

# 2020-2026年中国旅行社行业竞争现状及投资规划 研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020-2026年中国旅行社行业竞争现状及投资规划研究报告》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/lvyou/290573290573.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

### 一、我国中小旅行社的发展现状

#### （一）旅行社数量不断增多

九十年代初，随着我国经济的快速增长、休假制度的逐步完善、国民消费水平的提高以及公共交通体的完善，中国的旅游业快速发展。据2014年中国旅游业分析报告显示，2014年我国旅游行业一共收入约3.25万亿元，比上年增长了14%；其中国内旅游人数约达36亿人次，同比增长10.67%；国内旅游总收入约3.03万亿元，同比增长15.4%；出境旅游约1.18亿万人次，比去年增长20.30%；大陆游客出境旅游消费约1500亿美元，同比增长18%；外国人入境旅游2636万人次，增长0.27%。

改革开放至今，我国旅行社的数量保持增长的趋势，到2011年末，全国纳入统计范围的旅行社共有23690家，比上年末增长4.0%。而旅游市场规模的不断扩大，旅行社的利润率却在不断下降。90年代初期，我国国际旅行社的平均营业利润率为6.7%，九十年代末期，这一利润率降低为3.5%，而国内旅行社的纯利润远远低于比国际旅行社，只有约0.69%。

图：2015年11月中国入境旅游主要客源市场统计 资料来源：公开资料，中国报告网整理

#### （二）网络市场的快速发展

中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第26次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2010年6月底，我国网民数量已经超过4亿，大约达到了4.3亿，比2009年增长了约3600万人次。互联网使用率提升至32%，比2009年提升了2.9%。截至2010年6月，旅游预订的使用率为8.6%，用户规模达到3612万人，半年增长19.4%。

### 二、我国中小旅行社业发展策略

#### （一）提升品牌质量

我国中小旅行社应当根据企业自身发展需要，合理制定发展战略，科学设计企业的发展方向，采用规范的经营模式。应当依据企业内部的实际情况，结合我国旅游业的发展状况，制定出符合我国市场经济发展要求的经营模式。1.实现产品精品化经营，提升旅游产品的研发品质，提升旅游产品的特色化与精品化。我国中小旅行社要想改变产品种类单一无特色的现状，寻求更好的出路，就要不断看清企业自身的优势与劣势，针对旅游市场进一步细分，明确产品在市场中的定位，完善产品的种类和特色。同时，开发产品的衍生品，对衍生产

品进行深入挖掘，优化服务，打造属于企业自身的特色产品。当今社会，我国旅游者的需求已经由原有的单一化逐步转变为多元化。传统的旅行社营销模式已经远远无法满足旅游者的需求，自驾游客将会成为未来旅行社业发展的趋势。我国中小旅行社可以充分利用网络平台大力宣传旅行社的品牌产品，改变企业销售模式，提升企业销售水平。2.与国内外知名旅行社联合，通过大品牌效应提升自身企业的知名度。随着我国经济的快速发展，目前水平管理的体制即被垂直分工体系所代替。知名旅行社具占据市场较大数额的市场份额、管理模式规范化、品牌影响较高的优势，中小型旅行社特别是小型旅行社可充分依靠知名品牌旅行社的品牌效应提升营业额。这样中小型旅行社可以有效地避免资金不足，产品研发层次低，技术水平不高，产品经营无知名度等劣势和收入低等经营风险，使其能共同发展。

## （二）实施科学管理

一是加快推进旅行社体制改革，设立旅行社股份制和旅行社公司制。中小型旅行社可以采用不同的持股方式：如与大型旅行社的法人相互持股、优秀职工持股、高层管理人员持股等模式，实现产权主体的单一化到多元化的变革。二是形成良好科学的旅行社运营体制，吸收企业员工和外部经验和资源，提升企业的管理水平。完善企业内部的组织结构，建立良好的决策和管理程序，建立提升全体员工工作效率的奖励机制等。三是注重内部企业文化建设。中小型旅行社要增强企业文化的推动力、凝聚力和约束力作用，加强团队合作，爱岗奉献，听从员工的意见，营造和谐美好的经营环境，为消费者提供优质的服务，提升企业的知名度。

## （三）实施旅行社网络创新发展模式

以旅游产品为主体的网络平台可快速推进全国各省市旅行社之间的合作频率，甚至可以联合同一省市、同一区域的旅行社共同创建城市旅游品牌，构建旅游城市的战略合作伙伴关系。这种变化不仅可以提高中小企业的发展速度，还可以增强企业之间的信任度与沟通。而通过网络化平台构建中小旅行社企业之间的旅游城市联盟可以提升旅游市场环境的健康度，改善旅行社之间彼的信任缺失，形成良好的旅游城市利益共同体。

中国报告网发布的《2017-2022年中国旅行社行业竞争现状及投资规划研究报告》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。

## 第一章：中国旅行社行业发展现状及前景预测

### 1.1 旅行社行业发展现状分析

#### 1.1.1 旅行社资产及从业人员

#### 1.1.2 旅行社经营情况分析

(1) 总体经营情况

(2) 行业盈利结构

#### 1.1.3 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

#### 1.1.4 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

#### 1.1.5 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

### 1.2 旅行社行业转型升级分析

#### 1.2.1 旅行社行业发展阶段

#### 1.2.2 旅行社行业分工体系

#### 1.2.3 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

#### 1.2.4 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
- 1.3 旅行社行业热点问题讨论
  - 1.3.1 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
    - (9) 导游薪酬制及其影响
  - 1.3.2 旅行社行业发展问题及对策建议
    - (1) 旅行社行业发展现存问题
    - (2) 旅行社行业发展对策建议
- 1.4 旅行社行业发展前景预测
  - 1.4.1 旅行社业发展影响因素
    - (1) 有利因素
    - (2) 不利因素
  - 1.4.2 旅行社业发展前景分析
  - 1.4.3 旅行社业发展规模预测

## 第二章：中国旅行社主营业务经营情况分析

- 2.1 旅行社国内游业务结构分析
- 2.2 旅行社国内游业务经营情况分析
  - 2.2.1 旅行社国内游业务特点分析
  - 2.2.2 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
  - 2.2.3 旅行社国内游业务营业收入和利润情况
- 2.3 旅行社入境游业务经营情况分析
  - 2.3.1 旅行社入境游业务特点分析
  - 2.3.2 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
- 2.3.3 旅行社入境游业务营业收入和利润情况
- 2.4 旅行社出境游业务经营情况分析
  - 2.4.1 旅行社出境游业务特点分析
  - 2.4.2 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
  - 2.4.3 旅行社出境游业务营业收入和利润情况
- 2.5 旅行社其他业务发展潜力分析
  - 2.5.1 旅行社商务会奖旅游业务发展潜力分析
  - 2.5.2 旅行社票务代理业务发展潜力分析
  - 2.5.3 旅行社签证业务发展潜力分析
  - 2.5.4 旅行社邮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) 中国邮轮市场政策分析

### 第三章：“互联网+”时代旅行社行业发展机遇分析

- 3.1 旅行社电子商务应用发展模式分析
  - 3.1.1 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
  - 3.1.2 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
  - 3.1.3 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
- 3.2 旅行社在线旅游业务发展模式分析
  - 3.2.1 旅行社在线旅游业务的新营销模式
  - 3.2.2 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
- 3.2.3 旅行社在线旅游应用情况
- 3.2.4 旅行社在线旅游业务机遇与挑战
- 3.2.5 在线旅行社发展前景展望
- 3.3 传统旅行社与电子商务的融合分析
- 3.3.1 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
- 3.3.2 传统旅行社行业网络营销分析
  - (1) 旅行社网络营销的优势分析
  - (2) 旅行社网络营销存在的难题
  - (3) 旅行社网络营销的策略分析
- 3.3.3 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

#### 第四章：中国旅行社行业领先企业案例分析

- 4.1 中国旅行社排行榜
  - 4.1.1 全国旅行社集团十强
  - 4.1.2 全国旅行社税收十强
- 4.2 中国领先旅行社经营分析
  - 4.2.1 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) 企业产品服务分析
    - (3) 企业发展现状分析
    - (4) 企业竞争优势分析
  - 4.2.2 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) 企业产品服务分析
    - (3) 企业发展现状分析



(4) 企业竞争优势分析

4.2.3 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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.4 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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.5 中国国际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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.6 中信旅游集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.7 上海春秋国际旅行社（集团）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.8 广州广之旅国际旅行社股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.9 广东省中国旅行社股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.10 中青旅（北京）国际会议展览有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.11 北京众信国际旅行社股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.12 湖北省中国旅行社有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.13 中国妇女旅行社经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.14 湖南省亲和力旅游国际旅行社有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.15 苏州青年旅行社股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.16 昆明康辉旅行社有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.17 辽宁康辉国际旅行社有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.18 山东嘉华文化国际旅行社有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.19 上海国旅国际旅行社有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.20 浙江中旅旅业集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.21 上海携程国际旅行社有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.22 国旅(深圳)国际旅行社有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.23 浙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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.24 山东旅游有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.25 重庆海外旅业(旅行社)集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.26 成都中国青年旅行社经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.27 安徽中国青年旅行社有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.28 北京神舟国际旅行社集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.29 沈阳市海外国际旅行社有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.30 上海航空国际旅游(集团)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.31 福建省中国旅行社经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.32 河南旅游集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

4.2.33 哈尔滨青年国际旅行社经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.34 中国铁道旅行社经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

4.2.35 河北康辉国际旅行社有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第五章：中国旅行社行业投资潜力分析及建议

5.1 旅行社行业及细分市场吸引力评价

5.1.1 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

## 5.1.2 旅行社行业细分市场吸引力评价

## 5.2 旅行社行业投资特性

### 5.2.1 旅行社行业进入壁垒

### 5.2.2 旅行社行业盈利模式

### 5.2.3 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

## 5.3 旅行社行业纵向整合投资分析

### 5.3.1 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

### 5.3.2 旅行社行业纵向整合投资分析

## 5.4 旅行社行业投资建议

### 5.4.1 旅行社行业投资环境

### 5.4.2 旅行社行业投资机会

### 5.4.3 旅行社行业投资风险

### 5.4.4 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

(3) 发展旅行社+金融业务

## 图表目录

图表1：全国旅行社财务状况表（单位：千元，人）

图表2：旅行社行业经营情况（单位：亿元，%）

图表3：中国旅行社收入结构（单位：%）

图表4：中国旅行社毛利率对比（单位：%）

图表5：中国旅行社行业营业收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表6：旅行社数量规模及增长情况（单位：家，%）

图表7：全国旅行社数量区域分布变化情况（单位：家，%）

图表8：旅行社数量地区分布（单位：家）

图表9：我国旅行社数量的区域分布情况（单位：家，%）

图表10：我国旅游外汇收入的地区分布（单位：百万美元，%）

图表详见正文（GYSYL）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行

年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/290573290573.html>