



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国旅游休闲类网站动态监测与 发展前景预测报告(2011- 2015年)

一、调研说明

《中国旅游休闲类网站动态监测与发展前景预测报告(2011-2015年)》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/182734.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

由于夏天节假日的到来以及油价的高涨，旅游和休闲类网站的流量从中获得大幅增长，而且由于商业模式较为成熟，将流量转化为现金的能力也较强，因此，这两类网站的盈利能力比较突出。而门户网站和搜索引擎的流量仍然在互联网领域占据领导地位

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 2010-2011年中国旅游休闲行业概况

第一节 2010-2011年中国旅游休闲行业总体发展分析

- 一、旅游消费
- 二、门票价格
- 三、行业景气度
- 四、总体投资策略
- 五、投资景区

第二节 2010-2011年中国旅游休闲行业市场分析

- 一、中国成为世界旅游大国
- 二、2010-2011年中国旅游行业市场分析

第二章 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

第三章 2010-2011年中国旅游休闲业运行环境解析

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

- 一、 中国GDP分析
- 二、 中国旅游产业在国民经济中的地位分析
- 三、 消费价格指数分析
- 四、 城乡居民收入分析
- 五、 社会消费品零售总额
- 六、 全社会固定资产投资分析
- 七、 进出口总额及增长率分析

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

第四章 2010-2011年中国旅游休闲类网站存在的问题及发展对策

第一节 2010-2011年中国旅游网站目前存在的问题

- 一、中国旅游网站总体环境问题
- 二、中国旅游网站存在的主要问题
- 三、中美旅游网站比较存在的不足

第二节 2010-2011年中国旅游网站发展对策分析

- 一、观念有待转变
- 二、服务有待提高
- 三、安全性有待加强

第五章 2010-2011年国际旅游休闲类网站运行状况分析

第一节 2010-2011年国际旅游休闲业运行总况

- 一、国际旅游休闲业环境分析
- 二、全球个人与商务旅行市场规模

第二节 美国旅游休闲类网站发展分析

- 一、美国旅游网站经营模式
- 二、美国旅游网上订购情况
- 三、美国在线旅游市场规模与趋势分析
- 四、美国三大旅游网面临挑战

第三节 其他国家旅游休闲类网站发展分析

- 一、加拿大网民最关心网上旅游价格信息
- 二、德国女性旅游网

第四节 国外旅游网站的启示

第六章 2010-2011年中国旅游休闲类网站发展分析

第一节 2010-2011年中国旅游休闲类网站总体分析

- 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、旅游休闲类网站的建设情况

第二节 2010-2011年中国旅游休闲类网站内容、服务及赢利分析

一、旅游休闲类网站的内容

二、旅游休闲类网站的服务对象

三、旅游休闲类网站收益分析

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年旅游休闲类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

第七章 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

第八章 2010-2011年中国主要旅游休闲网站及其竞争力分析

第一节 主要旅游休闲类网站综合评价

一、旅游休闲类网站总体评价

二、具体旅游网站评价

第二节 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

第三节 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

第四节 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 2010-2011年中国旅游休闲类网站按功能分类分析

第一节 旅游预订类网站分析

一、2010-2011年中国旅游预订网站发展概况

二、我国旅游预订网站的行业归属分析

三、中国主流旅游预订网站的赢利模式分析

四、我国旅游预订网站的成长和未来发展方向

第二节 搜索引擎类网站分析

一、去哪儿旅游搜索引擎分析

二、万里旅行搜索网

三、旅游搜索引擎对网络旅游的影响

四、旅游搜索引擎对传统在线旅游网站的威胁

五、通过搜索引擎检索旅游类关键词实现的购买比例

第三节 电子商务网站分析

- 一、"中国旅游业电子商务网"分析
- 二、中国旅游电子商务现状及前景分析
- 三、中美旅游电子商务对比分析
- 四、以51766网站为代表的第四类网站

第十章 2010-2011年中国区域旅游休闲类网站分析

第一节 北京旅游休闲类网站发展分析

- 一、北京互联网网民旅游消费调查分析
- 二、北京旅游网站简介

第二节 上海旅游休闲类网站发展分析

- 一、上海网民旅游习惯调查分析
- 二、上海旅游网站简介

第三节 广东旅游休闲类网站发展分析

- 一、广东构建"泛珠三角"大旅游网络
- 二、广东旅游业进入网络时代
- 三、广东旅游网站简介

第四节 湖南旅游休闲类网站发展分析

- 一、湖南旅游网（gotohn.com）简介
- 二、湖南旅游网站的建设
- 三、张家界旅游网站简介

第五节 其他城市旅游休闲类网站发展分析

- 一、西安在线旅游网分析
- 二、内蒙古流行网络旅游
- 三、大连旅游网站分析
- 四、太原建成山西省首个网上旅游局
- 五、桂林旅游网站
- 六、黄山旅游网站

第十一章 2010-2011年中国旅游业网络营销解析

第一节 旅游业网络营销分析

- 一、中国旅游业网络营销的现状
- 二、中国旅游业网络营销的发展方向

三、我国第三代旅游业网络营销展望

四、网站在旅游业网络营销中的作用分析

第二节 旅游业的网络营销发展态势及对策

一、旅游业网络营销发展态势

二、我国旅游业网络营销发展策略

第十二章 2011-2015年中国旅游休闲类网站行业前景预测分析

第一节 2011-2015年中国旅游休闲类网站行业发展前景分析

一、金融危机下中国旅游休闲类网站市场的发展思考

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 2011-2015年中国旅游休闲类网站行业发展趋势分析

一、旅游休闲类网站用户呈现知识化趋势

二、网上旅游业未来发展趋势

第三节 2011-2015年中国旅游休闲类网站市场盈利预测分析

第十三章 2011-2015年中国旅游休闲类网站前景预测

第一节 2011-2015年中国旅游休闲类网站行业投资机会分析

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 2011-2015年中国旅游休闲类网站行业投资风险预警

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

第三节 专家投资建议

图表目录：

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日中国人民银行利率调整表

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：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：2001-2010年中国网上旅行市场规模

图表：携程客户构成比例

图表：2004Q1-2006Q3携程网净营收及增长率

图表：2010-2011年第三季度携程网主营业务收入比例

图表：2004Q3-06Q3 e龙网总营收及增长率

图表：2010-2011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：2010-2011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

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/182734.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。