

# 2014-2019年中国旅游互联网行业前景研究与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国旅游互联网行业前景研究与投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/lvyou/M932711HEW.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

### 第一章旅游互联网行业现状分析1

#### 第一节旅游互联网概述1

##### 一、旅游互联网简介1

###### (一) 简介1

###### (二) 优势1

##### 二、中国旅游业发展分析1

###### (一) 旅游业现状分析1

###### (二) 旅游诚信体系分析3

##### 三、中国互联网发展现状5

##### 四、中国旅游互联网现状9

#### 第二节市场规模10

##### 一、我国在线旅游用户数量统计10

##### 二、我国在线旅游市场规模统计11

##### 三、我国在线机票、酒店和打包旅游产品预订收入统计11

##### 四、我国在线机票预订收入统计12

##### 五、我国在线酒店预订收入统计13

##### 六、我国在线打包旅游产品预订收入统计13

#### 第三节中国旅游互联网行业特征14

#### 第四节中国旅游互联网相关产业链分析15

##### 一、旅行社15

###### (一) 市场结构分析15

###### (二) 存在的问题16

###### (三) 发展策略18

##### 二、酒店业20

###### (一) 市场现状20

###### (二) 营销模式22

#### 第五节中国旅游互联网市场发展中存在的问题23

### 第二章中国旅游互联网行业市场竞争分析25

## 第一节我国旅游互联网市场竞争现状分析25

### （一）竞争现状25

### （二）竞争格局26

## 第二节企业市场占有率分析27

## 第三节我国旅游互联网市场供给现状分析28

## 第三章中国旅游互联网重点企业分析28

### 第一节产业政策分析28

### 第二节行业企业整体分析29

### 第三节主要企业分析30

#### 一、携程旅行网30

##### （一）企业基本信息30

##### （二）企业发展历史31

##### （三）企业营销渠道分析33

##### （四）企业主营收入分析33

##### （五）企业核心优势34

#### 二、艺龙旅行网34

##### （一）企业基本信息34

##### （二）企业发展历史35

##### （三）企业营销渠道分析36

##### （四）企业主营收入分析36

##### （五）企业产品相关技术37

#### 三、芒果网38

##### （一）企业基本信息38

##### （二）企业发展历史39

##### （三）企业营销渠道分析39

##### （四）企业核心优势40

##### （四）企业主营收入分析40

#### 四、易网通游易41

##### （一）企业基本信息41

##### （二）企业发展历史41

(三) 企业营销渠道分析42

(四) 企业核心优势42

#### 五、遨游网42

(一) 企业基本信息42

(二) 企业发展历史43

(三) 企业营销渠道分析43

#### 六、里程旅行网43

(一) 企业基本信息43

(二) 企业发展历史43

(三) 企业营销渠道分析43

(四) 企业核心优势43

#### 七、9588旅行网44

(一) 企业基本信息44

(二) 企业发展历史45

(三) 企业营销渠道分析45

(四) 企业核心优势46

#### 八、快乐E行网46

(一) 企业基本信息46

(二) 企业发展历史46

(三) 企业营销渠道分析47

(四) 企业核心优势47

#### 九、驴妈妈旅游网47

(一) 企业基本信息47

(二) 企业发展历史47

(三) 企业营销渠道分析48

(四) 企业核心优势48

#### 十、途牛旅游网48

(一) 企业基本信息48

(二) 企业发展历史49

(三) 企业营销渠道分析50

(四) 企业核心优势50

#### 十一、爱游北京网51

(一) 企业基本信息51

(二) 企业发展历史52

(三) 企业营销渠道分析52

#### 第四节 旅游垂直搜索引擎企业分析52

##### 一、去哪儿网52

(一) 企业基本信息52

(二) 企业发展历史53

(三) 企业营销渠道分析55

(四) 企业核心优势55

##### 二、酷讯网56

(一) 企业基本信息56

(二) 企业发展历史56

(三) 企业营销渠道分析56

(四) 企业核心优势57

##### 三、途宝网57

(一) 企业基本信息57

(二) 企业发展历史57

(三) 企业核心优势58

##### 四、麒讯网58

(一) 企业基本信息58

(二) 企业发展历史58

#### 第四章 中国旅游互联网产业发展趋势及前景预测59

##### 第一节 中国旅游互联网产业前景预测59

##### 第二节 中国旅游互联网行业竞争趋势分析63

#### 第五章 2014-2019年中国旅游互联网产业投资战略分析64

##### 第一节 2014-2019年中国旅游互联网行业投资分析64

##### 第二节 2014-2019年中国旅游互联网投资机会分析64

##### 第二节 2014-2019年中国旅游互联网投资风险分析65

## 【图表目录】

图表2013-2014年我国旅游业收入统计	4
图表2013-2014年我国国内游客出游次数统计	4
图表2013-2014年我国网民规模数量统计	6
图表2013-2014年我国宽带网民规模数量统计	7
图表2013-2014年我国手机上网网民规模数量统计	8
图表2013-2014年我国网上支付交易规模统计	8
图表2013-2014年我国在线旅游用户数量统计	10
图表2013-2014年我国在线旅游市场规模统计	11
图表2013-2014年我国在线机票、酒店和打包旅游产品预订收入统计	11
图表2013-2014年我国在线机票预订收入统计	12
图表2013-2014年我国在线酒店预订收入统计	13
图表2013-2014年我国在线打包旅游产品预订收入统计	14
图表2013-2014年我国旅行社规模数量统计	19
图表2013-2014年我国在线酒店预订数量统计	22
图表2013-2014年我国旅游互联网行业企业市场占有率统计情况	27
图表2013-2014年携程旅行网主营收入分析	33
图表2013-2014年艺龙旅行网主营收入分析	36
图表2013-2014年芒果网主营收入分析	40
图表2014-2019年我国在线旅游用户数量预测	60
图表2014-2019年我国在线旅游市场规模预测	60
图表2014-2019年我国在线机票、酒店和打包旅游产品预订收入预测	61
图表2014-2019年我国在线机票预订收入预测统计	61
图表2014-2019年我国在线酒店预订收入预测统计	62
图表2014-2019年我国在线打包旅游产品预订收入预测统计	62
二、市场定位情况	216
三、市场占有份额情况	217
四、2014-2019年公司发展战略分析	217
第六节 衣恋	219
一、企业概况	219

二、市场定位情况	220
三、市场占有份额情况	220
四、企业产品介绍	221
第七节派克兰帝	221
一、企业概况	221
二、市场定位情况	223
三、市场占有份额情况	224
四、2014-2019年公司发展战略分析	225
第八节丽婴房	227
一、企业概况	227
二、企业规模分析	228
三、市场占有份额情况	229
四、企业经营分析	229
第九节史努比	230
一、企业概况	230
二、市场定位情况	231
三、市场占有份额情况	231
四、企业品牌分析	231
第十节小猪班纳	232
一、企业概况	232
二、市场定位情况	233
三、市场占有份额情况	233
四、企业经营分析	234
第九章 2014-2019年中国童装投资机会与风险分析	235
第一节 2014-2019年中国童装投资现状分析	235
一、童装市场的投资特性	235
二、童装连锁投资成为未来主流趋势	238
三、消费市场巨大使童装成为投资焦点	241
第二节 2014-2019年中国童装投资机会分析	242
一、全球童装市场增长空间广阔	242
二、中国童装行业的投资机会	243

三、国内中端童装市场面临投资机遇	247
四、中国婴儿装、童装市场充满商机	248
五、童装童鞋一体化带来的新机遇	249
第三节 2014-2019年中国童装投资风险分析	252
一、童装企业的内部风险	252
二、品牌效应给童装企业带来的风险	254
三、童装行业盈利能力有待提高	255
四、其他风险分析	256
第四节 2014-2019年中国童装投资建议分析	263
一、童装品牌特许经营风险规避的对策	263
二、童装企业应合理安排内外销比重	264
三、童装投资应注重渠道建设	265
四、童装投资的七大要素	266
第十章 2014-2019年中国童装的发展趋势分析	268
第一节 2014-2019年中国童装的发展前景	268
一、2014-2019年中国童装行业预测分析	268
二、中国童装产业发展前景分析	269
三、中国童装产业的发展方向	270
四、未来十年中国童装产业发展前景展望	270
五、童装市场发展潜力探析	271
第二节 中国童装的运行趋势	273
一、消费趋势	273
二、生产趋势	274
三、品牌趋势	275
四、营销趋势	276
第十一章 中国童装行业发展预测	279
第一节 2014-2019年我国童装行业产量预测	279
第二节 2014-2019年我国童装行业消费量预测	280
第三节 2014-2019年我国童装行业产值预测	281
第四节 2014-2019年我国童装行业销售收入预测	281

## 第二部分童鞋行业发展分析

### 第十二章 2011-2013年中国童鞋行业市场发展分析 283

#### 第一节 童鞋行业市场发展现状 283

- 一、市场发展概况 283
- 二、发展热点回顾 285
- 三、市场存在问题及策略分析 287

#### 第二节 童鞋行业技术发展 289

- 一、技术特征现状分析 289
- 二、新技术研发及应用动态 290
- 三、技术发展趋势 290

#### 第三节 中国童鞋行业消费市场分析 291

- 一、消费特征分析 291
- 二、消费需求趋势 292
- 三、品牌市场消费结构 292

#### 第四节 2014-2019年童鞋行业市场发展趋势 293

### 第十三章 中国童鞋市场规模分析 299

#### 第一节 2013年中国童鞋市场规模分析 299

#### 第二节 2013年我国童鞋区域结构分析 299

### 第十四章 公司对童鞋行业竞争格局分析 301

#### 第一节 行业竞争结构分析 301

- 一、现有企业间竞争 301
- 二、潜在进入者分析 302
- 三、替代品威胁分析 302
- 四、供应商议价能力 302
- 五、客户议价能力 303

#### 第二节 行业集中度分析 303

- 一、市场集中度分析 303
- 二、企业集中度分析 303
- 三、区域集中度分析 306

第三节 2013-2015年童鞋行业竞争格局分析	307
一、2011-2013年国内外童鞋竞争分析	307
二、2011-2013年我国童鞋市场竞争分析	308
三、2014-2019年国内主要童鞋企业动向	309
第十五章 公司对未来童鞋行业发展预测分析	311
第一节 未来童鞋行业需求与消费预测	311
一、2014-2019年童鞋产品消费预测	311
二、2014-2019年童鞋市场规模预测	312
三、2014-2019年童鞋行业总产值预测	313
四、2014-2019年童鞋行业销售收入预测	313
第二节 2014-2019年中国童鞋行业供需预测	313
一、2014-2019年中国童鞋供给预测	313
二、2014-2019年中国童鞋产量预测	313
三、2014-2019年中国童鞋需求预测	314
四、2014-2019年中国童鞋供需平衡预测	314
第十六章 公司对童鞋行业投资机会与风险分析	315
第一节 童鞋行业投资机会分析	315
一、童鞋投资项目分析	315
二、可以投资的童鞋模式	316
三、2013年童鞋投资机会	316
四、2013年童鞋投资新方向	318
五、2014-2019年童鞋行业投资的建议	318
六、新进入者应注意的障碍因素分析	320
第二节 影响童鞋行业发展的主要因素	323
一、2014-2019年影响童鞋行业运行的有利因素分析	323
二、2014-2019年影响童鞋行业运行的稳定因素分析	324
三、2014-2019年影响童鞋行业运行的不利因素分析	325
四、2014-2019年我国童鞋行业发展面临的挑战分析	329
五、2014-2019年我国童鞋行业发展面临的机遇分析	331
第三节 童鞋行业投资风险及控制策略分析	335

- 一、2014-2019年童鞋行业市场风险及控制策略 335
- 二、2014-2019年童鞋行业政策风险及控制策略 336
- 三、2014-2019年童鞋行业经营风险及控制策略 337
- 四、2014-2019年童鞋行业技术风险及控制策略 338
- 五、2014-2019年童鞋同业竞争风险及控制策略 339
- 六、2014-2019年童鞋行业其他风险及控制策略 340

## 第十七章公司对童鞋行业投资战略研究 341

### 第一节童鞋行业发展战略研究 341

- 一、战略综合规划 341
- 二、技术开发战略 343
- 三、业务组合战略 345
- 四、营销品牌战略 347
- 五、竞争战略规划 348

### 第二节对我国童鞋品牌的战略思考 350

- 一、企业品牌的重要性 350
- 二、童鞋实施品牌战略的意义 351
- 三、童鞋企业品牌的现状分析 352
- 四、我国童鞋企业的品牌战略 354
- 五、童鞋品牌战略管理的策略 355

### 第三节童鞋行业投资战略研究 359

#### 图表目录：

- 图表：2013年12月全国200家重点大型百货商童装销售统计 115
- 图表：2013年童装前十位品牌市场占有率 116
- 图表：2013年12月童装前十位品牌市场占有率 117
- 图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量全国合计 142
- 图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量北京市合计 142
- 图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量天津市合计 142
- 图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量河北省合计 142
- 图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量内蒙古合计 142
- 图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量辽宁省合计 142
- 图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量上海市合计 143

图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量江苏省合计 143

图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量浙江省合计 143

图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量安徽省合计 143

图表：2013年1-12月婴儿服装及衣着附件产量福建省合计 143

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/M932711HEW.html>