

2021年中国旅行社市场分析报告- 行业供需现状与发展商机研究

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《2021年中国旅行社市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》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/536221536221.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

根据中国《旅行社管理条例》的规定，旅行社是指从事招徕、组织、接待旅游者等活动，为旅游者提供相关旅游服务，开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务的企业。根据商业模式划分，旅行社可分为线下旅行社和线上旅行社。线下旅行社指通过线下门店实现旅行产品和服务推广、运营的旅行社。线上旅行社是通过互联网展示旅游产品信息，为旅游者提供在线交易和相关旅游服务并独立核算的企业。

旅行社分类 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国旅行社行业市场规模为5.9万亿元，较上年同比增长9.3%；2019年，我国旅行社行业市场规模为**万亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国旅行社行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 个性化定制：走马观花、赶鸭式参观景点的旅游方式成为我国的基本旅游模式，游客们的大量时间浪费在团体集合等待、景点间的交通和进行购物活动上，游客对传统的跟团游玩的标准化旅游产品已产生消费审美疲劳。在此情况下，各大旅行社纷纷提供定制化产品服务，让消费者能参与到旅游方案生产的过程，充分发挥自主选择权，生产出符合其个性化需求的旅游方案，从而优化消费者的体验。

(2) 深度体验：由于消费升级，审美提高，消费者对出游体验感提出优化要求，从感官体验向交互体验、情感体验转变。于是旅行社开始提供深度体验的旅游产品。如开发影视基地资源，为游客提供置身于影视故事的场景，加深体验感或者协助学校组织学生参与红军小指挥员的红色爱国主义教育活动等。

(3) 精准营销：旅行社掌握消费者在平台以往的浏览记录和交易数据，为进行用户画像分析提供了数据基础。目前部分旅行社企业已在精准推送方面提出发展战略，如同程艺龙2019年提出向打造“智能出行管家”转型，通过数据更多的了解客户，更加细致地为每一个客户画像，提供定制化的服务和精准的推送。

我国旅行社行业优势分析 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 产品同质化严重：我国线下旅行社目前存在产品同质化严重的问题，各大旅行社通过打价格战，争取客源，整体市场竞争激烈，集中度低。

(2) 缺乏高素质的专职导游队伍：旅游消费者的消费习惯正在发生改变并不断对已有的旅游服务提出质疑，要求更高质量的服务和更高的满意度，需要一支稳定的高素质的专职导游队伍。虽然近年来我国导游人数增长较快，但因大量持证导游不从事专职导游工作，因而专职导游人数还不能满足市场需求。

(3) 传统的组团游无法满足散客的需求：随着网上旅游服务、全球旅游网络电子商务的发展和旅游市场的日益成熟，个性化、消费化时代的来临，旅行出游方式也从传统的随团

出游逐渐转向散客游、自驾车游、自助游等不参团、自由行的方式。

我国旅行社行业劣势 数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

(1) 城镇化发展：我国城镇化快速发展，基础配套设施建设进一步成熟，为旅行社上游交通、住宿和度假玩乐的资源供给提供了重要支持。交通出行方面，航空和铁路基础设施建设覆盖范围扩大。住宿方面，酒店客房供给增加，质量服务优化，非标准民宿丰富住宿选择。度假玩乐方面，景点数量增加，景区投资加热，特色景区资源将日益丰富。

(2) 互联网技术发展：计算机网络技术、大数据挖掘和AI等技术迭代，支持旅行社实现运营、推广等模式革新。通过运用计算机网络技术，线上旅行社将线下的交通、住宿和度假景区等资源整理成互联网产品和服务，在运营和推广方面实现新的突破。

(3) 政策引导：近年来我国相继出台多项政策引导旅行社行业健康发展。如2015年9月，国家旅游局出台《关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》，提出发展目标：到2020年，旅游业各领域与互联网达到全面融合，互联网成为我国旅游业创新发展的主要动力和重要支撑，网络化、智能化、协同化国家智慧旅游公平服务平台基本形成；在线旅游投资占全国旅游直接投资的15%，在线旅游消费支出占国民旅游消费支出的20% 提出行动措施：推进旅游区域互联网基础设施建设；推动旅游相关信息互动终端建设；推动旅游物联网设施建设；支持在线旅游创业创新等。

2017年12月，国家旅游局在《旅行社在线经营与服务规范》中规定了通过互联网在线经营和服务的旅行社的功能分类、经营基本要求、旅游信息在线展示要求、旅游产品在线交易要求和在线经营服务要求。

我国旅行社行业相关政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

2013.04

《中华人民共和国旅游法》

全国人大常委会

提出旅游规划和促进的方向，提出旅游经营、旅游服务合同、旅游安全、旅游监督管理、旅游纠纷处理和法律责任等方面的规范要求

2017.03

《旅行社条例<2017年修订>》

国务院

对于旅行社设立要求、外商投资、经营要点、监管检查、法律责任等方面有明确的规定

2013.02

《国民旅游休闲纲要（2013-2020年）》

国务院办公厅

提出发展目标：到2020年，职工带薪年休假制度基本得到落实，城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长，健康、文明、环保的旅游休闲理念成为全社会的共识，国民旅游休闲质量显著提高，与小康社会相适应的现代国民旅游休闲体系基本建成 提出主要任务和措施：保障国民旅游休闲时间、改善国民旅游休闲环境、推进国民旅游休闲基础设施建设、加强国民旅游休闲产品开发与活动组织、完善国民旅游休闲公共服务、提升国民旅游休闲服务质量等

2016.12

《“十三五”旅游业发展规划》

国务院

提出具体发展目标：旅游经济稳步增长、综合效益显著提升、人民群众更加满意和国际影响力大幅提升 提出主要任务和保障措施：突出理念、产品、业态、技术和市场主体创新；优化旅游业空间布局；加强交通基础设施建设；倡导绿色旅游消费；构建旅游开放新格局和大力实施乡村旅游扶贫工程

2012.02

《关于鼓励和引导民间资本投资旅游业的实施意见》

国家旅游局

提出坚持旅游业向民间资本全方位开放、鼓励民间资本投资旅游业、提高民营旅游企业竞争力、为民间旅游投资创造良好环境和加强对民间投资的服务和管理

2012.02

《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》

国家七部委

提出区别对待、有扶有控，加强和改进对旅游业的信贷管理和服务。支持旅游企业发展多元化融资渠道和方式。规范发展旅游业保险市场，增强旅游保险服务。改进旅游业支付结算服务，支持发展旅游消费信贷。完善旅游业外汇管理和服务，支持旅游企业“走出去”。加强旅游行业管理，营造金融支持旅游业的良好外部环境。加强政策协调落实和监测评估

2015.09

《关于打击组织“不合理低价游”的意见》

国家旅游局

明确“不合理低价”的认定标准，对涉及“不合理低价”违法行为的旅行社和相关责任人处罚处理方式，对各省、自治区、直辖市旅游委提出具体的工作要求

2015.09

《关于打击旅游活动中欺骗、强制购物行为的意见》

国家旅游局

明确“欺骗、强制旅游购物”的认定标准，对涉及“欺骗、强制旅游购物”违法行为的旅行社及

其相关负责人、导游、领队和购物场所及其经营者处罚处理方式，对各省、自治区、直辖市旅游委提出具体的工作要求

2015.09

《关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》

国家旅游局

提出发展目标：到2020年，旅游业各领域与互联网达到全面融合，互联网成为我国旅游业创新发展的主要动力和重要支撑，网络化、智能化、协同化国家智慧旅游公平服务平台基本形成；在线旅游投资占全国旅游直接投资的15%，在线旅游消费支出占国民旅游消费支出的20% 提出行动措施：推进旅游区域互联网基础设施建设；推动旅游相关信息互动终端建设；推动旅游物联网设施建设；支持在线旅游创业创新等

2017.12

《旅行社在线经营与服务规范》

国家旅游局

规定了通过互联网在线经营和服务的旅行社的功能分类、经营基本要求、旅游信息在线展示要求、旅游产品在线交易要求和在线经营服务要求数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 上游资源供应商加大直销投入：上游资源供应商直销投入比重逐年上升，反映其逐步减少对线上旅行社的依赖，尤其在航空机票和酒店领域，其分销代理投入的比重下降，线上旅行社行业发展受限。

(3) 国际政治环境变动：国家之间外交关系的恶化、国际危机事件和战争等为出入境旅游增加了不可控的危险因素，威胁旅游者的生命安全，导致旅游者的出游需求下降。

(4) 经济环境变动：世界性或目的地国家经济危机、外汇汇率变化等，打击游客出游的欲望，影响旅游业发展的稳定性。如2008年世界性金融危机影响实体经济，居民的可支配收入降低，导致旅游需求下降。

威胁我国旅行社行业发展因素分析 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国旅行社市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国旅行社行业发展概述

第一节 旅行社行业发展情况概述

- 一、旅行社行业相关定义
- 二、旅行社行业基本情况介绍
- 三、旅行社行业发展特点分析
- 四、旅行社行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、旅行社行业需求主体分析

第二节 中国旅行社行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、旅行社行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国旅行社行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国旅行社行业生命周期分析

- 一、旅行社行业生命周期理论概述
- 二、旅行社行业所属的生命周期分析

第四节 旅行社行业经济指标分析

- 一、旅行社行业的赢利性分析
- 二、旅行社行业的经济周期分析
- 三、旅行社行业附加值的提升空间分析

第五节 中国旅行社行业进入壁垒分析

- 一、旅行社行业资金壁垒分析
- 二、旅行社行业技术壁垒分析
- 三、旅行社行业人才壁垒分析
- 四、旅行社行业品牌壁垒分析
- 五、旅行社行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球旅行社行业市场发展现状分析

第一节 全球旅行社行业发展历程回顾

第二节 全球旅行社行业市场区域分布情况

第三节 亚洲旅行社行业地区市场分析

- 一、亚洲旅行社行业市场现状分析
- 二、亚洲旅行社行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲旅行社行业市场前景分析

第四节 北美旅行社行业地区市场分析

- 一、北美旅行社行业市场现状分析
- 二、北美旅行社行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美旅行社行业市场前景分析

第五节 欧洲旅行社行业地区市场分析

- 一、欧洲旅行社行业市场现状分析
- 二、欧洲旅行社行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲旅行社行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界旅行社行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球旅行社行业市场规模预测

第三章 中国旅行社产业发展环境分析

第一节 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、全社会消费品旅行社总额

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 中国旅行社行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国旅行社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 中国旅行社行业运行情况

第一节 中国旅行社行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国旅行社行业市场规模分析

第三节 中国旅行社行业供应情况分析

第四节 中国旅行社行业需求情况分析

第五节 我国旅行社行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国旅行社行业供需平衡分析

第七节 中国旅行社行业发展趋势分析

第五章 中国旅行社所属行业运行数据监测

第一节 中国旅行社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 中国旅行社所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国旅行社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

第六章 2017-2020年中国旅行社市场格局分析

第一节 中国旅行社行业竞争现状分析

- 一、中国旅行社行业竞争情况分析
- 二、中国旅行社行业主要品牌分析

第二节 中国旅行社行业集中度分析

- 一、中国旅行社行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国旅行社行业市场集中度分析

第三节 中国旅行社行业存在的问题

第四节 中国旅行社行业解决问题的策略分析

第五节 中国旅行社行业钻石模型分析

- 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

第七章 2017-2020年中国旅行社行业需求特点与动态分析

第一节 中国旅行社行业消费市场动态情况

第二节 中国旅行社行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 旅行社行业成本结构分析

第四节 旅行社行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国旅行社行业价格现状分析

第六节 中国旅行社行业平均价格走势预测

- 一、中国旅行社行业价格影响因素
- 二、中国旅行社行业平均价格走势预测
- 三、中国旅行社行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国旅行社行业区域市场现状分析

第一节 中国旅行社行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区旅行社市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区旅行社市场规模分析
- 四、华东地区旅行社市场规模预测

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、华中地区旅行社市场规模分析
- 四、华中地区旅行社市场规模预测

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、华南地区旅行社市场规模分析
- 四、华南地区旅行社市场规模预测

第九章 2017-2020年中国旅行社行业竞争情况

第一节 中国旅行社行业竞争结构分析（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 中国旅行社行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国旅行社行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 旅行社行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 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

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国旅行社行业发展前景分析与预测

第一节 中国旅行社行业未来发展前景分析

一、旅行社行业国内投资环境分析

二、中国旅行社行业市场机会分析

三、中国旅行社行业投资增速预测

第二节 中国旅行社行业未来发展趋势预测

第三节 中国旅行社行业市场发展预测

一、中国旅行社行业市场规模预测

二、中国旅行社行业市场规模增速预测

三、中国旅行社行业产值规模预测

四、中国旅行社行业产值增速预测

五、中国旅行社行业供需情况预测

第四节 中国旅行社行业盈利走势预测

一、中国旅行社行业毛利润同比增速预测

二、中国旅行社行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国旅行社行业投资风险与营销分析

第一节 旅行社行业投资风险分析

一、旅行社行业政策风险分析

二、旅行社行业技术风险分析

三、旅行社行业竞争风险

四、旅行社行业其他风险分析

第二节 旅行社行业应对策略

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 2021-2026年中国旅行社行业发展战略及规划建议

第一节 中国旅行社行业品牌战略分析

- 一、旅行社企业品牌的重要性
- 二、旅行社企业实施品牌战略的意义
- 三、旅行社企业品牌的现状分析
- 四、旅行社企业的品牌战略
- 五、旅行社品牌战略管理的策略

第二节 中国旅行社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 中国旅行社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

第四节 旅行社行业竞争力提升策略

- 一、旅行社行业产品差异性策略
- 二、旅行社行业个性化服务策略
- 三、旅行社行业的促销宣传策略
- 四、旅行社行业信息智能化策略
- 五、旅行社行业品牌化建设策略
- 六、旅行社行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国旅行社行业发展策略及投资建议

第一节 中国旅行社行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国旅行社行业营销渠道策略

一、旅行社行业渠道选择策略

二、旅行社行业营销策略

第三节 中国旅行社行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国旅行社行业重点投资区域分析

二、中国旅行社行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/536221536221.html>