

2011-2015年中国在线旅行 预订行业市场供需分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国在线旅行预订行业市场供需分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/lvyou1109/M365104LQ1.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-09-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

【报告说明】

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国在线旅行预订行业市场供需分析及投资前景研究报告》共九章。首先介绍了在线旅行预订行业相关概述、中国在线旅行预订行业市场运行环境等，接着分析了中国在线旅行预订行业市场发展的现状，然后介绍了中国在线旅行预订行业重点区域市场运行形势。随后，报告对中国在线旅行预订行业重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线旅行预订行业行业发展趋势与投资预测。您若想对在线旅行预订行业产业有个系统的了解或者想投资在线旅行预订行业行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2010年中国在线旅游预订市场依然以机票和酒店单项产品为主。2010年中国在线旅游预订市场结构中，订房营收比重为46.3%，机票营收比重为42.2%，度假产品及其他旅游营收比重为11.5%。与2009年相比，机票营收比重下降1.9个百分点，而订房和度假产品营收比重分别上升0.9、1.0个百分点。

【报告目录】

第一章 网上旅行预订相关概述	12
第一节 网上旅行预订及特点	12
第二节 网上旅行预订分类	12
一、按服务类型分（订房、订票、旅游度假产品）	12
二、按运营商性质分	12
三、按市场类型分（休闲旅游、商务旅游）	14
第二章 2010-2011年国际在线旅行预订市场探析	16
第一节 2010-2011年世界在线旅行预定市场总况	16
一、世界在线旅行预订企业的兴起及特征分析	16
二、亚太区在线旅行市场发展势头迅猛	17
三、亚太在线旅行预订市场发展受益最大企业	17
第二节 欧洲	18
一、欧洲在线旅行预订市场交易规模分析	18
二、机票佣金下调制约欧洲在线旅行市场发展	19
第三节 美国	19

一、美国在线旅行预订市场交易规模分析	19
二、美国在线旅行预订市场厂商份额调查分析	19
三、美国在线旅行预订用户促销方式喜好度调查分析	20
四、美国在线旅行市场机票预定量将持续上升	20
五、影响美国在线旅行预订市场消费的因素分析	20
第三章 2010-2011年中国在线旅行预订市场深度聚焦	22
第一节 2010-2011年中国在线旅行预订市场发展概况	22
一、我国在线旅行市场主要核心产品发展概况	22
二、我国在线旅行预订市场发展呈现新亮点	22
三、推动我国在线旅行预订市场发展的主要因素	23
四、诚信渐成我国在线旅行预订市场发展的重要因素	23
五、欧洲游热潮催热中国在线旅行预订市场	23
六、我国手机在线旅行预订市场逐渐兴起	24
第二节 2010-2011年中国在线旅行预订市场发展分析	24
一、我国在线旅行预订市场呈现新特点	24
二、中国在线旅行预订市场朝产品差异化方向发展	26
三、通过在线预订方式群体逐渐增多	26
第三节 2010年中国在线旅行发展策略分析	26
第四节 2010-2011年中国在线旅行预订网站建设分析	28
一、在线旅行预订网站的兴起	28
二、在线旅行预订网站的竞合格局概述	29
三、中国主流旅游预订网站的盈利模式分析	29
四、我国旅游预订网站的成长分析	30
五、在线旅行预订网站建设新方向分析	32
六、旅行社建设在线网站的相关建议	33
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	34
一、我国在线旅行预订市场运行的主要弊端	34
二、提高我国在线旅行市场预订量势在必行	35
三、在线旅行预订市场服务的通用途径分析	35
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	36
第一节 在线旅行预订市场商业模式发展概述	36
一、在线旅行预订市场商业模式的定义	36

- 二、在线旅行预订市场商业模式的构成要素 36
- 三、在线旅行预订市场新型商业模式发展分析 37
- 第二节 携程旅游网商业模式解析 40
 - 一、客户价值分析 40
 - 二、收入来源分析 41
 - 三、商业范围分析 43
 - 四、网站定价分析 47
- 第三节 中国在线旅行预订市场产业链运行分析 47
 - 一、在线旅行预订市场产业链简介 47
 - 二、我国网上旅行预订市场产业链运行状况 48
 - 三、航空公司机票直销发展情况综述 49
 - 四、欧美主要航空公司网络直销发展特色 50
 - 五、垂直搜索类旅游网站发展特点分析 51
- 第五章 2010-2011年中国在线旅行预订市场用户调研 54
 - 第一节 中国在线旅行预订市场用户概述 54
 - 一、我国在线旅行预订市场用户基本特征分析 54
 - 二、2010年我国网上旅游预订市场用户量发展概况 54
 - 三、阻碍在线旅行市场用户预定酒店的因素及建议 55
 - 四、2011年第一季度中国旅行预订OTA市场营收规模 56
 - 第二节 我国在线旅行预订市场用户信息获取调查分析 57
 - 一、用户了解信息的时间周期 57
 - 二、用户了解信息的主要途径 58
 - 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 59
 - 一、影响旅客选择航班的主要因素 59
 - 二、用户预订机票的主要途径 60
 - 三、我国主要航空公司网络营销策略 61
 - 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 62
 - 一、影响用户选择酒店的主要因素 62
 - 二、用户预订酒店的主要方式 62
 - 三、影响用户选择酒店预订网站的因素 63
 - 四、用户搜索酒店时选择的主要酒店品牌 64
 - 五、商务出行最关注酒店设施 65

六、珠三角商务出行对价格关注度最低，最重视设施	65
第六章 2010-2011年中国在线旅行预订市场竞争态势分析	67
第一节 2010-2011年中国在线旅行预订市场竞争概况	67
一、2010年我国在线旅行预订市场的主要竞争格局	67
二、我国在线旅行市场兼并组合渐成主流	68
三、在线旅行垂直搜索类网站与传统类网站竞争态势分析	68
四、在线旅行预订市场竞争升级	69
五、2010年第一季度市场格局稳中微变，竞争日益激烈	70
六、机票代理费率下调对在线旅行预订市场竞争的影响分析	71
第二节 2010-2011年中国在线旅行预订市场价格战的原因探析	72
第三节 中国在线旅行预订市场的竞争策略分析	73
一、我国在线旅游企业的主要竞争策略分析	73
二、我国在线旅行预订市场竞争的营销对策	75
三、在线旅行预订企业应对互联网巨头挑战的建议	76
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	77
第一节 EXPEDIA	77
一、公司简介	77
二、Expedia集团在中国在线旅行市场发展情况综述	77
三、2009-2010年9月艺龙网经营状况	77
四、酷讯网发展情况综述	77
第二节 携程旅行网	78
一、公司简介	78
二、2010年携程网经营状况	78
三、携程集团化发展战略分析	78
四、携程加大市场收购整合力度	79
第三节 去哪儿网	79
一、公司简介	79
二、去哪儿网的发展策略分析	80
三、2011年6月百度将成为去哪儿网第一大机构股东	80
四、2010年去哪儿网在网站日均覆盖上首次超越携程	80
第四节 芒果网	81
一、网站简介	81

二、芒果网在线旅行的市场定位分析	82
三、芒果网在线旅行预订市场发展经验综述	82
四、芒果网积极拓展低价在线预订市场	82
五、芒果网力推在线新业务应对市场竞争	82
第五节 其他企业及网站	84
一、快乐e行	84
二、同程网	84
三、阳光旅行网	86
四、真旅网	86
第八章 2011-2015年中国在线旅行预订市场前景预测	87
第一节 2010-2011年中国在线旅游市场投资环境分析	87
一、我国在线旅游市场发展环境不断改善	87
二、未来我国在线旅游市场发展空间大	87
第二节 2011-2015年中国网上旅行预订行业投资机会分析	88
一、无线终端应用的兴起给在线旅游企业带来发展机遇	88
二、我国在线旅游市场发展面临国际化	88
三、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机	89
四、网上预订旅行投资吸引力分析	89
第三节 2011-2015年中国网上旅行预订行业投资风险预警	89
一、市场运营机制风险	89
二、市场竞争风险	90
三、其它风险	90
第四节 权威专家投资指导	91
第九章 2011-2015年中国网上旅行预订行业发展趋势与前景展望	92
第一节 2011-2015年中国网上旅行预订行业发展前景分析	92
一、互联网元素渗透到产业链各个环节	92
二、投资者看好中国在线旅行预订市场，发展前景广阔	92
第二节 2011-2015年中国网上旅行预订行业发展趋势分析	92
一、网上旅行预订综合化旅游经营模式趋势	92
二、网上旅游业未来发展趋势	93
三、全网络旅行模式或将成未来旅游发展方向	94
第三节 2011-2015年中国网上旅行预订市场盈利预测分析	94

【图表目录】

- 图表 1 全球在线旅游企业类别 13
- 图表 2 2007-2011年欧洲在线旅行预订市场交易规模 18
- 图表 3 2003-2010年美国在线旅行预订市场交易规模 19
- 图表 4 美国在线旅行预订用户促销方式喜好度构成 20
- 图表 5 2010年中国在线旅游预订市场构成图 22
- 图表 6 2008-2014年中国在线旅行预定市场结构变化及预测图 25
- 图表 7 网上旅行预订新模式 38
- 图表 8 携程目标客户的构成 40
- 图表 9 携程目标客户的地区分布 40
- 图表 10 携程旅行网的盈利模型 41
- 图表 11 携程旅行网的服务特色 43
- 图表 12 中国网上旅行预订市场产业链结构图 47
- 图表 13 中国网上旅行预订市场代表企业 48
- 图表 14 航空公司机票分销产业链 50
- 图表 15 航空公司机票直销产业链 50
- 图表 16 欧美主要航空公司网络直销发展特色 51
- 图表 17 2008-2014年中国网上旅游预订市场规模增长趋势 54
- 图表 18 2010-2011年第一季度中国旅行预订OTA市场营收规模情况 56
- 图表 19 用户搜索旅游信息的时间周期 57
- 图表 20 中国用户获取旅游信息的主要途径 58
- 图表 21 影响旅客选择航班的主要因素 59
- 图表 22 用户预订机票的主要途径 60
- 图表 23 我国主要航空公司网络营销策略 61
- 图表 24 影响个人用户选择酒店的主要因素 62
- 图表 25 用户预订酒店的主要方式情况 62
- 图表 26 影响用户选择酒店预订网站的因素 63
- 图表 27 城市单一酒店点评热榜 65
- 图表 28 三大经济圈用户点评 65
- 图表 29 2010年中国在线旅行预订运营商营收份额情况 67

图表 30 2011年第一季度旅行预订市场格局构成情况 70

图表 31 我国主要在线旅游企业的主要战略及策略 74

图表 32 2010年去哪儿网在网站日均覆盖上首次超越携程 80

图表 33 中国网上旅行预订市场利润源及收入结构、成长空间情况 94

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/lvyou1109/M365104LQ1.html>