

中国在线旅行预订市场消费调研与投资深度评估报告（2011-2015年）

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

《中国在线旅行预订市场消费调研与投资深度评估报告（2011-2015年）》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/201102/61428.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

第一章 网上旅行预订相关概述

第一节 网上旅行预订定义

第二节 网上旅行预订分类

一、按服务类型分（订房、订票、旅游度假产品）

二、按运营商性质分（在线旅游服务商、传统旅游服务商线上分支、在线旅店预定服务商、传统航空公司自营、在线旅游搜索引擎）

三、按市场类型分（休闲旅游、商务旅游）

第二章 2010年中国网上旅行预订营销模式及产业链分析

第一节 2010年中国网上旅行预订业务运行总况

一、垂直旅游搜索发展催生旅行预定行业大变革

二、互联网广告及电子商务将促进在线旅行预订市场发展

三、旅游搜索网站冲击传统旅行预定运营商用户黏性

四、旅行预定行业群雄渐起

第二节 2010年中国网上旅行预订业务模式分析

一、订房业务

二、订票业务

三、旅游产品业务

第三节 2010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

第四节 未来中国旅行预订市场发展趋势探析

第三章 2010年国外在线旅游市场运行状况透析

第一节 2010年全球在线旅游产业运行浅综述

一、全球在线旅游产业运行特点分析

二、全球在线旅游产业市场动态

三、全球在线旅游产业经验借鉴

第二节 美国在线旅游市场情况

- 一、美国旅游网站经营模式
- 二、美国在线旅游的份额
- 三、美国在线旅游不仅仅以数值领先
- 四、金融海啸对在线旅游公司的影响

第三节 欧洲在线旅游市场情况

- 一、欧洲在线旅游变化
- 二、欧洲在线旅游市场日趋成熟
- 三、欧洲在线旅游预订量分析
- 四、欧洲酒店连锁与在线旅游合作

第四节 欧美日在线旅游市场发展差异

第四章 2010年中国旅游电子商务新格局分析

第一节 2010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 2010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 2010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

第五章 2010年中国网上预订旅游市场运行探析

第一节 2010年中国网上预订旅游市场综述

- 一、中国网上旅行预订市场规模
- 二、订票营收规模稳增，逼近订房营收
- 三、TOP3运营商未有改变，中小厂商争抢市场
- 三、商旅、社区、旅游策划或成2010发展重点

第二节 2010年中国网上旅游市场的新演进

- 一、网上旅行预订市场盈利情况
- 二、酒店、机票营收已基本持平
- 三、产业链呈现五大演进趋势

第三节 2010年中国网上旅行预订市场运行分析

- 一、对市场产生的影响因素分析
 - 1、积极影响因素
 - 2、消极影响因素
- 二、电信运营商旗下商旅业务发展迅速
- 三、参与旅游消费券发放，网络优势尽显

第六章 2010年中国网上旅行预订市场结构及规模分析

第一节 2010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

第二节 2010年中国网上旅行预订用户规模分析

- 一、网上旅行预订用户规模

- 二、网上旅行订房用户规模
- 三、网上旅行订票用户规模
- 四、网上旅游度假用户规模

第七章 2010年中国网上预订旅行用户消费调研

第一节 用户特征情况

- 一、年龄分布
- 二、网上旅行预订用户学历分布
- 三、网上旅行预订用户所在地域分布
- 四、网上旅行预订用户个人月收入分布

第二节 传统订房/订票用户行为分析

- 一、网民平均每年外出旅游情况
- 二、网民每年消费/购买的综合类票
- 三、网民平均每年消费综合类票务次数
- 四、网民对网上订房/订票的态度

第三节 网上订票用户行为分析

- 一、网上订票用户最常预订的综合类票
- 二、网上订票用户最常预订的交通类票
- 三、网上订票用户订票频率
- 四、网上订票用户平均每次消费金额
- 五、订票用户在订票网站团购比例
- 六、团购用户的团购频率
- 七、网上订票用户平均每次团购消费金额

第四节 网上订房用户行为分析

- 一、网上订房用户最常预订的房务级别
- 二、网上订房用户最常预订的房务类型
- 三、网上订房用户最常预订的房务价位
- 四、网上订房用户订房频率
- 五、网上订房用户平均每次消费金额

第五节 网上订房/订票行为分析

- 一、网上订房/订票用户访问过和预订过订房/订票网站分别情况
- 二、网上订房/订票用户预订过的订房/订票网站

- 三、订房/订票用户预订次数最多的订房/订票网站
- 四、网上订房/订票用户对订房/订票网站满意度
- 五、网上订房/订票用户了解网上订房/订票信息渠道

第六节 中国网民未来网上订房/订票行为预期

- 一、网民未来是否会在网上订票
- 二、网民未来最希望/可能预订的综合类票
- 三、网民未来在网上预订综合类票消费金额
- 四、网民未来最希望/可能预订的交通类票
- 五、网民未来在网上预订交通类票消费金额
- 六、网民未来是否会在网上订房
- 七、网民未来最希望/可能预订的房务级别
- 八、网民未来最希望/可能预订的房务类型
- 九、网民未来在网上订房消费金额
- 十、网上订房/订票用户未来预订方式预测

第八章 2010年国内网上旅行预订主要竞争者分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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 2011-2015年中国网上旅行预订行业发展趋势与前景展望

第一节 2011-2015年中国网上旅行预订行业发展前景分析

- 一、金融危机下中国网上旅行预订市场的发展思考
- 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 2011-2015年中国网上旅行预订行业发展趋势分析

- 一、网上旅行预订用户呈现知识化趋势
- 二、网上旅游业未来发展趋势
- 三、全网络旅行模式或将成未来旅游发展方向

第三节 2011-2015年中国网上旅行预订市场盈利预测分析

第十章 2011-2015年中国网上旅行预订行业投资价值研究

第一节 2011-2015年中国网上旅行预订行业投资机会分析

- 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 2011-2015年中国网上旅行预订行业投资风险预警

- 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 专家投资指导

图表目录

图表：我国网上旅行预订服务营收规模及增长率

图表：旅游电子商务未来发展趋势

图表：两大预订网站酒店预订佣金（元）

图表：近年来两大预订网站酒店预订佣金趋势图

图表：全球在线旅游企业类别

图表：2003-2010年美国在线旅游市场规模

图表：2001-2010年中国旅游产业市场规模及预测

图表：2006年中国网上旅行预订市场主要运营商份额

图表：2003-2010年中国网上旅行预订市场及细分规模预测

图表：2003-2010年中国旅行预订市场不同业务比重

图表：2003-2010年我国网上订房市场规模及预测

图表：2003-2010年中国网上订票市场规模及预测

图表：2003-2010年中国网上旅行预订用户规模及预测

图表：2010年第二季度旅行预订产品结构图

图表：我国网上旅行订房用户规模及预期

图表：我国网上旅行订票用户规模及预期

图表：2010年携程收入结构图(万元)

图表：2005-2010年E龙总体收入趋势图

图表：2005-2010年E龙主要旅游业务收入增长趋势图（单位：千美元）

图表：2004-2010年各季度携程、E龙订房天数

图表：2005-2010年两家主要企业预订客房数量

图表：2004-2010年各季度携程、E龙机票预订数量

图表：2005-2010年两家主要企业票预订量

图表：2004-2010年各季度携程、E龙订房业务收入情况

图表：2004-2010年两家主要企业订房收入对比图

图表：2005-2010年各季度携程、E龙订票业务收入情况

图表：2005-2010年两家主要企业订票收入对比图

图表：网上旅行预订用户年龄分布

图表：网上旅行预订用户学历分布

图表：网上旅行预订用户所在区域分布

图表：网上旅行预订用户个人月收入分布

图表：网民平均每年外出旅游情况调查

图表：网上订票用户每年消费/购买的综合类票

图表：网民平均每年消费综合类票务次数

图表：网民对网上订房/订票态度

图表：网上订票用户最常订的综合类票

图表：网上用户最常预订的交通类票

图表：网上订票用户订票频率

图表：网上订票用户平均每次消费金额

图表：订票用户在订票网站团购比例

图表：有过团购经历的用户团购频率

图表：网上订票用户平均每次团购消费金额

图表：网上订房用户最常预订的房务级别

图表：网上订房用户最常预订的房务类型

图表：网上订房用户最常预订的房务价位

图表：网上订房用户订房频率

图表：网上订房用户平均每次消费金额

图表：网上订票/订票用户访问过和预订过订房/订票网站分别情况

图表：网上订房/订票用户预订过的订房/订票网站

图表：订房/订票用户预订次数最多的订房/订票网站

图表：网上订房/订票用户对订房/订票网站满意度

图表：网民了解网上旅游预订信息的渠道

图表：网民未来是否会在网上订票

图表：网民未来最希望/可能预订的综合类票

图表：网民未来在网上预订综合类票消费金额

图表：网民未来最希望/可能预订的交通类票

图表：网民未来在网上预订交通类票消费金额

图表：网民未来是否会在网上订房

图表：网民未来最希望/可能预订的房务级别

图表：网民未来最希望/可能预订的房务类型

图表：网民未来在网上订房消费金额

图表：网民订票的主要方式

图表：网上订房/订票用户未来预订方式预测

图表：网民不使用网上订票原因分析

图表：网民不使用网上订房存在问题

图表：网上订房/订票用户希望订房/订票网站需改进的地方

图表：中国大陆网民规模与互联网普及率

图表：2001-2015年中国旅游产业规模

图表：2010年游客不使用网上预订的原因

图表：2010年第二季度旅游电子商务主要运营商市场份额

图表：2003-2010年中国网上预订旅行市场规模

图表：2003-2010年中国网上预订旅行市场结构变化

图表：2003-2010年中国网上旅行预订用户规模

图表：中国网上旅行预订用户规模占互联网用户规模的比重

图表：2010年网上旅行预订运营商营收份额

图表：2008年-2010年中国网上旅行预订市场规模

图表：2008年-2010年中国网上旅行预订运营商营收结构变化

图表：中国网上旅行预订市场产业链

图表：2010年用户搜索旅游信息的时间周期

图表：2010年网上旅行预订运营商营收份额

图表：2011-2015年中国网上旅行预订市场前景预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201102/61428.html>