2015-2020年中国在线旅游
市场趋势预测及发展趋势调查报告

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

《2015-2020年中国在线旅游市场趋势预测及发展趋势调查报告》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/lvyou1502/P74380O79T.html

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元
【出版日期】2024-12-22
【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

报告目录：

第1章：中国在线旅游行业发展背景 28
1.1 在线旅游行业概述 28
1.1.1 在线旅游行业界定 28
1.1.2 在线旅游行业分类 28
1.1.3 与传统旅游业的区别 29
1.2 在线旅游行业政策环境 29
1.2.1 旅游行业政策分析 29
（1）旅游行业支持政策 29
（2）国家扩大内需政策 30
（3）西部旅游支持政策 31
1.2.2 旅游业信息化规划 32
1.3 在线旅游行业经济环境 33
1.3.1 国际经济走势及影响 33
1.3.2 国内经济走势及影响 41
1.4 在线旅游行业社会环境 45
1.4.1 我国人口结构特征 45
1.4.2 我国社会结构特征 48
1.4.3 我国居民收入水平 52
1.4.4 居民消费结构升级 55
1.5 在线旅游行业技术环境 57
1.5.1 互联网的普及现状 57
1.5.2 软件服务技术发展 58
1.5.3 电子商务技术发展 60
1.5.4 在线支付平台发展 63
第2章：在线旅游行业产业链分析 65
2.1 在线旅游产业链构成主体 65
2.1.1 上游供应商 65
2.1.2 媒介&营销平台 65

（1）在线旅游代理商 65
（2）平台运营商 67
（3）信息渠道商 68
2.1.3 终端用户 68
2.2 在线旅游产业链运作特征 68
2.2.1 供应商依托于网络媒介服务 68
2.2.2 用户规模报酬递增效应突出 70
2.2.3 服务多样性与竞争优势密切相关 71
2.3 在线旅游产业链发展趋势 72
2.3.1 从产业链向产业网演变 72
2.3.2 从Web1.0模式向Web2.0模式转变 73
2.3.3 从NBS到LBS演进 76
第3章：全球在线旅游行业发展分析 78
3.1 全球旅游行业景气程度分析 78
3.1.1 全球旅游行业景气程度 78
3.1.2 美洲旅游市场状况分析 80
3.1.3 欧洲旅游市场状况分析 80
3.1.4 亚太旅游市场状况分析 82
3.2 全球在线旅游行业发展分析 82
3.2.1 全球在线旅游市场规模 82
3.2.2 主要地区在线旅游市场分析 85
（1）美国在线旅游市场分析 85
（2）欧洲在线旅游市场分析 86
（3）亚太在线旅游市场分析 87
3.2.3 在线旅游与传统旅游业对比 89
3.2.4 全球在线旅游行业发展趋势 96
3.3 全球领先在线旅游企业投资策略 97
3.3.1 Expedia 97
（1）公司发展历程 97
（2）公司主营业务分析 98
（3）公司经营情况分析 98
（4）公司经营策略分析 106

（5）公司在华业务拓展 106
（6）公司最新发展动向 107
3.3.2 Priceline 108
（1）公司发展历程 108
（2）公司主营业务分析 108
（3）公司经营情况分析 108
（4）公司在华业务拓展 115
（5）公司最新发展动向 116
3.3.3 Orbitz 116
（1）公司发展历程 116
（2）公司主营业务分析 116
（3）公司经营情况分析 116
（4）公司最新发展动向 117
3.3.4 MakeMyTrip 121
（1）公司发展历程 121
（2）公司主营业务分析 122
（3）公司经营情况分析 122
（4）公司最新发展动向 127
3.3.5 Kayak 130
（1）公司发展历程 130
（2）公司主营业务分析 130
（3）公司经营情况分析 131
3.3.6 TravelZoo 132
（1）公司发展历程 133
（2）公司主营业务分析 133
（3）公司经营情况分析 134
（4）公司在华业务拓展 138
（5）公司最新发展动向 138
第4章：中国在线旅游行业发展现状分析 140
4.1 在线旅游行业发展阶段 140
4.2 在线旅游行业运营情况 141
4.2.1 旅游网站数量 141

4.2.2 用户规模 141
4.2.3 市场规模 142
4.2.4 营收规模 143
4.2.5 渗透率 143
4.3 在线旅游行业竞争力分析 145
4.3.1 在线旅游行业集中度 145
4.3.2 在线旅游行业五力分析 146
（1）在线旅游企业竞争结构 146
（2）供应商的议价能力 147
（3）下游客户的议价能力 148
（4）行业潜在进入者威胁 148
（5）旅游服务替代品威胁 148
4.3.3 在线旅游行业竞争模式 148
（1）旅游站点平台模式 148
（2）“机票+酒店”模式 149
（3）垂直引擎搜索模式 149
（4）直销预订模式 149
4.4 在线旅游行业发展趋势 149
第5章：中国在线旅游关联行业发展分析 152
5.1 中国旅游行业发展分析 152
5.1.1 旅游行业运行情况 152
5.1.2 国内旅游市场分析 153
5.1.3 入境旅游市场分析 153
5.1.4 出境旅游市场分析 159
5.1.5 旅游行业发展规划 159
5.2 中国旅游景区发展分析 160
5.2.1 旅游景区基本情况 160
5.2.2 旅游景区数量规模 161
5.2.3 旅游景区经营情况 163
5.2.4 旅游景区结构特征 164
5.2.5 新型旅游景区发展 165
5.2.6 旅游景区发展预测 165

5.3 中国酒店行业发展分析 166
5.3.1 星级酒店发展分析 166
（1）星级酒店规模及其构成 166
（2）星级酒店总体经营情况 168
（3）不同星级酒店经营状况 168
（4）区域星级酒店经营状况 169
（5）重点城市酒店经营情况 169
5.3.2 经济型酒店发展分析 169
（1）经济型酒店数量分析 169
（2）经济型酒店市场规模 169
（3）经济型酒店区域分布 170
（4）经济型酒店价格分布 171
（5）经济型酒店市场格局 171
5.3.3 酒店行业发展趋势分析 172
5.4 中国旅行社发展分析 173
5.4.1 旅行社发展规模分析 173
（1）旅行社数量 173
（2）旅行社资产及从业人员 174
5.4.2 旅行社经营情况分析 174
5.4.3 旅行社主要业务情况 175
（1）入境旅游业务分析 175
（2）国内旅游业务分析 176
（3）出境旅游业务分析 177
5.4.4 旅行社总体结构分析 178
（1）旅行社区域分布 178
（2）旅行社经营状况 178
（3）旅行社类别分布 178
5.4.5 旅行社发展趋势展望 179
（1）行业集中度发展趋势 179
（2）行业盈利能力展望 180
5.5 中国餐饮业发展分析 181
5.5.1 餐饮业发展规模 181

5.5.2 餐饮业集中度分析 188
（1）行业集中度较低 188
（2）正餐企业营所占比重最大 188
（3）行业集中度将缓慢提升 189
5.5.3 餐饮百强企业经营分析 189
（1）营业额稳步增长 189
（2）分化与互渗趋势明显 189
（3）所占比重基本与上年持平 190
（4）百强企业规模进一步扩大 191
（5）综合业绩表现逊于往年 191
5.5.4 餐饮业发展趋势分析 192
5.6 中国航空客运行业发展分析 195
5.6.1 民航航线网络分析 195
5.6.2 航线客运收入水平 196
5.6.3 航空旅客运输量分析 200
5.6.4 民航旅客周转量分析 200
5.6.5 机场旅客吞吐量分析 201
5.7 中国汽车租赁行业发展分析 205
5.7.1 汽车租赁行业发展规模 205
5.7.2 汽车租赁行业发展特点 206
5.7.3 汽车租赁行业竞争格局 207
（1）现有企业间的竞争 207
（2）供应商议价能力分析 208
（3）潜在进入者威胁 208
（4）替代品威胁分析 209
5.7.4 汽车租赁行业发展趋势 209
第6章：中国在线旅游行业用户调研分析 211
6.1 在线旅游预订用户特征分析 211
6.1.1 用户性别特征 211
6.1.2 用户年龄特征 211
6.1.3 用户受教育程度 212
6.2 在线旅游预订用户行为分析 213

6.2.1 用户出行方式 213
6.2.2 用户旅行方式 214
6.2.3 用户预订旅游产品种类 215
6.2.4 用户搜索热点 215
6.2.5 用户在消费时最关注因素 216
6.3 在线旅游预订用户细分产品预订特征 216
6.3.1 旅游预订用户酒店预订特征 217
6.3.2 旅游预订用户机票预订特征 218
6.3.3 旅游预订用户度假产品预订特征 219
第7章：中国在线旅游行业细分市场分析 221
7.1 在线旅游行业市场结构 221
7.2 酒店在线预订市场分析 222
7.2.1 酒店行业销售渠道分析 222
（1）星级酒店销售渠道格局 222
（2）经济型酒店销售渠道格局 224
（3）不同销售渠道成本比较 225
7.2.2 酒店在线预订市场规模 227
（1）酒店在线预订营收规模 228
（2）酒店在线预订市场渗透率 229
（3）酒店在线预订用户数量 229
7.2.3 酒店在线预订不同模式 230
（1）酒店官网预订 230
（2）酒店OTA 230
（3）酒店CRS 231
（4）UGC (User Generated Content，用户生成内容) 旅游社区延展出来的第三方预订推介平台 232
7.2.4 酒店在线预订市场格局 232
（1）在线预订网站市场份额 232
（2）在线预订网站覆盖情况 235
（3）在线预订网站价格分布 238
7.2.5 酒店在线营销的新模式 240
7.2.6 酒店在线预订市场趋势 240

7.3 机票在线预订市场分析 241
7.3.1 航空机票销售市场分析 241
（1）航空机票交易规模分析 241
（2）航空机票销售渠道格局 241
（3）航空机票销售渠道特征 244
7.3.2 机票在线预订市场规模 250
（1）机票在线预订市场规模 250
（2）机票在线预订市场渗透率 250
7.3.3 机票在线预订市场格局 250
（1）机票在线交易主体分析 250
（2）在线机票预订市场格局 253
（3）在线机票预订平台分析 254
7.3.4 机票在线预订市场趋势 254
7.4 旅游度假产品在线预订市场分析 255
7.4.1 旅游度假产品在线预订市场规模 255
7.4.2 旅游度假产品在线预订情况调研 258
（1）旅游度假产品在线预订频率 258
（2）旅游度假产品在线预订类型 259
（3）旅游度假产品在线预订时间段 259
7.4.3 旅游度假产品在线预订市场规模 259
7.4.4 旅游度假产品在线预订市场格局 261
7.4.5 旅游度假产品在线预订市场趋势 263
7.5 在线旅游其它服务市场分析 268
7.5.1 在线汽车租赁服务分析 268
7.5.2 网上购买景区门票分析 270
第8章：中国在线旅游行业细分模式分析 273
8.1 在线旅游代理（OTA）模式 273
8.1.1 在线旅游代理发展概述 273
8.1.2 在线旅游代理盈利模式 273
8.1.3 在线旅游代理营收规模 274
8.1.4 在线旅游代理盈利水平 274
8.2 旅游企业在线直销模式 277

8.2.1 酒店在线直销分析 277
（1）酒店网络营销发展历程 277
（2）酒店在线直销发展模式 278
（3）酒店在线直销现状分析 281
（4）酒店在线直销市场规模 286
（5）酒店在线直销案例分析 289
（6）酒店在线直销SWOT分析 291
8.2.2 旅行社在线直销分析 292
8.2.3 航空公司在线直销分析 294
8.2.4 旅游景区在线直销分析 296
8.3 旅游产品第三方交易平台（TTP） 297
8.3.1 旅游产品垂直搜索网站 297
（1）垂直搜索引擎概述 297
（2）旅游垂直搜索引擎概述 298
（3）旅游垂直搜索发展现状 298
8.3.2 旅游点评社区网站 299
8.3.3 旅游产品团购网站 303
8.3.4 旅游产品B2B交易平台网站 307
8.3.5 定制在线旅游（C2B） 308
（1）旅游C2B模式的含义 308
（2）旅游C2B模式的特点 309
（3）旅游C2B模式运行机制 313
（4）旅游C2B模式发展现状 314
（5）旅游C2B模式发展展望 315
8.4 非旅游机构进入在线旅游市场 315
8.4.1 门户网站的进入 315
（1）百度 315
（2）腾讯 316
（3）新浪 317
（4）搜狐 318
8.4.2 电子商务企业的进入 319
（1）“淘宝旅行”频道 319

（2）京东“机票预订”频道 319
（3）1号店机票预订业务 319
8.4.3 SNS企业的进入 319
8.4.4 银行业的进入 322
（1）中国银行网站旅游频道 322
（2）工商银行机票旅游频道 323
（3）农业银行“旅行易”频道 324
（4）民生银行商旅预订中心 324
（5）浦发银行在线旅游预订 326
第9章：中国在线旅游行业商业模式分析 327
9.1 在线旅游行业商业模式分类 327
9.1.1 基于产生条件的分类 327
9.1.2 基于业态的分类 328
9.1.3 基于服务内容的分类 330
9.1.4 基于经营模式的分类 331
9.2 在线旅游行业商业模式演变分析 333
9.2.1 行业商业模式发展进程 333
9.2.2 行业商业模式演化动力 334
9.2.3 行业商业模式模型分析 335
9.3 在线旅游企业商业模式案例分析 336
9.3.1 Expedia 336
（1）公司发展简介 336
（2）公司发展特点分析 336
（3）公司商业模式分析 337
9.3.2 American Express 338
（1）公司发展简介 338
（2）公司发展历程分析 339
（3）公司商业模式分析 340
9.3.3 Priceline 340
（1）公司发展简介 340
（2）公司商业模式分析 341
9.3.4 携程 342

（1）公司发展简介 342
（2）公司发展历程分析 343
（3）公司商业模式分析 345
9.3.5 去哪儿 345
（1）公司发展简介 345
（2）公司发展历程分析 346
（3）公司商业模式分析 348
9.4 在线旅游行业商业模式发展趋势 349
9.4.1 商业模式转变的驱动力 349
9.4.2 商业模式发展趋势分析 351
（1）商业模式创新层出不穷 352
（2）一站式服务将成主流形式 353
（3）旅游计划网站将成为热点 354
（4）移动在线旅行服务将是大势所趋 354
第10章：中国在线旅游移动化与营销模式创新 357
10.1 移动互联网市场发展现状分析 357
10.1.1 移动终端普及情况 357
10.1.2 移动互联网用户数量 357
10.1.3 移动互联网市场规模 364
10.1.4 移动互联网应用结构 367
10.1.5 移动互联网发展趋势 368
10.2 无线旅游市场发展现状与展望 369
10.2.1 无线旅游发展背景分析 369
10.2.2 无线旅游发展优势分析 370
10.2.3 无线旅游应用模式分析 372
10.2.4 无线旅游发展现状分析 375
10.2.5 无线旅游发展案例分析 375
（1）携程无线 376
（2）淘宝旅行手机客户端 376
（3）去哪儿无线客户端 376
（4）同程网无线 377
（5）艺龙无线 378

（6）航班管家 378
（7）酒店达人 379
（8）12580商旅客户端 379
10.2.6 无线旅游发展制约因素 379
10.2.7 无线旅游未来发展展望 380
10.3 在线旅游行业营销模式创新 380
10.3.1 在线旅游行业营销模式创新 380
10.3.2 在线旅游企业微博营销分析 383
（1）微博发展历程与使用情况 383
（2）在线旅游企业微博运用现状 387
（3）在线旅游企业微博营销效果 388
（4）在线旅游企业微博营销趋势 398
10.3.3 在线旅游企业社交网站推广 402
10.3.4 在线旅游企业电子邮件推广 403
第11章：中国在线旅游行业趋势预测分析 409
11.1 旅游行业趋势预测分析 409
11.1.1 旅游行业影响因素分析 409
11.1.2 旅游行业趋势预测分析 412
11.2 在线旅游行业趋势预测分析 412
11.2.1 在线旅游交易规模预测 412
11.2.2 在线旅游行业渗透率预测 413
11.3 在线旅游行业细分产品发展预测 414
11.3.1 酒店在线预订市场预测 414
11.3.2 机票在线预订市场预测 415
11.3.3 旅游度假产品在线预订预测 416
11.4 在线旅游不同模式企业发展预测 419
11.4.1 在线旅游代理趋势分析 419
11.4.2 旅游搜索市场规模预测 421
11.4.3 旅游产品团购趋势分析 423
11.4.4 旅游产品B2B交易趋势分析 424
11.4.5 旅游企业在线直销趋势分析 426
第12章：中国在线旅游行业投融资机会分析 428

12.1 在线旅游行业投资情况 428
12.1.1 在线旅游行业投资热度 428
12.1.2 在线旅游行业投资规模 430
12.1.3 在线旅游行业投融资事件 431
12.1.4 在线旅游行业投资资金来源 442
（1）风投机构的风险投资 442
（2）大型企业的战略投资 443
12.1.5 在线旅游行业投资方向 443
12.1.6 在线旅游行业投资预测 445
12.2 在线旅游行业兼并重组 446
12.3 在线旅游行业投资机会 449
12.3.1 在线旅游行业投资价值 449
12.3.2 在线旅游行业投资机会 451
12.3.3 在线旅游行业进入壁垒 452
第13章：中国在线旅游行业领先企业运营分析 454
13.1 在线旅游企业总体发展状况 454
13.1.1 在线旅游企业分类 454
13.1.2 在线旅游企业排名 455
13.2 在线旅游领先企业经营情况 456
13.2.1 携程旅行网 456
（1）公司发展简介 456
（2）公司产品与服务分析 457
（3）公司盈利模式分析 459
（4）公司经营策略分析 459
（5）公司技术模式分析 459
（6）公司经营业绩分析 459
（7）公司经营优劣势分析 464
（8）公司并购重组分析 464
（9）公司最新发展动向 465
13.2.2 艺龙旅行网 465
（1）公司发展简介 465
（2）公司产品与服务分析 465

（3）公司盈利模式分析 465
（4）公司渠道与资源分析 466
（5）公司经营业绩分析 466
（6）公司经营优劣势分析 470
（7）公司并购重组分析 474
（8）公司最新发展动向 475
13.2.3 去哪儿网 475
（1）公司发展简介 475
（2）公司产品与服务分析 475
（3）公司盈利模式分析 476
（4）公司渠道与资源分析 476
（5）公司经营业绩分析 476
（6）公司经营优劣势分析 482
（7）公司资本运作分析 482
（8）公司最新发展动向 483
13.2.4 同程网 483
（1）公司发展简介 483
（2）公司产品与服务分析 484
（3）公司盈利模式分析 484
（4）公司渠道与资源分析 485
（5）公司经营业绩分析 486
（6）公司经营优劣势分析 491
（7）公司并购重组分析 492
（8）公司最新发展动向 492
13.2.5 芒果网 492
（1）公司发展简介 492
（2）公司股权结构分析 493
（3）公司产品与服务分析 493
（4）公司盈利模式分析 494
（5）公司渠道与资源分析 495
（6）公司经营业绩分析 496
（7）公司经营优劣势分析 501

（8）公司并购重组分析 502
（9）公司最新发展动向 503

图表目录：

图表 1 2008-2014年我国在线旅游行业产品结构变化趋势（单位：%） 28
图表 2 在线旅游行业主要政策法规列表 29
图表 3 各旅游区的规划及政策研究 31
图表 4 七国集团GDP增长率（%） 34
图表 5 金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（%） 34
图表 6 全球及主要经济体制造业和服务业PMI 36
图表 7 全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数 37
图表 8 2014年年末人口数及其构成 47
图表 9 2006-2014年我国人口及其自然增长率变化情况 47
图表 10 2006-2014年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 54
图表 11 2006-2014年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 55
图表 12 2013-2014年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率 57
图表 13 2011Q1-2013Q1中国在线旅行预订市场第三方在线代理商营收规模 65
图表 14 2013Q1中国旅行预计市场第三方在线代理商营收份额 66
图表 15 旅游核心产业之间的关系 69
图表 16 驱动报酬递增的四个动态循环 70
图表 17 信息社会“长尾效应” 72
图表 18 从产业链到产业网的转变 72
图表 19 Web2.0时代在线旅游网站用户界面七大元素 74
图表 20 市场营销主导理论的演进 75
图表 21 Expedia负债能力分析 98
图表 22 Expedia综合损益分析 101
图表 23 Expedia现金流量分析 103
图表 24 Priceline负债能力分析 108
图表 25 Priceline综合损益分析 111
图表 26 Priceline现金流量分析 113
图表 27 2000-2013年美国OTA市场份额变化（以预订量计) 117
图表 28 MakeMyTrip负债能力分析 123

图表 29 MakeMyTrip利润能力分析 125
图表 30 MakeMyTrip现金流量分析 127
图表 31 Kayak负债能力分析 131
图表 32 Kayak利润能力分析 132
图表 33 TravelZoo负债能力分析 134
图表 34 TravelZoo利润能力分析 135
图表 35 TravelZoo现金流量分析 137
图表 36 2011-2013年旅行预计用户数及使用率 142
图表 37 2013-2014年一季度中国在线旅游OTA市场营收规模 143
图表 38 2013年12月-2014年9月旅行预计网民数及使用率 144
图表 39 2014年上半年中国网民各类旅行预订服务使用率 144
图表 40 2013、2014年1-9月在线旅游行业集中度对比分析 146
图表 41 在线旅游行业环境“波特五力”分析模型 146
图表 42 全国各省市旅游景区企业数（单位：家） 161
图表 43 旅游景区按旅游资源主体性质划分 164
图表 44 旅游景区按管理级别划分 165
图表 45 2014年我国高星级酒店Revpar下滑明显大于经济型酒店（单位：%） 168
图表 46 经济型酒店在二三线城市仍有发展空间（单位：间） 170
图表 47 2014年度旅行社入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家和地区 175
图表 48 2014年度旅行社入境旅游接待人次排名前十位的客源地国家和地区 175
图表 49 2014年度旅行社国内旅游组织人次排名前十位的省份 176
图表 50 2014年度旅行社国内旅游接待人次排名前十位的省份 177
图表 51 2014年度旅行社出境旅游组织人次排名前十位的目的地国家和地区 177
图表 52 2014年度三大旅游市场人次数比较 179
图表 53 2014年度三大旅游市场人天数比较 180
图表 54 餐饮业按业态分类简表 192
图表 55 2010-2014年中国餐饮业发展状况（单位：亿元，%） 193
图表 56 2014年我国定期航班条数及里程 195
图表 57 2014年旅客吞吐量100万人次以上的机场数量 204
图表 58 2014年货邮吞吐量万吨以上的机场数量 204
图表 59 2005-2014年中国潜在市场需求走势图（单位：万人） 206
图表 60 中国汽车租赁行业对上游行业的议价能力分析列表 208

图表 61 汽车租赁行业潜在进入者分类 209
图表 62 2014 年中国在线旅游用户性别比例 211
图表 63 2014 年中国在线旅游用户年龄分布 211
图表 64 2014 年中国整体网民学历分布 212
图表 65 2014 年中国在线旅游用户学历分布 213
图表 66 用户出行方式 213
图表 67 用户旅行方式 214
图表 68 用户预订旅游产品种类 215
图表 69 五一旅游行业相关搜索内容 216
图表 70 用户选择航空公司、酒店官方网站预定旅游产品的原因 216
图表 71 2014 年中国在线旅游用户预订酒店的方式分布 217
图表 72 2014 年中国在线旅游用户预订酒店间夜单价分布 217
图表 73 2014 年中国在线旅游用户使用网站进行酒店团购的主要原因分布 218
图表 74 2014 年中国在线旅游用户预订机票的方式分布 219
图表 75 2013 和2014 年中国在线旅游用户在线预订度假产品 情况 219
图表 76 2013和 2014 年影响在线旅游用户网上预订度假产品的限制 220
图表 77 2008-2014 年中国在线旅游市场结构 221
图表 78 酒店在线销售渠道及每间夜成本 225
图表 79 酒店在线销售渠道及每间夜成本 226
图表 80 各分销成本对比 226
图表 81 201304-20130716主要渠道投诉量 227
图表 82 携程网、去哪儿网、淘宝旅行服务对比 227
图表 83 酒店在线分销渠道覆盖量统计情况2013Q2 236
图表 84 在线酒店预订网站酒店覆盖量统计图 236
图表 85 截止2014年10月北京地区酒店线上分销渠道分布结构 237
图表 86 价格对比 238
图表 87 各个渠道星级酒店价格对比 239
图表 88 案例介绍 239
图表 89 未来在线预订渠道格局 240
图表 90 2014年中国机票市场主要在线分销渠道交易额占比监测 241
图表 91 2014年中国在线机票市场交易规模占比监测 242
图表 92 中国机票行业中主要在线分销渠道出票量占比 243

图表 93 2014年中国在线机票市场出票量占比监测 244
图表 94 2014年中国在线酒店市场交易额占比 286
图表 95 2014年中国在线酒店市场交易规模占比 287
图表 96 2014年中国在线酒店市场总间夜量占比 287
图表 97 2014年中国在线酒店市场间夜量占比监测 288
图表 98 在线旅游行业商业模式模型分析 335
图表 99 家庭终端设备拥有情况（单位：%） 357
图表 100 中国网民规模与互联网普及率 358
图表 101 新增网民上网设备使用情况 359
图表 102 非网民未来上网意向 359
图表 103 非网民不使用互联网的原因 360
图表 104 手机网民规模 362
图表 105 2013-2014年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率 363
图表 106 中国网民城乡结构 364
图表 107 中国城乡居民互联网普及率和城镇化进程 364
图表 108 2009年—2014年中国微博注册用户数量变化 385
图表 109 微博与其他即时通讯工具比较 385
图表 110 微博客信息流动模式分析 387
图表 111 2010年海外微博案例研究研究—Twitter案例研究报告 389
图表 112 姚晨为支持抗旱救灾的截屏 391
图表 113 精确营销和传统营销的对比 393
图表 114 中国历年在线预订交易规模及预测 413
图表 115 近年来中国在线旅游行业渗透率变化趋势 413
图表 116 2013年中美在线旅游市场渗透率 413
图表 117 2014年中国在线酒店市场份额（按交易规模计） 414
图表 118 2013年中国在线旅游行业渗透率达到6.7% 428
图表 119 2013年全球主要国家和地区在线旅游渗透率对比 428
图表 120 2014年1-10月在线旅游预订热门区域 429
图表 121 2014年1-10月在线预订用户年龄结构 429
图表 122 2006-2014年在线旅游行业投融资事件 431
图表 123 2011年携程全年业务组成情况 444
图表 124 2014年在线旅游行业并购数据统计 449

图表 125 2014 年上半年中国在线旅游企业市场份额 454
图表 126 中国在线旅游产业链 455
图表 127 中国在线旅游市场产业链代表企业 455
图表 128 2014年在线旅游企业排名 456
图表 129 携程旅行网负债能力分析 459
图表 130 携程旅行网利润能力分析 461
图表 131 携程旅行网现金流量分析 463
图表 132 艺龙旅行网负债能力分析 466
图表 133 艺龙旅行网利润能力分析 468
图表 134 艺龙旅行网现金流量分析 469
图表 135 去哪儿网负债能力分析 476
图表 136 去哪儿网综合损益分析 478
图表 137 去哪儿网现金流量分析 480
图表 138 近4年同程网经流动资产周转次数变化情况 486
图表 139 近4年同程网经流动资产周转次数变化情况 486
图表 140 近4年同程网经产权比率变化情况 487
图表 141 近4年同程网经产权比率变化情况 487
图表 142 近4年同程网经销售毛利率变化情况 487
图表 143 近4年同程网经销售毛利率变化情况 488
图表 144 近4年同程网经资产负债率变化情况 488
图表 145 近4年同程网经资产负债率变化情况 489
图表 146 近4年同程网经总资产周转次数变化情况 489
图表 147 近4年同程网经总资产周转次数变化情况 490
图表 148 近4年同程网经固定资产周转次数情况 490
图表 149 近4年同程网经固定资产周转次数情况 490
图表 150 近4年芒果网流动资产周转次数变化情况 496
图表 151 近4年芒果网流动资产周转次数变化情况 496
图表 152 近4年芒果网产权比率变化情况 497
图表 153 近4年芒果网产权比率变化情况 497
图表 154 近4年芒果网销售毛利率变化情况 497
图表 155 近4年芒果网销售毛利率变化情况 498
图表 156 近4年芒果网资产负债率变化情况 498

图表 157 近4年芒果网资产负债率变化情况 499
图表 158 近4年芒果网总资产周转次数变化情况 499
图表 159 近4年芒果网总资产周转次数变化情况 500
图表 160 近4年芒果网固定资产周转次数情况 500
图表 161 近4年芒果网固定资产周转次数变化情况 500

详细请访问：http://www.bosidata.com/lvyou1502/P74380O79T.html