

2014-2018年中国旅游电子 商务市场监测及投资前景研究报告

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

《2014-2018年中国旅游电子商务市场监测及投资前景研究报告》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/chuanmei1402/C44775DE7R.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-02-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国旅游电子商务市场监测及投资前景研究报告》共七章。首先介绍了中国旅游电子商务行业的概念，接着分析了中国旅游电子商务行业发展环境，然后对中国旅游电子商务行业市场运行态势、重点企业进行了重点分析，最后分析了中国旅游电子商务行业投融资状况。您若想对中国旅游电子商务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。

2013年中国在线旅游市场交易规模2204.6亿元，同比增长29%；中国在线旅游OTA市场营收规模117.6亿元，同比增长26.2%。

在线旅游的增长主要取决于在线机票、酒店和度假业务的增长。机票方面，在线机票预订业务趋于成熟，在整体机票预订中渗透率较高，未来将保持相对较慢增长。相比之下，受到在线休闲旅游迅速崛起的影响，其重要组成部分酒店和度假业务迎来爆发增长期，其中度假业务在整体在线旅游市场中所占比重也逐年升高。另外，随着在线短租，在线租车和打车业务的兴起，在线旅游市场将迎来新增长点。

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 2012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) 2011-2013年中国餐饮业发展规模
- (2) 2011-2013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2：2011-2013年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表3：2008-2012年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表4：2008-2012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5：2008-2012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7：2008-2012年中国制造业采购经理指数变化情况

图表8：2008-2012年中国制造业采购经理指数变化情况

图表9：2008-2012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15：2000-2012年中国国内旅游人数（单位：亿人次，%）

图表16：2000-2012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18：2012年中国入境旅游接待人数（单位：万人次，%）

图表19：2012年中国入境旅游外汇收入（单位：亿美元，%）

图表20：2012年中国入境旅游客源结构（单位：%）

图表21：2012年中国入境游客入境方式（单位：%）

图表22：2012年外国人入境旅游目的（单位：%）

图表23：2012年入境旅游外国人年龄及性别结构（单位：万人次，%）

图表24：2012年中国入境旅游主要客源市场情况（单位：万人次，%）

图表25：2012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40：2001-2012年十一黄金周旅游人数（单位：万人次，%）

图表41：2001-2012年十一黄金周旅游人数（单位：亿元，%）

图表42：2004-2012年春节黄金周旅游人数（单位：万人次，%）

图表43：2004-2012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45：2001-2012年中国旅行社数量及就业人数（单位：家，百人）

图表46：1994-2012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劣势分析

图表57：去哪儿网竞争优势劣势分析

图表58：艺龙网竞争优势劣势分析

图表59：酷讯网竞争优势劣势分析

图表60：到到网竞争优势劣势分析

图表61：同程网竞争优势劣势分析

图表62：芒果网竞争优势劣势分析

图表63：乐途旅游网竞争优势劣势分析

图表64：春秋旅游网竞争优势劣势分析

图表65：驴妈妈旅游网竞争优势劣势分析

图表66：途牛旅游网竞争优势劣势分析

图表67：逸游旅行网网竞争优势劣势分析

图表68：易游天下旅游网竞争优势劣势分析

图表69：智旅动力竞争优势劣势分析

图表70：真旅网竞争优势劣势分析

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1402/C44775DE7R.html>