

2025版中国旅游电子商务市场调研 与前景预测分析报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2025版中国旅游电子商务市场调研与前景预测分析报告

报告编号： 1AA5393 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元

优惠价格： 电子版：7360 元 纸质+电子版：7660 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/3/39/LvYouDianZiShangWuHangYeYanJiuFenXi.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

旅游电子商务是旅游业与互联网结合的产物，近年来经历了爆炸式增长，改变了人们的旅游预订和体验方式。在线旅游平台和应用程序的普及，使得消费者能够轻松比较价格、查看评价和预订行程，享受个性化和便捷的服务。同时，大数据和人工智能技术的应用，提高了旅游推荐的精准度，增强了用户体验。此外，移动支付和区块链技术的融合，为跨境旅游支付提供了安全和便利的解决方案。

未来，旅游电子商务将更加注重个性化和沉浸式体验。一方面，通过虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术，提供虚拟旅游体验和目的地预览，帮助消费者做出更明智的决策。另一方面，利用社交媒体和用户生成内容（UGC），构建社群和分享平台，促进旅游文化交流和社交互动。此外，可持续旅游和负责任旅行的理念将融入旅游电子商务，鼓励和支持环保和当地社区发展的旅游项目。

第一章 旅游电子商务相关概述

第一节 旅游电子商务基础概述

- 一、旅游电子商务意义涵盖
- 二、旅游电子商务交易模式和应用主体

第二节 旅游电子商务功能阐述

- 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
 - 1、在线旅游服务商
 - 2、传统旅游服务商线上分支
 - 3、在线旅店预定服务商
 - 4、传统航空公司自营
 - 5、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 2025年国外旅游电子商务市场运行状况透析

第一节 2025年全球旅游电子商务产业运行浅综述

- 一、全球旅游电子商务产业运行特点分析
- 二、全球旅游电子商务产业市场动态
- 三、全球旅游电子商务产业经验借鉴

第二节 美国旅游电子商务市场情况

- 一、美国旅游网站经营模式
- 二、美国旅游电子商务的份额
- 三、美国旅游电子商务不仅仅以数值领先
- 四、金融海啸对旅游电子商务公司的影响

第三节 欧洲旅游电子商务市场情况

- 一、欧洲旅游电子商务变化
- 二、欧洲旅游电子商务市场日趋成熟
- 三、欧洲旅游电子商务预订量分析
- 四、欧洲酒店连锁与旅游电子商务合作

第四节 欧美日旅游电子商务市场发展差异

第三章 2025年中国旅游电子商务新格局分析

第一节 2025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——2012）
 - 5、新探索阶段（2013——至今）

第三节 2025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 2025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

第四章 2025年中国旅游商务网站运行分析

第一节 2025年中国旅游商务网站总体分析

- 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、旅游商务网站的建设情况

第二节 2025年中国旅游商务网站内容、服务及赢利分析

- 一、旅游商务网站的内容
- 二、旅游商务网站的服务对象
- 三、旅游商务网站收益分析
- 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 2025年旅游商务网站商务模式与网络安全分析

第四节 2025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

第五章 2025年中国网上旅行预订运行动态分析

第一节 2025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 2025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09发展重点

第三节 2025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

第六章 2025年旅游业发展旅游电子商务的可行性和现实条件

第一节 2025年中国旅游业发展旅游电子商务的可行性

- 一、旅游业与电子商务都是服务性行业
- 二、旅游业和网络都具有虚拟经营的特点
- 三、旅游业和网络都具有外向型特征
- 四、旅游业不需要物流配送体系
- 五、网络使旅游的个性化问题得以解决

第二节 2025年中国旅游业发展旅游电子商务的现实条件

- 一、旅游业与电子商务有共同发展趋势
- 二、旅游业应用电子商务有其内在动力
- 三、旅游业应用电子商务已经具备了技术条件
- 四、旅游业应用电子商务符合政府的政策导向

第七章 2025年中国旅游电子商务发展概况与存在的问题

第一节 2025年中国旅游电子商务发展概况

- 一、中国旅游电子商务背景考察
- 二、中国旅游企业网站建设调查
- 三、中国主要旅游网站调查
- 四、中国旅游电子商务平台分析
- 五、中国旅游电子政务建设情况

第二节 2025年中国旅游电子商务发展存在的问题

- 一、消费群体问题
- 二、网络基础设施问题
- 三、观念和意识问题
- 四、网站功能问题
- 五、环境问题
- 六、专业人才问题

第八章 2025-2031年中国旅游电子商务发展的前景分析

第一节 2025年中国旅游电子商务发展的条件分析

- 一、发展旅游业的经济基础已经具备
- 二、发展旅游业的旅游资源得天独厚
- 三、发展旅游业的产业基础雄厚

第二节 2025年中国旅游电子商务市场需求状况

- 一、各级地方政府、旅游行政管理部门和旅游景区
- 二、大量的中小旅游企业
- 三、大型饭店与航空公司
- 四、散客

第三节 2025-2031年中国旅游电子商务新趋势探析

- 一、旅游网络基础设施集成化
- 二、旅游网络技术现代化
- 三、旅游服务功能个性化
- 四、旅游企业经营集团化、国际化
- 五、旅游电子支付规范化
- 六、旅游网络管理法律化

第九章 2025年中国旅游电子商务发展的策略与实施措施

第一节 2025年中国发展旅游电子商务的基本思路

- 一、政府要创造良好的旅游电子商务宏观环境
- 二、专业旅游网站发展要有准确的市场定位
- 三、合理确定旅游企业介入电子商务的经营模式
- 四、适时转变旅游电子商务的服务理念
- 五、积极推动广大中小旅游企业参与旅游电子商务
- 六、加强银企合作，解决网上支付问题
- 七、确实保证网络安全运行
- 八、大力培养旅游信息管理和旅游电子商务人才

第二节 2025年中国旅游电子商务发展策略

- 一、层次性策略
- 二、特色营销服务策略
- 三、品牌化营销策略
- 四、恰当的经营模式策略

第三节 2025年中国旅游电子商务实施措施

- 一、政府主导，建立全省旅游产业信息数据库
- 二、行业内部网建设及建设要求
- 三、公众网络建设及建设内容
- 四、各方协调，加强合作

第十章 2025年中国旅游业投资环境解析

第一节 2025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
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况

第二节 2025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 2025年中国旅游休闲业市场社会环境分析

第十一章 2025-2031年中国旅游电子商务行业投资战略研究

第一节 2025-2031年中国旅游电子商务行业投资概况

- 一、旅游电子商务行业投资特性
- 二、旅游电子商务具有良好的投资价值

第二节 2025-2031年中国旅游电子商务行业投资机会分析

- 一、网络预订成趋势旅行社网络新产品抢商机
- 二、旅游电子商务投资热点分析

第三节 2025-2031年中国旅游电子商务行业投资风险预警

- 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

第四节 [中.智.林.]济研：hb建议

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 2019-2024年美国在线旅游市场规模
- 图表 2019-2024年中国旅游产业市场规模及预测
- 图表 2025年中国网上旅行预订市场主要运营份额
- 图表 2019-2024年中国网上旅行预订市场及细分规模预测

图表 2019-2024年中国旅行预订市场不同业务比重

图表 2019-2024年我国网上订房市场规模及预测

图表 2019-2024年中国网上订票市场规模及预测

图表 2019-2024年中国网上旅行预订用户规模及预测

图表 2025年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 2025年携程收入结构图（万元）

图表 2019-2024年e龙总体收入趋势图

图表 2019-2024年e龙主要旅游业务收入增长趋势图（单位：千美元）

图表 2019-2024年各季度携程、e龙订房天数

图表 2019-2024年两家主要企业预订客房数量

图表 2019-2024年各季度携程、e龙机票预订数量

图表 2019-2024年两家主要企业票预订量

图表 2019-2024年各季度携程、e龙订房业务收入情况

图表 2019-2024年两家主要企业订房收入对比图

图表 2019-2024年各季度携程、e龙订票业务收入情况

图表 2019-2024年两家主要企业订票收入对比图

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 2019-2024年中国网上旅行市场规模

图表 携程客户构成比例

图表 2019-2024年携程网净营收及增长率

图表 2025年携程网主营业务收入比例

图表 2019-2024年e龙网总营收及增长率

图表 2025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 2025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

图表 2019-2024年中国gdp总量及增长趋势图

图表 2019-2024年中国月度cpi、ppi指数走势图

图表 2019-2024年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2019-2024年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2019-2024年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 2019-2024年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2019-2024年我国工业增加值分季度增速

图表 2019-2024年我国全社会固定资产投资额走势图

略……

订阅“2025版中国旅游电子商务市场调研与前景预测分析报告”，编号：1AA5393，
请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099
Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/3/39/LvYouDianZiShangWuHangYeYanJiuFenXi.html>

热点：旅游电子商务三创赛优秀作品、旅游电子商务三创赛优秀作品、电子商务毕业论文、旅游电子商

务项目计划书、电子导游、旅游电子商务发展现状及趋势、旅游电子商务的现状、旅游电子商务简介、
c2c电子商务模式

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！