

# 中国网上旅行预订发展动态与前景模式分析报告2023-2028年

产品名称	中国网上旅行预订发展动态与前景模式分析报告 2023-2028年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国网上旅行预订发展动态与前景模式分析报告2023-2028年【报告编号】：397079【出版时间】：2023年5月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元  
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

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 2022年中国网上旅行预订营销模式及产业链分析第一节 2022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用户黏性四、旅行预定行业群雄渐起第二节

2022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 2022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

2022年国外在线旅游市场运行状况透析第一节 2022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 2022年中国旅游电子商务新格局分析第一节 2022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——2004)4、完善阶段(2005——2008)5、新探索阶段(2009——至今)第三节 2022年中国旅游电子商务现状综述一、市场需求—持续增长二、市场供给—不断增加三、市场环境—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 2022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

2022年中国网上预订旅游市场运行探析第一节 2022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 2022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 2022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

2022年中国网上旅行预订市场结构及规模分析第一节 2022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 2022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 2022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\*常预订的综合类票二、网上订票用户\*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\*常预订的房务级别二、网上订房用户\*常预订的房务类型三、网上订房用户\*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\*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\*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\*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\*希望/可能预订的房务级别八、网民未来\*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

2022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

2023-2028年中国网上旅行预订行业发展趋势与前景展望第一节 2023-2028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 2023-2028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

2023-2028年中国网上旅行预订市场盈利预测分析 第十章

2023-2028年中国网上旅行预订行业投资价值研究第一节 2023-2028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 2023-2028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 专家投资指导图表目录 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：全球在线旅游企业类别 图表：2018-2022年美国在线旅游市场规模 图表：2018-2022年中国旅游产业市场规模及预测 图表：2022年中国网上旅行预订市场主要运营份额 图表：2018-2022年中国网上旅行预订市场及细分规模预测 图表：2018-2022年中国旅行预订市场不同业务比重 图表：2018-2022年我国网上订房市场规模及预测 图表：2018-2022年中国网上订票市场规模及预测 图表：2018-2022年中国网上旅行预订用户规模及预测 图表：2022年旅行预订产品结构图 图表：我国网上旅行订房用户规模及预期 图表：我国网上旅行订票用户规模及预期 图表：2022年携程收入结构图(万元) 图表：2018-2022年E龙总体收入趋势图 图表：2018-2022年E龙主要旅游业务收入增长趋势图（单位：千美元） 图表：2018-2022年各季度携程、E龙订房天数 图表：2018-2022年两家主要企业预订客房数量 图表：2018-2022年各季度携程、E龙机票预订数量 图表：2018-2022年两家主要企业票预订量 图表：2018-2022年各季度携程、E龙订房业务收入情况 图表：2018-2022

年两家主要企业订房收入对比图图表：2018-2022年各季度携程、E龙订票业务收入情况图表：2018-2022年两家主要企业订票收入对比图图表：网上旅行预订用户年龄分布图表：网上旅行预订用户学历分布图表：网上旅行预订用户所在区域分布图表：网上旅行预订用户个人月收入分布图表：网民平均每年外出旅游情况调查图表：网上订票用户每年消费/购买的综合类票图表：网民平均每年消费综合类票务次数图表：网民对网上订房/订票态度图表：网上订票用户\*常订的综合类票图表：网上用户\*常预订的交通类票图表：网上订票用户订票频率图表：网上订票用户平均每次消费金额图表：订票用户在订票网站团购比例图表：有过团购经历的用户团购频率图表：网上订票用户平均每次团购消费金额图表：网上订房用户\*常预订的房务级别图表：网上订房用户\*常预订的房务类型图表：网上订房用户\*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\*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\*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\*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\*希望/可能预订的房务级别图表：网民未来\*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：2018-2022年中国旅游产业规模图表：2022年游客不使用网上预订的原因图表：2022年旅游电子商务主要运营商市场份额图表：2018-2022年中国网上预订旅行市场规模图表：2018-2022年中国网上预订旅行市场结构变化图表：2018-2022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：2022年网上旅行预订运营商营收份额图表：2018-2022年中国网上旅行预订市场规模图表：2018-2022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：2022年用户搜索旅游信息的时间周期图表：2022年网上旅行预订运营商营收份额图表：2023-2028年中国网上旅行预订市场前景预测