

2017-2022年中国网络旅游 行业深度研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国网络旅游行业深度研究与投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/lvyou/E171616G6S.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

随着21世纪的到来，“网络旅游”走进了寻常百姓的视线之中，为了帮助广大游客进一步了解并认识这一新兴的旅游方式，笔者特意从网络旅游的概念、网络旅游为旅游业带来的变化等四个方面作以下浅显的介绍。

“网络旅游”是兴起于20世纪末，时髦于21世纪的一个旅游新概念。网络公司在投资商的支持下，在互联网上建立的一系列专门服务于旅游者的综合网站，当旅游者通过访问这些旅游网站，收集全国各地的旅游信息，制订自己出游的旅游线路，预订各种交通票证、住宿房位、娱乐项目，并在网站的帮助下完成“吃、住、行、游、购、娱”的旅游活动时，一次真正意义上的“网络旅游”便告诞生了。

“网络旅游”简言之是一种凭借互联网技术为核心的电子商务网，该网是旅游服务商与旅游消费者之间交流沟通的渠道和中介。在中国有“携程旅行网站”、“华夏旅游网”、游皮网等。

目前国内所谓的网络旅游，是指旅游者通过互联网与网站取得沟通，在网上安排自己的旅游路线，提出所需的交通方式和住宿条件等等，然后由网站按照你的需要安排好具体的行程。在整个过程中，旅游者也不再有传统的导游陪同，而是通过互联网与网站联系，随时随地获得网站为不同的旅游者提供的“个性化”服务。

然而这并不能称为真正意思上的网络旅游，是为游客提供“机票+酒店”的预订服务，而这种网络旅游服务仅仅是旅游网站资讯服务的升级。

2015年中国在线旅游市场交易规模达4326.3亿元，同比增长39.9%。预计2016年中国在线旅游市场交易规模可达5420.9亿。

2013-2019年中国在线旅游市场交易规模及渗透率

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国网络旅游行业深度研究与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了网络旅游行业市场发展环境、网络旅游整体运行态势等，接着分析了网络旅游行业市场运行的现状，然后介绍了网络旅游市场竞争格局。随后，报告对网络旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对网络旅游产业有个系统的了解或者想投资网络旅游行业，本报告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。

报告目录：

第一章 网络旅游行业相关概述

1.1 网络旅游行业定义及特点

1.1.1 网络旅游行业的定义

1.1.2 网络旅游行业服务特点

1.2 网络旅游行业相关分类

1.3 网络旅游行业盈利模式分析

第二章 2014-2016年中国网络旅游行业发展环境分析

2.1 网络旅游行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管单位及监管体制

2.1.2 行业相关法律法规及政策

2.1.3 政策环境对行业的影响

2.2 网络旅游行业经济环境分析（E）

2.2.1 国际宏观经济分析

2.2.2 国内宏观经济分析

2.2.3 产业宏观经济分析

2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 网络旅游行业社会环境分析（S）

2.3.1 人口发展变化情况

2.3.2 城镇化水平

2.3.3 居民消费水平及观念分析

2016年11月份，全国居民消费价格总水平同比上涨2.3%。其中，城市上涨2.3%，农村上涨2.0%；食品价格上涨4.0%，非食品价格上涨1.8%；消费品价格上涨2.1%，服务价格上涨2.4%。1-11月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨2.0%。

11月份，全国居民消费价格总水平环比上涨0.1%。其中，城市上涨0.1%，农村上涨0.2%；食品价格上涨0.2%，非食品价格上涨0.1%；消费品价格上涨0.3%，服务价格下降0.1%。

2.3.4 社会文化教育水平

2.3.5 社会环境对行业的影响

2.4 网络旅游行业技术环境分析（T）

2.4.1 网络旅游技术分析

2.4.2 网络旅游技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球网络旅游行业发展概述

3.1 2014-2016年全球网络旅游行业发展情况概述

3.1.1 全球网络旅游行业发展现状

3.1.2 全球网络旅游行业发展特征

3.1.3 全球网络旅游行业市场规模

3.2 2014-2016年全球主要地区网络旅游行业发展状况

3.2.1 欧洲网络旅游行业发展情况概述

3.2.2 美国网络旅游行业发展情况概述

3.2.3 日韩网络旅游行业发展情况概述

3.3 2017-2022年全球网络旅游行业发展前景预测

3.3.1 全球网络旅游行业市场规模预测

3.3.2 全球网络旅游行业发展前景分析

3.3.3 全球网络旅游行业发展趋势分析

3.4 全球网络旅游行业重点企业发展动态分析

第四章 中国网络旅游行业发展概述

4.1 中国网络旅游行业发展状况分析

4.1.1 中国网络旅游行发展概况

4.1.2 中国网络旅游行发展特点

4.2 2014-2016年网络旅游行业发展现状

4.2.1 2014-2016年网络旅游行业市场规模

4.2.2 2014-2016年网络旅游行业发展现状

4.3 2017-2022年中国网络旅游行业面临的困境及对策

4.3.1 网络旅游行业发展面临的瓶颈及对策分析

1、网络旅游行业面临的瓶颈

2、网络旅游行业发展对策分析

4.3.2 网络旅游企业发展存在的问题及对策

- 1、网络旅游企业发展存在的不足
- 2、网络旅游企业发展策略

第五章 中国网络旅游行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

5.1.1 市场现状

5.1.2 市场容量

5.2 2014-2016年中国网络旅游行业总体规模分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 人员规模状况分析

5.2.3 行业资产规模分析

5.2.4 行业市场规模分析

5.3 2014-2016年中国网络旅游行业市场供需分析

5.3.1 中国网络旅游行业供给分析

5.3.2 中国网络旅游行业需求分析

5.3.3 中国网络旅游行业供需平衡

5.4 2014-2016年中国网络旅游行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章 中国网络旅游行业细分市场分析

6.1 细分市场一

6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.2 细分市场二

6.2.1 市场发展特点分析

6.2.2 目标消费群体

6.2.3 主要业态现状

6.2.4 市场规模

6.2.5 发展潜力

6.3 细分市场三

6.3.1 市场发展特点分析

6.3.2 目标消费群体

6.3.3 主要业态现状

6.3.4 市场规模

6.3.5 发展潜力

6.4 建议

6.4.1 细分市场研究结论

6.4.2 细分市场建议

第七章 网络旅游行业目标客户群分析

7.1 消费者偏好分析

7.2 消费者行为分析

7.3 网络旅游行业品牌认知度分析

7.4 消费人群分析

7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他

第八章 网络旅游行业营销模式分析

8.1 营销策略组合理论分析

8.2 营销模式的基本类型分析

8.3 网络旅游行业营销现状分析

8.4 网络旅游行业电子商务的应用情况分析

8.5 网络旅游行业营销创新发展趋势分析

第九章 网络旅游行业商业模式分析

9.1 商业模式的相关概述

9.1.1 参考模型

9.1.2 成功特征

9.1.3 历史发展

9.2 网络旅游行业主要商业模式案例分析

9.2.1 案例一

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.2 案例二

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.3 案例三

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.3 网络旅游行业商业模式创新分析

9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

- 9.3.2 商业模式创新的因素分析
- 9.3.3 商业模式创新的目标与路径
- 9.3.4 商业模式创新的实践与启示
- 9.3.5 2016年最具颠覆性创新的商业模式分析
- 9.3.6 网络旅游行业商业模式创新选择

第十章 中国网络旅游行业市场竞争格局分析

- 10.1 中国网络旅游行业竞争格局分析
 - 10.1.1 网络旅游行业区域分布格局
 - 10.1.2 网络旅游行业企业规模格局
 - 10.1.3 网络旅游行业企业性质格局
- 10.2 中国网络旅游行业竞争五力分析
 - 10.2.1 网络旅游行业上游议价能力
 - 10.2.2 网络旅游行业下游议价能力
 - 10.2.3 网络旅游行业新进入者威胁
 - 10.2.4 网络旅游行业替代产品威胁
 - 10.2.5 网络旅游行业现有企业竞争
- 10.3 中国网络旅游行业竞争SWOT分析
 - 10.3.1 网络旅游行业优势分析（S）
 - 10.3.2 网络旅游行业劣势分析（W）
 - 10.3.3 网络旅游行业机会分析（O）
 - 10.3.4 网络旅游行业威胁分析（T）
- 10.4 中国网络旅游行业投资兼并重组整合分析
 - 10.4.1 投资兼并重组现状
 - 10.4.2 投资兼并重组案例
- 10.5 中国网络旅游行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国网络旅游行业领先企业竞争力分析

- 11.1 A公司竞争力分析
 - 11.1.1 企业发展基本情况
 - 11.1.2 企业业务发展情况
 - 11.1.3 企业竞争优势分析

- 11.1.4 企业经营状况分析
- 11.1.5 企业最新发展动态
- 11.1.6 企业发展战略分析
- 11.2 B公司竞争力分析
 - 11.2.1 企业发展基本情况
 - 11.2.2 企业业务发展情况
 - 11.2.3 企业竞争优势分析
 - 11.2.4 企业经营状况分析
 - 11.2.5 企业最新发展动态
 - 11.2.6 企业发展战略分析
- 11.3 C公司竞争力分析
 - 11.3.1 企业发展基本情况
 - 11.3.2 企业业务发展情况
 - 11.3.3 企业竞争优势分析
 - 11.3.4 企业经营状况分析
 - 11.3.5 企业最新发展动态
 - 11.3.6 企业发展战略分析
- 11.4 D公司竞争力分析
 - 11.4.1 企业发展基本情况
 - 11.4.2 企业业务发展情况
 - 11.4.3 企业竞争优势分析
 - 11.4.4 企业经营状况分析
 - 11.4.5 企业最新发展动态
 - 11.4.6 企业发展战略分析
- 11.5 E公司竞争力分析
 - 11.5.1 企业发展基本情况
 - 11.5.2 企业业务发展情况
 - 11.5.3 企业竞争优势分析
 - 11.5.4 企业经营状况分析
 - 11.5.5 企业最新发展动态
 - 11.5.6 企业发展战略分析

第十二章 2017-2022年中国网络旅游行业发展趋势与前景分析

12.1 2017-2022年中国网络旅游市场发展前景

12.1.1 2017-2022年网络旅游市场发展潜力

12.1.2 2017-2022年网络旅游市场发展前景展望

12.1.3 2017-2022年网络旅游细分行业发展前景分析

12.2 2017-2022年中国网络旅游市场发展趋势预测

12.2.1 2017-2022年网络旅游行业发展趋势

12.2.2 2017-2022年网络旅游市场规模预测

12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测

12.3 2017-2022年中国网络旅游行业供需预测

12.3.1 2017-2022年中国网络旅游行业供给预测

12.3.2 2017-2022年中国网络旅游行业需求预测

12.3.3 2017-2022年中国网络旅游供需平衡预测

12.4 影响企业经营的关键趋势

12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.4.3 服务业开放对网络旅游行业的影响

12.4.4 互联网+背景下网络旅游行业的发展趋势

第十三章 2017-2022年中国网络旅游行业投资前景

13.1 网络旅游行业投资现状分析

13.2 网络旅游行业投资特性分析

13.2.1 网络旅游行业进入壁垒分析

13.2.2 网络旅游行业盈利模式分析

13.2.3 网络旅游行业盈利因素分析

13.3 网络旅游行业投资机会分析

13.3.1 产业链投资机会

13.3.2 细分市场投资机会

13.3.3 重点区域投资机会

13.3.4 产业发展的空白点分析

13.4 网络旅游行业投资风险分析

13.4.1 网络旅游行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 关联产业风险

13.4.5 技术研发风险

13.4.6 其他投资风险

13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇

13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述

13.5.2 企业投资挑战和机遇

13.5.3 企业投资问题和投资策略

1、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析

2、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究

13.6 网络旅游行业投资潜力与建议

13.6.1 网络旅游行业投资潜力分析

13.6.2 网络旅游行业最新投资动态

13.6.3 网络旅游行业投资机会与建议

第十四章 2017-2022年中国网络旅游企业投资战略分析

14.1 企业投资战略制定基本思路

14.1.1 企业投资战略的特点

14.1.2 企业投资战略类型选择

14.1.3 企业投资战略制定程序

14.2 现代企业投资战略的制定

14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系

14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求

14.2.3 企业投资战略的选择

14.3 网络旅游企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 区域战略规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

第十五章 研究结论及建议（ZYPX）

15.1 研究结论

15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：网络旅游行业特点

图表：网络旅游行业生命周期

图表：网络旅游行业产业链分析

图表：2014-2016年网络旅游行业市场规模分析

图表：2017-2022年网络旅游行业市场规模预测

图表：中国网络旅游行业研究机构咨询

图表：中国网络旅游行业盈利能力分析

图表：中国网络旅游行业运营能力分析

图表：中国网络旅游行业偿债能力分析

图表：中国网络旅游行业发展能力分析

图表：中国网络旅游行业经营效益分析

图表：2014-2016年网络旅游重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国网络旅游行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国网络旅游行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国网络旅游行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国网络旅游行业竞争力分析

图表：2017-2022年中国网络旅游行业消费量预测

图表：2017-2022年中国网络旅游行业市场前景预测

图表：2017-2022年中国网络旅游发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

市场前景预测

图表：2017-2022年中国旅行社发展发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/E171616G6S.html>