

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

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、网上旅游度假产品市场规模

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、e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年我国社会固定资产投资额走势图
- 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>