趋势

第三节 国外互联网+旅游企业发展分析

一、expedia

二、priceline

三、orbitz

四、makemytrip

五、kayak

六、travelzoo

第二部分 市场深度分析

第四章 中国互联网+旅游关联行业分析

第一节 中国旅游行业发展分析

一、旅游行业运行情况

二、国内旅游市场分析

1、国内旅游人数

2、国内旅游收入

3、国内旅游人均花费

三、入境旅游市场分析

1、入境旅游接待人数

2、入境旅游外汇收入

3、入境旅游客源情况

4、入境旅游过夜游客数

四、出境旅游市场分析

1、中国出境旅游概况

2、出境游目的地概况

3、出境旅游意向调查

五、旅游行业发展规划

第二节 中国旅游景区发展分析

一、旅游景区基本情况

二、旅游景区数量规模

三、旅游景区经营情况

1、接待游客数量

2、营业收入规模

3、门票收入情况

四、旅游景区结构特征

五、新型旅游景区发展

六、旅游景区发展预测

第三节 中国酒店行业发展分析

一、星级酒店发展分析

二、经济型酒店发展分析

三、酒店行业发展趋势分析

第四节 中国旅行社发展分析

一、旅行社发展规模分析

1、旅行社数量

2、旅行社资产及从业人员

二、旅行社经营情况分析

三、旅行社主要业务情况

1、入境旅游业务分析

2、国内旅游业务分析

3、出境旅游业务分析

四、旅行社总体结构分析

1、旅行社区域分布

2、旅行社经营状况

3、旅行社类别分布

五、旅行社发展趋势展望

第五节 中国餐饮业发展分析

一、餐饮业发展规模

二、餐饮业集中度分析

三、餐饮百强企业经营分析

四、餐饮业发展趋势分析

第六节 中国航空客运行业发展分析

一、民航航线网络分析

二、航线客运收入水平

三、航空旅客运输量分析

四、民航旅客周转量分析

五、机场旅客吞吐量分析

第七节 中国汽车租赁行业发展分析

一、汽车租赁行业发展规模

二、汽车租赁行业发展特点

三、汽车租赁行业竞争格局

四、汽车租赁行业发展趋势

第五章 中国互联网+旅游行业运行现状分析

第一节 互联网+旅游行业发展综述

一、中国互联网+旅游发展阶段

二、互联网+旅游促进作用分析

第二节 互联网+旅游行业运营情况

一、国内旅游网站数量

二、互联网+旅游用户规模

三、互联网+旅游市场规模

四、互联网+旅游行业渗透率

五、互联网+旅游市场结构

第三节 互联网+旅游金融未来发展趋势

一、互联网+旅游企业发展突破点

1、一站式的资产配置平台

2、完善三供应链服务

3、资金的不安全性

二、互联网+旅游金融未来发展趋势

1、构建互联网旅游金融商业生态系统

2、加强旅游产品的创新

3、互联网旅游人性化发展

第四节 中美互联网+旅游行业发展对比

一、中美互联网+旅游渗透率差异巨大

二、中美ota业务国际化布局差距大

三、中美互联网+旅游产业结构差异

第五节 中国互联网+旅游度假市场分析

一、中国互联网+旅游度假市场发展概述

二、中国互联网+旅游度假市场结构及竞争格局

1、从跟团游/自助游维度

2、从周边游/国内游/出境游维度

三、中国互联网+旅游度假市场运营指标分析

- 1、中国互联网+旅游企业pc端运营指标分析
- 2、中国互联网+旅游企业移动端运营指标分析

第六节 中国互联网+旅游预订用户调研分析

一、互联网+旅游预订用户特征分析

- 1、用户性别特征
- 2、用户年龄特征
- 3、用户受教育程度

二、互联网+旅游预订用户行为分析

- 1、用户出行方式
- 2、用户旅行方式
- 3、用户预订旅游产品种类
- 4、用户搜索热点
- 5、用户在消费时最关注因素

三、互联网+旅游预订用户细分产品预订特征

- 1、旅游预订用户酒店预订特征
- 2、旅游预订用户机票预订特征
- 3、旅游预订用户度假产品预订特征

第三部分 市场全景调研

第六章 互联网+背景下旅游行业营销模式变化及结构升级

第一节 “互联网+旅游”背景下旅游业新型监管模式研究

一、旅游业监管现状及存在的问题

- 1、“互联网+旅游”对传统监管模式提出了挑战

2、监管体制碎片化

3、监管方式陈旧化

二、“互联网+旅游”背景下新型旅游监管模式实现的要素

1、先进的新型旅游监管理念

2、综合的信息化的监管方式

三、新型旅游市场监管模式的构建

第二节 互联网+旅游背景下旅游业的营销模式转变

一、互联网+旅游营销模式概述

二、互联网+旅游现状分析

三、互联网+旅游存在的问题

1、经营者转变传统营销渠道意识欠缺

2、对互联网的应用浮于表面

3、电子支付覆盖范围仍有局限

4、法律法规存在空缺，旅游网站服务性较低

四、互联网+旅游发展策略

1、加强旅游从业者的网络营销意识

2、健全网站信息更新机制

3、充分利用移动客户端

4、完善相关法律体系

第三节 互联网+背景下旅游产业结构优化升级研究

一、互联网+背景下旅游的三种商业模式及其优劣势

1、ugc平台模式

2、ota模式

3、资源+技术商业模式

二、互联网+背景下旅游产业结构优化和升级措施

1、旅游行业细分化，全面拓展o2o服务

2、与互联网金融合作，创建旅游金融生态体系

3、以互联网技术为核心，创建智能旅游景点

第七章 中国互联网+旅游产品与服务分析

第一节 互联网+住宿市场发展分析

一、互联网+住宿销售渠道分析

二、互联网+住宿的形式及结构

三、酒店在线预订市场现状

1、酒店在线预订营收规模

2、酒店在线预订市场渗透率

3、酒店在线预订用户数量

4、酒店在线预订模式

(1)酒店官网预订

(2)酒店ota

(3)酒店crs

(4)在线预订模式比较

5、酒店在线预订市场趋势

四、民宿在线预定市场现状

1、民宿在线预订营收规模

2、民宿在线预订市场渗透率

3、民宿在线预订用户数量

4、民宿在线预定的发展趋势

五、互联网+住宿市场发展趋势及前景

第二节 机票在线预订市场分析

一、航空机票销售市场分析

1、航空机票交易规模分析

2、航空机票销售渠道格局

3、航空机票销售渠道特征

二、机票在线预订市场现状

1、机票在线预订产业链

2、机票在线预订市场规模

3、机票在线预订市场渗透率

三、机票在线预订市场竞争

1、机票在线交易主体分析

2、在线机票预订市场格局

3、在线机票预订平台分析

四、机票在线预订市场趋势

第三节 互联网+租车市场发展分析

一、互联网+租车的崛起

二、互联网+租车的发展层次

三、互联网+租车市场规模分析

四、互联网+租车用户数量分析

五、互联网+租车市场发展趋势及前景

第四节 旅游度假产品在线预订市场分析

一、旅游度假产品在线预订情况分析

1、旅游度假产品在线预订频率

2、旅游度假产品在线预订类型

3、旅游度假产品在线预订时间段

二、旅游度假产品在线预订市场规模

三、旅游度假产品在线预订市场格局

四、旅游度假产品在线预订市场趋势

第五节 互联网+旅游其它服务市场分析

一、互联网购买火车票分析

二、互联网购买门票分析

第八章 中国互联网+旅游移动化与发展创新分析

第一节 移动互联网市场发展现状分析

一、移动终端普及情况

二、移动互联网用户数量

三、移动互联网市场规模

四、移动互联网应用结构

五、移动互联网发展趋势

第二节 基于互联网的旅游业发展创新研究

一、“互联网+”对旅游业的影响

1、旅游者消费习惯发生改变

2、企业经营模式发生改变

3、旅游市场环境发生变化

二、“互联网+”旅游在国内发展的现状及特点

1、“互联网+酒店业”

2、“互联网+景区”

3、“互联网+旅游营销”

三、“互联网+”时代推进旅游业新模式成长战略思考

第四部分 竞争格局分析

第九章 2026-2031年互联网+旅游行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、互联网+旅游行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、互联网+旅游行业swot分析

1、互联网+旅游行业优势分析

2、互联网+旅游行业劣势分析

3、互联网+旅游行业机会分析

4、互联网+旅游行业威胁分析

第二节 互联网+旅游行业竞争分析

一、平台竞争分析

二、市场竞争分析

三、服务竞争分析

第三节 互联网+旅游行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、平台集中度分析

三、产品集中度分析

第十章 2026-2031年互联网+旅游行业领先企业经营形势分析

第一节 中国互联网+旅游企业总体发展状况分析

一、互联网+旅游企业主要类型

二、2021-2026年互联网+旅游企业排名情况

第二节 中国领先互联网+旅游企业经营形势分析

一、携程旅行网

1、企业发展概况分析

2、企业产品服务分析

3、企业运营模式分析

4、企业经营情况分析

5、企业渠道资源分析

6、企业业务拓展分析

7、企业合作伙伴分析

8、企业竞争优势分析

二、艺龙旅行网

1、企业发展概况分析

2、企业产品服务分析

3、企业运营模式分析

4、企业经营情况分析

5、企业渠道资源分析

6、企业业务拓展分析

7、企业合作伙伴分析

8、企业竞争优势分析

三、去哪儿网

1、企业发展概况分析

2、企业产品服务分析

3、企业运营模式分析

4、企业经营情况分析

5、企业渠道资源分析

6、企业业务拓展分析

7、企业合作伙伴分析

8、企业竞争优势分析

四、阿里旅行

1、企业发展概况分析

2、企业产品服务分析

3、企业运营模式分析

4、企业经营情况分析

5、企业渠道资源分析

6、企业业务拓展分析

7、企业合作伙伴分析

8、企业竞争优势分析

五、蚂蜂窝

1、企业发展概况分析

2、企业产品服务分析

3、企业运营模式分析

4、企业经营情况分析

5、企业渠道资源分析

6、企业业务拓展分析

7、企业合作伙伴分析

8、企业竞争优势分析

六、淘在路上

1、企业发展概况分析

2、企业产品服务分析

3、企业运营模式分析

4、企业经营情况分析

5、企业渠道资源分析

6、企业业务拓展分析

7、企业合作伙伴分析

8、企业竞争优势分析

七、面包网

1、企业发展概况分析

2、企业产品服务分析

3、企业运营模式分析

4、企业经营情况分析

5、企业渠道资源分析

6、企业业务拓展分析

7、企业合作伙伴分析

8、企业竞争优势分析

八、途牛旅游网

1、企业发展概况分析

2、企业产品服务分析

3、企业运营模式分析

4、企业经营情况分析

5、企业渠道资源分析

6、企业业务拓展分析

7、企业合作伙伴分析

8、企业竞争优势分析

九、途家网

1、企业发展概况分析

- 2、企业产品服务分析
- 3、企业运营模式分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业渠道资源分析
- 6、企业业务拓展分析
- 7、企业合作伙伴分析
- 8、企业竞争优势分析

十、小猪短租

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业运营模式分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业渠道资源分析
- 6、企业业务拓展分析
- 7、企业合作伙伴分析
- 8、企业竞争优势分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 2026-2031年互联网+旅游行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年互联网+旅游市场发展前景

- 一、2026-2031年互联网+旅游市场发展潜力
- 二、2026-2031年互联网+旅游市场发展前景展望
- 三、2026-2031年互联网+旅游细分行业发展前景分析

1、互联网+出行市场发展前景

2、互联网+住宿市场发展前景

3、互联网+购票市场发展前景

第二节 2026-2031年互联网+旅游市场发展趋势

一、消费端变化趋势

二、细分市场空间大

三、产品价值深度挖掘

四、线上线下多元融合

第三节 2026-2031年互联网+旅游市场规模预测

一、互联网+旅游行业市场收入预测

二、互联网+旅游行业用户规模预测

三、互联网+旅游行业平台数量预测

第十二章 2026-2031年互联网+旅游行业投资特性与风险防范

第一节 互联网+旅游行业投资特性分析

一、互联网+旅游行业进入壁垒分析

二、互联网+旅游行业盈利因素分析

三、互联网+旅游行业盈利模式分析

第二节 互联网+旅游行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、互联网+旅游行业投资现状分析

第三节 2026-2031年互联网+旅游行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、互联网+旅游行业投资机遇

第四节 2026-2031年互联网+旅游行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、关联产业风险及防范

四、产品结构风险及防范

五、其他风险及防范

第五节 中国互联网+旅游行业投资建议

一、互联网+旅游行业未来发展方向

二、互联网+旅游行业主要投资建议

三、中国互联网+旅游企业融资分析

第六节 2026-2031年互联网+旅游行业融资策略分析

一、融资环境

二、融资特点

三、融资渠道

四、融资建议

第六部分 发展战略研究

第十三章 “互联网+”环境下乡村旅游的精准脱贫与发展策略

第一节 “互联网+” 环境下乡村旅游推动精准脱贫研究

一、“互联网+” 对乡村旅游发展的促进作用

- 1、提供网络宣传平台,打造智慧旅游营销体系
- 2、打造新型业态,提供电商平台
- 3、提高景区资源利用率,提升游客旅行体验

二、乡村旅游对精准脱贫的推动作用

三、“互联网+” 环境下乡村旅游推动精准脱贫的路径

- 1、发挥政府主导作用,科学规划,立体扶持
- 2、整合资源,用互联网思维创新产品和服务
- 3、借助互联网,启动智慧营销新模式
- 4、重视教育与文化的精准脱贫

第二节 “互联网+” 时代乡村生态旅游发展策略

一、完善乡村生态旅游网络服务体系

二、经营者树立终身学习的观念

三、加大政府引导和扶持力度

四、加大相关人员的培训力度

第十四章 互联网+旅游行业投资战略及发展建议

第一节 互联网+旅游行业投资战略研究

- 一、互联网+旅游企业投资战略
- 二、2026-2031年互联网+旅游行业投资战略
- 三、2026-2031年细分行业投资战略

第二节 中道泰和互联网+旅游行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2021-2026年中国互联网普及率

图表：2021-2026年中国手机网民规模

图表：2021-2026年国内旅游人数

图表：2021-2026年国内旅游收入

图表：2021-2026年国内旅游人均花费

图表：2021-2026年入境旅游接待人数

图表：2021-2026年入境旅游外汇收入

图表：2021-2026年入境旅游客源情况

图表：2021-2026年入境旅游过夜游客数

图表：2021-2026年中国旅游景区数量规模

图表：2021-2026年中国旅游景区经营情况

图表：2021-2026年中国接待游客数量

图表：2021-2026年中国营业收入规模

图表：2021-2026年中国门票收入情况

图表：2021-2026年中国旅行社数量

图表：2021-2026年中国旅行社资产及从业人员

图表：2021-2026年中国旅行社经营情况分析

图表：2021-2026年中国餐饮业发展规模

图表：2021-2026年中国餐饮业集中度分析

图表：2021-2026年中国餐饮百强企业经营分析

图表：2021-2026年中国航线客运收入水平

图表：2021-2026年中国航空旅客运输量分析

图表：2021-2026年中国民航旅客周转量分析

图表：2021-2026年中国机场旅客吞吐量分析

图表：2021-2026年中国汽车租赁行业发展规模

图表：2021-2026年中国国内旅游网站数量

图表：2021-2026年中国互联网+旅游用户规模

图表：2021-2026年中国互联网+旅游市场规模

图表：2021-2026年中国互联网+旅游行业渗透率

图表：2021-2026年中国酒店在线预订营收规模

图表：2021-2026年中国酒店在线预订市场渗透率

图表：2021-2026年中国酒店在线预订用户数量

图表：2021-2026年中国民宿在线预订营收规模

图表：2021-2026年中国民宿在线预订市场渗透率

图表：2021-2026年中国民宿在线预订用户数量

图表：2021-2026年中国航空机票交易规模分析

图表：2021-2026年中国机票在线预订市场规模

图表：2021-2026年中国互联网+租车市场规模分析

图表：2021-2026年中国互联网+租车用户数量分析

图表：2021-2026年中国旅游度假产品在线预订市场规模

图表：2021-2026年中国移动互联网用户数量

图表：2021-2026年中国移动互联网市场规模

图表：2026-2031年互联网+旅游行业市场收入预测

图表：2026-2031年互联网+旅游行业用户规模预测

图表：2026-2031年互联网+旅游行业平台数量预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：148854

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20191128/148854.shtml>

在线订购：[点击这里](#)