



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国旅游电子商务 产业运营规划深度调研及投资趋 势报告

## 一、调研说明

《2011-2015年中国旅游电子商务产业运营规划深度调研及投资趋势报告》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/177988.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](mailto: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

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国旅游电子商务产业运营规划深度调研及投资趋势报告》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&mdash;&mdash;1998)
  - 2、起步阶段(1999&mdash;&mdash;2002)
  - 3、发展阶段(2003&mdash;&mdash;2004)
  - 4、完善阶段(2005&mdash;&mdash;2008)
  - 5、新探索阶段(2009&mdash;&mdash;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&mdash;持续增长
- 二、市场供给&mdash;不断增加
- 三、市场环境&mdash;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&hellip;&hellip;  
更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/177988.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。