

2026-2031年中国旅游电子商务行业全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

虽然就目前看来，我国旅游电子商务有很大的发展优势，未来发展潜力巨大，但在发展的过程中仍然存在很多的问题，比如，旅游市场集中度过高，旅游产品同质化情况严重，相关产业结构不够完善，行业竞争激烈等。其中，国内旅游电商的“价格战”厮杀惨烈，许多的在线旅游企业纷纷出现资金亏损的情况，疯狂的补贴使企业运营成本越来越多，最终扭转局面不成而陆续倒闭。因此，如何在促进发展的同时增加自身经济效益成为我国旅游电子商务企业首要思考的问题。

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、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国电子商务协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国旅游电子商务及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国旅游电子商务行业发展状况和特点，以及中国旅游电子商务行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球旅游电子商务行业发展态势作了详细分析，并对旅游电子商务行业进行了趋向研判，是旅游电子商务开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前旅游电子商务业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 中国旅游电子商务行业发展综述

第一节 旅游电子商务行业定义及内涵

一、旅游电子商务的概念

二、旅游电子商务的特征

三、旅游电子商务的平台类型

四、旅游电子商务的作用

五、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

六、旅游电子商务发展的意义

第二节 旅游电子商务行业发展环境分析

一、旅游电子商务行业政策法律解读

二、旅游电子商务行业宏观经济分析

三、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

四、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

第二章 中国旅游业发展状况分析

第一节 中国旅游业发展概述

一、旅游业六要素分析

二、旅游业产业链分析

三、旅游业发展阶段分析

四、中国发展旅游业的重要意义

第二节 全球旅游市场发展分析

一、全球国际旅游人数分析

二、全球国际旅游收入分析

第三节 中国国内旅游市场发展分析

一、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

二、国内旅游的发展特征

三、2026-2031年中国国内旅游市场发展预测

第四节 中国入境旅游市场发展分析

一、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

二、入境旅游主要特点

三、2026-2031年入境旅游市场发展预测

第五节 中国出境旅游市场发展分析

一、中国出境旅游概况

二、出境游目的地概况

1、已开放的出境旅游目的地

2、出境旅游中的热门目的地

三、网民出境旅游意向调查

四、2026-2031年出境旅游市场发展预测

第六节 中国黄金周旅游市场发展分析

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

二、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

第三章 中国旅游电子商务行业总体发展状况

第一节 国际旅游电子商务行业发展经验借鉴

一、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

二、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

三、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

第二节 中国旅游电子商务总体发展状况

一、中国旅游电子商务发展阶段

1、萌芽阶段

2、起步阶段

3、发展阶段

4、完善阶段

5、新探索阶段

二、中国旅游电子商务发展现状

三、中国旅游电子商务发展特点

四、中国旅游电子商务市场规模

五、中国旅游电子商务用户规模

六、中国旅游电子商务用户特征

第三节 中国旅游电子商务模式及创新分析

一、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)

二、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

三、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

第四节 基于o2o模式的乡村旅游电子商务发展探析

一、O2O模式的相关概述

二、乡村旅游电子商务发展的现状

1、建设平台有待完善

2、旅游企业之间不注重信息的交流

3、忽视人才的作用

三、基于O2O模式对乡村旅游电子商务的探讨

1、增加对乡村旅游的基础设施

2、不断完善电子商务平台的建设

第四章 中国旅游电子商务子行业市场发展及前景

第一节 餐饮电子商务市场发展分析

一、中国餐饮业发展分析

1、2021-2026年中国餐饮业发展规模

2、2021-2026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

二、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

三、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

第二节 酒店电子商务市场发展分析

一、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

二、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

三、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

第三节 旅行社电子商务市场发展分析

一、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

二、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

三、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

第四节 旅游景区电子商务市场发展分析

一、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

二、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

三、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

第五节 旅游交通电子商务市场发展分析

一、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

二、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

三、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

第六节 旅游目的地电子商务市场发展分析

一、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

二、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

第五章 中国旅游电子商务行业盈利模式分析

第一节 旅游电子商务赢利模式分析

一、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

二、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

第二节 旅游电子商务赢利模式案例分析

一、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

二、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

三、两种赢利模式比较分析

第三节 旅游电子商务赢利策略分析

一、顾客发展策略

二、品牌建设策略

三、资本运作策略

四、战略联盟策略

第六章 旅游电子商务产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国旅游电子商务产业集群发展特色分析

一、长江三角洲旅游电子商务产业发展特色分析

二、珠江三角洲旅游电子商务产业发展特色分析

三、环渤海地区旅游电子商务产业发展特色分析

四、闽南地区旅游电子商务产业发展特色分析

第二节 旅游电子商务重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

1、区域结构总体特征

2、行业区域集中度分析

3、行业区域分布特点分析

4、行业规模指标区域分布分析

5、行业效益指标区域分布分析

6、行业企业数的区域分布分析

二、旅游电子商务重点区域市场分析

- 1、江苏
- 2、浙江
- 3、上海
- 4、福建
- 5、广东

第七章 2026-2031年旅游电子商务行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、旅游电子商务行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、旅游电子商务行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析

三、旅游电子商务行业swot分析

- 1、旅游电子商务行业优势分析
- 2、旅游电子商务行业劣势分析
- 3、旅游电子商务行业机会分析

4、旅游电子商务行业威胁分析

第二节 中国旅游电子商务行业竞争格局综述

一、旅游电子商务行业竞争格局

二、旅游电子商务行业竞争特点

三、中国旅游电子商务行业竞争力剖析

四、中国旅游电子商务企业市场竞争的优势

五、中外旅游电子商务企业比较分析

第三节 旅游电子商务行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第四节 旅游电子商务市场竞争趋势与策略分析

第八章 2026-2031年旅游电子商务行业领先企业经营形势分析

第一节 腾邦国际商业服务集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第二节 上海携程国际旅行社有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第三节 厦门欣欣信息有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第四节 中青旅控股股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第五节 易游天下国际旅行社(北京)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第六节 湖北易游天下国际旅行社有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第七节 南京途牛科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第八节 上海景域文化传播股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第九节 上海春秋国际旅行社(集团)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第十节 北京乐途游网络科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业营收情况分析

四、企业盈利模式分析

五、企业最新发展动向分析

第九章 2026-2031年旅游电子商务行业投资机会与风险防范

第一节 旅游电子商务行业投资特性分析

一、旅游电子商务行业进入壁垒分析

二、旅游电子商务行业盈利因素分析

三、旅游电子商务行业投资风险分析

第二节 旅游电子商务行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、旅游电子商务行业投资现状分析

第三节 2026-2031年旅游电子商务行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、旅游电子商务行业投资机遇

第四节 2026-2031年旅游电子商务行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第五节 中国旅游电子商务行业投资建议

- 一、旅游电子商务行业未来发展方向
- 二、旅游电子商务行业主要投资建议
- 三、中国旅游电子商务企业融资分析

第十章 2026-2031年旅游电子商务行业面临的困境及对策

第一节 旅游电子商务行业面临的困境

- 一、行业面临的困境
- 二、企业面临的困境及对策

第二节 中国旅游电子商务行业存在的问题及对策

- 一、中国旅游电子商务行业存在的问题
- 二、中国旅游电子商务市场面临的挑战
- 三、旅游电子商务行业发展的建议对策

第三节 旅游电子商务行业发展前景与趋势分析

- 一、旅游电子商务发展的推动力和阻碍力

二、旅游电子商务行业发展前景

三、旅游电子商务行业发展趋势

第十一章 旅游电子商务行业发展战略研究

第一节 旅游电子商务行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国旅游电子商务品牌的战略思考

一、旅游电子商务品牌的重要性

二、旅游电子商务实施品牌战略的意义

三、旅游电子商务企业品牌的现状分析

四、中国旅游电子商务企业的品牌战略

五、旅游电子商务品牌战略管理的策略

第三节 旅游电子商务经营策略分析

一、旅游电子商务市场细分策略

二、旅游电子商务市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、旅游电子商务新产品差异化战略

图表目录

图表：旅游电子商务行业生命周期

图表：旅游电子商务行业产业链结构

图表：2021-2026年全球旅游电子商务行业市场规模

图表：2021-2026年中国旅游电子商务行业市场规模

图表：2021-2026年旅游电子商务行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国旅游电子商务市场占全球份额比较

图表：2021-2026年旅游电子商务行业销售收入

图表：2021-2026年旅游电子商务行业利润总额

图表：2021-2026年旅游电子商务行业资产总计

图表：2021-2026年旅游电子商务行业负债总计

图表：2021-2026年旅游电子商务行业竞争力分析

图表：2021-2026年旅游电子商务市场价格走势

图表：2021-2026年旅游电子商务行业主营业务收入

图表：2021-2026年旅游电子商务行业主营业务成本

图表：2021-2026年旅游电子商务行业销售费用分析

图表：2021-2026年旅游电子商务行业管理费用分析

图表：2021-2026年旅游电子商务行业财务费用分析

图表：2021-2026年旅游电子商务行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年旅游电子商务行业销售利润率分析

图表：2021-2026年旅游电子商务行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年旅游电子商务行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年旅游电子商务行业需求分析

图表：2021-2026年旅游电子商务行业集中度

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：105486

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190113/105486.shtml>

在线订购：[点击这里](#)