

# 中国旅游电子商务行业市场走势及投资盈利模式 深度研究报告（2011-2015年）

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国旅游电子商务行业市场走势及投资盈利模式深度研究报告（2011-2015年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/116388116388.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

旅游电子商务是指以网络为主体，以旅游信息库、电子化商务银行为基础，利用最先进的电子手段运作旅游业及其分销系统的商务体系。旅游电子商务就为广大旅游业同行提供了一个互联网的平台。

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家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。

### 第一章 旅游电子商务相关概述

#### 第一节 旅游电子商务基础概述

- 一、旅游电子商务意义涵盖
- 二、旅游电子商务交易模式和应用主体

#### 第二节 旅游电子商务功能阐述

- 一、按服务类型分（订房、订票、旅游度假产品）
- 二、按运营商性质分
  - 1、在线旅游服务商
  - 2、传统旅游服务商线上分支
  - 3、在线旅店预定服务商
  - 4、传统航空公司自营
  - 5、在线旅游搜索引擎
- 三、按市场类型分（休闲旅游、商务旅游）

### 第二章 2010-2011年中国旅游业投资环境解析

#### 第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国旅游产业在国民经济中的地位
- 三、消费价格指数分析
- 四、城乡居民收入分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、全社会固定资产投资分析
- 七、进出口总额及增长率分析

#### 四、存贷款利率变化

#### 五、财政收支状况

#### 第二节 2010-2011年中国旅游休闲业政策环境分析

- 一、休闲旅游产业扶持政策

## 二、政策刺激旅游业发展

## 三、《国民休闲纲要》将出台为各地旅游业提供政策指导

### 第三节 2010-2011年中国旅游休闲业市场社会环境分析

#### 一、居民消费观念

#### 二、中国人口规模及结构分析

### 第三章 2010-2011年国外旅游电子商务市场运行状况透析

#### 第一节 2010-2011年全球旅游电子商务产业运行浅综述

##### 一、全球旅游电子商务产业运行特点分析

##### 二、全球旅游电子商务产业市场动态

##### 三、全球旅游电子商务产业经验借鉴

#### 第二节 美国旅游电子商务市场情况

##### 一、美国旅游网站经营模式

##### 二、美国旅游电子商务的份额

##### 三、美国旅游电子商务不仅仅以数值领先

##### 四、金融海啸对旅游电子商务公司的影响

#### 第三节 欧洲旅游电子商务市场情况

##### 一、欧洲旅游电子商务变化

##### 二、欧洲旅游电子商务市场日趋成熟

##### 三、欧洲旅游电子商务预订量分析

##### 四、欧洲酒店连锁与旅游电子商务合作

#### 第四节 欧美日旅游电子商务市场发展差异

### 第四章 2010-2011年中国旅游电子商务新格局分析

#### 第一节 2010-2011年中国在线旅游产业动态分析

##### 一、移动技术采用将是在线旅游业下一“战地”

##### 二、互联网让旅行真正“价廉物美”人

#### 第二节 中国旅游电子商务的发展综述

##### 一、旅游电子商务发展历程

###### 1、萌芽阶段(1996——1998)

###### 2、起步阶段(1999——2002)

###### 3、发展阶段(2003——2004)

###### 4、完善阶段(2005——2008)

###### 5、新探索阶段(2009——至今)

#### 第三节 2010-2011年中国旅游电子商务现状综述

##### 一、市场需求—持续增长

##### 二、市场供给—不断增加

### 三、市场环境—不断改善

#### 第四节 旅游电子商务市场竞争进一步加剧

##### 一、新的技术引入给整个市场格局带来变数

###### 1、直接服务于游客的技术

###### 2、服务于旅游企业和旅游目的地的技术

##### 二、新的应用将引领旅游电子商务的深度发展

###### 1、移动商务引领旅游电子商务发展的新趋向

###### 2、web2.0应用

##### 三、新的整合将推进旅游电子商务体系的演进

#### 第五节 旅游电子商务市场格局稳中多变

#### 第六节 2010-2011年中国旅游电子商务存在的问题

##### 一、市场主体投入不足

##### 二、市场客体体系不健全

##### 三、市场载体功能有待发挥

#### 第五章 2010-2011年中国旅游商务网站运行分析

#### 第一节 2010-2011年中国旅游商务网站总体分析

##### 一、旅游网站背景及发展现状分析

##### 二、旅游网站功能与特征

##### 三、旅游网站类型分析

##### 四、旅游网站发展方向

##### 五、旅游商务网站的建设情况

#### 第二节 2010-2011年中国旅游商务网站内容、服务及赢利分析

##### 一、旅游商务网站的内容

##### 二、旅游商务网站的服务对象

##### 三、旅游商务网站收益分析

##### 四、旅游网站的两种盈利模式

##### 五、旅行社通过旅游网站的赢利模式

#### 第三节 2010-2011年旅游商务网站商务模式与网络安全分析

#### 第四节 2010-2011年中国旅游网站的联盟与发展分析

##### 一、国际互联网发展和旅游方式的变化对旅游业的影响

##### 二、旅游发展的趋势与旅游网站的联盟

#### 第六章 2010-2011年中国网上旅行预订运行动态分析

#### 第一节 2010-2011年中国网上旅行预订产业链结构分析

##### 一、网上旅行预订产业链构成

##### 二、产业链各环节地位与关系分析

### 三、产业链各环节面临的机会与挑战

#### 第二节 2010-2011年中国网上预订旅游市场分析

##### 一、中国网上旅行预订市场规模

##### 二、酒店、机票营收已基本持平

##### 三、网上旅行预订用户规模将达600万

##### 三、TOP3运营商未有改变，中小厂商争抢市场

##### 四、商旅、社区、旅游策划或成09发展重点

#### 第三节 2010-2011年中国网上旅行预订市场业务规模分析

##### 一、网上旅行订房市场规模

##### 二、网上旅行订票市场规模

##### 三、网上旅游度假产品市场规模

### 第七章2010-2011年中国旅游电子商务发展概况与存在的问题

#### 第一节 2010-2011年中国旅游电子商务发展概况

##### 一、中国旅游电子商务背景考察

##### 二、中国旅游企业网站建设调查

##### 三、中国主要旅游网站调查

##### 四、中国旅游电子商务平台分析

##### 五、中国旅游电子政务建设情况

#### 第二节 2010-2011年中国旅游电子商务发展存在的问题

##### 一、消费群体问题

##### 二、网络基础设施问题

##### 三、观念和意识问题

##### 四、网站功能问题

##### 五、环境问题

##### 六、专业人才问题

### 第八章2010-2011年旅游业发展旅游电子商务的可行性和现实条件

#### 第一节2010-2011年中国旅游业发展旅游电子商务的可行性

##### 一、旅游业与电子商务都是服务性行业

##### 二、旅游业和网络都具有虚拟经营的特点

##### 三、旅游业和网络都具有外向型特征

##### 四、旅游业不需要物流配送体系

##### 五、网络使旅游的个性化问题得以解决

#### 第二节 2010-2011年中国旅游业发展旅游电子商务的现实条件

##### 一、旅游业与电子商务有共同发展趋势

##### 二、旅游业应用电子商务有其内在动力

三、旅游业应用电子商务已经具备了技术条件

四、旅游业应用电子商务符合政府的政策导向

第九章 2011-2015年中国旅游电子商务发展的前景分析

第一节 2010-2011年中国旅游电子商务发展的条件分析

一、发展旅游业的经济基础已经具备

二、发展旅游业的旅游资源得天独厚

三、发展旅游业的产业基础雄厚

第二节 2010-2011年中国旅游电子商务市场需求状况

一、各级地方政府、旅游行政管理部门和旅游景区

二、大量的中小旅游企业

三、大型饭店与航空公司

四、散客

第三节 2011-2015年中国旅游电子商务新趋势探析

一、旅游网络基础设施集成化

二、旅游网络技术现代化

三、旅游服务功能个性化

四、旅游企业经营集团化、国际化

五、旅游电子支付规范化

六、旅游网络管理法律化

第十章 2010-2011年中国旅游电子商务发展的策略与实施措施

第一节 2010-2011年中国发展旅游电子商务的基本思路

一、政府要创造良好的旅游电子商务宏观环境

二、专业旅游网站发展要有准确的市场定位

三、合理确定旅游企业介入电子商务的经营模式

四、适时转变旅游电子商务的服务理念

五、积极推动广大中小旅游企业参与旅游电子商务

六、加强银企合作,解决网上支付问题

七、确实保证网络安全运行

八、大力培养旅游信息管理和旅游电子商务人才

第二节 2010-2011年中国旅游电子商务发展策略

一、层次性策略

二、特色营销服务策略

三、品牌化营销策略

四、恰当的经营模式策略

第三节 2010-2011年中国旅游电子商务实施措施

一、政府主导,建立全省旅游产业信息数据库

二、行业内部网建设及建设要求

三、公众网络建设及建设内容

四、各方协调,加强合作

第十一章 2011-2015年中国旅游电子商务行业投资战略研究

第一节 2011-2015年中国旅游电子商务行业投资概况

一、旅游电子商务行业投资特性

二、旅游电子商务具有良好的投资价值

第二节 2011-2015年中国旅游电子商务行业投资机会分析

一、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机

二、旅游电子商务投资热点分析

第三节 2011-2015年中国旅游电子商务行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节 权威专家投资建议

图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010年中国三产业增加值结构图

图表 2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表 2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表 2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图



- 图表 2010年10月20日人民币利率调整表
- 图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表
- 图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图
- 图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图
- 图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图
- 图表 2005-2009年中国就业人数走势图
- 图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图
- 图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
- 图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图
- 图表 2009年人口数量及其构成
- 图表 2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
- 图表 2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
- 图表 1978-2009年中国城镇化率走势图
- 图表 2005-2009年我国研究与试验发展 ( R&D ) 经费支出走势图
- 图表 我国网上旅行预订服务营收规模及增长率
- 图表 旅游电子商务未来发展趋势
- 图表 两大预订网站酒店预订佣金 ( 元 )
- 图表 近年来两大预订网站酒店预订佣金趋势图
- 图表 全球在线旅游企业类别
- 图表 2003-2006年美国在线旅游市场规模
- 图表 2001-2010年中国旅游产业市场规模及预测
- 图表 2006年中国网上旅行预订市场主要运营商份额
- 图表 2003-2010年中国网上旅行预订市场及细分规模预测
- 图表 2003-2010年中国旅行预订市场不同业务比重
- 图表 2003-2010年我国网上订房市场规模及预测
- 图表 2003-2010年中国网上订票市场规模及预测
- 图表 2003-2010年中国网上旅行预订用户规模及预测
- 图表 2006年第二季度旅行预订产品结构图
- 图表 我国网上旅行订房用户规模及预期
- 图表 我国网上旅行订票用户规模及预期
- 图表 2009年携程收入结构图(万元)
- 图表 2005-2009年E龙总体收入趋势图
- 图表 2005-2009年E龙主要旅游业务收入增长趋势图 ( 单位 : 千美元 )
- 图表 2004-2009年各季度携程、E龙订房天数
- 图表 2005-2009年两家主要企业预订客房数量

- 图表 2004-2009年各季度携程、E龙机票预订数量
- 图表 2005-2009年两家主要企业票预订量
- 图表 2004-2009年各季度携程、E龙订房业务收入情况
- 图表 2004-2009年两家主要企业订房收入对比图
- 图表 2005-2009年各季度携程、E龙订票业务收入情况
- 图表 2005-2009年两家主要企业订票收入对比图
- 图表 美国在线旅游市场规模趋势与预估
- 图表 美国在线商务旅行市场规模趋势与预估
- 图表 加拿大网民在网上关注的旅游相关信息
- 图表 2001-2009年中国网上旅行市场规模
- 图表 携程客户构成比例
- 图表 2004Q1-2009Q3携程网净营收及增长率
- 图表 2009年第三季度携程网主营业务收入比例
- 图表 2004Q3-2009Q3 e龙网总营收及增长率
- 图表 2009年第三季度e龙网主营业务收入比例
- 图表 被调查网民旅游信息来源
- 图表 在线旅游信息上网查询情况（单位：%）
- 图表 在线旅游业务网上预订情况（单位：%）
- 图表 未来登陆旅游网站趋势（单位：%）
- 图表 被调查网民登陆旅游网站比例（%）
- 图表 网民预订意向
- 图表 选择旅游网站的影响因素比例
- 图表 在线旅游服务商与门户网站分销合作
- 图表 易游网与雄狮网比较分析
- 图表 所选取进行比较的40家中外专业旅游网站一览表
- 图表 不同条件下首页文件大小对下载时间的影响及网站所占比例
- 图表 中外专业旅游网站产品与服务在线预订比例比较
- 图表 国内几大旅游预订网站及投资者背景
- 图表 2009年国内代表性旅游预订网站赢利模式分析
- 图表 我国的专业旅游电子商务网站
- 图表 旅游业上市公司及其触网情况
- 图表 调查分析的网站列表
- 图表 旅游信息来源
- 图表 在线旅游信息上网查询情况
- 图表 在线旅游业务网上预订情况

图表 被调查网民登陆旅游网站比例

图表 网民预订意向

图表 选择旅游网站的影响因素比例

图表 北京旅游网站排名

图表 上海网民旅游方式选择

图表 上海网民自助旅游意愿

图表 上海网民自助旅游原因

图表 略.....

《中国旅游电子商务行业市场走势及投资盈利模式深度研究报告（2011-2015年）》系统全面的调研了旅游的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/116388116388.html>