

2011-2015年中国旅游电子 商务市场深度调查及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国旅游电子商务市场深度调查及投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201108/73425.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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	122

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201108/73425.html>