

2011-2015年中国旅游电子商务行业市场竞争现状 及前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国旅游电子商务行业市场竞争现状及前景预测报告》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/qitait/104452104452.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

中国报告网发布的《2011-2015年中国旅游电子商务行业市场竞争现状及前景预测报告》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。

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 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
- 第三章 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
- 第四章 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

第五章 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

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 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

第九章 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

第十章 2010-2011年中国旅游业投资环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

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 专家投资建议

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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitait/104452104452.html>