|  |
| --- |
| [2024-2030年中国江苏省在线旅游行业发展深度调研与未来趋势分析报告](https://www.20087.com/0/63/JiangSuShengZaiXianLvYouHangYeFa.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年中国江苏省在线旅游行业发展深度调研与未来趋势分析报告](https://www.20087.com/0/63/JiangSuShengZaiXianLvYouHangYeFa.html) |
| 报告编号： | 2589630　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9000 元　　纸介＋电子版：9200 元 |
| 优惠价： | 电子版：8000 元　　纸介＋电子版：8300 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/0/63/JiangSuShengZaiXianLvYouHangYeFa.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　江苏省作为中国东部地区的经济强省，拥有丰富的旅游资源和深厚的文化底蕴，近年来在线旅游市场呈现出蓬勃发展的态势。随着互联网技术的进步和智能手机的普及，越来越多的消费者开始通过在线平台预订旅游产品和服务。江苏省内的各大景区和旅行社纷纷上线自己的在线服务平台，提供便捷的预订和支付方式，满足游客多样化的需求。同时，政府部门也在积极推进“智慧旅游”建设，通过大数据、云计算等技术优化旅游管理和服务。
　　未来，江苏省在线旅游市场将继续保持快速增长的趋势。一方面，随着消费者旅游观念的变化，个性化、定制化的旅游产品和服务将更加受到欢迎，这也要求在线旅游平台不断提升服务品质和用户体验。另一方面，随着旅游业与科技的深度融合，虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等新兴技术的应用将为游客提供更加沉浸式的旅游体验。此外，随着5G网络的普及，实时互动和高清直播等服务将成为在线旅游平台的新亮点。同时，随着旅游市场细分化的发展，专注于某一特定领域或特定人群的在线旅游服务商将获得更多的发展空间。
　　《[2024-2030年中国江苏省在线旅游行业发展深度调研与未来趋势分析报告](https://www.20087.com/0/63/JiangSuShengZaiXianLvYouHangYeFa.html)》基于多年江苏省在线旅游行业研究积累，结合当前市场发展现状，依托国家权威数据资源和长期市场监测数据库，对江苏省在线旅游行业进行了全面调研与分析。报告详细阐述了江苏省在线旅游市场规模、市场前景、发展趋势、技术现状及未来方向，重点分析了行业内主要企业的竞争格局，并通过SWOT分析揭示了江苏省在线旅游行业的机遇与风险。
　　市场调研网发布的《[2024-2030年中国江苏省在线旅游行业发展深度调研与未来趋势分析报告](https://www.20087.com/0/63/JiangSuShengZaiXianLvYouHangYeFa.html)》为投资者提供了准确的市场现状解读，帮助预判行业前景，挖掘投资价值，同时从投资策略和营销策略等角度提出实用建议，助力投资者在江苏省在线旅游行业中把握机遇、规避风险。

第一部分 行业环境综述
第一章 在线旅游相关概述
　　第一节 在线旅游的概念
　　　　一、在线旅游的定义
　　　　二、在线酒店预订
　　　　三、在线机票预订
　　　　四、在线度假预订
　　第二节 在线旅游的特点
　　　　一、整合性
　　　　二、交互性
　　　　三、快捷性
　　第三节 在线旅游相关术语
　　　　一、在线旅游市场营收规模
　　　　二、网上旅行预订用户规模

第二章 中国在线旅游行业的发展环境分析
　　第一节 国际环境
　　　　一、全球在线旅游市场综述
　　　　二、欧美在线旅游市场规模
　　　　三、国外在线旅游领先企业投资策略
　　　　四、全球在线旅游产业链发展状况
　　　　五、传统旅游业和在线旅游业市场比较
　　第二节 政策环境
　　　　一、国家政策支持
　　　　二、2024年中国首部旅游法施行
　　　　三、2024年旅游企业信息化服务新规实施
　　　　四、2024年中国信息消费扶持政策出台
　　　　五、旅游业信息化“十四五”政策导向
　　第三节 经济环境
　　　　一、宏观经济运行状况
　　　　　　1、规模以上工业企业发展状况
　　　　　　2、制造业采购经理指数
　　　　　　3、非制造业商务活动指数
　　　　　　5、民间固定资产投资
　　　　　　6、全国固定资产投资
　　　　　　7、房地产开发和销售情况
　　　　　　8、CPI
　　　　　　9、进出口
　　　　二、未来经济形势分析
　　　　　　1、当前宏观经济形势分析
　　　　　　2、2024年经济运行和政策特点
　　　　　　3、2024年我国经济发展预测
　　第四节 社会环境
　　　　一、社会环境分析
　　　　　　1、人口环境分析
　　　　　　2、教育环境分析
　　　　　　3、文化环境分析
　　　　　　4、城镇化率分析
　　　　二、社会环境对行业的影响
　　　　三、在线旅游产业发展对社会发展的影响
　　第五节 技术环境
　　　　一、在线旅游技术分析
　　　　二、在线旅游技术发展水平
　　　　三、在线旅游技术发展分析
　　　　四、行业主要技术发展趋势
　　　　五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业发展现状
第三章 江苏省在线旅游产业链分析
　　第一节 在线旅游产业链构成主体
　　　　一、上游供应商
　　　　二、网络媒介
　　　　三、终端用户
　　第二节 在线旅游产业链基本特征
　　　　一、供应商依托于网络媒介服务
　　　　二、用户规模报酬递增效应突出
　　　　三、服务多样性与竟争优势密切相关
　　第三节 在线旅游产业链发展趋势
　　　　一、产业链改变，O2O模式兴起
　　　　二、Web1.0模式向Web2.0模式转变
　　　　三、从NBS到LBS演进

第四章 2019-2024年江苏省在线旅游行业总体分析
　　第一节 江苏省在线旅游行业发展综述
　　　　一、江苏省在线旅游的发展阶段
　　　　二、江苏省在线旅游的市场结构
　　　　　　1、机票预订市场
　　　　　　2、酒店预订市场
　　　　　　3、度假预订市场
　　　　三、江苏省在线旅游市场规模分析
　　　　四、江苏省在线旅游市场集中度分析
　　　　五、江苏省在线旅游行业SWOT分析
　　　　　　1、优势（Strength）
　　　　　　2、劣势（Weakness）
　　　　　　3、机遇（Opportunity）
　　　　　　4、威胁（treat）
　　第二节 2019-2024年江苏省在线旅游业运行特征
　　　　一、在线旅游预订向新渠道转移
　　　　二、移动互联网成在线旅游业新机遇
　　　　三、在线旅游市场逐步趋向细分化
　　　　四、旅游内容成为企业掘进新亮点
　　　　五、出境游热潮催热在线旅游市场
　　第三节 2019-2024年在线旅游第三方代理（OTA）市场调研
　　　　一、2024年国内OTA市场营收规模
　　　　二、2024年国内OTA市场价格战解读
　　　　三、2024年国内OTA市场格局分析
　　第四节 2019-2024年江苏省在线旅游团购市场调研
　　　　一、旅游类团购市场快速扩张
　　　　二、旅游团购兴起“在线定制”新模式
　　　　三、2024年团购网站再探在线旅游市场
　　　　四、2024年暑期酒店旅游类团购市场升温
　　第五节 江苏省在线旅游行业存在的主要问题
　　　　一、客户群体单一
　　　　二、技术水平相对较低
　　　　三、个性化不足
　　　　四、客户服务意识技术薄弱
　　　　五、过度依赖资本运营
　　第六节 推动江苏省在线旅游业发展的对策措施
　　　　一、政府加强规范、协作和指导
　　　　二、引导传统旅游企业网络化
　　　　三、创新经营模式
　　　　四、创新在线旅游产品
　　　　五、加大复合型人才的培养力度

第五章 2019-2024年江苏省在线旅游行业细分市场调研
　　第一节 酒店在线预订市场
　　　　一、酒店行业销售渠道分析
　　　　二、酒店在线预订渠道面临调整
　　　　三、酒店在线预订市场规模
　　　　四、酒店在线预订市场价格分析
　　　　五、酒店在线预订市场动态
　　　　六、酒店在线预订主要模式分析
　　　　　　1、携程模式
　　　　　　2、团购模式
　　　　　　3、今夜模式
　　　　　　4、模糊预订模式
　　　　七、酒店在线预订市场前景
　　第二节 机票在线预订市场
　　　　一、航空机票在线销售渠道
　　　　二、机票在线预订市场发展迅猛的四大因素
　　　　　　1、消费观念的转变
　　　　　　2、机票产品的特性
　　　　　　3、信息屏障被打破
　　　　　　4、在线预订着眼客户需求服务有保障
　　　　三、国内机票在线预订市场规模分析
　　　　四、在线机票预订供应商竞争分析
　　第三节 度假产品在线预订市场
　　　　一、市场近况分析
　　　　二、在线度假预订产品供应商竞争分析
　　　　三、度假产品在线预订市场规模及结构分析
　　　　四、度假产品在线预订市场前景

第六章 2019-2024年江苏省在线旅游市场上游供应商分析
　　第一节 酒店企业
　　　　一、2024年江苏省星级酒店经营状况
　　　　二、2024年江苏省星级酒店开业状况
　　　　三、2024年江苏省经济型酒店市场规模
　　　　四、2024年江苏省酒店市场发展态势
　　　　五、江苏省旅游度假酒店经营管理存在的问题
　　　　　　1、服务没有以人为本
　　　　　　2、缺乏特色经营
　　　　　　3、营销环节薄弱
　　　　　　4、集团化发展落后
　　　　　　5、人力资源匮乏
　　　　六、度假型酒店经营管理问题的对策
　　　　　　1、以人性化、创新服务吸引客源
　　　　　　2、打造特色度假型酒店
　　　　　　3、创新营销模式
　　　　　　4、加强酒店集团化经营
　　　　　　5、重视以人为本的人才管理模式
　　　　七、江苏省酒店业趋势分析
　　第二节 餐饮企业
　　　　一、餐饮百强企业运行状况
　　　　二、江苏省餐饮业经营发展情况
　　　　三、江苏省餐饮企业竞争力分析
　　　　四、江苏省餐饮业存在的问题
　　　　五、江苏省餐饮业存在问题的解决对策
　　　　六、江苏省餐饮业市场前景分析
　　第三节 航空企业
　　　　一、江苏省民用航空业发展特征
　　　　二、2024年江苏省民航业运行状况
　　　　三、2024年江苏省民航业发展态势
　　　　四、江苏省民航业存在的问题
　　　　五、江苏省民航发展的政策建议
　　　　六、江苏省民航业将迎来进一步整合重组
　　　　七、江苏省民用航空业前景
　　第四节 旅游景区
　　　　一、江苏省旅游景区运营近况
　　　　二、江苏省旅游景区信息化建设进展情况
　　　　三、江苏省旅游景区盈利模式分析
　　　　四、江苏省旅游景区营销策略分析
　　第五节 保险公司
　　　　一、2024年江苏省保险行业稳中有进
　　　　二、2024年江苏省保险市场经营数据
　　　　三、2024年江苏省保险企业经营状况
　　　　四、江苏省保险市场的区域格局
　　　　五、旅游保险发展趋势及对策分析

第七章 2019-2024年江苏省在线旅游终端用户分析
　　第一节 江苏省在线旅游市场消费者属性分析
　　　　一、性别构成
　　　　二、年龄构成
　　　　三、学历构成
　　　　四、地域分布
　　　　五、收入构成
　　第二节 江苏省在线旅游终端用户预订行为分析
　　　　一、在线机票预订行为分析
　　　　　　1、机票在线预订方式
　　　　　　2、预订目的
　　　　　　3、放弃机票预订原因
　　　　二、在线酒店预订行为分析
　　　　　　1、酒店在线预订方式
　　　　　　2、最常用酒店在线预订方式
　　　　　　3、酒店预订类型
　　　　　　4、酒店预订原因
　　　　三、在线旅游度假产品预订行为分析
　　　　　　1、旅游度假在线预订方式
　　　　　　2、预订类型
　　　　四、在线预订景点门票行为分析
　　　　　　1、预订网站
　　　　　　2、预订原因
　　　　五、在线旅游预订用户的特征
　　　　六、返还力度与用户黏性的关联度
　　第三节 网民旅行团购行为分析
　　　　一、用户旅行团购需求
　　　　二、用户旅行团购满意度
　　第四节 网民手机在线旅游预订行为分析
　　　　一、手机查询旅行信息
　　　　二、手机旅行客户端
　　　　三、手机旅行预订

第三部分 行业竞争格局
第八章 2019-2024年江苏省在线旅游行业竞争分析
　　第一节 江苏省在线旅游行业竞争概况
　　　　一、在线旅游行业的进入壁垒
　　　　二、在线旅游网站竞争阵营分析
　　　　三、垂直搜索与传统旅游竞争加剧
　　第二节 在线旅游行业竞争结构分析
　　　　一、上游供应商加大直销力度，议价能力增强
　　　　二、平台运营商加速成长，加大市场冲击
　　　　三、信息渠道商推进直销业务，增强威胁性
　　　　四、在线旅游代理商同业竟争激烈
　　　　五、终端用户需求多样化，增强影响力
　　第三节 2019-2024年江苏省在线旅游行业竞争力分析
　　　　一、在线旅游预订市场传统格局面临调整
　　　　二、强强联合加速在线旅行预订市场整合
　　　　三、电商巨头争相发力在线旅游市场
　　　　四、海外在线旅游企业抢滩中国市场
　　第四节 提升江苏省在线旅游业竞争力的策略建议
　　　　一、我国在线旅游企业主要竞争策略
　　　　　　1、完善宏观环境，整合旅游企业
　　　　　　2、加快推动实施金旅工程
　　　　　　3、引导和培养民众网上消费的观念
　　　　　　4、提高旅游从业人员整体素质
　　　　二、旅游业网络营销特点
　　　　　　1、跨时空营销
　　　　　　2、互动营销
　　　　　　3、异质化营销
　　　　三、旅游业网络营销中存在的问题
　　　　四、旅游业网络营销对策
　　　　　　1、产品策略
　　　　　　2、价格策略
　　　　　　3、渠道策略
　　　　　　4、促销策略
　　　　五、我国旅游业实施网络营销的建议
　　　　　　1、完善旅游业信息化基础建设
　　　　　　2、提升网站建设，强化网络营销工具的使用
　　　　　　3、完善网络法律法规及安全体系

第九章 2019-2024年在线旅游行业商业模式分析
　　第一节 在线旅游商业模式概述
　　　　一、在线旅游商业模式的定义及结构
　　　　二、在线旅游商业模式的构成要素
　　第二节 国内在线旅游的典型商业模式
　　　　一、旅游交易平台模式
　　　　二、“机票+酒店”的网络分销模式
　　　　三、垂直引擎搜索模式
　　　　四、直销预订模式
　　第三节 在线旅游垂直搜索SWOT分析
　　　　一、对“去哪儿”的swot分析
　　　　　　1、优势
　　　　　　2、劣势
　　　　　　3、机会
　　　　　　4、威胁
　　　　二、垂直搜索引擎行业网络营销生存之道
　　　　　　1、顾客（customer）
　　　　　　2、成本（cost）
　　　　　　3、便利（convenience）
　　　　　　4、沟通（communication）
　　　　三、总结
　　第四节 携程网商业模式解析
　　　　一、经营专业化
　　　　二、统一市场
　　　　三、建立核心资源优势
　　　　四、加强制度与管理
　　　　五、务实企业文化

第十章 江苏省在线旅游行业重点企业经营状况分析
　　第一节 携程旅行网
　　　　一、公司简介
　　　　二、携程网经营状况
　　　　三、携程网新动态
　　第二节 艺龙网
　　　　一、公司简介
　　　　二、艺龙网经营状况
　　　　三、艺龙网新动态
　　第三节 去哪儿网
　　　　一、公司简介
　　　　二、去哪儿网经营状况
　　　　三、去哪儿网新动态
　　第四节 芒果网
　　　　一、公司简介
　　　　二、芒果网新动态
　　第五节 其他企业
　　　　一、同程网
　　　　二、快乐e行
　　　　三、途牛旅游网
　　　　四、驴妈妈旅游网
　　　　五、腾邦国际
　　第六节 在线旅游企业体验比较

第四部分 市场前景调查
第十一章 对2024-2030年江苏省在线旅游业趋势分析
　　第一节 江苏省在线旅游行业前景展望
　　　　一、中国旅游市场发展空间较大
　　　　二、无线终端应用成在线旅游业发展契机
　　　　三、中国在线旅游服务市场前景广阔
　　　　四、对2024-2030年江苏省在线旅游行业预测
　　　　　　1、市场规模预测
　　　　　　2、预订市场人群分布预测
　　第二节 中智⋅林　江苏省在线旅游行业发展趋势
　　　　一、全球在线旅游业投资预测
　　　　二、中国未来旅游业发展趋于多元化
　　　　三、中国在线旅行预订市场发展趋势
　　　　四、中国在线旅游行业未来发展方向

图表目录
　　图表 在线旅游行业生命周期表
　　图表 2019-2024年江苏省GDP及增长率
　　图表 2019-2024年江苏省人均GDP及增长率
　　图表 2019-2024年江苏省居民消费价格指数
　　图表 2024年江苏省居民消费价格水平
　　图表 2019-2024年江苏省城镇居民人均总收入及增长
　　图表 2019-2024年江苏省城镇居民人均可支配收入及增长
　　图表 2019-2024年江苏省进出口总额及增长
　　图表 在线旅游体验活动项目
　　图表 农业园区规划传统方法和新方法的对比
　　图表 旅游专项规划的技术路线设计图
　　图表 观光农业园区规划编制流程图
　　图表 在线旅游区域分布圈
　　图表 在线旅游产业投资规模结构图
　　图表 3个典型在线旅游案例经营基本情况
　　图表 3个典型案例接待人数和经营收入基本情况
　　图表 3类典型经营模式的比较分析
　　图表 七里乡五体联动经营模式
略……

了解《[2024-2030年中国江苏省在线旅游行业发展深度调研与未来趋势分析报告](https://www.20087.com/0/63/JiangSuShengZaiXianLvYouHangYeFa.html)》，报告编号：2589630，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/0/63/JiangSuShengZaiXianLvYouHangYeFa.html>

热点：江苏旅行、江苏省旅游网站、江苏必去的旅游景点、江苏省 旅游、江苏省旅游集团有限公司、江苏旅游咨询网、江苏适合自驾游的地方、江苏旅游预约平台、江苏春节旅游最佳去处

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！