

2018-2024年中国旅游客运行业市场产销态势分析与未来前景趋势研究报告

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年中国旅游客运行业市场产销态势分析与未来前景趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/310519310519.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

旅游客运是指以运送旅游观光的旅客为目的，在旅游景区内运营或者其线路至少有一端在旅游景点的一种客运方式。

旅游客运按照营运方式分为定线旅游客运（按班车客运管理）和非定线旅游客运（按包车客运管理）。

在我国旅游产业规模不断扩大的同时，由于各种旅游市场经营主体良莠不齐，还存在很多问题，概括起来主要有以下几个比较突出的方面：

一是无照经营。目前市场上还存在很多非法从事旅游经营活动的现象，一些未取得经营资质的“黑社”、“黑车”、“黑店”、“黑导”坑骗、欺诈游客的行为屡禁不止，尤其是城市周边游和一日游欺客宰客现象较为普遍，严重干扰了正常的旅游市场秩序。

二是超范围经营。一些企业通过发布虚假旅游广告、散布不实信息，超范围经营旅游及相关业务，并且采取不法手段误导广大消费者，欺骗游客，给游客造成无法挽回的损失。

三是非法转让经营许可。一些旅行社自身经营管理水平不高，转而采用挂靠承包的方式非法转让经营许可并从中渔利，致使企业管理不到位，产品和服务同质化问题严重，旅游服务质量问题突出，并严重干扰旅游市场秩序。

四是恶性价格竞争。一些旅行社利用游客对价格的过度敏感心理，通过降低直观价格来吸引客源，然后再通过安排购物和推销另行付费活动获取回扣来弥补成本和获取非法利润。这种恶性的价格竞争正逐渐成为常态，并已经由侵蚀旅行社业运行机制向整个旅游行业渗透。

五是强迫或者变相强迫消费。一些旅行社在安排的线路中，随意增加购物或其他另行付费项目，一些购物商店、旅游景区、医疗点等接待游客的单位，与旅行社、导游联手诱导、误导游客消费。目前，强迫或变相强迫游客购物和消费不仅严重损害了广大游客的合法权益，而且严重扰乱了正常的市场竞争秩序，影响了旅游业的声誉。

六是履约不到位。部分旅游企业在提供旅游服务过程中存在擅自更改行程、降低服务标准的现象。在恶性价格竞争背景下，一些旅行社在接待旅游者过程中降低或变相降低旅游合同约定的住宿、餐饮、交通等标准，擅自缩短游览时间、增加购物次数和时间以及增加自费景点等自费项目，严重影响到服务的品质。

七是服务质量不高。相对旅游经济规模的快速增长，旅游服务质量提升滞后。旅游饭店行业仍存在“重硬件、轻软件”倾向。旅游景区服务质量不稳定，特别是在旅游旺季各种服务质量问题更加突出。旅行社行业在低价竞争盛行的状况下，接待服务质量难有保障，部分游客甚至对旅行社行业服务已经缺乏基本的信任感。此外，涉及到旅游产业链条中的旅游餐饮店、旅游购物商店及旅游娱乐场所等也都存在旅游产品质价不符、旅游服务质量无保障等问题。

《2024年中国旅游客运行业市场产销态势分析与未来前景趋势研究报告》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年中国旅游客运行业发展概述

第一节 2016-2017年旅游客运行业发展情况概述

一、旅游客运行业相关定义

二、旅游客运行业基本情况介绍

三、2016-2017年旅游客运行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国旅游客运行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、旅游客运行业产业链条分析

三、2016-2017年中国旅游客运行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2016-2017年中国旅游客运行业生命周期分析

一、旅游客运行业生命周期理论概述

二、2017年旅游客运行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年旅游客运行业经济指标分析

二、2016-2017年旅游客运行业的赢利性分析

四、2016-2017年旅游客运行业的经济周期分析

三、旅游客运行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年中国旅游客运行业进入壁垒分析

一、旅游客运行业技术壁垒分析

二、旅游客运行业规模壁垒分析

三、旅游客运行业品牌壁垒分析

四、旅游客运行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球旅游客运行业市场发展现状分析

第一节 全球旅游客运行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球旅游客运行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲旅游客运行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲旅游客运行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲旅游客运行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年亚洲旅游客运行业市场前景分析

四、2018-2024年亚洲旅游客运发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美旅游客运行业地区市场分析

一、2016-2017年北美旅游客运行业市场现状分析

二、2016-2017年北美旅游客运行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年北美旅游客运行业市场前景分析

四、2018-2024年北美旅游客运行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟旅游客运行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟旅游客运行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟旅游客运行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年欧盟旅游客运行业市场前景分析

四、2018-2024年欧盟旅游客运行业发展趋势分析

第六节 2018-2024年世界旅游客运行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球旅游客运行业市场规模预测

一、2018-2024年亚洲旅游客运行业市场规模预测

二、2018-2024年北美旅游客运行业市场规模预测

三、2018-2024年欧盟旅游客运行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国旅游客运产业发展环境分析

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年中国旅游客运行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国旅游客运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年中国旅游客运产业运行情况

第一节 中国旅游客运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年中国旅游客运行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国旅游客运行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国旅游客运行业产能情况分析

三、2015-2017年中国旅游客运行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国旅游客运行业需求情况分析

一、2015-2017年中国旅游客运行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国旅游客运行业行业需求区域分布

第四节 2018-2024年中国旅游客运行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国旅游客运市场格局分析

第一节 2016-2017年中国旅游客运行业竞争现状分析

一、中国旅游客运行业竞争情况分析

二、中国旅游客运行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国旅游客运行业集中度分析

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年中国旅游客运行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国旅游客运行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国旅游客运行业竞争力分析

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年中国旅游客运市场价格走势分析

第一节 2016-2017年旅游客运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年中国旅游客运行业价格现状分析

一、2016-2017年旅游客运行业平均价格走势回顾分析

二、2018年旅游客运行业平均价格走势预测

第三节 2018-2024年中国旅游客运行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2024年中国旅游客运行业平均价格走势预测

三、2018-2024年中国旅游客运行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国旅游客运行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国旅游客运行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区旅游客运市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区旅游客运市场规模分析

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年华中地区旅游客运市场规模分析

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年华南地区旅游客运市场规模分析

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年华北地区旅游客运市场规模分析

第八章 2016-2017年中国旅游客运行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国旅游客运行业竞争结构分析（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年中国旅游客运行业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年中国旅游客运行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国旅游客运所属行业数据监测

第一节 中国旅游客运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 中国旅游客运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 中国旅游客运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 我国旅游客运行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 泉州市胜地旅游客运有限公司

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 中旅旅游汽车有限公司

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 昆明中北旅游客运有限公司

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 吉林省海格旅游汽车有限公司

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 东莞新旅程旅游客运有限公司

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 企业

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 杭州公交旅游客运有限公司

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 沈阳旅游客运公司

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 上海众兴汽车旅游客运有限公司

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 广州市广骏旅游汽车企业集团有限公司

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年中国旅游客运行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国旅游客运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年中国旅游客运行业市场机会分析

三、2018-2024年中国旅游客运行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国旅游客运行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国旅游客运行业市场发展预测

一、2018-2024年中国旅游客运行业市场规模预测

二、2018-2024年中国旅游客运行业市场规模增速预测

三、2018-2024年中国旅游客运行业产值规模预测

四、2018-2024年中国旅游客运行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国旅游客运行业盈利走势预测

一、2018-2024年中国旅游客运行业毛利润同比增速预测

二、2018-2024年中国旅游客运行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国旅游客运行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2024年旅游客运行业投资风险分析

一、2018-2024年旅游客运行业政策风险分析

二、2018-2024年旅游客运行业技术风险分析

三、2018-2024年旅游客运行业竞争风险分析

四、2018-2024年旅游客运行业其他风险分析

第二节 2018-2024年旅游客运行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2024年旅游客运行业经营模式

二、2018-2024年旅游客运行业生产模式

三、2018-2024年旅游客运行业销售模式

第三节 2018-2024年旅游客运行业应对策略

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年中国旅游客运行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2024年中国旅游客运行业品牌战略分析

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

第二节 2018-2024年中国旅游客运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年中国旅游客运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年中国旅游客运行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2024年中国旅游客运行业产品策略分析

- 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年中国旅游客运行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年旅游客运行业营销模式
- 二、2018-2024年旅游客运行业营销策略

第三节 2018-2024年中国旅游客运行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国旅游客运行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国旅游客运行业投资产品分析

(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/310519310519.html>