中国在线旅游行业市场发展分析及趋势预测与投资战略研究报告(2026-2031版)

报告简介

在线旅游是由旅游中介服务提供商或在线预订服务代理商及传统旅游企业提供，以网络为主体，以旅游信息库、电子银行为基础，利用网络技术运作旅游产品及其分销系统的旅游经营体系。从行业细分产品与服务角度来看，在线旅游行业可细分为机票在线预订市场、酒店在线预订市场、度假产品在线预订市场以及其他旅游服务市场。

随着国民可支配收入的不断增长和对文化产品需求的不断扩大，在线旅游作为一种新兴的旅游方式迅速占领市场，其打破传统的跟团游的基础上极大的满足了人们在旅游方面的需求。当前，在线旅游呈现三段式的产业分布。这种三段式的产业分布主要由上游资源供应商、中游产品组合及经销，下游用户群体构成，上游资源供应商提供基础的旅游产品，如旅游景点，酒店等;中游产品组合及经销更多的面向一些互联网巨头，其通过互联网平台分配旅游资源;下游用户群体由庞大的网民群体构成;上中下三段产业链形成了完整的在线旅游产业模式。

在线旅游行业研究报告旨在从国家经济和产业发展的战略入手，分析在线旅游未来的政策走向和监管体制的发展趋势，挖掘在线旅游行业的市场潜力，基于重点细分市场领域的深度研究，提供对产业规模、产业结构、区域结构、市场竞争、产业盈利水平等多个角度市场变化的生动描绘，清晰发展方向。预测未来在线旅游业务的市场前景，以帮助客户拨开政策迷雾，寻找在线旅游行业的投资商机。报告在大量的分析、预测的基础上，研究了在线旅游行业今后的发展与投资策略，为在线旅游企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息

以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合中道泰和公司对在线旅游相关企业和科研单位等的实地调查，对国内外在线旅游行业的供给与需求状况、相关行业的发展状况、市场消费变化等进行了分析。重点研究了主要在线旅游品牌的发展状况，以及未来中国在线旅游行业将面临的机遇以及企业的应对策略。报告还分析了在线旅游市场的竞争格局，行业的发展动向，并对行业相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是在线旅游生产企业、科研单位、零售企业等单位准确了解目前在线旅游行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。 本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 在线旅游行业综述

第一节 在线旅游行业概述

一、在线旅游行业界定

二、在线旅游行业分类

三、与传统旅游业的区别

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

第三节 在线旅游行业产业链分析

一、在线旅游产业链构成主体

1、上游供应商

2、媒介&营销平台

(1)在线旅游代理商

(2)平台运营商

(3)信息渠道商

3、终端用户

二、在线旅游产业链运作特征

1、供应商依托于网络媒介服务

2、用户规模报酬递增效应突出

3、服务多样性与竞争优势密切相关

三、在线旅游产业链发展趋势

1、从产业链向产业网演变

2、从web1.0模式向web2.0模式转变

3、从nbs到lbs演进

第二章 在线旅游行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 在线旅游行业政治法律环境(p)

一、行业相关政策分析

二、旅游业信息化规划

第二节 行业经济环境分析(e)

一、国际经济环境分析

二、国内经济运行情况

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

二、中国社会结构特征

三、中国居民收入水平

四、居民消费结构升级

第四节 行业技术环境分析(t)

一、互联网的普及现状

二、软件服务技术发展

三、电子商务技术发展

四、在线支付认证发展

第三章 国际在线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 全球在线旅游行业发展分析

一、全球在线旅游行业发展现状

二、主要地区在线旅游行业发展

1、美国在线旅游市场分析

2、欧洲在线旅游市场分析

3、亚太在线旅游市场分析

三、全球在线旅游行业发展趋势

第三节 国外在线旅游企业发展分析

一、expedia

二、priceline

三、orbitz

四、makemytrip

五、kayak

六、travelzoo

第四章 中国在线旅游行业运行现状分析

第一节 在线旅游行业发展综述

一、中国在线旅游发展阶段

二、中国在线旅游发展现状

三、在线旅游模式分析与创新

1、在线旅游现存模式

(1)ota模式平台

(2)ugc模式平台

(3)mts模式平台

2、在线旅游发展新思路

第二节 在线旅游行业运营情况

一、国内旅游网站数量

二、在线旅游用户规模

三、在线旅游市场规模

四、在线旅游行业渗透率

五、在线旅游市场结构

第三节 在线旅游金融市场分析

一、在线旅游金融市场布局情况

二、在线旅游金融市场主要模式

三、在线旅游消费金融的创新发展及应对措施

1、消费金融支持旅游业发展的必要性

2、ota平台消费创新金融产品的发展

3、ota平台旅游消费创新金融优缺点

四、商业银行服务下在线旅游金融发展研究

1、当前在线旅游金融的主要产品

(1)旅游产品分期支付

(2)旅游保险类产品

(3)旅游理财类增值产品

2、在线旅游金融面对的风险

(1)个人消费信用问题

(2)保险市场常见问题

(3)金融理财风险问题

3、在线旅游金融产品未来发展趋势

第四节 在线旅游行业竞争态势

一、在线旅游企业市场份额

二、在线旅游行业集中度

三、在线旅游行业竞争模式

1、旅游站点平台模式

2、“机票+酒店”模式

3、垂直引擎搜索模式

4、直销预订模式

第五节 中国在线旅游度假市场分析

一、中国在线旅游度假市场发展概述

二、中国在线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、中国在线旅游度假市场运营指标分析

1、中国在线旅游企业pc端运营指标分析

2、中国在线旅游企业移动端运营指标分析

第六节 中国在线旅游预订用户调研分析

一、在线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、在线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、在线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

第五章 中国在线旅游关联行业分析

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、国内旅游业收入

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、旅行社行业资产规模

3、旅行社从业人员数量

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

第六章 中国在线旅游产品与服务分析

第一节 在线旅游行业产品结构

第二节 酒店在线预订市场分析

一、酒店行业销售渠道分析

二、酒店在线销售产业链分析

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

四、酒店在线预订不同模式

1、酒店官网预订

2、酒店ota

3、酒店crs

4、在线预订模式比较

五、酒店在线预订市场格局

1、在线预订网站市场份额

2、在线预订网站覆盖情况

3、在线预订网站价格分布

六、酒店在线营销的新模式

1、lastminute模式

2、逆向拍卖模式

七、酒店在线预订市场趋势

第三节 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 在线旅游其它服务市场分析

一、在线汽车租赁服务分析

1、市场格局

2、市场动向

二、网上购买景区门票分析

1、渐成趋势

2、需防受骗

第七章 中国在线旅游行业细分模式分析

第一节 在线旅游代理(ota)模式

一、在线旅游代理发展概述

二、在线旅游代理盈利模式

三、在线旅游代理营收规模

四、在线旅游代理盈利水平

五、在线旅游代理细分业务

1、机票代理业务营收规模

2、酒店代理业务营收规模

3、度假及其他市场营收规模

六、在线旅游代理市场竞争

1、在线旅游代理市场格局

2、在线旅游代理竞争方式

3、在线旅游代理竞争趋势

七、在线旅游代理发展趋势

八、在线旅游代理发展策略

第二节 旅游企业在线直销模式

一、酒店在线直销分析

1、酒店网络营销发展历程

2、酒店在线直销发展模式

3、酒店在线直销现状分析

4、酒店在线直销市场规模

5、酒店在线直销案例分析

6、酒店在线直销swot分析

二、旅行社在线直销分析

1、旅行社电子商务swot分析

2、旅行社在线直销发展模式

(1)旅行社自有的在线旅行网站

(2)传统旅行社所有的自主经营在线网站

3、旅行社在线直销发展现状

4、旅行社在线直销案例分析

(1)中青旅遨游网

(2)春秋旅游网

(3)芒果网

三、航空公司在线直销分析

1、航空公司客票销售模式分析

2、航空公司客票在线直销现状

3、航空公司客票在线直销比例

4、航空公司客票在线直销优劣势

5、航空公司客票在线直销案例

四、旅游景区在线直销分析

1、旅游景区网站建设情况分析

2、旅游景区在线直销现状分析

3、旅游景区在线直销案例分析

4、旅游景区在线直销制约因素

第三节 旅游产品第三方交易平台(ttp)

一、旅游产品垂直搜索网站

1、垂直搜索引擎概述

2、旅游垂直搜索引擎概述

3、旅游垂直搜索发展现状

(1)旅游搜索市场规模

(2)旅游搜索用户规模

4、旅游网络信息搜索行为分析

5、旅游垂直搜索网站盈利模式

6、旅游垂直搜索网站swot分析

二、旅游点评社区网站

1、旅游点评社区网站发展背景

(1)中国社交网站发展现状

(2)在线旅游社交化的本质

(3)用户分享出游经历的网站分布

2、旅游点评社区网站发展模式

3、旅游点评社区网站作用机制

4、旅游点评网站盈利模式分析

5、旅游点评社区网站发展现状

(1)主要旅游点评社区网站分析

(2)旅游点评社区网站覆盖人数

(3)旅游点评社区网站运营情况

6、旅游点评社区网站主要问题

7、旅游点评社区网站发展展望

三、旅游产品团购网站

1、网络团购市场发展现状

2、旅游团购的内涵与特点

3、旅游团购网站主要类型

(1)综合性团购网站

(2)垂直旅游团购网站

(3)地方性团购网站

4、旅游团购盈利模式分析

5、旅游团购发展特征分析

(1)旅游团购产品种类

(2)酒店产品团购情况

(3)旅游产品团购目的地

(4)旅游团购消费者特征

6、旅游团购网站案例分析

(1)拉手网

(2)去哪儿网团购

(3)携程网团购

7、旅游团购产品营销方式

8、旅游团购发展中的问题

四、旅游产品b2b交易平台网站

1、旅游产品b2b交易平台概述

(1)传统线下交易模式弊端

(2)旅游b2b交易模式市场机会

2、旅游产品b2b交易平台案例分析

3、旅游产品b2b交易平台竞争环境

五、定制在线旅游(c2b)

第四节 非旅游机构进入在线旅游市场

一、门户网站的进入

1、百度

2、腾讯

3、新浪

4、搜狐

二、电子商务企业的进入

1、飞猪

2、京东旅游

第五节 号店机票预订业务

一、sns企业的进入

二、银行业的进入

三、其它机构的进入

第八章 中国在线旅游行业商业模式分析

第一节 在线旅游行业商业模式分类

一、基于产生条件的分类

二、基于业态的分类

三、基于服务内容的分类

四、基于经营模式的分类

第二节 在线旅游行业商业模式演变分析

一、行业商业模式发展进程

二、行业商业模式演化动力

三、行业商业模式模型分析

四、行业商业模式演变规律

第三节 在线旅游企业商业模式案例分析

一、expedia

二、americanexpress

三、priceline

四、携程

五、去哪儿

第四节 在线旅游行业商业模式发展趋势

一、商业模式转变的驱动力

二、商业模式发展趋势分析

第九章 中国在线旅游移动化与营销模式创新

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 无线旅游市场发展现状与展望

一、无线旅游发展背景分析

二、无线旅游发展优势分析

三、无线旅游应用模式分析

四、无线旅游发展现状分析

五、无线旅游发展案例分析

第三节 商旅客户端

一、无线旅游发展制约因素

二、无线旅游未来发展展望

第四节 在线旅游行业营销模式创新

一、在线旅游行业营销模式创新

二、在线旅游企业微博营销分析

1、微博发展历程与使用情况

2、在线旅游企业微博运用现状

3、在线旅游企业微博营销效果

(1)ota企业微博运用效果

(2)垂直搜索平台微博运用效果

(3)酒店微博运用效果

(4)航空公司微博运用效果

(5)旅游局微博运用效果

4、在线旅游企业微博营销趋势

三、在线旅游企业社交网站推广

四、在线旅游企业电子邮件推广

第十章 2026-2031年在线旅游行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、线旅游行业五力分析

1、现有企业之间的竞争

2、供应商的议价能力

3、下游客户的议价能力

4、行业潜在进入者威胁

5、旅游服务替代品威胁

二、在线旅游行业集中度分析

三、在线旅游行业swot分析

第二节 2021-2026年在线旅游行业竞争格局分析

一、2021-2026年国内外在线旅游竞争分析

二、2021-2026年中国在线旅游市场竞争分析

三、2021-2026年国内主要在线旅游企业动向

第三节 中国在线旅游行业竞争力分析

一、中国在线旅游行业竞争力分析

二、中国在线旅游竞争力优势分析

三、在线旅游行业主要企业竞争力分析

第四节 在线旅游市场竞争策略分析

第十一章 2026-2031年在线旅游行业领先企业经营形势分析

第一节 携程旅行网

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第二节 艺龙旅行网

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第三节 去哪儿网

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第四节 同程旅游

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第五节 途牛旅游网

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第六节 逸游网

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第七节 美团大众点评网

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第八节 遨游网

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第九节 春秋旅游网

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第十节 京东旅游

一、公司发展简介

二、公司产品服务

三、公司经营情况

四、公司经营模式

五、公司渠道资源

六、公司经营优势

七、公司发展动向

第十二章 2026-2031年在线旅游行业前景趋势预测

第一节 2026-2031年中国在线旅游行业发展预测

一、2026-2031年中国在线旅游市场规模预测

二、2026-2031年中国在线旅游行业供给预测

三、2026-2031年中国在线旅游行业需求预测

第二节 2026-2031年中国在线旅游市场发展前景

一、2026-2031年在线旅游市场发展潜力

二、2026-2031年在线旅游市场发展前景

三、2026-2031年在线旅游行业发展趋势

第三节 中国在线旅游行业存在的问题及对策

一、在线旅游行业存在的问题

二、在线旅游行业发展的对策

第十三章 2026-2031年在线旅游行业投资机会与风险防范

第一节 在线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、行业投资现状分析

第二节 2026-2031年在线旅游行业投资机会

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、在线旅游行业投资机遇

第三节 2026-2031年在线旅游行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、供求风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、关联产业风险及防范

五、产品结构风险及防范

六、其他风险及防范

第四节 中国在线旅游行业投资建议

一、在线旅游行业主要投资建议

二、中国在线旅游企业融资分析

第十四章 在线旅游行业发展战略研究

第一节 在线旅游行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节 对中国在线旅游品牌的战略思考

一、在线旅游品牌的重要性

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、中国在线旅游企业的品牌战略

五、在线旅游品牌战略管理的策略

第三节 在线旅游经营策略分析

第四节 在线旅游行业投资战略研究

一、2026-2031年在线旅游行业投资战略

二、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：2021-2026年中国网民规模与互联网普及率

图表：2021-2026年中国手机网民规模及占网民比例

图表：2021-2026年中国旅行社数量规模

图表：2021-2026年全国旅行社财务状况表

图表：2021-2026年全国旅行社出境游收入状况

图表：2021-2026年全国旅行社国内旅游收入状况

图表：2021-2026年景区销售窗口门票业务收入

图表：2021-2026年自然类旅游景区经营增长情况

图表：2021-2026年人文类旅游景区经营增长情况

图表：2021-2026年软件服务行业专利申请量年度变化

图表：2021-2026年软件服务行业专利数量相对增长

图表：软件服务行业专利申请人构成分析

图表：软件服务行业专利申请人ipc技术差异

图表：软件服务行业ipc技术构成情况

图表：2021-2026年电子商务行业专利数量趋势图

图表：2021-2026年使用各类终端上网的网民规模变化

图表：2021-2026年申请人趋势分析

图表：河南省部分重点旅游景区门票价格一览表

图表：2026-2031年电子商务行业专利技术数量预测

图表：2021-2026年支付宝交易额规模

图表：2021-2026年财付通交易额规模

图表：2021-2026年快钱交易额规模

图表：2021-2026年银联交易额规模

图表：2026-2031年在线旅游市场交易预测

图表：中国在线旅游市场产业链代表企业

图表：中国在线旅游行业在线旅游代理商代表企业

图表：中国在线旅游行业信息渠道商代表企业

图表：2021-2026年组织国内旅游人次排名前10位的地区

图表：2021-2026年接待国内旅游人次排名前10位的地区

图表：2021-2026年中国旅行社区域分布

图表：2021-2026年中国出境游组团社经营情况

图表：2026-2031年在线旅游行业市场容量预测

图表：2026-2031年在线旅游行业销售收入预测

图表：2026-2031年中国在线旅游行业供给预测

图表：2026-2031年中国在线旅游行业企业数量预测

图表：2026-2031年中国在线旅游市场投资规模预测

图表：2026-2031年中国在线旅游行业需求预测

图表：2026-2031年中国在线旅游行业用户规模预测

图表：2026-2031年中国在线旅游行业供需平衡预测

把握投资 决策经营！

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

报告编号：2984835

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20250911/2984835.shtml

在线订购：点击这里