

# 2020-2025年中国在线旅游行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

## 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发展趋势预测及投资战略咨询报告》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/detail/502005.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

在线旅游（OTA，全称为Online Travel Agency），是旅游电子商务行业的专业词语。指“旅游消费者通过网络向旅游服务提供商预定旅游产品或服务，并通过网上支付或者线下付费，即各旅游主体可以通过网络进行产品营销或产品销售”。

2020年8月31日，文化与旅游部宣布《在线旅游经营服务管理暂行规定》将在同年10月1日起正式生效，其中针对公众普遍反映的在线旅游平台利用大数据“杀熟”的现象，《规定》明确：在线旅游经营者不得进行虚假宣传；不得滥用大数据分析等技术手段，基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件等。这再次将在线旅游平台目前因为技术与业务垄断造成了乱象推到台前。根据数据显示，2019年国内旅游收入达5.73万亿元，除去餐饮、娱乐等其他收入2.34万亿元之外，在线旅游平台（OTA）涉及的交易就达到1.21万亿元，行业渗透率达到35.8%。特别是在交通出行以及住宿领域，在线旅游平台基本已经成为商旅人士必不可少的服务工具。

OTA交易在旅游业各领域的渗透率

作为线下旅游服务的中介工具，在线旅游平台（以下简称OTA）为商家提供了流量入口，同时也为消费者提供了便利。通过在线上平台提供比价、预定服务，较好的解决了消费者因为信息不对称而导致的价格收费乱象，降低了酒店、景区的获客成本。目前我国的OTA行业市场集中度较高，基本呈现出携程系一家独大的局面，飞猪独占第二梯队，随后是美团、途牛等平台。但是由于互联网流量进入存量时代，引流成本越来越高使得后进入者难以立足，且社交平台、搜索引擎开始与OTA企业合流，如百度入股携程与去哪儿，腾讯入股同程艺龙，随着用户竞争格局加剧，未来在激烈竞争之后行业集中度有望提高。

2015-2019国内OTA行业市场份额变化

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：

第一章 在线旅游行业基本概述

第一节 在线旅游行业有关定义及分类

一、在线旅游行业定义

二、在线旅游行业产品分类

第二节 在线旅游行业发展综述及运行特点

一、在线旅游行业发展综述

## 二、在线旅游行业发展历程

## 三、在线旅游行业运行特点

### 第三节 在线旅游行业在国民经济中的地位

## 第二章 在线旅游行业国内外发展概述

### 第一节 国际在线旅游行业发展总体概况

#### 一、2015-2019年全球在线旅游行业发展概况

#### 二、主要国家和地区发展概况

##### 1、美国

##### 2、欧洲

##### 3、韩国

##### 4、日本

##### 5、泰国

#### 三、2020-2025年全球在线旅游行业发展趋势

### 第二节 中国在线旅游行业发展概况

#### 一、2015-2019年中国在线旅游行业发展概况

目前交通与住宿是OTA服务的主要业务，2019年通过OTA达成的住宿交易规模达到2234亿元，其中美团与携程就占市场份额的70%。相比于交通出行而言消费者对于住宿的价格敏感度更高，而且由于使用旅游平台的用户多为年轻消费群体，因此目前的线上酒店预订平台主要是以低线城市的经济型酒店为主，美团利用美团系平台的引流效应积累了一批客单价较低的中低端酒店，通过更高的入住率实现了较高的市场份额。而携程作为国内最大的旅行平台主要面向中年商务人士，在高星酒店市场地位稳固，且商旅出行用户消费粘性较高，因此未来携程在高端市场受到挑战的可能性较低。

#### 2019年OTA酒店预订业务市场份额

## 二、中国在线旅游行业发展中存在的问题

## 三、未来5年中国在线旅游行业发展趋势

## 第三章 在线旅游行业发展环境分析

### 第一节 2020-2025年宏观经济环境

#### 一、2015-2019年国民经济分析

#### 二、2015-2019年工业发展形势分析

#### 三、2015-2019年固定资产投资走势分析

### 第二节 在线旅游行业政策与重要规划、标准

#### 一、行业“十三五”发展规划

#### 二、相关政策法规

#### 三、相关行业标准

### 第三节 在线旅游行业技术环境分析

### 第四节 行业所进入的壁垒与周期性分析

### 第五节 国际环境

#### 一、全球在线旅游行业发展综述

#### 二、主要国家和地区在线旅游行业发展动态

#### 三、国内外经济形势对在线旅游行业发展环境的影响

### 第四章 在线旅游所属行业市场分析

#### 第一节 2015-2019年中国在线旅游所属行业市场规模分析

##### 一、2015-2019年在线旅游所属行业市场规模及增速

##### 二、在线旅游行业市场饱和度

##### 三、国内外经济形势对在线旅游所属行业市场规模的影响

##### 四、2020-2025年在线旅游所属行业市场规模及增速预测

#### 第二节 市场结构分析

#### 第三节 市场特点分析

##### 一、在线旅游行业所处生命周期

##### 二、技术变革与行业革新对在线旅游行业的影响

##### 三、差异化分析

### 第五章 在线旅游所属行业生产分析

#### 第一节 生产总量分析

##### 一、2015-2019年在线旅游所属行业生产总量及增速

##### 二、2015-2019年在线旅游所属行业产能及增速

##### 三、国内外经济形势对在线旅游行业生产的影响

##### 四、2020-2025年在线旅游所属行业生产总量及增速预测

#### 第二节 细分区域生产分析

#### 第三节 行业供需平衡分析

##### 一、在线旅游行业供需平衡现状

##### 二、国内外经济形势对在线旅游所属行业供需平衡的影响

##### 三、在线旅游行业供需平衡趋势预测

### 第六章 2020-2025年中国在线旅游所属行业市场发展趋势预测

#### 第一节 2020-2025年中国在线旅游所属行业盈利能力分析

##### 一、2015-2019年在线旅游所属行业销售毛利率

##### 二、2015-2019年在线旅游所属行业销售利润率

##### 三、2015-2019年在线旅游所属行业总资产利润率

##### 四、2015-2019年在线旅游所属行业净资产利润率

##### 五、2020-2025年在线旅游所属行业盈利能力预测

## 第二节 2020-2025年中国在线旅游所属行业成长性分析

- 一、2015-2019年在线旅游所属行业销售收入增长分析
- 二、2015-2019年在线旅游所属行业总资产增长分析
- 三、2015-2019年在线旅游所属行业利润增长分析
- 四、2020-2025年在线旅游所属行业增长预测

## 第三节 2020-2025年中国在线旅游所属行业偿债能力分析

- 一、2015-2019年在线旅游所属行业资产负债率分析
- 二、2015-2019年在线旅游所属行业速动比率分析
- 三、2015-2019年在线旅游所属行业流动比率分析
- 四、2020-2025年在线旅游所属行业偿债能力预测

## 第四节 2020-2025年中国在线旅游所属行业营运能力分析

- 一、2015-2019年在线旅游所属行业总资产周转率分析
- 二、2015-2019年在线旅游所属行业净资产周转率分析
- 三、2015-2019年在线旅游所属行业应收账款周转率分析
- 四、2020-2025年在线旅游所属行业营运能力预测

## 第七章 在线旅游行业市场竞争策略分析

### 第一节 行业竞争状况分析

### 第二节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业（品牌）间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、产品/服务质量
- 五、价格

### 第三节 行业集中度分析

### 第四节 在线旅游行业市场竞争策略分析

- 一、在线旅游行业市场增长潜力分析
- 二、在线旅游行业产品竞争策略分析
- 三、在线旅游行业竞争格局展望

### 第五节 在线旅游行业价格趋势分析

- 一、价格特征分析
- 二、主要品牌企业产品价位
- 三、价格与成本的关系
- 四、行业价格策略分析
- 五、国内外经济形势对在线旅游行业产品价格的影响

### 第六节 在线旅游行业互补品分析

- 一、互补品种类
  - 二、互补品对在线旅游行业的影响
  - 三、互补品发展趋势
  - 四、国内外经济形势对在线旅游行业互补品的影响
- 第八章 中国在线旅游行业区域市场分析
- 第一节 华北地区在线旅游行业分析
- 一、2015-2019年在线旅游行业发展现状分析
  - 二、2015-2019年在线旅游行业市场规模情况
  - 三、2020-2025年在线旅游行业市场容量分析及预测
  - 四、2020-2025年在线旅游行业发展前景预测
- 第二节 东北地区在线旅游行业分析
- 一、2015-2019年在线旅游行业发展现状分析
  - 二、2015-2019年在线旅游行业市场规模情况
  - 三、2020-2025年在线旅游市场容量分析及预测
  - 四、2020-2025年在线旅游行业发展前景预测
- 第三节 华东地区在线旅游行业分析
- 一、2015-2019年在线旅游行业发展现状分析
  - 二、2015-2019年在线旅游行业市场规模情况
  - 三、2020-2025年在线旅游市场容量分析及预测
  - 四、2020-2025年在线旅游行业发展前景预测
- 第四节 华南地区在线旅游行业分析
- 一、2015-2019年在线旅游行业发展现状分析
  - 二、2015-2019年在线旅游行业市场规模情况
  - 三、2020-2025年在线旅游市场容量分析及预测
  - 四、2020-2025年在线旅游行业发展前景预测
- 第五节 华中地区在线旅游行业分析
- 一、2015-2019年在线旅游行业发展现状分析
  - 二、2015-2019年在线旅游行业市场规模情况
  - 三、2020-2025年在线旅游市场容量分析及预测
  - 四、2020-2025年在线旅游行业发展前景预测
- 第六节 西南地区在线旅游行业分析
- 一、2015-2019年在线旅游行业发展现状分析
  - 二、2015-2019年在线旅游行业市场规模情况
  - 三、2020-2025年在线旅游市场容量分析及预测
  - 四、2020-2025年在线旅游行业发展前景预测

## 第七节 西北地区在线旅游行业分析

- 一、2015-2019年在线旅游行业发展现状分析
- 二、2015-2019年在线旅游行业市场规模情况
- 三、2020-2025年在线旅游市场容量分析及预测
- 四、2020-2025年在线旅游行业发展前景预测

## 第九章 国内在线旅游重点企业发展情况分析

### 第一节 去哪儿网

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略分析

### 第二节 携程旅行网

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略分析

### 三、企业竞争力分析

### 第三节 同程网

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略分析

### 第四节 艺龙旅行网

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略分析

### 第五节 欣欣旅游网

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略分析

### 第六节 驴妈妈旅游网

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析



### 三、企业竞争力分析

### 四、企业发展战略分析

#### 第七节 途牛旅游网

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营分析

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略分析

#### 第八节 蚂蜂窝

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营分析

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略分析

#### 第九节 酷讯网

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营分析

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略分析

#### 第十节 翼游旅行网

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营分析

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略分析

### 第十章 在线旅游行业风险分析

#### 第一节 在线旅游行业环境风险

##### 一、国际经济环境风险

##### 二、汇率风险

##### 三、宏观经济风险

##### 四、宏观经济政策风险

##### 五、区域经济变化风险

#### 第二节 在线旅游行业产业链上下游风险

##### 一、上游行业风险

##### 二、下游行业风险

##### 三、其他关联行业风险

#### 第三节 在线旅游行业政策风险

##### 一、产业政策风险

二、贸易政策风险

三、环保政策风险

四、区域经济政策风险

五、其他政策风险

第四节 在线旅游行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第五节 其他风险分析

第十一章 在线旅游行业未来发展相关建议

第一节 在线旅游行业发展前景预测

一、用户需求变化预测（AK LSW）

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 在线旅游企业营销策略

一、技术开发策略

二、价格策略

三、渠道建设与管理策略

四、促销策略

五、服务策略

六、品牌策略

第三节 在线旅游企业投资策略

一、子行业投资策略

二、区域投资策略

三、产业链投资策略

第四节 在线旅游企业应对当前经济形势策略建议

一、战略建议

二、财务策略建议

图表目录：

图表 2015-2019年我国国民经济生产总值发展情况

图表 2015-2019年CPI指数趋势

图表 2015-2019年工业总产值及增速

图表 2015-2019年中国在线旅游行业市场规模及增速

图表 2020-2025年中国在线旅游行业市场规模及增速预测

图表 2015-2019年中国在线旅游行业重点企业市场份额

图表 2019年中国在线旅游行业区域结构

图表 2019年中国在线旅游行业渠道结构

图表 2015-2019年中国在线旅游行业需求总量

图表 2020-2025年中国在线旅游行业需求总量预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/502005.html>