



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国在线旅行预订市场前景预测 与投资契机评估报告（2011 -2015年）

一、调研说明

《中国在线旅行预订市场前景预测与投资契机评估报告（2011-2015年）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/178312.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

在线旅行预订保持一定发展速度的原因在于，在大力推进城市化、推进社会信息化的中国，在线旅行预订产业发展潜力较大。2010年在线旅行预订行业开始细分，机票预定、旅游预订、商务预定、旅行预订搜索等各成为一些网站的特色，这些细分满足了网民更多需求，旅行预订市场继续增长。

《中国在线旅行预订市场前景预测与投资契机评估报告（2011-2015年）》共九章。首先介绍了中国在线旅行预订行业的概念，接着分析了中国在线旅行预订行业发展环境，然后对中国在线旅行预订行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线旅行预订行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线旅行预订行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 网上旅行预订相关概述

第一节 网上旅行预订特点及流程

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、按运营商性质分（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 2010-2011年国际在线旅行预订市场探析

第一节 2010-2011年世界在线旅行预定市场总况

一、世界在线旅行预订企业的兴起及特征分析

二、欧美旅行市场在线预订备受消费者青睐

三、亚太区在线旅行市场发展势头迅猛

四、拉丁美洲在线旅行预订市场发展空间大

第二节 欧洲

一、欧洲在线旅行预订市场交易规模分析

二、欧洲在线旅行预订市场发展态势分析

三、机票佣金下调制约欧洲在线旅行市场发展

第三节 美国

一、美国在线旅行预订市场交易规模分析

二、美国在线旅行预订市场厂商份额调查分析

三、美国在线旅行预订用户促销方式喜好度调查分析

四、美国在线旅行预订市场运行状况

五、美国在线旅行市场机票预定量持续上升

六、影响美国在线旅行预订市场消费的因素分析

第三章 2010-2011年中国在线旅行预订市场深度聚焦

第一节 2010-2011年中国在线旅行预订市场发展概况

一、我国在线旅行市场主要核心产品发展概况

二、我国在线旅行预订市场发展呈现新亮点

三、推动我国在线旅行预订市场发展的主要因素

四、诚信渐成我国在线旅行预订市场发展的重要因素

五、欧洲游热潮催热中国在线旅行预订市场

六、我国手机在线旅行预订市场逐渐兴起

第二节 2010-2011年中国在线旅行预订市场发展分析

一、我国在线旅行预订市场呈现新特点

二、中国网上旅游预订市场发展大事回顾

三、2010年国内在线旅行预订经营状况回顾

第三节 2010年中国在线旅行预订市场发展分析

一、2010年1-3月我国在线旅行预订市场运行概况

二、2010年4-6月国内在线旅行预订市场运行情况综述

三、2010年7-9月我国在线旅行预订市场运行状况

第四节 2010-2011年中国在线旅行预订网站建设分析

一、在线旅行预订网站的兴起

二、在线旅行预订网站的竞合格局概述

三、传统旅行社建设在线网站的优劣势

四、在线旅行预订网站建设的关键点分析

五、省市在线旅行预订网站建设思路分析

六、旅行社建设在线网站的相关建议

第五节 2010-2011年中国在线旅行预订市场发展存在的问题及策略

- 一、我国在线旅行预订市场运行的主要弊端
- 二、提高我国在线旅行市场预订量势在必行
- 三、在线旅行预订市场服务的通用途径分析
- 四、我国在线旅行网站市场突破的新观念分析

第四章 2010-2011年中国在线旅行预订市场运营模式及产业链分析

第一节 在线旅行预订市场商业模式发展概述

- 一、在线旅行预订市场商业模式的定义
- 二、在线旅行预订市场商业模式的构成要素
- 三、在线旅行预订市场新型商业模式发展分析

第二节 携程旅游网商业模式解析

- 一、客户价值分析
- 二、收入来源分析
- 三、商业范围分析
- 四、网站定价分析

第三节 中国在线旅行预订市场产业链运行分析

- 一、在线旅行预订市场产业链简介
- 二、我国网上旅行预订市场产业链运行状况
- 三、航空公司机票直销发展情况综述
- 四、酒店直销运行概况
- 五、垂直搜索类旅游网站发展特点分析

第五章 2010-2011年中国在线旅行预订市场用户调研

第一节 中国在线旅行预订市场用户概述

- 一、我国在线旅行预订市场用户基本特征分析
- 二、2008年我国网上旅游预订市场用户量发展概况
- 三、2009年我国网上旅行预订市场用户量发展再上台阶
- 四、消费返还力度与用户黏性的关联度分析
- 五、阻碍在线旅行市场用户预定酒店的因素及建议

第二节 我国在线旅行预订市场用户信息获取调查分析

一、用户了解信息的时间周期

二、用户了解信息的主要途径

第三节 我国在线旅行预订市场用户机票预订行为调查分析

一、影响旅客选择航班的主要因素

二、用户预订机票的主要途径

三、用户订票时选择的热门城市

第四节 我国在线旅游预订市场用户酒店预订行为调查分析

一、影响用户选择酒店的主要因素

二、用户预订酒店的主要方式

三、用户搜索酒店时的主要关键词

四、用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌

五、用户搜索酒店时选择的主要城市

第六章 2010-2011年中国在线旅行预订市场竞争态势分析

第一节 2010-2011年中国在线旅行预订市场竞争概况

一、我国在线旅行预订市场的主要竞争格局

二、我国在线旅行市场兼并组合渐成主流

三、在线旅行垂直搜索类网站与传统类网站竞争态势分析

四、新模式诞生引发在线旅行预订市场竞争升级

五、机票代理费率下调对在线旅行预订市场竞争的影响分析

第二节 2010-2011年中国在线旅行预订市场价格战的原因探析

第三节 中国在线旅行预订市场的竞争策略分析

一、我国在线旅游企业的主要竞争策略分析

二、我国在线旅行预订市场竞争的营销对策

三、在线旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议

第七章 2010-2011年中国在线旅行预订重点企业及网站运营动态及竞争力分析

第一节 EXPEDIA

一、公司简介

二、Expedia集团在中国在线旅行市场发展情况综述

三、2009-2010年9月艺龙网经营状况

四、酷讯网发展情况综述

第二节 携程旅行网

- 一、公司简介
- 二、2008年携程网经营状况
- 三、2009年携程网经营状况
- 四、2010年1-9月携程网经营状况
- 五、携程集团化发展战略分析
- 六、携程加大市场收购整合力度

第三节 去哪儿网

- 一、公司简介
- 二、去哪儿网的发展策略分析
- 三、2010年5月去哪儿网首次推出网上预订环节
- 四、去哪儿网探索市场发展新蓝海
- 五、去哪儿网推出搜索新模式

第四节 芒果网

- 一、网站简介
- 二、芒果网在线旅行的市场定位分析
- 三、芒果网在线旅行预订市场发展经验综述
- 四、芒果网积极拓展低价在线预订市场
- 五、芒果网力推在线新业务应对市场竞争

第五节 其他企业及网站

- 一、快乐e行
- 二、同程网
- 三、阳光旅行网
- 四、真旅网

第八章 2011-2015年中国网上旅行预订行业发展趋势与前景展望

第一节 2011-2015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 2011-2015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2011-2015年中国网上旅行预订市场盈利预测分析

第九章 2011-2015年中国在线旅行预订市场前景预测

第一节 2010-2011年中国在线旅游市场投资环境分析

一、我国在线旅游市场发展环境不断改善

二、未来我国在线旅游市场发展空间大

第二节2011-2015年中国网上旅行预订行业投资机会分析

一、无线终端应用的兴起给在线旅游企业带来发展机遇

二、我国在线旅游市场发展面临新机会

三、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机

四、网上预订旅行投资吸引力分析

第三节2011-2015年中国网上旅行预订行业投资风险预警

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、其它风险

第四节 专家投资指导

图表目录：

图表：2005-2008年全球三大地区旅游市场网络预订订单占该区全部旅游订单的比例

图表：2010年8月亚太地区在线旅游网站统计数据

图表：欧洲在线个人休闲旅游/非集中管理的商务旅游交易规模

图表：2009年欧洲休闲旅游销售情况

图表：2009年欧洲在线旅游收入占总收入比例

图表：2009年欧洲在线旅游搜索数据

图表：美国在线个人休闲旅游/非集中管理的商务旅游交易规模

图表：美国在线旅行预订运营商市场份额

图表：美国在线旅行预订用户最喜欢的促销方式

图表：2008-2014年美国在线旅游销售规模及增长情况

图表：美国在线旅游消费者最终放弃在线交易的原因

图表：美国消费者可以接受旅游网站出现问题的次数

图表：2000-2007年中国星级酒店数量及增长率

图表：2003-2007年中国在线订票市场规模及增长情况

图表：2003-2007年中国自由行度假市场规模及增长率

图表：2003-2008年中国在线旅行预订市场结构

图表：2008年中国在线旅行预订运营商营收份额

图表：2009年中国在线旅行预订市场收购事件

图表：2009年在线旅行预订行业核心运营商营销方式一览

图表：2009年Q1-2010年Q1中国在线旅行预订市场营收规模

图表：2010年Q1中国在线旅行预订运营商营收份额

图表：2009年Q1-2010年Q2中国旅行预订市场第三方在线代理商营收规模

图表：2010年Q2中国旅行预订市场第三方在线代理商营收份额

图表：2009年Q1-2010年Q3中国旅行预订市场第三方在线代理商营收规模

图表：2010年Q3中国旅行预订市场第三方在线代理商营收份额

图表：中国各品牌旅行预订服务用户覆盖率和高收入用户比例对比

图表：在线旅行市场五种新型预订模式的比较

图表：携程旅游网站目标客户分类

图表：携程旅游网站目标客户的地区分布

图表：携程网的主要收入来源

图表：携程旅行网的服务特色

图表：中国在线旅行预订市场产业链

图表：中国在线旅行预订市场代表企业

图表：2009年用户选择航空公司、酒店官方网站预订旅游产品的原因

图表：2009年用户预订机票时最常用的预订服务商

图表：2009年用户预订酒店时最常用的预订服务商

图表：2009年用户了解旅游产品信息的渠道分类

图表：中国主要在线旅行预订用户特征

图表：2003-2008年中国在线旅行预订用户规模

图表：2003-2008年中国在线旅行预订用户规模占互联网用户规模的比重

图表：在线旅行预订运营商积分兑换礼品现金含量

图表：在线旅行预订运营商积分兑换机票现金含量

图表：通过专业旅游网站获取旅游信息的用户预订酒店的主要方式

图表：用户搜索旅游信息的时间周期

图表：用户获取旅游信息的主要途径

图表：影响个人旅客选择航班的因素

图表：影响商务旅客选择航班的因素

图表：旅客个人出行时最常使用的机票预订途径

图表：旅客商务出行时最常使用的机票预订途径

图表：2008年9月-2009年3月中国在线机票服务网站访问次数份额

图表：主要网络机票代理商日均在线销售的机票数量份额

图表：2008年11月-2009年4月用户通过旅游搜索查询的热门机票出发城市

图表：2008年11月-2009年4月用户通过旅游搜索查询的热门机票到达城市

图表：影响用户选择酒店的因素

图表：用户预订酒店的主要方式

图表：用户搜索酒店时输入的热门关键词

图表：用户搜索酒店时选择的热门酒店品牌

图表：用户搜索酒店时选择的热门城市

图表：中国在线旅游市场三大主要公司

图表：2010年2月各大旅行网站日均覆盖人数

图表：携程收购事件一览

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/178312.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。