

2012-2016年中国旅行社行业竞争态势与投资战略 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国旅行社行业竞争态势与投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/103792.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

长期以来我国旅行社产品结构过于单一，团队旅游、观光路线大多是各个企业的主流产品，并且主要集中在入境、国内、出境三个旅游市场上。为了最大化占有市场，旅行社不断推出“优惠”，旅游产品价格降了再降，再加上处处回扣，事事回扣，使诸多的旅行社在国内、出境旅游市场上已处于微利甚至无利经营的局面。因此，入境旅游成为旅游事业的主导，但在此方面，国、中、青三大社做的时间最长，占的市场份额也最大，其他旅行社参与竞争，竞争空间十分有限。2011年的许多利好政策的出台让旅行社看到了希望。3月24日，财政部发布了《关于开展海南离岛旅客免税购物政策试点的公告》。从4月20日开始，乘飞机离开海南本岛但不离境的国内外旅客，每人每年两次可以享受“购买5000元以内限定范围进口商品，免除关税、进口环节增值税和消费税”，岛内居民每人每年最多可以享受一次。6月在第三届海峡论坛上，国家旅游局宣布，6月28日正式启动内地居民赴台个人游，北京成为第一批国内仅有的3座试点城市之一。此外，中国旅游日的设立、红色旅游的普及，给旅行社带来了巨大商机。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国旅行社行业竞争态势与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了中国旅行社行业市场发展环境、中国旅行社整体运行态势等，接着分析了中国旅行社行业市场运行的现状，然后介绍了中国旅行社市场竞争格局。随后，报告对中国旅行社做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国旅行社行业发展趋势与投资预测。您若想对旅行社产业有个系统的了解或者想投资旅行社行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 中国旅行社发展行业发展概述

第一节 旅行社发展行业发展情况

第二节 中国旅行社发展行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 关联产业发展分析

第二章 中国旅行社发展行业的国际比较分析

第一节 中国旅行社发展行业竞争力指标分析

第二节 中国旅行社发展行业经济指标国际比较分析

第三节 全球旅行社发展行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第四节 全球旅行社发展行业市场供给分析

一、生产规模现状

二、产能规模分布

三、市场价格走势

四、重点厂商分布

第三章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、旅行社发展行业需求市场

二、旅行社发展行业客户结构

三、旅行社发展行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、旅行社发展行业的需求预测

二、旅行社发展行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 市场价格走势分析

第四章 旅行社发展产业链的分析

第一节 上游产业发展分析

第二节 下游产业发展分析

第三节 上下游产业的关联性与影响分析

第五章 区域市场情况深度分析

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 旅行社发展行业主要市场大区发展状况分析

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2012-2016年需求预测分析

第一节 旅行社发展行业领域2012-2016年需求量预测

第二节 2012-2016年旅行社发展行业领域需求产品（服务）功能预测

第三节 2012-2016年旅行社发展行业领域需求产品（服务）市场格局预测

第七章 旅行社发展市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 旅行社发展行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 旅行社发展行业竞争格局分析

- 一、2011年旅行社发展行业竞争分析
- 二、2011年国内外旅行社发展竞争分析
- 三、2011年中国旅行社发展市场竞争分析
- 四、2011年中国旅行社发展市场集中度分析

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

- 一、市场细分充分程度的分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第三节 产业价值链的结构分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国旅行社发展行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 中国旅行社重点企业分析

第一节 企业1

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 企业2

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第三节 企业3

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 企业4

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第五节 企业5

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第六节 企业6

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第十章 中国旅行社发展行业整体运行指标分析

第一节 中国旅行社发展行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 中国旅行社发展行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 中国旅行社发展行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 中国旅行社发展行业SWOT分析

第十二章 2012-2016年旅行社发展行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

通过《2012-2016年中国旅行社行业竞争态势与投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/103792.html>