

2009-2012年中国旅行社行业市场发展与投资前景 分析报告

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《2009-2012年中国旅行社行业市场发展与投资前景分析报告》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/3224232242.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

第一章 2008年国际旅行社行业发展态势

第一节 2008年国际旅行社行业发展现状

一、行业特点

二、行业集中度

三、行业存在问题

第二节 2008年主要国家旅行社行业发展现状

一、英国

二、德国

三、日本

四、美国

第三节 2009-2012年国际旅行社行业发展趋势

第二章 2008年世界三大旅行社发展状况

第一节 英国托马斯公司

一、企业概况

二、企业主要业务

三、企业SWOT

四、企业未来动向

第二节 美国运通公司

一、企业概况

二、企业主要业务

三、企业SWOT

四、企业未来动向

第三节 日本JTB集团

一、企业概况

二、企业主要业务

三、企业SWOT

四、企业未来动向

第三章 2008年中国旅行社行业发展环境

第一节 2008年中国旅行社行业发展政治环境

一、中国旅行社行业进入政策

二、中国《旅行社管理条例》

三、中国旅行社改制状况

第二节 2008年中国旅行社行业发展经济环境

一、2008年中国GDP增长状况

二、2008年中国城镇居民家庭可支配收入及恩格尔系数

第三节 2008年中国旅行社行业发展社会环境

一、2008年中国人口规模

二、2008年中国居民生活水平

第四章 2008年中国旅行社行业发展局势

第一节 2008年中国旅行社行业发展概况

一、旅行社业的行业评价

二、旅行社行业亟待升级

三、旅行社行业的发展目标

四、旅行社业发展的工作配置

第二节 2008年中国旅行社运行状况

一、2008年中国旅行社的奥运旅游

二、2008年中国旅行社发展态势

三、2008年中国旅行社面临窘境探索新模式

四、2008年中国旅行社争抢邮轮游市场

第三节 2008年中国旅行社行业存在问题

一、产权不清晰

二、分工体系制约

三、市场集中度低

四、中、小型旅行社缺乏明确的市场定位

五、恶性价格竞争盛行，市场秩序混乱

六、业务范围狭窄，管理水平低下

七、规模经济低

第五章 2008年电子商务在中国旅行社中的运用状况

第一节 2008年中国旅游业与电子商务运用发展

一、中国旅游业与电子商务结合是必然的趋势

二、电子商务在中国旅游业的应用

三、中国旅游电子商务发展的障碍

四、中国旅游电子商务的发展途径

第二节 2008年电子商务对中国旅行社行业的冲击

一、网络化弱化旅行社的信息功能

二、电子商务将对旅行社的产品造成冲击

三、电子商务对旅行社传统销售渠道和手段将造成冲击

四、旅行社旅游产品推销模式和手段将被网上营销所代替

五、电子商务对旅行社成本价格的冲击

六、电子商务对旅行社存在价值的冲击

第三节 2008年中国旅行社在电子商务环境下的关系营销

一、旅行社电子商务的定义及其

二、在旅行社电子商务中开展关系营销的必要性

三、旅行社如何在电子商务中开展关系营销

第四节 2008年中国旅行社信息技术应用现状与前景

一、信息技术应用基础

二、中国旅行社信息技术应用现状

三、中国旅行社信息技术应用前景

第六章 2008年中国假期旅游市场运行态势

第一节 2008年中国假期旅游市场发展状况

一、2008年中国春节黄金周发展情况

二、2008年中国暑期旅游特点

第二节 2008年中国“十一”黄金周旅游市场运行状况

一、2008年中国“十一”黄金周旅游市场热点

二、2008年中国“十一”黄金周旅游市场运行态势

第三节 加快推动中国休闲度假旅游发展的思考

一、新的休假制度实行的预示

二、新的休假制度实施后出现的新情况

三、加快我国休闲度假旅游发展的重点

第七章 2008年中国特色旅游市场运行局势

第一节 商务旅游

一、商务旅游的定义及特征

二、商务旅游客人的消费特征

三、发展商务旅游的经济、社会意义

四、中国商务旅游市场可持续发展策略

五、2008年互联网带来商旅行业直销风暴

第二节 会展旅游

一、我国会展旅游业发展现状

二、我国会展旅游业的主要问题

三、我国会展旅游发展对策

四、我国会展旅游业的发展趋势

第三节 城市旅游

一、中国城市旅游整体发展情况

二、中国城市旅游发展中存在的误区与现象

三、城市旅游广阔的发展空间

四、我国城市旅游发展的势态

五、城市旅游竞争力

第四节 工业旅游

一、工业旅游的由来及特点

二、我国工业旅游的发展现状

三、推进我国工业旅游发展的意义和作用

四、发展工业旅游策略

第五节 生态旅游

一、生态旅游的定义

二、中国生态旅游实践中问题成因剖析

三、生态旅游的可持续发展

四、中国生态旅游发展的未来

第八章 2008年中国旅游市场消费者群体开发

第一节 2008年中国农民旅游市场开发

一、开发农民旅游市场的可行性

二、农民旅游心理研究

三、农民旅游活动中存在的问题

四、中国农民旅游市场开发对策研究

第二节 2008年中国大学生旅游市场开发

一、开发大学生旅游市场的可行性探讨

二、大学生旅游心理

三、大学生旅游市场的特征

四、大学生旅游市场的开发策略研究

第三节 2008年中国老年旅游市场开发

一、人口老龄化给中国旅游业带来的契机

二、我国老年旅游的现状和特点

三、我国老年旅游市场的开发策略

第四节 2008年中国女性旅游消费者旅游市场开发

一、女性消费旅游产品的内涵

二、女性旅游消费者类型及心理

三、女性旅游消费者营销策略的建议

四、女性消费者的旅游营销启示

第九章 2008年中国旅行社市场竞争策略

第一节 2008年中国新假日制度下旅游企业的营销对策

- 一、中国新假日制度对旅游业的影响
- 二、旧假日制度下旅游市场营销存在的问题
- 三、中国新假日制度下企业的营销对策

第二节 2008年中国可持续旅游消费及其实现对策

- 一、可持续旅游消费的内涵
- 二、我国可持续旅游消费发展的现实环境
- 三、我国可持续旅游消费的实现对策

第三节 2008年中国旅行社竞争环境下的应对策略

- 一、企业联盟是旅行社拓展功能的重要渠道
- 二、产品提升是旅行社保持竞争力的根本保障
- 三、市场渗透是旅行社保持客源的重要法宝
- 四、网络营销是旅行社产品宣传的重要手段

第四节 2008年中国旅行社应对网络旅游的挑战策略

- 一、网络旅游的竞争优势
- 二、旅行社的应对策略

第十章 2008年中国重点旅游企业经营状况与竞争力

第一节 桂林旅游股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 黄山旅游发展股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 中青旅控股股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 峨眉山旅游股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第五节 北京首都旅游股份有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第六节 丽江玉龙旅游股份有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第十一章 2008年中国旅游业国际化战略

第一节 2008年中国旅行社国际化现状

一、旅游业国际化是经济竞争的必然趋势

二、中国旅游业正朝国际化迈进

第二节 2008年中国旅行社国际化存在的问题

一、中国旅行社三大特点

二、旅行社主业单一同质化严重

三、经营模式“粗放式”问题严重

四、旅游产品传统阻碍旅行社国际化发展

第三节 2008年培育具有国际竞争力旅游企业策略

一、旅游强国需具有国际竞争力的旅游企业集团

二、培育具有国际竞争力的旅游企业集团

三、对培育具有国际竞争力旅游集团的建议

第十二章 2009-2012年中国旅行社行业发展趋势预测

第一节 2009-2012年中国旅游市场发展趋势

一、中国露营旅游市场需求状况预测

二、中国星级旅游饭店发展态势预测

三、后奥运对旅游行业的拉动预测

第二节 2009-2012年中国旅行社行业发展趋势

一、品牌化

二、网络化

三、专业化

第三节 2009-2012年中国旅行社行业市场盈利预测

第十三章 2009-2012年中国旅行社行业投资前景

第一节 2009-2012年中国旅行社行业投资机会

第二节 2009-2012年中国旅行社行业投资风险

一、金融风险

二、政策风险

三、竞争风险

四、其他风险

第三节 权威专家建议建议

一、发挥资源优势，加强产业链整合

二、实现规模经济效应

三、扩大品牌与服务影响力

四、抢占市场先机，获取竞争优势

图表目录：

图表：英国托马斯公司主要业务

图表：英国托马斯公司SWOT

图表：美国运通公司主要业务

图表：美国运通公司SWOT

图表：日本JTB集团主要业务

图表：日本JTB集团SWOT

图表：2008年中国GDP增长状况

图表：2008年中国城镇居民家庭可支配收入及恩格尔系数

图表：2008年中国春节黄金周发展情况

图表：2008年中国暑期旅游特点

图表：2008年中国“十一”黄金周旅游市场运行态势

图表：女性旅游消费者类型

图表：桂林旅游股份有限公司收入及盈利指标

图表：桂林旅游股份有限公司资产状况

图表：桂林旅游股份有限公司成本费用构成情况

图表：桂林旅游股份有限公司竞争力

图表：黄山旅游发展股份有限公司收入及盈利指标

图表：黄山旅游发展股份有限公司资产状况

图表：黄山旅游发展股份有限公司成本费用构成情况

图表：黄山旅游发展股份有限公司竞争力

图表：峨眉山旅游股份有限公司收入及盈利指标

图表：峨眉山旅游股份有限公司资产状况

图表：峨眉山旅游股份有限公司成本费用构成情况

图表：峨眉山旅游股份有限公司竞争力

图表：北京首都旅游股份有限公司收入及盈利指标

图表：北京首都旅游股份有限公司资产状况

图表：北京首都旅游股份有限公司成本费用构成情况

图表：北京首都旅游股份有限公司竞争力

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司收入及盈利指标

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司资产状况

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司成本费用构成情况

图表：丽江玉龙旅游股份有限公司竞争力

略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/3224232242.html>