

# 中国网上旅行预订行业分析及发展趋势研究报告 (2012-2016)

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国网上旅行预订行业分析及发展趋势研究报告（2012-2016）》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/133769133769.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2011年，旅游市场发展继续保持“两高一平”。部分出境旅游目的地国家政局动荡、日本地震核泄漏等因素导致出境旅游增速有所放缓。红色旅游及西安世园会点燃国内旅游热点。从短期看，红色旅游景区将显著受益；红色旅游多以组团方式进行，旅行社、会奖旅游亦将受益。上半年星级酒店及经济型酒店行业稳步发展，中西部、二三线城市发展速度超出行业均值。经济型酒店扩张步伐略有放缓，加盟店比例持续上升。

中国报告网发布的《中国网上旅行预订行业分析及发展趋势研究报告（2012-2016）》共十章。首先介绍了中国网上旅行预订行业的概念，接着分析了中国网上旅行预订行业发展环境，然后对中国网上旅行预订行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网上旅行预订行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国网上旅行预订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。

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 网上旅行预订相关概述

#### 第一节 网上旅行预订定义

#### 第二节 网上旅行预订分类

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（在线旅游服务商、传统旅游服务商线上分支、在线旅店预定服务商、传统航空公司自营、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 2011年中国网上旅行预订营销模式及产业链分析

#### 第一节 2011年中国网上旅行预订业务运行总况

一、垂直旅游搜索发展催生旅行预定行业大变革

二、互联网广告及电子商务将促进在线旅行预订市场发展

三、旅游搜索网站冲击传统旅行预定运营商用户黏性

四、旅行预定行业群雄渐起

#### 第二节 2011年中国网上旅行预订业务模式分析

一、订房业务

二、订票业务

三、旅游产品业务

#### 第三节 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
- 第四节 未来中国旅行预订市场发展趋势探析
- 第三章 2011年国外在线旅游市场运行状况透析
  - 第一节 2011年全球在线旅游产业运行浅综述
    - 一、全球在线旅游产业运行特点分析
    - 二、全球在线旅游产业市场动态
    - 三、全球在线旅游产业经验借鉴
  - 第二节 美国在线旅游市场情况
    - 一、美国旅游网站经营模式
    - 二、美国在线旅游的份额
    - 三、美国在线旅游不仅仅以数值领先
    - 四、金融海啸对在线旅游公司的影响
  - 第三节 欧洲在线旅游市场情况
    - 一、欧洲在线旅游变化
    - 二、欧洲在线旅游市场日趋成熟
    - 三、欧洲在线旅游预订量分析
    - 四、欧洲酒店连锁与在线旅游合作
  - 第四节 欧美日在线旅游市场发展差异
- 第四章 2011年中国旅游电子商务新格局分析
  - 第一节 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 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 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 2011年中国网上预订旅游市场运行探析

### 第一节 2011年中国网上预订旅游市场综述

#### 一、中国网上旅行预订市场规模

#### 二、订票营收规模稳增，逼近订房营收

#### 三、TOP3运营商未有改变，中小厂商争抢市场

#### 三、商旅、社区、旅游策划或成2010发展重点

### 第二节 2011年中国网上旅游市场的新演进

#### 一、网上旅行预订市场盈利情况

#### 二、酒店、机票营收已基本持平

#### 三、产业链呈现五大演进趋势

### 第三节 2011年中国网上旅行预订市场运行分析

#### 一、对市场产生的影响因素分析

##### 1、积极影响因素

##### 2、消极影响因素

#### 二、电信运营商旗下商旅业务发展迅速

#### 三、参与旅游消费券发放，网络优势尽显

## 第六章 2011年中国网上旅行预订市场结构及规模分析

### 第一节 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

### 第二节 2011年中国网上旅行预订用户规模分析

#### 一、网上旅行预订用户规模

二、网上旅行订房用户规模

三、网上旅行订票用户规模

四、网上旅游度假用户规模

## 第七章 2011年中国网上预订旅行用户消费调研

### 第一节 用户特征情况

一、年龄分布

二、网上旅行预订用户学历分布

三、网上旅行预订用户所在地域分布

四、网上旅行预订用户个人月收入分布

### 第二节 传统订房/订票用户行为分析

一、网民平均每年外出旅游情况

二、网民每年消费/购买的综合类票

三、网民平均每年消费综合类票务次数

四、网民对网上订房/订票的态度

### 第三节 网上订票用户行为分析

一、网上订票用户最常预订的综合类票

二、网上订票用户最常预订的交通类票

三、网上订票用户订票频率

四、网上订票用户平均每次消费金额

五、订票用户在订票网站团购比例

六、团购用户的团购频率

七、网上订票用户平均每次团购消费金额

### 第四节 网上订房用户行为分析

一、网上订房用户最常预订的房务级别

二、网上订房用户最常预订的房务类型

三、网上订房用户最常预订的房务价位

四、网上订房用户订房频率

五、网上订房用户平均每次消费金额

### 第五节 网上订房/订票行为分析

一、网上订房/订票用户访问过和预订过订房/订票网站分别情况

二、网上订房/订票用户预订过的订房/订票网站

三、订房/订票用户预订次数最多的订房/订票网站

四、网上订房/订票用户对订房/订票网站满意度

五、网上订房/订票用户了解网上订房/订票信息渠道

### 第六节 中国网民未来网上订房/订票行为预期

- 一、网民未来是否会在网上订票
- 二、网民未来最希望/可能预订的综合类票
- 三、网民未来在网上预订综合类票消费金额
- 四、网民未来最希望/可能预订的交通类票
- 五、网民未来在网上预订交通类票消费金额
- 六、网民未来是否会在网上订房
- 七、网民未来最希望/可能预订的房务级别
- 八、网民未来最希望/可能预订的房务类型
- 九、网民未来在网上订房消费金额
- 十、网上订房/订票用户未来预订方式预测

## 第八章 2011年国内网上旅行预订主要竞争者分析

### 第一节 携程旅行网

- 一、携程净营收额
- 二、携程收入结构分析
- 三、携程订房业务分析
- 四、携程订票业务分析
- 五、度假产品业务营收分析

### 第二节 e龙旅行网

- 一、e龙营收总额
- 二、E龙收入结构分析
- 三、E龙订房业务分析
- 四、E龙订票业务分析
- 五、其他旅行相关业务营收分析

### 第三节 其它网上旅行预订网站运行分析

- 一、芒果网
- 二、遨游网
- 三、旅之窗
- 四、旅游搜索引擎--去哪儿

## 第九章 2012-2015年中国网上旅行预订行业发展趋势与前景展望

### 第一节 2012-2015年中国网上旅行预订行业发展前景分析

- 一、金融危机下中国网上旅行预订市场的发展思考
- 二、投资者看好中国在线旅行预订市场，发展前景广阔

### 第二节 2012-2016年中国网上旅行预订行业发展趋势分析

- 一、网上旅行预订用户呈现知识化趋势
- 二、网上旅游业未来发展趋势

### 三、全网络旅行模式或将成未来旅游发展方向

#### 第三节2012-2016年中国网上旅行预订市场盈利预测分析

#### 第十章 2012-2016年中国网上旅行预订行业投资价值研究

##### 第一节2012-2016年中国网上旅行预订行业投资机会分析

###### 一、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机

###### 二、网上预订旅行投资吸引力分析

##### 第二节2012-2016年中国网上旅行预订行业投资风险预警

###### 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

#### 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：2003-2011年美国在线旅游市场规模

图表：2001-2011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：2003-2011年中国网上旅行预订市场及细分规模预测

图表：2003-2011年中国旅行预订市场不同业务比重

图表：2003-2011年我国网上订房市场规模及预测

图表：2003-2011年中国网上订票市场规模及预测

图表：2003-2011年中国网上旅行预订用户规模及预测

图表：2011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：2011年携程收入结构图(万元)

图表：2005-2011年E龙总体收入趋势图

图表：2005-2011年E龙主要旅游业务收入增长趋势图（单位：千美元）

图表：2004-2011年各季度携程、E龙订房天数

图表：2005-2011年两家主要企业预订客房数量

图表：2004-2011年各季度携程、E龙机票预订数量

图表：2005-2011年两家主要企业票预订量

图表：2004-2011年各季度携程、E龙订房业务收入情况



- 图表：2004-2011年两家主要企业订房收入对比图
- 图表：2005-2011年各季度携程、E龙订票业务收入情况
- 图表：2005-2011年两家主要企业订票收入对比图
- 图表：网上旅行预订用户年龄分布
- 图表：网上旅行预订用户学历分布
- 图表：网上旅行预订用户所在区域分布
- 图表：网上旅行预订用户个人月收入分布
- 图表：网民平均每年外出旅游情况调查
- 图表：网上订票用户每年消费/购买的综合类票
- 图表：网民平均每年消费综合类票务次数
- 图表：网民对网上订房/订票态度
- 图表：网上订票用户最常订的综合类票
- 图表：网上用户最常预订的交通类票
- 图表：网上订票用户订票频率
- 图表：网上订票用户平均每次消费金额
- 图表：订票用户在订票网站团购比例
- 图表：有过团购经历的用户团购频率
- 图表：网上订票用户平均每次团购消费金额
- 图表：网上订房用户最常预订的房务级别
- 图表：网上订房用户最常预订的房务类型
- 图表：网上订房用户最常预订的房务价位
- 图表：网上订房用户订房频率
- 图表：网上订房用户平均每次消费金额
- 图表：网上订票/订房用户访问过和预订过订房/订票网站分别情况
- 图表：网上订房/订票用户预订过的订房/订票网站
- 图表：订房/订票用户预订次数最多的订房/订票网站
- 图表：网上订房/订票用户对订房/订票网站满意度
- 图表：网民了解网上旅游预订信息的渠道
- 图表：网民未来是否会在网上订票
- 图表：网民未来最希望/可能预订的综合类票
- 图表：网民未来在网上预订综合类票消费金额
- 图表：网民未来最希望/可能预订的交通类票
- 图表：网民未来在网上预订交通类票消费金额
- 图表：网民未来是否会在网上订房
- 图表：网民未来最希望/可能预订的房务级别

图表：网民未来最希望/可能预订的房务类型

图表：网民未来在网上订房消费金额

图表：网民订票的主要方式

图表：网上订房/订票用户未来预订方式预测

图表：网民不使用网上订票原因分析

图表：网民不使用网上订房存在问题

图表：网上订房/订票用户希望订房/订票网站需改进的地方

图表：中国大陆网民规模与互联网普及率

图表：2011年游客不使用网上预订的原因

图表：2011年第二季度旅游电子商务主要运营商市场份额

图表：2010-2011年中国网上预订旅行市场规模

图表：2010-2011年中国网上预订旅行市场结构变化

图表：2010-2011年中国网上旅行预订用户规模

图表：中国网上旅行预订用户规模占互联网用户规模的比重

图表：2011年网上旅行预订运营商营收份额

图表：中国网上旅行预订市场产业链

图表：2011年用户搜索旅游信息的时间周期

图表：2011年网上旅行预订运营商营收份额

图表：2012-2016年中国网上旅行预订市场前景预测

图表：略.....

更多图表见报告正文

《中国网上旅行预订行业分析及发展趋势研究报告（2012-2016）》系统全面的调研了网上旅行预订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/lvyou/133769133769.html>