

2020-2025年中国旅行社行业市场运营现状及投资 规划研究建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国旅行社行业市场运营现状及投资规划研究建议报告》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/479240.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

旅行社是从事旅游业务的企业，以提供各种旅游服务为主营内容，常见的有旅游者代办出境、为旅游者提供各种有偿服务等，是我国旅游业发展的中坚力量。旅行社可以分为组团社与落地社两大基本模式，前者为出发地组织游客的企业，后者则是旅游地接待游客的企业，二者具有明确的分工与合作关系。现代意义上的旅行社出现于改革开放后，并且随着旅游经济的持续火热，旅行社得到了极大的发展，根据国家文化和旅游部数据显示，截止到2019年6月30日，全国旅行社总数为37794个。

2013-2019年上半年我国旅行社数量统计图

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。

报告目录：

第一章 旅行社行业概述

第一节 旅行社相关概述

一、旅行社的定义

二、旅行社的分类

三、旅行社的作用

第二节 旅行社行业概况

一、旅行社的产生

二、旅行社的发展

三、行业发展特点

第二章 世界旅行社行业发展状况分析

第一节 欧美旅行社行业发展进程情况分析

一、一体化进程简述

二、横向一体化进程

三、纵向一体化进程

四、国际一体化进程

第二节 欧美旅行社业的分工发展进程情况分析

一、分工发展进程概况

二、垂直分工体系进程

三、水平分工体系进程

第三节 中外国际旅行社成功要素对比分析

- 一、国际成功旅行社发展基本模式
- 二、中外旅行社成功要素对比分析
- 第三章 2015-2019年中国旅行社行业发展环境分析
 - 第一节 经济环境
 - 一、中国gdp增长情况分析
 - 二、中国工业经济发展形势分析
 - 三、中国全社会固定资产投资分析
 - 四、中国社会消费品零售总额分析
 - 五、中国城乡居民收入与消费分析
 - 六、中国对外贸易发展形势分析
 - 七、中国宏观经济运行情况分析
 - 第二节 政策环境
 - 一、中国旅行社行业相关政策法规的发展
 - 二、中国旅行社管理法规的发展分析
 - 三、中国旅游业标准化建设
 - 四、《国务院关于加快发展旅游业的意见》
 - 五、《旅行社责任保险管理办法》
 - 六、《旅行社服务质量赔偿标准》
 - 第三节 社会环境
 - 一、庞大的人口孕育着潜力巨大的旅游市场
 - 二、城市化进程推动中国旅游业发展
 - 三、国民消费观念转变生活质量提升
 - 四、“十三五”规划扩大内需增加收入
 - 五、中国成为第二大奢侈品消费国
 - 六、二线地区经济振兴客源扩增
 - 七、高铁等交通系统远距离输送游客能力提升
 - 八、节假日及年休假制度推动国内旅游业发展
 - 第四节 相关产业环境
 - 一、中国网民总体状况分析
 - 二、中国互联网应用状况分析
 - 三、中国航空网络销售状况分析
 - 四、中国酒店网络销售状况分析
 - 第五节 住宿餐饮产业运行环境
 - 一、2019年中国住宿和餐饮业发展情况分析
 - 二、2019年中国餐饮行业百强经营情况分析

三、2019年中国住宿和餐饮业发展特点分析

四、2019年中国住宿和餐饮业发展趋势预测

五、中国餐饮业将保持高速增长势头

第四章 2015-2019年中国旅游产业发展状况综述

第一节 中国旅游业“十一五”发展成就

一、十年间中国旅游发展年均增长16.9%

二、旅游业扩大消费拉动内需的作用突出

三、旅游业在服务贸易和对外交往中的地位显著

四、产业功能进一步释放旅游业全面融入国家战略体系

五、体制机制创新成效显著形成旅游业发展合力

六、产业体系建设取得明显进展竞争力进一步提升

第二节 2015-2019年中国旅游业发展状况分析

一、中国旅游业发展现状调研

二、中国旅游总收入分析

三、国内游市场规模分析

四、入境游市场规模分析

五、国际旅游外汇收入分析

六、中国旅游业信息化现状调研

七、中国区域旅游市场发展状况分析

八、中国旅游经济运行情况分析

第三节 2015-2019年中国出境旅游发展情况分析

一、2019年中国出境游市场规模分析

二、2019年中国出境游市场特征及趋势预测分析

三、中国出境游热潮向二线城市蔓延

四、内地游客赴港旅游市场预测分析

五、中国出境游市场预测分析

第四节 2019年中国旅游业发展走势分析

一、旅游业的产业地位将会得到全面确立

二、旅游业的产业规模将会迅速扩大

三、旅游业的运行质量将会显著提高

四、旅游业的文化载体地位将会得到巩固

五、旅游业的生活功能将会显著体现

六、旅游业的发展格局将会显著变化

第五章 2019年中国旅行社行业发展情况分析

第一节 中国旅行社行业发展情况概述

一、中国旅行社行业发展历程

二、中国旅行社行业发展现状调研

三、中国旅行社行业发展特征

四、中国旅行社行业势头迅猛

第二节 中国旅行社行业驱动因素分析

一、邮轮旅游

二、商务会展旅游

三、旅游电子商务

四、旅行社在线业务

五、连锁+纵向整合

第三节 中国旅行社行业发展面临的机遇与挑战

一、中国旅行社行业发展存在的难题

二、中国旅行社行业发展面临的挑战

三、国内中小旅行社发展面临的危机

四、中国旅行社行业品牌建设的问题

五、中国旅行社行业发展中迎来机遇

第四节 中国旅行社行业发展的策略分析

一、旅行社行业发展的改革措施

二、中国旅行社业品牌化建设

三、中国旅行社业集团化发展

四、细分市场培育主体产品

五、加深开发民俗旅游线路

六、低碳下旅行社发展措施

七、中小旅行社经营策略分析

第六章 2015-2019年中国旅行社业市场规模运行状况分析

第一节 2019年中国旅行社行业市场规模概况

一、2018年中国旅行社行业运行整体概况

二、2019年中国旅行社行业运行整体概况

从2011年到2019年，全国旅行社入境旅游业务的营业收入、接待入境旅游者、接待入境旅游者人天数都呈下降趋势，但营业利润总体上略有上涨，随着国家“一带一路”倡议的落地实施，未来我国入境旅游发展总体向好。2019年上半年，全国旅行社入境旅游外联597.10万人次、2149.09万人天，接待856.16万人次、2624.56万人天；全国旅行社国内旅游组织7773.36万人次、22784.40万人天，接待7812.08万人次、18721.04万人天。2019年上半年全国旅行社出境旅游组织3067.50万人次、15469.19万人天。

2019年上半年全国旅行社接待情况分析

- 三、2019年中国旅行社数量增长状况分析
- 四、2019年旅行社资产增长与分布状况分析
- 五、2019年中国旅行社业从业人员状况分析
- 第二节 2019年中国旅行社行业营收规模分析
 - 一、2019年旅行社行业收入规模
 - 二、2019年旅行社行业利润状况分析
 - 三、2019年旅行社行业毛利率状况分析
 - 四、2019年旅行社行业税收状况分析
- 第三节 2019年中国旅行社收入结构分析
 - 一、2019年中国旅行社入境游业务分析
 - 二、2019年中国旅行社国内游业务分析
 - 三、2019年中国旅行社出境游业务分析
- 第四节 2019年中国旅行社竞争结构分析
 - 一、2019年中国旅行社区域分布状况分析
 - 二、2019年中国旅行社经营状况分布
 - 三、2019年中国旅行社类别分布状况分析
 - 四、中国旅行社所有制结构分布
 - 五、2019年中国旅行社市场结构
- 第五节 2017-2019年中国旅行社行业市场运行情况分析
 - 一、2017年中国旅行社市场运行状况分析
 - 二、2018年中国旅行社市场运行状况分析
 - 三、2019年中国旅行社市场运行状况分析
- 第七章 2019年中国旅行社行业市场发展分析
 - 第一节 中国旅行社行业市场发展概况
 - 一、中国旅行社市场发展形势
 - 二、消费者需求的新特点分析
 - 三、旅行社品牌的swot分析
 - 四、旅游线路创新设计分析
 - 第二节 中国旅行社行业集团化经营解析
 - 一、集团化经营的特征与环境
 - 二、集团化经营的模式类型
 - 三、集团化经营的主要障碍
 - 四、集团化可持续发展战略
 - 第三节 2019年中国传统旅行社市场发展情况分析

- 一、大型旅行社的定位与优劣势
- 二、大型旅行社信息化转型与策略
- 三、中小型旅行社电子商务的发展
- 第四节 2019年中国外资旅行社市场发展分析
 - 一、中国外资旅行社行业的市场现状调研
 - 二、中国外资旅行社获批经营出境游
 - 三、外商投资对中国旅行社产生的影响
 - 四、外商投资中国旅行社的对策分析
- 第八章 2019年中国旅行社电子信息化发展状况分析
 - 第一节 中国旅行社电子商务市场发展与应用
 - 一、旅行社电子商务的定义与作用
 - 二、中国旅行社电子商务发展现状调研
 - 三、旅行社发展电子商务应用的优势
 - 四、电子商务促进旅行社业务流程重组
 - 五、旅行社电子商务发展存在的问题
 - 六、传统旅行社的电子商务策略分析
 - 第二节 2019年中国旅行社行业网络营销分析
 - 一、中国旅行社行业网络营销情况分析
 - 二、旅行社网络营销的优势分析
 - 三、旅行社网络营销存在的难题
 - 四、中国旅行社网络营销的策略
 - 五、旅行社开展电子商务关系营销
 - 第三节 中小型旅行社电子商务模式策略分析
 - 一、旅行社的 b2b2c 电子商务模式
 - 二、旅行社的 c2c2b 电子商务模式
 - 三、旅行社的 b2c2c 电子商务模式
 - 四、中小型旅行社电子商务模式的选择方式
 - 第四节 2019年中国在线旅行预订市场发展概况
 - 一、2019年中国在线旅行预订市场发展现状调研
 - 二、2019年中国在线旅行预订市场结构分析
 - 三、2019年中国在线旅行预订市场竞争格局
 - 四、2019年中国在线旅行预订市场发展动态
 - 五、电子商务推动中国在线旅行预订市场发展
 - 六、欧洲游热潮加速中国在线旅行预订市场发展
 - 七、移动互联成我国在线旅行预订市场主力

八、中国在线旅行预订市场加速布局

第九章 2019年中国旅行社市场竞争格局分析

第一节 中国旅行社产业市场竞争状况分析

一、中国旅行社行业竞争现状调研

二、中国旅行社行业低价竞争

三、中国旅行社行业品牌竞争

四、中国旅行社行业竞争格局

五、中国旅行社行业竞争趋势预测分析

第二节 中国旅行社行业核心竞争力分析

一、旅行社核心竞争力的内涵和特征

二、中国旅行社行业五力竞争力分析

三、培育旅行社核心竞争力的必要性

四、培育旅行社核心竞争力的建议

第三节 中国旅行社行业市场竞争策略分析

一、旅行社在竞争中的应对策略

二、避免旅行社低价竞争的策略

三、中国旅行社市场营销对策分析

四、中国旅行社品牌营销策略分析

五、新形势下旅行社销售渠道策略

第四节 旅行社应对专业旅游网站竞争的策略

一、旅行社实施网络营销的环境分析

二、专业旅游网站对传统旅行社的威胁

三、传统旅行社网络营销策略分析

第十章 中国旅行社重点企业分析

第一节 北京首都旅游股份有限公司

一、企业基本状况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业发展战略及未来展望

第二节 中青旅控股股份有限公司

一、企业基本状况分析

- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业发展战略及未来展望

第三节 中国国旅股份有限公司

- 一、企业基本状况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业成本费用分析
- 九、企业发展战略及未来展望

第四节 丽江玉龙旅游股份有限公司

- 一、企业基本状况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业投资兼并与重组分析
- 九、企业发展战略及未来展望

第五节 上海锦江国际旅游股份有限公司

- 一、企业基本状况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析

八、企业发展战略及未来展望

第六节 中国旅行社总社有限公司

一、企业基本状况分析

二、主要旅游产品

三、企业发展战略

第七节 中国康辉旅行社集团有限责任公司

一、企业基本状况分析

二、主要旅游产品

三、企业发展动态

第八节 广东省中国旅行社股份有限公司

一、企业基本状况分析

二、主要旅游产品

三、企业发展动态

第九节 中信旅游总公司

一、企业基本状况分析

二、主要旅游产品

三、企业发展动态

第十节 上海春秋国际旅行社有限公司

一、企业基本状况分析

二、主要旅游产品

三、企业发展动态

第十一节 江苏省中旅旅行社有限公司

一、企业基本状况分析

二、主要旅游产品

三、企业发展战略

第十一章 2020-2025年中国旅行社行业发展趋势预测

第一节 2020-2025年中国旅游行业发展走势分析

一、旅游市场维持高速发展局面

二、旅行的路线由短途向长途发展

三、旅游的方式由单一化向多样化发展

四、国内旅游业在国民经济中的地位和作用日益加强

第二节 2020-2025年中国旅游发展趋势预测分析

一、区域旅游热点将更加凸显

二、文化旅游创意再兴高潮

三、自由行更加普并向境外延续

- 四、东北亚地区旅游将再度活跃
- 五、上海迪斯尼催生主题公园建设热
- 六、国际会展业市场将逆势增长
- 七、邮轮旅游国内外联手市场再度升温
- 八、影视旅游蕴藏巨大机遇
- 九、旅游房地产继续扩张

第三节 2020-2025年中国旅行社行业发展趋势预测

- 一、中国旅行社产业规模经营趋势预测
- 二、中国旅行社行业分工体系发展趋势预测分析
- 三、中国旅行社行业旅游产品发展趋势预测分析
- 四、中国旅行社行业管理模式趋势预测

第四节 2020-2025年中国旅行社行业发展走势

- 一、对旅行社产业分工体系进行有效调整
- 二、大型旅行社集团化
- 三、中型旅行社专业化
- 四、小型旅行社通过代理实现网络化

第十二章 2020-2025年中国旅行社投资策略分析

第一节 2020-2025年中国旅行社行业市场前景预测（AK LCY）

- 一、中国旅游业将成战略性支柱产业
- 二、中国旅游业迎来重要转型期
- 三、中国旅行社业务市场前景预测
- 四、中国旅行社行业投资前景良好

第二节 2020-2025年中国旅行社行业相关政策分析

- 一、中国旅游业“十三五”规划
- 二、“十三五”旅游业信息化发展目标
- 三、《国民休闲纲要》力推休假制度改革
- 四、中国旅游行业区域发展政策分析
- 五、海南离岛免税促消费增客流 旅游岛路线图再进一步

第三节 2020-2025年中国旅行社行业市场发展预测分析

- 一、2020-2025年中国旅行社行业市场总体规模预测分析
- 二、2020-2025年中国旅行社行业入境游市场规模预测分析
- 三、2020-2025年中国旅行社行业出境游市场规模预测分析
- 四、2020-2025年中国旅行社行业国内游市场规模预测分析

第四节 2020-2025年中国旅行社投资风险分析

- 一、政策风险

二、竞争风险

三、市场风险

四、经营风险

五、自然灾害不可抗因素风险

第五节 2020-2025年中国旅行社投资策略分析

一、打造旅游文化演艺产品

二、加强旅行社信息化建设

三、加强相关产业链整合

四、加强旅游新产品开发

五、借力高铁发展新式旅游方式

六、做好旅行社售后服务功能的延伸

图表目录：

图表 1 欧美旅行社行业发展历程

图表 2 欧美旅行社行业一体化进程的主要表现

图表 3 欧美旅行社国际一体化案例

图表 4 国际旅行社分工体系

图表 5 日本jtb、美国罗森布鲁斯公司、美国运通公司的发展模式

图表 6 国际成功旅行社的基本模式

图表 7 美国运通的经营模式

图表 8 美国运通公司的品牌结构变化

图表 9 上海春秋旅行社经营模式

图表 10 一般远程旅游产品的成本利润结构

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/479240.html>