

2012-2016年中国旅游休闲 类网站行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国旅游休闲类网站行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1112/1571984CFC.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2011-12-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国旅游休闲类网站行业深度调研与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国旅游休闲行业概况、中国旅游休闲业运行环境等，接着分析了中国旅游休闲类网站发展的现状，然后介绍了中国网上旅行预订运行动态。随后，报告对中国旅游休闲网站做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅游休闲类网站行业前景与投资预测。您若想对旅游休闲类网站产业有个系统的了解或者想投资旅游休闲类网站行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

电子商务代表着未来贸易方式的发展方向，其应用和推广将给社会和经济带来极大的效益，电子商务已经成为全球经济的最大增长点之一，具有强大生命力的现代电子交易手段已越来越被人们所认识。现全球电子商务交易总额中，旅游电子商务已占到1/5的份额，成为全球电子商务的第一行业。

同时，网络作为新的旅游信息平台，为旅游业的发展提供了新的契机。美国在线旅游市场收入2004年达到540亿美元，占整个旅游市场20%。而中国2005年整个旅游市场规模达到5286亿元。2005年9月，中国国家旅游局公布的统计数据说明，目前国内网上年旅游交易额已达到40亿元至50亿元人民币，仅占整个旅游市场规模的1%。由此可见，中国在线旅游市场里发展潜力非常巨大。

据分析，在整个在线旅游市场中，旅游休闲类网站的收入2007年达到了18.5亿元。2011年，中国旅游休闲类网站的收入将超过130亿。

第一章 2011年中国旅游休闲行业概况分析

第一节 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 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、2011年中国旅游行业市场分析

第二章 2011年中国旅游电子商务新格局分析

第一节 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 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 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 2011年中国旅游休闲业运行环境解析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

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、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 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 2011年中国旅游休闲业市场社会环境分析

第四章 2011年中国旅游休闲类网站存在的问题及发展对策

第一节 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 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 2011年国际旅游休闲类网站运行状况分析

第一节 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 2011年中国旅游休闲类网站发展分析

第一节 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 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 2011年旅游休闲类网站商务模式与网络安全分析

第四节 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 2011年中国网上旅行预订运行动态分析

第一节 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 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 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 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、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 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、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 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 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 2012-2016年中国旅游休闲类网站行业前景预测分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国旅游休闲类网站市场盈利预测分析

第十三章 2012-2016年中国旅游休闲类网站投资前景预测分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1112/1571984CFC.html>