

2026-2031年中国旅游休闲类网站行业深度分析与投资前景预测报告

报告简介

旅游休闲类网站行业研究报告中的旅游休闲类网站行业数据分析以权威的国家统计数据为基础，采用宏观和微观相结合的分析方式，利用科学的统计分析方法，在描述行业概貌的同时，对旅游休闲类网站行业进行细化分析，包括产品总体状况、产品生产情况、重点企业状况、主要产品总产量、进出口情况等。报告中主要运用图表及表格方式，直观地阐明了行业的经济类型构成、规模构成、经营效益比较、生产状况及对外贸易情况等，是企业了解旅游休闲类网站行业市场状况必不可少的助手。在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及旅游休闲类网站行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国旅游休闲类网站行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外旅游休闲类网站行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了旅游休闲类网站行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于旅游休闲类网站产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国旅游休闲类网站行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 2021-2026年中国旅游休闲行业概况

第一节 2021-2026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 2021-2026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、2021-2026年中国旅游行业市场分析

第二章 2021-2026年中国旅游电子商务新格局分析

第一节 2021-2026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——)

3、发展阶段(——)

4、完善阶段(——)

5、新探索阶段(——至今)

第三节 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国旅游休闲业运行环境解析

第一节 2021-2026年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI(按月度更新)

三、全国居民收入情况(季度更新)

四、恩格尔系数(年度更新)

五、工业发展形势(季度更新)

六、固定资产投资情况(季度更新)

七、财政收支状况(年度更新)

八、中国汇率调整(人民币升值)

九、存贷款基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易进出口

十三、中国旅游产业在国民经济中的地位分析

第二节 2021-2026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 2021-2026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

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2021-2026年中国旅游休闲类网站存在的问题及发展对策

第一节 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年国际旅游休闲类网站运行状况分析

第一节 2021-2026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 2021-2026年中国旅游休闲类网站发展分析

第一节 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年旅游休闲类网站商务模式与网络安全分析

第四节 2021-2026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 2021-2026年中国网上旅行预订运行动态分析

第一节 2021-2026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 2021-2026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、旅游策划或成发展重点

第三节 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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、2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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 2026-2031年中国旅游休闲类网站行业前景预测分析

第一节 2026-2031年中国旅游休闲类网站行业发展前景分析

- 一、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 2026-2031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 2026-2031年中国旅游休闲类网站市场盈利预测分析

第十三章 2026-2031年中国旅游休闲类网站前景预测

第一节 2026-2031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 2026-2031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：2021-2026年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2021-2026年中国CPI、PPI指数走势图

图表：2021-2026年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2021-2026年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2021-2026年我国工业增加值分季度增速

图表：2021-2026年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2021-2026年我国财政收入支出走势图

图表：2021-2026年美元兑人民币汇率中间价

图表：2021-2026年中国货币供应量月度走势图

图表：2021-2026年中国外汇储备走势图

图表：2021-2026年央行存款利率调整统计表

图表：2021-2026年央行贷款利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2021-2026年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2021-2026年我国货物进出口总额走势图

图表：2021-2026年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：我国总人口数量增长趋势图

图表：2021-2026年人口数量及其构成

图表：2021-2026年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2021-2026年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：中国城镇化率走势图

图表：2021-2026年我国研究与试验发展(RD)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：2021-2026年中国网上旅行市场规模

图表：携程客户构成比例

图表：携程网净营收及增长率

图表：2021-2026年携程网主营业务收入比例

图表：2021-2026年龙网总营收及增长率

图表：2021-2026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：2021-2026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

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：74584

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170506/74584.shtml>

在线订购：[点击这里](#)