2018-2024年中国旅游休闲类网站行业市场运行态 势及投资战略咨询研究报告

报告大纲

华经情报网 www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国旅游休闲类网站行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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.huaon.com//detail/347220.html

报告价格: 电子版: 9000元 纸介版: 9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

报告目录:

- 第一章 2015-2017年中国旅游休闲行业概况
- 第一节 2015-2017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 2015-2017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、2015-2017年中国旅游行业市场分析
- 第二章 2015-2017年中国旅游电子商务新格局分析
- 第一节 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国旅游休闲业运行环境解析

第一节 2015-2017年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国旅游产业在国民经济中的地位分析
- 三、消费价格指数分析
- 四、城乡居民收入分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、全社会固定资产投资分析
- 七、进出口总额及增长率分析

第二节 2015-2017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 2015-2017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

第四章 2015-2017年中国旅游休闲类网站存在的问题及发展对策

第一节 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年国际旅游休闲类网站运行状况分析

第一节 2015-2017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 2015-2017年中国旅游休闲类网站发展分析

第一节 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年旅游休闲类网站商务模式与网络安全分析 第四节 2015-2017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 2015-2017年中国网上旅行预订运行动态分析

第一节 2015-2017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 2015-2017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
- 四、TOP3运营商未有改变,中小厂商争抢市场
- 五、商旅、社区、旅游策划或成09发展重点
- 第三节 2015-2017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、网上旅游渡假产品市场规模

第八章 2015-2017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 2015-2017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、2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2018-2024年中国旅游休闲类网站行业前景预测分析

第一节 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024年中国旅游休闲类网站市场盈利预测分析

第十三章 2018-2024年中国旅游休闲类网站前景预测

第一节 2018-2024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 2018-2024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:

图表:2005-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表:2017年一季度中国三产业增加值结构图

图表: 2008-2017年中国CPI、PPI月度走势图

图表:2005-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表: 2005-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表:2000-2017年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表:1978-2017年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表:1978-2017年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表:2005-2017年中国工业增加值增长趋势图

图表:2005-2017年我国社会固定投资额走势图

图表:2005-2017年我国城乡固定资产投资额对比图

图表:2005-2017年我国财政收入支出走势图

图表:我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表:2005-2017年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表:2005-2017年我国货物进出口总额走势图

图表:2005-2017年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表:2005-2017年中国就业人数走势图

图表:2005-2017年中国城镇就业人数走势图

图表:1978-2017年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表:1978-2017年我国总人口数量增长趋势图

图表:2016年人口数量及其构成

图表:1978-2017年中国城镇化率走势图

图表:2005-2017年我国研究与试验发展(R&D)经费支出走势图

图表:美国在线旅游市场规模趋势与预估

图表:美国在线商务旅行市场规模趋势与预估

图表:加拿大网民在网上关注的旅游相关信息

图表:2001-2017年中国网上旅行市场规模

图表:携程客户构成比例

图表:2004-2017年携程网净营收及增长率

图表:2015-2017年携程网主营业务收入比例

图表:2004-2017年龙网总营收及增长率

图表:2015-2017年e龙网主营业务收入比例

图表:被调查网民旅游信息来源

图表:在线旅游信息上网查询情况(单位:%)

图表:在线旅游业务网上预订情况(单位:%)

图表:未来登陆旅游网站趋势(单位:%)

图表:被调查网民登陆旅游网站比例(%)

图表:网民预订意向

图表:选择旅游网站的影响因素比例

图表:在线旅游服务商与门户网站分销合作

图表:易游网与雄狮网比较分析

图表:所选取进行比较的40家中外专业旅游网站一览表

图表:不同条件下首页文件大小对下载时间的影响及网站所占比例

图表:中外专业旅游网站产品与服务在线预订比例比较

图表:国内几大旅游预订网站及投资者背景

图表:2015-2017年国内代表性旅游预订网站赢利模式分析

图表:我国的专业旅游电子商务网站

图表:旅游业上市公司及其触网情况

图表:调查分析的网站列表

图表:旅游信息来源

图表:在线旅游信息上网查询情况

图表:在线旅游业务网上预订情况

图表:被调查网民登陆旅游网站比例

图表:网民预订意向

图表:选择旅游网站的影响因素比例

图表:北京旅游网站排名

图表:上海网民旅游方式选择

图表:上海网民自助旅游意愿

图表:上海网民自助旅游原因

详细请访问: https://www.huaon.com//detail/347220.html