

# 2020-2026年中国旅游电子 商务行业发展态势与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国旅游电子商务行业发展态势与行业竞争对手分析报告》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/202008/181665.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

旅游电子商务是指以网络为主体，以旅游信息库、电子化商务银行为基础，利用最先进的电子手段运作旅游业及其分销系统的商务体系。旅游电子商务就为广大旅游业同行提供了一个互联网的平台。

随着电子商务的发展，已经有越来越多的传统电子商务网站开辟了旅游这一功能，例如淘宝就有旅游同业者特约商家，而旅游类电子商务网站也逐步向多元化发展，已经不再是单一的订购门票和旅游线路了，旅游类网站逐渐开始走向出行一站式服务的路线。例如酒店订房，租车服务，地方特产购买，甚至是电影院，KTV一些娱乐场所的优惠预订等，相信不久的将来，旅游类电子商务网站将为人们的出行，住宿，旅游等提供一系列完善且实惠的服务。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国旅游电子商务行业发展态势与行业竞争对手分析报告》共十一章。首先介绍了观光休闲产业相关概念及发展环境，接着分析了中国观光休闲行业规模及消费需求，然后对中国观光休闲行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国观光休闲行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国观光休闲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。

报告目录：

### 第一章旅游电子商务行业发展综述

#### 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 2015-2019年国外旅游电子商务市场运行状况透析

## 第一节 2015-2019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 2015-2019年中国旅游电子商务新格局分析

### 第一节 2015-2019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—2014)

##### 4、完善阶段(2012—2008)

##### 5、新探索阶段(2009—至今)

### 第三节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国旅游商务网站运行分析

### 第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年旅游商务网站商务模式与网络安全分析

### 第四节 2015-2019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 2015-2019年中国网上旅行预订运行动态分析

## 第一节 2015-2019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 2015-2019年中国网上预订旅游市场分析

- 一、2019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 2015-2019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 2015-2019年旅游业发展旅游电子商务的可行性和现实条件

### 第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国旅游电子商务发展概况与存在的问题

### 第一节 2015-2019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 2015-2019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 2020-2026年中国旅游电子商务发展的前景分析

第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国旅游电子商务发展的策略与实施措施

第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国旅游业投资环境解析

### 第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2020-2026年中国旅游电子商务行业投资战略研究（）

#### 第一节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 权威投资建议

#### 图表目录：

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 2003-2019年美国在线旅游市场规模

图表 2020-2026年中国旅游产业市场规模及预测

图表 2019年中国网上旅行预订市场主要运营商份额

图表 2020-2026年中国网上旅行预订市场及细分规模预测

图表 2020-2026年中国旅行预订市场不同业务比重

图表 2020-2026年我国网上订房市场规模及预测

图表 2020-2026年中国网上订票市场规模及预测

图表 2020-2026年中国网上旅行预订用户规模及预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/181665.html>