

2023-2028 年中国网上旅行预订行业市场全景评估及投资战略研究报告

一、行业概述

1.1 行业发展背景

(1) 随着我国经济的持续增长和居民消费水平的不断提高，旅游业已成为国民经济的重要组成部分。近年来，互联网技术的飞速发展，尤其是移动互联网的普及，为旅游预订行业带来了前所未有的发展机遇。网上旅行预订作为一种新型的旅游服务模式，以其便捷、高效、个性化的特点，逐渐成为消费者出行首选的预订方式。

(2) 互联网的普及和智能手机的广泛应用，使得消费者可以随时随地通过手机 APP、网站等渠道进行旅游产品的预订，极大地提高了旅游预订的便利性和效率。同时，随着旅游市场的不断细分，消费者对于个性化、定制化的旅游产品需求日益增长，这也促使网上旅行预订行业不断推出新的产品和服务，以满足不同消费者的需求。

(3)

在政策层面，我国政府高度重视旅游业的发展，出台了一系列政策措施，如《旅游法》、《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》等，为旅游预订行业创造了良好的发展环境。此外，随着“一带一路”等国家战略的推进，国际旅游市场逐渐扩大，为我国网上旅行预订行业带来了更大的发展空间。

1.2 行业市场规模及增长趋势

(1) 近年来，我国网上旅行预订行业市场规模呈现出快速增长的趋势。根据相关数据显示，2018 年我国网上旅行预订市场规模达到万亿元，同比增长超过 20%。预计未来几年，随着旅游消费升级和移动互联网的进一步普及，市场规模将继续保持高速增长。

(2) 从细分市场来看，机票预订、酒店预订和旅游度假产品预订是网上旅行预订行业的主要构成部分。其中，机票预订市场规模占据主导地位，酒店预订市场增速较快，旅游度假产品预订市场则呈现出多元化发展趋势。随着消费者对旅游体验要求的提高，旅游度假产品预订市场有望在未来几年实现快速增长。

(3) 在区域分布上，我国网上旅行预订行业市场规模呈现出东强西弱的特点。东部沿海地区由于经济发展水平较高，旅游消费需求旺盛，市场规模较大。而西部地区虽然旅游资源丰富，但受限于基础设施和消费能力，市场规模相对较小。随着国家政策的扶持和区域经济的协调发展，西部地区网上

旅行预订市场规模有望逐步提升。

1.3 行业竞争格局

(1)

我国网上旅行预订行业竞争格局呈现出多元化、集中化趋势。目前，市场上存在众多企业，既有大型综合性的互联网企业，也有专注于某一细分市场的专业预订平台。这些企业通过提供差异化的产品和服务，争夺市场份额。

(2) 在竞争格局中，携程、去哪儿、飞猪等综合型预订平台占据领先地位，它们凭借强大的品牌影响力、丰富的产品线和完善的售后服务，吸引了大量用户。同时，一些新兴的预订平台也在积极拓展市场，通过技术创新和用户体验优化，逐渐崭露头角。

(3) 行业竞争主要体现在价格战、产品创新、营销推广和用户体验等方面。为了争夺市场份额，企业纷纷通过降低价格、推出优惠政策、加大广告投放等方式吸引消费者。同时，各企业也在不断加强技术研发，提升产品和服务质量，以提升用户满意度和忠诚度。在激烈的市场竞争中，企业需要不断提升自身竞争力，才能在行业中获得持续发展。

二、市场细分及分析

2.1 国内旅游市场分析

(1) 我国国内旅游市场近年来呈现出持续增长的趋势，成为推动旅游业发展的重要力量。随着居民收入水平的提高和休闲时间的增加，国内旅游需求不断释放。国内旅游市场以观光旅游为主，同时休闲度假、文化旅游、红色旅游等多种旅游形式逐渐兴起，满足了不同消费者的旅游需求。

(2)

在国内旅游市场，东部沿海地区和部分旅游热点城市占据着重要地位，这些地区拥有丰富的旅游资源和高密度的旅游产品供给。与此同时，中西部地区旅游市场潜力巨大，随着基础设施的完善和旅游政策的支持，中西部地区旅游市场正逐步升温，成为新的增长点。

(3) 国内旅游市场的发展也伴随着一些挑战，如旅游服务质量参差不齐、旅游产品同质化严重、旅游旺季拥堵等问题。为应对这些挑战，相关部门和企业正在努力提升旅游服务质量，推动旅游产品创新，优化旅游市场环境，以实现国内旅游市场的健康可持续发展。

2.2 国际旅游市场分析

(1) 中国国际旅游市场近年来呈现出稳步增长态势，成为全球旅游市场的重要组成部分。随着中国经济的持续增长和人民生活水平的提升，越来越多的中国游客选择出国旅游。亚洲、欧洲、北美等地区成为主要的国际旅游目的地，其中东南亚国家因其独特的文化和自然景观受到中国游客的青睐。

(2) 国际旅游市场分析显示，中国游客的旅游消费结构逐渐多元化，从传统的观光旅游向休闲度假、文化旅游、购物旅游等方向发展。同时，随着“一带一路”倡议的推进，中国游客对沿线国家的旅游兴趣日益增加，这些国家的旅游市场潜力巨大。

(3) 国际旅游市场的发展也面临一些挑战，如签证政策、

航班安排、文化交流等。为了促进国际旅游市场的健康发展，中国政府和旅游企业正积极拓展国际旅游市场，优化旅游服务，提升旅游产品的国际竞争力，同时加强与其他国家和地区的旅游合作，共同推动国际旅游市场的繁荣。

2.3 机票预订市场分析

(1) 机票预订市场是网上旅行预订行业的重要组成部分，近年来随着互联网技术的普及和航空旅游需求的增长，市场规模持续扩大。根据市场数据，我国机票预订市场规模已超过千亿级别，且呈现出稳定增长的趋势。

(2) 在机票预订市场，航空公司、在线旅行社（OTA）和第三方预订平台是主要的市场参与者。航空公司通过直销渠道和合作伙伴进行机票销售，OTA 和第三方预订平台则通过提供比价、预订和支付服务，为消费者提供便捷的预订体验。随着市场竞争的加剧，各大平台纷纷推出优惠政策，如折扣机票、积分兑换等，以吸引更多用户。

(3) 机票预订市场的发展也面临着一些挑战，如票源紧张、价格波动、用户体验等问题。为应对这些挑战，机票预订平台不断优化技术手段，提高预订效率，同时加强与其他旅游相关行业的合作，如酒店、租车等，为用户提供一站式旅游服务。此外，随着人工智能、大数据等技术的应用，机票预订市场有望实现更加精准的价格预测和个性化推荐。

2.4 酒店预订市场分析

(1)

酒店预订市场作为网上旅行预订行业的重要组成部分，近年来随着旅游业的蓬勃发展而迅速增长。我国酒店预订市场规模逐年扩大，根据市场调查数据显示，目前市场规模已达到千亿级别。消费者对酒店预订的需求日益多样化，从经济型酒店到豪华酒店，从在线预订到移动端预订，都显示出市场的成熟和多元化。

(2) 在酒店预订市场，传统的酒店预订渠道如旅行社、酒店官网等仍占有一席之地，但网上预订平台如携程、艺龙、去哪儿等已成为消费者预订酒店的主要渠道。这些平台通过提供比价、预订、评价等服务，极大地便利了消费者的预订过程。同时，酒店预订市场也呈现出一些新的趋势，如长租公寓、民宿等非传统酒店的预订需求增长。

(3) 酒店预订市场的发展受到多种因素的影响，包括旅游市场的整体走势、消费者偏好、技术创新等。为应对市场竞争，酒店预订平台不断创新服务模式，如推出个性化推荐、智能预订、快速入住等特色服务。此外，酒店预订市场也面临着服务质量、价格透明度、用户体验等方面的问题，需要行业各方共同努力，提升市场整体水平。

三、主要玩家分析

3.1 行业主要企业简介

(1) 携程旅行网作为中国领先的在线旅行服务提供商，成立于1999年，总部位于上海。携程提供包括机票、酒店、火车票、度假、邮轮、签证等多种旅游产品预订服务。通过

整合线上线下资源，携程已成为国内旅游预订市场的领军企业之一。

(2)

去哪儿网成立于 2005 年，总部位于北京，是一家集机票、酒店、火车票、度假等在内的综合性旅行预订平台。去哪儿网以其比价搜索功能著称，为消费者提供全面的旅游产品信息和服务。

(3) 飞猪旅行网，原为阿里巴巴集团旗下的旅行服务平台，后独立运营。飞猪旅行网以提供机票、酒店、度假、门票、租车等一站式旅游预订服务为主，依托阿里巴巴集团的电商生态，飞猪在旅游市场也占据了一席之地。

3.2 企业市场份额及竞争力分析

(1) 在我国网上旅行预订行业中，携程、去哪儿和飞猪等主要企业占据了较大的市场份额。根据市场调研数据，携程以超过 30% 的市场份额位居行业首位，其综合实力和品牌影响力在行业内具有显著优势。去哪儿和飞猪分别以 20% 和 15% 的市场份额紧随其后，两者在价格优势和用户基础方面具有一定的竞争力。

(2) 从竞争力角度来看，携程凭借其强大的品牌效应、丰富的产品线和优质的客户服务，在行业中具有较强的竞争优势。去哪儿和飞猪则分别通过技术创新和电商生态的整合，提升了自己的市场竞争力。去哪儿网以其比价搜索功能吸引了大量用户，而飞猪则依托阿里巴巴集团的资源优势，为用户提供了一站式的旅游解决方案。

(3) 在未来市场竞争中，这些主要企业将继续发挥各自的优势，不断提升产品和服务质量。携程将继续巩固其行业

领先地位,去哪儿和飞猪则有望通过持续的创新和市场拓展,进一步提升市场份额。同时,随着行业竞争的加剧,企业间的合作与竞争也将更加激烈,市场格局有望进一步优化。

3.3 企业发展策略及未来展望

(1) 携程旅行网的发展策略主要集中在品牌建设、技术创新和服务升级上。通过不断强化品牌形象，携程吸引了大量忠实用户。在技术创新方面，携程投入资源开发智能化预订系统，提高用户预订效率和体验。同时，携程通过并购和战略合作，不断扩大服务网络，提升市场竞争力。

(2) 去哪儿网的发展策略侧重于用户体验和价格优势。去哪儿网通过提供比价搜索功能，让消费者能够快速找到性价比最高的旅游产品。此外，去哪儿网还积极拓展移动端市场，通过优化移动应用，提升用户体验。未来，去哪儿网有望通过技术创新和市场拓展，进一步提升市场份额。

(3) 飞猪旅行网作为阿里巴巴集团旗下的旅行服务平台，其发展策略围绕整合线上线下资源，打造一站式旅游解决方案。飞猪通过与淘宝、天猫等电商平台的合作，实现了旅游产品与电商的深度融合。未来，飞猪有望进一步发挥阿里巴巴集团的生态优势，推动旅游产业链的整合和创新，为用户提供更加丰富和便捷的旅游服务。

四、政策法规及标准

4.1 国家及地方法规

(1)

国家层面，近年来我国政府出台了一系列支持旅游业发展的政策法规。2018 年，《旅游法》正式实施，明确了旅游市场的法律地位，规范了旅游经营行为，保障了旅游者的合法权益。此外，国家还发布了《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》，提出了一系列政策措施，旨在推动旅游业高质量发展。

(2) 地方政府也积极响应国家政策，出台了一系列地方性旅游发展规划和扶持政策。例如，一些地方政府设立了旅游发展专项资金，用于支持旅游基础设施建设、旅游产品开发、旅游市场营销等方面。同时，地方政策法规也注重保护旅游资源，规范旅游市场秩序，提升旅游服务质量。

(3) 在政策法规的具体执行过程中，相关部门加强了对旅游市场的监管，对违法违规行为进行查处。此外，政策法规还鼓励旅游企业创新，推动旅游产业转型升级。通过国家及地方政策的引导和支持，我国旅游市场得到了健康有序的发展。

4.2 行业标准及规范

(1) 行业标准及规范是网上旅行预订行业健康发展的基石。我国已制定了一系列针对旅游预订服务的国家标准和行业标准，如《在线旅游服务规范》、《旅游预订服务质量管理要求》等。这些标准明确了旅游预订服务的质量要求、服务流程、信息安全等内容，为行业提供了规范化的操作指南。

(2)

在具体实施层面，行业标准及规范对旅游预订平台的服务质量、产品信息透明度、用户权益保护等方面提出了具体要求。例如，要求平台提供真实、准确的产品信息，保障用户支付安全，确保用户个人信息不被泄露。同时，行业标准及规范还鼓励平台创新服务模式，提升用户体验。

(3) 随着行业的不断发展，行业标准及规范也在不断更新和完善。行业组织、政府部门和企业共同参与标准的制定和修订工作，以确保标准与时俱进，适应行业发展需求。通过实施行业标准及规范，有助于提高行业整体服务水平，促进网上旅行预订行业的健康发展。

4.3 政策法规对行业的影响

(1) 政策法规对网上旅行预订行业的影响主要体现在以下几个方面。首先，政策的出台和实施有助于规范市场秩序，打击违法违规行为，保护消费者权益。例如，《旅游法》的实施，明确了旅游预订服务的标准和责任，减少了市场混乱和消费者投诉。

(2) 其次，政策法规的引导作用有助于促进行业技术创新和服务升级。政府在鼓励企业研发新技术、提升服务质量方面提供了政策支持，如税收优惠、资金扶持等。这些政策激励企业不断创新，推动行业向更高水平发展。

(3) 最后，政策法规对行业的影响还体现在对市场结构的调整上。通过政策引导，有利于优化行业竞争格局，促进企业兼并重组，形成一批具有国际竞争力的企业。同时，政

策法规的调整也有助于推动行业向更加绿色、可持续的方向发展，实现经济效益和社会效益的双赢。

五、技术发展趋势

5.1 互联网技术发展

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/086034225111011030>