

2018-2024年中国旅游服务产业市场发展现状调查 与投资商机分析预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国旅游服务产业市场发展现状调查与投资商机分析预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/310518310518.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

旅游服务是指旅游业服务人员通过各种设施、设备、方法、手段、途径和“热情好客”的种种表现形式，在为旅客提供能够满足其生理和心理的物质和精神的需要过程中，创造一种和谐的气氛，产生一种精神的心理效应，从而触动旅客情感，唤起旅客心理上的共鸣，使旅客在接受服务的过程中产生惬意、幸福之感，进而乐于交流，乐于消费的一种活动。

旅游服务包括的方面很广。具体包括如下几个方面：

- 1、为游客提供门票和告知游客如何使用。
- 2、让游客在景区内能快速而有效的找到自己要去的地方和想看到的景点。
- 3、告知游客哪里是安全的，哪里是危险的地方。保证游客的人身安全。
- 4、为游客讲解景区的文化。让游客感受到景区的魅力。
- 5、满足游客在景区的饮食和休息等方面的需求。
- 6、游客对于拍摄和留念的需求。
- 7、当游客遇到特殊情况可以及时得到服务人员的帮助。

2016年，我国旅行服务业市场规模稳步增长，大众旅游市场基础更加厚实。根据国家旅游局数据中心的数据，2016年全年实现国内旅游44.4亿人次，比上年同期增长11%；入出境旅游2.6亿人次，增长3.9%；全年实现旅游总收入4.69万亿元，增长13.6%。

同时，旅行服务业的结构趋于优化。报告显示，国内旅游需求持续释放潜能，旅游人均花费稳步上升，度假休闲和观光游初步显现出并重的态势，旅行社组织国内游客占比不断下滑，散客化、自由行趋势更加明显。出境旅游市场继续维持增长态势，国民出境消费水平不断提升，出境自由行占比六成，游客逐渐重视对目的地的深度探索。入境旅游呈现出稳步增长的态势，商务旅游是入境旅游市场的重要推动力之一。

随着供给侧改革的持续深化，旅行服务业的现代服务业特征凸显。报告显示，2016年旅行服务产业在“较为景气”水平运行，旅行服务业在资本、技术双重驱动下，行业结构持续演化，旅游综合企业通过资本重组谋求转型升级，供给侧结构性改革进一步深化。旅行服务新业态特别是“互联网+旅游”、分享经济领域已经成为我国创业创新最为活跃的领域之一。线上线下融合、全球供应链整合，旅游产业链进一步优化，现代服务业特征凸显。大数据、科技应用、产品创新等方面新业态的发展带来了新动力，全球旅行服务体系投资布局更加明显。

旅行服务业休闲度假和体验消费等热点频现。中国旅游研究院、国家旅游局数据中心居民出游意愿调查显示，2016年度假休闲动机的游客比例已超过七成，家庭旅游占比达60%，休闲度假已成为国民出游的主要动机，以亲子游、爸妈游为代表的家庭旅游成为旅游消费市场主力。随着全域旅游、“旅游+”的深入贯彻，以及文创、旅游IP带动的新业态、新要素的发展，国内自驾游、乡村游等旅游形式成为出游常态，邮轮、海岛旅游、避暑旅游、冰雪旅游等度假旅游消费增势显著，文化娱乐、主题住宿、旅游商品、目的地生活体验等体验

性消费进一步扩大。

线下旅行社人力资本和盈利能力呈上升趋势。2016年，全国旅行社总量同比增长1.72%，总体增速放缓，旅行社资产总额增长率为3.87%，旅行社投资市场增长逐步放缓，旅行社直接从业人员同比减少2.13%，以大专以上学历从业人员为代表的劳动力资本有所提升，旅行社旅游业务营业收入总额增长率和毛利润呈现明显提升的趋势，旅行社组织国内旅游、出境旅游、入境旅游占比分别为69%、25%、6%，入境旅游占比减少。在线旅游业市场格局相对稳定，竞争趋于理性。2016年中国在线旅游市场交易规模和营收规模持续扩大，随着用户周边游、度假游、出境游等多元旅游需求比例的提升，机票和酒店在整体营收中所占比重有所下降，在线旅游市场向二三线城市和农村地区的下沉趋势日益明显。在线旅游市场格局已趋向稳定，企业梯队间规模差距明显。在线旅游行业整体向理性回归，企业运营效率的提升和盈利能力的增强成为多数创业公司更为看重的指标，核心在线旅游度假企业纷纷布局海外市场。

此外，旅行服务业与互联网深度融合带来更多创业创新。报告认为，2016年我国旅行服务业与互联网深度融合，在线旅游企业渠道下沉趋势明显，纷纷设置体验中心和门店，加快对上游资源端的渗透。在线旅游业基于用户大数据，同内容和科技深度融合的趋势明显，VR、AR、AI等在在线旅游企业中逐步应用，衍生出诸如娱乐化、旅游直播和VR+旅游等多种新型旅游产品。在线旅游企业的业务重心从机票、酒店、景点这些相对标准化的产品逐渐渗透到地方菜、土特产等细分市场，在旅游金融领域表现出非常积极的发展态势，大旅游生态圈趋势日益明显。

2016年各地区国际旅客接待规模 资料来源：观研天下数据中心整理 观研天下发布的《2018-2024年中国旅游服务产业市场发展现状调查与投资商机分析预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一章 2016-2017年中国旅游服务行业发展概述

第一节 2016-2017年旅游服务行业发展情况概述

一、旅游服务行业相关定义

二、旅游服务行业基本情况介绍

三、2016-2017年旅游服务行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国旅游服务行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、旅游服务行业产业链条分析

三、2016-2017年中国旅游服务行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2016-2017年中国旅游服务行业生命周期分析

一、旅游服务行业生命周期理论概述

二、2017年旅游服务行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年旅游服务行业经济指标分析

二、2016-2017年旅游服务行业的赢利性分析

四、2016-2017年旅游服务行业的经济周期分析

三、旅游服务行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年国中旅游服务行业进入壁垒分析

一、旅游服务行业技术壁垒分析

二、旅游服务行业规模壁垒分析

三、旅游服务行业品牌壁垒分析

四、旅游服务行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球旅游服务行业市场发展现状分析

第一节 全球旅游服务行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球旅游服务行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲旅游服务行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲旅游服务行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲旅游服务行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年亚洲旅游服务行业市场前景分析

四、2018-2024年亚洲旅游服务发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美旅游服务行业地区市场分析

一、2016-2017年北美旅游服务行业市场现状分析

二、2016-2017年北美旅游服务行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年北美旅游服务行业市场前景分析

四、2018-2024年北美旅游服务行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟旅游服务行业地区市场分析

- 一、2016-2017年欧盟旅游服务行业市场现状分析
- 二、2016-2017年欧盟旅游服务行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年欧盟旅游服务行业市场前景分析
- 四、2018-2024年欧盟旅游服务行业发展趋势分析

第六节 2018-2024年世界旅游服务行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球旅游服务行业市场规模预测

- 一、2018-2024年亚洲旅游服务行业市场规模预测
- 二、2018-2024年北美旅游服务行业市场规模预测
- 三、2018-2024年欧盟旅游服务行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国旅游服务产业发展环境分析

第一节 2016-2017年我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 2016-2017年中国旅游服务行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国旅游服务产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国旅游服务产业运行情况

第一节 中国旅游服务行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业技术现状分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国旅游服务行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国旅游服务行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国旅游服务行业产能情况分析

三、2015-2017年中国旅游服务行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国旅游服务行业需求情况分析

一、2015-2017年中国旅游服务行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国旅游服务行业行业需求区域分布

第四节 2018-2024年中国旅游服务行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国旅游服务市场格局分析

第一节 2016-2017年中国旅游服务行业竞争现状分析

一、中国旅游服务行业竞争情况分析

二、中国旅游服务行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国旅游服务行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国旅游服务行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国旅游服务行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国旅游服务行业竞争力分析

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

第六章 2016-2017年中国旅游服务市场价格走势分析

第一节 2016-2017年旅游服务行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国旅游服务行业价格现状分析

一、2016-2017年旅游服务行业平均价格走势回顾分析

二、2018年旅游服务行业平均价格走势预测

第三节 2018-2024年中国旅游服务行业平均价格走势预测

- 一、价格预测依据
- 二、2018-2024年中国旅游服务行业平均价格走势预测
- 三、2018-2024年中国旅游服务行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国旅游服务行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国旅游服务行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区旅游服务市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华东地区旅游服务市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华中地区旅游服务市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华南地区旅游服务市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华北地区旅游服务市场规模分析

第八章 2016-2017年中国旅游服务行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国旅游服务行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 2016-2017年中国旅游服务行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年中国旅游服务行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国旅游服务所属行业数据监测

第一节 中国旅游服务所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国旅游服务所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国旅游服务所属行业财务指标分析

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

第十章 我国旅游服务行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 携程

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 驴妈妈

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 飞猪

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 途牛

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 蚂蚁窝

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 艺龙

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 去哪儿

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 同程

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 穷游

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 猫途鹰

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国旅游服务行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国旅游服务行业未来发展前景分析

一、2018-2024年行业国内投资环境分析

二、2018-2024年中国旅游服务行业市场机会分析

三、2018-2024年中国旅游服务行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国旅游服务行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国旅游服务行业市场发展预测

一、2018-2024年中国旅游服务行业市场规模预测

二、2018-2024年中国旅游服务行业市场规模增速预测

三、2018-2024年中国旅游服务行业产值规模预测

四、2018-2024年中国旅游服务行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国旅游服务行业盈利走势预测

- 一、2018-2024年中国旅游服务行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2024年中国旅游服务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国旅游服务行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2024年旅游服务行业投资风险分析

- 一、2018-2024年旅游服务行业政策风险分析
- 二、2018-2024年旅游服务行业技术风险分析
- 三、2018-2024年旅游服务行业竞争风险分析
- 四、2018-2024年旅游服务行业其他风险分析

第二节 2018-2024年旅游服务行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2024年旅游服务行业经营模式
- 二、2018-2024年旅游服务行业生产模式
- 三、2018-2024年旅游服务行业销售模式

第三节 2018-2024年旅游服务行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国旅游服务行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2024年中国旅游服务行业品牌战略分析

- 一、旅游服务企业品牌的重要性
- 二、旅游服务企业实施品牌战略的意义
- 三、旅游服务企业品牌的现状分析
- 四、旅游服务企业的品牌战略
- 五、旅游服务品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国旅游服务行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2018-2024年中国旅游服务行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划

- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国旅游服务行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国旅游服务行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国旅游服务行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年旅游服务行业营销模式
- 二、2018-2024年旅游服务行业营销策略

第三节2018-2024年中国旅游服务行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国旅游服务行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国旅游服务行业投资产品分析

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/310518310518.html>