

目 录

中文摘要.....	2
外文摘要.....	3
1 引 言.....	4
2 研究方法步骤	4
2.1 研究方法	4
2.2 研究步骤	4
2.2.1 案例选取、数据整合	4
(1) 中国在线旅游市场概况.....	4
(2) 中国在线交通市场.....	8
(3) 中国在线住宿市场.....	10
(4) 在线旅游用户分析.....	12
2.2.2 比较研究	13
在线旅游厂商比较分析.....	13
2.2.3 趋势分析	15
在线旅游市场趋势预测.....	15
3 研究发现	16
3.1 中国旅游电子商务发展现状	16
3.2 中国旅游电子商务市场存在的问题	17
4 提升策略	错误!未定义书签。
5 结束语	14
参考文献	19
致谢	20

旅游电子商务发展存在的问题及策略分析

摘 要：旅游电子商务是旅游产业持续发展的一个方向，已成为众多企业竞相开发的市场。但由于旅游产品特殊的服务属性，旅游电子商务的发展也面临着诸多因素的制约。本分析旨在通过研究当前旅游电子商务发展现状，并分析其发展的优劣势，并针对问题提出合理建议。以旅游电子商务所处的大环境为出发点，通过对文献资料和数据整合对各大旅游市场因素进行逐个剖析，对在线用户群体进行以数据为支撑的消费倾向和影响因素分析；以几大旅游电商平台为例对其经营模式展开具体分析，针对其市场规模、盈利机制、业务范围、跨业合作及运营系统等进行纵向比较以期探究异同、优劣及引发对新模式开发的联想；最后形成研究结论，并对旅游电子商务的发展前景提出建议。

关键词：电子商务；旅游业；优劣势；策略分析

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/667141035101010004>