

# 2019-2025年中国旅行社市场评估分析及发展前景 调研战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国旅行社市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/375206.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

国家鼓励企业“走出去”的政策逐步完善。2009年3月，商务部出台了《境外投资管理办法》，大大简化了境外投资的审批过程，给予企业更多政策鼓励。针对中小企业，我国设立了“中小企业国际市场开拓资金”，搭建了中小企业境外经贸合作区平台，还出台了海外并购政策。此外，旅游主管部门还通过与商务部、财政部、外汇管理局及银监会等部门合作，引导和推动中国旅游企业进行海外投资。目前，我国“走出去”的旅游企业业务不断拓展包括旅行社、饭店、餐饮及景区等且多元化经营趋势明显，经营地区不断扩大涵盖亚洲、非洲、欧洲、北美洲、南美洲和大洋洲的30多个国家和地区。虽然我国部分旅游企业已有一定的规模和资本实力，但相对发达国家，甚至与印度等发展中国家相比，我国旅游企业的国际化程度还很低，核心竞争力不强。我国旅游业国际化程度低，具体表现在国内不仅缺乏市场认可度高的企业品牌、国际领先的专有技术以及先进的管理能力，也没有形成自己的知识产权和构建自己的核心竞争优势，商业模式、产品开发等创新能力皆显不足；国际市场知识和国际化人才储备不足的瓶颈，尤其是旅游企业跨国并购方面的人才非常匮乏；对自己的市场定位和产品定位比较模糊，海外投资的需求往往并不明确；我国旅游企业在核心产品开发和分销系统建设方面也与国际旅游集团存在较大差距等方面。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家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。

报告目录：

- 第1章：中国旅行社行业定义及外部影响因素分析
  - 1.1 旅行社行业发展综述
    - 1.1.1 旅行社定义
    - 1.1.2 旅行社行业界定
    - 1.1.3 旅行社行业属性
      - (1) 行业所处的生命周期
      - (2) 行业对经济周期的反应
    - 1.1.4 旅行社行业特性
      - (1) 季节性特点
      - (2) 地域性特点
    - 1.1.5 旅行社行业发展阶段
  - 1.2 旅行社行业发展环境分析
    - 1.2.1 旅行社行业政策环境分析
      - (1) 旅行社行业管理体制
      - (2) 旅行社行业发展政策及法律法规
      - (3) 旅行社行业标准
    - 1.2.2 国内外宏观经济走势分析
      - (1) 国际经济环境分析
      - (2) 国内经济环境分析
      - (3) 宏观经济对行业的影响
    - 1.2.3 旅行社行业安全环境分析
      - (1) 旅游事故情况
      - (2) 旅游事故对潜在游客心理的影响
      - (3) 旅游事故对旅行社的影响
  - 1.2.4 旅游业社会环境分析
    - (1) 法定节假日和带薪假期实施
    - (2) 人口年龄结构
    - (3) 社会结构
  - 1.2.5 旅行社行业消费环境分析
    - (1) 商品零售分析
    - (2) 消费支出结构分析
    - (3) 消费结构升级

- 第2章：中国旅行社关联行业发展现状及前景预测
- 2.1 旅游业发展现状及前景预测
  - 2.1.1 中国旅游景区发展分析
    - (1) 旅游景区资源基本情况
    - (2) 旅游景区经营业绩分析
    - (3) 旅游景区的群落共生效应
  - 2.1.2 全球旅游市场发展分析
    - (1) 全球国际旅游人数分析
    - (2) 全球国际旅游收入分析
  - 2.1.3 中国旅游市场发展分析
    - (1) 国内旅游市场发展分析
    - (2) 入境旅游市场发展分析
    - (3) 出境旅游市场发展分析
  - 2.1.4 中国旅游市场“十三五”发展预测
    - (1) 中国国内旅游市场“十三五”发展预测

- (2) 入境旅游市场“十三五”发展预测
- (3) 出境旅游市场“十三五”发展预测
- 2.2 酒店业发展现状及前景预测
- 2.2.1 星级饭店发展分析
- (1) 星级酒店市场总体经营情况
- (2) 不同星级酒店经营指标分析
- (3) 不同地区酒店经营情况分析
- 2.2.2 经济型连锁酒店发展分析
- (1) 经济型酒店规模分析
- (2) 经济型酒店区域分布情况
- (3) 经济型酒店产品结构
- (4) 经济型酒店竞争格局
- (5) 内外资经济型酒店核心竞争力比较
- (6) 经济型酒店发展模式分析
- 2.2.3 酒店业发展趋势和前景分析
- (1) 中国酒店业发展趋势
- (2) 酒店业发展前景分析
- 2.3 餐饮业发展现状及前景预测
- 2.3.1 我国餐饮业发展状况
- 2.3.2 餐饮业消费特征分析
- 2.3.3 餐饮业集中度分析
- 2.3.4 餐饮业发展困境及对策分析
- (1) 现状：限制以上餐企出现负增长
- (2) 现象：网络团购繁荣，餐企促销加大
- (3) 原因：高端餐企政策限制，大众餐饮成本上升
- (4) 对策：高端餐企改变战略
- 2.3.5 餐饮业发展趋势及前景预测
- (1) 中国餐饮行业发展趋势
- (2) 中国餐饮行业发展前景预测
- 2.4 会展业发展现状及前景预测
- 2.4.1 会展行业规模分析
- (1) 展览场馆规模
- 1) 展览场馆总体规模
- 2) 展览场馆区域分布
- 3) 展览场馆省市分布
- (2) 举办展会规模
- 1) 展会举办场数
- 2) 展会展出面积
- 2.4.2 展会分布情况
- (1) 展会时间分布
- (2) 展会行业分布
- (3) 展期特征分布
- 2.4.3 中国会展行业竞争分析
- (1) 会展行业竞争现状分析
- (2) 会展行业优劣势分析
- 2.4.4 会展业与旅游业的对接分析
- (1) 会展业与旅游业对接基础
- (2) 国内会展业与旅游业对接现状
- (3) 会展业与旅游业对接策略
- 2.4.5 会展业与旅游业融合发展前景展望
- 第3章：中国旅行社行业发展现状及前景预测
- 3.1 旅行社行业发展现状分析
- 3.1.1 旅行社资产及从业人员
- 3.1.2 旅行社经营情况分析
- (1) 总体经营情况
- (2) 行业盈利结构
- 3.1.3 旅行社行业发展规模
- (1) 旅行社市场规模
- (2) 旅行社数量规模
- 3.1.4 旅行社行业区域发展情况
- (1) 旅行社区域分布格局
- (2) 旅行社各地区数量规模
- (3) 旅行社行业区域集中度
- (4) 旅行社行业区域国际化情况
- 3.1.5 旅行社行业竞争格局分析
- (1) 行业议价能力分析
- (2) 行业竞争情况分析
- (3) 行业潜在威胁分析
- (4) 旅行社行业竞争建议
- 3.2 旅行社行业转型分析
- 3.2.1 旅行社行业发展阶段
- 3.2.2 旅行社行业分工体系
- 3.2.3 国际旅行社行业的发展借鉴
- (1) “垂直分工”为主的分工体系
- (2) 欧美旅行社的一体化进程
- (3) 国际成功旅行社的基本模式
- 3.2.4 旅行社业务转型建议
- (1) 增加新型服务项目
- (2) 增强电子商务功能
- (3) 走融合发展之路
- 3.3 旅行社行业热点问题讨论
- 3.3.1 导游体制改革
- (1) 导游方面存在的主要问题及其原因
- (2) 遏制、扭转“零负团费”操作模式
- (3) 加强对导游管理机构的监管
- (4) 明确导游的职业定位
- (5) 建立合理透明的薪酬制度
- (6) 改革完善导游准入-退出机制
- (7) 完善导游分类和等级制度
- (8) 促进导游协会的建设和发展
- 3.3.2 旅行社行业发展存在的问题及对策建议
- (1) 旅行社行业发展存在的问题

(2) 旅行社行业发展对策建议	3.4	旅行社行业前景预测	3.4.1	旅行社业发展影响因素	
(1) 有利因素	(2) 不利因素	3.4.2	旅行社业发展前景分析	3.4.3	旅行社业发展规模预测
第4章：中国旅行社主营业务经营情况分析	4.1	旅行社国内游业务结构分析	4.2		
旅行社国内游业务经营情况分析	4.2.1	旅行社国内游业务特点分析	4.2.2		
旅行社国内游组织和接待情况	(1) 旅行社国内游组织情况	(2) 旅行社国内游接待情况			
(3) 旅行社国内游地区情况	4.2.3	旅行社国内游业务营业收入和利润情况	4.3		
旅行社入境游业务经营情况分析	4.3.1	旅行社入境游业务特点分析	4.3.2		
旅行社入境游外联和接待情况	(1) 旅行社入境游外联情况	(2) 旅行社入境游接待情况			
(3) 旅行社入境游客源地国家或地区情况	4.3.3	旅行社入境游业务营业收入和利润情况	4.4		
旅行社出境游业务经营情况分析	4.4.1	旅行社出境游业务特点分析	4.4.2		
旅行社出境游组织情况	(1) 旅行社出境游组织情况				
(2) 旅行社出境游目的地国家或地区情况	4.4.3	旅行社出境游业务营业收入和利润情况	4.5		
旅行社其他业务发展潜力分析	4.5.1	旅行社商务会奖旅游业务发展潜力分析	4.5.2		
旅行社票务代理业务发展潜力分析	4.5.3	旅行社签证业务发展潜力分析	4.5.4		
旅行社游轮旅游业务发展潜力分析	(1) 世界邮轮旅游业快速增长				
(2) 中国邮轮旅游市场阶段	(3) 中国游轮市场政策分析				
第5章：中国旅行社行业市场开发及营销策略研究	5.1	不同群体旅游市场开发分析	5.1.1		
农民旅游市场开发分析	(1) 开发农民旅游市场的可行性	(2) 农民旅游心理研究			
(3) 农民旅游活动中存在的问题分析	(4) 农民旅游市场开发对策研究	5.1.2			
大学生旅游市场开发分析	(1) 开发大学生旅游市场的可行性	(2) 大学生旅游心理分析			
(3) 大学生旅游市场的特征	(4) 大学生旅游市场的开发策略	5.1.3			
老年旅游市场开发分析	(1) 开发老年旅游市场的可行性	(2) 老年旅游的现状和特点分析			
(3) 老年旅游市场的开发策略	5.1.4	女性旅游市场开发分析			
(1) 女性旅游类型及心理分析	(2) 女性旅游营销策略及建议				
(3) 女性消费者的旅游营销启示	5.2	不同形式旅游市场开发分析	5.2.1		
自助旅游市场开发分析	(1) 自助旅游的概念	(2) 自助旅游市场发展情况			
(3) 自助旅游在发展中障碍	(4) 自助旅游的发展趋势	5.2.2	散客旅游市场开发分析		
(1) 散客旅游概念	(2) 散客旅游市场的营销策略	(3) 散客旅游市场的发展趋势	5.2.3		
组团旅游市场开发分析	(1) 组团与散客旅游差异化分析	(2) 组团旅游市场开发策略分析			
(3) 组团旅游市场发展趋势分析	5.3	旅行社行业营销策略研究	5.3.1		
旅行社行业4P营销策略	(1) 产品策略	(2) 价格策略	(3) 分销策略	(4) 促销策略	5.3.2
旅行社行业4C营销策略	5.3.3	旅行社行业4R营销策略	(1) 关联 (Related)		
(2) 反应速度 (Response speed)	(3) 关系营销 (Relation)	(4) 回报 (Return)			
5.3.4	旅行社品牌化经营策略	(1) 品牌化经营的意义	(2) 旅行社品牌化经营的具体措施		
5.3.5	旅行社绿色营销策略分析	(1) 绿色营销在旅行社中应用现状			

(2) 旅行社绿色营销存在问题及原因	(3) 旅行社强化绿色营销的对策	5.4	
旅行社连锁经营模式探析	5.4.1 连锁经营模式形式比较	5.4.2 连锁经营优劣势分析	5.4.3
旅行社连锁经营现状分析	5.4.4	旅行社连锁经营前景分析	
第6章：中国旅行社电子信息化模式探析	6.1 旅行社电子商务应用与发展模式分析	6.1.1	
电子商务在旅行社业务中的应用分析	(1) 旅行社应用电子商务的优势		
(2) 旅行社电子商务发展的现状	6.1.2	电子商务在中小旅行社中的应用分析	
(1) 中小旅行社开展电子商务的现状	(2) 阻碍中小旅行社开展电子商务的原因		
(3) 中小旅行社开展电子商务的对策建议	6.1.3	旅行社行业电子商务发展模式探析	
(1) 基于第三方旅游交易平台的合作模式	(2) 基于目的地公共旅游信息网的发展模式		
(3) 基于加盟旅行社电子商务平台的联合体模式			
(4) 基于大型旅行社自建电子商务平台的发展模式	6.2 旅行社在线旅游业务探析	6.2.1	
旅行社在线旅游业务的新营销模式	6.2.2	在线旅行预订市场发展现状及潜力预测	
(1) 在线旅行预订市场规模	(2) 在线旅行预订市场结构		
(3) 在线旅行预订市场竞争格局	(4) 在线旅行预订服务覆盖人数	6.2.3	
旅行社在线旅游应用情况	6.2.4	旅行社在线旅游业务机遇与挑战	6.2.5
2016年在线旅行社发展展望	6.3	传统旅行社与电子商务的融合分析	6.3.1
电子商务对传统旅行社的影响分析	(1) 旅游电子商务对传统旅行社的冲击		
(2) 旅游电子商务与传统旅行社的比较	(3) 电子商务背景下传统旅行社的发展策略	6.3.2	
传统旅行社行业网络化营销分析	(1) 旅行社网络化营销的优势分析		
(2) 旅行社网络化营销存在的难题	(3) 旅行社网络化营销的策略分析	6.3.3	
传统旅行社与电子商务的融合趋势	(1) 旅行社与网络平台加速融合		
(2) “在线旅行社”模式有望成为主流	(3) “在线旅行社”模式有望脱颖而出		
第7章：中国领先旅行社经营情况分析	7.1 中国旅行社排行榜	7.1.1	全国国内游十强旅行社
7.1.2 全国入境游十强旅行社	7.1.3 全国出境游十强旅行社	7.1.4	全国利税十强旅行社
7.2 中国领先旅行社经营分析	7.2.1	中国国旅股份有限公司经营情况分析	
(1) 企业发展简况分析	(2) 企业经营情况分析	(3) 企业经营优劣势分析	7.2.2
中青旅控股股份有限公司经营情况分析	(1) 企业发展简况分析	(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	7.2.3	上海锦江国际旅游股份有限公司经营情况分析	
(1) 企业发展简况分析	(2) 企业经营情况分析	(3) 企业经营优劣势分析	7.2.4
中国康辉旅行社集团有限责任公司经营情况分析	(1) 企业发展简况分析		
(2) 企业经营情况分析	(3) 企业经营优劣势分析	7.2.5	
中国旅行社总社有限公司经营情况分析	(1) 企业发展简况分析	(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	第8章：中国旅行社行业投资分析及预测 (AK LT)	8.1	
旅行社行业及细分市场吸引力评价	8.1.1	旅行社行业吸引力评价	
(1) 旅行社行业竞争指标分析	(2) 旅行社行业平均盈利水平指标分析		

(3) 旅行社行业发展潜力指标分析	(4) 旅行社行业吸引力综合评价	8.1.2
旅行社行业细分市场吸引力评价	8.2 旅行社行业投资特性	8.2.1 旅行社行业进入壁垒 8.2.2
旅行社行业盈利模式	8.2.3 旅行社行业盈利来源构成	(1) 美国旅行社营业收入构成
(2) 新加坡旅行社盈利来源	(3) 我国旅行社盈利来源分析	8.3
旅行社行业纵向整合投资分析	8.3.1 旅行社行业投资动向分析	(1) 旅行社投资动向
(2) “在线旅行社”投融资事件	8.3.2 旅行社行业纵向整合投资分析	8.4 旅行社行业投资建议
8.4.1 旅行社行业投资环境	8.4.2 旅行社行业投资机会	8.4.3 旅行社行业投资风险
(1) 旅行社业政策风险	(2) 旅行社业宏观经济波动风险	(3) 旅行社业季节性风险
(4) 旅行社业其他风险	8.4.4 旅行社行业投资建议	(1) 对景区进行股权投资
(2) 投资重点细分市场	图表目录：	图表1：行业生命周期理论
图表2：近年中国旅行社行业增速与GDP增速对比图（单位：%）		
图表3：1999-2018年中国黄金周旅游人数和旅游收入情况（单位：万人，亿元）		
图表4：中国旅行社行业的历史发展阶段	图表5：旅行社行业发展政策及法律法规	
图表6：旅行社行业相关标准	图表7：2018年发达经济体增长情况（单位：%）	
图表8：2018年主要新兴经济体增长情况（单位：%）		
图表9：2018年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）		
图表10：2012-2018年我国各季度累计GDP同比增速（单位：%）	更多图表见正文.....	

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/375206.html>