

2011-2015年中国旅游电子 商务行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国旅游电子商务行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1103/0475043SOL.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2011-03-29

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国旅游电子商务行业市场分析与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国旅游电子商务行业的概念，接着分析了中国旅游电子商务行业发展环境，然后对中国旅游电子商务行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国旅游电子商务行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国旅游电子商务行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

目录

第一章 旅游电子商务相关概述 1

第一节 旅游电子商务基础概述 1

一、旅游电子商务意义涵盖 1

二、旅游电子商务交易模式和应用主体 1

第二节 旅游电子商务功能阐述 6

一、按服务类型分（订房、订票、旅游度假产品） 6

二、按运营商性质分 7

1、在线旅游服务商 7

2、传统旅游服务商线上分支 7

3、在线旅店预定服务商 7

4、传统航空公司自营 8

5、在线旅游搜索引擎 8

三、按市场类型分（休闲旅游、商务旅游） 8

第二章 2010-2011年国外旅游电子商务市场运行状况透析 10

第一节 2010-2011年全球旅游电子商务产业运行浅综述 10

一、全球旅游电子商务产业运行特点分析 10

二、全球旅游电子商务产业市场动态 12

三、全球旅游电子商务产业经验借鉴 15

第二节 美国旅游电子商务市场情况 18

一、美国旅游网站经营模式 18

- 二、美国旅游电子商务的份额 19
- 三、美国旅游电子商务不仅仅以数值领先 19
- 四、金融海啸对旅游电子商务公司的影响 20

第三节 欧洲旅游电子商务市场情况 21

- 一、欧洲旅游电子商务变化 21
- 二、欧洲旅游电子商务市场日趋成熟 21
- 三、欧洲旅游电子商务预订量分析 22
- 四、欧洲酒店连锁与旅游电子商务合作 22

第四节 欧美日旅游电子商务市场发展差异 23

第三章 2010-2011年中国旅游电子商务新格局分析 25

第一节 2010-2011年中国在线旅游产业动态分析 25

- 一、移动技术采用将是在线旅游业下一站地 25
- 二、互联网让旅行真正“价廉物美”人 25

第二节 中国旅游电子商务的发展综述 26

一、旅游电子商务发展历程 26

- 1、萌芽阶段(1996--1998) 26
- 2、起步阶段(1999--2002) 26
- 3、发展阶段(2003--2004) 27
- 4、完善阶段(2005--2008) 27
- 5、新探索阶段(2009--至今) 27

第三节 2010-2011年中国旅游电子商务现状综述 27

- 一、市场需求--持续增长 27
- 二、市场供给--不断增加 28
- 三、市场环境--不断改善 29

第四节 旅游电子商务市场竞争进一步加剧 29

- 一、新的技术引入给整个市场格局带来变数 29
 - 1、直接服务于游客的技术 29
 - 2、服务于旅游企业和旅游目的地技术 30
- 二、新的应用将引领旅游电子商务的深度发展 30
 - 1、移动商务引领旅游电子商务发展的新趋向 30
 - 2、WEB2.0应用 30

三、新的整合将推进旅游电子商务体系的演进 31

第五节 旅游电子商务市场格局稳中多变 31

第六节 2010-2011年中国旅游电子商务存在的问题 32

一、市场主体投入不足 32

二、市场客体体系不健全 33

三、市场载体功能有待发挥 33

第四章 2010-2011年中国旅游商务网站运行分析 34

第一节 2010-2011年中国旅游商务网站总体分析 34

一、旅游网站背景及发展现状分析 34

二、旅游网站功能与特征 36

三、旅游网站类型分析 38

四、旅游网站发展方向 38

五、旅游商务网站的建设情况 39

第二节 2010-2011年中国旅游商务网站内容、服务及赢利分析 40

一、旅游商务网站的内容 40

二、旅游商务网站的服务对象 41

三、旅游商务网站收益分析 41

四、旅游网站的两种盈利模式 42

五、旅行社通过旅游网站的赢利模式 43

第三节 2010-2011年旅游商务网站商务模式与网络安全分析 44

第四节 2010-2011年中国旅游网站的联盟与发展分析 45

一、国际互联网发展和旅游方式的变化对旅游业的影响 45

二、旅游发展的趋势与旅游网站的联盟 48

第五章 2010-2011年中国网上旅行预订运行动态分析 52

第一节 2010-2011年中国网上旅行预订产业链结构分析 52

一、网上旅行预订产业链构成 52

二、产业链各环节地位与关系分析 53

三、产业链各环节面临的机会与挑战 56

第二节 2010-2011年中国网上预订旅游市场分析 59

一、中国网上旅行预订市场规模 59

- 二、酒店、机票营收已基本持平 61
- 三、网上旅行预订用户规模将达600万 61
- 三、TOP3运营商未有改变，中小厂商争抢市场 62
- 四、商旅、社区、旅游策划或成09发展重点 62
- 第三节 2010-2011年中国网上旅行预订市场业务规模分析 63
- 一、网上旅行订房市场规模 63
- 二、网上旅行订票市场规模 64
- 三、网上旅游度假产品市场规模 65

第六章 2010-2011年旅游业发展旅游电子商务的可行性和现实条件 66

第一节 2010-2011年中国旅游业发展旅游电子商务的可行性 66

- 一、旅游业与电子商务都是服务性行业 66
- 二、旅游业和网络都具有虚拟经营的特点 66
- 三、旅游业和网络都具有外向型特征 67
- 四、旅游业不需要物流配送体系 67
- 五、网络使旅游的个性化问题得以解决 68

第二节 2010-2011年中国旅游业发展旅游电子商务的现实条件 68

- 一、旅游业与电子商务有共同发展趋势 68
- 二、旅游业应用电子商务有其内在动力 68
- 三、旅游业应用电子商务已经具备了技术条件 69
- 四、旅游业应用电子商务符合政府的政策导向 69

第七章 2010-2011年中国旅游电子商务发展概况与存在的问题 70

第一节 2010-2011年中国旅游电子商务发展概况 70

- 一、中国旅游电子商务背景考察 70
- 二、中国旅游企业网站建设调查 72
- 三、中国主要旅游网站调查 73
- 四、中国旅游电子商务平台分析 74
- 五、中国旅游电子政务建设情况 75

第二节 2010-2011年中国旅游电子商务发展存在的问题 77

- 一、消费群体问题 77
- 二、网络基础设施问题 77

- 三、观念和意识问题 77
- 四、网站功能问题 78
- 五、环境问题 78
- 六、专业人才问题 78

第八章2011-2015年中国旅游电子商务发展的前景分析 79

第一节2010-2011年中国旅游电子商务发展的条件分析 79

- 一、发展旅游业的经济基础已经具备 79
- 二、发展旅游业的旅游资源得天独厚 79
- 三、发展旅游业的产业基础雄厚 79

第二节2010-2011年中国旅游电子商务市场需求状况 80

- 一、各级地方政府、旅游行政管理部门和旅游景区 80
- 二、大量的中小旅游企业 80
- 三、大型饭店与航空公司 81
- 四、散客 81

第三节2011-2015年中国旅游电子商务新趋势探析 82

- 一、旅游网络基础设施集成化 82
- 二、旅游网络技术现代化 82
- 三、旅游服务功能个性化 82
- 四、旅游企业经营集团化、国际化 83
- 五、旅游电子支付规范化 84
- 六、旅游网络管理法律化 84

第九章 2010-2011年中国旅游电子商务发展的策略与实施措施 85

第一节 2010-2011年中国发展旅游电子商务的基本思路 85

- 一、政府要创造良好的旅游电子商务宏观环境 85
- 二、专业旅游网站发展要有准确的市场定位 85
- 三、合理确定旅游企业介入电子商务的经营模式 87
- 四、适时转变旅游电子商务的服务理念 87
- 五、积极推动广大中小旅游企业参与旅游电子商务 88
- 六、加强银企合作,解决网上支付问题 88
- 七、确实保证网络安全运行 89

八、大力培养旅游信息管理和旅游电子商务人才 89

第二节 2010-2011年中国旅游电子商务发展策略 90

一、层次性策略 90

二、特色营销服务策略 90

三、品牌化营销策略 90

四、恰当的经营模式策略 91

第三节 2010-2011年中国旅游电子商务实施措施 91

一、政府主导,建立旅游产业信息数据库 91

二、行业内部网建设及建设要求 92

三、公众网络建设及建设内容 96

四、各方协调,加强合作 98

第十章 2010-2011年中国旅游业投资环境解析 99

第一节 国内宏观经济环境分析 99

一、GDP历史变动轨迹分析 99

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 102

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 103

第二节 2010-2011年中国旅游休闲业政策环境分析 107

一、休闲旅游产业扶持政策 107

二、政策刺激旅游业发展 109

三、《国民休闲纲要》将出台为各地旅游业提供政策指导 111

第三节 2010-2011年中国旅游休闲业市场社会环境分析 113

一、居民消费观念 113

二、中国人口规模及结构分析 114

第十一章 2011-2015年中国旅游电子商务行业投资战略研究 116

第一节 2011-2015年中国旅游电子商务行业投资概况 116

一、旅游电子商务行业投资特性 116

二、旅游电子商务具有良好的投资价值 117

第二节 2011-2015年中国旅游电子商务行业投资机会分析 118

一、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机 118

二、旅游电子商务投资热点分析 119

第三节2011-2015年中国旅游电子商务行业投资风险预警 120

一、宏观调控政策风险 120

二、市场竞争风险 120

三、市场运营机制风险 121

第四节 专家投资建议 121

图表目录：（部分）

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：2006-2010年国内生产总值

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2010年年末国家外汇储备

图表：2006-2010年财政收入

图表：2006-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：略……

更多图表见报告正文

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1103/0475043SOL.html>