



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国旅游电子商务 产业市场深度评估及发展前景预 测报告

一、调研说明

《2011-2015年中国旅游电子商务产业市场深度评估及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/156134.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

摘要：

通过对旅游电子商务行业进行深入的调查研究，结合国家统计局、工商、税务、海关、各级行业协会及专业调研机构等部门的数据、资料以及现阶段的宏观经济和政策环境，采用文案调研、电话访谈、实地调研等多种调研方式，以"数据+图表+论述"的形式，对旅游电子商务行业的发展状况进行了全面的总结论述，在此基础上对旅游电子商务行业的发展趋势进行了深层次、多角度的分析、预测和论证。

（报告以具体数据为基础，辅助以定量与定性分析相结合，在深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息同时采用统计图表、分析图示等多种形式将结果清晰、直观的展现出来，以方便读者解读分析。报告内容涉及旅游电子商务行业的国内外及周边地区的发展概况、产业集群、市场规模、需求和供给、价格、市场集中度、竞争格局、用户需求、产业链上下游、渠道、进出口状况……等，并对旅游电子商务行业规模以上竞争企业进行了详细的调查研究，同时分析了当前全球金融危机、我国扩大内需政策和经济刺激方案对旅游电子商务行业的发展影响，报告最后还对旅游电子商务行业的营销、投资、应对金融危机等给出了专家意见。）

本报告有助于企业和投资机构准确了解目前旅游电子商务行业的发展现状和趋势，把握旅游电子商务行业发展所面临的优势、劣势、机会和威胁，抓住潜在的投资机会。（在报告的附件里赠送有全国规模以上旅游电子商务行业竞争企业的信用状况及财务数据，）是企业 and 投资机构进行投资决策的重要参考依据。

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（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 2009-2010年国外旅游电子商务市场运行状况透析

第一节 2009-2010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 2009-2010年中国旅游电子商务新格局分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国旅游商务网站运行分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年旅游商务网站商务模式与网络安全分析

第四节 2009-2010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 2009-2010年中国网上旅行预订运行动态分析

第一节 2009-2010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 2009-2010年中国网上预订旅游市场分析

- 一、2009年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 2009-2010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 2009-2010年旅游业发展旅游电子商务的可行性和现实条件

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国旅游电子商务发展概况与存在的问题

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国旅游电子商务前景分析

- 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 2009-2010年中国旅游电子商务发展的策略与实施措施

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国旅游业投资环境解析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2009-2010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 2009-2010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 权威专家投资建议

图表名称：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 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010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 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

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 2005-2010年我国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 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元
图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图
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 2008年12月23日人民币利率调整表
图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表
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 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 略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/156134.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。