

2024-2030年中国旅游休闲 类网站行业发展态势与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国旅游休闲类网站行业发展态势与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202312/432520.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国旅游休闲类网站行业发展态势与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 中国旅游休闲行业发展概况分析 7 第一节 中国旅游休闲行业总体发展分析 7 一、旅游消费 7 二、门票价格 7 三、行业景气度 15 四、总体投资策略 16 五、投资景区 16 第二节 中国旅游休闲行业市场分析 17 一、中国成为世界旅游大国 17 二、中国旅游行业市场分析 18 第二章 中国旅游电子商务新格局分析 20 第一节 中国在线旅游产业动态分析 20 一、移动技术采用将是在线旅游业下一“战地” 20 二、互联网让旅行真正“价廉物美” 20 第二节 中国旅游电子商务的发展综述 21 一、旅游电子商务发展历程 21 1、萌芽阶段 21 2、起步阶段 22 3、发展阶段 22 4、完善阶段 22 5、新探索阶段 23 第三节 中国旅游电子商务现状综述 23 一、市场需求-持续增长 23 二、市场供给-不断增加 23 三、市场环境-不断改善 24 第四节 旅游电子商务市场竞争进一步加剧 25 一、新的技术引入给整个市场格局带来变数 25 1、直接服务于游客的技术 25 2、服务于旅游企业和旅游目的地技术 25 二、新的应用将引领旅游电子商务的深度发展 25 1、移动商务引领旅游电子商务发展的新趋向 25 2、web2.0应用。 26 三、新的整合将推进旅游电子商务体系的演进 26 第五节 旅游电子商务市场格局稳中多变 27 第六节 中国旅游电子商务存在的问题 27 一、市场主体投入不足 27 二、市场客体体系不健全 28 三、市场载体功能有待发挥 28 第三章 中国旅游休闲业运行环境解析 29 第一节 国内宏观经济环境分析 29 一、GDP历史变动轨迹分析 29 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 30 三、中国宏观经济发展预测分析 34 第二节 中国旅游休闲业政策环境分析 41 一、休闲旅游产业扶持政策 41 二、政策刺激旅游业发展 42 三、《国民休闲纲要》将出台为各地旅游业提供政策指导 44 第三节 中国旅游休闲业市场社会环境分析 45 第四章 中国旅游休闲类网站存在的问题及发展对策 50 第一节 中国旅游网站目前存在的问题 50 一、中国旅游网站总体环境问题 50 二、中国旅游网站存在的主要问题 50 三、中美旅游网站比较存在的不足 52 第二节 中国旅游网站发展对策分析 53 一、观念有待转变 53 二、服务有待提高 54 三、安全性有待加强 54 第五章 国际旅游休闲类网站运行状况分析 55 第一节 国际旅游休闲业运行总况 55 一、国际旅游休闲业环境分析 55 二、个人与商务旅行市场规模 56 第二节 美国旅游休闲类网站发展分析 57 一、美国旅游网站经营模式 57 二、美国旅游网上订购情况 59 三、美国在线旅游市场规模与趋势分析 59 四、美国三大旅游网面临挑战 60 第三节 其他国家旅游休闲类网站发展分析 61 一、加拿大网民最关心网上旅游价格信息 61 二、德国女性旅游网 61 第四节 国外旅游网站的启

示 62 第六章 中国旅游休闲类网站发展分析 67 第一节 中国旅游休闲类网站总体分析 67 一、旅游网站背景及发展现状分析 67 二、旅游网站功能与特征 68 三、旅游网站类型分析 68 四、旅游网站发展方向 70 五、旅游休闲类网站的建设情况 71 第二节 中国旅游休闲类网站内容、服务及赢利分析 73 一、旅游休闲类网站的内容 73 二、旅游休闲类网站的服务对象 73 三、旅游休闲类网站收益分析 74 四、旅游网站的两种盈利模式 74 五、旅行社通过旅游网站的赢利模式 75 第三节 旅游休闲类网站商务模式与网络安全分析 76 第四节 中国旅游网站的联盟与发展分析 77 一、国际互联网发展和旅游方式的变化对旅游业的影响 77 二、旅游发展的趋势与旅游网站的联盟 80 第七章 中国网上旅行预订运行动态分析 82 第一节 中国网上旅行预订产业链结构分析 82 一、网上旅行预订产业链构成 82 二、产业链各环节地位与关系分析 82 三、产业链各环节面临的机会与挑战 82 第二节 中国网上预订旅游市场分析 87 一、中国网上旅行预订市场规模 87 二、收入水平和旅游预算的提升推动在线旅游预订市场发展 88 三、社会化媒体交互作用刺激正向消费成为行业催化剂 88 第三节 中国网上旅行预订市场业务规模分析 88 一、网上旅行订房市场规模 88 二、网上旅行订票市场规模 89 三、网上旅游度假产品市场规模 90 第八章 中国主要旅游休闲网站及其竞争力分析 91 第一节 主要旅游休闲类网站综合评价 91 一、旅游休闲类网站总体评价 91 二、具体旅游网站评价 92 第二节 携程旅行网 95 一、携程净营收额 95 二、携程收入结构分析 96 三、携程订房业务分析 100 四、携程订票业务分析 100 五、度假产品业务营收分析 100 第三节 e龙旅行网 101 一、e龙旅行网营收总额 101 二、E龙收入结构分析 101 三、E龙订房业务分析 101 四、E龙订票业务分析 101 五、其他旅行相关业务营收分析 102 第四节 其它网上旅行预订网站运行分析 102 一、芒果网 102 二、遨游网 103 三、旅之窗 104 四、旅游搜索引擎--去哪儿 104 第九章 中国旅游休闲类网站按功能分类分析 106 第一节 旅游预订类网站分析 106 一、中国旅游预订网站发展概况 106 二、我国旅游预订网站的行业归属分析 106 三、中国主流旅游预订网站的赢利模式分析 107 四、我国旅游预订网站的成长和未来发展方向 113 第二节 搜索引擎类网站分析 116 一、去哪儿旅游搜索引擎分析 116 二、万里旅行搜索网 119 三、旅游搜索引擎对网络旅游的影响 119 四、旅游搜索引擎对传统在线旅游网站的威胁 120 五、通过搜索引擎检索旅游类关键词实现的购买比例 120 第三节 电子商务网站分析 121 一、“中国旅游业电子商务网”分析 121 二、中国旅游电子商务现状及前景分析 127 三、中美旅游电子商务对比分析 129 四、以51766网站为代表的第四类网站 133 第十章 中国区域旅游休闲类网站分析 137 第一节 北京旅游休闲类网站发展分析 137 一、北京互联网网民旅游消费调查分析 137 二、北京旅游网站简介 138 第二节 上海旅游休闲类网站发展分析 139 一、上海网民旅游习惯调查分析 139 二、上海旅游网站简介 141 第三节 广东旅游休闲类网站发展分析 142 一、广东构建“泛珠三角”大旅游网络 142 二、广东旅游业进入网络时代 143 三、广东旅游网

站简介 145 第四节 湖南旅游休闲类网站发展分析 146 一、湖南旅游网 (gtohn.com) 简介 146
二、湖南旅游网站的建设 146 三、张家界旅游网站简介 147 第五节 其他城市旅游休闲类网站
发展分析 148 一、深圳旅游网 148 二、内蒙古流行网络旅游 148 三、大连旅游网站分析 148
四、太原建成山西省首个网上旅游局 149 五、天津旅游网站 150 六、黄山旅游网站 151 第
十一章 中国旅游业网络营销解析 152 第一节 旅游业网络营销分析 152 一、中国旅游业网络营
销的现状 152 二、中国旅游业网络营销的发展方向 154 三、我国第三代旅游业网络营销展望
155 四、网站在旅游业网络营销中的作用分析 156 第二节 旅游业的网络营销发展态势及对策
157 一、旅游业网络营销发展态势 157 二、我国旅游业网络营销发展策略 158 第十二章 年
中国旅游休闲类网站行业前景预测分析 160 第一节 年中国旅游休闲类网站行业发展前景分析
160 一、中国旅游休闲类网站市场的发展思考 160 二、投资者看好中国在线旅行预订市场发
展前景广阔 162 第二节 年中国旅游休闲类网站行业发展趋势分析 164 一、旅游休闲类网站用
户呈现知识化趋势 164 二、网上旅游业未来发展趋势 164 第三节 年中国旅游休闲类网站市场
盈利预测分析 166 第十三章 年中国旅游休闲类网站投资前景预测分析 167 第一节 年中国旅
游休闲类网站行业投资机会分析 167 一、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机 167 二、
网上预订旅行投资吸引力分析 167 第二节 年中国旅游休闲类网站行业投资风险预警 168 一、
宏观调控政策风险 168 二、市场竞争风险 168 三、市场运营机制风险 169 第三节 投资建议
169 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/432520.html>