|  |
| --- |
| [中国旅游休闲类网站行业调查分析及市场前景预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/5/02/LvYouXiuXianLeiWangZhanDeFaZhanQ.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国旅游休闲类网站行业调查分析及市场前景预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/5/02/LvYouXiuXianLeiWangZhanDeFaZhanQ.html) |
| 报告编号： | 2093025　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/5/02/LvYouXiuXianLeiWangZhanDeFaZhanQ.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　旅游休闲类网站是在线旅游服务平台的重要组成部分，在近年来经历了快速的发展。随着互联网技术的进步和消费者在线旅游需求的增加，旅游休闲类网站已经成为人们计划旅行、预订酒店和机票、寻找旅游攻略的主要渠道之一。目前，市场上已经涌现出多家知名的旅游休闲类网站，它们通过提供丰富的信息资源、便捷的预订服务以及个性化的旅行建议，赢得了大量用户的青睐。此外，随着移动互联网的普及，旅游休闲类网站也纷纷开发了相应的移动应用程序，以便用户随时随地获取旅游信息和服务。  
　　未来，旅游休闲类网站将继续深化技术创新和服务优化。一方面，随着人工智能和大数据技术的应用，旅游休闲类网站将更加注重提供个性化的旅游建议和服务，例如基于用户历史行为和偏好推荐旅行目的地和行程安排。另一方面，随着社交媒体和内容营销的发展，旅游休闲类网站将更加重视用户参与和互动，鼓励用户分享旅行经历和照片，形成社区氛围。此外，随着虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术的进步，未来的旅游休闲类网站还将提供更加沉浸式的旅游体验，使用户能够在出发前就预览目的地的情况。  
　　《[中国旅游休闲类网站行业调查分析及市场前景预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/5/02/LvYouXiuXianLeiWangZhanDeFaZhanQ.html)》依托权威机构及相关协会的数据资料，全面解析了旅游休闲类网站行业现状、市场需求及市场规模，系统梳理了旅游休闲类网站产业链结构、价格趋势及各细分市场动态。报告对旅游休闲类网站市场前景与发展趋势进行了科学预测，重点分析了品牌竞争格局、市场集中度及主要企业的经营表现。同时，通过SWOT分析揭示了旅游休闲类网站行业面临的机遇与风险，为旅游休闲类网站行业企业及投资者提供了规范、客观的战略建议，是制定科学竞争策略与投资决策的重要参考依据。  
  
第一章 2020-2025年中国旅游休闲行业概况  
　　第一节 2020-2025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、总体投资前景研究  
　　　　五、投资景区  
　　第二节 2020-2025年中国旅游休闲行业市场调研  
　　　　一、中国成为世界旅游大国  
　　　　二、2020-2025年中国旅游行业市场调研  
  
第二章 2020-2025年中国旅游电子商务新格局分析  
　　第一节 2020-2025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——2008）  
　　　　　　5、新探索阶段（2009——至今）  
　　第三节 2020-2025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的技术  
　　　　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 2020-2025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  
  
第三章 2020-2025年中国旅游休闲业运行环境解析  
　　第一节 2020-2025年中国宏观经济环境分析  
　　　　一、中国GDP分析  
　　　　二、中国旅游产业在国民经济中的地位分析  
　　　　三、消费价格指数分析  
　　　　四、城乡居民收入分析  
　　　　五、社会消费品零售总额  
　　　　六、全社会固定资产投资分析  
　　　　七、进出口总额及增长率分析  
　　第二节 2020-2025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 2020-2025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  
  
第四章 2020-2025年中国旅游休闲类网站存在的问题及发展对策  
　　第一节 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025年国际旅游休闲类网站运行状况分析  
　　第一节 2020-2025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 2020-2025年中国旅游休闲类网站发展分析  
　　第一节 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025年旅游休闲类网站商务模式与网络安全分析  
　　第四节 2020-2025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  
  
第七章 2020-2025年中国网上旅行预订运行动态分析  
　　第一节 2020-2025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 2020-2025年中国网上预订旅游市场调研  
　　　　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  
　　　　四、TOP3运营商未有改变，中小厂商争抢市场  
　　　　五、商旅、社区、旅游策划或成09发展重点  
　　第三节 2020-2025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、网上旅游渡假产品市场规模  
  
第八章 2020-2025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、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 2020-2025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、2020-2025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 2020-2025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 2020-2025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投资策略  
  
第十二章 2025-2031年中国旅游休闲类网站市场趋势调查分析  
　　第一节 2025-2031年中国旅游休闲类网站行业趋势预测分析  
　　　　一、金融危机下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 趋势预测广阔  
　　第二节 2025-2031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、网上旅游业投资预测  
　　第三节 2025-2031年中国旅游休闲类网站市场盈利预测分析  
  
第十三章 2025-2031年中国旅游休闲类网站趋势分析  
　　第一节 2025-2031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 2025-2031年中国旅游休闲类网站行业投资前景预警  
　　　　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 中智^林^－专家投资建议  
  
图表目录  
　　图表 2020-2025年中国GDP总量及增长趋势图  
　　图表 2025年中国三产业增加值结构图  
　　图表 2020-2025年中国CPI、PPI月度走势图  
　　图表 2020-2025年我国城镇居民可支配收入增长趋势图  
　　图表 2020-2025年我国农村居民人均纯收入增长趋势图  
　　图表 2020-2025年中国城乡居民人均收入增长对比图  
　　图表 2020-2025年中国城乡居民恩格尔系数对比表  
　　图表 2020-2025年中国城乡居民恩格尔系数走势图  
　　图表 2020-2025年中国工业增加值增长趋势图  
　　图表 2020-2025年我国社会固定投资额走势图  
　　图表 2020-2025年我国城乡固定资产投资额对比图  
　　图表 2020-2025年我国财政收入支出走势图  
　　图表 2020-2025年人民币兑美元汇率中间价  
　　图表 2025年人民币汇率中间价对照表  
　　图表 2020-2025年中国货币供应量统计表 单位：亿元  
　　图表 2020-2025年中国货币供应量的增速走势图  
　　图表 2020-2025年中国外汇储备走势图  
　　图表 2020-2025年中国外汇储备及增速变化图  
　　图表 2020-2025年央行历次调整利率时间及幅度表  
　　图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表  
　　图表 2020-2025年中国社会消费品零售总额增长趋势图  
　　图表 2020-2025年我国货物进出口总额走势图  
　　图表 2020-2025年中国货物进口总额和出口总额走势图  
　　图表 2020-2025年中国就业人数走势图  
　　图表 2020-2025年中国城镇就业人数走势图  
　　图表 2020-2025年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图  
　　图表 2020-2025年我国总人口数量增长趋势图  
　　图表 2025年人口数量及其构成  
　　图表 2020-2025年中国城镇化率走势图  
　　图表 2020-2025年我国研究与试验发展（R&D）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 2020-2025年中国网上旅行市场规模  
　　图表 携程客户构成比例  
　　图表 2020-2025年携程网净营收及增长率  
　　图表 2020-2025年携程网主营业务收入比例  
　　图表 2020-2025年龙网总营收及增长率  
　　图表 2020-2025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 2020-2025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  
略……

了解《[中国旅游休闲类网站行业调查分析及市场前景预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/5/02/LvYouXiuXianLeiWangZhanDeFaZhanQ.html)》，报告编号：2093025，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/5/02/LvYouXiuXianLeiWangZhanDeFaZhanQ.html>

热点：旅行网站排名前十名、旅游休闲类网站有哪些、旅游网站平台、旅游休闲类网站排名、旅游平台有哪些app、旅游网站平台推荐、旅游app推荐、旅游网站排行榜、旅游网站排名

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！