

2014-2019年中国旅游电子商务市场发展状况及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2019年中国旅游电子商务市场发展状况及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201403/232273.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

旅游业是世界三大朝阳产业之一，是二十一世纪的主导性产业，无论在国内或国外都受到了广泛的重视。同时，旅游业又是与知识经济和信息经济高度融合的产业，随着电子商务被广泛应用，旅游业电子商务问题逐渐受到重视，同时有很多企业探索出了符合中国国情的旅游电子商务模式。近些年，高速增长旅游市场和日益成长的网络消费人群，使得旅游电子商务给旅游业发展带来了新的契机；同时，由于旅游业的信息密集型和信息依托型的产业特性，也使旅游电子商务的发展有其必要性和可行性。

数据显示，2007年全球电子商务额就已突破10000亿美元，近年来平均年增长率为40%，其中旅游电子商务销售额突破1200亿美元，全球约30余万家企业在网上开展旅游服务，全球享受旅游电子商务服务的人数每年超过3亿人次。据世界旅游组织预计，到2013年旅游电子商务营业额将占旅游业营业总额的四分之一以上，旅游电子商务存在着巨大的发展空间。

目前，中国拥有旅游电子商务企业4000余家，根据中国旅游研究院发布的《中国旅游电子商务发展报告》显示，2010年中国旅游电子商务（基于互联网平台的在线旅游业交易）市场规模达到2000亿元人民币，占整体旅游收入份额将近15%。从目前国内旅游电子商务占整个旅游行业的市场份额来看，我国电子商务结合旅游产业的未来前景相当令人期待。粗略预计，到2015年，我国旅游电子商务行业占比将达到20%。根据《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》，到2015年，我国旅游业总收入将达到2.5万亿元，年均增长率为10%，届时中国旅游电子商务市场规模将达到5000亿元，年均增长率约20%。

产业信息网发布的《2014-2019年中国旅游电子商务市场发展状况及投资前景预测报告》共七章。本报告利用产业信息网长期对旅游电子商务行业跟踪搜集的数据，主要分析了国内旅游电子商务行业发展的市场环境；中国旅游业总体发展状况；国际旅游电子商务行业发展经验；国内旅游电子商务行业总体发展状况；旅游电子商务行业各子行业发展状况；旅游电子商务行业盈利模式；领先旅游电子商务网站运营状况；旅游电子商务行业投融资状况。让您全面、准确地把握整个环境服务业的市场走向和发展趋势，从而在竞争中赢得先机。

报告目录：

第1章：中国旅游电子商务行业发展综述

1.1 旅游电子商务行业定义及内涵

1.1.1 旅游电子商务的定义及作用

（1）旅游电子商务的定义

（2）旅游电子商务的作用

（3）旅游电子商务对社会发展的影响

1.1.2 旅游电子商务的类型

（1）按交易形式的类型划分

（2）按信息终端的类型划分

1.1.3 旅游电子商务的系统组成

- (1) 环境层
- (2) 操作层
- (3) 基础设施层

1.1.4 旅游电子商务涉及的实体企业

- (1) 实体企业
- (2) 旅游目的地(管理机构)
- (3) 旅游中介服务商和分销商

1.1.5 旅游电子商务解决的管理问题

1.2 旅游电子商务行业发展环境分析

1.2.1 旅游电子商务行业政策环境分析

1.2.2 旅游电子商务行业经济环境分析

- (1) 国际宏观经济运行分析
- (2) 国内宏观经济运行分析

1.2.3 旅游电子商务社会环境分析

- (1) 中国人口规模分析
- (2) 中国人口年龄结构
- (3) 中国人口学历结构
- (4) 中国人口地区结构
- (5) 中国居民消费观念

1.2.4 旅游电子商务需求环境分析

- (1) 政府角度的需求分析
- (2) 旅游企业角度的需求分析
- (3) 消费者角度的需求分析

第2章：中国旅游业发展状况分析

2.1 中国旅游业发展概述

2.1.1 旅游业六要素分析

2.1.2 旅游业产业链分析

2.1.3 旅游业发展阶段分析

2.1.4 中国发展旅游业的重要意义

2.2 全球旅游市场发展分析

2.2.1 全球国际旅游人数分析

2.2.2 全球国际旅游收入分析

2.3 中国国内旅游市场发展分析

2.3.1 2013年中国国内旅游概况

- (1) 国内旅游人数
 - (2) 国内旅游收入
 - (3) 国内旅游人均花费
 - 2.3.2 2013年国内旅游的发展特征
 - 2.3.3 中国国内旅游市场“十二五”发展预测
 - 2.4 中国入境旅游市场发展分析
 - 2.4.1 2013年中国入境旅游概况
 - (1) 入境旅游接待人数
 - (2) 入境旅游外汇收入
 - (3) 入境旅游客源情况
 - (4) 入境旅游过夜游客数
 - 2.4.2 2013年入境旅游主要特点
 - 2.4.3 入境旅游市场“十二五”发展预测
 - 2.5 中国出境旅游市场发展分析
 - 2.5.1 2013年中国出境旅游概况
 - 2.5.2 2013年出境旅游目的地概况
 - (1) 已开放的出境旅游目的地
 - (2) 出境旅游中的热门目的地
 - 2.5.3 网民出境旅游意向调查
 - 2.5.4 出境旅游市场“十二五”发展预测
 - 2.6 中国黄金周旅游市场发展分析
 - 2.6.1 十一黄金周旅游市场发展分析
 - (1) 十一黄金周旅游人数
 - (2) 十一黄金周旅游收入
 - 2.6.2 春节黄金周旅游市场发展分析
 - (1) 春节黄金周旅游人数
 - (2) 春节黄金周旅游收入
- 第3章：中国旅游电子商务行业总体发展状况
- 3.1 国际旅游电子商务行业发展经验借鉴
 - 3.1.1 国际互联网用户发展与旅游电子商务
 - (1) 电子商务技术的发展
 - (2) 新型旅游消费观念推动了旅游电子商务
 - (3) 互联网成为旅游者信息获取的主渠道
 - 3.1.2 全球在线旅游市场不断增长
 - (1) 专门的旅游电子商务服务商

- (2) 专门的电子分销服务商
- (3) 全球化旅游企业集团在线销售不断增长
- (4) 在线查询旅游信息比例不断增加
- 3.1.3 美国旅游电子商务的发展
 - (1) 美国旅游电子商务的内容
 - (2) 美国旅游电子商务的网站
 - (3) 美国旅游电子商务的运作机制
- 3.2 中国旅游电子商务总体发展状况
 - 3.2.1 中国旅游电子商务的发展阶段分析
 - (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)
 - 3.2.2 中国旅游电子商务市场发展现状分析
 - (1) 旅游电子商务市场规模
 - (2) 旅游电子商务市场结构
 - (3) 旅游电子商务用户规模
 - (4) 旅游电子商务用户特征
 - 3.2.3 中国旅游电子商务行业市场竞争结构分析
 - (1) 现有企业竞争分析
 - (2) 上下游议价能力分析
 - (3) 行业潜在的威胁分析
 - 3.2.4 中国旅游电子商务行业发展趋势及前景预测
 - (1) 旅游电子商务行业发展趋势预测
 - (2) 旅游电子商务行业市场容量预测
- 3.3 中国旅游电子商务模式及创新分析
 - 3.3.1 旅游电子商务运营模式分析
 - (1) 旅游企业之间的电子商务 (B2B)
 - (2) 旅游企业对旅游散客的电子商务 (B2C)
 - (3) 旅游企业对企业客户的电子商务 (B2E)
 - (4) 旅游消费者对旅游企业的电子商务 (C2B)
 - 3.3.2 旅游电子商务销售模式分析
 - (1) 单一信息发布模式
 - (2) 旅游企业自主建站在线销售模式

- (3) 细分型旅游产品在线销售模式
- (4) 综合型旅游产品在线销售模式
- 3.3.3 旅游电子商务模式的创新和发展
 - (1) 现有模式框架内的创新
 - (2) 探索全新的旅游电子商务模式
- 第4章：中国旅游电子商务子行业市场发展及前景
 - 4.1 餐饮电子商务市场发展分析
 - 4.1.1 中国餐饮业发展分析
 - (1) 2010-2013年中国餐饮业发展规模
 - (2) 2010-2013年中国餐饮业发展特点
 - (3) 中国餐饮业市场竞争格局分析
 - (4) 中国百强餐饮企业经营状况分析
 - (5) 中国餐饮业发展趋势分析
 - 4.1.2 餐饮电子商务发展现状分析
 - (1) 餐饮电子商务的内涵
 - (2) 餐饮电子商务的应用情况
 - (3) 餐饮电子商务市场规模分析
 - (4) 餐饮电子商务发展模式分析
 - 4.1.3 餐饮电子商务发展前景展望
 - (1) 餐饮电子商务发展瓶颈分析
 - (2) 餐饮电子商务模式发展趋势分析
 - (3) 餐饮电子商务模式发展策略建议
 - (4) 餐饮电子商务市场需求预测
 - 4.2 酒店电子商务市场发展分析
 - 4.2.1 中国酒店业发展分析
 - (1) 星级酒店发展分析
 - (2) 经济型酒店发展分析
 - (3) 商务型酒店发展分析
 - (4) 旅游度假酒店发展分析
 - (5) 产权式酒店发展分析
 - (6) 主题式酒店发展分析
 - 4.2.2 酒店电子商务发展现状分析
 - (1) 酒店电子商务的内涵
 - (2) 酒店电子商务的应用情况
 - (3) 酒店电子商务市场规模分析

- (4) 酒店电子商务发展模式分析
- 4.2.3 酒店电子商务发展前景展望
 - (1) 酒店电子商务发展瓶颈分析
 - (2) 酒店电子商务模式发展趋势分析
 - (3) 酒店电子商务模式发展策略建议
 - (4) 酒店电子商务市场需求预测
- 4.3 旅行社电子商务市场发展分析
 - 4.3.1 中国旅行社发展分析
 - (1) 旅行社发展阶段分析
 - (2) 旅行社发展规模分析
 - (3) 旅行社经营效益分析
 - (4) 旅行社各细分业务分析
 - (5) 旅行社行业总体结构分析
 - 4.3.2 旅行社电子商务发展现状分析
 - (1) 旅行社电子商务的内涵
 - (2) 旅行社电子商务的应用情况
 - (3) 旅行社电子商务市场规模分析
 - (4) 旅行社电子商务发展模式分析
 - 4.3.3 旅行社电子商务发展前景展望
 - (1) 旅行社电子商务发展瓶颈分析
 - (2) 旅行社电子商务模式发展趋势分析
 - (3) 旅行社电子商务模式发展策略建议
 - (4) 旅行社电子商务市场需求预测
- 4.4 旅游景区电子商务市场发展分析
 - 4.4.1 中国旅游景区发展分析
 - (1) 旅游景区资源基本情况
 - (2) 旅游景区业绩增长分析
 - 1) 门票提价
 - 2) 客流量增长
 - 3) 新兴景区综合性运营
 - 4.4.2 旅游景区电子商务发展现状分析
 - (1) 旅游景区电子商务的内涵
 - (2) 旅游景区电子商务的应用情况
 - (3) 旅游景区电子商务市场规模分析
 - (4) 旅游景区电子商务典型发展模式

- 1) 第一方电子商务模式
- 2) 第三方电子商务模式
- 3) 地方性旅游服务网站模式
- 4.4.3 旅游景区电子商务发展前景展望
 - (1) 旅游景区电子商务发展瓶颈分析
 - (2) 旅游景区电子商务模式发展趋势分析
 - (3) 旅游景区电子商务模式发展策略建议
 - (4) 旅游景区电子商务市场需求预测
- 4.5 旅游交通电子商务市场发展分析
 - 4.5.1 中国旅游业交通环境分析
 - (1) 铁路投资建设情况
 - (2) 公路投资建设情况
 - (3) 机场投资建设情况
 - (4) 交通行业客货运输情况
 - 1) 铁路客货运输情况
 - 2) 公路客货运输情况
 - 3) 飞机客货运输情况
 - 4.5.2 旅游交通商务发展现状分析
 - (1) 旅游交通电子商务的内涵
 - (2) 旅游交通电子商务的应用情况
 - (3) 旅游交通电子商务市场规模分析
 - (4) 旅游交通电子商务发展模式分析
 - 4.5.3 旅游交通电子商务发展前景展望
 - (1) 旅游交通电子商务发展瓶颈分析
 - (2) 旅游交通电子商务模式发展趋势分析
 - (3) 旅游交通电子商务模式发展策略建议
 - (4) 旅游交通电子商务市场需求预测
- 4.6 旅游目的地电子商务市场发展分析
 - 4.6.1 旅游目的地电子商务发展现状分析
 - (1) 旅游目的地电子商务的内涵
 - (2) 旅游目的地电子商务的应用情况
 - (3) 旅游目的地电子商务市场规模分析
 - (4) 旅游目的地电子商务发展模式分析
 - 4.6.2 旅游目的地电子商务发展前景展望
 - (1) 旅游目的地电子商务发展瓶颈分析

- (2) 旅游目的地电子商务模式发展趋势分析
 - (3) 旅游目的地电子商务模式发展策略建议
 - (4) 旅游目的地电子商务市场需求预测
- 第5章：中国旅游电子商务行业盈利模式分析
- 5.1 旅游电子商务赢利模式分析
 - 5.1.1 旅游电子商务赢利模式概述
 - (1) 通过提供信息获取交易中间利润
 - (2) 通过提供度假旅游产品服务获得服务回报
 - (3) 通过提供广告信息服务平台获得收入
 - (4) 通过点击收费和固定付费获得收入
 - (5) 通过投资上游或者下游企业产品获得收入
 - (6) 通过其他途径获得盈利
 - 5.1.2 旅游电子商务赢利方面存在的问题
 - (1) 消费者信任度较低
 - (2) 品牌合作意识不够
 - (3) 网站运行成本较高
 - (4) 销售收入不足
 - 5.2 旅游电子商务赢利模式案例分析
 - 5.2.1 携程旅行网赢利模式分析
 - (1) 携程旅行网赢利模式分析
 - (2) 携程旅行网赢利模式的SWOT分析
 - 5.2.2 春秋航空旅游网赢利模式分析
 - (1) 春秋航空旅游网赢利模式分析
 - (2) 春秋航空旅游网赢利模式的SWOT分析
 - 5.2.3 两种赢利模式比较分析
 - 5.3 旅游电子商务赢利策略分析
 - 5.3.1 顾客发展策略
 - 5.3.2 品牌建设策略
 - 5.3.3 资本运作策略
 - 5.3.4 战略联盟策略
- 第6章：中国重点旅游电子商务企业经营个案分析
- 6.1 中国旅游电子商务企业总体状况分析
 - 6.2 中国旅游电子商务企业经营情况个案分析
 - 6.2.1 携程旅行网运营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业营收情况分析
- (4) 企业用户规模分析
- (5) 企业盈利模式分析
- (6) 企业竞争优势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

6.2.2 去哪儿网运营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业营收情况分析
- (4) 企业用户规模分析
- (5) 企业盈利模式分析
- (6) 企业竞争优势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

6.2.3 艺龙网运营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业营收情况分析
- (4) 企业用户规模分析
- (5) 企业盈利模式分析
- (6) 企业竞争优势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

6.2.4 酷讯网运营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业营收情况分析
- (4) 企业用户规模分析
- (5) 企业盈利模式分析
- (6) 企业竞争优势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

6.2.5 到到网运营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业营收情况分析
- (4) 企业用户规模分析
- (5) 企业盈利模式分析
- (6) 企业竞争优势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

第7章：中国旅游电子商务行业投融资分析

7.1 旅游电子商务SWOT分析

- 7.1.1 旅游电子商务行业优势（S）分析
- 7.1.2 旅游电子商务行业劣势（W）分析
- 7.1.3 旅游电子商务行业机会（O）分析
- 7.1.4 旅游电子商务行业威胁（T）分析

7.2 旅游电子商务行业投资特性分析

- 7.2.1 旅游电子商务行业进入壁垒分析
- 7.2.2 旅游电子商务行业盈利因素分析
- 7.2.3 旅游电子商务行业投资风险分析

7.3 旅游电子商务行业投融资分析

7.3.1 旅游电子商务行业投资分析

- (1) 旅游电子商务投资现状
- (2) 旅游电子商务并购分析
- (3) 旅游电子商务投资存在的问题
- (4) 旅游电子商务主要投资建议

7.3.2 旅游电子商务行业融资分析

- (1) 旅游电子商务融资渠道分析
- (2) 旅游电子商务融资规模分析
- (3) 旅游电子商务融资存在的问题
- (4) 旅游电子商务主要融资建议

7.4 旅游电子商务行业投融资前景分析

- 7.4.1 旅游电子商务行业投资前景预测
- 7.4.2 旅游电子商务行业融资前景预测

图表目录：

图表1：各旅游区的规划及政策

图表2：2006-2013年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表3：2008-2013年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表4：2008-2013年中国城镇固定资产投资当月投资额及同比增长速度（单位：亿元，%）

图表5：2008-2013年中国社会消费品零售总额月度同比增长速度（单位：%）

图表6：2008-2011年中国进出口月度变化情况（单位：亿美元）

图表7：2008-2013年中国制造业采购经理指数变化情况

图表8：2008-2013年中国制造业采购经理指数变化情况

图表9：2008-2013年中国非制造业商务活动指数变化情况

图表10：旅游业产业链

图表11：世界各国第三产业占经济总量比重的对比（单位：%）

图表12：世界各国出台的旅游业发展战略

图表13：全球国际旅游人数（单位：亿人次，%）

图表14：全球国际旅游收入（单位：亿美元，%）

图表15：2000-2013年中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）

图表16：2000-2013年中国国内旅游收入（单位：亿元，%）

图表17：中国国内旅游人均花费（单位：元/人）

图表18：2013年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表19：2013年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表20：2013年中国入境旅游客源结构（单位：%）

图表21：2013年中国入境游客入境方式（单位：%）

图表22：2013年外国人入境旅游目的（单位：%）

图表23：2013年入境旅游外国人年龄及性别结构（单位：万人次，%）

图表24：2013年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：万人次，%）

图表25：2013年中国入境旅游过夜游客数（单位：万人次，%）

图表26：样本性别和年龄分布（N=1587，未加权）

图表27：您最向往的旅游目的地是哪里

图表28：您去过哪些境外国家或地区旅游

图表29：在境外旅游期间，让您感到满意的国家或地区有哪些

图表30：您有境外旅游的计划吗（包括商务出差和留学）

图表31：您出境旅游的主要目的是什么

图表32：你更喜爱哪类旅游目的地

图表33：在选择境外旅游目的地时，您最关注哪些因素

图表34：您主要通过哪种途径了解旅游信息

图表35：如果去境外旅游，您会选择哪种旅游方式

图表36：计划出境旅游时，您通常会选择什么方式预订或报名

- 图表37：如果去境外旅游，您会选择哪家旅行社
- 图表38：在选择旅行社时，您最关注的因素是什么
- 图表39：您个人的境外旅游预算大约是多少
- 图表40：2001-2013年十一黄金周旅游人数（单位：万人次，%）
- 图表41：2001-2013年十一黄金周旅游人数（单位：亿元，%）
- 图表42：2004-2013年春节黄金周旅游人数（单位：万人次，%）
- 图表43：2004-2013年春节黄金周旅游收入（单位：亿元，%）
- 图表44：中国旅游电子商务市场规模（单位：亿元，%）
- 图表45：2001-2013年中国旅行社数量及就业人数（单位：家，百人）
- 图表46：1994-2013年旅行社行业营业收入及净利率（单位：亿元，%）
- 图表47：中国在线旅游细分市场
- 图表48：世界发达国家旅行社电脑预订系统拥有率比较（单位：%）
- 图表49：在线旅游网站到达率前十名（单位：千人、%、百万、千次）
- 图表50：我国旅行社信息化发展进程
- 图表51：国内三家典型旅行社电子商务平台
- 图表52：旅行社传统营销模式
- 图表53：旅行社在线旅游业务的新营销模式
- 图表54：5A风景区旅游收入排行（单位：万人次，亿元，%）
- 图表55：上市公司旅游资源价格调整情况（单位：元）
- 图表56：携程旅行网竞争优势分析
- 图表57：去哪儿网竞争优势分析
- 图表58：艺龙网竞争优势分析
- 图表59：酷讯网竞争优势分析
- 图表60：到到网竞争优势分析
- 图表61：同程网竞争优势分析
- 图表62：芒果网竞争优势分析
- 图表63：乐途旅游网竞争优势分析
- 图表64：春秋旅游网竞争优势分析
- 图表65：驴妈妈旅游网竞争优势分析
- 图表66：途牛旅游网竞争优势分析
- 图表67：逸游旅行网网竞争优势分析
- 图表68：易游天下旅游网竞争优势分析
- 图表69：智旅动力竞争优势分析
- 图表70：真旅网竞争优势分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201403/232273.html>