

2011-2015年中国旅游电子商务行业市场调研及发展趋势研究报告

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调研及发展趋势研究报告》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/wentibangong/115430115430.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

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的技术 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

中国报告网发布的《2011-2015年中国旅游电子商务行业市场调研及发展趋势研究报告》共十一章。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/115430115430.html>