

2018年中国旅游客运行业分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

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《2018年中国旅游客运行业分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/346487346487.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、概述

所谓的旅游客运市场是指为了能够满足在旅游过程中的交通运输需求所衍生出来的社会经济活动与现象,简单来说,旅游客运包含的内容主要是游客在同一旅游地内不同旅游景点之间的活动转移以及游客在居住地与旅游地之间的空间活动,大体上来说可以满足整体旅游过程中的所有空间移动过程。旅游客运作为交通运输中的有机组成部分,与整个交通运输业紧密地结合在一起,但与普通的交通运输市场有区别的是,旅游客运市场主要针对的消费者是整个旅游过程中的空间移动过程,主要是为旅游者所服务。从某种程度上来说,旅游客运市场与普通交通运输市场有所重叠,重叠的内容包括铁路、航线、公路等,这些不仅能够满足旅游客运市场,也能满足普通交通运输市场。

但旅游客运在某种程度上又有一定的独立性,通往旅游景点的旅游专用公路以及旅游景点中的运输设施就是仅为旅游运输所服务的,主要包括上下山的缆车、景点内的游览车、游船等等。

图：旅游客运

资料来源：互联网 二、旅游客运市场所存在的问题

1. 旅游客运市场不够规范

旅游客运市场中最为突出的问题就是“黑车问题”。黑车的存在不仅使得正规车辆的生意被分流,加大了客运市场的竞争压力,容易使得市场中出现恶性竞争,更是由于黑车无需缴纳或者是少缴纳有关费用,与正规客运车辆相比运费较低,容易使得旅游客运市场出现不平等竞争的问题,很容易恶化市场风气。一般来说,正规客运车辆一个月所要缴纳的费用较高,而黑车的月收入基本都是净利润,相比起来正规客运车辆的生存压力就会更大些。在这种现状下,黑车的要价往往会低于正规客运车辆,消费者也会更倾向于选择更为优惠的客运车辆,为了能够保证自身的竞争力度,正规客运车辆往往会压缩自身的利润空间,各个旅行社之间进行激烈的价格竞争,不利于旅游客运市场的健康发展。黑车问题的本质实际上是旅游客运市场的不够规范,给不少想钻盈利漏洞的不法分子留下了余地,而进行正规竞争的则会遭受到更大的市场竞争压力。

2. 旅游客运状况与市场需求不相适应

整体旅游客运能力过剩也是一个很明显的问题,我国道路客运在上世纪90年代实现了迅速发展,班车客运和出租客运发展状况良好,而旅游客运也在交通运输整体大环境优化的背景下实现子决速发展,基本上已经完全能够满足旅游交通市场的需求。在一般的旅行社中,现有的旅游客车基本上可以满足旅游旺季的运输需求,但是到了旅游淡季之后就往往会出现运力过剩的现象,由于在之前运力在旅游市场上投放得已经够多,而在周末,平时用于上下班接送的私家车以及单位车辆都处于闲置的状态,为了能够赚取外快有不少的黑车将会出现在旅游运输市场上,主要是为了能够满足闲置车辆在周末赚取外快的需求,此种现象既普遍又猖狂。在运力投放过多导致出现运力与市场需求脱节的市场环境下,旅游交通运输市场竞争加剧,从而导致运价持续走低,旅游运输公司经营过程中在现有的旅游客车中,我们可以发现车型结构大致呈现出中间大两头小的局面,大部分客车的车座数量都在30—45之间,相对而言,23座以下和50座以上的较少。黑车的车座数量一般较少,基本上可以占据旅游客运市场中23座以下的市场空白,这也是黑车横行于旅游客运市场的原因之一。除此之外,有不少的旅游客运大巴使用年限较长,车内环境配置较差,大部分旅客无法接受车内环境较差的大巴,如果无法实现及时的更新,旅游客运与市场需求又会出现不适应。

三、旅游客运市场优化的发展对策

1. 完善旅游客运市场,妥善发展旅游客运

我们应当充分关注到旅游业在国内经济发展中的重要推动作用,在旅游市场逐渐丰富发展、旅游资源不断开发挖掘的情况下,我们应当着力于进行旅游客运市场的完善和投建。首先,我们应当选择旅游业较为发达,旅游资源较为丰富、游客人数较为庞大且集中的中心地区建立规模适度的旅游集散中心,发展完善各项旅游配套设施,使得游客在该旅游地区能够得到更为坚实的旅游保障,享受更为舒适安全便捷的旅游服务。

其次,我们应当通过完善法律法规的方式明确界定旅游客运的车辆规范,完善配套的法律法规,使得旅游客运市场避免受到其他运输方式的冲击,建立更加优质的旅游客运市场。

2. 建立旅游客运市场规范,根据市场需求实现适当的运力投放

面对突出的黑车问题,相关的交通、旅游部门已经组织了日常的稽查活动以及联合的整治行动,但效果甚微。主要存在的难题是断定黑车的证据查取较难,并且尽管已经实现了查处,黑车在处罚过后又会重新投入运营,非法营运之风一时难以控制。为了能够更好地控制黑车问题,交通、旅游部门可以通过增加正规车辆数量以及降低正规运营车辆成本的方式实现正

规范化运营倾向处理,除此之外,还要加大对黑车的处罚力度,在查处黑车时收取较高的罚款,一方面可以增加黑车的运营成本,另一方面也可以打击黑车运营市场。为了能够使得运力投放与市场需求相适应,交通部门应当及时淘汰老旧、档次较低的车辆,更换成为有层次的新旧结合的客运市场。同时还应当调整运力投放的格局,依据市场状况合理安排车辆投放结构,优化车辆投放资源,将多余的运力进行合理的资源调整和配置。

四、总结

总的来说,旅游客运是旅游业中重要的一环,与旅游业有着息息相关的联系。旅游业的蓬勃发展带动了旅游客运市场的茁壮成长,但目前旅游客运市场依然存在着许多问题,我们应当关注旅游客运市场的改善,致力于旅游业的进一步发展。同时我们也要大力支持旅游业的蓬勃发展,通过完善旅游业的各项设施和服务提升旅游质量和服务水平,进一步推动旅游业的全面发展。

(GYWWJP)

观研天下发布的《2018年中国旅游客运行业分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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。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 2016-2018年中国旅游客运行业发展概述

第一节 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、旅游客运行业发展特点分析

第二节 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、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 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、旅游客运行业所属的生命周期分析

第四节 旅游客运行业经济指标分析

- 一、旅游客运行业的赢利性分析
- 二、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 国内旅游客运行业进入壁垒分析

- 一、旅游客运行业资金壁垒分析
- 二、旅游客运行业技术壁垒分析
- 三、旅游客运行业人才壁垒分析
- 四、旅游客运行业品牌壁垒分析
- 五、旅游客运行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018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 全球旅游客运行业市场区域分布情况

第三节 亚洲旅游客运行业地区市场分析

- 一、亚洲旅游客运行业市场现状分析
- 二、亚洲旅游客运行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲旅游客运行业市场前景分析

第四节 北美旅游客运行业地区市场分析

- 一、北美旅游客运行业市场现状分析
- 二、北美旅游客运行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美旅游客运行业市场前景分析

第五节 欧盟旅游客运行业地区市场分析

- 一、欧盟旅游客运行业市场现状分析
- 二、欧盟旅游客运行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟旅游客运行业市场前景分析

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

第三章 中国旅游客运产业发展环境分析

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、全社会消费品旅游客运总额
- 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

第三节 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 中国旅游客运行业运行情况

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、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国旅游客运行业市场规模分析

第三节 中国旅游客运行业供应情况分析

第四节 中国旅游客运行业需求情况分析

第五节 中国旅游客运行业供需平衡分析

第六节 中国旅游客运行业发展趋势分析

第五章 中国旅游客运所属行业运行数据监测

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、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

第六章 2016-2018年中国旅游客运市场格局分析

第一节 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 中国旅游客运行业集中度分析

一、中国旅游客运行业市场集中度分析

二、中国旅游客运行业企业集中度分析

第三节 中国旅游客运行业存在的问题

第四节 中国旅游客运行业解决问题的策略分析

第五节 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

第七章 2016-2018年中国旅游客运行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国旅游客运行业消费特点

第二节 中国旅游客运行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 旅游客运行业成本分析

第四节 旅游客运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 中国旅游客运行业价格现状分析

第六节 中国旅游客运行业平均价格走势预测

一、中国旅游客运行业价格影响因素

二、中国旅游客运行业平均价格走势预测

三、中国旅游客运行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国旅游客运行业区域市场现状分析

第一节 中国旅游客运行业区域市场规模分布

第二节 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、华东地区旅游客运市场规模分析

四、华东地区旅游客运市场规模预测

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、华中地区旅游客运市场规模分析

四、华中地区旅游客运市场规模预测

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、华南地区旅游客运市场规模分析

第九章 2016-2018年中国旅游客运行业竞争情况

第一节 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 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 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

第十章 旅游客运行业企业分析（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

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 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

第四节 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

第五节 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 中国旅游客运行业未来发展前景分析

一、旅游客运行业国内投资环境分析

二、中国旅游客运行业市场机会分析

三、中国旅游客运行业投资增速预测

第二节 中国旅游客运行业未来发展趋势预测

第三节 中国旅游客运行业市场发展预测

一、中国旅游客运行业市场规模预测

二、中国旅游客运行业市场规模增速预测

三、中国旅游客运行业产值规模预测

四、中国旅游客运行业产值增速预测

五、中国旅游客运行业供需情况预测

第四节 中国旅游客运行业盈利走势预测

一、中国旅游客运行业毛利润同比增速预测

二、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 旅游客运行业投资风险分析

一、旅游客运行业政策风险分析

二、旅游客运行业技术风险分析

三、旅游客运行业竞争风险分析

四、旅游客运行业其他风险分析

第二节 旅游客运行业企业经营发展分析及建议

一、旅游客运行业经营模式

二、旅游客运行业销售模式

三、旅游客运行业创新方向

第三节 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 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 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 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 中国旅游客运行业产品策略分析

- 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 中国旅游客运行业定价策略分析

第三节 中国旅游客运行业营销渠道策略

- 一、旅游客运行业渠道选择策略
- 二、旅游客运行业营销策略

第四节 中国旅游客运行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国旅游客运行业重点投资区域分析

二、中国旅游客运行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/346487346487.html>